

# 巨量引擎广告投放操作说明/巨量广告代理开户代运营

产品名称	巨量引擎广告投放操作说明/巨量广告代理开户代运营
公司名称	柏众网络科技（广州）有限公司
价格	.00/件
规格参数	巨量引擎:开户   代运营   充值 抖音广告: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

douyin信息流广告有两种类型，即单页广告和原生广告。它们的主要区别在于：单页广告无douyin账号，不可关注；而原生广告支持关注广告主douyin账号。下面我们将介绍这两种douyin信息流广告的优化方式。

douyin信息流广告的展现模式主要有表单、微信公众号、卡券、电话拨打、地图和APP下载。申请账户一般是一个常规流程，包括准备资质材料、shouquan盖章和首次充值。如果快的话，通常可以在3天内完成全部流程。

需要注意的是，产品内不能包含医疗、敏感内容和douyin竞品等相关功能（即使有相关资质也不行）。如果需要通过审核，就要先去掉或者采取其他方法解决相关内容（比如商务层面的沟通）。

douyin信息流广告的优势在于将广告与产品完全融合，全屏展示无干扰，能更好地传达广告主的信息，提高转化率。douyin信息流广告拥有良好的用户体验，它不会强制打断用户的观看进度，不像一些长视频网站在影片的头部和中部添加一分钟左右的广告视频，影响用户观影体验。

此外，douyin精准分发的机制使得用户接受到更符合他们兴趣的产品信息，实现了个性化的产品推送效果。一个计划包括以下几个核心模块：用户定向、出价、投放策略、视频和落地页。

首先是用户定向，可以进行精准定向和泛定向。

精准定向是根据目标用户的画像对投放的地域、年龄和性别进行精确定义，只向这些特定人群展示广告。

泛定向则不限制这些条件（相关选项选择不限），通过douyin自己的后台模型学习哪些素材和产品更适合你的目标用户。

个人建议是，如果目标用户是一个受众特别广泛、基数特别大的群体，比如电商和游戏，那么在初期通过限制定向的方式缩小用户范围是有必要的，以加快学习适合目标用户的模型（大型S级宣传推广节除外）。

但是如果你是某个垂直领域的产品，本来用户群体就比较小，那么可以通过前期泛定向的方式扩大曝光，快速找到适合你的产品的稳定模型。通常一个计划覆盖几千万甚至上亿的用户是正常的，如果少于这个量级可能跑量会遇到困难。

另一个重要的问题是人群包，已经安装或者已经转化的人群基本是必选项，并且头条会为我们提供一个默认的已安装人群。

关于出价，通常情况下，新计划初期出价要高于期望成本，但也需要注意以下几点：

首先要关注竞品或者行业的出价状态。如果你所在行业平均出价是50元，你出价只有5元，那肯定无法达到预期效果。

其次，在新计划抢量时也要注意成本控制，出价最多不能超过设定目标价的140%，否则即使成功跑出量级，也可能面临成本超过目标价太多而难以控制的情况。

因为douyin信息流是按照ocpm方式消耗的，所以同样的CPM下消耗是一样的。这时候后端转化率越好，计划成本就越低。

需要注意的是，在学习期间的计划中，可以不以成本作为核心考核因素。因为此时学习模型还不稳定，可能会出现出价是10块最终跑出50块一个的情况。但只要计划通过了测试期并产生了超过20个转化数，通常成本就会接近你的出价。

关于投放策略，头条后台提供了均衡投放、优先跑量和优先低成本三种策略。每家公司可以根据自己的目标选择相应的策略来进行跑量。

至于视频内容，在打造成功的douyin信息流广告中，需要在视频内容上下功夫。要将其伪装成一支普通视频，让用户在不知不觉中观看完整个广告，并对产品产生深刻记忆。

如今短视频营销已成主流，在通过一支视频激发用户购买欲望和关注度时，广告主应该从产品卖点和视

频内容两方面进行考虑。

充分了解产品投放的前提是对行业、生态链和市场环境有深入的了解。此外，还要精准定位产品的用户画像，以覆盖潜在用户。

为了吸引人们的注意力，情节设置必须非常吸引人。一个成功的案例是关于一个小说阅读APP的信息流广告。视频开头展示了一个父亲阻止儿子去山上看一只“母狼”的情节，他们展开了激烈的争吵。儿子坚持认为那只“母狼”才是他的母亲，如果不是“母狼”喂养他，他就不会有现在的自己。随着争吵的升级，儿子气愤地摔门而出。父亲面露恐慌之色，说：“不好！”。视频在这里结束，观众根据视频的引导产生了无限的遐想。为什么“母狼”会喂养孩子呢？儿子出门后，父亲为什么如此恐慌呢？这些情节在观众心中埋下了伏笔，引发了观众的思考。在结尾处设置悬念，让观众揣测情节走向，从而引导他们下载“番茄小说”APP去观看完整内容。

由于短视频时间有限，必须在有限的时间内向用户传递品牌、创意和卖点。以douyin网红李佳琦为例，他的所有视频都统一风格，在封面上标明评测的品牌，并在视频中直接展示口红试色。这种简明扼要的测评视频和有感染力的口播形式深受用户喜爱和追捧。

关于落地页设计，首先要注意直达步骤：信息流广告播放后，直接出现卡片弹窗，用户点击后进入全屏落地页样式。

现在，用户对碎片化阅读习惯已经形成，他们对页面的审美标准变得更加严苛，注意力无法长时间锁定在一个页面上。首页负责引流后，落地页应该展示产品优势，最终获取用户信息或引导用户转化。落地页设计必须与广告创意相符，以免与用户期望不一致，导致用户失去兴趣。

那么如何让广告不像广告呢？首先要注重用户体验，信息流广告要像平台上的“原生内容”。例如，在douyin信息流广告中，应该制作像一支爆款视频那样自然融入内容的视频。

在创作视频时，应该注重情节设置，避免广告植入过于生硬。与硬广相比，用户会减少对信息流广告的抵触心理，并将更多关注点放在视频内容上。

信息流广告成功的关键是向用户传达商品的价值而不是广告本身。在商业植入中，凭借广告创意来避免观众反感，并让他们感叹广告可以这样打。

随着douyin的持续走红，其商业价值也越来越高，为品牌营销带来了新市场。douyin的受众主要是年轻群体，这些年轻用户购买力强，对新事物接受度高，成为douyin平台的主力军。如果您想在douyin投放广告，请在线咨询我们。

我们柏众网络是一家专业从事互联网媒体广告运营的公司，拥有小红书、douyin头条和B站信息流广告、等等资源，并拥有专业的团队和运营经验。期待与您合作。

