腾讯广告 | 营销学堂

腾讯广告认证系列课程

怎样做好腾讯广告

2021.10/凡文

目录

1 网民购买与企业售卖过程

2 明明白白看效果

3 腾讯广告，越做越好

网民购买与企业售卖过程

网民的购买过程

作为网民，手机购物需要经过哪些步骤？

1 收到广告-浏览

2 点击跳转详情页

3 下载/领券-购物

企业的售卖过程

作为企业主，了解顾客购买过程，需满足顾客需求，方能转化产品

1 创建广告-展示

2 设计详情页-吸引网民

3 设置转化路径-获客

企业售卖和网民购买呈一一对应关系

收到广告-浏览	创建广告-展示
点击跳转详情页	设计详情页-吸引网民
下载/领券-购物	设置转化路径-获客

明明白白看效果

明明白白看效果

企业在完成售卖过程中，会有很多疑问。

① 是不是做了推广就有效果？
② 很多朋友说做了没有效果。
③ 全是点击，但是没人买

什么是广告效果呢？

衡量广告效果需回顾企业售卖的每一步

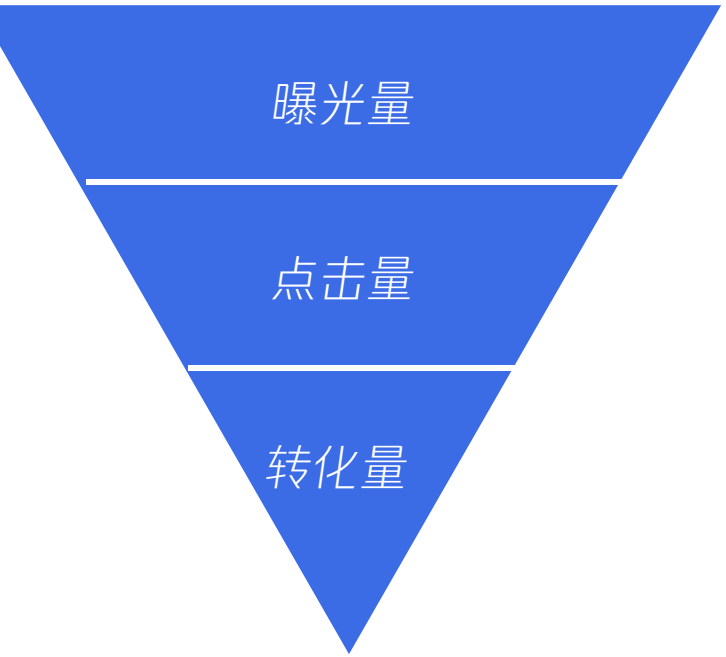
推广营销漏斗

创建广告-展示

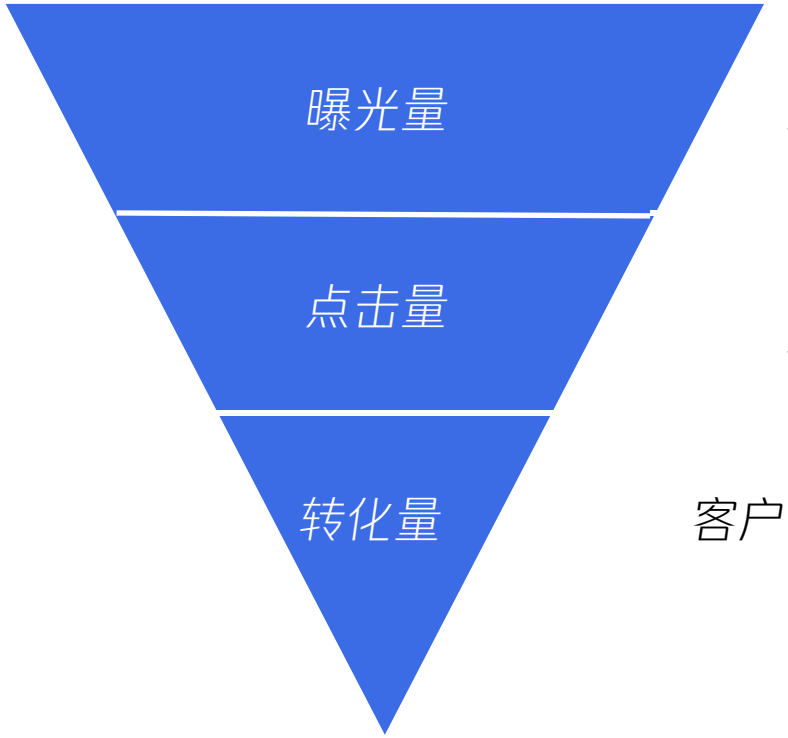
设计详情页-吸引网民

设置转化路径-获客

推广营销漏斗



推广营销漏斗定义

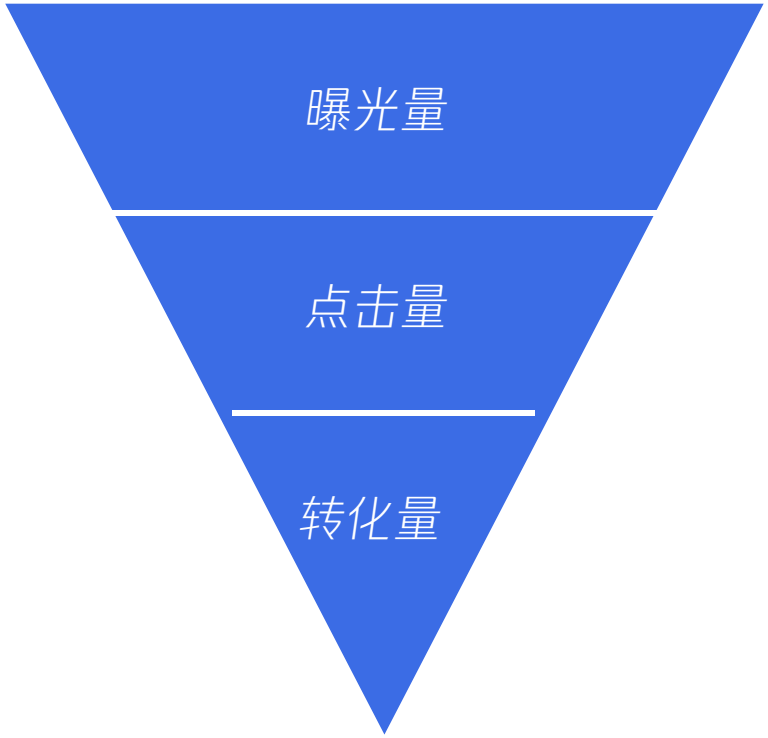


推广信息被网民查看的次数

推广信息被网民点击的次数

客户下单成交量，关注，下载量

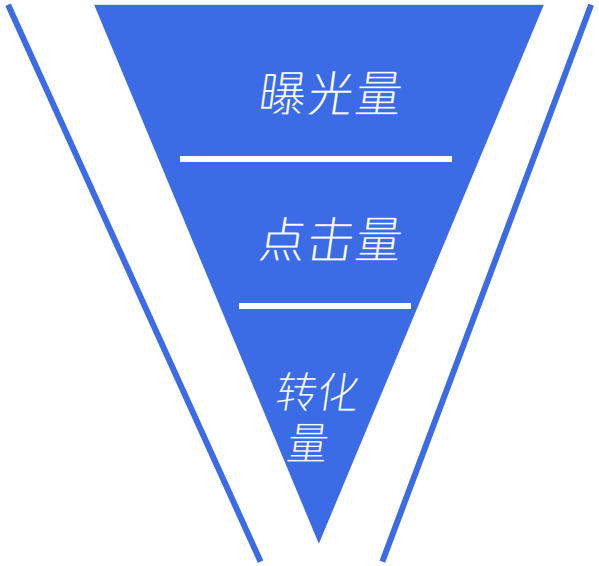
