

广点通信息流广告的六个优化方向！

产品名称	广点通信息流广告的六个优化方向！
公司名称	杭州芃芃其麦网络科技有限公司
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	浙江省杭州市余杭区仓前街道龙舟大厦802室（自主申报）
联系电话	13073631882 13735884376

产品详情

腾讯系信息流两大平台，分别是广点通和朋友圈。那么，下面咱们就来说说广点通信息流广告的6个优化方向！

一、广点通信息流广告的六个优化方向

1、广点通信息流广告投放模式

投放模式有两种，标准和加速。就目前而言，加速的效果较好。但是对于不熟悉的或者没法把控的，先标准，不要加速。因为加速随时有可能跑飞，而且很多行业很多业务情况都不同，所以保守的做法是先标准。等摸索出方法后，再尝试加速。

2、广点通信息流广告投放时间

基于产品不同，人群画像也不同。投放时间可以根据业务人群来，比如人群是偏年轻化的群体，凌晨1-2点也可以投放。晚上是大多数行业都会投的，早上7-9点很多人上班工作，这个时间也可以投放。中午午休，可投可不投，建议做测试。以上这些时间是流量比较多的时间。主要是针对于年轻化的群体。

针对中老年人，白天也可以投放。如果投放白天，可以标准模式+早7-晚12+偏低价。这样也能有效果。

投放时间的设定，主要是看业务人群，根据人群的习性、作息去设置。

3、创意标题、配图和页面

信息流的点击率是比较重要的。标题一定要写清楚我们是做什么的，可以为用户带去什么。如果不会写标题，可以用一下广点通提供的定向词包+文案助手。

图片，要与业务和创意息息相关，并能够做到美观、大方、吸精、有新意。

页面，页面和创意标题一样，一定要告诉用户我们是做什么的，我们的优势。在页面中，文字可以少点，页面文案一定要做到与创意文案相对应。

注意点：很多人的点击率不高，就是因为没写清自己是做什么的，很多人的转化率不高，也恰恰是这个原因。比如某公司是做seo外包，但是标题却是“做SEO的12种方法，在线获取资料”，显然这就没有标明自己的业务了，也就是没有告诉用户“我是做什么的”，即使有点击，也很难成交，因为访客不是外包需求，而是学习需求。

这里需要说一下页面修改，不建议在原页面上修改。会影响系统数据建模。如果你在原页面修改，系统有可能认为这个页面是一个新页面，会重新建模，而事实上你这个页面已经有了很多转化。系统重新建模之后，就会影响你的效果。所以，要改页面，不要在原页面改，可以复制一个去改。

4、时段报表

广点通的报表不如百度信息流和头条信息流那么详细。但是有些报表也是非常有用的。这里说下时段报表，投放一周之后，可以看看你的时段报表。在时段报表里勾选上表单预约量和表单预约成本，就能得到你一周每个时段的时段转化成本。从而能为你的时段投放设置提供参考。比如你晚上10-11点转化好，那么你可以多建几个广告，重点投这个时段。

5、广点通信息流广告审核

我们都知道，广点通的审核是比较严格的。其实也有方法应对：

方法一：根据要求改，系统审核不合格会提示原因，你根据原因改即可；

方法二：可以多次提交，如果一次不过审，就提交两次，两次不过审就提交三次，重复多次提交，系统就很有可能通过，每次提交的时候，略微修改一下文字或图片即可；

方法三：可以在午休或者下午6-8点的时候重新提交，，往往这些时候，审核会容易过一些。当然，你也可以试试晚上提交审核，也许过审也会快一些;(当然前提是你没有违法规则，如果非要那违规内容说事，那想必就是抬杠运动员了)

6、广点通的出价与调整

不管是哪个信息流平台出价都不要调整过频，这个我们都知道。这里说下广点通的出价，如果系统没有建议出价，你可以参考下行业数据，或者问朋友。

建议初始出价不要过高，当然，更不要过低。第二点是，如果一个计划不行，就不要在原计划改价格了，可以新建一个计划，再去按自己分析过后的思路去设置。不建议在原计划改价。第三点是，信息流的价格其实不是重要的，创意和页面才是。

对于价格的设置，要把握这样一个方向，定向越宽，价格越低，定向越窄，价格越高。如果有价格优惠，尽可能在创意、配图和页面中体现，这也是一个不错的方法。

那么，以上就是广点通信息流广告的六个优化方向了，大家如果对此还有疑问的话，可以在线咨询本网站的客服人员!