腾讯广告

2023
腾讯广告创享会

全域经营·万象复新



腾讯广告

2023
腾讯广告创享会
全域经营·万象更新

新机遇：视频号商业布局与行业案例

蔡绮思-腾讯广告微信广告运营负责人



腾讯广告

快速成长中的视频号

2020年 生态基建

产品打磨 | 直播完善 | 功能升级

- 1-6月：视频号内测，上线直播带货功能
- 10-12月：上线连麦、美颜、打赏、抽奖等全新功能
- 3月：视频号与公众号打通，支持一键跳转
- 7月：支特小程序跳转视频号直播间

2021年 私域打通

公众号 | 小程序 | 搜一搜 | 企业微信

- 上线视频号助手，打通微信生态内各大入口（6-10月）
- 红包封面定制，视频号在微信生态内的使用场景（12-1月底）
- 视频号与企业微信打通,开放语音直播、倍速播放等功能（4月）
- 视频号详情页展示公众号，主页支持一键添加企业微信（10月）

2022年H1 社交出圈

春晚 | 冬奥 | 演唱会 | 超品日

- 1月：1.2亿人视频号竖屏看春晚
- 4月：视频号演唱会爆发，场场千万+场观
- 冬奥会期间产出相关短视频内容约7.1万条（2月）
- 视频号超品日，百强账号累计直播超1000场（5月）

