

头条竞价广告怎么优化？

产品名称	头条竞价广告怎么优化？
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	TG:@APC789
联系电话	18218498858 18218498858

产品详情

一、头条竞价广告跑不好是什么原因？

头条这个平台拥有超过7亿用户，所以流量非常巨大，而且还有核心的算法优势做支撑，可以说是流量有技术，但还是会发生有部分人头条竞价广告跑不好的现象。其实头条竞价广告跑不好，原因有这几个方面：

1、广告创意素材的点击率过低、影响账号跑量

人本质上都只会关注与自身相关的事情，所以当广告创意没有戳中用户的痛点或没有吸引力，又或者素材图片清晰度太低，根本没有产生让人点击的欲望，用户自然不会进行点击，账户广告跑量又怎么会高呢？

2、广告落地页转化率低、影响账户投放成本

广告落地页转化率低肯定是素材内容的呈现形式有问题，很明显广告呈现的内容并没有戳中用户的兴趣点，其实有2种方法可以优化：

呈现整体和细节：整体和细节的共同呈现，能让用户迅速了解产品优势，如果图片画面展示质量非常高，是很容易取得客户信任的，而信任无疑是转化的前提条件。对比呈现：对比呈现能让用户对产品的好坏优劣一目了然，给用户心里暗示，缩短用户的购买决策的时间，淘宝上详情页的呈现也多可看到这种例子。

3、账号的广告计划搭建不合理、影响账号整体跑量和效果

头条广告计划的搭建非常讲究，一般会从素材、产品、地域、时间、出价方式等维度来进行，广告主必

须根据自己产品特点来明确潜在目标用户的特性，再根据相关特性来搭建广告计划。

很多时候广告主广告投放的效果不明显，都是广告计划的搭建出了问题，可能是广告标签错误、图片素材质量低、多重定向交叉、定向过窄等等原因，所以在广告投放过程中要注意的问题太多了，如果没有相关方面的经验，是非常建议广告主找头条代理商来解决广告投放问题的。

二、头条竞价广告投放怎么优化？

1、广告计划搭建要合理

每个兴趣的人群都是一个扇面的，因为人的兴趣和关注点是多样的，而且可能随时都在不断变化。而头条竞价广告是指定人群来展示的，这时广告展现顺序是无先后的，它只会指向特定的人群，所以你的广告计划搭建的越合理，展现的度就越高，投放效果肯定越好。

2、多形式创意展现

广告展现形式的可以多样，广告主可以分析自己产品的特性，再结合每一种广告样式的特点来选择，多种样式的结合展示，效果更明显。目前可选择的头条广告样式有大图、小图、图组、视频等，更有动态、静态、轮播、全景等辅助形式可供选择。

3、素材创意优化

无论是图文内容还是视频内容，首先素材的清晰度必须要高，因为低清晰度的素材会给人一种低质劣质的感觉，印象就不好了。其次文案中可以多维度剖析产品卖点，进行发散性的创意表达。如果是视频内容，展现形式要生动有趣，要切中用户的兴趣点或痛点。

4、时事热点利用

用户的兴趣爱好不但随时在改变，而且对任何资讯内容都会有疲劳期，所以在广告投放过程中还要不断的优化更新，可以结合当下的时代热点、娱乐趣事等方面来优化广告内容，当然这方面的难度会稍微高一些。

看到这里，相信大家对头条竞价广告跑不好的原因已经清楚了，关于竞价广告优化的方法也跟大家分享了，但是理论跟实操之间还是有距离的，如果你没有头条广告投放方面的经验，与其自己摸索跌跌撞撞，还不如找头条代理商来代运营来得好，他们度高投放经验更丰富。