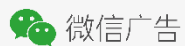


微信公众号广告新产品能力及品牌广告玩法

2018 Q2



1

微信公众号广告新产品能力

基础介绍 · 平台数据

10亿

月活跃

微信 & WeChat
月合并活跃用户数

15~40岁

用户年龄

微信用户年龄主要集
中于15-40岁

93%

渗透率

一线城市渗透率
覆盖核心用户群体

2000w

+

公众号数量

微信公众平台
已开通大量优质公众号

30亿+

文章 PV

微信公众平台
图文消息阅读量巨大

基础介绍 · 平台数据



海量用户

几乎覆盖全量中国移动互联网用户



精准触达

所有定向以人为单位，有效触达每一个目标用户



闭环生态

基于平台生态，提供公众号关注、跳转小程序、卡券发放、LBS 等闭环解决方案



系统化投放工具

平台提供完善、可视化的效果评估数据，助力广告主跟踪分析投放情况

平台产品的每一次优化，都致力于为广告运营者提供最佳的运营手段。

基础介绍 · 什么是微信公众号广告



微信公众号广告是一个基于微信公众平台，可提供给广告主多种广告形式，并利用专业数据处理算法实现成本可控、效益可观、精准触达的广告投放系统。

目前，公众号广告支持底部广告、视频贴片广告、互选广告和文中广告四个广告资源的投放。

基础介绍 · 什么是微信公众号广告



- ✓ 推广品牌活动
- ✓ 推广商品
- ✓ 推广应用
- ✓ 推广公众号
- ✓ 派发优惠券
- ✓ 收集销售线索



- ✓ 推广品牌活动
- ✓ 推广应用
- ✓ 推广公众号
- ✓ 收集销售线索



- ✓ 推广品牌活动



- ✓ 推广品牌活动
- ✓ 推广商品



- ✓ 推广品牌活动
- ✓ 推广商品
- ✓ 推广应用
- ✓ 推广公众号

公众号广告新能力 · 流量位置多元化

■ 文中广告

广告位置：

微信公众号文中广告，出现在公众号文章内容中，具体展现位置由流量主决定。

类目推广能力：



推广品牌活动

品牌宣传或活动推广



推广我的商品

推广商品或线上商城

* 目前仅支持落地页为小程序的品牌推广及商品推广，更多类型开放中

竞价购买：按 **CPC 扣费**，实际扣费与广告出价和广告质量有关



公众号广告新能力 · 流量位置多元化

■ 小程序广告

广告位置：

广告位在小程序页面内，由小程序流量主决定实际播放位置，流量场景丰富多样。

类目推广能力：



推广品牌活动
品牌宣传或活动推广



推广我的商品
推广商品或线上商城



推广我的公众号
推广订阅号及服务号



推广我的应用
推广安卓或 iOS 移动应用

竞价购买：按 **CPC 扣费**，实际扣费与广告出价和广告质量有关



小程序广告位示意图

公众号广告新能力 · 投放目标精细化

■ 支持销售线索收集推广目的

针对需要收集表单信息的推广目的，如获取试驾、免费试听、在线报名等新增支持销售线索推广目的。

- 利用H5收集线索信息
- 通过微信广告原生推广页中的表单组件收集线索信息（即将上线）；

投放目标更精细，针对投放目标提供更精细化的运营支持。

支持底部广告位



表单收集

称呼

姓名

手机

☒ 同意提交个人信息，参与本次活动。

免费获取

公众号广告新能力 · 效果投放智能化

■ 公众号oCPA功能

公众号oCPA是一种出价方式：设定优化目标 - 设定出价 - 点击扣费。根据客户实际推广需求，选择相应的优化目标进行投放。广告系统根据优化目标和愿意为每一次优化目标达成支付的出价，智能优化，实时竞拍，尽量触达符合目标的用户。

公众号oCPA按点击次数收费，已支持底部广告

类目推广能力：



公众号推广

推广订阅号及服务号



电商推广

推广商品或线上商城



移动应用推广

推广安卓或iOS移动应用

优化目标 ?

获得更多关注量

出价方式

☐ CPC ? ☒ oCPM ?