推广营销漏斗2个阶段



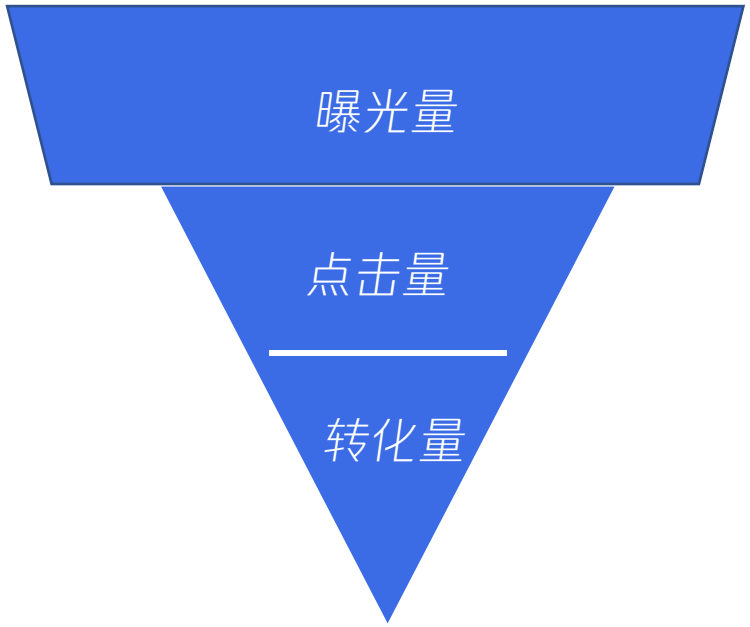
- 广告效果评估应该看哪个指标？
- 在广告投放过程中客户关注哪个指标？

漏斗的每个层级层层递减，做好客户关注的**转化量**，要从源头抓起。

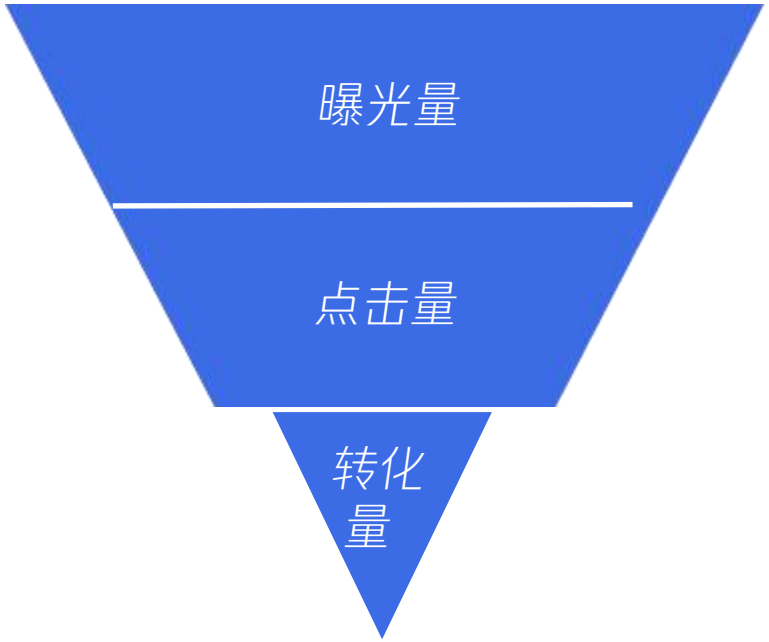
广告效果问题出现在哪里



曝光量



点击量



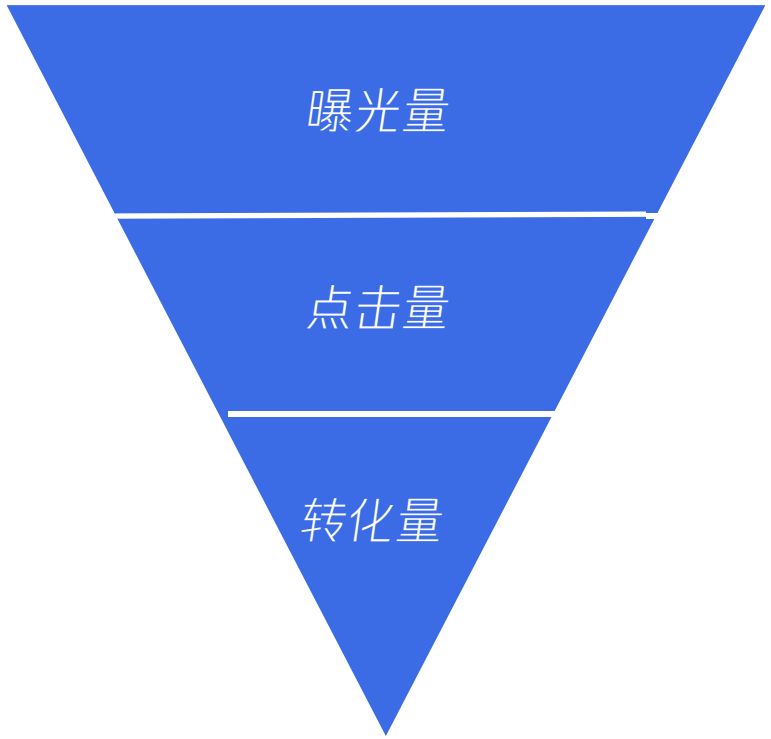
转化量

问题

如何推算出推广营销漏斗的哪个指标出了问题呢？

如何推算转化量

以电商行业为案例



60,913

3027

108

