

巨量引擎抖音信息流广告有哪些形式？

产品名称	巨量引擎抖音信息流广告有哪些形式？
公司名称	中晟盈通信息科技（北京）有限公司
价格	.00/件
规格参数	全国:抖音开户 全国:巨量引擎开户 全国:头条开户
公司地址	北京市海淀区清河永泰园甲1号综合楼626房间
联系电话	18888841776 18888841776

产品详情

一、信息流广告的来源

2016年字节跳动公司旗下今日头条APP开始广告商业化，在市场上首推“信息流广告”，可以看做是信息流广告的开局之年。经过多年发展，不仅toutiaodouyin，诸如腾讯kuaishou、百度、搜狗等相继推出了规范的信息流广告。其核心是通过大数据的分析，实现广告精准推送的“兴趣广告”。该怎么做信息流广告投放效果会更好？相信每个企业都会遇到这样子的难题，今天重点介绍一下douyin巨量引擎信息流广告及如何tisheng信息流广告效果。

首先要充分理解douyin生态，douyin短视频的创作门槛低，一部手机即可发布大量信息，在用户shua视频的过程中，会shua到信息流广告，在视频的左下角会带有两个“广告”字样，douyin巨量引擎信息流广告是通过图片、图文结合或者视频的形式存在，混在人们浏览的视频中，这种广告不是随意庸俗的，douyinguangfang有审核机制，这部分的广告大多都是精心制作且有创意的，有时候没注意看都看不出来是广告，不会很影响用户的体验感。在不知不觉中影响客户心智，实现广告订单的成交。

二、douyin巨量引擎信息流广告形式

douyin巨量引擎信息流广告有以下三种形式，分别是开屏广告、单页广告和原生信息流广告。

1.开屏广告

开屏广告是指用户点开douyinAPP时，在进入软件前的广告，具有极强的曝光性，属于强势入口，不管是静态的还是动态的广告都能给人强烈的视觉冲击。广告主可以选择任意时间段投放广告，在这些时间段内用户只要打开douyin，就能看到这个广告。

2.单页广告

douyin单页信息流广告是指点击头像后进入的页面就是营销的落地页面，直接触达用户，减少用户的流失，可以给用户带来更多的品牌认知，tisheng品牌好感度。但是，单页广告没有douyin账户，不能进行关注，也不支持dianzan、评论和转发。

3.原生信息流广告

原生信息流广告点击头像可以跳转到品牌主页，和品牌的douyin账号打通，可以帮品牌douyin账号吸引粉丝关注，增加账号权重。原生信息流广告会比全屏广告的形式出现在推荐页中，推送给用户，用户可以对视频进行dianzan、评论和转发，完美融入推荐流中，助力品牌做产品营销。

三、douyin巨量引擎信息流广告的优势

1.优质的用户人群

douyin短视频APP主要的用户人群以95后为主，这类群体从小在互联网的环境下长大，对新事物的接纳度更高，信息流广告的广告的曝光率会更高，一定程度上来看效果较好。

2.douyin平台流量大

据douyinquanfang数据显示，douyin现日活跃用户人数已超6亿，每天观看douyin视频的人很多，广告触达率会更高，不少网红景点、网红美食都是通过douyin带火的。

3.用户粘性高

信息流广告的投放是通过后台自己设置的定向人群和行为兴趣来进行推送的，针对的都是比较精准的潜在用户，比较注重用户的体验感。

4.个性营销更吸睛

douyin视频的创作和表达方式可以让用户有不同的体验，不管是营销类、娱乐类、减压类等，不同类型的视频会带来不同的体验，个性化特征明显。

四、信息流广告该怎么投放，效果会好？

信息流广告是穿插在短视频当中推荐给用户的，在这种推荐模式下，企业该如何做广告投放才能起到更好的效果呢？主要抓住以下几点：

1.明确目标受众群体

投放广告前要先明确自己的受众群体，从受众的角度思考，他们的需求，什么样的内容会比较吸引他们，围绕用户为核心的做法在一定程度上能够提高广告转化率。比如你是美妆行业，受众群体主要是19-35岁的女性和19-24岁的男性，主要位于一二三四线城市。可以从目标群体出发，将这部分受众再细分为学生党和上班族，学生党可以推荐一些比较平价且实惠的产品，上班族可以推荐一些小有品牌的产品，分别投放，看看哪个视频效果较好，再做改善。

