

# 南阳微信广告精准投放策略,朋友圈信息流广告曝光展现费用

产品名称	南阳微信广告精准投放策略,朋友圈信息流广告曝光展现费用
公司名称	南阳企常青信息技术有限公司
价格	500.00/天
规格参数	
公司地址	卧龙岗汉画街118号建工集团院内
联系电话	15225602960 18238118463

## 产品详情

企常青拥有服务商渠道商优惠政策，能做到投放成本更低，起投放门槛更低，免费为商家提供专业的全套服务，包开户，搭建，设计排版，文案方案参考，广告数据优化运营。。。等等一条龙服务。正规服务商公司运营，全程走对公，可开发票，保障您的资金安全和享受24小时专业服务。

朋友圈拥有强大的用户基础且用户黏度高，这为微信广告的发展奠定了良好的流量基础。从2015年1月的内测开始，微信朋友圈广告就不断推出新的功能和展现形式。而对于广告主来说，推广第一步就是要找到与自身产品特性匹配的广告展现形式。只有营销方向正确，营销效果才会可观。

目前朋友圈广告的5种广告形式：

### 1、图文广告

包括外层文案、外层图片、文字链、用户社交互动，本地推广图文广告还包括门店标识，是Zui常见的朋友圈广告形式。

### 2、视频广告

由五个部分的内容构成，包括外层文案、外层视频、文字链、用户社交互动，是品牌广告主常用的广告形式。

### 3、基础式卡片广告

卡片广告包括图文和视频两种形态，其文案在图片的下面，与朋友圈原创内容有一定的区别。

#### 4、选择式卡片广告

在卡片广告的基础上多了两个选择的按钮，更加利于受众互动，了解受众的意愿，体验更好。

#### 5、@广告主互动广告

适用所有朋友圈广告形态，由三个部分构成，包含功能入口、用户@广告主评论、广告主回复。

做网络广告营销的都知道，效果好不好到达率是决定广告效果根本因素，而微信朋友圈广告如何实现到达率，精准定向的功能就显而易见了。

目前朋友圈的定向功能：

支持地域、性别年龄、手机相关（品牌型号、手机系统及联网环境）、婚恋、学历、兴趣标签（商业兴趣/APP兴趣）、LBS、再营销等属性定向。

##### 1. 地域

支持自由选择地级市以上城市用户进行定向（数据来源于用户近一个月的常用地点信息），支持按省投放、按城市投放。基于可选的地级市，可以细化到定向给某个行政区的用户。

##### 2. 性别年龄

支持自由选择定向14-60岁具体年龄的用户，支持按性别定向。

##### 3. 手机相关

支持按手机品牌、型号和价格定向；支持按手机系统（iOS、Android）定向；支持按Wi-Fi、4G、3G、2G等物理环境定向。支持自由组合选择，也可选择不限。

##### 4. 婚恋情况

支持按用户当前婚恋定向，包括单身、新婚、已婚、育儿。

## 5. 学历水平

支持按用户的Zui高学历水平定向，包含博士、硕士、本科、高中、初中、小学。

## 6. 兴趣标签

分为商业兴趣标签和APP兴趣标签。商业兴趣标签包括18个一级兴趣标签，124个二级标签，51个三级标签；APP兴趣标签包括10个游戏标签和28个非游戏标签。

## 7. LBS

本地推广广告支持颗粒度更细化的地域定向功能：除了支持全国300多个城市、2800多个区县（不含港澳台地区）的选项外，支持4400多个商圈选项和5800多万个指定POI点（兴趣点）自定义500~5000米辐射半径的定向。

## 8. 再营销

支持投放给近段时间内与你有过一切互动行为的用户，包括一个月内取消关注的粉丝。

朋友圈广告通过精准定向的功能，找到精准用户达到转化的案例如下：

### 美食台

通过兴趣标签，找到符合公众号特点的垂直分类用户。原创的图文消息搭配匹配的广告创意，吸引用户并达成有效转化，单个关注成本不到3元。

### 金夫人婚纱摄影

选择适龄且处于“新婚”状态的女性用户，基于本地圈子对当前及未来有潜在需求的用户曝光，单个关注成本4元左右，将粉丝转化为有效订单。

## 微信朋友圈效果好的广告是怎么做的

1、广告精准度：因为商家与顾客“合作”就是供需关系，广告投放的人群的需求意图越大，也就是商家的广告越精准的投放给需求意图大的人群，广告效果越好。例如：少儿教育机构，投放广告到机构服务区域内孩子家长的朋友圈里，对于商家来说，这些人才是精准的，需求意图高的人群。朋友圈广告目前

应该是市面上比较精准的一种广告投放方式。

2、广告展示及平台：好的广告设计展示出来的东西会第一时间吸引到商家的潜在客户；并且平台对于广告数量的把控，取决广告投放的效果，因为大多数人对于任何广告都是有一定的抵触心理的，假如平台广告数量很多，整天看广告，再精准的客户也受不了。

朋友圈广告目前对于数量的把控也非常不错，每天一个人的朋友圈不多2-3个广告，比起其他平台，满满的广告位，拥有很大的优势，基本上每一个收到广告的人都会停留多少关注一下商家广告。

3、营销活动：大家都知道，做广告根本的作用就是“广而告之”，目前很多商家做广告的目的不仅仅是“广而告之”，而是获取直接客户，所以，营销活动是非常重要的，是客户联系商家的一个关键点。

例如：之前有一个孕妇及婴儿摄影的商家一直在做29.9元活动，刚开始效果还可以，但是后面越来越差，因为太多商家有这样的活动，经过跟商家聊天了解到，此商家特有的优势是上门拍摄，并且他们做的低价活动都是象征性收费，主要赢利点是后面的二销，后来公司营销策划专员给的建议是：免费！直接广告活动就是，全城寻找20名孕妇，免费上门拍摄写真，再赠送相框。活动修改之后本次广告投放直接爆了，一天获取了上千个电话数据。因此好的“营销活动”是直接获客的必要条件。

4、广告投放频次：做广告就要持续去做才能体现出更大的广告效果，再小的个体都要有自己的品牌，哪怕一个小店，至少要在自己服务区域内有自己的品牌，广而告之的次数决定客户的选择，同样品类的店铺，客户肯定选择广而告之的那一个，这也是目前做广告的更实际的作用之一，就跟开店做门头一样，哪个老板都想把门头做的比同行大气好看，目的就是得到更好的曝光，更好的价值，当客户对比的时候，得到客户的青睐。现在做广告，考虑的不是在你服务区域内投放多少人，应该考虑的是在你服务区域内一个人投多少遍。这样才能很好的体现每一次广告投放的效果。因此，投放广告一定要经常去做，持续去做，这样才能让我们的广告效果越来越好。

5、选择代理商：找对人、说对话、做对事，省心又省力。他们能根据产品的特点和目标用户的喜好，找准广告投放平台，定制适合广告主自身产品的投放方案，让广告效果Zui大化。

总的来说，无论从微信朋友圈广告的展现形式，以及精准定向来看，朋友圈广告能够实现精准，对于本地商户来说是非常有利的。微信本地朋友圈广告投放获得全面的好评，对于本地商户而言是不可或缺的投放机会，在商户利益Zui大化的同时也同样服务于本地用户，这是把生活与营销相结合非常好的一个产品。