

# 运营与设计如何高效沟通？

“神素材”锻造之路

# 猜一猜：哪一张是“神素材”？

1



2



3



4



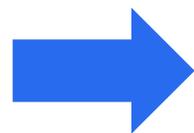
5



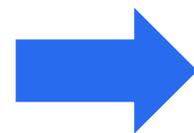
6

# 你还记得这些“神素材”吗？

升仙  
2018年初



成佛成魔  
2018年中



鲲  
2018年底



# 目录

---

1 创意探索

2 沟通技巧

3 案例分享

4 课程总结





创意探索

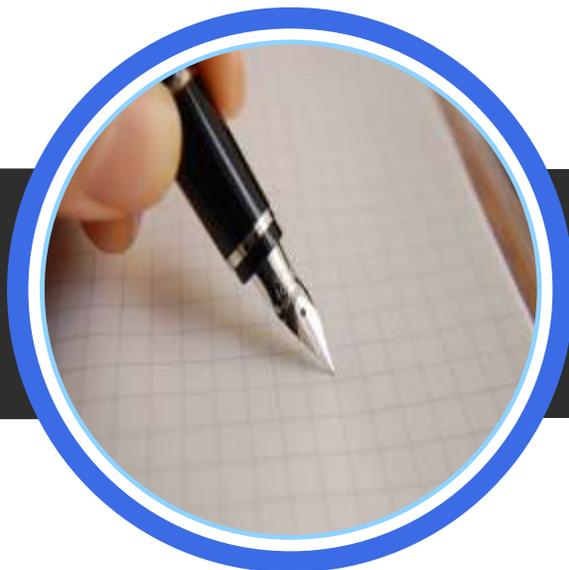
# 创意探索思路

---



## 输入

从各个渠道收集相关信息  
包括客户/产品/竞品等



## 分析

分析产品卖点/推广亮点/竞品创意  
分析创意测试方向



## 输出

与设计师沟通设计创意  
按照规划测试



## 调优

根据测试数据  
调优创意表现并继续测试

# Step 1: 输入

## 创意灵感来源

### 客户-官网/落地页/历史素材

第一手数据

