

朋友圈广告 公众号推广

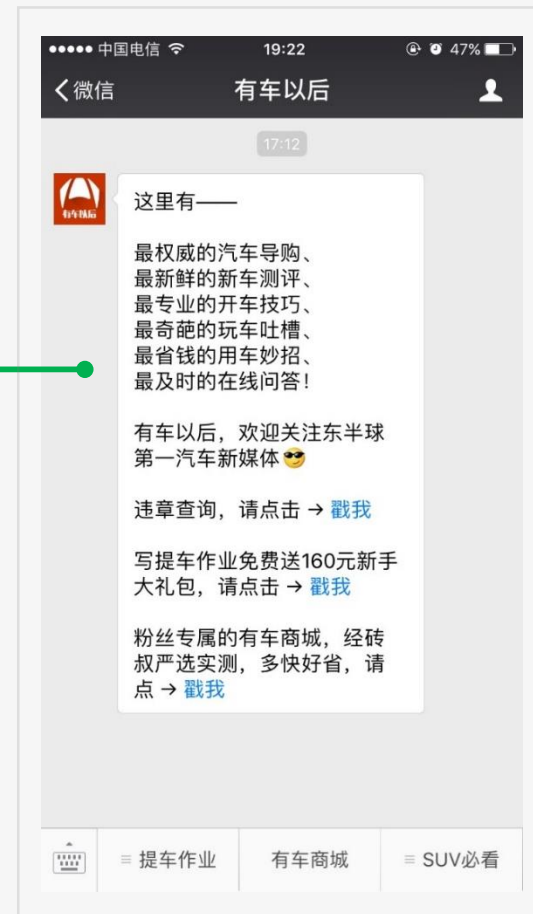
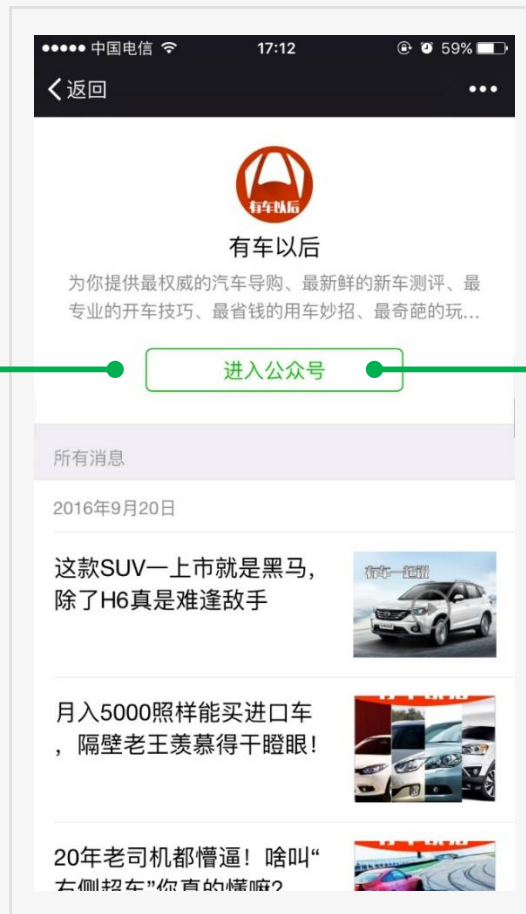
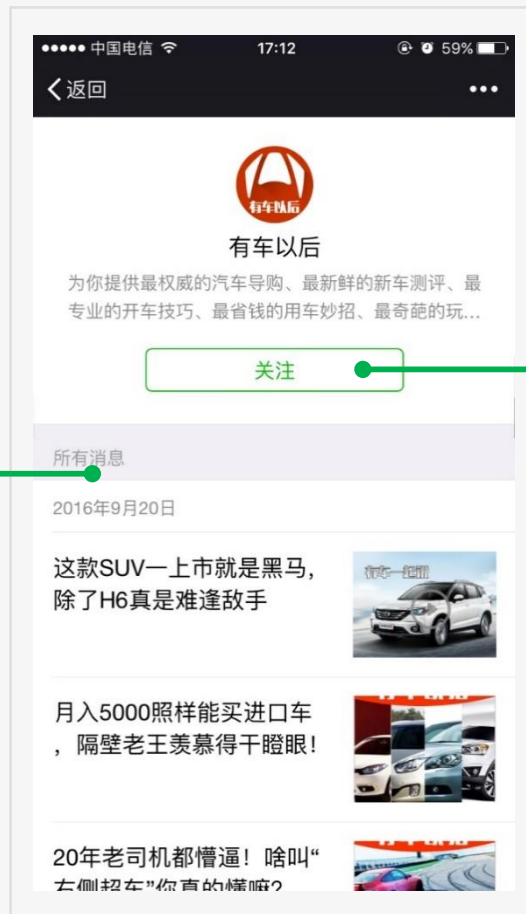
自助投放端投放指引



公众号推广 广告形态 (图文)



朋友圈中的广告展示效果

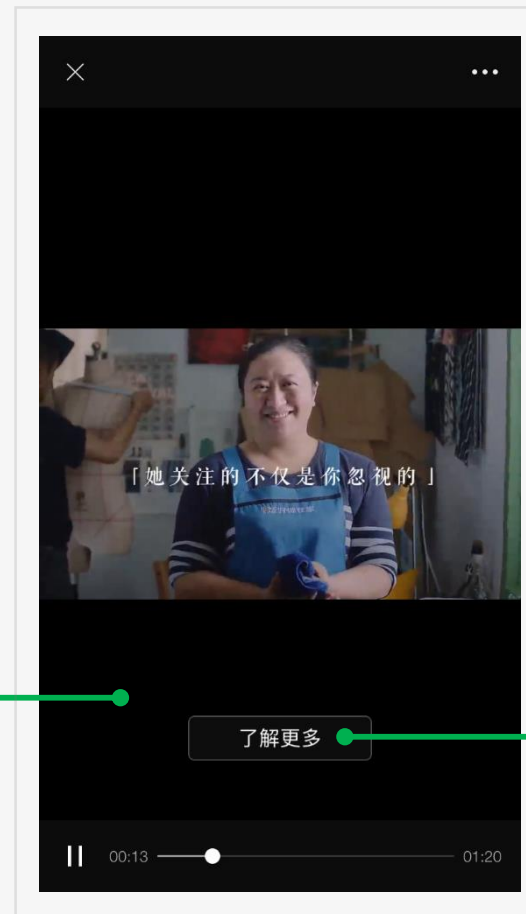


公众号主页, 点击“关注”按钮可一键关注 (公众号主页会按发布时间倒序展示历史消息)
点击“进入公众号”按钮直达公众号对话框

公众号推广 广告形态 (视频)



