



(1)新广告创建：推荐每日新广告，但避免与版位相同方向有高度雷同的广告。

(2)相似素材：相似素材在其他广告的正常投放。同账户下不超过50条。不正当拷贝广告将影响该账户其他广告的正常投放。

(3)预算分配有针对性：首尾广告较多，预算分配更宽松，保证充足余额，保证广告平稳运行。

(4)关闭：新广告时建议关闭旧广告跑量差，确保动态平衡。

(5)建设：建设新广告在建设期结束。建设期，系统将给出建议稳定的广告(24小时运行)。

(6)相同、相似的素材会被压制比较苛刻，新策略会强力压制素材复制，曝光困难。