

YOU REALLY KNOW TSA

<http://e.qq.com>

腾讯社交广告 曝光优化方法

CONTENTS

- 1 / 曝光原理
- 2 / 曝光提升方法
- 3 / 曝光常见问题分析
- 4 / 广告生命周期

曝光

点击

转化

曝光是广告投放的**首要任务**
也是效果转化的**上游源头**

YOU REALLY KNOW TSA

<http://e.qq.com>

CTR

新鲜度

相关性

稳定性

投放时长

...

广告质量

A广告

根据广告的综合得分排名，给予同一个目标受众竞争展示机会。

——综合得分，与广告出价、质量有关；

CTR (Click-Through-Rate) = 点击量/展示量

CTR

点击率

定向



精准，是保证推广效果的重要前提

对的信息给对的人，也是广点通的长期追求

质量得分影响因素 1

CTR (Click-Through-Rate) = 点击量/展示量

CTR

点击率

质量得分影响因素 1

创意



投其所好，出类拔萃

GAME OVER

0.02%



0.6%



0.72%

新鲜度

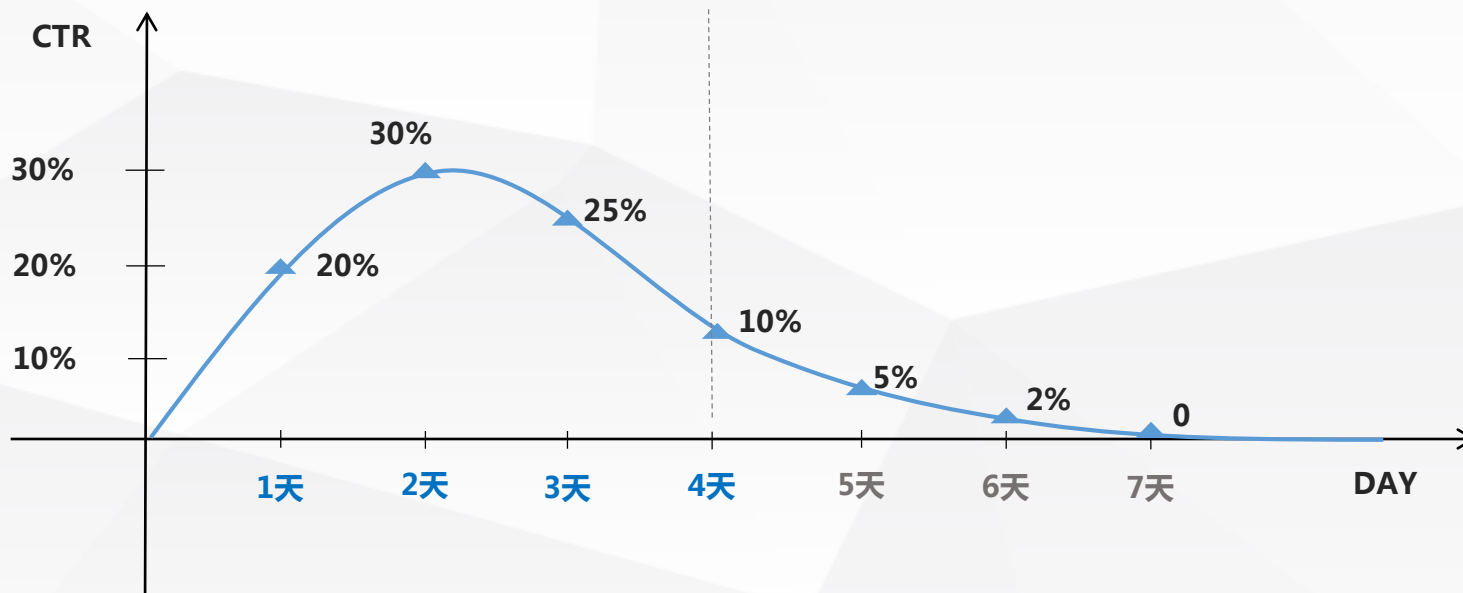
质量得分影响因素 2

在广告播放策略中会包含对同一用户看到同一广告、同一类目广告的次数判断，以保证用户体验

效果提升方法：及时观察数据变化，更新创意

