

微信朋友圈信息流广告怎么做呢?需要什么条件？

产品名称	微信朋友圈信息流广告怎么做呢?需要什么条件？
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

现在是互联网时代，很多企业做宣传、做推广都会想尝试用互联网广告来进行推广，而微信朋友圈广告也越来越受欢迎，被很多企业所选用，效果也相当不错。因此，很多企业都会关注如何投放微信朋友圈广告?想要了解微信朋友圈广告是怎么放的，那么就需要了解什么是微信朋友圈广告。

微信平台，月活跃人数达11.51亿+，可以说它几乎涵盖了全量的中国互联网用户，而微信朋友圈的日活跃用户数达到7.5亿+，微信基于平台的闭环生态，提供卡券发放、LBS、小程序等闭环解决方案，且完善了系统的投放工具，提供完善、可视化的效果评估数据，助力广告主跟踪分析投放情况。

而朋友圈广告则是微信广告中引人注目的一种。其实，微信朋友圈能支持八种推广目标，分别为：推广品牌活动、推广我的门店，领取优惠券，推广我的应用，推广我的商品、推广我的公众号、推广我的小游戏以及收集销售线索。

1.微信朋友圈广告是什么

微信朋友圈广告微信传统型广告，微信靠近推送型广告，两者有什么区别?什么时候申请?要理解两者的区别，首先要理解两者之间的基本概念。

什么是传统广告?

简单来说，微信常规广告来源于微信公众号的生态系统。展示形式是将类似微信用户在朋友圈中发布的原创内容(外层可以是图文+视频)展示在朋友圈的第五层，吸引用户观看和点击。

微信用户朋友圈的原生广告展示不生硬，给微信用户很好的体验感。并通过整合上亿的优质用户流量，微信朋友圈广告为广告主提供了国内独特的、有良好体验的社交广告平台。

微信在推送广告附近是什么？

微信附近推送主要适用于本地商户，帮助商户在店铺周边向用户投放广告，吸引消费者到店铺。发布原则以店铺为中心，可以设置年龄、性别、距离，可以准确覆盖商家想要投放的群体。

两者之间的关系

微信附近的推送广告和微信常规广告，两者之间的逻辑关系是包含与包含的关系。微信朋友圈广告中包含微信靠近推特的广告，微信传统广告可以使微信靠近推特的广告效果，但微信靠近推特的广告却做不到微信传统广告的效果，但微信靠近推特也有其独特的优势，附近推特广告的价格更便宜。

放置位置

第五层是微信朋友圈显示，外面一层是图片，单张图片800x800像素，点击跳转进入腾讯自己的小程序，进入内层客户就可以获得优惠券或者足够的优惠券。

微信常规广告还放置在微信朋友圈第五种，外部展示有文字和文字，或者视频都可以，微信常规广告跳转营销的链接形式更加丰富多样，可以集合形式，推广微信小程序、公众号、视频号，并可以推广店铺、网上店铺等。

交付范围

附近的推送广告以店铺为中心，向周边3-20公里处进行发布，可定位10个点进行发布，不能跨越城市定位。而且微信常规广告不受地域范围的限制，可以自由安排投放范围。

接触人群

附近推送广告只能筛选年龄、性别随机发布，而微信常规广告则可以根据客户所在行业，根据客户的年龄、性别、行为兴趣意向等人群针对性标签发布。

演绎法

附近推送广告的收费方式有月包、季度包、半年包三种，可以理解为按时间收费。微信常规广告按有效曝光量收费，按文章计算。

影响视图

附近推送广告通过“微信广告助手”小程序进入后台查看投放数据，如曝光量、点击率、优惠券金额等数据，微信常规广告可通过手机腾留言广告助手，或PC端登录腾讯发布管理平台查看广告数据。

2.那为什么要做朋友圈广告呢？

因为微信朋友圈广告可以正式植入你所需要的客户群的朋友圈，广告形式类似于朋友圈的原创内容，给客户良好的体验感。朋友圈广告可以直接留言互动，给客户以深刻的参与感，微信用户数以亿计，几乎覆盖了国内所有互联网用户，而且触及，可以根据人群特点进行分类。例如，的地域、年龄、性别、兴趣行为意向关键词等只能推广到目标受众目标，丰富的营销环节，可以做公众号、视频号来吸引粉丝，推广小程序、线下门店，做优惠券发放、表单收藏等。

