

抖音广告合作刊例，抖音广告联系方式

产品名称	抖音广告合作刊例，抖音广告联系方式
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

抖音广告合作刊例，抖音广告代理商联系方式

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

一、抖音广告资源及售卖方式

抖音的广告位只有两个：开屏广告以及信息流广告。

1、抖音信息流广告

抖音视频信息流广告是在抖音APP内“推荐”页面内出现的广告，即用户日常“刷”的最多的页面。抖音通过精选优质视频，采用下滑即推荐新视频的展现方式，让用户可以持续在抖音APP内观看视频。在用户下滑观看新视频时，不定期插入“视频广告”，该广告的制作都比较好（抖音有严格的广告审核机制），不会对用户造成干扰，用户如果对该广告内容感兴趣，可以点击视频进行观看，或者点击下方“蓝条”进行进一步的操作。

抖音信息流广告拥有非常明显的“广告”标识，同时在广告页面下方，还用“蓝色字条”标注了操作文字，例如：立即下载、理解购买、理解咨询等等。用户可以直接判断该内容为广告，此时，用户如果对该广告有兴趣或有这方面的需求，会进一步点击该广告视频去做进一步的了解。虽然观看了广告的用户不一定会产生转化，但是未观看广告的用户就一定不会产生转化，因此这种展现样式，可以帮助广告主更好的进行广告用户的筛选，提升广告费的利用率，提升广告转化效果。

抖音视频信息流广告首次出现在“第4条”视频的位置，即用户打开抖音APP看视频时，往下滑动的第四

条视频为广告，在往下刷新的过程中，也将根据一定的频率展现其他品牌的广告，为更多的广告主提供曝光的机会。

信息流广告可以将用户的观看体验升级，在这里，抖音的信息流广告不仅仅是创意平移，而是创意定制。抖音的信息流广告更原生、更前置、并且还具有高互动的特点。

更原生：全屏视频信息流是在第4位出现，能够让抖音范儿创意展示。

更前置：转化按钮在用户的第一视觉入口展示，便捷跳转减少流失。

高互动：可点赞、转发、评论（二期上线）丰富评论提升用户品牌好感度。

信息流广告的购买方式为CPM（按千次展现计费，用户只要看到广告，就算作一次展现，广告在24小时内，出现多次也只收取一次的费用）。

2、抖音开屏广告

抖音开屏广告即在抖音APP启动时展现的广告，该广告在APP启动时展现5s，广告播放完毕后进入“推荐”页面。开屏广告的展现形式为图片或视频形式，广告主可以根据自己企业的推广目标及推广需求选择适合自己的广告形式。抖音开屏广告具有以下几个特点：

1) 曝光量巨大

前面我们提到抖音的月活跃用户数超5亿，日活跃用户数1.5亿，如此巨大的用户人群，在投放开屏广告时，向全网投放，广告的曝光量是十分巨大的，开屏广告支持按特定条件投放，但投放开屏广告的广告主一般投放品牌形象广告、新品上市形象广告等以曝光量、形象展现为主，因此追求的是大曝光量，抖音开屏广告刚刚满足该类企业的推广需求。

2) 视觉效果好

抖音开屏广告以巨幅图片或视频的形式在抖音APP启动时展现，广告的展现时间为用户打开APP的第一时间，用户对广告信息的接收度高，同时，以相对酷炫的效果在APP启动时自动展现，给用户的视觉和感官上的冲击都非常高。

3) 广告费用高

由于抖音开屏广告曝光量巨大，广告位置佳，其费用会更高，开屏广告按CPT方式计费，广告投放费用100万起，相比抖音信息流广告来说，开屏广告的价格要高很多。

4) 可定向投放

抖音开屏广告在投放时是支持定向投放的，目前支持地域、性别等基础定向，广告主可以根据目前客户、目标市场等进行定向，使得广告曝光更有效率。客户为特定区域的广告主，在选择开屏广告时，即可选择在指定区域内进行展现，提升曝光的精准度。

开屏广告是具有震撼的视觉曝光，并且开屏广告是一个强势入口，能够展现潮流视野，开屏广告是抖音短视频开机第一入口，抖音潮人全量触达，并且开屏广告是一个全屏广告，无论是动态还是静态的全屏展示都能给人超强的视觉冲击。

开屏广告的售卖方式为CPT（广告主可以选择在全天24小时内任一时间段投放广告，用户只要在这段时间内打开抖音APP，即可看到广告。在这一时间内无论广告展示多少次都不会收取广告费用）。抖音开通的广告资源有两种：开屏广告（CPT）和信息流广告（CPM），可以根据自身行业以及产品/服务选择自己的购买方式。抖音开屏广告的售卖方式为CPT（广告主可以选择在全天24小时内任一时间段投放广告，用户只要在这段时间内打开抖音APP，即可看到广告。在这一时间内无论广告展示多少次都不会收取广告费用）。信息流广告在购买方式为CPM（按千次展现计费，用户只要看到广告，就算作一次展现，广告在24小时内，出现多次也只收取一次的费用）。