Tips

经过整个平台的投放效果观察发现，广告在投放**7天左右**之后，其效果可能会**衰减**，所以，我们建议您的创意更新周期控制在七天内。



Tips：以上数据为示意值，不代表实际标准

相关性指广告主对用户**定向精准**，内容**受网民欢迎**。

相关性



定向



质量得分影响因素 3

稳定性

投放时长

稳定性是指账户在推广中良好的表现。

稳定的日曝光



每日在线时长



质量得分影响因素 4、5

创意 多样性

曝光策略分享

在同一页面多个广告位上或者同个广告位请求多个广告（如轮播）时，系统会给用户展现不同的广告用以保证用户体验

效果提升方法：

推广同一商品时，在账户中提交多种规格的创意，以争取更多曝光机会

Tips：

同一规格，同样的创意，使用一样的定向的情况下（**完全相同**的广告），如果投放广告超过**5个**，会影响到广告的曝光

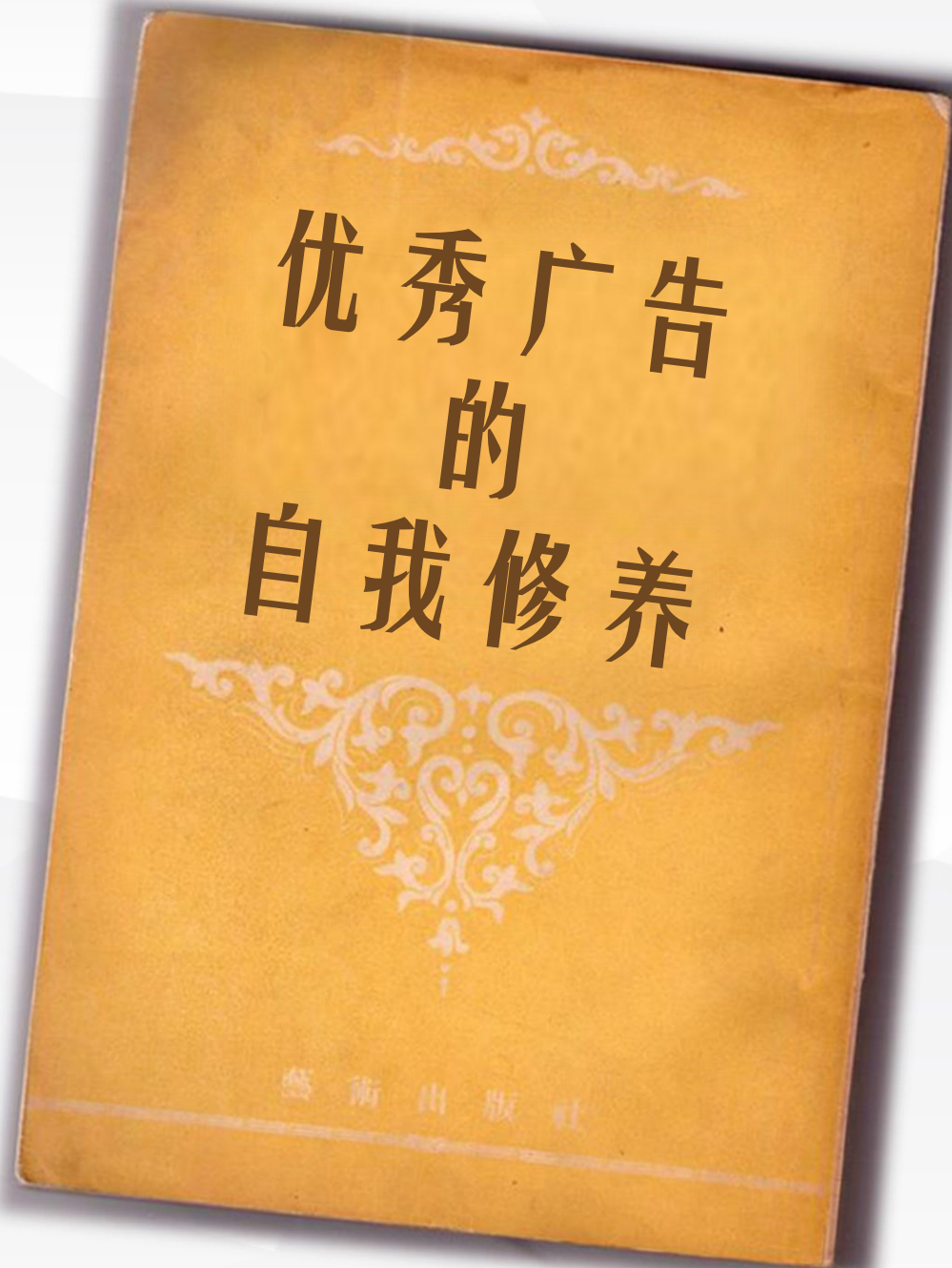




如何获得更多曝光

如何获得更多曝光

总论 得民心者得天下！



ACTION

定向
精准

创意
多变

规格
齐全

投放
稳定

价格
有竞争力

百万级曝光

- CTR : CTR高于大盘平均水平 ;
- 新鲜度 : 每周会上至少一批新创意
- 多样性 : >5个计划同时上线 ; 引流计划有20~40广告创意 “投放中” ;
- 相关性 : 定位精准、非低俗 ;
