

## 这里告诉你广点通上面的二类电商 货到付款广告怎么做的

产品名称	这里告诉你广点通上面的二类电商 货到付款广告怎么做的
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

这里告诉你广点通上面的二类电商 货到付款广告怎么做的

广点通是由腾讯公司推出的效果广告系统。它是国内的效果广告营销平台，依托于腾讯海量优质流量资源，给广告主提供跨平台、跨终端的网络推广方案，并利用腾讯大数据处理算法实现成本可控、效益可观、智能投放的互联网效果广告平台

### 1、转化定位

信息流广告就好比我们在逛街时接收到的广告，如果想要凭借一个创意或者一个页面展示就让一个没有明确意向的访客购买产品，这无疑有很大难度。想要做好信息流广告，就是正确定位转化方式。你想通过信息流广告达到什么转化目的?引导搜索，关注账号，访问更多，还是直接转化。只有确定了转化目的，才能有针对性的制定推广策略。

### 2、物料撰写

不用渠道的用户画像不同，使用目的不同，所以投放渠道类型往往决定了创意的主题类型。信息流广告的物料撰写跟竞价的创意是有本质上的区别

的。信息流的物料撰写要符合用户思维并且追求原生化，在不引起用户反感的情况下吸引点击。

### 3、着陆页面

在竞价的着陆页上，我们通常会简单粗暴的放一些弹出窗口和欺骗链接等强转化方式。因为我们清楚的知道通过竞价推广引来的都是比较的流量。但是信息流就不一样，用户正在浏览新闻或者朋友圈，突然跳出一个吸引我的话，打开一看，就是广告宣传和弹窗，恐怕我会觉得被骗直接关闭网页走人。

### 4、人群分类

信息流广告很难的覆盖某一类人群，它所面对的人群属性比较复杂。如果不做好人群分类，然后根据不同的人群来制定不同的转化策略，想通过一个套路转化所有人，你认为会有多大的可能？那么信息流广告究竟该如何进行优化？

#### 1)、设置合理的转化点

做好产品定位和受众人群分析，明白自己的推广目标，根据选择的定向方式，设置合理的转化点。

#### 2)、基本定向

性别、年龄、地域、学历、收入、使用设备等等。

#### 3)、兴趣定向

搜过什么、用过什么、关注什么。

#### 4)、行为定向

去过哪里、下载过什么APP、买过什么。

#### 5)、物料撰写符合用户思维

信息流的物料撰写不能像竞价一样简单粗暴，而应该站在用户的思维角度来考虑。先进行产品卖点分析，再进行用户需求分析，然后将两者匹配写出打动用户的文案。

## 6)、优化着陆页面

普及一下正确的信息流着陆页面优化流程：明确覆盖人群—确定转化通道—引导访客行为—设置转化点。

信息流广告投放基本点：投放有3个基本点：人群定向、物料、着陆页。

人群定向：就是通过各种维度进行综合定位，让广告曝光在目标人群中。在人群定向前，我们需要对项目进行分析，对产品的使用人群和购买人群，进行详细的人物画像研究。

物料：文案加图片。目前主要有三种形式：小图模式、大图模式、组图模式以及短视频。

着陆页：这其实和我们的竞价页都是一样的原则。页面的目的，其实就是起到引导作用。比如加我们微信或在线咨询，或者下单/注册等行为。同时着陆页起码一个场景的构建作用。

整个信息流投放过程，无非从项目的分析—账户搭建—创意制作—落地页制作—数据分析—投放优化。

所以，

：我们要明确投放的目的。以目的为导向，来架构投放系统。

第二步：要对项目进行系统的分析，分析产品卖点和用户需求，这样才能实现产品卖点和用户需求的有机匹配。我们要避免从创意驱动或者资源驱动角度出发，而对广告直接列出一大堆产品特点和优惠信息。一定要站在用户角度，来做营销。