朋友圈中的广告展示效果



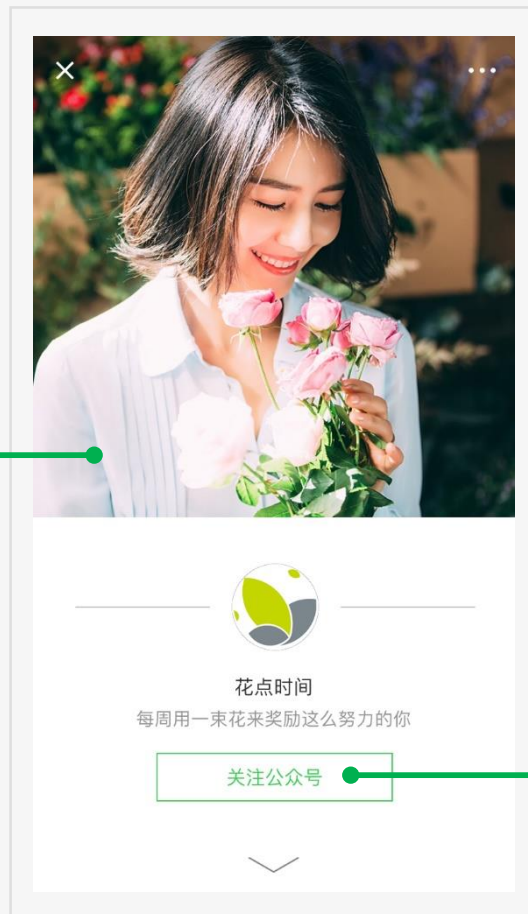
点击视频，进入短视频播放页，点击“观看完整视频”进入完整视频播放页，点击“了解更多”按钮进入公众号主页

*在朋友圈点击广告的“了解公众号”可直接进入公众号主页

公众号推广 广告形态 (沉浸式体验)



朋友圈中的广告展示效果



点击图片, 进入原生推广页, 点击“关注公众号”按钮进入公众号主页
*在朋友圈点击广告的“了解公众号”可直接进入公众号主页

公众号推广 优秀案例-自媒体



3.61

关注成本/元

30%

关注成本下降

每天稳定投放

当前状态

原创汽车资讯新媒体“有车以后”团队，通过清晰地把用户人群细分为“有车人群”和“购车人群”，根据两个人群的多样化需求，分别设计了“有车以后的用车知识”和“购车前如何选车、买车”两个系列的广告创意，配合公众号日常原创优质内容专题运营，结合微信广告挖掘的“汽车”兴趣标签，在两个月内不间断地稳定投放，成功地将关注成本下降30%，实现单个粉丝获取成本只需要3.6元。

公众号推广 优秀案例-电商



花点时间

广告

刷到我，说明你该用一束花奖励自己。
99元/月4束，每周一送。
今日送花瓶，免邮费。

查看详情

1分钟前

5.58

关注成本/元

1:25

活动投入产出比

每周稳定投放

当前状态

花点时间期望获得“在北京等一线城市工作且有买花、送花需求并愿意尝试新鲜事物的80后白领”粉丝用户，通过“季度团购”主题式广告触达匹配目标的人群，促成其关注微信服务号，并进而转化为有效的鲜花订单，快速实现订单增长。成功地将鲜花订单量提升至日常的4倍左右。同时，朋友圈广告自带的社交效应，成功为花点时间提高品牌知名度，助力其在鲜花电商市场夺下先机。

公众号推广 优秀案例-网络服务

机到 机到 广告 v

10万互联网公司, 50万工作机会!
无需简历, 即刻挑工作!
关注机到, 让好机会找到你!

了解公众号 [↗](#)

1分钟前

12.6

关注成本/元

30%

关注成本下降

每月稳定投放

当前状态

机到招聘生长于微信中, 在推广中积极尝试朋友圈广告, 自助投放朋友圈关注类广告。通过优化外层素材和标签精准定向目标微信用户: 北上广深有经验的泛互联网从业者, 吸引用户点击详情页, 进入公众号主页。稳定投放下, 每月稳定为机到招聘公众号积累3万高质量活动粉丝。通过灵活运用自助投放端的兴趣标签, 机到招聘成功将关注成本下降30%左右。

公众号推广 优秀案例-奢侈品



沛纳海OfficinePanerai

广告 ▾

Power Reserve : the DNA of Panerai.



[了解公众号](#)

1分钟前



28.7

关注成本/元

50000

一周内粉丝增量

沛纳海作为意大利名表品牌，期望通过公众号先行积累一批具有较高消费力且对沛纳海品牌有钟好度的潜在消费者。通过自助投放端，锁定北上广深等一线高消城市的30岁及以上有“奢侈品”兴趣标签的用户，以高逼格的品牌广告图片完成了一周50000粉丝的转化；同时沛纳海总部已准备开启第二波投放准备。

如果您想

通过公众号推广您的产品、为用户提供服务
希望用户通过公众号了解产品信息并实现消费转化

可选择朋友圈广告-公众号推广
为您的公众号增加粉丝
让更多人更快的了解并关注您的公众号

公众号推广 创意建议



外层图文为用户营造一种消费理由
配合公众号能为用户提供的服务
以触发用户与广告互动的兴趣
让用户更愿意点击“了解公众号/查看详情”