- 稳定性 : 合格广告的日曝光稳定>5000 ;
- 投放时长 : 广告不提早下线

优秀账户表现

千万级曝光

- CTR : CTR高于大盘平均水平 ;
- 新鲜度 : 每周会上批新创意
- 多样性 : >10个计划同时上线 ; 引流计划有40~60广告创意 “投放中” ;
- 相关性 : 定位精准、无低俗 ;
- 稳定性 : 合格广告的日曝光稳定>10000 ;
- 投放时长 : 广告不提早下线

优秀账户表现

START

我的创意曝光过7天之后一定要换吗？

不一定，需要具体情况具体分析，如果曝光量和点击率、转化等表现符合你的要求，就可以继续保留

Q

Question



A

Answer

在同一个计划下，广告与广告之间的质量得分会相互影响吗？

当曝光充分时，广告的质量得分只与该广告的数据表现有关系，当曝光不充分时，系统会参考账户的综合表现来判断广告质量得分。

如果创意的点击率会影响质量得分的话，那么多创意的广告，质量得分是怎么计算的呢？

多创意广告的质量得分是依据周期内表现最好的创意的数据来计算

CONTENTS

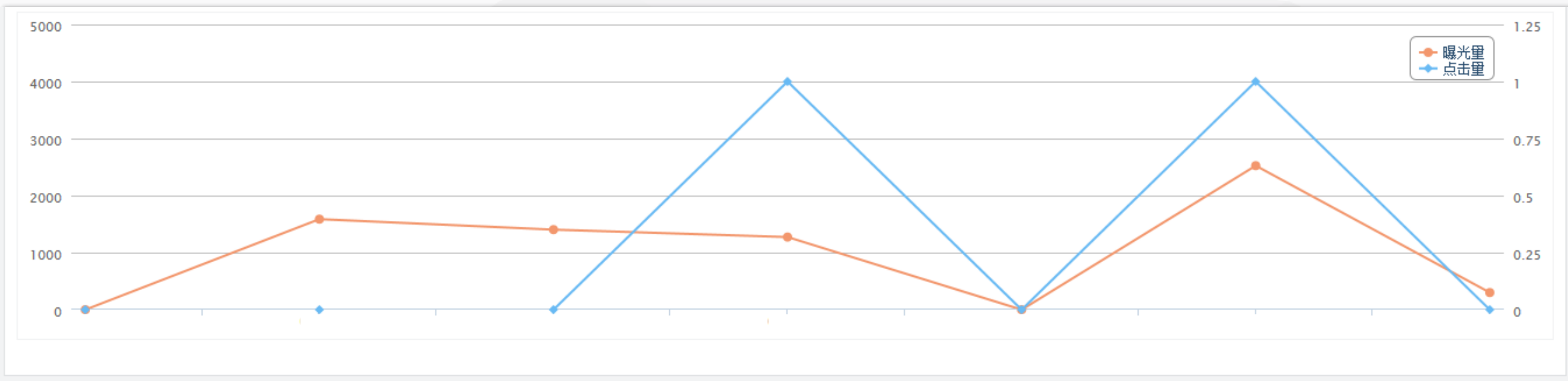
- 1 / 曝光原理
- 2 / 曝光提升方法
- 3 / 曝光常见问题分析
- 4 / 广告生命周期



曝光少

曝光波动

广告生命周期




W H Y W H Y

为什么我的曝光这么少???

