



赋能商业 | 始终于人

汽车行业解决方案

腾讯社交广告营销中心|汽车行业组
2017.10



Contents

01 | 行业动态概况

02 | 行业需求分析

03 | 行业解决方案

04 | 投放经验分享

05 | 行业参考案例

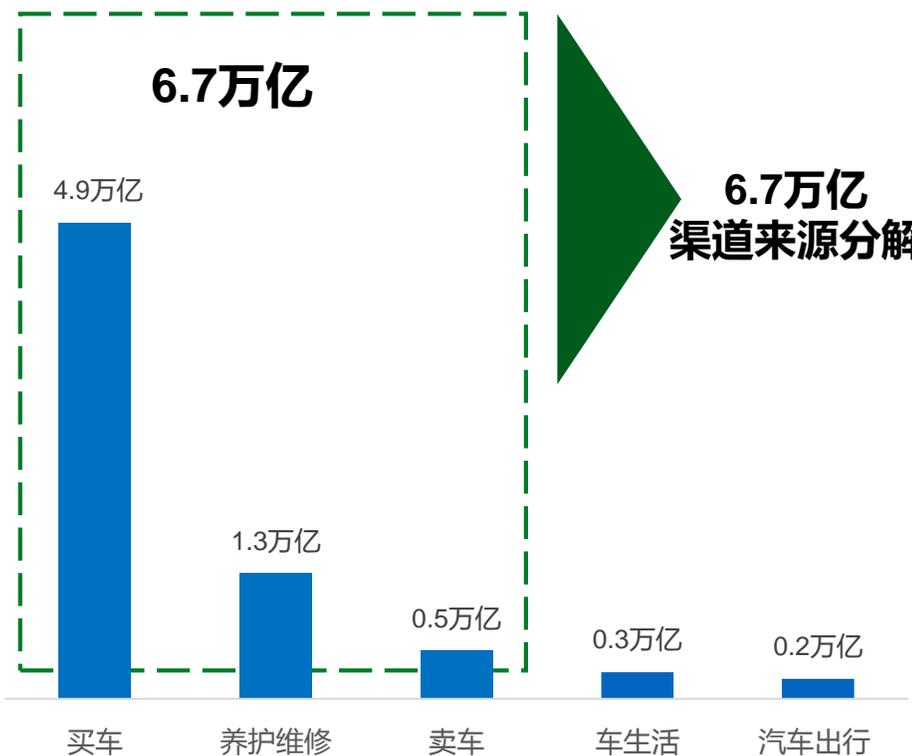
06 | 营销中心简介

01 | 行业动态概况

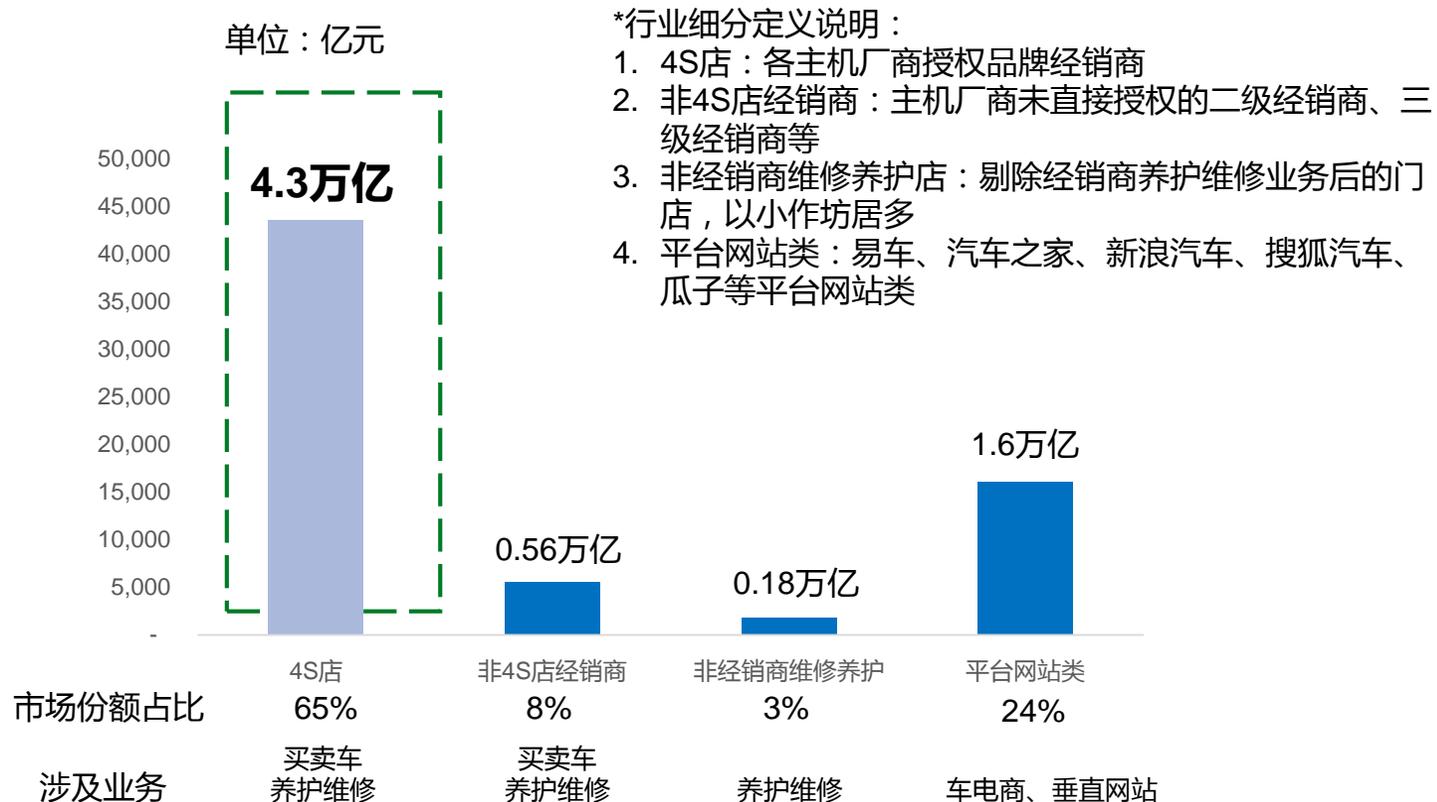
- 汽车行业市场规模
- 汽车行业发展情况
- 汽车行业广告位推荐
- 行业新资源推荐