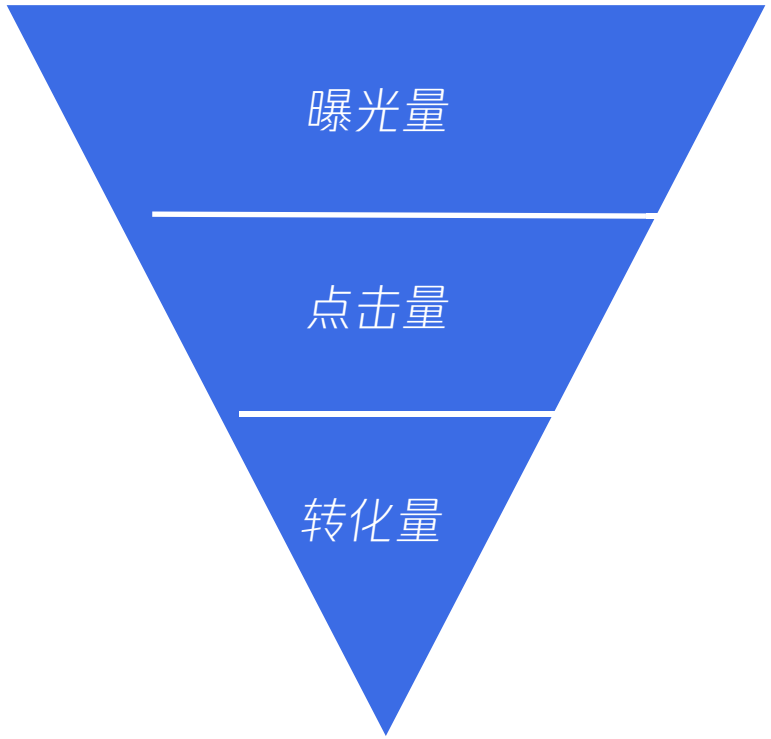
CTR：4.97%

CVR：3.6%

此数据仅为举例，不具备实际参考价值

如何推算转化量

以电商行业为案例



60,000

2700

108

CTR：4.5%

CVR：4%

此数据仅为举例，不具备实际参考价值

数据报告

我们都知道广告效果评估中存在这3个量，那后台如何查看这3个量呢？

- **后台数据报告---广告上线2小时后可查看**
- **结案报告---排期**广告结束后**第二天8点**推送给客户

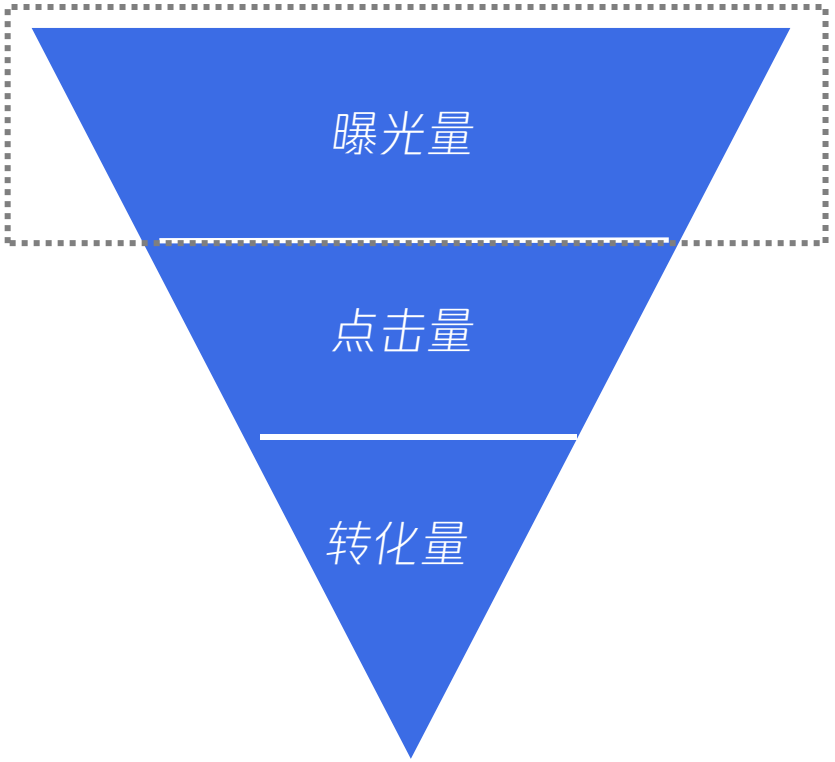
- **后台数据报告**--从广告投放实际数据、曝光量、点击量、消耗费用等维度帮客户实时监控投放效果

