

# 婚纱摄影行业销售解决方案

# CONTENT

## 婚纱摄影 行业解决方案

赋能商业 | 始终于人



- 01 / 9月动态概况
- 02 / 推广需求分析
- 03 / 推广解决方案
- 04 / 投放经验分享
- 05 / 行业参考案例
- 06 / 营销中心简介

01

# 9月行业动态

- 婚纱行业动态概括
- 婚纱行业现状与动态
- TOP广告位综合推荐
- 行业新产品解析
- 行业优秀创意分享
- 行业优秀详情页分享

# 概况-2017年9月婚纱行业动态概况

01

## 主推产品

- **主推位——QQ系**：优选QQ空间feed、另大力推荐**新资源**手Q空间**随心互动广告**，600\*600方形**轮播**经前期测试，转化效果显著。另旺季流量紧张，对于流量需求大的客户建议通过购买**合约feeds**来保量。
- **微信系**：优选**本地推广**和**品牌**，另结合**公众号关注**的投放进行粉丝营销。

02

## 季节环境

- **旺季抢量**：即将迎来10月、11月、12月婚纱摄影行业旺季大势，制定旺季推广方案，落地客户实施，进行旺季提前预热市场，抢占先机。
- **摄影风格**：天气秋高气爽，非常适合拍摄各种外景，主推：海景，花海，森林系列以及欧式，韩式内景等

03

## 机会点

- **元旦**：利用元旦小长假，线上宣传搭配线下活动，引流促转化。
- **春节**：全家团圆的日子拍摄**全家福**的需求大，通过线上宣传牢牢抓住商机。



# 动态-婚纱行业现状与动态 (待相关市场/行业同学补充)

# 推荐-行业TOP广告位综合推荐 ( 2017/09 )

婚纱摄影行业参考客咨成本在50-200之间

产品	平台	广告尺寸	曝光推荐指数	点击率推荐指数	成本推荐指数	详情介绍
QQ系	移动空间	1000*560消息流	★★★★	★★★★★	★★★★★	p32
		1000*560随心互动	★★★★★	★★★★★	★★★★★	
		600*600方形轮播	★★★★★	★★★★★	★★★★★	
	PC空间	512*120	★★★	★★★★	★★★★	p32
	手Q浏览器	240*180单图 ( 本地广告 )	★★★★★	★★★	★★★★★	p33
		240*180多图	★★★	★★★★	★★★★★	
		640*288大图 ( 本地广告 )	★★★	★★★★	★★★★	
MP	微信朋友圈	MP本地推广	★★★★★	★★★★★	★★★★★	p34
		MP品牌活动推广	★★★★★	★★★★★	★★★★★	
	微信公众号	MP公众号广告图片	★★★★	★★★★	★★★★	
		MP公众号广告关注卡片	★★★★	★★★★★	★★★★★	

- 以上仅供参考，不同时段会有不同变化，也受定向设置、素材、落地页等因素的影响。

# 常规CPM合约-手机QQ空间Feeds第七条

- 社交场景广告 Feed图文、动图、多图轮播



## 展示位置

- Feed好友动态第七条 (合约CPM)

## 产品优势

- 合约可以提前锁量，保证覆盖量级
- 流量不受大盘波动影响，复用率低
- 树立公司品牌形象，提升公司品牌效应

## 产品功能

**查看详情：**跳转至自定义落地页（H5&移动网站）

**互动操作：**用户可对该广告进行转发、赞、评论

**评论信息：**好友点赞用户会收到提醒，可与好友互动



**Feeds 单图文**

高效触达目标用户



**随心互动广告**

增强广告趣味性，提升点击率

# 婚纱行业优秀创意分享

## 1) 手Q空间消息流广告

### 剖析：

**图片：**8月以后天气逐渐转凉，可主打田园花海、海边游艇、韩式浪漫风结合服装大裙摆、飘逸唯美为主，同一套系使用拼接图片，3宫格~4宫格拼图为主，多角度展现样片之美。

**文案：**以“节点新品”，“免单”、“多少钱”等抓住用户眼球，吸引点击；

### 甜美韩式风



在上海，拍一套10服10照的婚纱照，最低要多少钱？

### 唯美花海系



国庆新品婚纱照来袭！咨询有机会获得免单哦！

### 时尚游艇风



去大连，拍一套酱紫的婚纱照多少钱？



# 婚纱行业优秀创意分享

## 2) 600\*600方形轮播

剖析：

- **图1**：蔚蓝大海和婚纱融合为一体，画质清晰美感十足；**图2**：唯美花色大摆裙，带来强烈的视觉冲击力，有助于抓住用户的眼球。
- **素材要点**：轮播的图片多为一系列的照片，画面高清大气带美感，从远景切换近景，更能生动体现照片的美感和细节。
- **文案**：采用抽奖的形式，吸引用户去点击参与活动，打消用户的心里顾虑。



