

什么行业适合投放信息流广告？怎么做？

产品名称	什么行业适合投放信息流广告？怎么做？
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

信息流广告与传统广告的区别

信息流广告与传统广告大的不同之处，是在于信息流是由系统主动推送的，系统会根据大数据的分析，从而会把广告推送给需要这条广告的人。所以从这个角度来看，信息流的度相比传统广告，会更加。

现在做信息流广告投放已经成为了互联网发展的一个趋势，很多企业都会给自己的产品做信息流广告，但是并非各行各业的东西都适合拿来和信息流广告推广。

近年主流信息流渠道的特性及一些投放建议

1、腾讯社交平台

腾讯，可以说是社交行业的老大，成立时间早，凭借QQ和微信，占据庞大的流量，基本达到覆盖全网用户；以及基于腾讯新闻类的信息流广告。

主要产品

腾讯新闻、微信朋友圈、公众号、QQ空间、浏览器、腾讯网、腾讯视频、腾讯新闻等。

平台优劣势

优势：社交应用排名TOP1（QQ、微信），覆盖面广，用户日常活跃性高、粘性大，适合品牌宣传，年轻用户集中，支持oCPM模式投放。

腾讯新闻类信息流资源丰富，目标客户定位，精打细算见利益。

劣势：平台多，人群广，难

行业投放建议

QQ类广告建议投放轻工业或生活类产品；微信类广告，需确认自己产品的用户群，明确产品调性，定向投放到目标人群。

硬广式曝光+软广式植入，广告效果实现更快！

2、微博

微博，可以说是吃瓜群众的聚集地，粉丝群体活跃，偏年轻化，女性用户居多，容易受舆论影响，爱八卦。

它是基于海量用户，把广告信息广泛传递给粉丝和潜在粉丝的实时竞价广告产品。

然后根据用户属性和社交关系将信息的投放给目标人群，同时微博“粉丝通”也具有普通微博的全部功能，如转发、评论、收藏、赞等，可实现广告的二次传播，是很实用的营销工具。

广告展现形式

博文推广（单图+多图+九宫格）、应用推广、账号推广、视频推广。

优势：可以指定博文产生活互动的用户群体，同时移动端日活跃用户占比达91%，并具有博文、应用、账户、视频、图文、九宫格多种形式灵活使用，通过移动社交实现原生传播！

缺点：成本偏高，需要较高的维护成本且流量不可控。

生活类产品（例食品、服装等）、地区类产品（例摄影等）、游戏、app、美妆等，可偏向女性化产品，但广告要趋向特色化，提高互动率。

3、360产品

360信息流广告实现了信息流广告在PC端、移动端的协同发展，与工具类产品的完美融合。

凭借海量跨端的资源、的个性化重定向技术、功能化的精细投放模式三大优势。

主要产品

360浏览器、安全卫士等产品。

优势：PC端流量大，覆盖率高，页游基于360搜索，可根据关键词投放

缺点：合作媒体杂且多，流量质量差

页游、医疗等大受众行业。

4、抖音

抖音在大数据上表现地较好，在产品推送上，实现了千人千面的高度，尤其是针对新人刚注册账户时，会推送10-20条不同视频内容，然后根据你观看视频的次数去记录你的行为，开始不断地给你定义标签。