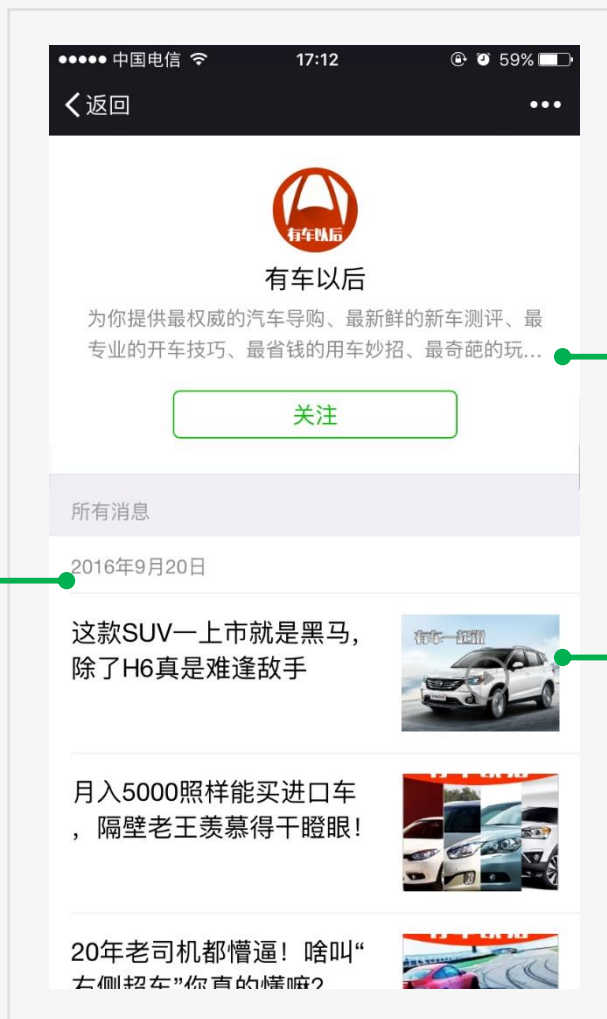
公众号介绍
说明自身的服务定位

历史消息
公众号日常的运营内容
让用户真正了解公众号的实际价值
持续运营有价值的内容可以显著提升转化

公众号推广 创意建议



外层图文紧抓用户痛点，
提出疑问，并留下悬念，
让用户更愿意点击“了解公众号”
促成关注转化



公众号介绍
说明自身的资讯定位

历史消息
公众号主页展示的消息
与外层方案相呼应（热门新车推荐）
让用户发现公众号的价值
能够得到期望的内容，可显著提升转化

公众号推广 重点建议

更新

公众号主页展示公众号近期的群发消息（不含分组群发），若公众号近期无群发消息，则用户进入时看见文章都是过旧的文章，此现象会使用户认为此公众号缺乏内容，不值得关注，导致转化率降低；**建议保持每周更新内容**

联动

若外层以活动方式推广，公众号**最新群发的消息应当是与活动联动最好是活动入口**，让用户感到活动是真实有效的，否则容易导致用户疑惑，转而放弃关注，导致转化率降低

相关

外层广告内容与公众号的历史群发消息相关，否则容易用户认为产生疑惑，转而放弃关注，导致转化率降低

广告投放指引



广告投放指引 购买方式

通过MP自助投放端投放朋友圈广告，广告主可以选择购买方式



排期购买

提前预定排期，锁定目标曝光量

千次曝光单价按刊例价执行

单次投放总预算5万元起；视频广告要求单次投放预算20万元起

可提前预定未来第2个自然日起至第28个自然日的流量



竞价购买

实时基于效果&曝光需求调整出价

千次曝光单价底价为30元起，自由竞价

每日预算1000元起

(部分城市不支持竞价购买，详细列表见投放端)

广告投放指引 开通使用



自助投放朋友圈广告，广告主需要先开通 MP平台广告主 功能

MP平台，即微信公众平台 mp.weixin.qq.com，提供各类微信原生应用、粉丝管理、流量主&广告主等各类功能的管理平台。

注册流程如下所示（点击可了解详细流程）

注册公众号



申请微信认证



开通广告主

广告投放指引 投放入口

登录MP平台后，按以下流程进入投放端：

1 ▶ 登录平台

登录微信公众平台 mp.weixin.qq.com

2 ▶ 进入“广告主”页面

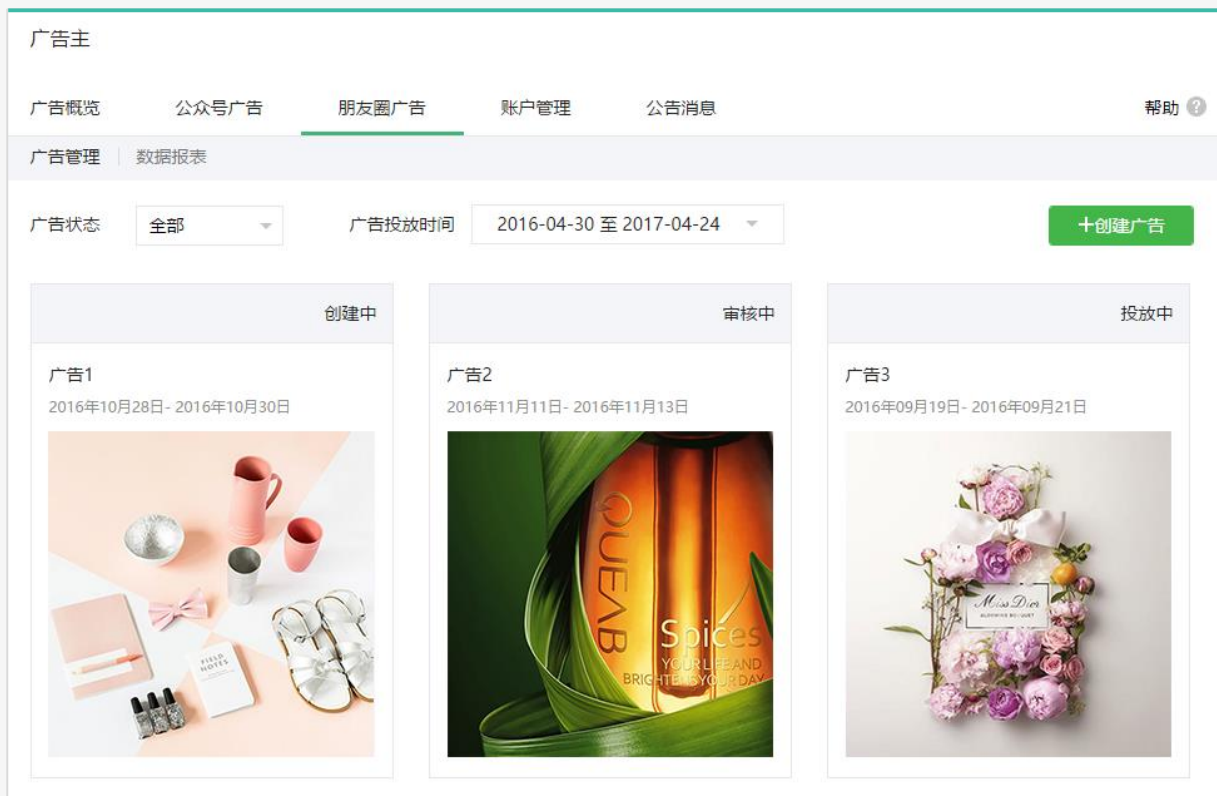
点击左侧功能面板“推广”的“广告主”标签

3 ▶ 进入“朋友圈广告”管理系统

点击“广告主”下方的“朋友圈广告”