今年打算结婚的新人们，婚照免费抽啦！反正不要钱，万一中了呢？



今年打算结婚的新人们，婚照免费抽啦！反正不要钱，万一中了呢？

# 婚纱行业优秀创意分享

## 2) QQ浏览器广告

剖析:

- **图1**：个性搞怪的中国风，让婚纱照喜庆不失幸福的味道；
- **图2**：漂亮的海景配上抢眼的红色婚纱，新人甜蜜的互动，使婚纱照生动浪漫
- **文案**：“你猜”增加用户互动心里，“先拍照后付款”，“无理由重拍”体现服务质量过硬

在铜仁，拍这样一套婚纱照！你猜需要多少钱



海景婚纱照本月预定只要3888元！先拍照后付款，无理由重拍！



# 婚纱行业优秀创意分享

## 3) 微信朋友圈广告

### 剖析：

- 天气凉爽适宜，可主打外景拍摄，海景，山林、绿色草坪，夜景，水下等背景结合飘纱，彩色气球增添幸福唯美感。选取素材像素要高清，色彩鲜明，漂亮大气！
- 儿童摄影用高清大图充分体现萌宝的萌态，即可成功抓取宝爸宝妈的关注。



# 旅拍行业优秀详情页分享



全球旅拍  
免费升级双相册+组合框12件套, 还有4天3晚酒店/包接机/包拍照, 还送微电影!



53客服窗口

## 页面亮点特征

排版要求:

落地页面排版简单大气, 有创意, 多次体现品牌logo, 体现品牌实力!

展现形式:

使用朋友圈品牌原生推广页形式, 大规格展示不同景点拍摄质量, 素材高清漂亮, 凸显品牌实力;

主题内容:

详情页内体现具体的产品优惠内容, 和旅拍用户最关注的服务优势: 时间, 包住宿和接机等服务

02

# 推广需求分析

- 营销节点
- 营销痛点
- 转化流程

# 营销节点：梳理拍摄节点，把握节奏

## 营销策略

旺季营销

获取精准客咨，提升订单转化量；

淡季营销

精准客咨获取，潜在客户积累与品牌宣传，；

拍摄旺季

拍摄旺季

2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 1

婚博会

小长假

婚博会

黄金周

元旦小旺季

# 营销痛点：探究解决思路，另辟蹊径

## 转化成本过高

- 传统模式销售流程人力要求高，导致转化成本高
- **启示：转化流程优化，扁平化人员管理**

## 团购平台恶性竞争

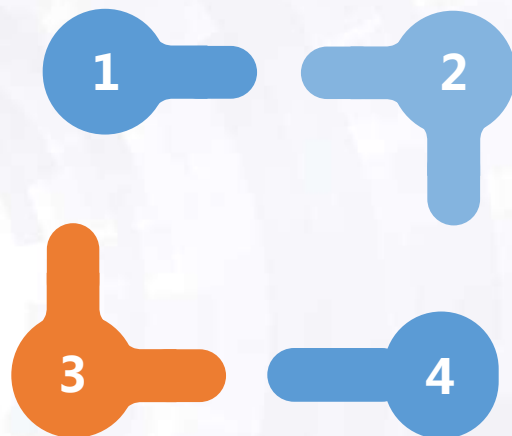
- 团购平台多以价格为主要竞争力，形成恶性竞争
- **启示：新渠道推广，制造差异化优势**

