

腾讯广告介绍 腾讯广告代理商开户 腾讯广告代运营

产品名称	腾讯广告介绍 腾讯广告代理商开户 腾讯广告代运营
公司名称	柏众网络科技（广州）有限公司
价格	.00/件
规格参数	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

一、投放管理平台基本功能

腾讯广告投放管理平台（e.qq.com）是一款为广告主提供的全面广告投放系统。它集合了一系列功能，旨在帮助广告主实现营销推广的目标。该平台可以将广告投放到腾讯生态的各个渠道中，包括微信朋友圈、微信公众号与小程序、QQ、腾讯信息流、腾讯音乐、腾讯新闻与腾讯视频、优量汇等，甚至还能在QQ浏览器等搜索资源中展示广告。

此外，平台提供了广告优化、数据分析、创意生产、托管投放等多种功能，为广告主提供全方位的支持。广告主可以通过平台了解广告效果并进行优化操作，实现最佳的推广效果。

帮助中心将涉及到的产品能力进行了系统化介绍，以便广告主更好地了解系统的使用。内容主要分为以下四个部分，并涵盖了各种场景：

1. 开通账户：介绍如何开通系统账户以及如何分配角色。
2. 工作台：介绍腾讯广告提供的全新一站式营销管理平台。该平台具备组织管理、数据分析、资产管理、财务管理等核心能力。
3. 广告上新：介绍了创建一条广告的标准流程，以及通过工具生成和管理投放所需物料的方法。

4. 广告优化：介绍了广告投放后可通过哪些能力进行广告效果分析和优化操作。

腾讯广告针对不同的版位和创意形式，提供了五种不同的售卖方式，分别是CPC、CPM、CPA、oCPC和oCPM。

a. CPC（按点击付费）：广告主按每次用户点击广告时支付费用。

b. CPM（按曝光付费）：广告主按广告在千次展示时支付费用。

c. CPA（按下载付费）：广告主按每次用户下载或完成特定动作时支付费用。

d. oCPC（以点击计费的智能出价）：广告主选择特定的优化目标，并提供期望的平均转化成本，系统会预估每次展示的转化价值，并自动进行出价调整，按照用户点击付费。

e. oCPM（以展示计费的智能出价）：广告主选择特定的优化目标，并提供期望的平均转化成本，系统会预估每次展示的转化价值，并自动进行出价调整，按照广告曝光付费。

通过选择适合的售卖方式，广告主可以更灵活地根据自身需求和目标进行投放策略，实现最佳的广告效果。

二、账户结构及各层级重点功能认知

在一个广告账户下，包含了四个层级的结构，分别是推广计划、广告、关键词和创意。

推广计划和广告用于区分物料管理，推广计划是为了更好地管理广告投放的计划与策略，而广告则是具体的广告素材。

创意则是指用户在广告结果页上看到的前端广告内容，它能够吸引用户点击广告。

对于搜索广告而言，关键词是决定触发广告的依据，即用户输入的关键词与广告中的关键词匹配时会触发相应的广告。

搜索广告下的创意和关键词可以任意组合，这样可以使得广告更加多样化。

在单个账户下，最多可以创建300个推广计划、2万个广告。每一个广告下可以创建一个动态创意，而动态创意下又包含了多个创意元素。

对于搜索广告，一个广告下最多可以购买1000个关键词。而在一个账户下，最多可以购买35万个关键词。

以上是在一个广告账户下的层级结构和限制数量，通过合理组织和管理这些层级，广告主能够更有效地进行广告投放和推广活动。

在广告账户中，存在着四个层级的结构，包括计划、广告、创意和关键词。

1. 计划层级：计划用于区分物料管理，广告主可以在这个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等信息。

2. 广告层级：广告用于精细化管理物料，广告主可以在这个层级上设置目标详情、广告版位、定向、排期与出价、广告预算和广告名称等信息。

3. 创意层级：创意包含了标题、描述、落地页、品牌形象和创意组件等内容。根据选择的广告版位和创意形式，广告主可以添加图片、子链和视频元素，以及撰写广告文案。创意是用户最终看到的广告内容，通过创意预览功能，广告主可以实时预览最终广告的呈现形式。

4. 关键词层级：关键词作为触发广告的依据，广告主可以根据自身业务特性购买不同词性的关键词。系统提供了系统拓词和手动填词两种购买方式，广告主可以自主选择适合自己的方式。

通过这四个层级的设置和管理，广告主能够更好地控制和优化广告投放，提升广告的效果和效益。

三、广告投放阶段

流程入口

预算规划：账户预算和计划预算

推广目标确定：展示广告9个，搜索广告8个

物料准备：创意标题、描述、图片、视频、品牌形象图片、落地页

资产准备：商品库（关注商品推广）、门店（关注门店推广）、应用（关注应用推广）

计划创建：确定计划类型（展示/搜索/通投）、确定推广目标、配置否定词（搜索计划）

广告创建：确定推广位置、配置定向、配置出价方式、确定优化目标/转化、确定出价策略、配置否定词（搜索广告）

四、广告管理阶段

流程阶段

计划管理：设置、筛选、编辑、暂停、删除列表字段

广告管理：设置、筛选、编辑、暂停、删除、复制列表字段

创意管理：筛选、编辑、暂停、删除关注创意审核状态

数据跟踪：效果数据、人群分析、推广目标、创意形式、素材分析、人群包、商品分析、视频分析、落地页分析、搜索词、自定义数据报告

效果优化：调整计划/广告预算、调整广告出价/定向/排期、调整创意文案/素材、优化关键词/调价/扩展词（搜索/通投）