- **结案报告**--从效果概览、品牌触达、停留时长、视频播放、社交互动及原生推广页到达等六个维度帮客户分析和评估效果

腾讯广告，越做越好

腾讯广告，越做越好之如何做好曝光量

- 广告效果评估中存在这3个量，要做好广告效果，需做好漏斗的每一层。



因素：

- 定向
- 出价
- 预算/余额
- 广告CTR

方法：

设置合理定向和出价，预算

工具：

- 曝光预估工具
- 行业解决方案
- oCPM

腾讯广告，越做越好之如何做好曝光量

行业解决方案

结合行业特性、行业淡旺季、运营优化师的经验，总结出整个行业的运营特点，给广告主提供投放过程中定向建议、出价建议、预算建议等

曝光预估工具

按照客户后台设置的定向，给客户提供预估的曝光数据，为客户设置定向提供参考

腾讯广告，越做越好之如何做好曝光量

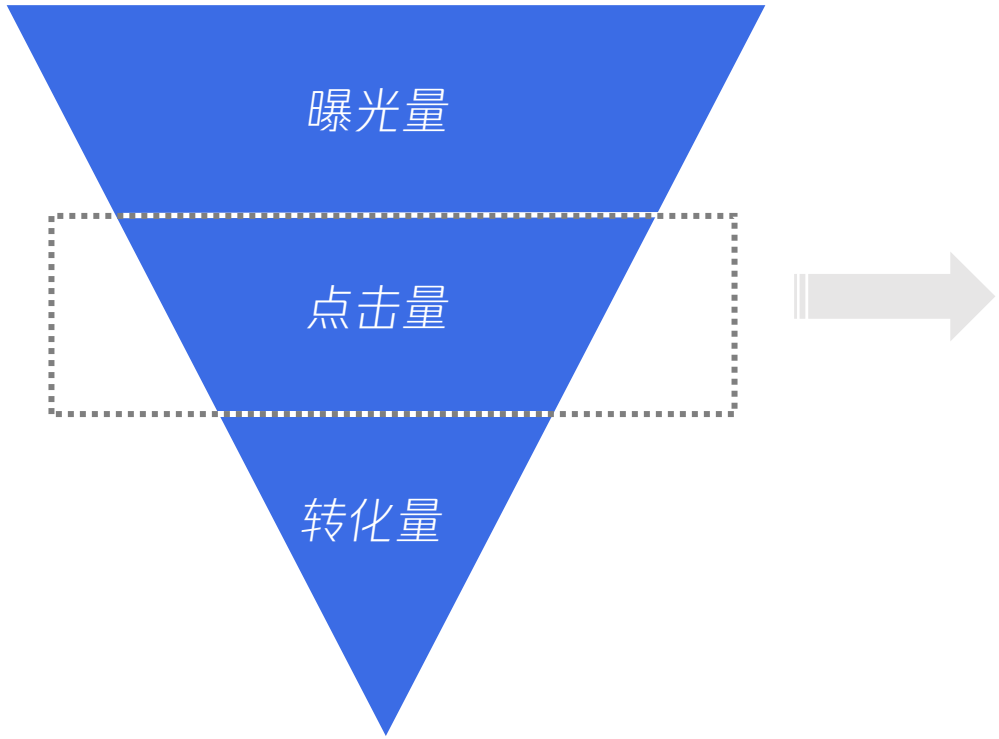
oCPM是什么？

oCPM（Optimized Cost Per Mille,优化CPM）是朋友圈广告的一种出价方式。

客户根据自身推广优化目标，自己设定优化目标出价，系统帮客户实现智能优化，尽可能接近客户的推广优化目标，达到高转化的目的。

例如，客户推广目标为公众号推广，优化目标可以设置为获得更多关注量，oCPM出价可以设置为10元/次关注，系统会帮忙智能优化，接近客户推广目标。

腾讯广告，越做越好之如何做好点击量



因素：

- 定向
- 素材

方法：

设置合理定向和
制作合适素材

工具：

- 优质广告创意
- 行业解决方案

腾讯广告，越做越好之如何做好点击量

- 选择让用户观看舒适的低饱和颜色为背景色加以元素点缀;
- 美食类产品，选用高精度且能引起用户食欲的色彩的产品为佳;