## 行业消费不透明

- 隐形消费过多，客户对行业消费情况知之甚少，导致信任危机
- **启示：重视平台口碑，承诺消费细则**

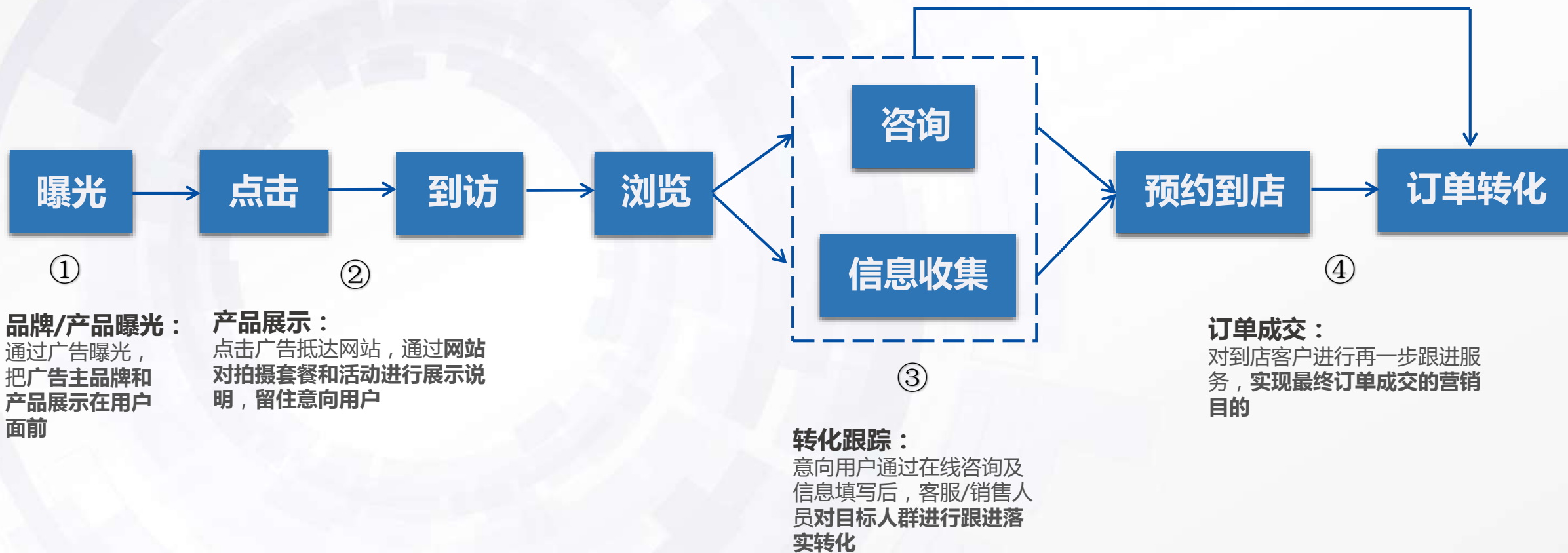
## 品牌难以树立

- 行业宣传过度碎片化，难以打造消费者心中的品牌形象。
- **启示：品牌视觉化+互联网平台大流量**



# 转化流程：契合推广目的，有效把控

- 婚纱行业依托网络平台满足品牌的曝光需求，通过用户点击至网站到访，进行有效咨询，达到广告主对效果转化的推广目的。



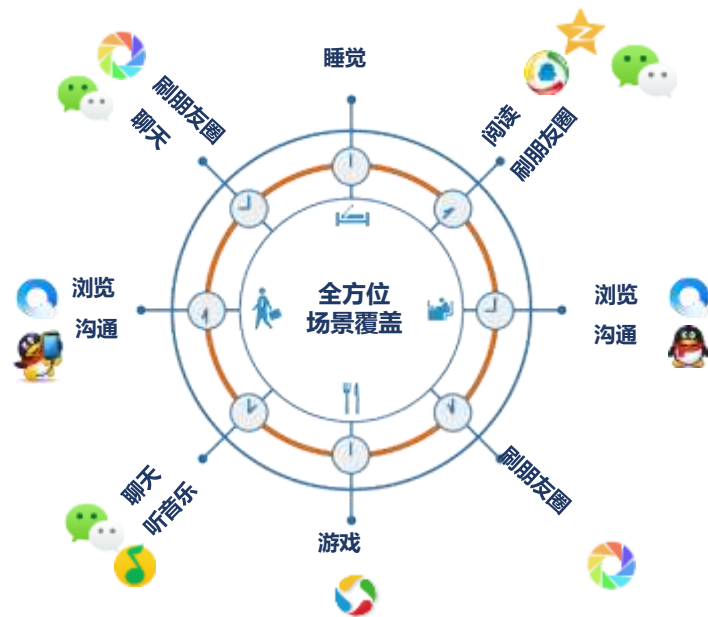


03

# 推广解决方案

- 数据支撑
- 高效营销
- 技术支持

# 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

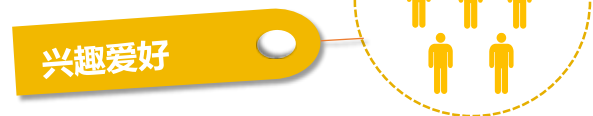
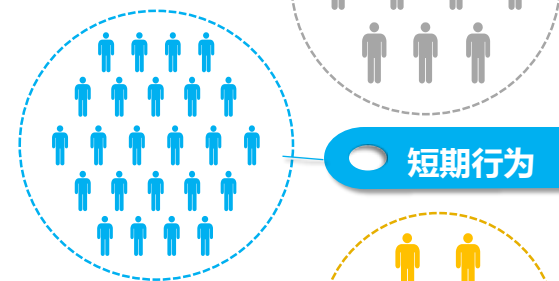
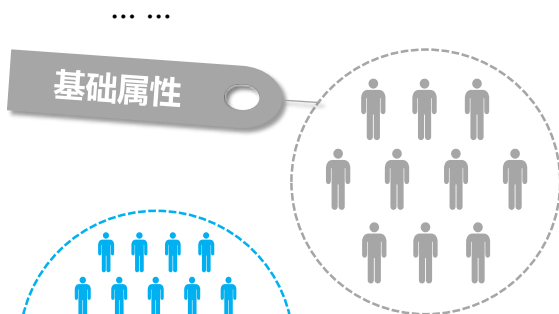
# 人群洞察-多维度数据剖析

海量数据交叉识别分析



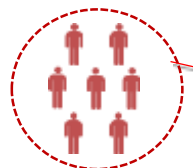
多维度、细颗粒度丰富人群画像

学历 年龄 新婚 教育  
职业 性别 育儿 高消费  
地域



箱包 旅游  
服饰 奢侈品  
成百上千的类目  
.....

iPhone  
Nike  
DNF  
BMW  
百万 Tag  
.....



联网方式  
设备型号 .....

全方位“读懂”屏幕前的人



# 推广解决方案



# 推广解决方案



## 数据支撑：

以属性、社交和内容等多个维度数据为基础，在高度契合婚纱用户的前提下，精细化触达人群。

---

# 人群触达—精细化用户标签



基于腾讯大数据下的受众数据管理与分析