广告投放指引 投放入口



微信公众平台-朋友圈广告管理系统

提供广告管理、报表统计等一系列功能的朋友圈广告自助管理平台

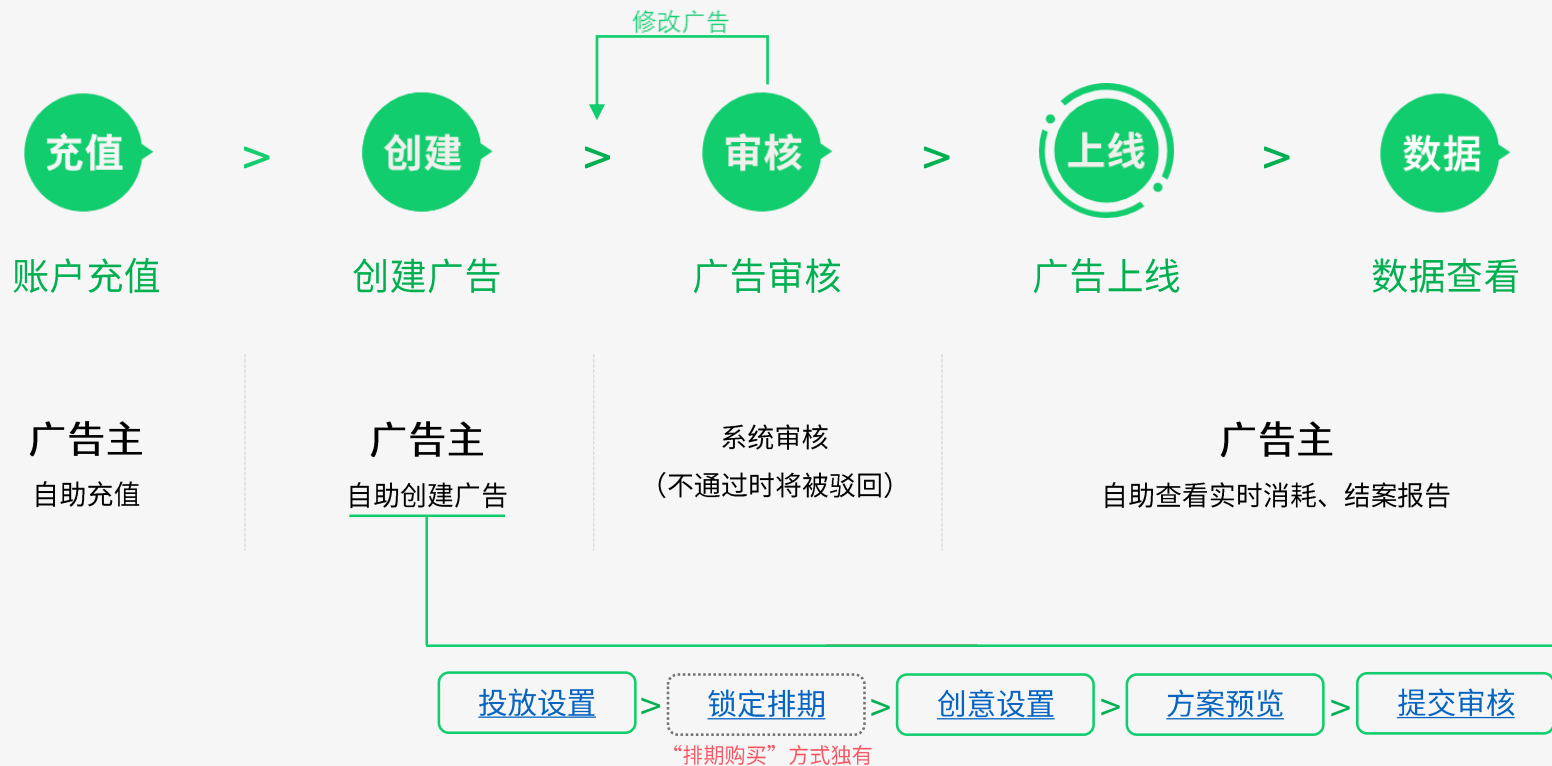
广告管理：主要用于创建广告、查看历史广告、查看广告详情

数据报表：主要用于查看排期购买的广告结案报告。

广告投放指引 投放流程

投放一条朋友圈广告上线，须经历以下步骤：

* 点击可直接跳转对应指引



广告投放指引 财务充值



1 ▶

“账户管理” 进入 “财务管理” 页面
点击 “充值” 按钮，进入充值页面



2 ▶

“充值方式” 选择页面
充值支持微信支付、网银支付和银行转账充值

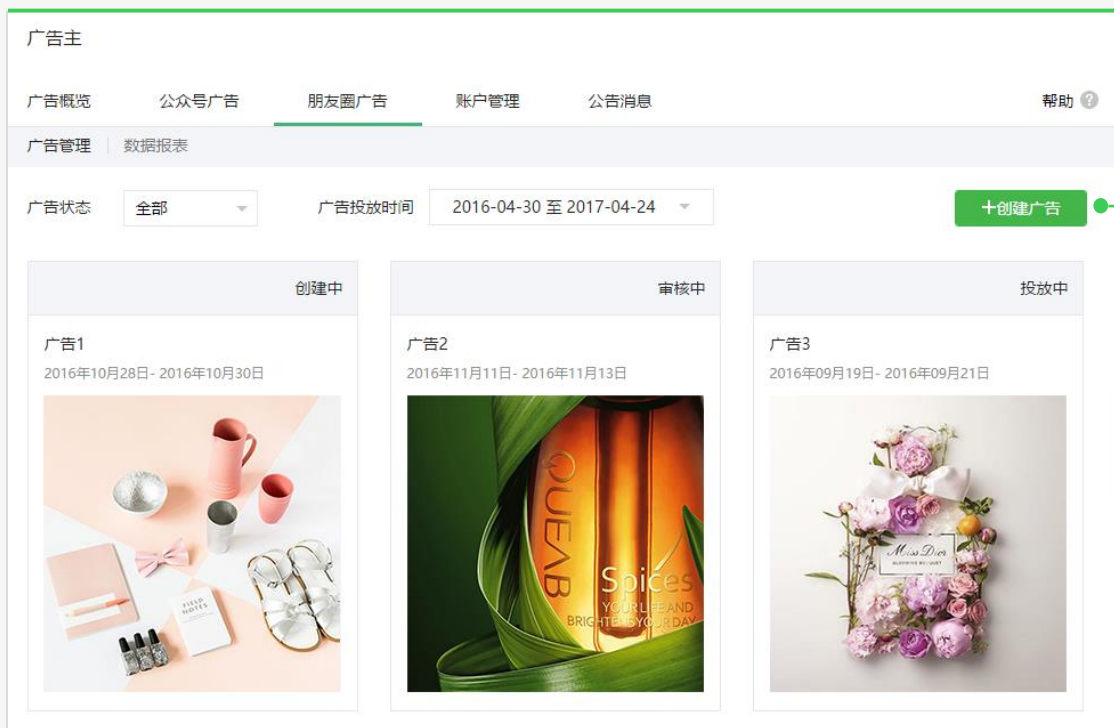
微信支付：通过微信扫码支付，实时到账。

网银支付：通过网上银行支付，实时到账。

银行转账：通过银行直接转账，预计3个工作日左右到账。

广告投放指引 创建广告

- 1 ▶ “广告管理” 进入 “创建广告” 页面
点击 “创建广告” 按钮，进入 “推广目标” 选择窗口



- 2 ▶ “推广目标” 选择窗口
选择 “公众号推广”，点击 “确定” 按钮，进入 “广告计划” 设置页面



广告投放指引 创建广告

创建广告 使用说明

1. 广告计划设置 推广目标、广告类型、购买方式

2. 投放设置 投放时间、人群定向、预算

3. 创意设置 广告素材和详情页

4. 预览并提交 信息确认和广告预览

推广目标 公众号推广 — 微信广告助手

广告类型 广告创意的表现形式，[如何选择广告类型？](#)

图文广告 朋友圈信息流中，通过图片传达你的广告创意

视频广告 朋友圈信息流中，通过视频循环播放增强广告印象，单次投放20万元起

购买方式

排期购买 预定未来2至28天的目标人群，广告曝光单价由投放地域决定，单次投放5万元起 [详情](#)

竞价购买 灵活设置向目标人群投放广告的时间，通过设置的广告曝光单价和广告质量，与其他客户竞争广告展现机会 [详情](#)

广告名称 0/30

名称仅用于广告管理，不对用户展示

[下一步](#)

3 ▶ “广告计划设置”

选择广告类型和购买方式，并为该条广告设置广告名称

广告类型：选择广告创意的展现方式，[图文广告](#) 和 [视频广告](#) 两种可选

购买方式：选择广告的购买方式，[排期购买](#) 和 [竞价购买](#) 两种可选

广告名称：可按需设置，仅用于广告管理，不对用户展示

下一步：点击，即可进入广告“投放设置”页面

*不同的广告类型和购买方式的组合，需设置不同的参数

广告投放指引 创建广告（排期购买）

创建广告 使用说明

1. 广告计划设置 推广目标、广告类型、购买方式

2. 投放设置 投放时间、人群定向、预算

3. 创意设置 广告素材和详情页

4. 预览并提交 信息确认和广告预览

上线时间 2016-11-11 10:00

结束时间 2016-11-15 24:00

投放人群 1 收起 删除

地域 已选结果 清空
核心城市

+ 添加城市

年龄 17岁 - 45岁

性别 全部 男 女

兴趣 + 选择广告投放的用户潜在兴趣

更多人群信息

再营销 不适用 自定义

排除营销 不适用 自定义

添加更多排除选项，可排除更多用户。

已关注你的公众号

曾领取你的微信广告卡券

曾对你的微信广告感兴趣

投放金额设置

查询可消耗金额 设置投放预算前，请根据已选择的投放人群查询可消耗金额

城市	所选城市现可消耗	预算	预计曝光量	操作
其他城市(339)	--	元	0千次	自定义分配

核心城市：150元/千次曝光；重点城市：100元/千次曝光；其他城市：50元/千次曝光

添加其他投放人群 如果需要给不同人群分配预算，可选择添加一组人群

目标总预算(元) 0 目标总曝光量(千次) 0

上一步 下一步

4

“新建广告” - “投放设置”

