

浅谈快手上投放的招商加盟广告怎么做

产品名称	浅谈快手上投放的招商加盟广告怎么做
公司名称	佛山市微禾网络科技有限公司
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	佛山市禅城区张槎古新路南新创业园E区南座3楼301室(住所申报)
联系电话	17576014848

产品详情

浅谈快手上投放的招商加盟广告怎么做

我司提供专业的运营团队，一对一服务，帮助贵司优化广告内容，合理化建议投放时间

快手，国民短视频社区,记录和分享生活的平台。快手广告平台目前有7亿注册用户，每天有1.6亿客户浏览快手短视频，快手广告在发现页，视频信息流、单图、图集展示；评论区图片信息流开发期，以下我们来具体了解下快手的推广广告怎么做？快手如何投放广告？

一、快手广告位置在哪里？

用户发现页

快手将发现页的每20个作品的第五或者六个视频位置开放给商业伙伴,广告主制作的720P以上的短视频、图集、影集将展示在此位置。

视频播放页

在广告主制作的短视频、图集、影集播放过程中,快手在视频下方添加了行为按钮,用户点击后将进行跳转。

落地页/应用市场/淘宝APP内

针对不同的广告主需求,快手将跳转到对应的落地页、应用市场(安卓类直接下载安装包)、淘宝/天猫APP内等等,完成广告效果转化。

二、快手广告能满足哪些推广目标？

快手对广告的应用安装、电商下单、品牌推广、销售线索收集四大商业需求,都提供了完整的商业解决方案,普惠商业合作伙伴。

应用安装

针对游戏、APP下载等应用安装的广告需求,快手落地形式为:安卓用户将直接下载安装包,IOS用户将跳转至APP Store。

电商下单

推广淘宝、天猫店内商品,可deeplink调起淘宝、天猫APP至宝贝页面。

信息流广告投放转化效果提升是个很大的命题,行业、目的、用户人群、媒介平台不同投放时采用的方式和策略都会不同。本文先从整体上谈几点心得,具体的干货细节后面逐步分享,如果有广告主需要全面了解信息流广告效果提升的办法,可以联系我进一步沟通。

举例来说,我们在投放一款女性国际高端化妆品的信息流广告时,汇牛营销会先了解以下内容:

- 1、产品层面:产品是什么,成分有什么,原理是什么,产品卖点是什么,优劣势是什么,产品生产过程,产品出品方情况等。
- 2、用户层面:用户人群、用户地域、用户收入、用户性别、用户兴趣点、用户使用的手机、用户年龄、用户活跃时段、用户曾经的购买习惯、用户的调研数据等。
- 3、市场层面:产品的市场占有情况,有哪些竞品,与竞品比较优劣势如何,行业特点,竞品如何进行传播,竞品的落地页等。

这一步是基础的步骤,是进行用户人群选择、落地页制作的依据,也是重要的一点,确定了用户在哪里,才能把广告投放给谁,选择什么方式投,如何设计广告。

然而,我们曾经帮助很多传统公司投放信息流广告,发现他们很容易犯另外的错误——用户思维固化,固执地认为他们线下用户就是互联网的用户。传统企业对自己的产品都非常的了解,但他们往往不了解互联网人群的使用特点,用固化的思维理念去硬套到互联网上,经常是事倍功半,达不到预期效果,就轻易下结论互联网产品不适合。这种思维在做信息流广告时是要不得的,经过对产品和用户的深入分析后,站在互联网各个媒介渠道的特点和更整体市场上考虑。

第二步:选择广告平台

在选择平台之前,你需要了解:你的目标用户通常会通过哪些媒介获取信息?是传统媒介还是新媒体?是微信还是微博?是今日头条还是抖音快手?当然,了解这些是建立在对用户非常了解或已经投放一段时间的基础之上。

对没有进行过信息流广告投放的广告主或新品牌来说,需要根据用户画像进行选择性测试,比如用户是95后的年轻人,QQ就是很重要的渠道,在进行广告投放时选择广点通平台投放到QQ上会较好。

测试、测试、测试,重要的事情说三遍,大多数品牌从来没有投放过此类广告,一投放就希望达到非常好的效果,这几乎是不可能的,需要有一个测试的过程,分析完用户后,根据经验和理论做一个基本的研判,然后通过12小时、24小时、周等不同频次进行测试验证,根据数据情况逐步调整,甄选出获客性价比的媒介渠道,然后针对性的进行投放。

预算也是是很重要的因素,尤其是在前期测试阶段。“给多少钱办多少事”,信息流广告优化师们常常

这么讲。根据预算和产品确定投放的媒体平台，预算越充足，广告资源位越优质，产品和平台的关联性就越强。

第三步：落地页的制作

用户看到载体就是落地页，适合的落地页才能有高转化，不适合用户制作再精美也不会有好的结果。落地页包括版式、形式、颜色、文案、交互等诸多因素，落地页需要根据投放的目的、平台、产品卖点等因素设计。想讲清落地页的设计，恐怕需要几篇文章，在此就不做过多分析，后面专门就该问题再撰写文章说明。

第四步：数据追踪与分析

信息流广告与其他广告相比，很大的优势是能获得精准的数据，这也是当前大数据的魅力，也是汇牛营销的优势所在。

在信息流广告投放中，要以小时为单位，建立数据监测体系，包括曝光、点击、时间点、浏览时长、访问热点、频次、性别、机型；用户线索进来后，对用户线索的跟踪情况，如咨询、留存、访问、购买、复购等等。编制不同素材，不同媒介的数据对比分析表，进行深入分析。根据数据结果，及时调整广告的素材、文案、设计、媒介、形式等影响因素。

以上四步只是简略地描述了信息流广告投放过程中的关键步骤，实际上每一步里面我们都总结了若干技巧。如有需要投放广告可与我联系