出价

元/关注

出价范围0.50~400元/关注

推广目标	优化目标	公众号 oCPM		
		出价方式	历史投放数据要求	历史投放数据统计维度
移动应用推广 -iOS 应用	获得更多激活量	激活	最近 3 天，平均每天竞价广告的激活量大于 30，单天最小激活量大于 10，且移动应用激活 API 稳定回传数据	同一广告主账户、服务商、推广目标、Apple ID
移动应用推广 - Android 应用	获得更多下载量	下载	最近 3 天，平均每天竞价广告的下载量大于 30，单天最小下载量大于 10	同一广告主账户、服务商、推广目标、腾讯开放平台 ID
公众号推广	获得更多关注量	关注	最近 3 天，平均每天竞价广告的关注量大于 30，单天最小关注量大于 10	同一广告主账户、服务商、推广目标
电商推广	获得更多下单量	下单	最近 3 天，平均每天竞价广告的下单量大于 30，单天最小下单量大于 10，且下单 API 稳定回传数据	同一广告主账户、服务商、推广目标

公众号广告新能力 · 数据能力自助化

■ 自定义人群功能

帮助广告主精准触达定向人群和排除特定人群

广告主可使用自定义人群定向功能进行精准的广告投放。具体使用方法为：

- 广告主在MP投放端的“人群管理”界面内上传号码文件，并等待号码文件生效，从而创建自定义人群。
- 创建广告时使用自定义人群定向功能，并选择“定向人群”或“排除人群”，从而使用号码文件进行精准投放。

目前自定义人群投放仅支持底部竞价广告、文中广告及小程序广告。

自定义人群

☐ 不启用

☒ 自定义

定向人群

选择人群

排除人群

选择人群

新建人群

人群类型

号码文件

通过上传用户号码数据文件的方式创建人群

数据类型

☒ QQ号码

☐ 手机号

☐ 手机号-MD5

☐ IDFA

☐ IDFA-MD5

☐ IMEI

☐ IMEI-MD5

☐ OPEN-ID

QQ号格式要求5-12位，纯数字组成

文件上传

选择本地号码文件

文件内容规范：每行只能有一个数据，不能有空格或其他字符
文件内容规范：仅英文与数字及横线，不能含中文与特殊字符
文件格式规范：只支持txt
文件大小规范：最大支持1G上传

上传并创建

公众号广告新能力 · 总结



流量位置 多元化

- ✓ 互选广告
- ✓ 文中广告
- ✓ 小程序广告位



投放目标 精细化

- ✓ 电商推广
- ✓ 销售线索推广



效果投放 智能化

- ✓ 微信广告再营销
- ✓ 公众号推广智能推荐
- ✓ 公众号广告oCPA



数据能力 自助化

- ✓ 自助数据报表
- ✓ 互选广告结案报告
- ✓ 自定义人群

2

公众号广告品牌新玩法

基础介绍 · 品牌广告流量资源



微信公众号广告是一个基于微信公众平台，可提供给广告主多种广告形式，并利用专业数据处理算法实现成本可控、效益可观、精准触达的广告投放系统。

- 底部广告、互选广告和视频贴片广告均支持排期投放。
- 底部广告丰富的推广目的支持品牌多元化的营销诉求。

基础介绍 · 品牌广告流量资源

■ 底部广告丰富广告样式及推广目标

* 推广公众号

1. 关注卡片

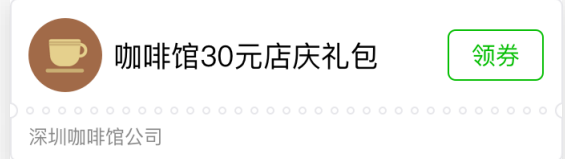


2. 图片卡片



* 派发优惠券

1. 卡券卡片



* 推广品牌活动

1. 图文



2. 图片



3. 优雅大图



* 推广商品

1. 图片



2. 图片（微信小程序）



3. 微信小店卡片



* 推广移动应用

1. 图片



2. 下载卡片



3. 文案卡片



注：若为小程序落地页，广告样式右下角会带有小程序icon

解决方案 – I 组合投放 · 微信生态内多场景触达，全面提升品牌影响力



公众号互选广告

大号背书 → 概念预热



朋友圈广告

社交互动 → 引爆圈层



公众号优雅大图/视频贴片等

长效曝光 → 品效合一

↑ 影响力提升

多场景触达用户，可帮助加深品牌印象，大大提升用户对品牌的好感和参与度

*源自第三方机构brand lift研究

组合投放 – 宝马·朋友圈广告+互选广告



车展前期预热：互选广告



车展当天引爆：朋友圈广告

互选广告+朋友圈广告双管齐下，效果全面提升

- 全新BMW 5系车主故事营销，需要深度沟通并给用户时间消化
- 车展前期通过互选广告与13个行业大号合作预热，在相关语境下精准触达各行业人群，充分利用KOL号召力进行情感背书
- 车展期间复用互选广告数据，并搭配潜在客户、特征人群，通过朋友圈广告再次触达，迅速引爆，短时间内收获大量曝光与互动