账户曝光量少

财务信息 财务记录

消费限额 500 元/天 

 **广告统计**

待审核	0	今日更新	0
未通过	0	有效广告	7

-  760px × 75px 图片
-  230px × 92px 图片
-  960px × 75px 图片
-  220px × 120px 图片
-  75px × 75px 图文描述

账户、计划层级诊断



因预算限制

关注下线时间，
保证充足预算

因广告数量限制

增加广告计划，
增加投放创意

因广告规格限制

多形式多规则投放，
不要只限于高流量广
告位

某条广告曝光量少

诊断



定位问题

推广计划

广告

商品

 过滤无数据的广告[删除](#) [修改状态](#) [修改出价](#) [自定义列](#) [下载报告](#)

自定义日期 2015-02-06 2015-02-06 广告

<input type="checkbox"/>	广告名称	曝光量	点击量	点击率	花费(元)	全部状态	出价(元)
<input type="checkbox"/>	QQ客户端-文字链5.0	2,962,496	1,256	0.04%	200.00	投放中(计划暂停)	1.20
<input type="checkbox"/>	官网引流-PC联盟常规	354,237	153	0.04%	84.69	投放中(计划暂停)	1.00
<input type="checkbox"/>	官网引流-PC联盟常规960*75	241,142	212	0.09%	115.31	投放中(计划暂停)	1.00
<input type="checkbox"/>	官网引流Qzone960*75	1,894	3	0.16%	2.66	投放中	1.50
<input type="checkbox"/>	官网引流-Qzone220*120	14,052	4	0.03%	4.33	投放中	1.60

首页

推广

报表

财务

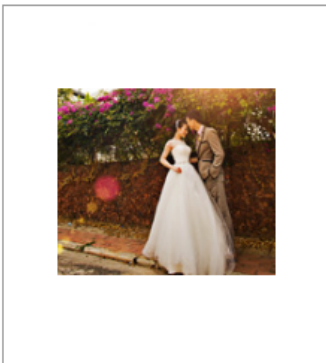
广告曝光量小

诊断 1 定向过窄，导致曝光很少

广告详情 [编辑](#) [复制](#) [删除](#)

效果走势 [查看详情](#)

160x210图文素材1



广告名称 0129-160x210-1 [编辑](#)

广告ID

投放日期 2015-01-29~2015-02-12

投放时间 8:00-21:00

投放平台 QQ空间

广告规格 160px x 210px 图文

定向条件 年龄: 20~33岁 [编辑](#)

地域: 市、市

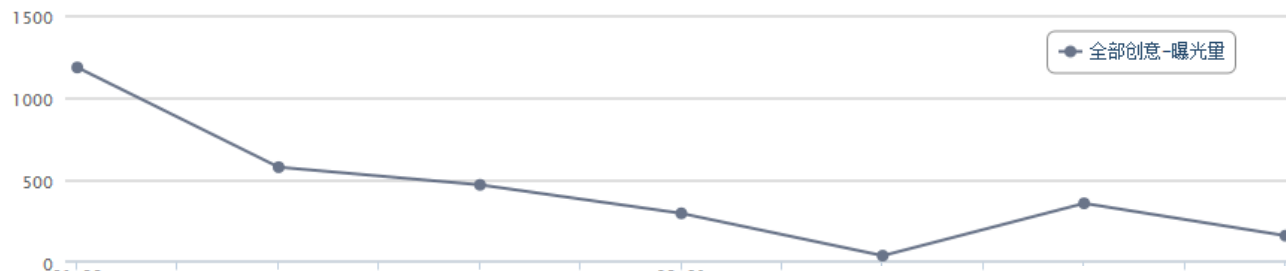
上网场景: 未知、公共场所、
家庭、办公

用户状态: 新婚、单身

商业兴趣: 旅游、金融、汽
车、房产、家居、服饰鞋帽箱
包、餐饮美食、生活服务、商
务服务、美容、互联网/电子产
品、体育运动、医疗健康、政
法

广告出价 CPC 1.52元

曝光量



全部创意

START

设了定向之后曝光很小，不设定定向又怕转化少，怎么破??

