

旅游行业做推广加粉的广告如何高效引流

| | |
|------|---|
| 产品名称 | 旅游行业做推广加粉的广告如何高效引流 |
| 公司名称 | 深圳市微科时代网络科技有限公司 |
| 价格 | 8888.00/1 |
| 规格参数 | 广告部客服微:WSH88885 旅游广告投放:引流客源质量好 全行业可以跑:不限制行业 |
| 公司地址 | 深圳市宝安区西乡街道绵商大厦7楼7088 |
| 联系电话 | 18054205253 |

产品详情

目前市场中做推广加粉的行业很多，有的做搜索，有的做信息流。在这些行业中，旅游算是做加粉比较普遍的行业了，旅游加粉搜索该如何投放？投放过程中要注意哪些细节呢？小编分享下个人的经验，与大家交流。仅供参考，不足之处也欢迎指正。

1、账户搭建与地区屏蔽

旅游搜索推广的账户搭建相对于其它行业会复杂一些，因为线路会受很多因素的影响，比如天气、政策、景区所在地局势等等，所以，账户搭建是很关键的一环。

把账户结构搭建清楚了，对后期的优化非常有利，旅游因为是针对全国性质的，所以不存在只投某一个地域，当然，如果不嫌麻烦的话还是可以分地域跑的，我一般除了屏蔽所投线路的地区，还会把一二线城市屏蔽，因为旅游行业恶点情况比较严重，恶点造成的浪费很多。而且一二线城市，很多开户商，广告粉很多。

关于屏蔽所投地区的补充：比如我投的桂林的，我会把广西地域屏蔽，因为当地人很少会选择由我们客服推荐的线路，大部分会自己去，而且如果我推桂林，没有屏蔽广西的话，那一天中百分之五十的消费都会是广西地域消费的。所以可以屏蔽本地区。

2、切忌过于营销性

旅游行业现在大部分是加粉模式，目前市场的竞争也非常大。在市场竞争中，全国几万家旅游公司，怎样才能让客户加上我们客服号呢？

这点取决于几个方面，一是你账户的展现，二个是创意，三个是非常重要的——落地页。展现就不多说了，这是漏斗模型的第一环节，展现主要与出价、匹配有关系。重点说下创意和落地页。

创意，尽可能多配图，高级样式和闪投可以都用上。这样可以增加点击，创意标题建议文案不要过长，可以以短词、短句组合。然后通配符前后要加标点，做好断句，不至于使标题或者描述看起来是一长句。

落地页，一定要是图文结合，或者加个动态图，小视频。如果你全是文字，客户不会有那么多耐心去看；第二点是，页面的加客服号信息不要过多。如果你的页面展示的客服号太多了，给客户的印象也不好，营销性质太严重。

好的方式是，图文并茂，放一些带当地景点的美女图，中间再顺手插个客服名称和联系方式上去。图片尽量是有吸引力的当地线路景点照，人景合照，让人赏凡悦目，会有一种怦然心动的感觉，然后看到客服号，顺手也加了咨询。

3、页面审核

做旅游行业的都知道，百度信息流审核是比较严的，所以一般情况下需要审核时都会放上专属审核用的页面，等审核通过了，再换上我们平常需要的加粉页，一般情况下都不会查得太严，很多新手不知道怎么过审，这点可以参考。

信息流出价方面，每一条新的创意，都要比老创意多0.5-0.8元。图片类，大图贵，小图，组图会便宜一点，三图转化稍微高一些。

4、淡旺季分明

旅游行业的淡旺季之分感觉特别分明，旺季的时候一天能加几百号人，成本还相当可观，淡季的时候一天就加几十个，成本还相当高。针对于这种差异大，可以使用不同的策略，旺季做好渠道分配，优化成本。淡季做好渠道优化，努力增量，要随机应变，不能死守一种方式。淡季还可以做一些软文或者自媒体营销。也能有一定的效果。

5、加粉时间

加粉时间，一般凌晨1-5点的质量没有其它时间来的好，所以，如果能加到粉的情况下不建议选择凌晨加，据客服反应，都是早上8点到晚上十点前加的粉成交率会比较好点，当然，跟公司跟线路也有一定的关系。可根据实际情况调整时间。

6、ocpc与行业定投

根据实操经验来看，行业定投加粉的效果非常不错。网址的话，建议半个月拓一次，然后要经常否词。价格出价比关键词可以略低一点。Opc的效果也非常不错，用好了这个产品，量能有一个大的提升，成本也能控制住。旅游加粉做ocpc一定要做好跟踪转化，通常跟踪转化是选择代码监测。关于ocpc加粉内容比较多，因篇幅有限，后面我会专门总结一下投放经验。

7、加粉系统

对于加粉行业，加粉系统也非常重要。无论是公司自己开发的系统还是购买的系统，只要你做好监控，就能调控好账户的效果。

市面上针对加粉推广的系统很多，功能基本都能监控到添加行为。这个监控对于我们做好关键词转化是很有用的，我们把账户的每个关键词加上跟踪码，再根据加粉系统的添加数据，用vlookup查找再做成关键词加粉表（转化表），这样就能对关键词进行合理的调价。关键词转化表的做法和其它行业也是一样，只是咨询变成了添加。

8、渠道差异与开户注意

就我个人来说，百度虽然不稳定，但是量最多，账户调整方便。360搜索量大，但是广告多，匹配差，好的时候效果很好，但差的时候效果很难看。搜狗的量不多，但是质量比较好。神马量少，成本偏高，多数时候主要是看该渠道线路的竞争度。如果要拓量，可以两个百度户去分开优化，一个户推关键词+行业定投，采用cpc。另一个户可以使用ocpc，互相补充。

另外在开户上，如果是开非企，尽量找一些本行业的老户，现在非企开户不是很稳定，新手要注意。

目前来说，旅游加粉做大搜的质量算是比较好的，以上或许只是一些方法论，但只要真正这些细节运用，相信账户效果不会太差。

在推广中，我们既要熟悉线路环境，还要剖析游客消费心理，这样调控后的词所带来的粉的质量会比较好。就百度大搜而言，关键词+行业定投+ocpc，是一个不错的组合。有兴趣的朋友也可以尝试。有需要投放旅游行业广告的可以来找我咨询，多年互联网丰富运营经验以及市场成功案例。