9000w⁺
品牌曝光

200⁺%
双重曝光人群关注度提升*

*双重曝光人群指互选广告及朋友圈广告双重曝光
数据源自第三方brand lift研究

组合投放 – 雅诗兰黛 · 朋友圈广告+优雅大图

ESTÉE LAUDER
雅诗兰黛

广告



想要肌肤纯透亮？
雅诗兰黛高纯红石榴系列，专研黯沉，专
长排浊提亮！快来申领吧！

5分钟前

ESTÉE LAUDER
雅诗兰黛

广告



全新高纯深海藻系列
净化微杂质，肌肤纯净细腻！申领试用和
华晨宇一起做纯净的自己！

8分钟前

ESTÉE LAUDER
雅诗兰黛

广告



全新倾慕哑光唇膏
哑而不干，颠覆想象！看杨幂如何演绎2
种时髦质感？

丝绒哑光 金属哑光

9分钟前

新品首发：朋友圈广告



ESTÉE LAUDER
雅诗兰黛

全新 高纯红石榴系列
专研黯沉 专长排浊
肌肤纯透亮

即刻申领试用



活动推广



ESTÉE LAUDER
雅诗兰黛

全新 高纯专效深海藻系列
再见微杂质
做纯净的自己

即刻申领试用



活动推广



ESTÉE LAUDER
雅诗兰黛

全新倾慕哑光唇膏
哑而不干

GET杨幂同款



活动推广

长效曝光：优雅大图

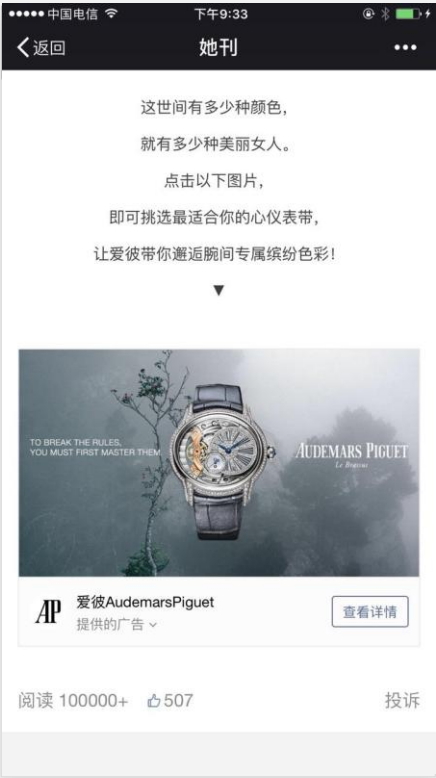
朋友圈+优雅大图组合投放，成本显著下降

- 组合策略：朋友圈集中爆发优质沉淀TA用户，用于优雅大图长效曝光的重复触达。同时优雅大图的曝光可继续沉淀TA用户成为独有数据资产，用于下一轮投放；
- 定制数据：针对不同产品线，挖掘兴趣人群+历史正向互动人群；
- 转化工具：表单收集Leads
- 雅诗兰黛在常规投放中固化了使用朋友圈广告+优雅大图组合的模式。

60% ↓
客咨收集成本下降

15+
复投次数

组合投放 – 爱彼 · 互选广告+公众号关注广告



内容传递：互选广告



长效加粉：公众号关注广告

互选广告+公众号关注组合投放，成本显著下降

- 钟表首饰单品价值较高，可通过内容及粉丝关注进一步影响目标用户，有效提升品牌好感度并促进销售转化
- 爱彼选择专注女性独立生活方式的视觉志旗下公众账号她刊进行合作；从独立女性特质的明星故事切入，通过关于女性的不同色彩的一千种美的可能，落地为爱彼定制腕表所代表的现代独立女性向往的美丽，深入阐释品牌内涵。底部公众号关注广告长效为品牌积累粉丝，进一步转化目标人群。