查看客户网站/落地页，了解客户历史投放素材方向和投放效果，沿用好的方向，避开差的方向。

### 同行/媒体-相似客户历史素材和数据

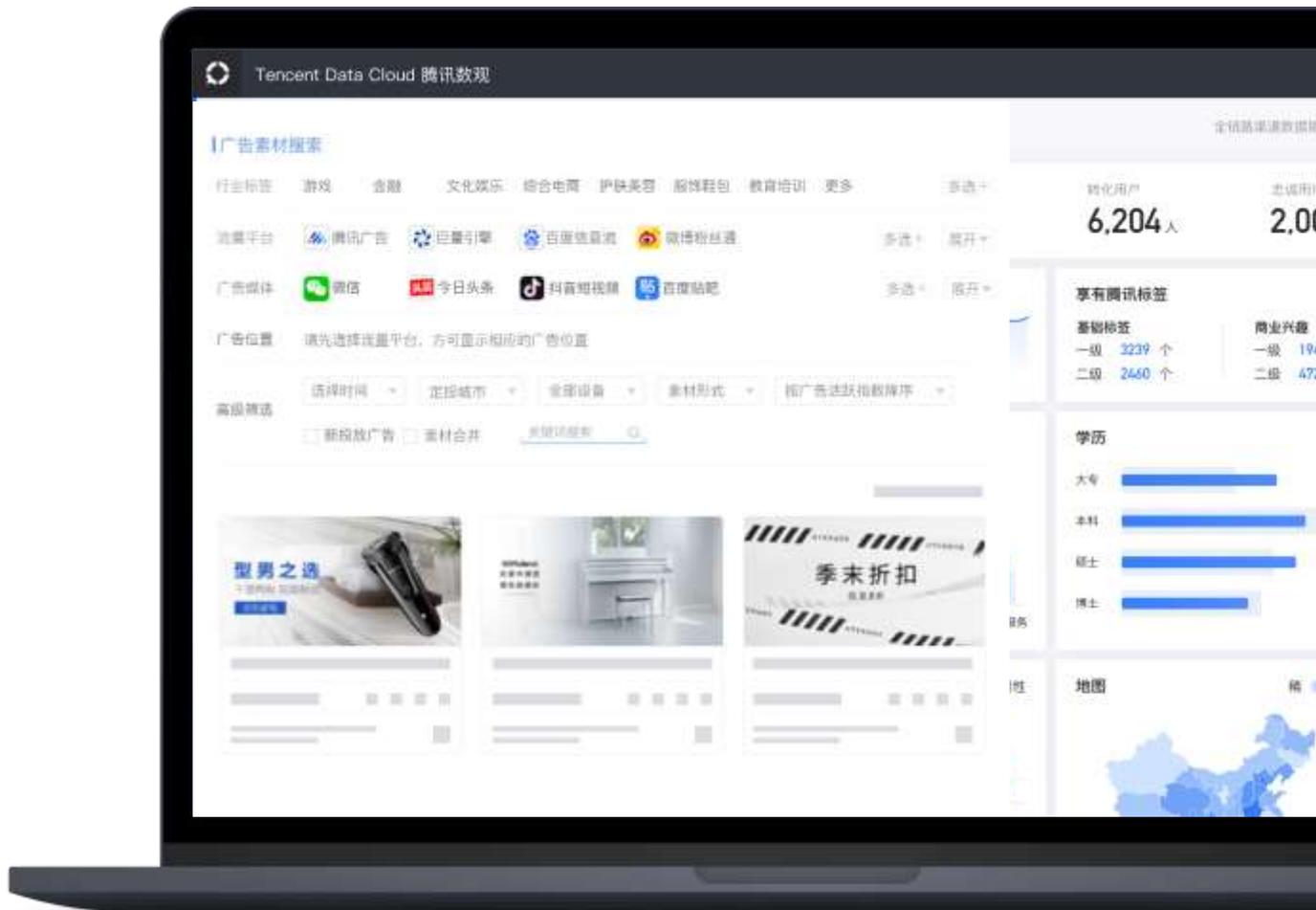
后端效果

向投放过相似客户的同行了解投放素材方向，包括各类型素材的转化成本和出价等。

### 第三方素材网站-竞品素材

素材丰富

在第三方素材网站搜索竞品投放素材，可按渠道/素材类型/素材热度等多维度筛选对比。



# Step 2: 分析

## 创意素材分类

### 分类目的

将参考素材进行归纳，找出素材的规律，然后设计不同类型素材，进行A/B测试。

### 分类维度

可按照构图/主题/风格/色调/元素等维度，分类总结参考素材。

### 分类方法

将相似客户的素材全部汇总，然后找出素材的共通点，并根据不同维度，进行分类总结。

## 第一美感：主观与客观结合

构图	主题	风格
左右图 	美女求关注 制服美女 跳舞 	漫画风 
三宫格 	小萝莉 大胃王美女 	真人漫画 
六宫格 	美甲 妆前妆后 	原生化 
组图 	萌宠 	