2022年H2 流量开放

硬广突破 | 招商突破 | 整合招商

- 9月：李建演唱会上线
- 视频号原生广告首发（7月18日）
- 春晚独家招商项目 视频号CNY广告（12月）

创作生态基础

100% 日活跃创作者数和日均视频上传量同比增长

私域连通基础

59项 视频号产品功能2021全年更新

流量规模基础

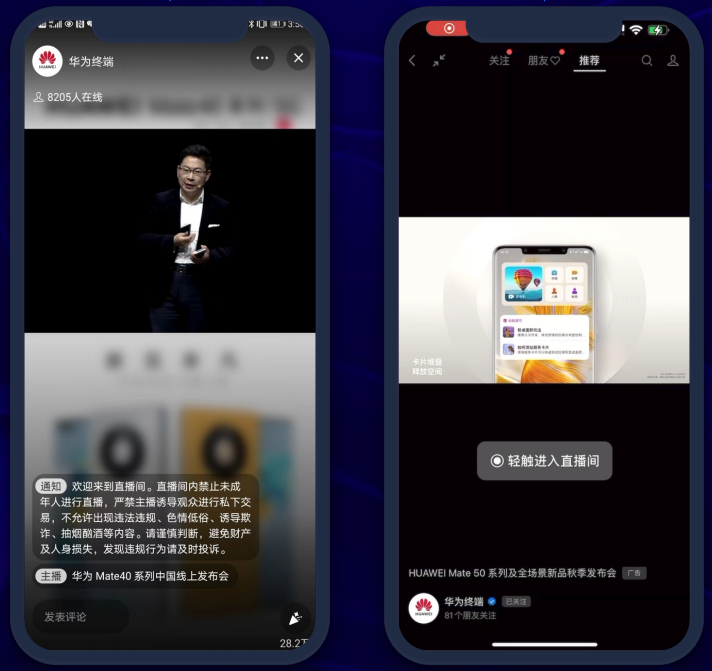
400% 基于算法推荐的视频播放量同比增长

消电科技在视频号：加速布局成为行业共识

品牌入驻率77%

首场品牌发布会

首场发布会推广



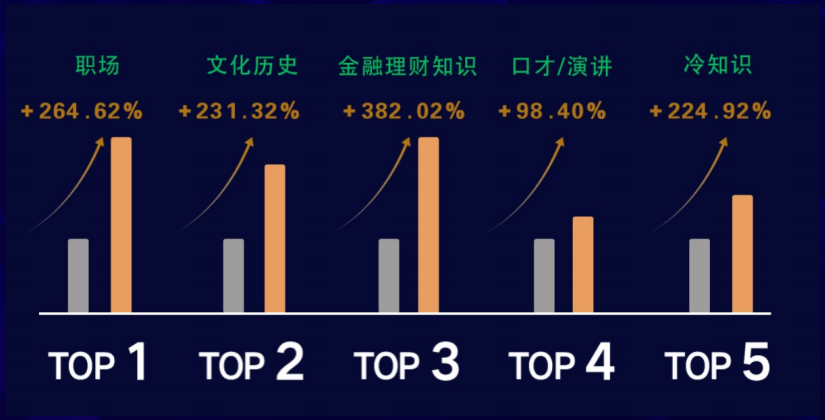
从华为mate40到mate50



腾讯广告

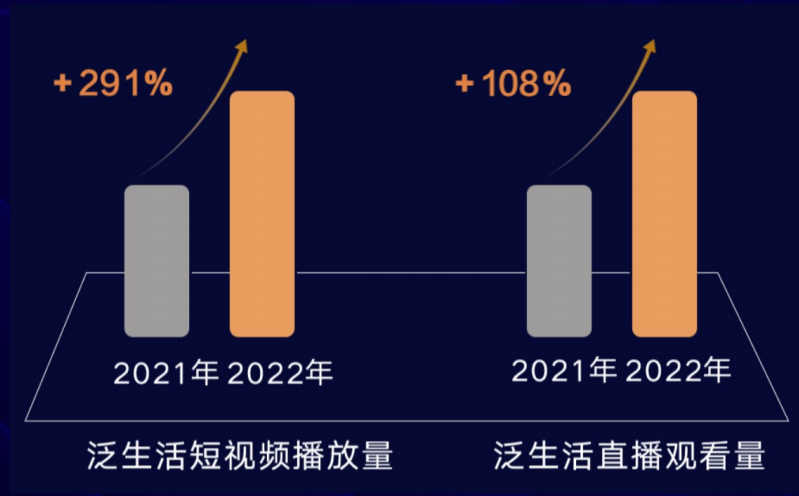
在视频号里，真实和提供价值的内容更受用户偏爱

① 实用价值：
最受用户欢迎的五类泛知识内容



2022年视频号泛知识短视频播放量+109%

② 情绪价值：
真实的生活记录更容易被看见



绿联

实用价值

生活剧情

oppo

产品价值

影像故事

HUAWEI

情绪价值

公司的员工故事

腾讯广告

三位一体的视频号：
经营生意的场，建设品牌的域，营造大事件的阵地

内容电商快速发展
用户习惯养成

生意经营

品牌建设

53.5%的互联网
用户每天刷短视频

商品

小商店
小程序
微信支付

视频号小店
视频号直播
CPS云选

转赞比高于
其他短视频平台5倍+

品牌

官号推广
达人种草
内容加热

用户

微信搜一搜
互选广告
朋友圈

22年视频号直播GMV+8倍
74.3%的商家将小程序与公众号/视频号相关联