行业市场分析-汽车行业市场规模

年营收GMV: 汽车行业达7.2万亿；从市场规模角度出发，行业大头为买卖车与养护维修，共计6.7万亿；其中，4S行业份额占比65%，年营收达4.3万亿

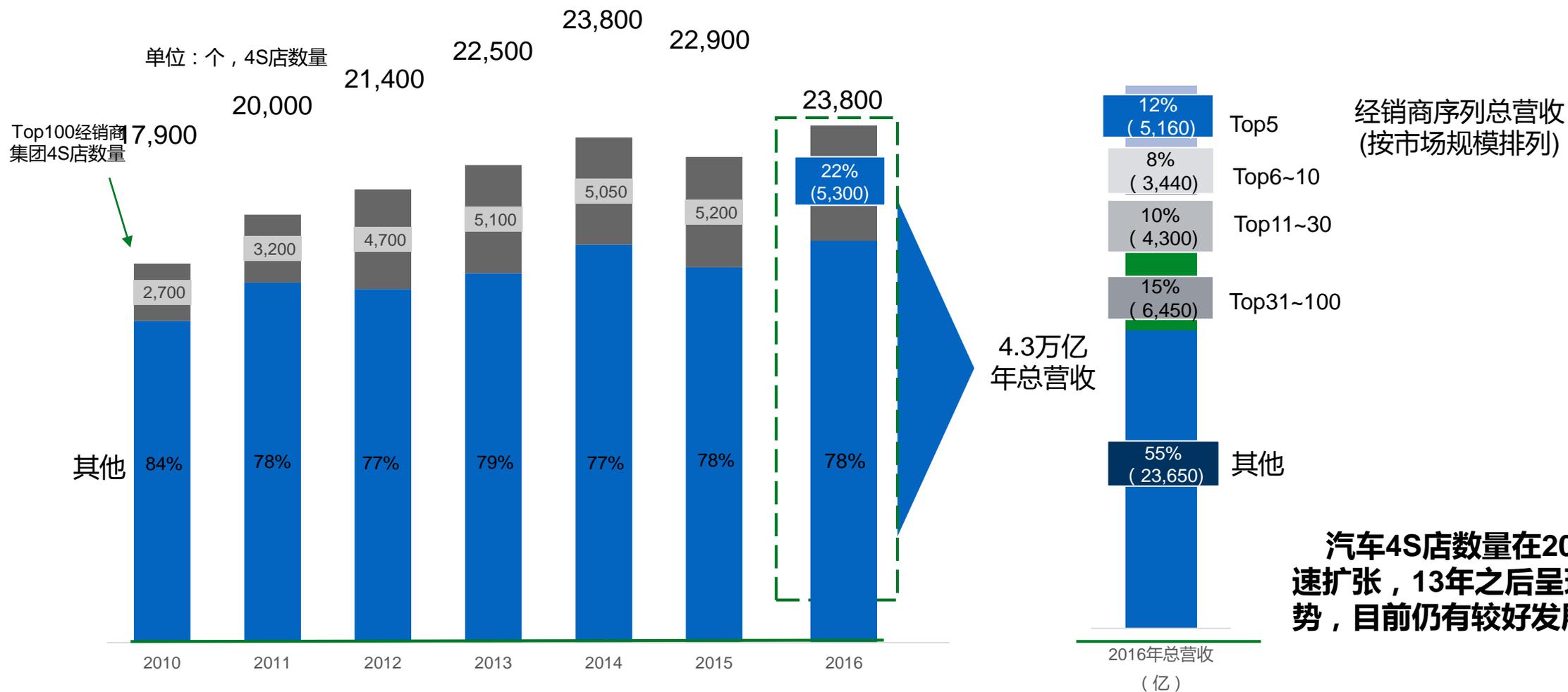


汽车全行业市场规模情况



买车、养护维修行业市场份额分布情况

行业市场分析-汽车行业发展情况



汽车4S店数量在2013年之前快速扩张，13年之后呈现出平稳趋势，目前仍有较好发展态势！

汽车行业TOP广告位综合推荐（2017 / 10）

在广告位持续优化和稳定投放的情况下，汽车行业公众号关注成本 < 10元，有效表单成本 < 200元。

广告位	适合细分类目	规格	曝光量 推荐指数	CPC/CPD 推荐指数	CTR 推荐指数	行业推荐指数	所在PPT页数
朋友圈	汽车厂商、车辆交易 汽车服务	合约、竞价	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★	详见P16
微信公众号文章 底部Banner	汽车服务、二手车交易 汽车综合平台	582*166图片	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★	详见P17
微信公众号文章 视频贴片广告	汽车厂商、车辆交易	5秒图片、6/15秒 视频	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★	详见P17
QQ空间信息流	车辆交易、二手车交易 汽车综合平台	114*114图文	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★	详见P18
手Q浏览器信息流	车辆交易、二手车交易 汽车综合平台	240*180图文	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★	详见P18

汽车行业资源推荐及策略 (2017/10)

本月资源推荐-朋友圈外层视频广告

产品样式

外层样式



东风日产
夜色临城，神秘指令，异形来袭。
全新西玛，激情时速，一触即发！
燃情模式由你开启！

查看详情 [↗](#)

2 分钟前

外层样式



梅赛德斯-奔驰
无法呼吸的4分钟.....
720度的恐怖来袭，让你无处藏身。
2016年绝不可错过的VR震撼大片。

查看详情 [↗](#)

2 分钟前



预算降低

目前支持竞价购买，1000元起投，可由优化师申请测试。



支持本地推广

目前视频位置支持本地推广，契合小型4S店客户的投放需求。



用户体验提高

外层为视频创意，在连接Wifi条件下自动播放，提高用户体验。

汽车行业资源推荐及策略 (2017/10)

本月资源推荐-朋友圈自定义原生推广页

产品样式

外层样式



落地页自定义页面



跳转页面



丰富素材灵活组合

广告主可根据自身需求, 自由拼接素材组件



创意空间提升

支持广告主发挥创意, 将图片、视频、文本、翻页、按钮、表单等组件自由组合



转化率提升

多按钮构建闭环
本地商家有效提升到店客流。

02 | 行业需求分析

- 汽车行业营销节点
- 汽车行业转化路径&痛点

汽车行业-汽车全年营销节点



12 ~ 1月

寒假营销

营销节日：圣诞节、元旦、寒假、春节等促销优惠。

旺销产品：汽车4s、汽车厂商、汽修美容

营销小高峰

临近农历年底及春节，受春节假期影响，广告营销投放会增加。



2 ~ 3月

春季营销

营销节日：妇女节、情人节、

旺销产品：汽车4s、汽车综合平台交易、汽修美容

营销力度逐步下降

春节结束，用户人群进入工作日或返程日，广告营销投入有所下降。



4 ~ 8月

旺季营销

营销节日：清明节、五一、母亲节、父亲节、端午、暑假、七夕。

旺销产品：汽车4s、汽车综合平台交易、汽修美容

五一黄金周

营销中高峰期

有**五一黄金周**，4月份是下半月是营销高峰期。

7-8月份营销力度会有所上升。



9 ~ 11月

秋冬营销

营销节日：开学季、中秋、国庆、秋游、重阳节。

旺销产品：汽车4s、汽车综合平台交易、汽修美容

国庆黄金周

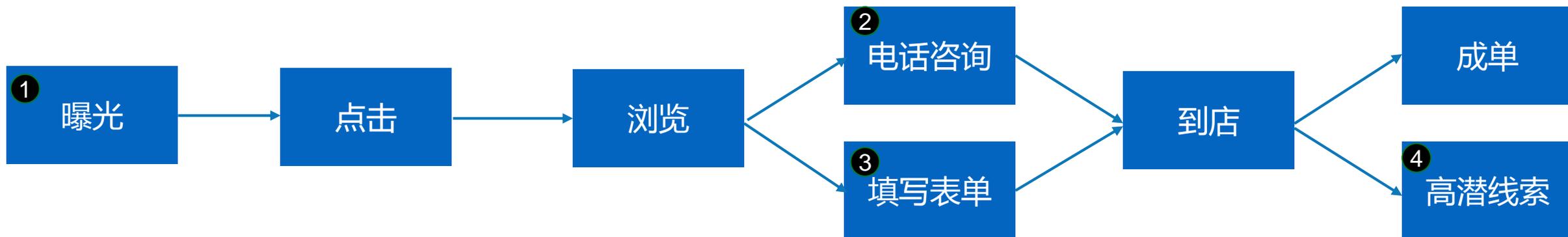
营销高峰期

节日多，促销多，有**国庆黄金周**，是全年营销高峰期。

根据国情年末置新习俗、集中上市新品。

汽车行业转化流程

4S店在一些重要的营销节点会选择互联网广告作为活动宣传和增加销售量的渠道，因此拿到大量的曝光量是客户的基本需求点，而获取客户信息、促成订单转化，则是广告主最根本的目的。