## 腾讯社交广告定向体系



### 一级类目

### 二级类目

投放区域

省市、商圈/地标

基本信息

年龄、性别、上网场景

用户情况

学历、婚恋、商业兴趣、关键词

用户行为

付费、APP行为、未/已安装.....

消费能力

居住社区价格、低消费、高消费

自定义用户

自定义号码包、人群扩展

更多新功能

媒体分类、LBS、商旅人士 .....

# 场景覆盖—高度契合婚纱用户

流量大、展示力强、**婚纱摄影行业转化优质**的资源匹配！



强大的分享和社交传播性，精准区域属性，促进婚纱品牌的高效传播，且高度契合婚纱地域性强的目标人群特点



工具生活 娱乐影音



游戏社交

阅读咨询



二十多种类别APP流量，强流量强曝光，符合婚纱广告主对品牌宣传的推广需求



多规格图片，流量大，产品使用人群为8090后，契合婚纱年轻化人群属性，适合目标受众准、覆盖广、转化效果好

# 推广解决方案



## 高效营销：

产品功能迎合营销细分流程，打造闭环体系，高效达成各流程营销目的，实现品牌与订单双收益。

---



# 高效营销—精准定向 (目标人群抓取能力)

## 多维度、精细化、高覆盖婚纱目标人群！

### 平台覆盖人群

#### 产品使用人群广泛

(广泛覆盖婚纱目标人群)

#### 多场景覆盖

(多场景符合婚纱广告主不同的推广需求)

#### 强社交属性

(社交属性分享性强,传播性强,全方位覆盖目标人群)

#### 年轻化人群

(年轻化人群契合婚纱目标人群特性)

性别、年龄、  
地域、婚姻状况、

基本属性



行为属性

用户状况



婚礼状况、消费水  
平、商业兴趣  
关键词



到访行为、  
点击行为、  
自定义人群...

联网方式、  
设备型号...

用户环境



### 婚纱目标人群

女性

20-40岁

新婚、单身

地域性强

兴趣：服饰、鞋子、  
箱包、美容、房产、  
旅游.....



