

# 视频号上面的滋补食品广告怎么做的，怎么起量爆单

产品名称	视频号上面的滋补食品广告怎么做的，怎么起量爆单
公司名称	佛山市微禾网络科技有限公司
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	佛山市禅城区张槎古新路南新创业园E区南座3楼301室(住所申报)
联系电话	17576014848

## 产品详情

当前我国健康养生直播规模已超百亿，甚至19岁至25岁的年轻人群占比高达82.7%。当养生逐渐年轻化，直播投放广告，跟着小编一起来看看吧。

步骤一：注册视频号

步骤二：认证视频号（公众号认证或者视频号蓝V认证）

步骤三：发布优质视频内容（至少发布10个以上视频，广告投放需要到）

步骤四：与广告部对接开通ADQ广告后台，（需要拥有食品经营许可证）

步骤五：广告部提交报白

步骤六：视频号授权绑定（ADQ广告后台生态授权管理）

步骤七：搭建广告计划，审核通过，开启广告优化，获取理想ROI

目前主流的视频号直播间投流方法有两种：一是微信豆、二是ADQ投流。

多数商家在布局时会倾向前者。原因很简单，从数据反馈看，微信豆见效快，短期内的ROI产出相对更高；而且随着平台流量匹配的愈发，微信豆能辐射的范围也越来越大。

但这并非意味着ADQ投流的效率不高。ADQ的强项就是广撒网结缘新客，与微信豆各有千秋。

ADQ投流覆盖几乎整个微信体系，不仅能拉到较大的公域流量，其投放场景也不拘泥于视频号，还可以在小程序、朋友圈、公众号等资源位进一步触达潜在消费者。近上线的短视频引流直播间功能，还能进一步形成过滤层，让流量转化更为。

ADQ投流所带来的是长效转化，在度过初始的冷启动期后，很多商家甚至实现了高达1:30的ROI。

尤其对于高客单标品，ADQ投流更能发挥稳定放量和稳定消耗的优势。高客单意味着商家不必担心价格带来的流量逃逸，可以更大胆投流；而标品吸引的都是同一兴趣人群，公域流量可以持续转化，货盘消耗更稳。

这一投流玩法点拨，出自《全域36计》计《如虎添翼》。许多入局视频号的商家都初步实现了GMV的稳步高歌，逐步成为生意增长的“猛虎”；而ADQ投流又能作为“飞翼”，助力流量拉公入私。

那ADQ投流具体怎么玩？哪些品类更适合加码ADQ？有哪些实操经验可以帮助中小商家快速增长？

滋补：

直投起量，短视频引流

实现多层人群触达

做滋补品的白牌，往往由于人群小、结构单一，更容易受到线下销售瓶颈的冲击。而当商家把期望寄予拓展线上渠道时，又会面临大量同行涌入、流量竞争激烈的现实问题。

这时就很适合运用ADQ投流，协助商家触达用户，实现人群破圈。

ADQ的拉新方式可以在微信全域触达关注养生、有滋补品购买意向的客群。同时，ADQ短视频引流直播间的路径，给了商家更丰富的讲品空间，能更好地建立消费者对产品的信任。

广告合作流程：

- （一）客户提供资质给我们，我们提交媒体广告后台开户审核。
- （二）提交广告素材、文案、以及推广链接给系统审核。
- （三）审核过后，客户充值预存5000，投放排期。
- （四）确定投放时间段，广告投放上线。想要做网络广告推广，可以直接联系我们