

# 谈谈小说新浪app的广告都怎么做推广

产品名称	谈谈小说新浪app的广告都怎么做推广
公司名称	广州众擎网络科技有限公司
价格	1.00/10000
规格参数	
公司地址	广州市天河区福元中路3号a306
联系电话	15626036971

## 产品详情

**曝光篇：**打通核心频道资源，全站立体式曝光打通核心频道：接入全站数百资源位，覆盖核心频道，优质资源过百；

**尺寸统一：**核心资源尺寸规整，为新浪主要资源尺寸，降低广告主创意制作成本，提升投放效率；

**形式多样化：**形式涵盖通栏、画中画、矩形，均为图片资源，品牌价值不可忽规；后续陆续接入文字链、微博平台、移动端资源；

**多终端：**下半年内接入手机新浪网、新浪客户端及其他移动 Apps 的广告资源；通过 LBS 等技术，服务更多广告主和网民；

**定向篇：**多维度定向设置，精准覆盖目标人群；

a、可实行资源、兴趣、地域、性别、年龄五种维度的定向设置，灵活的进行流量细分；

b、数据24小时更新，最大程度实现定向精准

**兴趣定向：**

分析用户在门户和微博的双平台访问行为，给用户打上兴趣标签，目前共 14 个兴趣标签；标签还会细化到二级兴趣，如服装服饰下二级兴趣有女装、配饰等。

有了兴趣定向，用户在门户各频道流动时可以被牢牢抓住，通过广告施加影响。

**地域定向：**

可定向到34

个省及其二级城市，将广告优先展现给特定匙域受众，也可实现不同省份人群看到不同创意。

资源定向：

可以小时为维度切分，控制广告的展现时间及频次；如配合特殊时间的推广活动等个性化效果需求。

人群属性定向：

可根据人群性别、年龄段进行定向，让对的人看到对的广告，广告效果最大化。

优化篇：灵活的出价和投放控制

- a、通过设置展现时间及频次，针对用户精打细算曝光流量；
- b、CPC/CPM混合竞价机制，针对不同投放组出价，并可以随时调整出价；
- c、GSP的计费机制，最大程度节约客户预算；
- d、质量分排名机制，确保展现广告的点击质量；

互动篇：创意多样化，提升人群互动行为

在设置完相关定向条件后，可选择跳转至AD BOX，进行互动广告创意及制作及上传，将广告放到最合适的场景内，提升广告点击率；

AD BOX广告创意模板：展示类、社交互动类

展示类：对于多图分类展示需求，可实现多图自动/手动轮播，最大限度呈现商品特征，提升点击效果。  
Case Study: Smart 通过三班多图轮播创意，点击效果提升2-3倍。

社交互动类：可集合微博社交元素，如加关注、转发等功能按钮，通过门户的用户互动行为，获取更加丰富的社会化营销结果。

AD BOX广告创意模板：信息收集类、内容传播类

信息收集类：根据行业营销需求定制表单，实现销售线索/潜在客户信息收集；Case Study：点击效果提升30+%

内容传播类：增加视频等利于传播的创意元素，吸引用户产生互动行为；Case Study: 361度通过加入品牌传播的短视频，创意点击效果提升40+%

二期计划接入微博、移动互联网及其他客户端资源，同时会开放文字链资源，丰富推广终端及广告形式。

个性化重定向 ( Personalized Retargeting)

根据不同购买阶段推荐不同商品不再推荐已购买而是相关商品

运营方法论之“四步法”

一、广告投放：用户在最开始新建两个广告组，核心组和扩展组，设定同样的日上限，分别建立的广告设置同样的出价，资源和定向条件可以选择不同。区别在于核心组按照心目中原始需求进行资源和定向的选择，扩展组是在此基础上扩展或选择不同方面进行尝试，建议每个广告尺寸搭配至少两个的创意

(可分开同素材类型)，投放 1-2 个工作日。

二、分析数据：账户-广告组-广告-创意四个层级的列表均可看到广告创意投放的各层级数据，详细的数据可在统计报表导出，按照分组的开同得到核心组平均点击率以及平均展现量，开以此数据定为该轮优化的基准点击率和基准展现量。

三、拆投放：按照基准点击率和基准展现量对数据进行分析：1)  
首先按照组别对广告进行划分，按照点击率和展现量的高低进行组合  
2) 其次按照组内广告对创意进行划分，创意点击率进行分组。

四、做方案：广告层级优化

：根据开同投放情况的广告独立分组进行投放，分为四种方案进行逐一优化。

点击率和展现量均高于基准分组预算最高，出价可适当调整、资源可适当增减，继续保证广告的高展现量，定向范围保留，可适当扩大范围尝试，供更多人群看到，后续看投放效果，将不符合要求的地域排除，继续增加展现量的同时保证定向的精准度。目的CPC/CPM价格可以优化至更低；目的CPC/CPM价格可以优化至更低；

点击率高于基准展现量低于基准分组预算适中，在可接受范围内出价可略微增加，开增加一定资源，从而提高展现量；扩大定向范围，可先在原有范围进行扩大，后持续关注，将定向差的范围排除，既增加展现量又保证精度。目的增加展现量又保证精准度

一手抓“精准”一

给不同的人看不同的创意如需对开同的定向条件投放开同的创意，例如北京的投创意A、上海投创意B、体育运动兴趣的人群投创意C；方法如下：

新建3个投放、分别选“地域定向-北京”、“地域定向-上海”、“兴趣定向-体育运动”；

为每个投放分别添加对应创意；

可以人工控定各定向分配的预算比例，如每天预算的 20%投给北京、30%投给上海、50%投给“体育运动”人群。如开设置则系统默认平均分配；