服饰

食品&百货

# 高效营销—精准定向 (本地目标人群锁定能力)



城市人口流动较大，如何锁定本地常驻婚纱目标人群？

结合IP地址和LBS定位，拆分出“正在这里的人”、“居住在这里的人”、“旅行到这里的人”人群标签

## “灵活地域定向，锁定本地化强需求人群！”

### • 正在这里的人

当前位置在该区域的人（原地域定向）



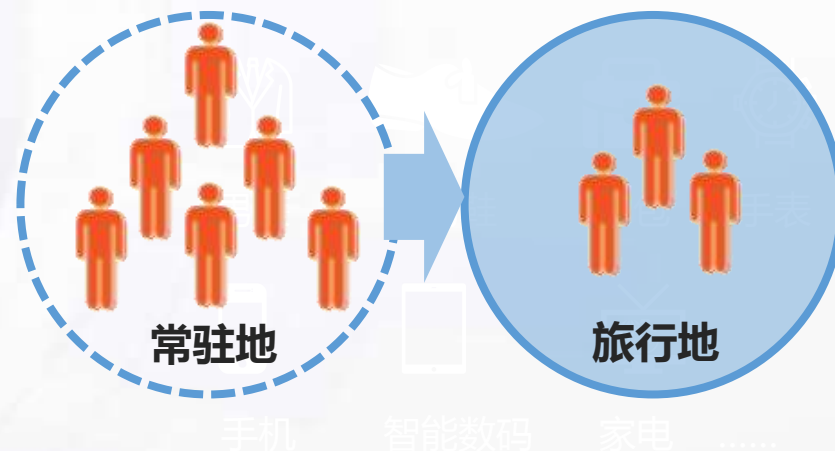
### • 居住在这里的人

长期住在该区域的人(近一个月居住时间最长的城市)，对所在地人群跟踪锁定



### • 旅行到这里的人

旅游或者出差来到该区域的人，对其进行锁定



# 高效营销—受众拓展 (lookalike 人群拓展功能)



广告精准定向后，覆盖目标群体减少，如何解决？

平台技术优势：第一方数据定向支持-lookalike 相似人群拓展

**“扩大精准受众范围，实现高转化率！”**



通过大数据技术，找出婚纱拍摄需求用户的相似用户，基于该客户的用户画像基础上，进一步拓展相似适婚人群。**保证精准度的同时，扩大受众范围，获取更多精准新用户，提升转化率。**

# 高效营销—拉新转化 (原生形式促进抵达率)



朋友圈广告图片点击率高于查看详情率，能否实现点击图片直接抵达落地页，减少流失？

## 朋友圈原生广告

——“特有的**全屏沉浸式**页面体验”