## Step 3: 输出

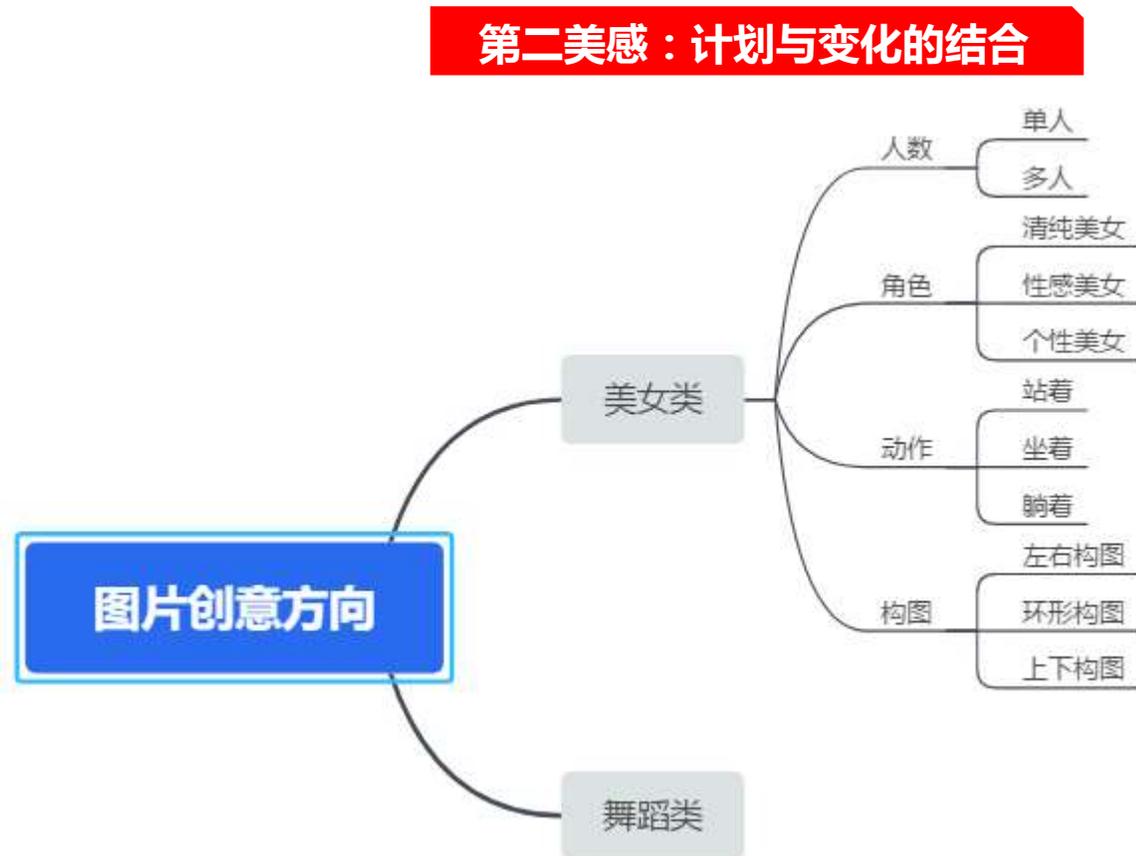
### 创意方向筛选

#### — 先模仿再创新

先模仿竞品高频投放的创意方向，确保账户的基本量级和成本，然后再拓展其他方向，测试新素材。

#### — 先计划再测试

确定好创意方向后，制定素材测试的计划，然后有规划地测试；避免盲目投放，浪费预算。



# Step 4:调优

## 创意设计调优

- 以数据反馈为依据

素材测试投放后，根据反馈的数据判定素材优劣。

- 拆解优质素材元素

分析优质素材的亮点，例如构图/人物/色调/文案等，总结优质素材的特点。总结劣质素材的特点，进行排除。

- 复制优质元素

根据素材总结，模仿设计优质素材，并再次根据投放数据，验证优质素材的特点。



2

沟通技巧

# 代理商视角的角色定位

## 角色定位

### 销售-客户

销售了解客户合作意向；沟通合作渠道和政策；提供客户案例，说服客户合作。

### 销售-运营

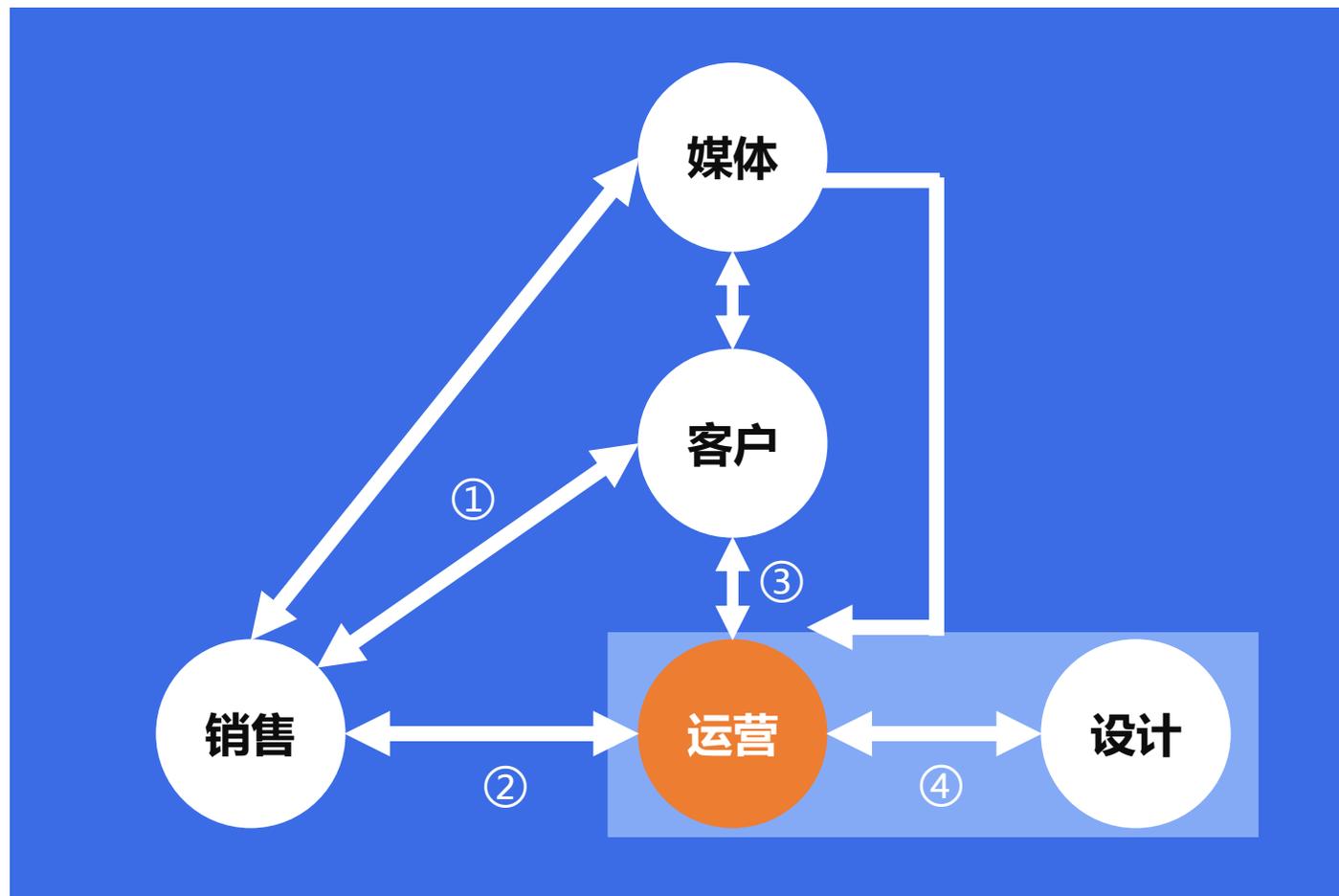
销售同步客户情况和考核KPI给运营，运营协助制定投放策略。

