

在快手投放广告价格，快手做广告如何收费

产品名称	在快手投放广告价格，快手做广告如何收费
公司名称	广州博辉网络技术有限公司
价格	5000.00/件
规格参数	广告开户:长期合作 广告代投:代运营 合作模式:对公可开发票
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

在快手投放广告价格，快手做广告如何收费

想要推广告投放开广告主不妨电话联或者加微洽谈合作事宜

添加请注明来意

多年丰富的市场经验及把握各行业成功案例

您好！我们是广州博辉网络技术有限公司，专注于社交媒体广告投放和推广服务。在这篇文章中，我们将详细介绍在快手投放广告的价格以及快手的广告收费方式。

，我们来看一下在快手投放广告的价格。快手作为中国最大的短视频社交平台之一，广告投放的价格会根据不同的因素而有所不同。以下是影响快手广告价格的几个主要因素：

广告形式：快手提供了多种广告形式供广告主选择，包括插播广告、贴片广告、悬浮广告等。不同形式的广告在投放价格上会有所不同。

广告时长：广告的时长也是决定价格因素之一。通常情况下，广告时长越长，价格就会越高。

广告位置：在快手上，不同的广告位置会对价格产生影响。例如，首页广告、内容页广告和搜索页广告的价格可能有所不同。

受众群体：快手有着庞大的用户群体，不同的受众群体可能对广告的功效产生不同影响。因此，广告投放的定向受众也是决定价格因素之一。

除了以上主要因素，快手广告投放还会受到竞争对手的影响、广告主的合作年限以及广告主的历史表现等因素的影响。

接下来，我们来了解一下快手的广告收费方式。快手目前主要采用的是CPC（Cost Per Click）和CPM（Cost Per Mille）的收费模式。

CPC收费模式即按点击次数收费，广告主只有当用户点击广告时才需要支付费用。这种模式能够更加精确地计算广告效果，并且对于预算有一定限制的广告主来说，能够更好地控制广告投放的成本。

CPM收费模式则是按千次展示次数收费，不需要用户实际点击广告，只要广告被展示给用户，广告主就需要支付费用。这种模式适用于品牌营销和广告宣传，可以提高品牌曝光度。

需要注意的是，快手的广告收费方式并不局限于CPC和CPM，平台也可以根据广告主的需求和预算制定具体的投放方案，例如按照每天预算限制、按照推广目标等进行收费。

综上所述，快手作为一家领先的社交媒体平台，投放广告的价格是根据多个因素综合考虑的，包括广告形式、广告时长、广告位置和受众群体等。而广告收费方式主要采用CPC和CPM模式，可以更好地满足广告主的需求。如果您有任何关于在快手投放广告的问题或者需要进一步了解广告收费的信息，请

广告主在投放快手广告时，非常注意快手广告的收费模式，以下我们就来介绍下快手信息流广告如何收费？

一、按扣费模式收费

快手信息流广告都是开户成功预充值金额，按照CPM、CPC、OCPC等方式收取费用。不同形式收费标准有所不同。

1、CPM千次展示扣费：CPM指的是广告投放过程中，听到或者看到某广告的每一人平均分担到多少广告成本。每CPM的收费究竟是多少，要根据以主页的热门程度(即浏览人数)划分价格等级，采取固定费率。(最低出价费用：安卓:15元，IOS:20元)；

2、CPC点击计费：只有当用户点击了您的广告链接，系统才会扣费，广告被展现以及观看不收费。最终广告的点击价格按照一定系数进行计算。（最低出价费用：安卓:0.1元，IOS:0.2元）；

3、OCPC优化点击付费：本质还是按照cpc付费。采用更科学的转化率预估机制的准确性，可帮助广告主在获取更多优质流量的同时提高转化完成率。（最低出价费用：OCPC一般出5-10）

二、按优化目标收费

快手广告平台提供了以曝光数、点击数、行为点击数、下载完成数(安卓下载类广告主专属)、激活数(回传激活数据的广告主专属)为优化目标的不同目标选项。1、以曝光数为优化目标

优化目标为尽量多的获取曝光数,适合品牌广告主使用。竞价投放,以CPM(千次曝光花费)计费,IOS端20元起,安卓端15元起。

2、以点击数为优化目标

优化目标为尽量多的获取到点击数,适合效果广告主使用。竞价投放,以CPC(单次点击价格)计费,安卓端0.1元起,IOS端0.2元起。

3、以行为点击数为优化目标

优化目标为尽量达到预期的目标行为点击成本,适合效果广告主使用。竞价投放,以CPC(单次点击价格)计费,算法自动帮助广告主出价并优选受众人群,最终实现行为点击成本趋近于广告主设置的目标值。

4、以下载完成数为优化目标(Jinxian安早下载类广告主)

优化目标为尽量达到预期的目标下载完成成本,适合安早下载类效果广告主使用。竞价投放,以CPC(单次点击价格)计费,算法自动帮助广告主出价并优选受众人群,最终实现下载完成成本趋近于广告主设置的目标值。

5、以激活数为优化目标(Jinxian给快手回传激活数据的广告主)

优化目标为尽量达到预期的激活成本,适合给快手准确回传激活数据的广告主使用。竞价投放,以CPC(单次点击价格)计费,算法自动帮助广告主出价并优选受众人群,最终实现激活成本趋近于广告主设置的目标值。

以上就是快手广告的两种形式的扣费模式。