1 曝光：互联网是汽车品牌方做宣传、经销商为活动造势的一个重要渠道，大量曝光是品牌宣传和增加销量的基础

3 填写表单：客户在固定模板页或者自定义链接中留下自己的信息，4S店的销售将根据这些信息来跟进客户

2 电话咨询：在浏览后产生意向的客户通过电话咨询等方式了解具体情况，4S店的客服对其进行引导，促成到店

4 高潜线索：汽车的购买决策周期通常较长，对没有成单的客户线索进行汇总，4S店销售可以对这些高潜客户持续跟进

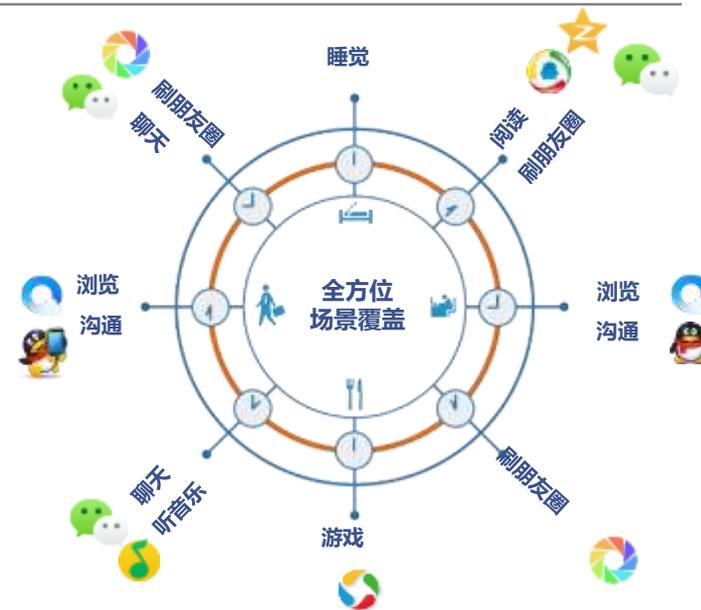
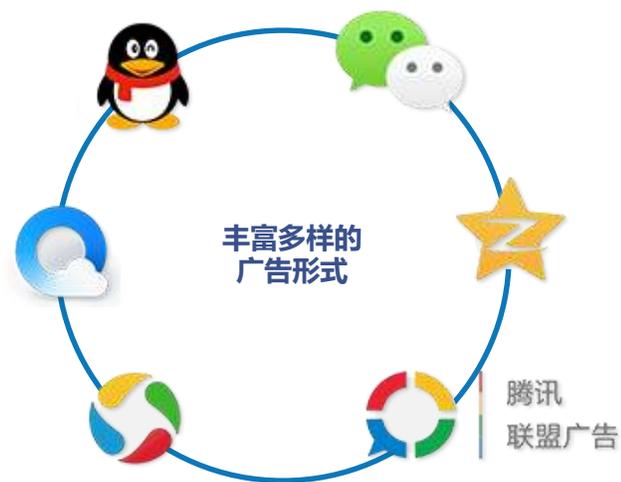
营销路径及痛点分析