合理设置定向、参考曝光预估

Q
Question



A
Answer

设定关键词定向后，曝光降低很多，为什么？

关键词宜 短而多，同时不建议在同一支广告中与其它定向方式同时使用

定向窄，曝光少，转化少，怎么破？

设定有竞争力的出价，争取在有限的受众中，争取更多曝光机会。

广告曝光量小

诊断



2 出价低，导致曝光很少

编辑广告

基本信息 规格选择 定向设置 确认提交

预计最大覆盖用户数 [?]
48,149,441 人

预计最大日曝光量 [?]
565,901,925 次

已选条件 公共场所,家庭,公司; 24岁到50岁; 博士,硕士,本科,高中 学历;

自定义用户

自定义人群 不限 自定义

付费模式 CPC [?]

广告出价 元/点击 建议出价0.8~1.7元/点击 [?]

广告曝光量小

诊断



3 创意需改进

点击率低

新鲜度低

相关性低

推广计划

广告

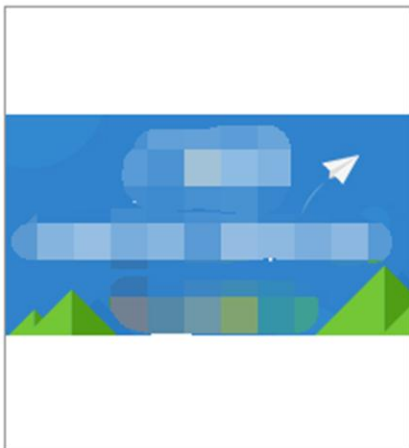
商品

过滤无数据的广告

广告详情 编辑 复制 删除

效果走势 查看详情

220x120图片素材1



广告名称 官网引流-Qzone220*120

广告ID

投放日期 2014-12-11~2015-02-28

投放时间 全部时间点

投放平台 QQ空间

广告规格 220px x 120px 图片

定向条件 年龄：24~50岁

上网场景：公共场所、家庭、

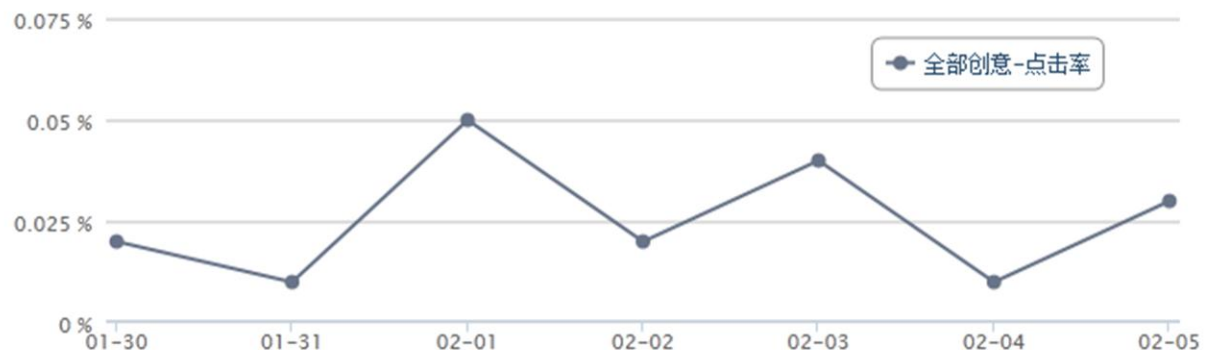
办公

学历：博士、硕士、本科、高

中

广告出价 CPC 1.6元

点击率