转化率  
更高

点击外层大图，直接抵达原生落地页，增加访客的触达量

内容  
更丰富

集合了视频、图片、文字混排、视频直接播放多种形态

用户体验  
更好

全屏无缝式体验，广告代入感强，提高用户体验

加载速度  
更快

沉浸式广告内容在后台预先下载，用户进入广告页面时加载速度更快



点击图片直接展开原生推广页，提高用户体验



# 高效营销—拉新转化（定点周边提升到店率）

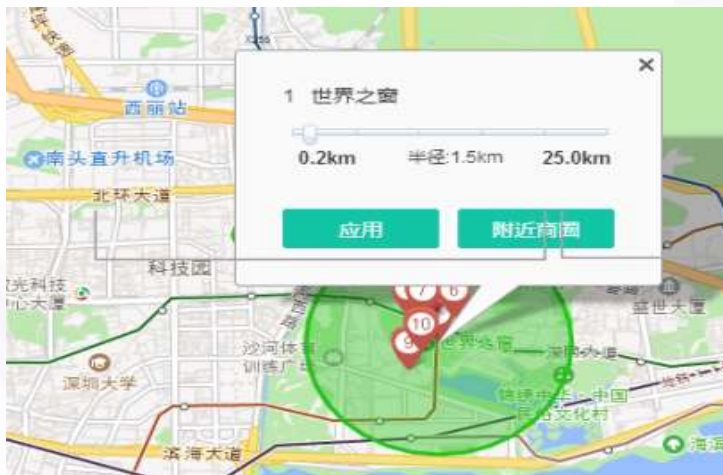


如何找到定点范围周边目标人群，提升到店率？

## “近距离人群快速引导到店，提升转化！”

### LBS商圈定向-实现更精确的地域定向

全国4400+个商圈定向，可设置商圈25公里以内的范围人群



### ADS地理位置拓展-多定点位置灵活锁定目标人群

活锁定目标人群

对定点位置5公里范围内人群锁定投放，灵活打点契合婚纱摄影行业地域性强的特点



### 本地推广-实时距离展示，提升到店

对附近10公里以内的用户关联门店实时距离展示，快速将线上引流至线下门店，更有效促成婚纱本地化潜在客户转化



# 高效营销—拉新转化 ( H5 oCPA提高转化量 )



在可控成本区间内，低风险增加转化量，如何做到？

H5 oCPA :

——根据转化成本智能计算，在**预算范围内争取更多转化**的自动出价功能。



# 高效营销一再营销 (自定义人群管理)



到访人群的流失如何挽回/不相关流量如何排除/婚纱摄影老客户如何进行二次营销?

再营销工具 | 再次访问人群管理、自定义号码包

“对老客户**全程跟踪锁定**，不让客户悄悄溜走！”