03 | 推广解决方案

- 汽车行业流量资源介绍
- 汽车行业产品资源推荐
- 汽车行业工具推荐

流量解决-全场景用户覆盖



8.99亿

月活跃用户

160亿

广告日均
整体流量

跨N屏

独家识别能力

近50%

移动端
使用市场时长

90%

中国网民
覆盖率

人群洞察-多维度数据剖析

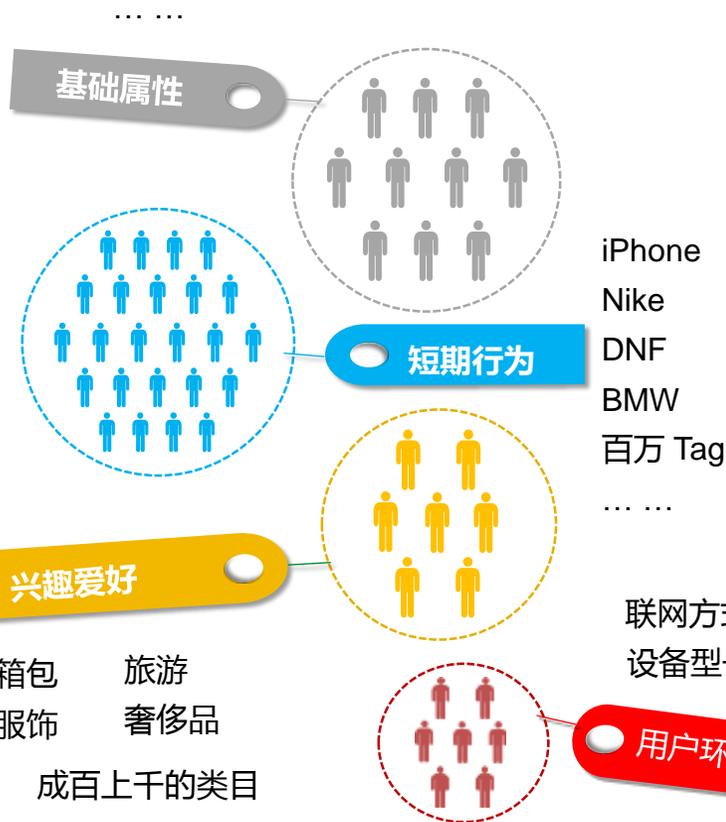
海量数据交叉识别分析

多维度、细颗粒度丰富人群画像

全方位“读懂”屏幕前的人



学历 年龄 新婚 教育
职业 性别 育儿 高消费
地域



产品资源-微信朋友圈，海量覆盖购车需求客户



朋友圈图文广告

按城市层级

CPM排期/竞价购买

按预算 1/3/4/6张图片



朋友圈视频广告

按城市层级

CPM排期购买（20万

起）

6s/15s外层视频



朋友圈本地广告

按城市层级

竞价CPM购买

图文1张

特点优势

朋友圈广告，在中国网民使用频率最高的移动应用资源中，以一种融入用户原创内容中的广告形态，用户体验效果好，满足汽车行业广告主品牌曝光及表单收集等各种需求。

适合推广

- ✓ 新车上市曝光宣传
- ✓ 本地门店拉新（4S店、汽车美容等）
- ✓ 汽车活动曝光（车展、促销）
- ✓ 预约试驾和意向购买潜在客户收集

产品资源-微信公众号高曝光，低转化成本



公众号文章底部广告

CPC计费

图片/图文/卡片/卡券



公众号视频贴片广告

CPM计费

5秒图片、6/15秒视频



公众号互选广告

合约购买

广告推荐、内容定制

特点优势

公众号广告，以多种广告形式海量曝光在公众号文章页，强大的社交分享属性和高点击率和地转化成本的广告营销效果，尤其适合汽车公众号加粉及品牌活动曝光。

适合推广

- ✓ 公众号粉丝加关注
- ✓ 新车上市曝光
- ✓ 汽车品牌及活动曝光

产品资源-QQ体系多样化流量锁定目标购车群体



QQ空间feed

单图文/多图轮播



QQ空间feed

沉浸视频15/8秒



手机QQ浏览器feed

首页FEEDS/看热点列表

特点优势

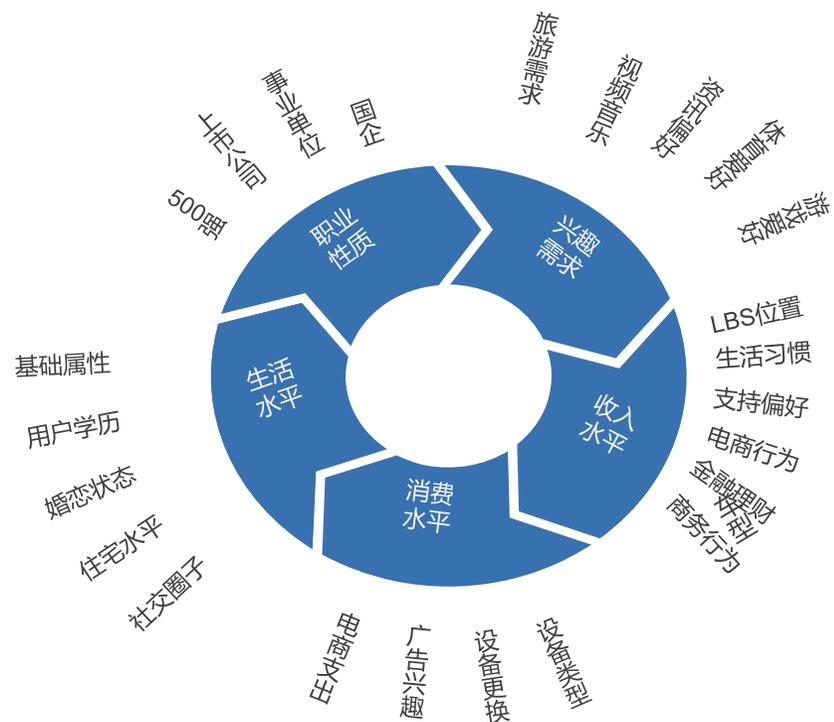
QQ系广告，广告资源规格丰富多样化，以沉浸式及原生态形式呈现，加上大数据对人群属性的精准定向，适用于汽车交易推广和品牌曝光。

适合推广

- ✓ 新车/二手车交易
- ✓ 新车上市曝光
- ✓ 汽车品牌曝光

定向能力-洞察用户用车需求，锁定潜在购车客户

多重标签，精准锁定潜在目标受众



标签洞察

通用、垂直行业、商圈、兴趣爱好



标签具像

抽象标签具象成需要推广的目标受众

场景应用-车辆品牌宣传，形象提升



品牌宣传

强曝光提升形象



▶ 1. 品牌宣传



▶ 2. 性能理念描述



▶ 3. 互动/关注

场景应用-新车上市，广而告之



新车上市
强曝光广而告之



▶ 1. 品牌展示



▶ 2. 新车性能展示



▶ 3. 互动/关注

场景应用-新店开张，引爆本地热度，吸引到店



拉新

新开分店
门店周边告知



1. 圈定门店周边人群



2. 门店直观展示



3. 店面详细信息

场景应用-精准触达，线上直接预约试驾，线下体验



到店引流
线上预约到店体验

▶ 1. 车型展示



▶ 2. 预约到店试驾



▶ 3. 到店促成转化

引导到店，促进购车转化

- 基于LBS位置信息，细化用户定向，精准触达周边汽车人群；
- 目标用户通过广告了解促销活动，留下个人信息及联系方式。
- 客服人员可以维护和进一步追踪销售线索，促成到店体验及交易转化。

场景应用-借助营销热点，精准汽车营销



活动促销
定向+分类营销



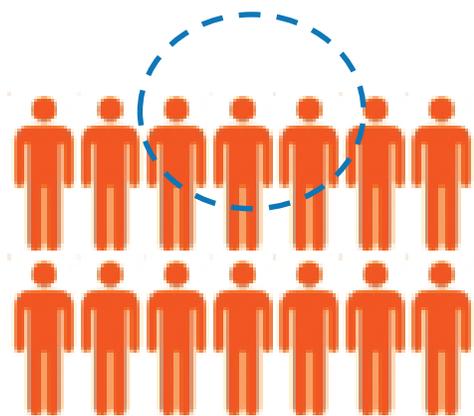
LBS+节日营销

配合店面节假日促销
(黄金周车展、年终促销.....)

LBS+人群定向

指定车型的人群促销
(女性车型、家庭车型.....)

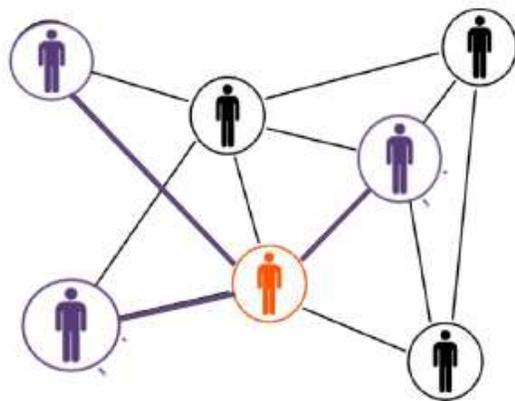
工具 (TSA) -LOOKalike获取更多精准新用户，提升投放效果



种子人群

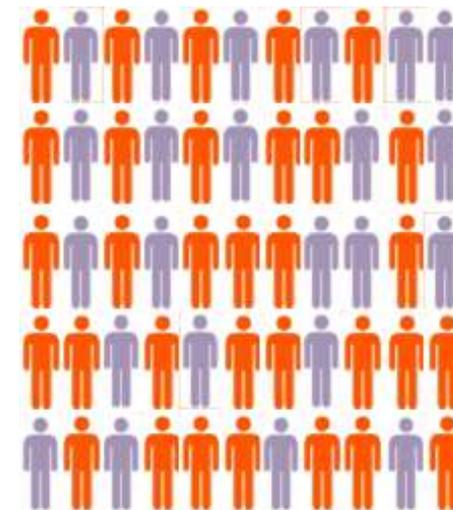
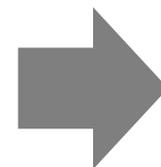
购买需求用户
(种子用户)

如：点击人群、自定义号码包、已
购买人群手机号



相似人群拓展

(基于种子用户画像分析提取种子用户特
征)



扩大受众范围

(在腾讯用户中找到更多精准
用户)