腾讯广告，越做越好之如何做好点击量

活动主题表达清晰，画面直观，便于用户了解广告信息。

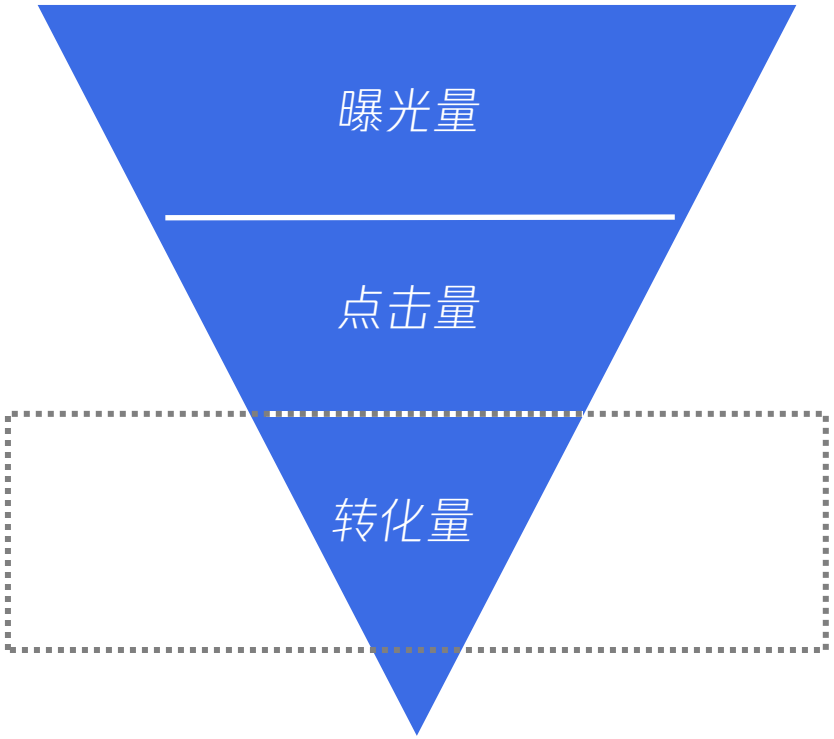
腾讯广告，越做越好之如何做好点击量

情侣之间亲密的动作，与大自然的互动， 容易让用户产生代入感。

抓住用户痛点，解决用户难点。

腾讯广告，越做越好之如何做好曝光量

- 广告效果评估中存在这3个量，要做好广告效果，需做好漏斗的每一层。



因素：

- 客户产品
- 客户服务
- 后台工具
- ……

腾讯广告，越做越好之如何做好转化量

全面打通公私域，打造线上线下一体化的品牌自主经营阵地

四大公域
（海量用户）

私域留存
（用户沉淀）

转化
（商品复购）

广告公域
（WX/XQ/XS/优量汇）

内容公域
（KOL带货、直播）

微信公域
（搜一搜、视频号）

线下公域
（扫码、柜员）

公众号
（内容营销工具
如：微信AI客服）

社群
（社群管理工具）

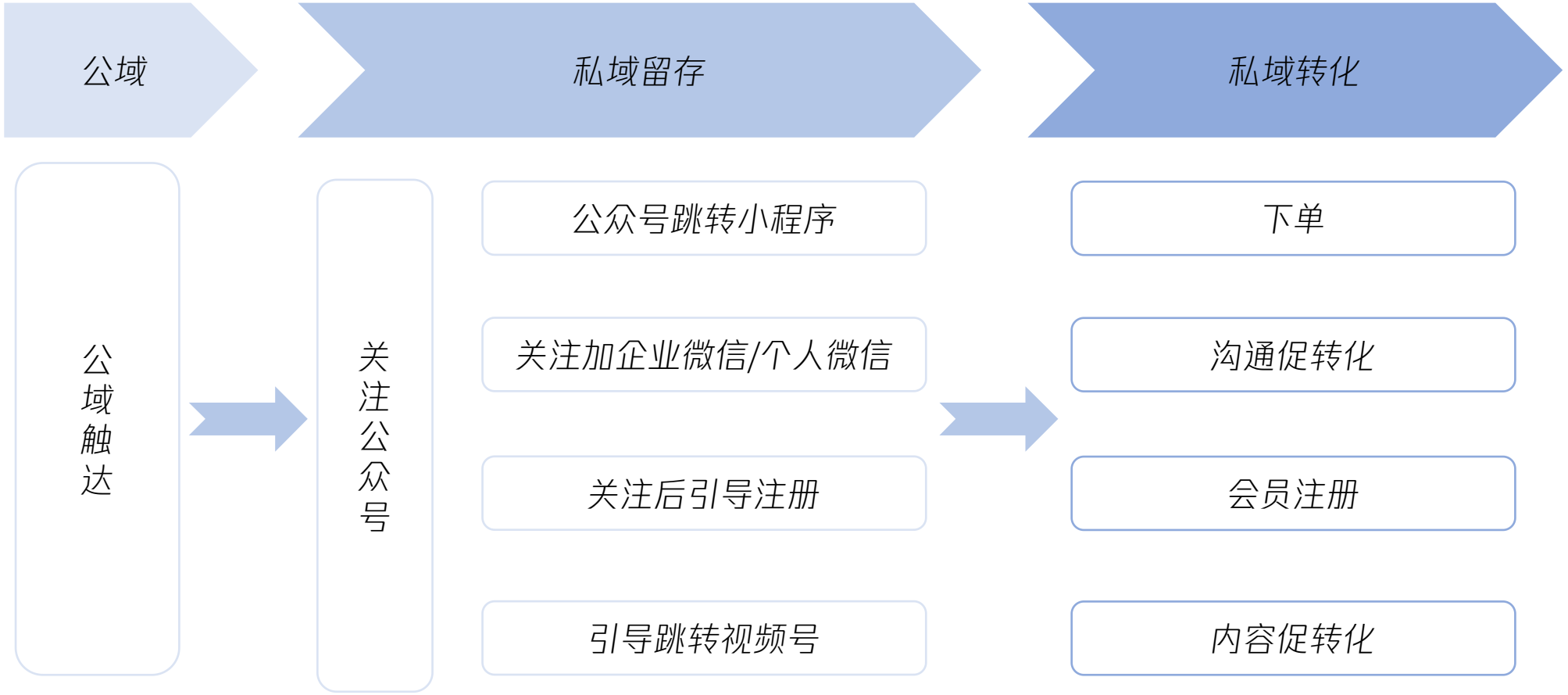
导购
（导购工具
如：企业微信）

腾讯域内转化