3.朋友圈广告是怎么投放的？

朋友圈有两种常见的广告投放渠道:

通过公众号认证开放广告客户

如果你自己运营，你需要先认证公众号。认证通过后可以选择开启广告客户服务，需要有一定条件提供一些行业资质证书。广告账号通过后，就可以进行广告投放了。有需要的朋友可以通过这篇文章联系我。

找服务提供商开个账户

通过服务提供商开通账号，可以开通广点号、微信公众号，没有公众号的企业也可以做广告，更方便、人性化，只需要提供行业资质，无需认证也可以是公众号。

案例分享：推广品牌活动

1. 推广背景

受疫情影响，国内纺织服装线下市场基本停摆。在线下市场无法正常营业的情况下，纺织服装行业企业尝试通过线上交易打通产业链，增加销量，缓和疫情影响。所以客户希望我们帮他在微信朋友圈进行品牌活动的推广，以小程序的形式来进行。

2. 推广设定

1) 客户的目标受众

性别：以男性为主

年龄：18-25岁

2) 客户的投放定向

地域：前期先在福建省几个地级市进行测试，中期国内一百个二三线城市，后期除偏远地区外，进行全国范围投放。

兴趣行为：服饰相关名词及网购行为。

3) 投放的策略

投放的广告位为微信朋友圈，增大曝光，提升朋友圈信息流广告的占比，以公众号测出的定向与素材方向，以此来提升点击。

3. 推广效果

在整个投放过程中，为了达到好的推广效果，不同的阶段，也是对地域出价等一些关键定向进行了不断的调整，到后期的时候，将点击单价设定为0.8元，在全国多个城市进行投放，整体的点击率在为1.76%左右。形成的目标转化成本远远低于广告主预期，根据客户提供的信息，实际跳转到小程序并进行下单的人数有六百多人，广告效益超出了广告主的预期。

4. 为何微信朋友圈广告可以达到这样的效果呢？

首先因为微信作为一款智能终端的免费社交程序，它几乎覆盖了全量的中国移动互联网用户。在微信朋友圈进行广告投放时，将能够获得海量的曝光。且信息流广告具备了原生广告的属性：媒介适配性、数据管理能力、内容创意适用性、用户体验干扰度低、用户选择自由以及广告本身的内容价值这六大属性。

其次是信息流带来的重要变化“广告即信息”。如何理解“广告是一种有用的信息”呢？其实可以解释为：如何让系统把信息推送给对这一方面有需求的客户呢？这就是信息流它的特别所在，通俗来讲，即可根据不同的要求进行相应的定向设置，基础的定向便可细区分为地域、性别年龄、婚恋情况等，根据这些定向，并通过推荐算法，在深度学习的助力下，让广告能够给推送给目标用户，实现千人千面的信息推送。

后，也是重要的，便是账户的运营维护过程了。在整个投放的过程中，通过数据分析，来看每个数据背后代表的意义，并进行调整，以达到好的投放效果。如：系统给定的曝光量偏低，便可以提高出价，来增加广告的竞争力。根据投放的经验，出价已经偏高了，可能就是系统判定广告的创意不行，需要更改素材，或者文案；投放过程中，出现点击率偏低的情况，那么也可以做出多项选择进行改进，如更改文案，广告外层，就目前的投放数据来看，常规广告的点击率，多图>单图>视频，所以需要根据实际情况来进行调整。

5.对于不同的客户我们该如何在平台上进行推广？

不同的客户情况各不相同，接手账户之后，我们都需要先对客户的产品内容进行了解，对客户的产品在这个市场的上的竞争力进行分析，主要的客户产品，产品是本质，以及对相关竞争进行一定分析，从而对于广告内容的进行适宜的设定。分析产品对应目标用户群体，包括年龄，性别和地域等一些定向，再靠自己的能力去整理判断适合推广的平台，整理优化好思路之后，便可以对账户进行搭建，再根据素材和落地页以及实际情况，进行对症下药，后期更注重账户数据分析，用数据指导投放行为。

我们都说，现今互联网广告的核心价值是点击、互动与分享，而朋友圈广告，正是依据这一核心价值，演化出了八种营销目标，从而让不同行业不同营销目的广告产生更大效果。