工具 (TSA) - 枫页建站 汽车行业量身定做的落地页制作工具

枫页高级版建站工具是广点通平台为汽车行业等广告主量身定做，用于创建落地页进行广告投放的免费制作工具。



◆ 全面升级，完全免费

页面加载速度全面提升，功能多样化，更好的视觉体验；

◆ 完整的广告效果转化数据

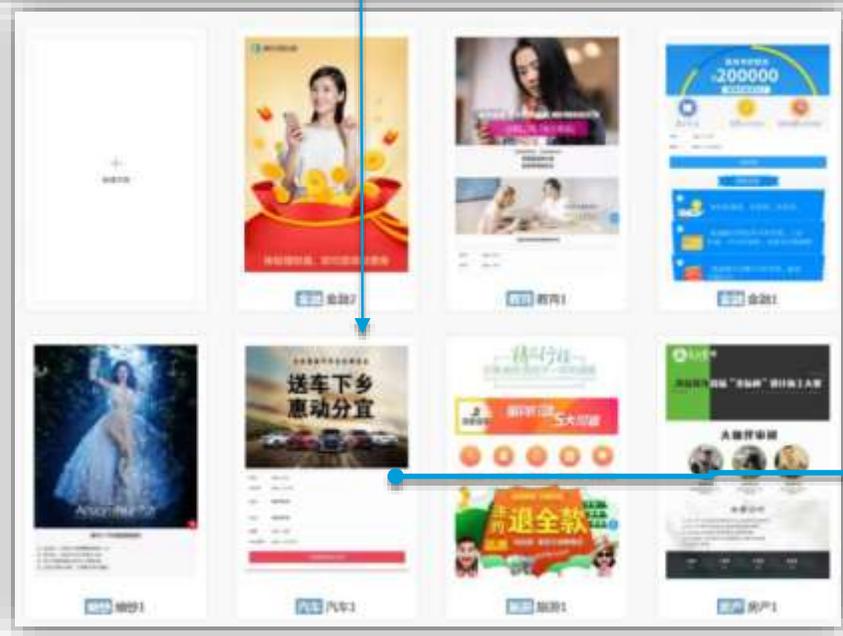
浏览量、电话拨打量、订单提交量等，清晰的数据呈现，为广告投放提供分析基础；

◆ 与oCPA配合优化投放

精准分析智能出价，轻松冲量，提高投放效率；

◆ 腾讯专属CDN加速

站点部署于腾讯服务器之上，全面加速，安全防护，提高用户访问的响应速度和成功率。



工具（微信）-用户再营销，加速并升值



再营销

LBS+精准人群
推动购买和再消费



决策加速



粉丝再营销



车辆置换

再营销-粉丝营销：公众号吸引关注后再营销



1. 点击了解公众号

2. 吸引粉丝关注

3. 关注后对粉丝再营销

再营销-车辆置换：老用户置换新车，以旧换新



长城汽车哈弗SUV突破300万辆时开展哈弗欢乐送大型促销活动

投放用户

- 基于大数据分析洞察已购车车主，精准挖掘核心人群

通过朋友圈本地黄金资源；
与促销活动目标用户直接互动，促成从线上到线下的高效转化。

- 置换人群点击率约为潜客人群的
209%

工具（微信）- 排除营销 拓展新用户，排除已跟业务产生过关联的用户

排除营销  不启用 自定义

排除与你的业务有过关联的用户

已关注你的公众号

曾领取你的微信卡券

曾对你的微信广告感兴趣

投放用户

- 基于历史沉淀数据排除潜在用户，
将所有投放内容投放没获悉的全新用户

根据朋友圈大范围排除潜在线索

全新拓展新渠道，新用户

为汽车销售企业新品牌开拓新市场提供全新用户资源

工具（微信）- 微信落地页 原生推广页

朋友圈原生推广页广告 = 沉浸式环境 + 丰富展现形式

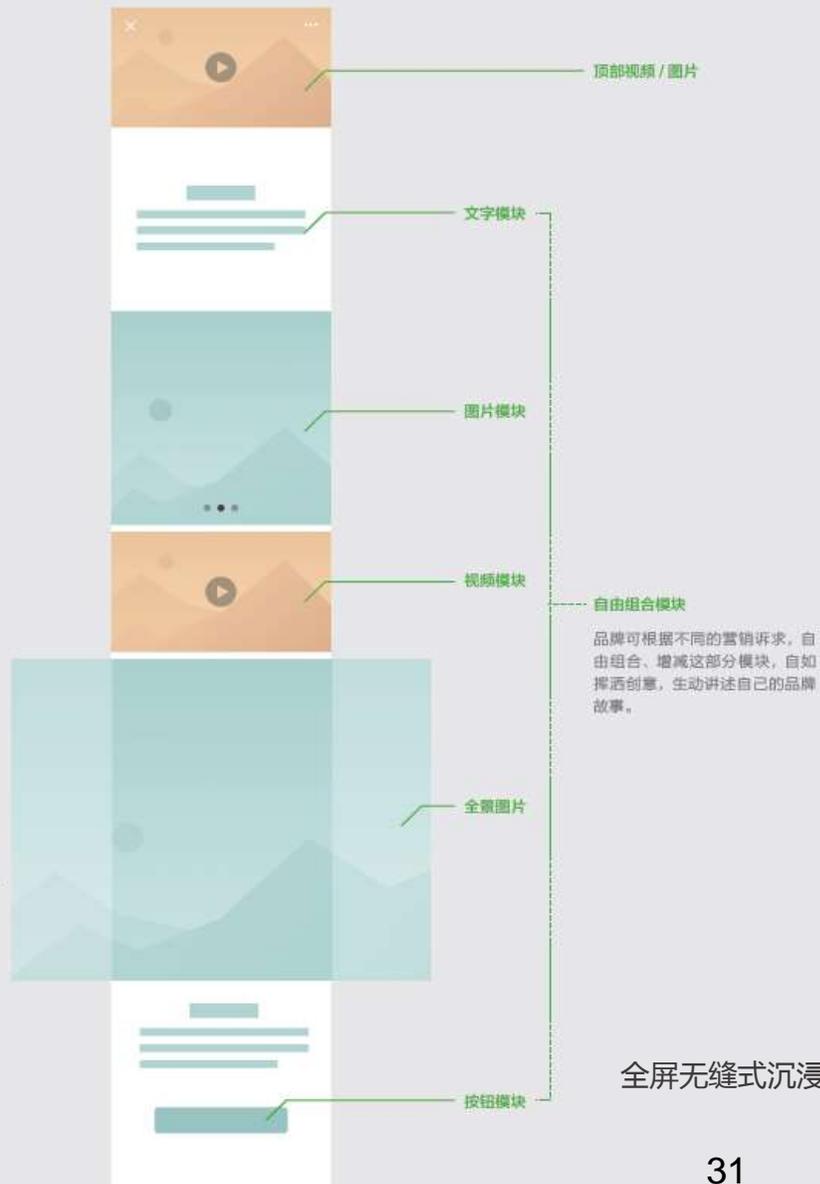
突出汽车品牌形象，多方面展现汽车详情及活动内容

相比普通广告形式
原生推广页广告的详情页进入率提升 4 倍

相比普通广告落地页
原生推广页广告的加载速度提升近 10 倍



点击外层大图，直接抵达原生落地页，增加访客的触达量



工具（微信）-微信落地页 常规体验式



常规体验式

- 用户点击“查看详情”链接，进入常规详情页

最直观快速的收集汽车意向客户预约试驾等信息，方便及时跟进吸引到店。

04 | 投放运营经验

- 汽车行业投放准备期
- 汽车行业投放上线期
- 汽车行业投放优化期
- 汽车行业投放增量期

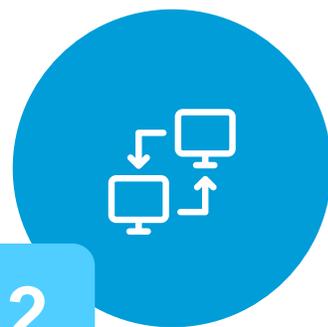
投放运营经验



1

准备期

- 开户充值
- 创意设计
- 落地页制作



2

上线期

- 账户搭建
- 预算分配
- 定向设置
- 广告出价



3

优化期

- 素材优化
- 落地页优化
- 审核指引



4

增量期

- 增加曝光方法
- 拓客工具使用

1. 公众号的注册

注册流程

- 登录微信公众平台主页：
<https://mp.weixin.qq.com/>；
- 在页面点击“注册”，申请注册；
- 选择相应公众号类型，填写注册信息；
- 提交账户资料，等待账户审核。

注意事项

- 订阅号：每天可推送1条消息，但功能较少；
- 服务号：每月可群发4条消息，功能较多；
- 企业微信：不适合推广对象，公司内部使用；
- 对于一般4s店或汽车厂家，在“信息登记”步骤，选择企业注册类型。



