

电商平台信息流广告如何优化？

产品名称	电商平台信息流广告如何优化？
公司名称	黑龙江浩卓传媒有限公司
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	哈尔滨市香坊区三角头道街215栋2单元4层3号(住宅)
联系电话	17645101804

产品详情

广告学到底学到这里就成本义高效果还不好呢？主要是没掌握优化方式，下面就来谈一谈信息流广告优化的信息流

一.信息流广告的展现逻辑：

用户在使用APP时，每刷新一次，系统会从广告库中根据用户的属性匹配相应的广告，这些广告会根据其eCPM（每千次展示获得的广告收入）进行排序，刷新之后，用户将会看到排序为第一名的广告。

eCPM值越高，广告竞争力越大，排序越靠前。但并不一定说，eCPM值越高，转化效果越好，广告效果的好坏取决于多个因素。但可以明确的一点是，广告eCPM值高肯定比值低要更有竞争优势。按照CPA/oCPM/oCPC出价， $eCPM = bid(转化出价) * CTR(预估点击率) * CVR(预估转化率) * 1000$ 通常，我们投放信息流广告，都是按转化出价，出价方式主要是O系列，即智能出价。所以优化信息流广告的核心就在于优化3大要素：转化出价、预估点击率和预估转化率。预估点击率主要与素材和文案相关，预估转化率主要与落地页、转化组件相关。

二.优化转化出价：

一般来说优化转化出价，我们可以这样：1、定向通投时，出价可以略低2、定向较窄时，出价可以略高。另外，版位不同出价不同。高竞争版位出价高，低竞争版位出价低；

3、可以设梯度出价，a计划x价格，b计划x+10，c计划x+20，d计划x+30，以此类推；4、主流的出价是两种，oCPM和oCPC，可以两种各自测试，看看谁的效果好一点。投放oCPC时，可以多搭配词投放；5、调出价的频率，微调即可，一天 2次，每次调整在3%-20%之间即可，需根据实际情况。三.优化素材和文案：素材现在是信息流广告的核心。目前主流的4个信息流平台是巨量（字节系）、百度、腾讯和快手。根据渠道属性，素材的属性也要有所不同。投放巨量，主要以短视频为主，图片为辅（图片多用于投今日头条）；快手，投放短视频；百度和腾讯，可以主要以图片素材为主，短视频素材也可以投。四.优化落地页和转化组件1) 在每个广告平台的营销学堂里去看一下相关教程，比如腾讯有腾讯营销学院等；2) 在行业网站看一下相关干货文章、资料，可以反复阅读，实用的技巧去应用一下；3) 可以收集一下同行的落地页，拆解其优势，然后学习制作；