12%⁺

互选广告点击率

1.5_w

新增粉丝

解决方案 – II 数据赋能 · 助力品效合一

通过深度挖掘，可在海量数据中定位八大人群，实现精准触达



腾讯系社交、支付、娱乐、搜索、LBS等数据 + 第三方合作伙伴数据库*

决策人群	相似人群	帮助决策人群	情景人群	热点人群	利益相关人群
品牌CRM数据/ 公众号粉丝/ 历史正向互动 人群等	与决策人群特 征相似的群体	决策人关系链， 包括密友/亲 人/同学及同 事	特定职业/状 态/地理位置 的人群	明星/活动粉 丝/热点追随 者等	同业/媒体等 人群

*第三方合作伙伴包括但不限于：易车、搜狗等

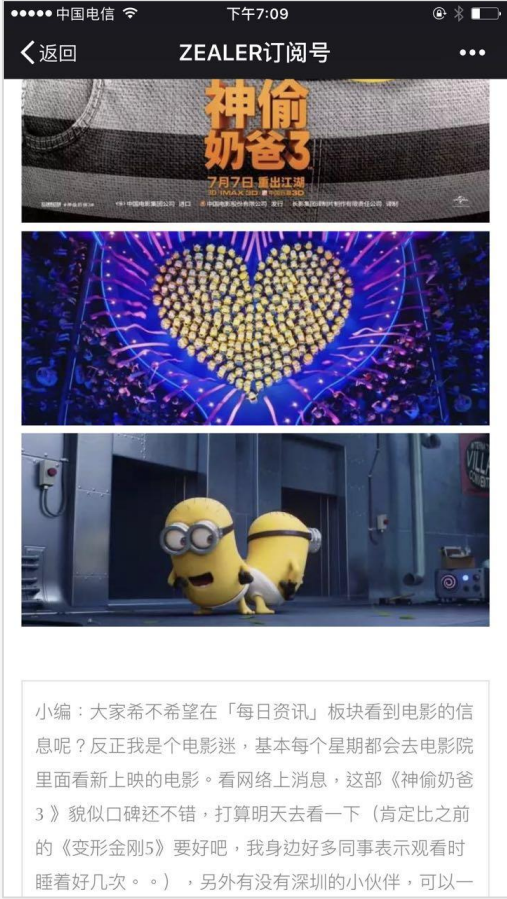
京东购物行为数据**

已购人群	潜客人群
已购买同品类 / 相关品类 / 本 品牌商品等人 群	搜索 / 浏览 / 关注 / 待下单 等人群

**仅京腾计划适用

备注：单笔预算达到门槛方支持深度数据挖掘，详情请咨询运营经理

数据赋能 – ofo小黄车 · 互选大数据公众号推荐引爆社交网络



互选大数据公众号推荐，广告推荐模式引爆社交网络

- ofo小黄车在流量主选择上，善用大数据能力，推荐白领出行方式关联度更高的KOL进行合作，视频素材表现力更强，活动效果更优。
- 科技互联网、影视娱乐、生活文学多行业流量主联合发声，有趣的广告形式带动KOL变身自来水，广告推荐也能引爆社交声量，广告推荐平均点击率高达7.13%。

7 %⁺

互选广告点击率

2.4元

点击成本

互选广告- 广告推荐

数据赋能 – 科颜氏 · 挖掘人群精准定向，点击率行业TOP1



走心创意，玩转优雅大图，赢得用户点击

- 科颜氏Kiehl's启动冬季campaign，利用优雅大图的大图样式优势，玩转素材创意，广告极具特色及设计感，实力吸引用户注意力，提升广告转化及品牌好感度；
- 一波campaign中的四个素材分别对应「极限运动」「度假」「护肤」「美妆」四个主题，依据素材主题广告主进行人群挖掘定向目标人群，实现投放期间点击率全行业第一的优异表现。