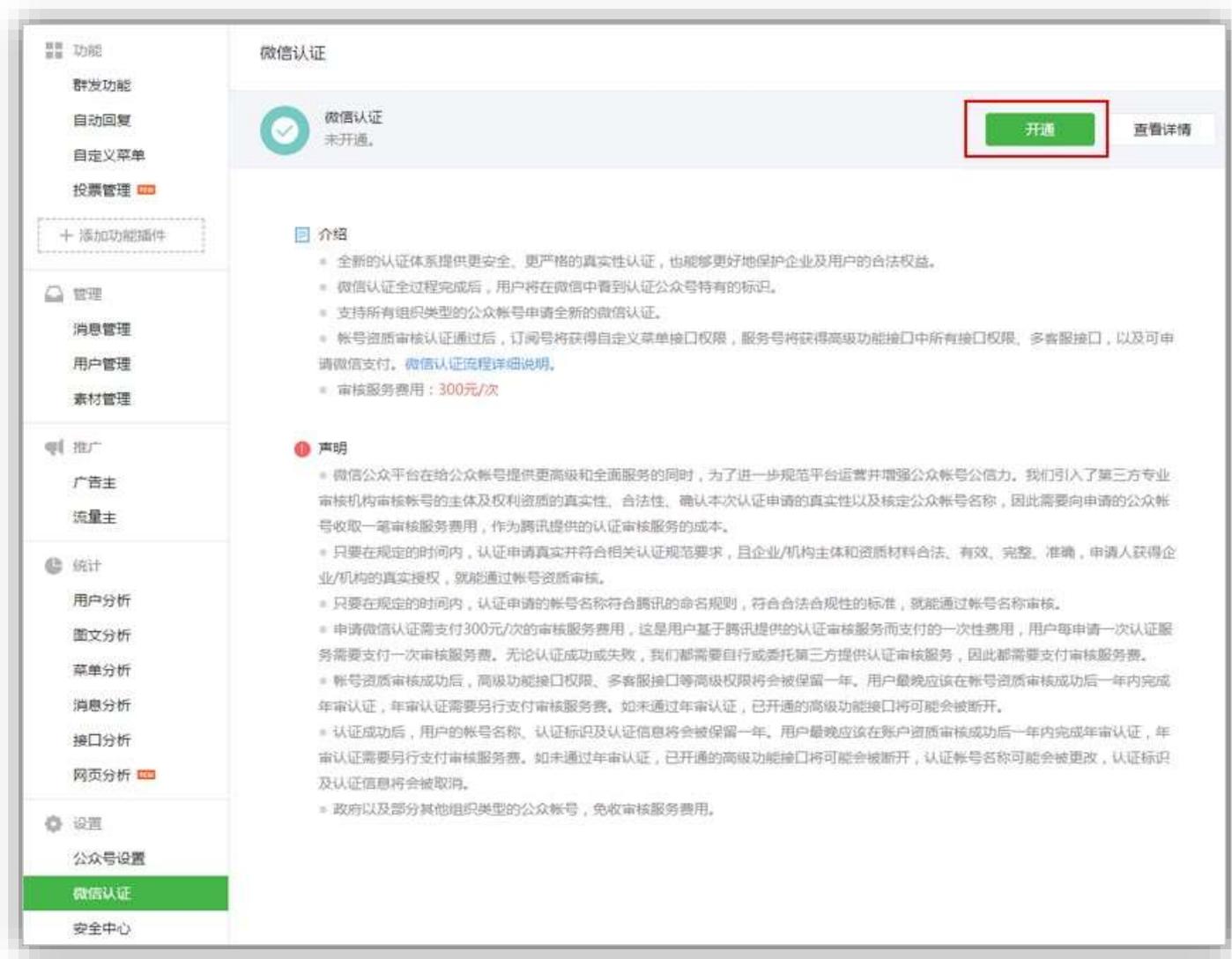
2. 微信认证

■ 认证流程

- 进入微信公众平台，申请注册；
- 填写资料：选择企业类型，提交账户资料；
- 同意命名规则，填写发票信息；
- 支付费用：使用微信扫一扫二维码完成支付。

■ 注意事项

- 微信认证为人工审核，需要审核费用**300元/年**；
- 微信认证时效为1年，到期后需重新认证；
- 微信认证审核时间为**1-5个工作日**；
- 企业必须要有对公账户，需先办理对公账户再申请公众号或认证；



3. 广告主的开通

■ 开通流程

- 进入微信公众平台->广告主->申请开通；
- 选择主营行业，上传行业资质材料，等待审核；

■ 注意事项

- 广告主审核时间为**2个工作日**以内；
- 对于4S店，主营行业可选“汽车-汽车经销”等；
- 若为二手车鉴定评估，需提供《**二手车鉴定评估机构核准证书**》；若为洗车、维修、保养、改装、救援、陪练等汽车服务，需提供《**机动车维修许可证**》或《**道路运输经营许可证**》。详情可参见微信广告行业分类及资质：

<https://ad.weixin.qq.com/learn/nav/40>。



账户充值&发票申请

■ 账户充值

- 进入微信公众平台->广告主->充值；
- 可选择3种支付方式进行充值，最低充值金额为1000元。其中微信支付、网银支付可实时到账，线下银行转账需把流水单上传到后台，3个工作日到账。

■ 发票申请

- 进入微信公众平台->广告主->账户管理->开具发票；
- 申请需在每月1日前完成，逾期将顺延到下月处理。申请完成后，腾讯会在每月月初核实并开具发票，每月15-20日EMS邮寄发票。



创意的准备

■ 图片创意

- 朋友圈外层图片规格为：**800*800**，**800*640**，**640*800**，其中沉浸式原生广告外层图片只能使用800*800px。
- 公众号底部广告位图片创意规格为：**582*166**（活动品牌页）、**465*230**（图片关注）、**525*258**（应用下载）

■ 文案创意

- 广告文案不能超过40个字，文字内容不超过4行，标点符号需统一；
- 不能使用违法字眼，文案需符合朋友圈广告审核标准。



图文广告，方形规格



视频广告，方形规格



图片广告，横幅规格

外层创意结构

■ 构造元素

- **品牌Logo**：突出汽车品牌，如“丰田”、“日产”、“奔驰”等；
- **4S店Logo**：突出4S店信息；
- **主广告语**：低档车（A、B级）强调“价格优势”，如节日促销、季度优惠等，高档车（B、C、D级车）可主打“情怀营销”；
- **汽车主体**：建议贴近现实，采用“**平视-45度**”的角度进行展示；
- **优惠信息**：可突出利息、购置税等优惠政策，或者相应的购车送礼等信息。

朋友圈车款推广创意-通用结构



朋友圈车款推广创意-实际案例



落地页设计要点

■ 落地页的选择

- 常用的落地页固定模板有三种：视频信息收集页、图片信息收集页、原生广告落地页，制作简单方便；
- 除了固定模板，还可使用公众号文章、自定义链接（预算100W以上）作为落地页。

■ 移动页面设计要点

- 因信息收集页大小有限，应突出主要卖点，需客户填写的信息应尽量减少；
- 原生推广页现已支持自定义，广告主可发挥创意，将图片、视频、文本、表单、翻页按钮等组件自由组合。



视频信息收集页



图片信息收集页



原生广告落地页

1.新建广告

■ 广告的创作

- 进入微信公众平台->广告主->创建广告；
- 根据实际推广目的选择推广目标。对于4S店及其他汽车行业客户，推荐选择“本地推广”和“品牌活动推广”；

■ 注意事项

- 如需创建视频广告（预算5W起投），需选择品牌活动推广选项；
- 本地推广形式会在外层图片下方出现门店地址，地址的录入需先创建门店小程序。品牌活动推广形式则不会出现地址信息。