总视频播放量同比增长200%，
日活跃创作者数和日均视频上传量同比增长100%

竖屏春晚1.9亿人观看，演唱会流量80%来自社交分享

演唱会　大事件　节庆日　品牌日

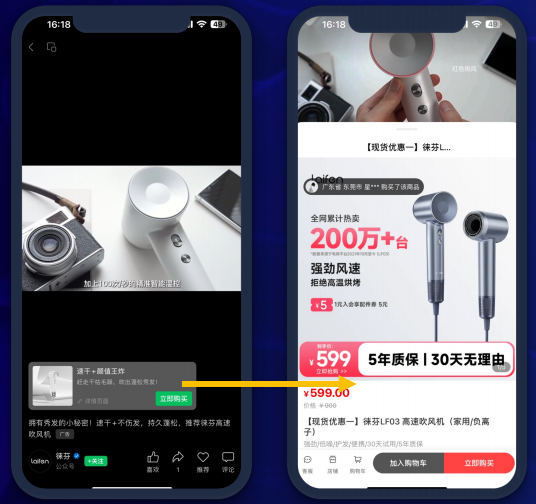
事件热点

腾讯广告

经营生意 ▶ 品牌建设 ▶ 热点事件

依托短视频、直播，服务品牌GMV

短视频推广：小程序链路是核心链路



转化率

↑190+%

企业微信

微信客服

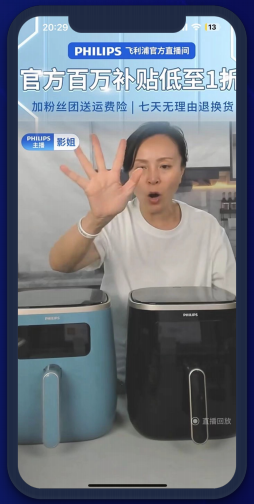
小程序

公众号

直播推广：持续发展的生意路径

飞利浦大促GMV

↑600+%



场景化

贴近视频号用户习惯

提供生活小技能

货

提供保价策略

场

激发用户互动赢公域流量

持续优化直播间配置观感

视频号

消电90%的视频号消耗投放商品下单，服务于品牌的GMV

腾讯广告

经营生意 ▶ 品牌建设 ▶ 热点事件

依托短视频、直播，服务品牌GMV



四大核心方向，提升广告效率，促品牌与生态共同繁荣

经营生意 ▸ 品牌建设 ▸ 热点事件

视频号原生广告——原生沉浸式视频内容场景持续助力广告转化

广告组件基础形态



广告组件展开形态



原生样式深度融入多元优质内容环境

- 完整的视频号原生用户体验，沉浸视频与社交互动为优质内容带来更多扩散裂变及转化
- 历史投放数据标明，优质广告视频内容将带来更好的转化效果
- 竖版效果更优：视频素材转化效率优于横版视频
- 好的视频开头是成功的一半：视频开头决定了用户是否停留，高质量的点击转化往往发生在一定视频消费时长以后
- 广告视频播放时长是关键：广告点击效果与用户浏览广告视频停留时长呈现强正相关