全部创意

Tips : 广告新上线的3小时内发现曝光和点击都很低，需要及时调整出价和定向条件，若无效需更换创意。

广告曝光量小



定向窄

出价低

创意差

广告自身原因

广告预览

160×210图文创意1



对自己好一点，总是对的！

广告预览

160×210图文创意1



对自己好一点，总是对的！

广告预览

160×210图文创意1



对自己好一点，总是对的！

建议保证广告多样性，避免内部竞争

推广计划

计划1

广告名称

折扣广告 2

推广商品

网站链接

投放日期

2015-08-20 ~ 2015-08-22

定向用户

女；18岁到50岁；在北京地区；

广告出价

CPC 2.1 元

推广计划

计划1

广告名称

折扣广告 1

推广商品

网站链接

投放日期

2015-08-20 ~ 2015-08-22

定向用户

女；18岁到50岁；在北京地区；

广告出价

CPC 1.93 元

推广计划

女装

广告名称

折扣广告 3

推广商品

网站链接

投放日期

2015-08-20 ~ 2015-08-22

定向用户

女；18岁到50岁；在北京地区；

广告出价

CPC 2.1 元

START

同一个广告位建十个广告投放同一样产品会不会增加曝光量？

不会

Q
Question



A
Answer

同样的规格，同样的创意，A广告定向20-43岁，B广告定向19-45岁，算重复广告吗？

两支广告覆盖人群在20-43岁区间内是重合的，所以在该人群中产生曝光机会时，只会选择一支广告展现。