创建广告

推广目标 为你的营销活动，选择匹配的推广目标，[如何选择目标？](#)

- 品牌活动推广 推广你的品牌活动，扩大品牌影响力，让更多用户参与活动
- 移动应用推广 推广你在App Store或腾讯开放平台上的应用，吸引更多的下载
- 公众号推广 推广你的公众号，吸引更多的关注
- 微信卡券推广 推广你的微信卡券，将优惠信息快速触达目标用户，促进用户转化
- 本地推广 推广你的本地门店，吸引周边用户到店消费

2. 广告计划设置&投放设置

■ 广告计划设置

- 购买方式：可选择排期购买或竞价购买。
- 广告名称：名称只会在后台显示，不影响用户体验。建议按规则命名，便于后期的数据处理，如命名为：“宝马1系端午促销-本地推广800*640-年轻男性。”

■ 投放设置

- 可从地域、年龄、性别、兴趣、学历、婚姻状态、再营销功能、等对广告进行针对性定向。
- 出价：CPM（每千次曝光）竞价形式收费，出价越高，越容易获取曝光；
- 每日预算：每日预期最大花费金额。

创建广告

1. 广告计划设置

推广目标、广告类型、购买方式

2. 投放设置

投放时间、人群定向、预算

3. 创意设置

广告素材和详情页

投放时段 ? 全天投放 自定义时段

上线时间 2017-08-09 0:00

结束时间 ? 2017-08-18 24:00

投放人群 1

地域 请选择起投出价相同的城市。若投放不同价格的城市，请新增投放人群。查询[定价策略](#)

+ 添加城市

年龄 13岁 - 60岁

性别 全部 男 女

3.创意设计&预览并提交

创意设计

- ❑ 链接类型（落地页）：可选择原生模板（沉浸式体验）、详情页模板、公众号文章、自定义H5页面（预算100W起投）；
- ❑ 详情页模板：包括品牌活动介绍页、信息收集页-图片型、信息收集页-视频型。4S店多采用信息收集页作为试驾信息页，相应的线索数据直接在后台体现；
- ❑ 图片创意和文案创意：依据提示注意上传，需符合朋友圈审核规范，不得违规；
- ❑ 预览：可通过二维码在手机上预览广告效果；
- ❑ 审核：审核时间为**2个工作日**。



预算调配

准备期

上线期

优化期

增量期

	排期购买	竞价购买	本地推广
适用地域	全国		
推广范围	最小细化到行政区	可设置最小维度为商圈，具体以后台为主	广告下方会出现 门店地址信息
是否保量	是	否	否
投放预算	单次投放50000起	单次投放1000起，1000/天起	
收费标准 (千次曝光价格)	定价：核心150，重点城市100，普通城市50 视频广告价格上浮百分之20（如核心城市180）	竞价： 普通城市：30-200 重点城市：60-200 核心城市：100-300	
排期	未来1-28天流量	实时	实时
投放时长	12小时-5天	6小时-10天	
投放类型	图文、视频（5W起投）	图文	图文
其他	单次预算100W以上，朋友圈排期支持跳转自定义h5链接		

定向设置

准备期

上线期

优化期

增量期

同一广告图片创意下，设置不同定向，在测试期内监控广告跑向，得出最佳定向，目前4S店主要根据不同车款的推广特点进行相应的定向设置。

商务车型

- 性别：男；
- 年龄：30-50岁；
- 地域：4S店所在的城市区域；
- 兴趣：汽车、金融、商务服务等。



小型车

- 性别：女
- 年龄：24-40岁
- 地域：4S店所在的城市区域；
- 兴趣：汽车；



SUV车型

- 性别：男
- 年龄：30-55岁
- 地域：4S店所在的城市区域；
- 兴趣：汽车、商务、旅游等。



店庆车展类

- 性别：男；
- 年龄：24-55岁；
- 地域：4S店/车展所在的城市区域；
- 兴趣：汽车、金融、房产、旅游等。

广告出价

准备期

上线期

优化期

增量期

城市分类：

核心城市：北京、上海；

重点城市：天津、重庆、哈尔滨、沈阳、西安、武汉、长沙、南京、成都、杭州、广州、深圳、大连、宁波、青岛、厦门、苏州、郑州、济南、福州。

普通城市：除核心和重点城市外的城市。

策略对比：



出价建议：

冲量：建议广告投放初期按定价收费标准进行出价，保证流量的充足，提升广告质量；

调整：建议根据实际预算，提高或降低出价，达到推广目的。

车展类客户创意风格的变化

第一次投放



- ❑ 广告采用漫画风，没能突出车辆的具体形象；
- ❑ 采用了“不留余利”文案，让客户难以理解，广告效果较低。

第二次投放



- ❑ 采用了实体车的风格，突出了车展的主打车辆与价格优势；
- ❑ 外层创意只展现了一款车辆，受众较窄。

第三次投放



- ❑ 图片主打“香车美女”主题，迎合主体用户（男性）的兴趣；
- ❑ “汽车+美女”的创意目前投放效果最为理想，可适当参考。

落地页优化

准备期

上线期

优化期

增量期

点击图片 ➔ 直接抵达落地页

- **提高用户体验**：由图片直接展开，用户接受度高、增加品牌认知
- **提高有效点击率**：点击图片后直接抵达落地页，**有效点击率提高60%**
- **降低关注成本**：结合原生页内容和明显关注按钮同时展示，**用户关注率提高20%，关注成本降低40%**



优化前



- **点击后仅放大图片**

优化后



坐进去就够气派了，有一辆就更完美了

时代变迁
也许拥有了自己的爱车
但儿时的那辆军车梦
还有那壮志豪情
依然萦绕在心头

BJ20，北汽为了纪念BJ212推出的一款SUV，设计专属于野性外观，高达215mm的离地间隙以及850mm的涉水深度，CVT无级变速，承载式车身。

从硬派越野的豪迈到强有力的越野冲刺
这就是“北京BJ20”的豪迈
越野做自己



北京BJ20登场预售
BJ20试驾发布会将于3月18日（周六）隆重举办

精美礼品等你来拿
海量惊喜汽车在等你

地址：北京昌平区回龙观站西100米
电话：0998 3109001

立即订购

- **点击后直接进入落地页**

审核指示

准备期

上线期

优化期

增量期

顶级词汇：

“最”、“第一”、“世界级”、“独家”等顶级词汇不能使用。

金融政策：

文案中涉及“利息”、“贷款”等内容需提供与银行的合作证明或提供厂家有关的销售金融政策，如涉及“日供”、“月供”等字眼，需提供具体算法上传到后台资质，另外广告中不能出现“零首付”字眼。

购置税：

如涉及“购置税”优惠，需注明为“厂家优惠政策”。

赠送奖品：

奖品赠送价值不能超过**5000**元，如赠送iphone，需注明型号内存，价格以官网为准。

包牌：

外层文案及落地页不得出现“包牌”字眼，需用其他词语替换。



1

提前预热

- 节假日时朋友圈流量紧张，广告主金额提前投放广告，进行预热造势，收集潜在用户信息，避开销售高峰；
- 除了朋友圈的推广投放，还可以进行公众号品牌页的投放预热。公众号广告以CPC扣费，成本可控，曝光充足。

2

排期购买

- 通过排期投放（5W起投）锁定流量，确保广告的投放效果；
- 排期广告可制作外层视频（5W起投），吸引用户的关注；
- 制作精美的自定义H5落地页（100W起投），制造话题效应，提高宣传效果。

3

联合投放

- 由汽车厂商牵头，联合片区4S店集体进行投放；
- 保持一致的图片创意设计、文案创意设计、落地页设计，以信息收集为落地页，短时间制造话题效应，获取大量高潜线索。