商城工具、营销页面工具、支付工具、枫页小店、蹊径落地页、微信小商店、视频号直播等

腾讯域外转化
门店、O2O到家平台电商、APP

腾讯广告，越做越好之如何做好转化量

举例：营销链路之公众号加粉



腾讯广告，越做越好之如何做好转化量

创意制作

创意中心

广告创意一站式服务平台

创意排行榜

妙思创意实验室

快速智能的制作丰富多彩的图片

微电影

套用精美模板，帮您快速生成幻灯片视频

腾讯创意订制

一站式解决广告主视频广告订制需求

素材自助检测工具

快速检测广告素材的合规性，提供素材修改建议

原生推广页

适用微信广告流量的落地页，包含创作以及管理、数据等

蹊径落地页

快速制作各种类型的落地页，提升广告转化效果

枫页落地页

商品页面订单售后一站式管理系统，精准全面分析数据，高效追踪投放...

阅宝落地页

专注自媒体小说行业的落地页，海量小说可供选择，投放效果一目了然

应用宝落地页

制作用于应用宝投放的落地页，提升广告转化效果

互动推广页

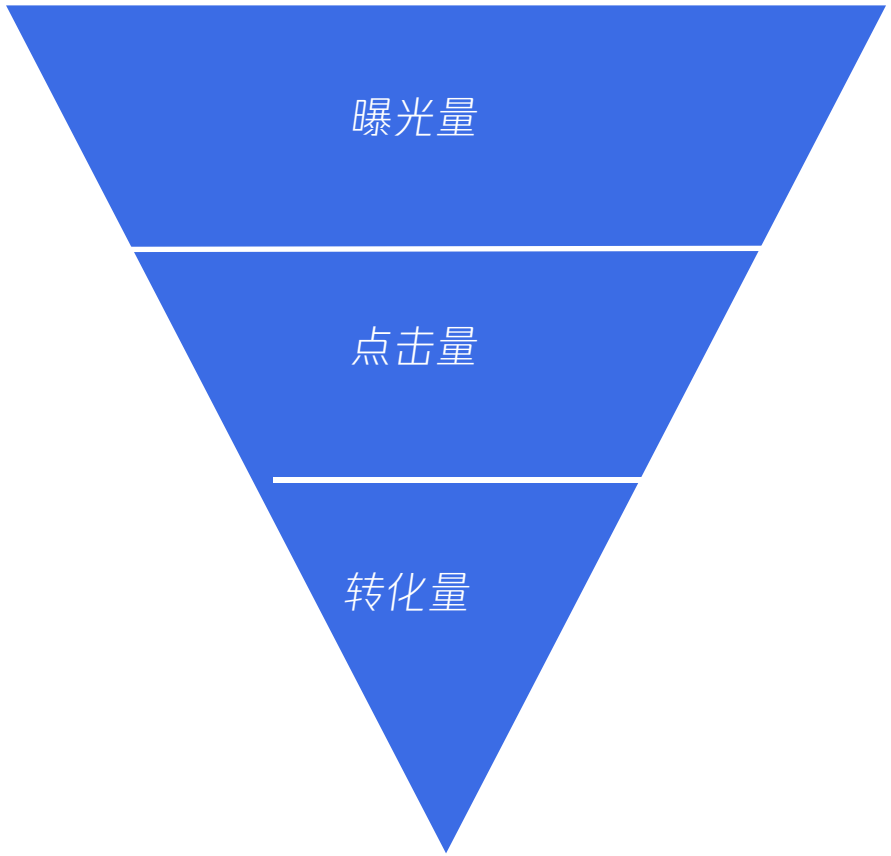
制作可互动的落地页，为应用推广与活动推广提供丰富体验，提升转化...

