

在线教育机构怎么投放广告，百度信息流广告怎么合作

产品名称	在线教育机构怎么投放广告，百度信息流广告怎么合作
公司名称	广州博辉网络技术有限公司
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	广州市天河区灵山东路东英科技园
联系电话	13686810231 13750564677

产品详情

在线教育机构怎么投放广告，百度信息流广告怎么合作

可联系广告部Q：17722133

全天24小时服务T：137.5056.4677（微信同步）

李四

多年丰富的市场经验及把握各行业成功案例

信息流广告与传统广告不同的是强调共生共赢，强调媒体、用户、广告主三者通赢。媒体：内容、收益；广告主：广告、效果、二次传播；用户：有价值的内容和产品。

一、传统信息流广告红利不再

人力不足、效果不高、CTR高、转化低、数据难以监测等促使信息流红利不再。

目前剖析信息流广告，如A/B测试、优化创意、创意的周期性更换等主流优化思路围绕一个主要核心思想：

即优化创意或提高创意的CTR。点击率越高的创意，说明广告受众对广告接受度更高，同时CTR越高，创意的质量度越高，创意就能够得到更高的排序和曝光，后续的新创意又能够获得更高的预估CTR，不断循环往复。

然而，对于广告主和代理商甚至对于媒体来说，选择CTR作为优化的关键和重心并不是最优选择：

于广告主而言：广告投放的效果最核心的是实际转化。如果CTR很高，但实际转化较低，反而应该及时收紧预算或暂时停止投放。因为高CTR带来的大量曝光加大了广告投入，却没有带来相应成正比的实际转化，广告主“赔本赚吆喝”。

于用户而言：CTR高意味着广告具有较高的吸引力，有用户感兴趣的信息，但如果最终没有形成大量转化，那么多数情况是在某个环节出现了问题：广告标题有诱导性或者夸张宣传，用户点击后实际页面和心理预期不符；或落地页没有良好的转化引导，没有清晰地传达出商品或服务的价值等。这些情况不仅对于广告主的品牌宣传没有促进作用，反而对用户造成了伤害，将潜在用户变成了难以再次营销的用户。

于媒体而言：高CTR的广告质量度更高，展现曝光更多，会带来更多的收入。但这只是在广告主大量放量的情况下，否则或者没有更大价值，或者由于对用户造成了心理伤害而影响了用户对媒体的信任度。

综上所述，信息流广告的优化思路如果局限于CTR的提高，有可能对广告主、用户以及媒体造成三输的结果。

二、九宫矩阵模型

在此基础上，九宫矩阵模型能够以效果为导向，实现三者共赢：

(1)常规信息流优化中，很多传统行业难以实现线上线下数据的打通，导致信息流优化不得不以CTR为主要优化目标，九宫优化模型在继承常规优化方法中提高创意CTR的基础上，从广告投放的源头将最终转化考虑进去，对信息流广告的营销有了更直接的促进作用。

(2)信息流广告优化的实际运营中，对创意撰写缺乏统一的评价标准，只能A/B测试中实际点击率来判断创意的优劣，因此信息流优化难以对效果做出预估，只能依靠实际测试来不断摸索，不确定性强，优化师的创意能力决定效果。九宫矩阵模型对优化进行了立体式的考虑，对实际投放有一定的参考价值，从素材、定向、落地页等各方面梳理了判断标准和权重配比。对于有需求但又担心效果的广告主，提出了可衡量的投放标准。