4

新产品的尝试

- 朋友圈卡片广告：外层有更显著的曝光，区别现有朋友圈内容，有更高的社交互动率，有更好的页面进入表现；
- 互动评论功能：可@广告主进行互动评论，大大提高广告的互动性。
- 以上两种产品目前处于内测当中，符合要求的广告主可进行内测。

拓客工具使用——自定义表单收集

准备期

上线期

优化期

增量期

自由拼接表单收集

自由拼接原生落地页

- 原生体验落地页的自由拼接功能，改变原本只支持图片+文字的表现形式，广告主可以在落地页添加图片、视频、文本、按钮、翻页特效组件做功能展示；
- 点击朋友圈外层图片后可直接跳转到落地页，相对于常规模式，多了一次跳转机会，增加转化率。

表单收集功能

- 目前需由优化师进行表单收集功能申请，每周二、周四会处理一次。
- 表单收集功能极大地满足汽车类广告主需求，能及时获取到潜在客户试驾信息。



05 | 行业参考案例

- 汽车行业广告位案例
- 汽车行业优化案例

新车上市投放案例-朋友圈



效果数据

曝光次数
1.3亿+

点赞&评论
106万+

营销目标

- 强曝光和潜在客户互动
- 新车上市，广而告之
- 品牌传播

解决方案

- 朋友圈品牌活动推广
- 动态视频充分展现车型
- 有声视频的故事情节吸引用户层层深入观看

优惠券派发投放案例-朋友圈



效果数据

优惠券领取
500张+

置换点击率为
潜客人群的
209%

营销目标

- 提高品牌知名度
- 获取精准有效高潜人群
- 派发活动优惠券吸引到店

解决方案

- 巧投朋友圈获取大量曝光，提高品牌知名度
- 主投朋友圈本地推广门店
- 精准定向，抓住目标受众，通过优惠券吸引到店

汽车车展投放案例-朋友圈



效果数据

曝光量
100万+

销售目标完
成率
150%+

营销目标

- 线上提高活动曝光
- 获取精准有效高潜人群到场
- 线下销售车辆

解决方案

- 主投朋友圈本地推广活动场地
- 配合礼品派发吸引高潜人群关注
- 抓住目标受众, 吸引到场线下转化

汽车公众号加粉案例-公众号



效果数据

粉丝增长
30万+

关注成本
< 5元

营销目标

- 增加公众号粉丝
- 提高公众号关注度
- 增加粉丝黏度

投放经验

- 主投公众号文章底部广告, 曝光量大
- 图片关注卡片样式吸引关注
- 通过粉丝再营销

汽车保养公众号加粉案例-朋友圈



此广告预览时间截止至 12:48



效果数据

关注成本
4.82

有效到店成本
≤50

营销目标

- 线上提高活动曝光
- 获取中度、重度用户信息
- 提高二次购买率

解决方案

- 主投朋友圈本地推广
- 扩大粉丝维度，树立品牌形象
- 配合后期养护优惠方案吸引在营销

汽车维修投放案例-朋友圈



效果数据

曝光量
10万+

有效信息收集
30条+

营销目标

- 线上提高业务曝光
- 获取精准有效潜在客户信息
- 提高线下业务量

解决方案

- 主投朋友圈本地推广
- 潜在关注用户再营销
- 配合后期养护优惠方案吸引客户

车辆交易投放案例-手机QQ浏览器



效果数据

曝光量
40万+

有效客资成本
< 150元

营销目标

- 新店开张线上推广吸引本地客户
- 获取精准有效潜在客户信息
- 提高线下业务交易量

解决方案

- 主投手机QQ浏览器精准定向
- 通过送小礼品等优惠吸引用户关注
- 丰富车型选择，覆盖各类车辆意向客户

车辆售卖优化案例



湘潭华星锦业奔驰中心

湘潭唯一一家梅赛德斯-奔驰授权经销商，面向本地经营梅赛德斯-奔驰（国产和进口）

投放背景

广告主前期投放过朋友圈广告但效果不佳，曝光、点击以及信息收集情况不是很理想，此次GLC SUV 新车上市想通过线上投放为线下门店引流。

优化效果

表单收集数：**47个**

车辆售卖：**5台**

优化策略

- 优化前：商业兴趣 仅汽车，外层点击率不佳
- 优化过程：
 1. 外层文案：文案中尽量体现活动优惠促销力度，如交1千抵6千等，吸引关注和点击；
 2. 定向：仅限制年龄、地域，去除商业兴趣限制；
 3. 落地页：广告详情页的二跳页面更换为汽车之家，便于用户详细了解和进行线上咨询/表单收集；
- 外层优化结论：文案可**组合品牌+活动介绍+优惠力度**等内容，刺激目标用户需求，吸引点击。



经验总结

- 适当的放开定向、提高曝光和覆盖面以及意向客户数；
- 促销活动需体现出优惠力度，优惠福利尽量考虑周全让用户购车没有后顾之忧；
- 门店地址避免直接体现XXX汽车销售服务有限公司等，可换成XX 4S店或展厅等。

预约试驾优化案例



丰田汽车授权经销商

该广告主为丰田汽车经销商，主要面向本地客户销售丰田各系车系。

投放背景

广告主投放丰田汽车团购活动，通过线上宣传活动为线下门店引流。投放过程中存在曝光不足、销售线索成本居高等问题。

优化效果

查看详情率：**1.6%**

销售线索成本下降 **40%**

优化策略

- 优化前：文案内容仅活动介绍
- 优化过程：
 - 1、之前的外层文案比较没有吸引力，添加了优惠力度及限量等促销因素，如：“限量100台特价优惠车”，“全包首付1万免居住证”等，查看详情率提升0.6%；
 - 2、落地页固定信息收集页，避免让用户填写过多信息而产生流失，优化后仅意向车型和联系方式。
- 外层优化结论：**图片可采用红色背景，突显活动力度，优惠利好要正中用户痛点，效果更佳。**



经验总结

如有促销活动，外层文案或图片可以体现出活动的时效性在吸引用户关注的同时，能促使用户进行进一步的点击、浏览、预约信息填写等行为。

06 | 投放运营服务

我们的服务能力

我们始终坚持与企业团队并肩协作，通过更专业更全面的服务能力，
共筑最具商业价值的合作关系



营销中心运营团队

全部通过腾讯营销学院认证



优享腾讯全网资源

开通白名单资源、新产品优先测试



提供一站式解决方案

广告效果结案报告、节日营销方案
优秀创意推荐、案例包装宣传推广



1V1贴心服务

周到的客情关怀
绝不收取任何服务费用

我们能做什么



开户注册

根据开户资质要求，帮助客户注册和创建广告投放账户



账户指导

指导广告投放，帮助广告主掌握账户投放技巧



效果优化

根据客户需求，提供效果分析报告以及活动营销建议方案等运营服务



产品培训

新产品上线优先邀请内测，并给广告主提供产品培训，帮助广告主获得更多机会



创意素材

协助广告主优化创意素材，定期提供优质素材参考指导



增值服务

我们可以为成功客户包装案例，在官方渠道免费进行市场宣传推广，扩大品牌影响力

欢迎关注我们

如需了解更多新鲜资讯，及时获得帮助，
可以关注腾讯社交广告官方服务号：



腾讯社交广告服务号



微信广告助手



咨询热线：400-900-5050
服务时间：工作日9:00-18:00
官方网址：<http://e.qq.com> 66
<http://ad.weixin.qq.com>



腾讯社交广告
Tencent Social Ads

腾讯社交广告营销中心 | 汽车行业运营组