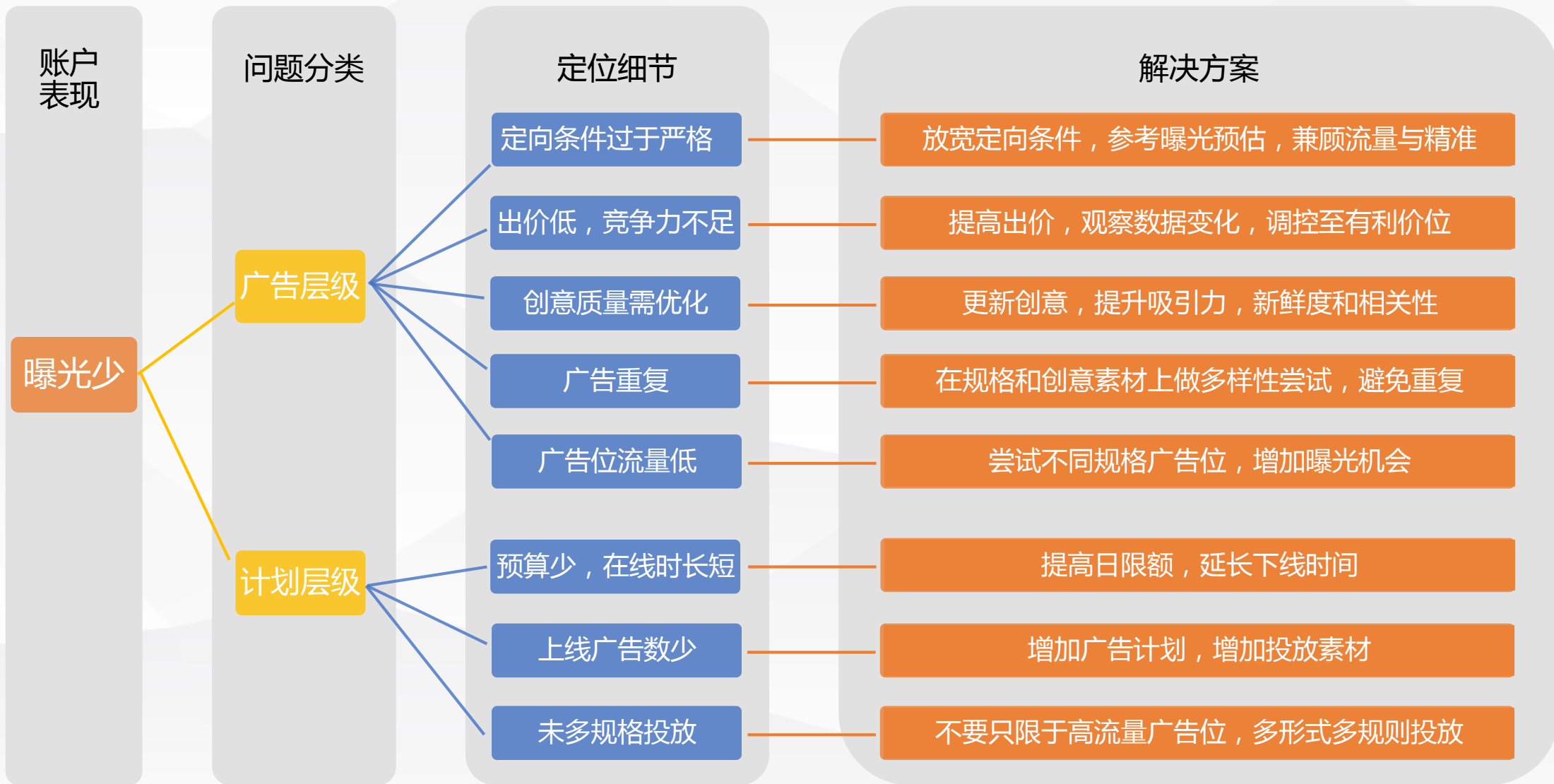
广告曝光量小



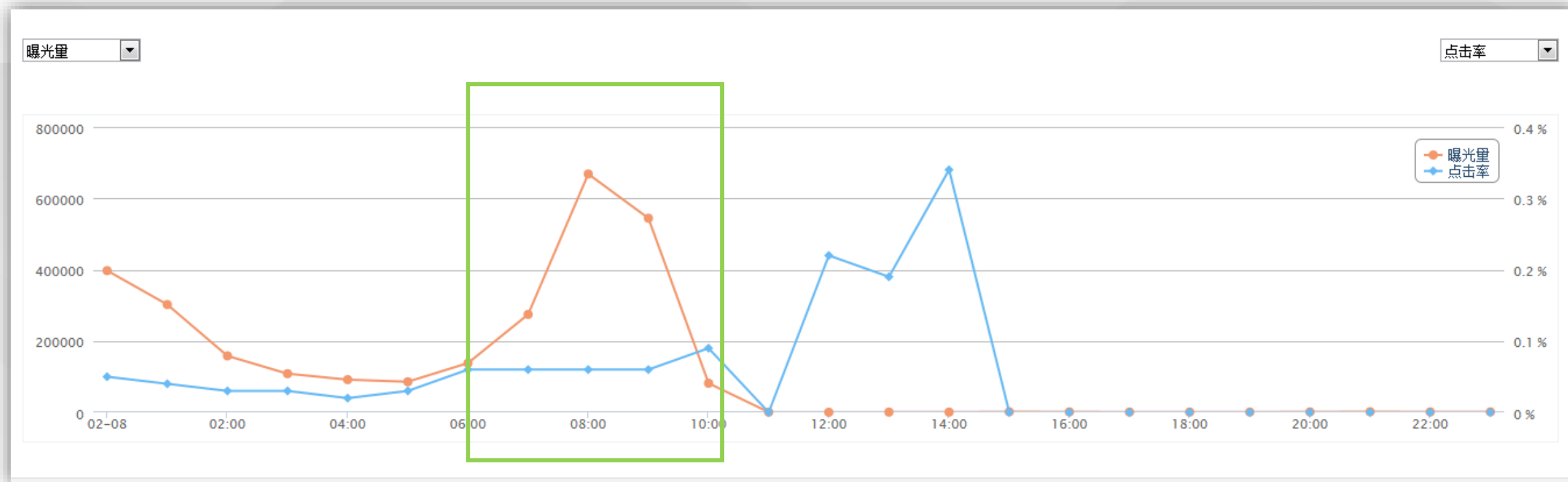
重复广告
过滤

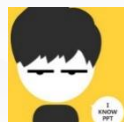
广告位
流量资源
限制

外部原因



账户曝光波动诊断





为什么我们的曝光量忽然，忽然的就降了??

什么时间段发生的突降?

福尔摩斯

诊断流程

定位问题计划/广告

原因

操作记录				共226条记录		
操作时间	操作者QQ	操作对象	修改	操作详情		
				变更项	变更前	变更后
2月4号						

← 操作记录

操作时间: 2015-02-04 [日历] 2015-02-04 [日历]

操作时间	操作者QQ	操作对象	操作内容	操作详情		
				变更项	变更前	变更后
抱歉，此条件下暂无数据						

投放时段有修改

账户余额不足

投放日期修改

定向有修改

出价修改

预算到限

预算调小

素材失效

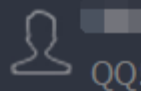
暂停 ...

内因

投放平台流量发生变化

外部竞争环境变化

外因



QQ

帐户ID: _____



推广计划

广告

商品



微信推广 [删除](#)

限额: 300元/天

操作 : 操作

投放方式: 标准投放 (推荐) 加速投放

此推广计划已被系统暂停, 原因: 账户余额不足

删除

修改状态

修改日期

修改时间

修改出价

自定义列

下载报表



广告名称

曝光量

点击量

点击率

点击均价(元)



