

微信广告操作手册 | 腾讯广告投放代理商

产品名称	微信广告操作手册 腾讯广告投放代理商
公司名称	柏众网络科技（广州）有限公司
价格	.00/件
规格参数	腾讯广告:开户 代运营 充值 广点通投放:开户 代运营 充值 柏众科技:开户 代运营 充值
公司地址	广州市海珠区新港东路保利世界贸易中心E座
联系电话	13044251623 13044251623

产品详情

微信搜索广告来了，本篇给大家分享的是微信【搜索搜索广告投放操作指引】，来源微信广告官方。资源介绍平台功能介绍

2.1功能概述

投放管理平台的功能包括概览、推广、报表、资产、财务和工具等六个板块。广告主在进行搜索广告投放时，可以根据需要选择搜一搜版位和QQU浏览器等多个投放版位，支持单选或多选的方式。不同的投放版位具有不同的功能设置，因此在选择时需要注意其差异。

2.2广告账户结构

在一个广告账户中，结构包含了推广计划、广告、关键词和创意这四个层级。推广计划和广告用于区分和管理物料，而创意则是用户在搜索结果页上看到的前端广告内容。关键词用于触发广告的展示。

在广告账户中，创意和其触发的关键词可以自由组合。一个账户下最多可以创建300个推广计划，最多可以创建2w个广告。每个广告下可以创建1个动态创意，而动态创意又包含多个创意元素（具体信息请参见3.2.4章节）。每个广告下最多可以购买1000个关键词。

2.3广告投放效果图

平台功能操作指引

3.1 进入平台

1.登录方式：访问<https://e.qq.com/ads/>，使用QQ/微信进行登录，然后进入客户投放管理后台。

2.支持的账户类型：竞价账户和合约账户。

3.2 建立账户

广告物料的建设和管理都在“推广”模块中完成。

3.2.1 创建计划

计划用于区分不同的物料管理，你可以在计划层级上设置计划的类型、推广目标、投放方式、计划预算和计划名称。

操作步骤：腾讯广告投放平台 > 推广 > 竞价广告 > 搜索广告计划

- 计划类型：展示广告计划和搜索广告计划

- 推广目标：销售线索、公众号推广、商品推广、小游戏推广、应用推广、品牌活动

- 投放方式：标准投放、加速投放

- 计划日预算：不限、指定日预算

- 计划总预算：不限、指定总预算

- 推广计划名称：输入计划名称，不超过60个字

投放建议：标准投放会在设定的投放时段内平稳消耗预算。加速投放会更快地获得曝光，但可能会更快地消耗预算。如果想要更快地获得曝光量，建议客户选择加速投放。这仅供参考，具体以客户的投放需求为准。

3.2.2 创建广告

广告用于精细化管理物料，在广告层级上可以设置目标细节、广告版位、定向、排期与出价、广告预算和广告名称。

操作步骤：腾讯广告投放平台 > 推广 > 竞价广告 > 广告第一步广告版位设置

- 支持定向投放：只勾选“微信搜一搜”或“QQ浏览器等”

- 支持通投版位：可以同时选择“微信搜一搜”和“QQ浏览器等”（除公众号推广），交集部分进行优化。

定向设置的第二步

定向支持地域、年龄、性别、系统、已安装基础定向；

可以自动扩大投放范围

不支持定向包功能

根据营销目标选择适合的人群和场景。

支持的定向设置包括地域、年龄、性别、系统（Android、iOS）

*注意：投放建议：

1) 搜索广告通过用户实时需求的搜索词来展示，不建议设置过多的用户定向，除非推广业务有明确的定向需求，比如投放地域有限制的广告主可以设置地域定向。

2) 自动扩量：支持开启自动扩量，系统会根据历史数据，在原有定向人群外触达更多目标人群。

不可突破定向：是自动扩量的附加功能，自动扩量触达的人群和原有定向人群取交集。可以使用不可突破定向来限制自动扩量人群的扩展范围。可以设置不可突破定向的地域、年龄、性别。

支持扩量种子人群：在数据不充分的情况下，广告主可以上传人群包来帮助扩大模型学习目标人群的能力。建议只有AMS广告新客户（以前从未进行投放）使用。

第三步投放排期

投放日期和投放时间保持线上已有广告逻辑；

广告仅在您设置的日期和时间段范围内向用户展示，支持设置投放日期和投放时间。

*注意：投放日期可以选择长期投放或指定日期。

投放时间可以选择全天或指定单个/多个时段。

*投放建议：建议广告主选择"长期投放+全天"，以获取更多曝光量。仅供参考，以客户投放需求为准。

第四步：出价方式设置

支持按照CPC和oCPC两种出价方式。