

b站广告商业起飞投放操作流程介绍/B站商业起飞开户代运营

产品名称	b站广告商业起飞投放操作流程介绍/B站商业起飞开户代运营
公司名称	柏众网络科技（广州）有限公司
价格	.00/件
规格参数	b站广告:开户 代运营 充值 b站开户:开户 代运营 充值 柏众网络:开户 代运营 充值
公司地址	广州市海珠区新港东路1000号保利世界贸易中心E座3111
联系电话	17875312163 17875312163

产品详情

B站商业起飞是一种专门针对企业品牌号和花火商的商业推广形式。它有着精准定向目标人群、自由出价、自主可控和数据报表实时同步等优势。系统可以通过自主学习能力和品牌主提供出价建议和定向目标人群推送，从而有效提高转化率。

B站商业起飞投放操作介绍：

未开户品牌主需要先联系我们柏众网络开通账户才能登录后台。

开始新建计划：点击推广管理——计划——+新建计划

宣传推广的投放目标为：

在系统中，用户可以通过将鼠标放到框内，实现与B站账号下的视频自动同步，并选择需要投放的视频。

在投放形式方面有两种选择：

1、标准投放：系统将优先展示稿件，并且希望尽快消耗预算充足的客户。

2、匀速投放：系统将保持均匀的跑量速度，适合预算适中且希望平稳消耗的客户。

选择哪种投放形式可根据自身的预算能力和投放时段而定。

保存并下一步后进入到新建单元阶段，单元的目的是精准定向目标人群推送，所以每个客户需根据自身的目标用户群体属性选择性设置定向。

在兴趣定向方面，我们提供了行为兴趣意向定向，包括视频关键词兴趣和视频分区兴趣两种数据类型，以标签的形式来圈定广告受众。

视频关键词定向适用于投放在视频详情页面的广告位置。

a、精确匹配：广告将只在包含所填关键词的视频标签中出现。例如，如果填写的关键词是“日语”，广告将只出现在包含“日语”标签的视频的播放详情页。

b、模糊匹配：广告将在包含所填关键词的视频标签中出现，也会出现在类似于“日语教育”的标签中。例如，如果填写的关键词是“日语”，广告将出现在包含“日语”或“日语教育”等视频的播放详情页。

粉丝关系定向是指可以找到相关粉丝量较大的UP主，并将广告投放给这些UP主的粉丝（可以通过UP主主页右侧个人信息uid复制获取UP主 mid）。

管理人群包是指通过内容标签属性对目标用户群进行定向。

创建人群包后，点击发布并返回到推广单元页面，继续进行设置。

保存定向包，以便下次新建其他视频的推广计划时可以直接选择定向包，无需重复设置。

接下来是设置出价和竞价方式。

选择出价方式：

a、CPM：起竞价为5元，适合大品牌报道和新品发布以tisheng热度。

b、oCPM：稿件播放起竞价为0.2元，适合增加视频播放量和粉丝数量；框下链接点击起竞价为5元，适合蓝链带货推广形式。

保存并下一步，进入创意页面。

上传创意素材：点击中间+添加创意，系统即可自动同步需要推广的视频信息。

创意页面在对外展示时起到了重要的作用，它直接影响着用户对网页的第一印象。因此，创意的质量对于广告效果有着直接的影响，而好的标题和创意同样重要。

在创意封面中，一般会显示视频的第一帧画面，当然也可以根据需求替换成本地的新素材封面。

标题和描述是展示在视频下方的文字内容，它们需要具备足够的吸引力，以tigao点击率。

针对创意页面的投放设置建议是：点击+添加创意，创建多个不同风格的创意，并进行同时测试，将效果好的延长投放，对效果不好的进行暂停调整，这就是所谓的A/B测试。

本期的商业起飞-带货推广端口用于进入创意页面，因此创意页面不会自动播放场景，而是采用点击播放场景。两者的区别在于，点击播放采用小图信息流，而自动播放则是首页推荐位置的大图信息流，如下所示案例：

点击保存并退出后，系统会自动跳转到创意页面，这里可以查看新建创意的审核状态。一般情况下，审核结果会在30分钟左右出来。根据外部标注，审核结果可能会在2小时内出来。审核时间一般在10点到19点之间，具体时间还要根据哔哩哔哩审核部门的安排而定。

如果创意审核通过，系统会按照设置的计划自动进行推广。你可以在后台的统计报告中查看投放数据情况。

常见问题解答

A：如何预览已创建的创意？

Q：要预览创意，可以通过后台账户绑定账号，并填写mid即uid。绑定完成后回到推广管理的创意页面，点击预览按钮，然后在哔哩哔哩app首页的推荐滑动中查看。

A：为什么创意审核未通过并提示“内容不宜推广”？

Q：如果创意内容不符合平台的推广规则，就会被判定为“内容不宜推广”。此时需要重新上传新的视频内容来创建新的推广计划。

A：为什么创意审核未通过并提示“标题和素材不宜推广”？

Q：如果提示“标题和素材不宜推广”，那么需要更换新的素材封面，并检查标题中是否含有违规词汇。修改完后，重新提交审核。

A：为什么新建的计划没有数据，无法运行？

Q：如果新建的计划没有数据并无法运行，需要从两个方面进行调整。首先，重新编辑单元，并放宽人群定向的限制，查看右侧的预估覆盖人数。如果人数过少，那么曝光机会就会减小。另外，希望精准定向目标人群时，需要适当提高出价。一般来说，节假日期间和电商节期间流量较大，整体竞争也更激烈，因此需要相应提高出价，具体根据市场情况而定。

A：如何在视频下方评论区加上带货引流的链接？

Q：链接有两种形式，一种是功能链接，一种是淘宝/京东超链接。高能链接需要在稿件建站后台进行创建，并将链接放置在视频评论区并置顶（可参考上面的案例）。

A：发布视频稿件后什么时间段投放效果较好？

Q：建议在内容发布后立即投放，这样有利于冲上热门榜单，并获得更多自然流量。