设置投放时间、投放人群、投放金额等参数。

上线时间：填写上线日期，可填写首日上午上线时间

结束时间：填写广告结束投放时间

广告当前支持投放12个小时到5个自然日。

基础人群定向信息：

按照地域、年龄、性别、兴趣标签等四项维度设置目标人群。

地域：可支持选择地级市以上城市（*若通投，可不选择）

年龄：支持选择 13~60 岁间的任意年龄段

性别：支持选择全部、男、女

兴趣标签：当前提供18个一级兴趣标签，183个二级标签供选择

更多人群定向信息：

提供学历、婚恋状态、手机系统、联网环境等条件可选

再营销&排除营销：

可针对已关注公众号、领取过该公众号广告卡券和对该公众号的广告感兴趣进行再营销推广和排除营销推广。

*默认选中排除“已关注你的公众号”，可自行选择取消。

投放金额设置&查询可消耗余额

基于所选的城市&定向条件，查询最大可消耗库存

支持分档设置投放预算；总预算值不得低于5万元

支持自定义分配每个城市的独立预算

设置好预算值后，请点击“查询可消耗金额”，确认排期是否可支持

添加投放人群：最多可设置10个广告投放人群设置，精准化设置预算

下一步：点击进入广告“锁定排期”页面

广告投放指引 创建广告（排期购买）

锁定预算

将锁定账户金额 50,000元，预定你的广告排期

排期时间：2016-12-14 10:00- 2016-12-16 24:00
目标曝光量：566千次

锁定后如要修改排期
2016-12-14 08:00之前，你可以根据需求自由修改广告排期；

锁定后如要取消排期
2016-12-14 08:00之后，你将无法修改排期，如有需要可取消排期。多次临时取消排期将会影响你的广告信用；
2016-12-14 10:00之前，你可以根据需求自由修改广告方案，方案若未审核通过，广告将无法按时投放，多次审核未通过而延期或取消投放，将会影响你的广告合作信用。

4 ▶ 锁定排期

若购买方式选择“排期购买”，将进入“锁定预算”环节。基于投放设定的投放人群、投放时间、预算等排期信息，在广告主账户内有足够的金额时，可提前锁定排期。（如当前账户余额不足，将提醒充值，或者跳过“锁定排期”）

排期信息：根据广告主的投放设置生成的排期和预估曝光量、消耗金额

修改排期：
排期锁定后，距离上线时间2个小时之前，都支持修改。距离上线时间不足2个小时的，仅支持取消排期。

取消排期：
排期锁定后，支持取消排期。

*距离上线时间不足2个小时的广告排期做临时取消的，或由于方案未通过审核导致广告无法正常上线而取消的行为，将影响该公众号的广告合作信用。

锁定：点击，系统会冻结账户内的投放金额并提交排期申请。可先进入到“方案编辑”环节。

暂不锁定：点击，跳过“排期锁定”，进入到“方案编辑”环节（完成创建后，可再进行锁定排期操作）。

广告投放指引 创建广告（竞价购买）

创建广告

1. 广告计划设置
推广目标、广告类型、购买方式

2. 投放设置
投放时间、人群定向、预算

3. 创意设置
广告素材和详情页

4. 预览并提交
信息确认和广告预览

使用说明

上线时间 2016-12-01 10:00

结束时间 2016-12-03 24:00

投放人群 1 收起 删除

预计最大日曝光量 2,496,000

地域 已选结果 清空
安徽
+ 添加城市

年龄 18岁 - 60岁

性别 全部 男 女

兴趣 + 选择广告投放的用户潜在兴趣

更多人群信息

再营销 不启用 自定义

排除营销 不启用 自定义
添加更多排除选项，可排除更多用户。
 已关注你的公众号
 曾领取你的微信卡券
 曾对你的微信广告感兴趣

投放金额设置

出价 元/千次曝光
出价范围30~200元/千次曝光

每日预算 元/天
每日预算1,000~10,000,000元/天

添加其他投放人群 如果需要给不同人群分配预算，可选择添加一组人群

上一步 下一步

4

“新建广告” - “投放设置”