### 客户-运营

运营与客户沟通考核KPI和预算，确定最终投放策略，并开始测试优化账户，与客户保持持续沟通。

### 客户-运营

运营与设计同步客户情况，确定素材方向且提出素材需求。设计制作素材，并根据反馈优化素材。



**运营**是沟通的桥梁，紧密连接着客户、销售和设计。

而运营与设计的**沟通**是投放执行中，至关重要的部分。

# 运营&设计沟通难点



## 1. 设计需求难传达

设计师很难准确理解运营的素材需求，沟通费时费力。

是不是需求表达不准确，不具体？



## 2. 素材效果难一致

设计师完成的素材效果，与运营设想的截然不同，返工几率高。

是不是没有给个参考图，设计难理解？



## 3. 需求节奏难把握

客户突然要大量素材，设计师时间不能配合。

是不是自己的工作节奏没把控好？

## 沟通原则：以目标为导向

---

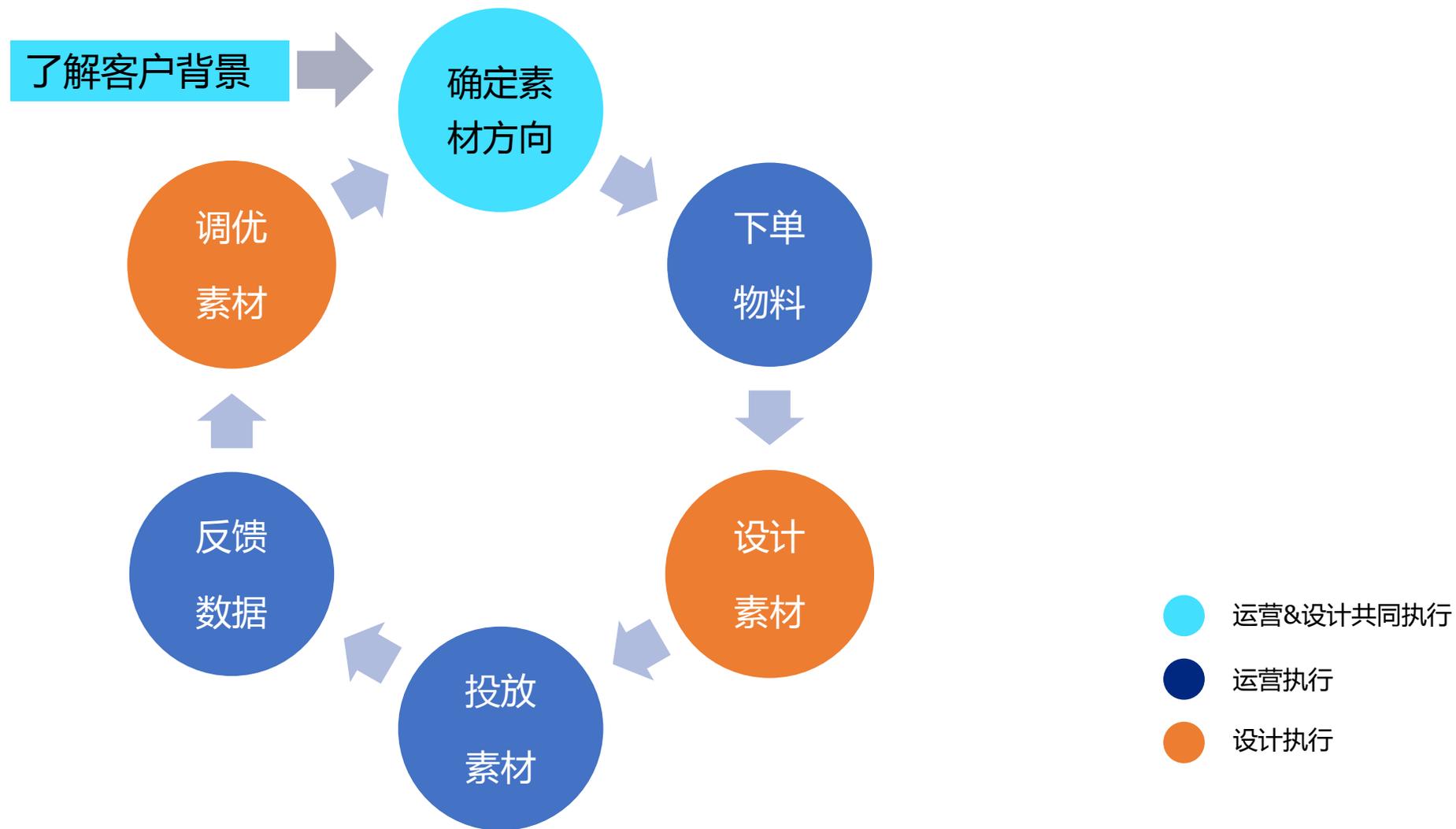


## Goal-oriented

- 达到客户KPI
- 提升客户消耗
- 完成工作业绩

每一次沟通都以目标为导向，**不机械执行客户指示**，而应以投放数据为基础，优化素材。

# 沟通TIPS：合作流程要规范



## 沟通TIPS：需求描述要具体

---



## 案例：图片下单表格

序号	投放媒体	类型	尺寸&数量	完成时间	风格	目标用户群	参考素材文案	参考图
1	MP	横版大图	800*450, <300kb 2张	8月6日 下班前	左右构图 老师真人图+文案 <b>卡通风格</b>	年龄30-60 小学生家长 女性为主	小学语文 满分作文训练班 告别流水账   3天破解小学语文写作4 大难题   高分作文的开始 3元, 原价49元	
2	MP	横版大图	800*450, <300kb 2张	8月6日 下班前	左右构图 老师真人图+文案 <b>中国风风格</b>	年龄30-60 小学生家长 女性为主	小学语文 作文难下笔? 北师大教育硕士   7年教学经验 3元抢购	

### 素材下单注意事项：

1. 描述具体的尺寸、数量和完成时间。
2. 提供投放媒体、目标用户群信息，协助设计了解用户特征和喜好。
3. 准确表达素材预期效果，例如构图、色调、风格、使用元素等。另外可附上参考图片，让设计师更直观了解需求。
4. 如果条件允许，最好当面沟通。