第三方落地页

业界领先的第三方落地页制作工具集

合有赞　一叶智能　微盟

腾讯广告，越做越好



曝光量影响因素：

- 广告出价低
- 广告定向窄
- 广告预算低/余额不足
- 广告CTR低

点击量影响因素：

- 定向不精准
- 素材质量差
- 素材人群匹配度低

转化量影响因素：

- 客户产品
- 客户服务
- 后台工具

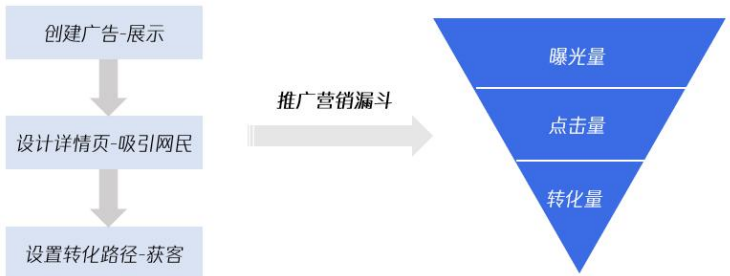
……

讨论

客户担心做朋友圈推广，如果效果不好就白花钱，运用本门课程所学知识，你打算怎么解决客户这样的顾虑？

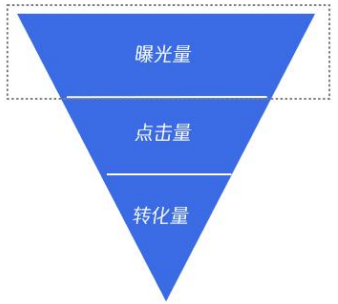
总结

推广营销漏斗



腾讯广告，越做越好之如何做好曝光量

■ 广告效果评估中存在这3个量，要做好广告效果，需做好漏斗的每一层。

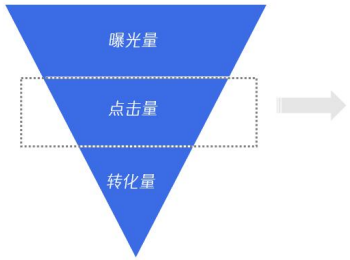


因素：
- 定向
- 出价
- 预算/余额
- 广告CTR

方法：
设置合理定向和出价，预算

工具：
- 曝光预估工具
- 行业解决方案
- oCPM

腾讯广告，越做越好之如何做好点击量



因素：
- 定向
- 素材

方法：
设置合理定向和制作合适素材

工具：
- 优质广告创意
- 行业解决方案

腾讯广告，越做越好之如何做好转化量

全面打通公私域，打造线上线下一体化的品牌自主经营阵地

四大公域〔海量用户〕	私域留存〔用户沉淀〕	转化〔商品复购〕
广告公域〔WX/XQ/X5/优量汇〕	公众号〔内容营销工具 如：微信AI客服〕	腾讯域内转化 商城工具、营销页面工具、支付工具、枫页小店、蹊径落地页、微信小商店、视频号直播等
内容公域〔KOL带货、直播〕	社群〔社群管理工具〕	腾讯域外转化 门店、O2O到家 平台电商、APP
微信公域〔搜一搜、视频号〕	导购〔导购工具 如：企业微信〕	
线下公域〔扫码、柜员〕		

THANKS

扫码进入腾讯营销学堂了解更多详情