设置投放时间、投放人群、投放金额等参数。

上线时间：填写上线日期，可填写首日上线时间

结束时间：填写广告结束投放时间

广告当前支持投放12个小时到5个自然日。

基础人群定向信息：

按照地域、年龄、性别、兴趣标签等四项维度设置目标人群。

地域：可支持选择地级市以上城市（*若通投，可不选择）

年龄：支持选择13~60岁间的任意年龄段

性别：支持选择全部、男、女

兴趣标签：当前提供18个一级兴趣标签，183个二级标签供选择

*右侧为当前定向下最大可达的曝光量

更多人群定向信息：

提供学历、婚恋状态、手机系统、联网环境等条件可选

再营销&排除营销：

可针对已关注公众号、领取过该公众号广告卡券和对该公众号的广告感兴趣进行再营销推广和排除营销推广。

*默认选中排除“已关注你的公众号”，可自行选择取消。

投放金额设置

支持自定义设置出价，最低为30元/千次曝光

支持按需每日预算，最低为1000元起

*广告首次投放，建议出价37~45元；投放稳定后，可按需下调出价。

添加投放人群：最多可设置10个广告投放人群设置，精准化设置预算

下一步：点击进入“创意设置”环节

广告投放指引 创建广告



5 ▶ “新建广告” - “选择广告展现形式”

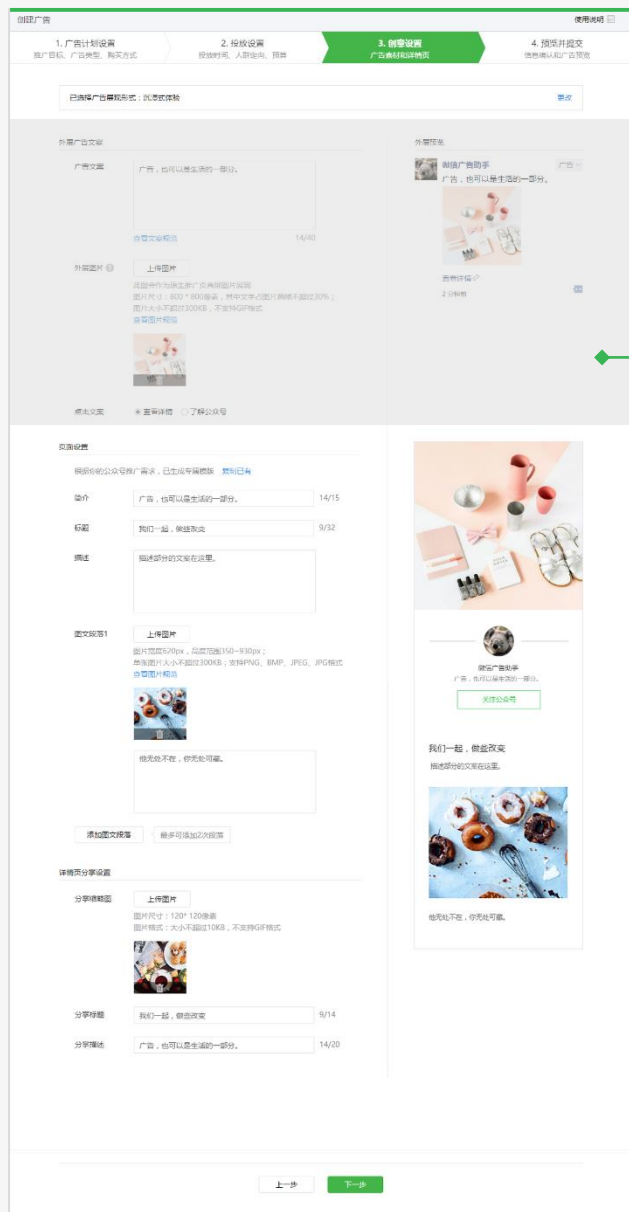
设置广告展现形式。

沉浸式体验: 用户点击广告图片, 可以直接进入到原生推广页。
适合具备素材设计能力, 需要向用户阐述更多要点的广告主使用。
需设置广告文案、广告图片和原生推广页模板内容。

常规体验: 用户点击“查看详情/了解公众号”链接, 可进入公众号主页
适合需快速创建广告, 无需过多跳出路径的广告主使用
需设置广告文案、广告图片

使用该形式: 点击, 即可进入广告“素材&详情页”设置页面

广告投放指引 创建广告（沉浸式体验）



6 “新建广告” - “创意设置”

