

教育业广告怎么做推广？教育推广渠道有哪些？

产品名称	教育业广告怎么做推广？教育推广渠道有哪些？
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:合作共赢
公司地址	贵州遵义市
联系电话	18218498858 18218498858

产品详情

一般情况下教育行业投放广告时会按照课程来创建推广计划，每一个计划推广一类课程。举个例子，我们根据命名可以知道这两个计划区别是两个不同的课程。一个是教师资格证，一个是一级建造S，创建计划时你可以参考这种逻辑。除此之外，你也可以根据自己的需求进行划分，比如教师资格证这个课有两个营销活动在做，一个是1元购买体验课，一个是免费领取课程资料，你就可以建两个计划，创建流程是一样的，我们在计划命名上标注一下即可~

确认好推广课程后，可以点击选择计划类型，点击展开按钮，选择展示广告。因为搜索广告仅在浏览器搜索结果中出现特殊需求下才会使用。所以教育行业广告投放时都会选择展示广告进行投放。接下来选择推广目标，推广目标的意思是你希望用户看到广告后产生什么样的行为动作，比如留下电话号码，申请试听课程等等。正确的推广目标可以让广告曝光给更高意向的人群。这里建议你将推广目标设置为销售线索，收集教育行业常见的咨询表单。下单链路均可在此目标下进行获客，点击展开按钮后你可以看到其他推广目标，应用推广就是APP类推广，商品推广适合电商行业线上卖货，品牌推广则主要面向仅以曝光为目的的广告需求，如你有特殊需求也可按对应目标进行选择。

设置好推广目标后我们来看投放方式的设置，投放方式有两种可以选择。标准投放和加速投放教育行业新广告上线，普遍都会选择加速投放。这个模式下系统会尽可能快的帮你的广告赢得更多曝光机会。对于新广告来说曝光是至关重要的步，标准投放系统则会将你设置的预算在设定的投放时间段内平稳消耗，你可能担心加速投放会不会导致广告花费太多，别担心，这里有一个预算设置可以严格控制每日以及长期花费。计划日预算指的是你允许本计划内所有广告每天多花多少钱，比如设定为1,000，那么当广告消耗到1,000时系统自动将该计划下所有广告下线停止投放。那计划总预算又是什么意思呢？计划总预算指的是在整个广告投放期间这个计划下多可以花多少钱，假设这里设定10000，上面日预算是1,000，每天消耗1,000的话到了第10天整个计划就会自动下线。所以显然大家能想到自定义设置预算的时候，应该日预算小于总预算，还要注意总预算要小于账户余额，避免因为各层级预算设置混乱或预算设置太少，让系统误以为这条计划预算不够而限制广告曝光。