二、抖音广告优势有哪些？

抖音的音乐视频信息流广告有诸多优势，吸引着众多的广告主参与，以下详细介绍抖音广告的几大优势，供您在投放抖音广告时参考。

1、优质的用户资源

抖音用户以95后、00后为主打，这类用户生活优越，思想独立，接受新鲜事物能力强，广告曝光率高。抖音月活跃用户超5亿，日活跃用户数1.5亿，可以为广告主带来海量的曝光，抖音开屏广告、信息流广告的广告展现量巨大，帮助企业带来海量的曝光。同时，抖音拥有优质的红人资源，抖音特有的社交模式吸引更多红人以及明星入驻，广告推广不要太惊艳！

2、用户体验好，粘性强

抖音的智能社交特性强化创作者与粉丝关系，构建抖音短视频内容的智能社交生态，有助于提升用户粘性。抖音是一款音乐短视频APP，其视频的展现效果也非常好。同时通过算法精选，筛选用户喜爱的优质视频在推荐页面进行展现，让用户看到的视频内容都是优质内容，内容体验非常好。同时，抖音也非常关注广告素材的审核，通常只有优质的广告视频素材才会被展现，因此，是广告的体验也是非常好的，用户及时对广告不感兴趣，也不会对广告产生反感，因此呢，抖音广告在用户体验方面很好，这样也能够辅助带来更好的广告效果。

3、个性化营销更吸睛

抖音的个性化视频魔性的表达方式让用户欲罢不能，消遣、娱乐、减压、社交，创造不一样的营销体验。抖音短视频以音乐为切入点，搭配舞蹈、跑酷、表演等内容的创意表达形式，为用户创造丰富多样的玩法，让用户轻松快速的创作独特有张力的短视频，并在抖音社区与众多用户互动，广告转化高。

4、计费灵活

抖音支持CPC、CPM以及CPT等多种广告计费方式，广告主可以根据广告预算去选择适合自己广告产品的计费方式，以达到广告成本最优，用最少的广告成本带来更好的广告转化。

三、抖音如何收费

抖音广告目前支持按CPC、CPM以及CPT的计费方式进行购买，CPC和CPM的计费方式适用于信息流广告购买，而CPT则适用于开屏广告购买，以下详细介绍这三种计费方式以及其优缺点。

1、按CPC计费

按CPC计费即按点击计费，目前抖音信息流广告的一个CPC的价格为0.2元，即用户点击了广告主投放的广告链接，抖音广告系统会收取广告主0.2元的广告费。

按cpc方式的计费的优点在于广告主仅需要为用户点击了广告付费，即仅当我们的广告真实的被感兴趣的 用户点击才扣费，这样的好处在于可以大大提升我们广告费的投资转化率。因为点击了广告的人，才可能对我们的广告感兴趣，虽然点击了广告的人不一定都对广告感兴趣，但可以肯定的是未点击广告的人一定是不感兴趣的。因此通过按cpc的方式计费，可以让我们仅为潜在有兴趣的广告用户付费，大大节省了我们的广告成本。

按cpc计费的方式适合广告预算相对较少，对广告转化效果要求较高的广告主，我们选择按cpc的方式计费，可以合理的把握消费预算，在有限的费用内，尽可能的提升广告的价值，带来更好的转化效果。

2、按CPM计费

按cpm计费即按千次曝光计费，所谓曝光即广告视频在用户手机屏幕中出现了，不管用户是否有观看，都记为一次曝光。目前抖音信息流广告一个CPM的价格为4元，即广告主选择按曝光收费，广告每一千次曝光展现，抖音收取广告主4元的广告费。

按曝光收费的一个显著的优点是其价格便宜，当我们选择了按曝光收费，不管用户是否点击了广告，抖音都按照曝光的形式扣费，即广告展现1000次扣费4元，则每展现10次仅需4分钱，这个费用还是非常低的。在这个基础上，我们可以通过优化我们的广告视频，提升广告的点击率，假设广告的点击率为2%，折算下来单次点击的成本才0.2元，如果我们将广告的点击率进一步提升，那么单次点击的价格可以降到更低。

按cpm的计费形式适合广告预算充足，对目标受众无法做精准预判的广告主，自身拥有较强的品牌影响力，有较强的广告创作能力的广告主，通过海量的曝光，更大限度的发现潜在的消费者，挖掘更多的客户。同时，可以通过更好的文案创意，提升广告的点击率，进而节省广告成本。

3、按CPT计费

抖音开屏广告是采用按CPT的方式购买的，即按投放时间购买。按CPT形式计费的广告，目前只适用于开屏广告的投放，由于开屏广告的特殊性，开屏广告只支持按CPT形式购买。

四、如何投放

抖音是字节跳动公司旗下产品，与今日头条为同一家公司产品，目前抖音广告依然是通过今日头条广告后台来投放的，如果您需要投放抖音广告，需要通过抖音广告后台来进行投放，您可以联系抖音代理商公司来开通抖音广告后台。