11

-

-

-

-

本页总计

-

-

-

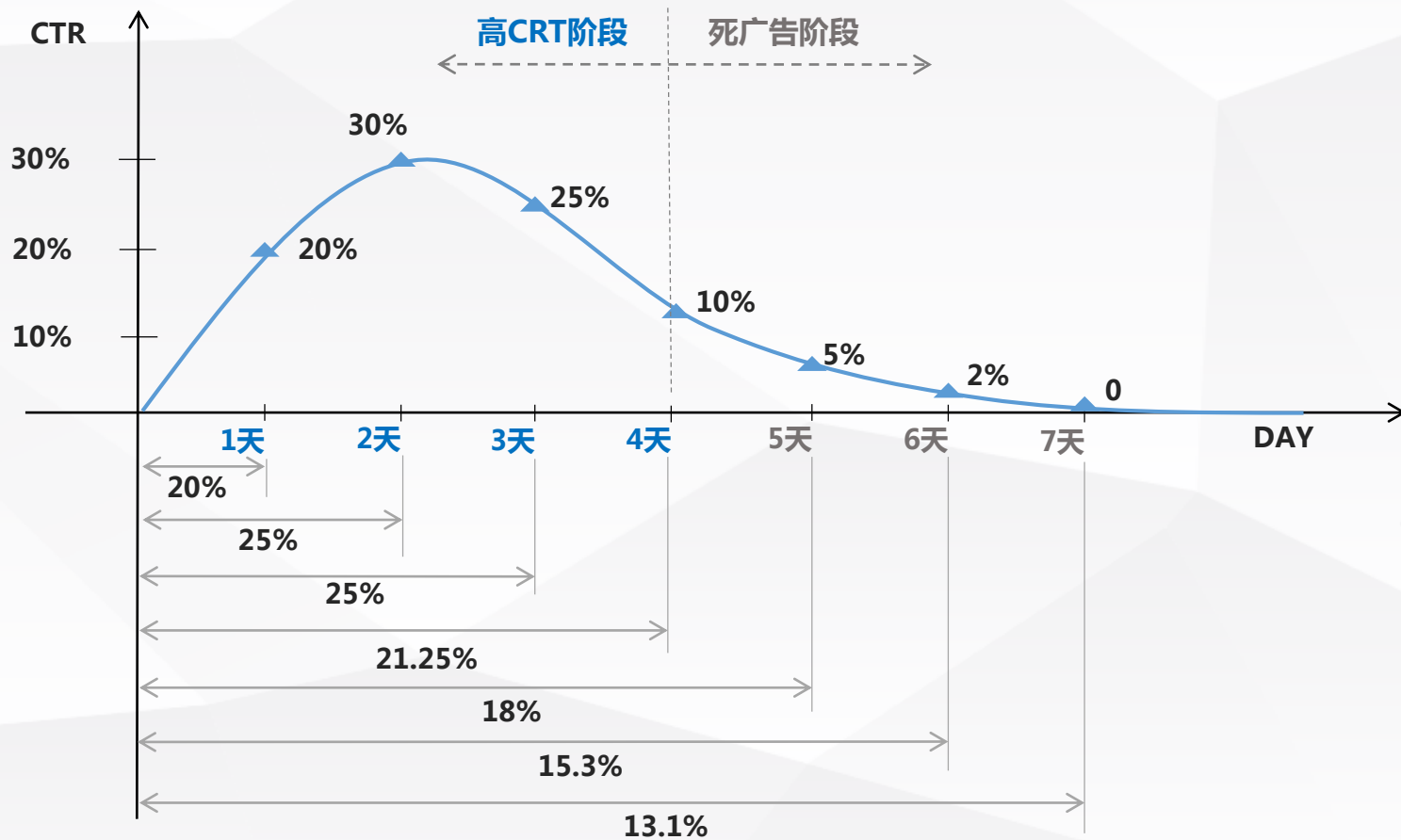
-

广告生命周期



Tips：新建广告时建议将初始价格设定为较高的值，以期在广告上线初期获得良好的点击率、曝光量表现，从新广告池中脱颖而出。

广告生命周期



低于平均点击率
日曝光不足1000

上新广告，该广告不再作为引流主广告

Tips : 以上数据为示意值，不代表实际标准

CONTENTS

- 1 / 曝光原理
- 2 / 曝光提升方法
- 3 / 曝光常见问题分析
- 4 / 广告生命周期

YOU REALLY KNOW TSA

<http://e.qq.com>

THANKS

Adalu