

Tiktok如何做海外广告投放的？需要代理商吗？

产品名称	Tiktok如何做海外广告投放的？需要代理商吗？
公司名称	遵义腾浪科技有限公司
价格	10.00/件
规格参数	广告开户投放:联系我们 开户代运营:互利互助 开户代运营:互利互助
公司地址	TG:@APC789
联系电话	18218498858 18218498858

产品详情

通过前面知识的学习，我们可以知道，除了养号、“苦熬”流量红利，跨境电商企业想用TikTok快速实现商业变现，绕不开广告投放这一路径。而今年年初TikTok招募多家代理商，表示会将商业化端口开放至全球市场的消息，更是给行业释放了积极的信号。

当前，TikTok广告投放到底是什么样的？投放效果如何？商家该如何选择合适的广告类型进行投放呢？

目前，TikTok海外投放包括所有商业化广告，分为品牌广告和竞价广告。其中，品牌广告产品体系主要分为：开屏广告、信息流广告、挑战赛、以及贴纸广告。

1、挑战赛

发起一个话题，参与者录制视频挑战。分为普通挑战赛、超级挑战赛、全球挑战赛。超级挑战赛会在挑战赛的基础上增加一些功能，比如品牌馆；而全球挑战赛主要针对全球性的品牌，会邀请一些网红，来演绎品牌，凸显产品特点，吸引粉丝用户。通常，在挑战赛中配合动感音乐、热度话题等都更易吸引粉丝。

在挑战赛中，品牌方邀请的网红，可以推荐置顶六个视频。而没有被推荐的网红，或普通用户也可以参与话题、制作内容。而官方通常也会针对活动，对优质内容进行奖项设置。所以，一些用户通常也会借挑战赛此来+粉，增加自己的热度，这有利于账号权重的提高。

2、开屏广告

一种按照CPT形式的包天广告，以固有的开屏形式展示产品，展示产品3-5秒钟曝光。这种广告每天只有

一位广告主，适用于追求大度曝光的品牌。一般是汽车、影音娱乐、游戏、3C、手机、电脑，鞋服类更倾向于这种品牌类广告，电商卖家较少投入。

此外，也有固定的广告位形式，即topview，相当于开屏和信息流广告的结合体。

开屏广告下一步可以沉浸到以信息流的形式，来展示更长尾的视频，相比通常只有十几秒的形式，展示时长可达到60秒左右，也更易凸显品牌的曝光。

3、贴纸广告

有2D、2D pro、3D等效果类型，可以显示在视频中。

4、信息流广告：

竞价类广告，其广告展现形式会显示在TikTok视频信息流中，用户可以根据目标人群的画像进行投放，可以设定关键词，来缩小潜在用户的特征。通常，视频中的广告语用来展现品牌和产品，终导流到自己网站。TikTok后台也有工具可帮助投放者节省视频制作成本，比如微电影功能、图片转化成视频、或者是通过落地页都可智能帮助生成视频。

需要注意的是，竞价广告与出价高低有关、高排名越高，流量也就更加。其更注意后端的转化，偏向效果、导流。目前，该类广告以APP、游戏类投放较多。比如，美颜相机、聊天社交工具、短视频平台、购物类App等的出海投放，且这种投放成本要远远低于其他平台。

即开屏广告下一步可以沉浸到以信息流的形式，来展示更长尾的视频，相比通常只有十几秒的形式，展示时长可达到60秒左右，也更易凸显品牌的曝光。