平衡生态体验的商业化流量持续挖掘

- 依托视频号用户规模的不断增长，商业化流量规模具有巨大的成长空间

——“视频号使用时长为去年同期的三倍“〔最新财报〕

- 通过升级adload策略释放更有价值的商业化流量库存，提升流量价值
- 关注用户体验和生态平衡，以可持续的方式对商业化流量进行持续挖掘

腾讯广告

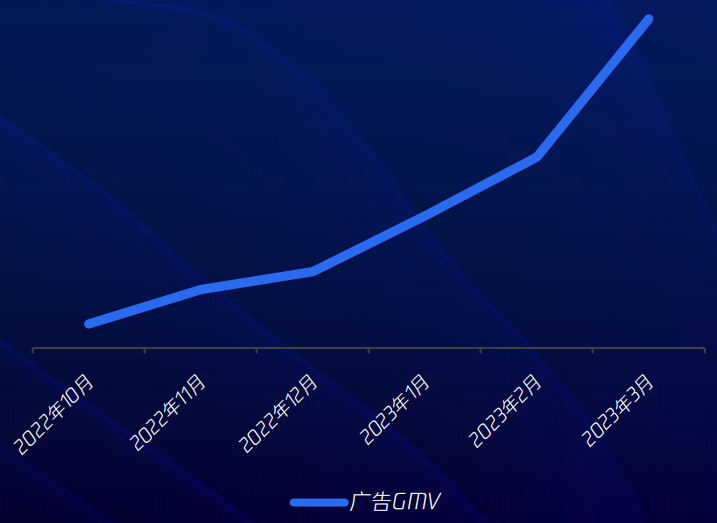
经营生意 ▶ 品牌建设 ▶ 热点事件

视频号直播广告——茁壮发展的下一片蓝海

样式示意：覆盖微信各流量场景



广告GMV趋势：效果规模增长显著



直播推广能力布局：持续升级

丰富优化目标

- 下单、商品点击、直播观看
- 且支持双目标出价

更丰富的形态

- 短视频推直播、预约
- 橱窗广告样式

效果能力保障

- 优化目标支持自动赔付
- 直播专属流量策略

更高效的工具

- 直播实时中控台、工具箱
- 营销效果分析工具

腾讯广告

经营生意 ▶ **品牌建设** ▶ 热点事件

品牌传播，用户的共鸣和扩散是视频号的独家优势

各平台互动特征比较

平台	转赞比	转评比	赞评比
视频号	0.6	10.6	13
抖音	0.1	1.5	19.1
B站	0.1	2.6	27.7

惠普 X 创业主题品牌宣传片



点赞量 4w+

创业途中的我，吃着外卖含泪看完了这条视频，虽然是广告，但处处出动了内心

成功的背后，不知后面失败了多少次。

“又岂是区区失败让一切归零？”很棒的广告语及文案

华为 X CPU“年年有为”主题片



转发量 2w+

中华有你 盛世而为

2023所想皆所愿！

看到此景，这才是我们想要的年！

vivo X 黑猫主题X90夜拍特性宣传片



转评比 48.2

vivo影业上线营业

论夜拍的重要性

还以为是电影呢

数据指标备注:
转赞比=转发量/点赞量、转评比=转发量/评论量、赞评比=点赞量/评论量

腾讯广告

经营生意 ▶ 品牌建设 ▶ 热点事件

达人内容，连接创作者变现和品牌营销方案的重点方向

科技
创作者引入

行业
热点合作

新品
宣发联动

腾讯广告

经营生意 品牌建设 热点事件

用户的共鸣和扩散是视频号的独家优势，广告是内容扩散的助力渠道

达人内容

朋友圈自助投放流程

*4月底上线



视频号支持流内原生投放

*5月初

用户

腾讯广告

经营生意 ▶ 品牌建设 ▶ **热点事件**

如何做大一场品牌发布会的声势？

2021年

vivo
oppo

2022年

vivo
oppo
HUAWEI
xiaomi
ONEPLUS
iQOO
realme

2022年，在朋友圈、视频号进行推广





2023年，品牌发布会推广全面提效升级

朋友圈 支持实时拉流



飞凡汽车 2小时场观200w+

视频号 支持短视频推直播



内测中， 敬请期待

腾讯广告

经营生意 ▶ 品牌建设 ▶ **热点事件**

品牌发布会的下一个方向：内容营销

打造品牌BigDay



增加产品曝光
扩大应用场景





品牌理念巧妙
植入

内容营销服务
长效经营
以品带效

直播前

视频号话题页/小任务预热扩大活动影响力

直播中

硬软广结合高效触达品牌受众 事半功倍
增加专属banner支持品牌信息全程展示
支持同时关注品牌账户沉淀粉丝

直播后

为品牌自播间提供专属流量包巩固热度

以直播内容为支点
撬动微信生态全域
击穿

腾讯广告

经营生意 ▶ 品牌建设 ▶ **热点事件**

品牌发布会的下一个方向：内容营销

	品牌认知	品牌兴趣	品牌沉淀
	新品发布 - 朋友圈出框		
	新品发布 - 朋友圈外层拉流直播		
社交场	造势出圈 - 演唱会/内容场次		
	发布会流量扶持 ↓	直播权益复用〔礼物、入场广告等〕 ↓	互选+小任务定制种草 视频流量扶持
私域场	新品发布 - 品牌发布会直播	新品品专 - 链接达人种草	
中心场	看一看-焦点图		

互动人群 → 品牌粉丝 → 产品购买

腾讯广告

2023
腾讯广告创享会
全域经营·万象更新

THANKS