设置广告外层素材、原生推广页等素材。



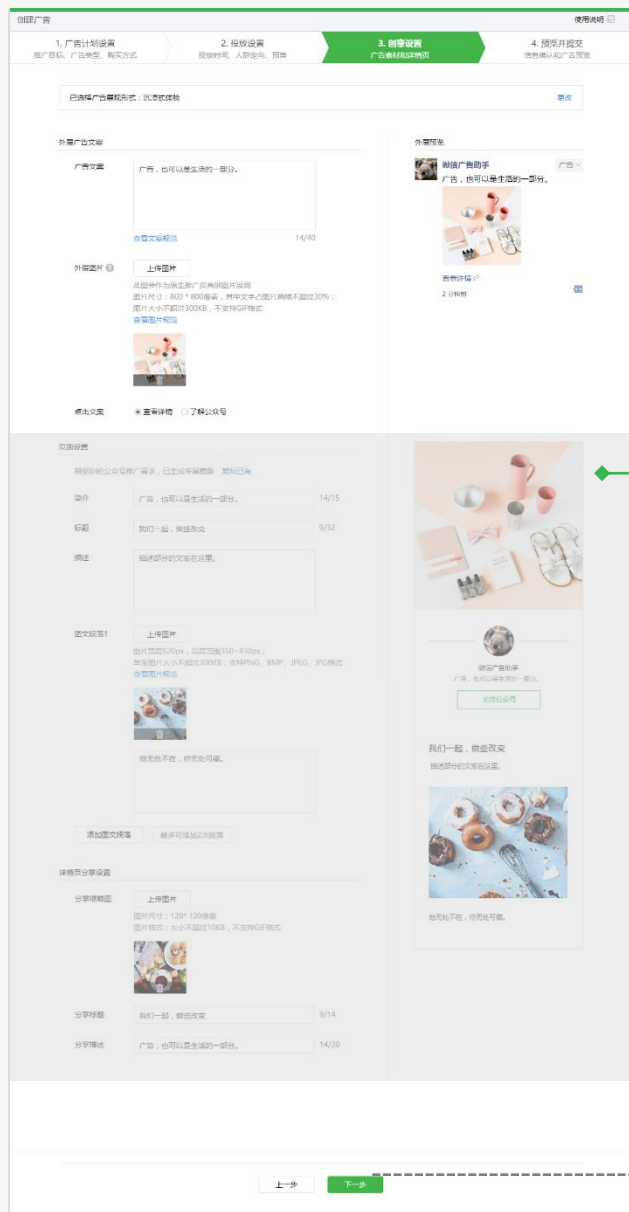
外层预览
基于所设置的广告文案&图片实时预览效果

广告文案
最多支持配置40个汉字（含标点符号）
[详细规范](#)

广告图片
图片尺寸要求为800px * 800px

点击文案：
可选择“查看详情”&“了解公众号”
详情页仅支持跳转当前公众号的
“公众号主页”

广告投放指引 创建广告（沉浸式体验）



6 “新建广告” - “方案编辑”

设置广告外层素材、原生推广页等素材。

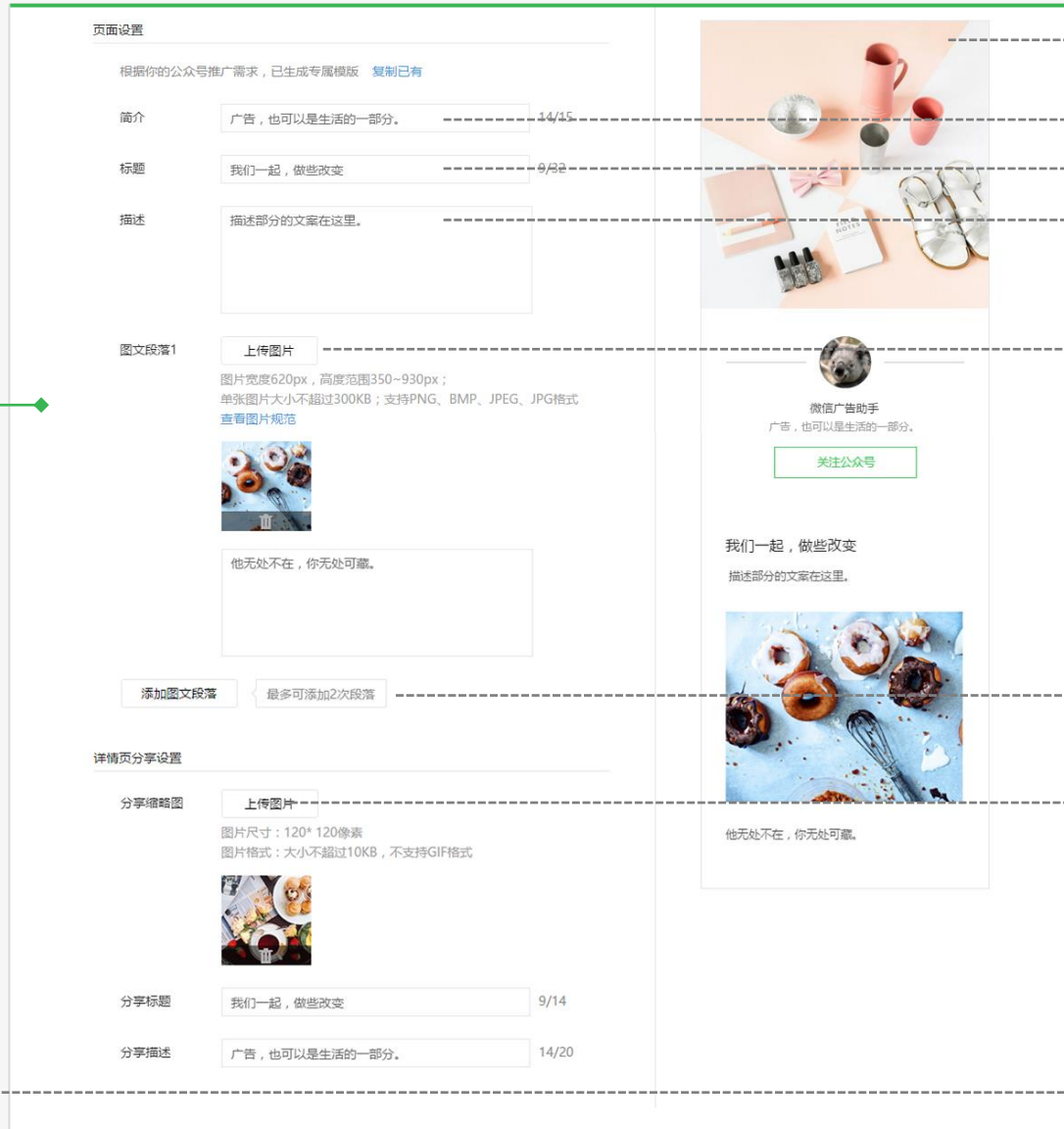
- ▶ **页面预览**
基于所设置的文案&图片实时预览效果
- ▶ **简介**: 简要介绍公众号, 15个字以内
- ▶ **标题**: 推广页的主标题, 12个字以内
- ▶ **描述**: 推广页的内容主描述, 非必填

▶ **图文段落**:
用于分段描述推广页内容
支持图片+文案段落的组合。

▶ **添加图文段落**:
最多可添加2次
(即最多支持展示3个图文段落)

▶ **分享设置**:
需上传分享图片, 设置分享标题&描述

▶ 下一步: 点击, 进入“预览并提交”页面



广告投放指引 创建广告（常规体验-图文广告）

创建广告

1. 广告计划设置
推广目标、广告类型、购买方式

2. 投放设置
投放时间、人群定向、预算

3. 创意设置
广告素材和详情页

4. 预览并提交
信息确认和广告预览

已选择广告展现形式：常规体验 [更改](#)

外层广告文案

广告文案

广告, 也可以是生活的一部分。

[查看文案规范](#) 14/40

外层图片

[上传图片](#)

图片尺寸(三选一)：800*640像素、640*800像素、800*800像素；
图片格式：大小不超过300KB，不支持GIF格式，其中文字占图片篇幅不超过30%；
[查看图片规范](#)