0.02元

平均触达成本

Top 1

点击率在行业内排名

公众号优雅大图

解决方案 – III 善用基础能力 · 迅速达成营销目标

适用于微信广告全套定向，可在系统上轻松查看其定义及覆盖人群数量，便捷下单

投放人群基本信息

性别

☒ 全部

☐ 男

☐ 女

年龄

☒ 全部

☐ 自定义

地域

已选结果

全部

清空

+ 添加城市

兴趣

☒ 全部

☐ 自定义

用户学历

☒ 全部

☐ 自定义

婚姻状态

☒ 全部

☐ 自定义

再营销

☒ 不启用

☐ 自定义

添加越多再营销选项，可覆盖越多用户。

排除营销

☒ 不启用

☐ 自定义

添加越多排除选项，可排除越多用户。

兴趣标签定向

来源于腾讯产品用户行为路径大数据分析定义的标签

18 个一级标签

教育、旅游、金融、汽车、房产、家居、服装、餐饮美食、生活服务、商务服务、美容、数码家电、体育运动、医疗健康、孕产育儿、箱包、腕表、鞋靴、配饰、政法、奢侈品、饮料酒水、互联网、娱乐休闲

124 个二级标签

↑ 效率提升

善用基础能力 – Beats · 再营销精准触达，广告点击率显著提升

挖掘目标人群，善用平台能力，实现精准触达



公众号优雅大图

- Beats邀请「鲜肉」偶像吴亦凡作为品牌代言人，通过微信广告提供的人群挖掘能力，精准找到嘻哈、吴亦凡粉丝、Beats品牌相关人群进行广告触达；
- 通过微信广告自助投放端上的「再营销功能」，对Beats公众号粉丝及历史广告正向互动人群进行触达，使得广告点击率显著提升。

32% ↑

点击率高于行业均值

0.03元

平均触达成本

善用基础能力 – 艺龙·视频贴片旅游标签效果显著



短视频贴片尝鲜到稳定投放，品牌效果双收益

- 精准投放：通过历史出行人群、LBS动态出行人群等进行精准投放
- 节日营销：配合国庆、七夕、端午等节假日推出假日优惠券
- 入口教育：教育用户通过微信钱包订酒店，培养用户习惯

50%

ROI提升

3 倍

订单量提升

善用基础能力 – Airbnb · 利用系统标签找大号，引发粉丝共鸣



内容定制，系统标签找大号，温馨互动引发粉丝共鸣

- 让调性匹配的大号来帮助品牌传递信息，更具亲切感，可以拉近品牌和用户的距离
- Airbnb选择和十余个旅行、生活类大号进行内容定制合作，从不同角度表现出新年长假的各种无奈，最后在温馨的内容氛围中带出品牌核心理念，引发用户强烈的情感共鸣



平均点击率

品牌相关评论量占比

互选广告-内容定制模式

品牌玩法 · 三大解决方案，已帮助数百家品牌完成营销目标



亿级

日曝光量
覆盖微信核心用户群体

数百⁺

品牌广告主已率先尝试
部分品牌更将公众号广告作为常规投放渠道

品牌玩法 · 更多新鲜玩法持续上线



品牌小程序礼品卡功能



底部排期视频样式 (内测)



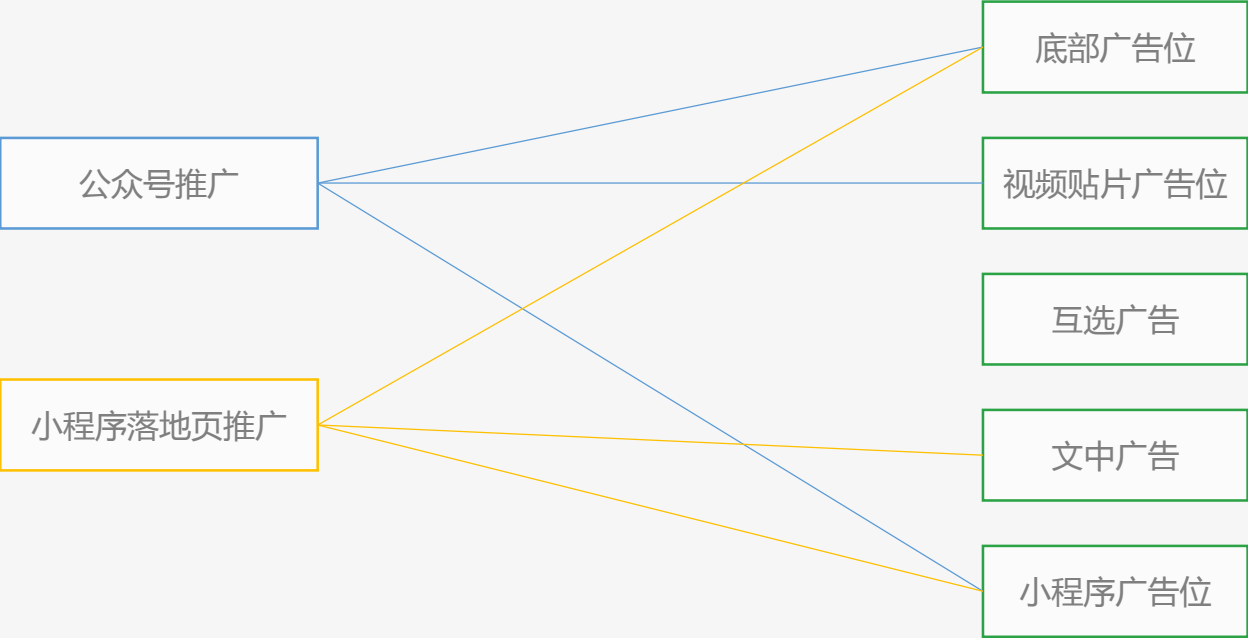
公众号广告原生推广页 (内测)