**课后小任务：视频工单如何设计更高效呢？**

## 沟通TIPS：素材反馈不可少

对设计师的素材，不吝惜赞美  
多多夸奖，真诚沟通。

这张图好美啊，颜色搭配得  
太好了，好厉害！



**Demi**  
运营小姐姐

及时反馈投放情况给设计师，例如  
前端展示截图、消耗转化情况等，  
提升设计师的参与感和成就感。

昨天设计的真人图不错，起量了，  
转化成本还低，多做些真人图吧！



**Kevin**  
运营大佬



案例分享

# 项目背景介绍

## 某二次元阅读APP

海量免费小说资源，二次元小说

1\*

激活成本低于1\*元

30%

次日留存率高于30%

5W+

日均消耗量级5W+

### 投放难点

没有投放二次元的经验，因此没有可参考素材方向，需从0测试；  
激活成本要求较低，拓量困难。

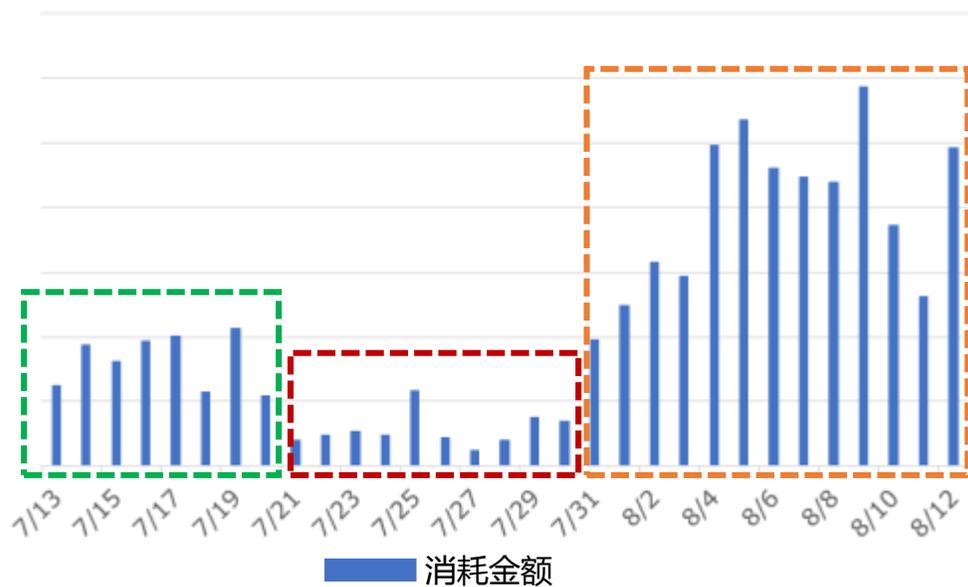
### 优化策略

- 多元素材方向测试
- 前端素材与后端落地页搭配测试

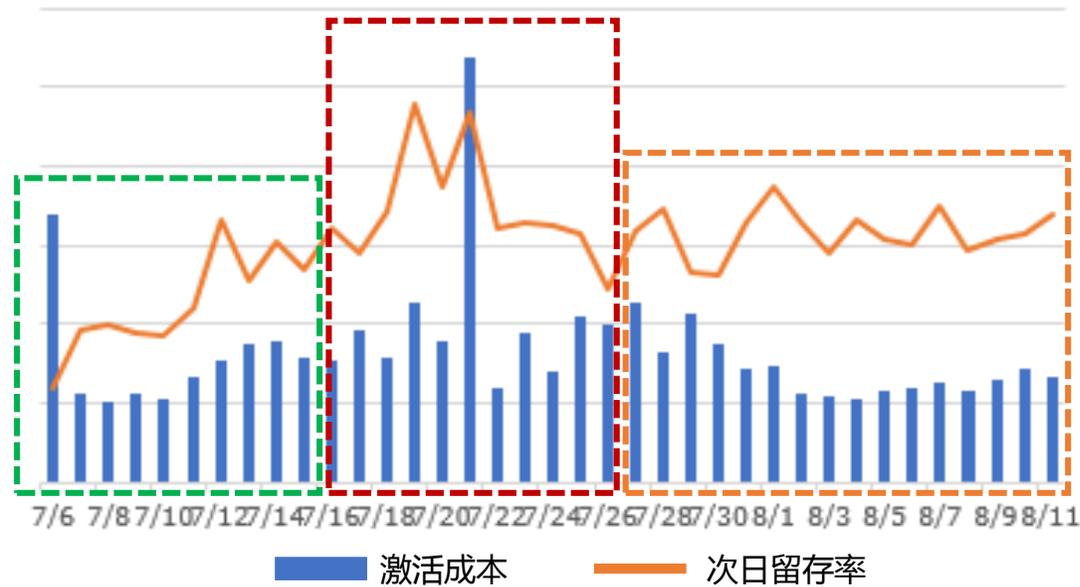


# 项目成果展示

## 消耗金额



## 激活成本&次日留存率



第一阶段：测试出一个效果较优的素材方向，成本略波动，但是量级提升困难。

第二阶段：大量测试多个素材方向，但是成本高，因此预算控制得较低。

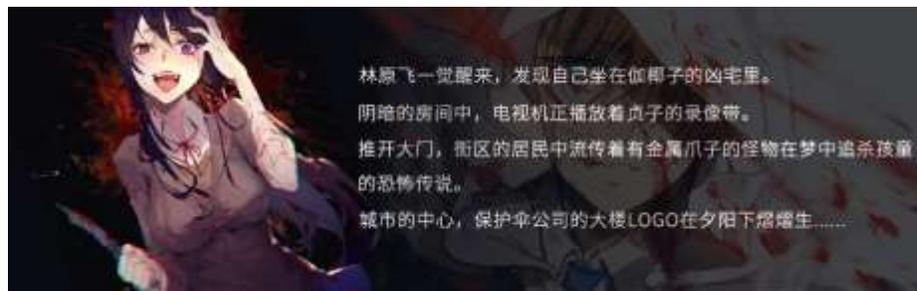
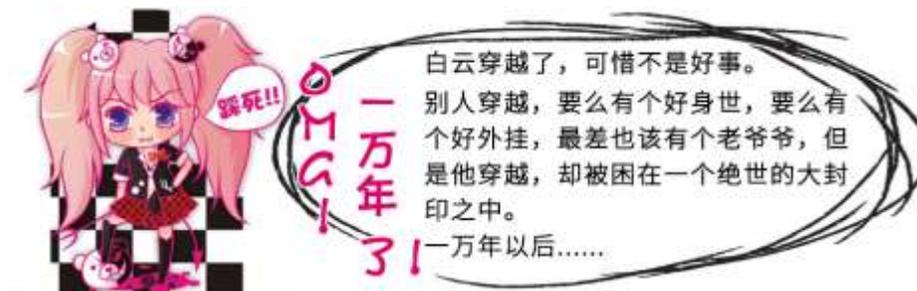
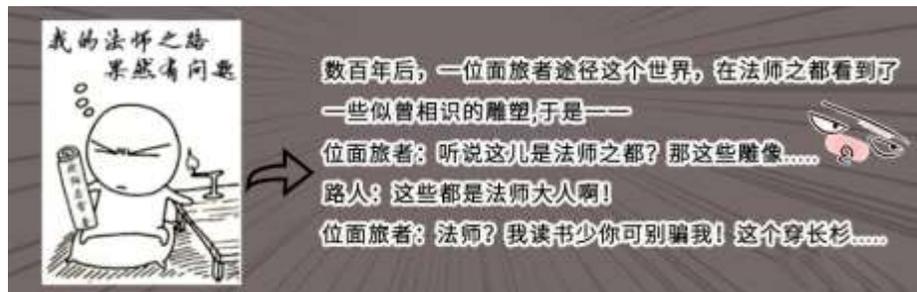
第三阶段：测试出新的素材方向，且成本较低，量级也显著提升。