外层预览

微信广告助手 广告

广告, 也可以是生活的一部分。

[了解公众号](#)
2分钟前

点击文案

查看详情 了解公众号

详情页类型

公众号详情页

[上一步](#) [下一步](#)

6 “新建广告” - “创意设置”

设置广告素材、详情页跳转等参数。

外层预览：基于所设置的广告图片&文案，生成的广告外层预览。

广告文案：编辑广告外层文案，最多支持配置40个汉字（含标点符号）
[详细规范](#)

广告图片：设置广告外层图片，当前仅支持配置1张图片
[详细规范](#)

点击文案&详情页类型：
点击文案可按需选择“查看详情” & “了解公众号”
详情页仅支持跳转当前公众号的“公众号主页”

下一步：点击，即可进入广告“预览并提交”页面

广告投放指引 创建广告（常规体验-视频广告）

创建广告

1. 广告计划设置
推广目标、广告类型、购买方式

2. 投放设置
投放时间、人群定向、预算

3. 创意设置
广告素材和详情页

4. 预览并提交
信息确认和广告预览

使用说明

外层广告文案

广告文案
广告，也可以是生活的一部分。
14/40

查看文案规范

外层预览

微信广告助手
广告，也可以是生活的一部分。
了解公众号

缩略视频

6秒视频 15秒视频

上传视频

外层缩略视频帮助你吸引潜在用户，详细规范。

视频封面

上传图片

图片尺寸：480*360像素
图片格式：大小不超过100KB，不支持GIF格式

点击文案

查看详情 了解公众号

详情页类型

公众号详情页

提供完整视频，让感兴趣的用户了解更多

完整视频设置

完整视频

上传视频

外层缩略视频帮助你吸引潜在用户，详细规范。

分享缩略图

上传图片

图片尺寸：120*120像素
图片格式：大小不超过10KB，支持jpg、jpeg和png格式

分享文案

广告，也可以是生活的一部分。
14/28

上一步 下一步

6 “新建广告” - “创意设置”

设置广告素材、详情页跳转等参数。

外层预览：基于所设置的广告图片&文案，生成的广告外层预览。

广告文案：编辑广告外层文案，最多支持配置40个汉字（含标点符号）
[详细规范](#)

缩略视频：支持配置6秒视频或15秒视频
需按照[参数规范](#)输出视频素材

视频封面：支持上传视频封面，在缩略视频未播放时展示

点击文案&详情页类型：点击文案可按需选择“查看详情” & “了解公众号”
详情页仅支持跳转当前公众号的“公众号主页”

完整视频：勾选后可选配置最长达300秒的完整视频

分享设置：
需上传分享图片，设置分享文案

下一步：点击，即可进入广告“预览并提交”页面

广告投放指引 创建广告

创建广告 使用说明

1. 广告计划设置
推广目标、广告类型、购买方式

2. 投放设置
投放时间、人群定向、预算

3. 创意设置
广告素材和详情页

4. 预览并提交
信息确认和广告预览

基本信息 编辑

广告名称：1111

推广目标：公众号推广 — 微信广告助手

广告类型：图文广告

购买方式：竞价购买

投放时间：2016-12-01 10:00 至 2016-12-03 24:00

投放人群

单价：50元 每日预算：60,000元

年龄：18-60 性别：全部

地域：福建

婚姻状态：单身

排除营销：已关注你的公众号

外层预览

微信广告助手 广告

广告，也可以是生活的一部分。



了解公众号 [了解公众号](#)

2 分钟前

上一步 预览 **提交**

7 ▶ “新建广告” - “预览并提交”

对基本信息、投放人群、外层预览进行确认
可点击“预览”按钮，手机扫码体验
确认无误后，点击“提交”广告进入系统审核



预览：
可生成demo二维码（1小时有效时间）
使用微信扫描后可在手机侧直接体验
*预览时，公众号头像和昵称、关注按钮点击反应

广告投放指引 创建广告



广告已提交审核

广告审核结果2个工作日内反馈，审核通过的广告将按期自动上线



扫码绑定微信广告助手，可实时接收审核通知

如已绑定，则无需重新扫码

平台将在2个工作日内对广告进行审核，并反馈审核结果！

审核通过后，广告将进入“待投放”，投放时间到后，广告直接上线，无需另行操作。
审核不通过，广告将被驳回，广告主可自行查询驳回结果，并按要求修改再度提交审核

广告状态	示意
审核中	广告完成提交，等待平台审核
待投放	广告通过审核，未到预定投放时间
投放中	广告正在投放中
暂停投放	由广告主主动暂停广告投放
投放结束	广告已结束广告投放
未通过	广告未通过审核，被驳回

广告投放指引 其他设置



修改投放设置: 竞价广告可修改广告投放时间、出价、日预算等参数

修改方案: 广告通过后上线前支持修改广告方案创意, 修改后“提交”将重新进入审核。
*为保证广告正常上线, 建议在广告通过审核后, 尽量减少广告修改

白名单投放: 支持配置投放白名单, 白名单用户在广告上线后可收取到该条广告
最多支持配置50个白名单。
须输入白名单用户的微信号ID (注意大小写), 不支持手机号、QQ号。
*白名单用户必须先关注投放广告的公众号

广告投放指引 查看数据

广告主

广告概览 公众号广告 朋友圈广告 账户管理 服务商授权 公告消息 帮助

广告管理 数据报表

广告管理 / 广告详情

当前状态 投放中 [修改广告](#) [白名单投放](#) [更多操作](#)

投放时间 2016-12-01 10:00 至 2016-12-03 24:00

购买方式 竞价购买

广告类型 图文广告

广告名称 1111

推广目标 公众号推广

推广计划ID 1602429743



投放人群

单价: 36元 每日预算: 100000元
年龄: 27-40 性别: 女
地域: 安徽, 广东, 河北, 江苏, 四川, 浙江
兴趣: 旅游, 金融, 汽车, 房产, 家居...等9个兴趣
手机系统: Android 系统
排除营销: 已关注你的公众号

数据每小时更新, 以下数据截止 2016-11-30 15:00 前

核心数据		
总曝光(次)	总花费(元)	关注量(次)
90924	1187.52	174

互动数据		
详情查看量	图片点击量	点赞评论量
298	833	34

实时数据查看：可用于查看投放中的广告的实时数据。（数据一般滞后1~2个小时）

数据每小时更新, 以下数据截止 2016-11-30 15:00 前

核心数据		
总曝光(次)	总花费(元)	关注量(次)
90924	1187.52	174

互动数据		
详情查看量	图片点击量	点赞评论量
298	833	34

广告，也可以是生活的一部分。