3

小小练习题

小小练习题 · 公众号产品新能力

问题1：公众号推广 及 小程序落地页推广 可以选择哪些广告位？



小小练习题 · 公众号产品新能力

问题2：关于oCPM的说法，下面哪些是对的？

- A 公众号oCPM是一种出价方式：设定优化目标 - 设定出价 - 点击扣费
- B 公众号oCPM可以以广告主想要的任意成本来进行投放
- C 公众号oCPM支持底部及文中广告
- D 公众号oCPM的开通需要积累数据，一般来讲需要转化量平均每天大于30个，单天最少10个

小小练习题 · 公众号产品新能力

问题3：公众号广告自定义人群支持哪些广告位？

- A 底部广告位竞价及排期 + 文中广告位 + 小程序广告位
- B 视频广告位 + 互选广告位
- C 底部广告位竞价 + 文中广告位 + 小程序广告位

小小练习题 · 公众号广告品牌广告玩法

问题4：公众号广告有哪些广告位可以进行品牌排期投放？

- A 底部广告位
- B 视频广告位
- C 互选广告位
- D 文中广告位
- E 小程序广告位

小小练习题 · 公众号广告品牌广告玩法

问题4：公众号广告有哪些广告位可以进行品牌排期投放？



* 底部排期推广品牌活动

3. 优雅大图



注：若为小程序落地页，广告样式右下角会带有小程序icon

小小练习题 · 公众号广告品牌广告玩法

问题5：右侧广告组合投放最重要的特点是？

- A 朋友圈+优雅大图组合投放，成本显著下降
- B 互选广告+朋友圈广告双管齐下，效果全面提升
- C 互选大数据公众号推荐，广告推荐模式引爆社交网络



新品首发：朋友圈广告

+



+



+



长效曝光：优雅大图

小小练习题·公众号广告品牌广告玩法

问题5：右侧广告组合投放最重要的特点是？

朋友圈+优雅大图组合投放，成本显著下降

- 组合策略：朋友圈集中爆发优质沉淀TA用户，用于优雅大图长效曝光的重复触达。同时优雅大图的曝光可继续沉淀TA用户成为独有数据资产，用于下一轮投放；
- 定制数据：针对不同产品线，挖掘兴趣人群+历史正向互动人群；
- 转化工具：表单收集Leads
- 雅诗兰黛在常规投放中固化了使用朋友圈广告+优雅大图组合的模式。

60% ↓

客咨收集成本下降

15⁺

复投次数



新品首发：朋友圈广告

+



+



+



长效曝光：优雅大图

附：更多微信广告开放政策与投放操作指引，请访问官网了解

- 微信广告开放行业 [点击访问](#)
- 朋友圈广告投放操作指引 [点击访问](#)
- 公众号广告投放操作指引 [点击访问](#)
- 微信广告服务商系统介绍 [点击访问](#)
- 微信广告优秀案例 [点击访问](#)



关注“微信广告助手”

扫一扫，马上关注

随时随地了解最新资讯，在线客服解答各种问题