

快手广告推广|关键词怎么选？广告创意怎么做？

产品名称	快手广告推广 关键词怎么选？广告创意怎么做？
公司名称	广州点赞传媒科技有限公司
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	广州市黄埔区萝岗街道锐丰中心3栋
联系电话	15999978951 15999978951

产品详情

一、关键词

1、关键词选取

1. 关键词来源：

在线推词工具：通过快手广告推广平台可以查看：以词推词、账户推词、行业词包

其他搜索平台的关键词词包

2. 关键词建议：

关键词数量要多，冷启动时建议不少于5000个关键词

快手用户的搜索词通常都很长尾，需要广告主添加更多关键词；

投放初期可添加一定量关键词使用广泛匹配充分跑量，后根据搜索词报告添加关键词

关键词要和业务相关

与业务相关的词，快手广告推广

转化好成本更稳定；与业务不相关的词转化较差，浪费预算 及时查看关键词报告调整主消耗关键词

关键词要和创意匹配

与关键词更匹配的创意，模型预估ecpm更高更能拿到流量；举例：某汽车交易平台，关键词为大众各车型，创意内容需体现大众车型

关键词词性选择

预算有限的情况优先使用

“品牌词”，该类词搜索意图精准转化较好，但不容易跑量

2、关键词词性分类

3、分行业关键词类型推荐

4、匹配方式

1. 建议节奏

a.

投放初期使用广泛匹配充分跑量，投放3天后可根据关键词词性设置不同匹配方式和出价

b. 对于预算有限或成本很敏感的客户，可优先使用短语匹配，但可能很难跑出去

2. 建议组合方式

a. “广泛匹配为主短词匹配为辅”的组合方式更能拿到流量，不建议使用精确匹配

b. 使用广泛匹配跑量时，需要关注搜索词报告，将不相关的词添加为否词

c. 开启智能扩词，以便拿到更多的流量

二、广告创意

创意注意：

建议每个推广组不少于10个创意，尽量加满15个，且开启智能扩词：

系统会基于创意内容进行关键词挖掘，可覆盖更多的搜索流量；

搜索广告为创意优选逻辑，系统预估转化效率更高的创意进行排序，更多创意也意味着更大的选择空间，创意数不够的推广组系统挑选空间有限不容易跑量

搜索广告不存在相似视频打压

1、视频内容

1. 创意类型：视频创意，竖版视频（推荐）、横板视频

2. 视频建议

a. 视频制作方向

i. 搜索广告更适合直接的素材，前10s是否出现营销目标对转化影响较大；

ii. 可复用信息流上转化率高的视频，但不建议使用情景剧素材。

b. 优质素材特征

i. 视频节奏紧凑，环环相扣吸引用户停留观看

ii. 利益点清晰，通常以红包、低价等噱头刺激用户

iii. 以精彩片段为视频内容，吸引用户短暂浏览后意犹未尽从而转化

3. 数量建议：

a. 每个推广组不少于10条创意，以便投放一段时间后优选创意

优质case示例

2、封面

1. 目前搜索广告依旧有较多流量在双列结果页，故双列结果页的封面优化依旧很重要
2. 封面建议：封面有文字，文字建议简短、有噱头可刺激用户点击

优质case示例

3、作品广告语

1. 广告语是指：上传视频创意时填写的描述，会和视频内容一起展示给用户
2. 广告语建议：
 - a. 尽量包括品牌词、产品词
 - b. 广告描述有噱头（eg. 今日开服）、有利益点（eg. 免费试玩）或能击中用户痛点（eg. 后悔没让孩子早点学编程）

优质case示例

4、相关性建议

1. 相关性是什么：相关性是指用户搜索词与广告创意的相关程度
2. 为什么要优化相关性：相关性越好，对用户需求的满足程度越高，从而转化更好
3. 影响相关性的因素：广告语、视频内容（包括封面、视频字幕和口播等要素）、广告来源（即产品名称）等
4. 相关性怎么优化：广告语或视频内容，尽量包括品牌或产品词，尽量突出产品核心卖点