2.明确产品优势

信息流广告虽然是广告，但是也要注意产品质量和口碑形象，利用产品自身独特的优势或者价格优势，突出亮点，赢取受众信任，让用户对产品甚至是品牌tisheng好感度，更容易二次获客，切忌用三无品牌来欺骗用户，这种做法对品牌是不利的。

3.制作优质的视频

信息流广告效果和投放的视频质量是相辅相成的，当用户shua到一个视频时，如果前几秒没有吸引到用户，那么这个用户就会被划走，直接观看下一个视频，所以，在视频的前三秒和前五秒是很重要的。在视频开场时，尽量使用亮点的文案来吸引用户眼球，可以使用特定人群的句式：如当代年轻人的生活仪式感...；秃头少女必备神器...；微胖女孩穿搭技巧...等。

注意：产品文案要与视频内容相符，我们的主要目的是做产品营销，重点在于产品本身，文案一定要从产品出发，让用户关注到产品本身。

4.视频内容的切入点要新颖

什么样的广告最有效果？就是那些让用户看完很感兴趣想进一步了解，乐在其中的广告，具有出其不意又有意料之中的体验感，创意视频比较吸睛，切入点也新颖。

短视频为什么能够吸引我们一个接着一个往下shua？就是好玩啊搞笑啊有剧情追踪啊，然后就一直往下shua；当然也有一些视频代入感极强，完全没有意识到这是一个广告，得到的广告效果也不会多差；还有个切入点就是从好处、优惠着手来展开。

5.制作优质的落地页

当推送的视频吸引到用户想对这个产品做进一步的了解后，第二步就是点击落地页查看详情，这一步也是用户流失的一个关键点，当用户怀着想了解的心点开落地页后，通过文案、排版风格等进一步激发用户消费行为，实现获客，反之，如果落地页制作粗糙，有心理落差，用户不愿再进一步了解产品，就造成了用户流失。

首先落地页跳转的速度要尽可能的快，如果是因为跳转的时间需要等待较久而流失用户是得不偿失的，所以当广告投放出去时，自己一定要先预览一下看一下落地页跳转的体验感；其次，落地页文案也是很重要的一点，用户在进入落地页前有被视频吸引到，在这一步重点就是刺激消费，所以在文案上可以从价格方面思考，抓住用户需求，限时5折、前100名发放福利优惠券等，刺激有goumai兴趣的用户消费。

五、tisheng视频曝光率的技巧

1.注重4个指标

信息流广告效果好不好主要看评论量、dianzan量、转发量以及完播率这4个数据，这4个数据越好，获得的推荐会越多，所以在广告视频中或者文案中，可以引导用户进行dianzan或者评论来tisheng这4个指标。

2.测试及调整投放时间

针对不同群体或者产品，受众观看的时间是不一样的，大多数人会在饭钱和睡前shua手机，上下班路上或者其他碎片化时间shua手机的也不少，所以一般zuijia的投放时间是工作日中午12点，下午18点，晚上22点左右，周五晚上及周末。

但还是需要具体问题具体分析，比如受众是宝妈群体，这类用户可能比较有时间shua手机的时间会在凌晨0点前后，所以可以根据广告投放效果调整投放时间。

3.做好维护工作

有些优质计划每天都能固定产出量，可以每天都加点预算跑量，做好维护，当计划退化时，已经产不出任何量了，就可以及时关停，培养新的优质计划！

douyin巨量引擎信息流广告该如何投放比较有效果，企业在投放时一定要针对自己的产品特点和用户群体，选择适合自己的做推广，提高品牌zhiming度，促进产品宣传！