

# 信息流广告是怎样捕捉用户需求的？

产品名称	信息流广告是怎样捕捉用户需求的？
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

随着互联网及线上广告的高速发展，企业主选择广告投放的方式，不再只停留于户外、宣传单页、地推等传统线下模式，越来越多的企业将目光投入线上广告宣传，目前很多中小企业主因为自身较多客观因素影响一般都会选择托管或半托管式推广投放，那投放过程的对接就会尤为重要，今天我们就一起来聊一聊信息流广告投放如何捕捉用户需求。

### 一、获取客户信息

我们都清楚信息流推广的第一步重点就是确认客户的推广投放诉求，也就是客户想要激发触达自己的目标受众需要具体做什么行为？而在我们投放过程中为了找到客户诉求，我们就需要先收集客户的基本信息。

- 1.了解基本信息：即我们要具体了解客户做推广需要推广的具体产品是什么，想要传达的核心信息有哪些，客户的同行竞品有哪几家进行具体的分析，客户投入的预算大致是多少。
- 2、了解营销目标：即我们要很清楚客户的推广目的是什么？客户具体的考核指标有哪些？
- 3、目标受众信息：即我们了解完客户基础信息后，也需进一步了解客户推广面向受众的基础行为特征等信息。

### 二、客户诉求+目标受众分析

收集完客户信息之后我们要对收集到的客户诉求进行分析，以应用到后续的推广投放中。在收集完客户信息后，我们需要界定客户的诉求到底是什么，一般客户的诉求主要分为两类：提升曝光或提升转化。

### 三、用户诉求运用

那收集完客户客户信息，分析明确客户需求及目标人群特征后，我们如何将用户需求运用到账户中呢？

那我们就可以结合营销黄金圈法则进行运用，即WHY黄金圈法则。

WHY：即What/How/Why

What：就是指我们后端要做的创意物料及落地页；

How：就是指我们后端要使用投放的创意物料是如何写出来的，落地页是如何制作出来的；

Why：就是说我们为什么要这样进行投放？就比如为什么使用某条创意或者某个落地页进行投放，而不是选用其他的，即选用该类物料制作投放的原因具体是什么以及后续使用这些物料投放后客户为什么会点击，点击后为什么会在页面上浏览停留，\*终为何可以转化。