**素材方向**的不断摸索和测试是关键。

# 优质素材相似拓展



大苍历一千三百年七月二十三日晴，我今天突破了但依然是炼气期，大师兄带着小师妹去隔壁沧州御剑兜风去，都不带上我，这个仇，我先记下了。



- 拆解素材元素，设计同类型素材
- 多组素材测试，总结起量素材元素
- 淘汰转化差的，保留优质素材。

# 多元方向大量测试



题材敏感，审核被拒，弃用

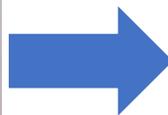


成本高且次留差，弃用



仅最后一张素材成本较低，继续测试

# 潜力方向深度探索



更换文案



拓展  
相似素材



更改尺寸



# 素材经验归纳总结



暖色调比冷色调好

素材人物躺着比站着好

文案跟人物视线在同一方向更好

# 4

## 课程总结

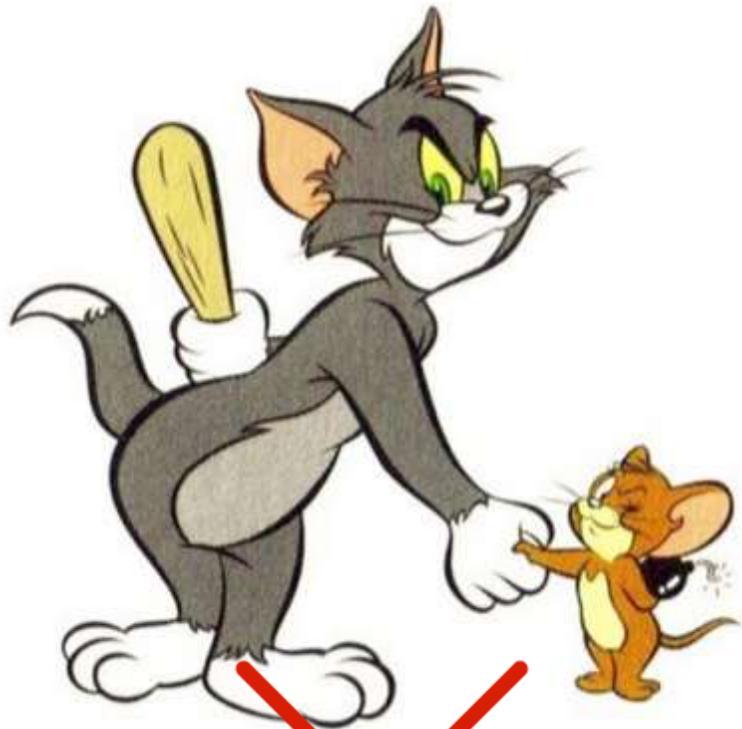
# 课程总结



以目标为导向



祝愿各位运营与设计们可以：



~~相爱相杀~~



相亲相爱

The background features a central blue pill-shaped graphic with the word 'THANKS' in white. Surrounding this are several smaller geometric elements: blue circles, orange circles, and orange and blue diagonal bars, all set against a dark blue background.

THANKS



腾讯广告



营销学院