在信息流广告上，主要是依靠广告主投放的视频广告在抖音推荐频道的信息流中进行展示。

同时支持从视频广告点击跳转至广告主设置的落地页，帮助广告主在抖音实现营销推广的目的。

优势：抖音官方称日活跃7亿，可见数量之庞大。所以，在投放广告上是曝光量大，对于新品牌认知度也较好。毕竟很多品牌都是被抖音带火的。

劣势：抖音成本偏高，这是毋庸置疑的；且对素材要求极高，整体人群意向程度低，对行业要求限制也比较高

抖音的娱乐定位就限制了一定行业是不适合投放的。同时，在抖音上做品牌曝光也是极好的选择

5、百度信息流

百度作为流量三大巨头之一，其旗下的搜索引擎占据国内大多数用户。极为适合新手玩的一个平台，可在百度各大平台的资讯流中穿插展现的原生广告。

百度信息流平台主要有百度、贴吧、浏览器，其展现形式也是多样化的，但基本上也可分为两类：图文+视频信息流。

优势：有搜索基础，关键词定向，能定向贴吧

缺点：投放操作较为复杂，流量和成本较为不稳定。

用户覆盖面广，大部分产品都适合投放，配合搜索广告可更好的全面触达目标用户。

6、头条

头条是一款基于数据挖掘的推荐引擎产品，同时也是国内互联网领域成长快的产品服务之一，更是目前资讯类信息流平台大的平台。

支持跳转H5页面、一键下载APP

平台优势

优势：算法成熟，词包定向，有移动建站很方便，ocpm、cpa系统算法效果较好。用户每日使用时长超过76分钟，同时能5秒快速推广，锁定目标用户，10秒更新用户模型，广告投放更**。

理财、生活、游戏、app等可尝试OCPM出价方式，同时根据导航栏的分类进行投放。

以上是部分主流信息流广告投放渠道及其特性。在投放时，可以根据自身产品情况结合每个渠道的特性进行投放。否则，方向不对努力白费。

那么，哪些行业适合信息流广告呢？

1、变现能力强，广告是需要钱的，每一个广告主做决策一定是首先衡量成本和收益，广告投入可以变现，才会持续的投入。

所以稍微留意过信息流的，应该知道，为什么游戏，海外购物神器，招商加盟，培训，装修设计，珠宝

生美，医美，半等行业会大量爆火，就是因为这种行业变现能力强。

2、市场刚需强的产品，互联网信息流广告，为什么那么多护肤，餐饮，口红，瘦脸的，遮瑕的化妆品，服饰，保健品，祛痘，祛斑，整形，水光，鞋子，汽车，手机等在信息流平台经久不衰，因为这些刚需很强，需要的人很多，几乎人人都需要。

这种刚好适合信息流广告之的特点，人人都有需求，为什么不见墓地，瓷砖，五金推广信息流，因为这种高度垂直性行业，需要的人群没有那么广，购买率比较低。

3、客单价高的产品，客单价高的行业产品，接了一个大客户就可以把两个月广告费赚回来了，还获取了大量的潜在意向客户，这种怎么算都是赚的。

所以为什么微商，汽车，珠宝，口腔，半，家装，培训，加盟，整形，医美，签约祛痘祛斑这种在微博这么火爆，长期在投入广告，不是因为老板人傻钱多，真是划算。

4、效果好，质量好，复购率高的。所有的东西回归到本质，可以长久存活，能在一个平台火，是因为它值得火，一定是因为有一定效果作用，可以满足到消费者的部分需求，满足到特定人群，有效果才会有复购，复购的客户后续的营销成本几乎为0，因为每个渠道获取新客户的成本都会越来越高，有老客户复购，商家的业绩才会比较稳定。

比如祛斑，祛痘，减肥你可以真正解决客户需求，客户体验使用效果好，你才可以变现，你才可以有转介绍和复购机会，你生意才可以持续做下去，这样你前期的广告投入吸引的客源才可以大化转化，如果客户做一个死一个，初次的营销成本应该不是每个客户都可以承受的。

5、质量好，品牌背书强，售后问题有保障的产品，能卖得动，不压货，商家可以变现的产品，商家可以变现，有现金流，广告投入才会良性循环，广告才会持久。

6、利润空间大，毛利高的产品，利润空间大，广告承受能力就相对较强，为什么保健品广告投的风生水起，主要是投入产出比非常高，有一些行业roi达到1比10，这种广告成本很高都可以承受，所以很多广告主不是只看广告成本，而是会看投入产出。

普遍来讲，大多数行业都适合投放信息流广告，只是说不同的行业适合的媒体或者渠道有所不同。因为渠道有很多，比如头条、知乎、朋友圈、QQ空间、抖音视频等等。

总有一个渠道是合适产品做广告投放的。只是说不同的行业需要根据平台的受众以及调性看是否匹配自己的产品，才能达到好的投放效果。想投放广告的朋友欢迎交流