未转化  
客户跟踪

锁定到访但未转化的潜在人群，契合婚纱客户转化周期长的特性；

对不相关人群打上标识，排除广告投放，减少不相关流量；

不相关  
人群排除

老客户  
二次营销

锁定老客户，利用二次消费产品儿童摄影、全家福等进行二次营销

到访人群；客户号码包上传



到访人群



QQ号



设备号  
IFA-iPhone



设备号  
IMEI-Andriod

通过腾讯DMP  
数据平台  
映射为QQ号



QQ号

到访人群号码包转化为

广告受众



# 高效营销—品牌树立 ( 亲切互动强关注 )

## 移动端 ( 手Q空间信息流广告 )



图文  
单图/多图轮播



沉浸视频  
8s/15s



随心互动  
双图无缝切换

### 制作简单多咨询

极低的广告创意成本，亲切的用户体验，是婚纱行业广告的标志

### 情感丰富易转化

继承传统视频广告样式的同时创新性的推出多样视频形式，增加广告互动性，提高订单转化率

## PC端 ( PC空间信息流广告 )



好友动态信息流广告

### 天然真实强关注

原生于好友动态消息流，以友好的广告形态，极大的曝光面积获得结婚人群对品牌的认可



# 高效营销—品牌树立 (快速传递显实力)

## QQ浏览器 (资讯信息流广告)



大图  
640\*288

QQ流量  
器首页信  
息流大图  
能快速针  
对结婚人  
群进行品  
牌信息的  
传递



三图文  
240\*180

资讯热点  
互动式多  
图文广告,  
能极大勾  
起备婚新  
人对婚纱  
照的向往



单图文  
240\*180

资讯频道  
目的性的  
广告文案,  
能准确的  
传达产品  
信息

# 高效营销—品牌树立（深度聚焦促认同）

## —广告形态

### 图文



特有门店标识

#### 本地推广

独有门店位置标识，可针对各门店商圈附近人群投放广告，提升到店率



#### 品牌活动推广

适合婚纱品牌和活动宣传，有效实现订单转化

#### 公众号关注

针对婚期较晚人群具有高粘性特征，方便后期的引导转化

### 视频



#### 品牌活动推广

能有效的向结婚人群进行深度的信息传达，增加认同感

#### 公众号关注

适合对结婚人群的提前开发，精细化维护，为后期带来自然订单量

# 高效营销—品牌树立 (形式丰富多创意)

## ——落地页形式

### 模版详情页



### 简单实用

定制化模板，制作门槛低，能完成拍照客户信息收集

### 公众号文章页



### 咨询粘性强

通过优秀文章页引导拍照咨询或公众号关注带来咨询

### 自定义H5页



### 自由创意发挥

以自身H5创意能力，高强度的吸引婚纱意向客户眼球而提升转化率

### 原生推广页 (通用)



### 落地页直达

点击外层广告图片直接浏览落地页，排版精美大方，快速转化

### 原生推广页 (关注页)



### 公众号关注直达

点击外层广告图片直接达到关注页，快速加粉

# 高效营销—品牌树立（一键关注高粘性）

## 公众号关注



图文关注

公众号文章页底部，可通过图文、图文形式**一键关注公众号**，抓注意向拍照客户，后期带来订单转化



图片关注

## 品牌活动推广



图片

公众号文章底部大、小图形式可**自定义H5落地页或微店商品直达**，实现订单的及时转化



优雅大图（排期）

# 推广解决方案



## 技术支持：

以广告主需求为导向，提供实用性技术支持，缩短广告准备周期，提升广告投放效率。

---

# 技术支持—详情页定制



广告主落地页制作能力差/无法查看落地页相应转化数据，如何解决？

**专属落地页建站工具“枫页”，为婚纱摄影广告主量身定做，用于创建落地页进行广告投放的制作工具，简单、高效**



表单配置



**完整的广告效果  
转化数据**

浏览、填单、网页咨询等，清晰的数据呈现，对婚纱目标客户转化一目了然



**精准分析站点  
数据**

使用腾讯云分析，精准分析落地页的用户类型、访客画像，便于了解当地的适婚群体情况及分布



**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，快速展开清晰高品质婚纱样片

# 技术支持—详情页定制

## 编辑区

选择行业

婚纱摄影

婚纱摄影

选择模板



站点名称

站点名称

(0/20)

幻灯片



## 预览区



真爱一生婚纱摄影

感恩回馈，仅此一次，怎能错过



优秀婚纱模板供选择

多站点名称设置，便于管理

落地页内容自定义编辑，充分展示图片，产品属性灵活添加

可生成预览链接实时预览在电脑上预览，或生成二维码手机扫描预览

联系信息配置支持线上填单、电话咨询、短信预订，全方位促进转化

# 技术支持—视频极速合成



广告主视频制作耗时长/无视频制作能力，如何解决？

## QQ空间沉浸视频广告制作利器——仅需上传4张图片，即可生成8秒幻灯片视频素材



8秒视频素材  
或幻灯片素材，  
点击直接跳转



制作方便，流程简单

操作界面清晰，制作过程简单易懂



模板嵌套，品质保障

提供四套模板，涵盖不同音频，图片切换和文案展示效果



规格兼容，一键投放

生成的幻灯片广告，无需二次加工，直接上传到投放端即可使用



# 技术支持—视频极速合成



## 图片上传

仅需上传4张图片



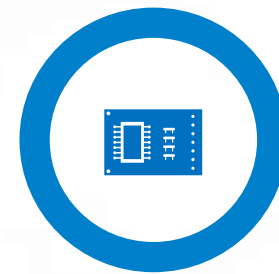
## 选择背景音乐

多种音频随意切换



## 选择播放效果

多样化的播放视觉体验



## 文案填充

支持文字编辑，一图三文

## 预览呈现

① 点击图片来替换图片

② 当前模板推荐的图片尺寸：640x360



# 04

## 投放经验分享

- 准备期
- 上线期
- 优化期
- 扩量期

# 周期-婚纱摄影广告投放周期

STEP 01

准备期

- 注册充值
- 认证资料
- 制定投放计划
- 创意设计
- 落地页制作

STEP 02

上线期

- 账户搭建
- 预算分配
- 投放时段
- 广告出价
- 定向设置
- 文案编写

STEP 03

优化期

- 数据监测
- 账户优化

STEP 04

扩量期

- 淡旺季扩量策略

# 准备-注册账户，提交资料，充值广告费用

## 开户流程

### ■ 开户流程

- 登录腾讯社交广告主页：http://e.qq.com
- 在页面点击“注册”，申请注册。
- 填写注册信息，提交注册资料。
- 账户审核通过，充值广告费用，注册开户完成。

### ■ 认证资料

- 营业执照/个人有效身份证件
- 网站ICP备案证明
- 肖像权承诺函

腾讯社交广告 Tencent Social Ads 营销平台

助力开发者，结盟而赢 移动联盟平台

新客户热线：400-900-5050

### 三步即可完成注册！

1 填写基本信息 2 关联QQ帐号 3 补全资质

企业账户  个人账户

企业名称

姓名

邮箱

图片验证码 [换一张](#)

手机

验证码 [获取验证码](#)

已阅读并同意《腾讯社交广告合作协议》

[下一步](#)

腾讯广告顾问将以官方电话 0755-26710666 回访并协助您顺利开始广告投放，请注意接听。

# 准备-制定投放计划



## 确定营销目标

- 广告投放前，确定推广目标，这需要广告主基于自身推广目的、业绩指标来确定，如：
  - **推广目的**：客资收集
  - **营销目标**：ROI达到3以上



## 选择产品资源

- 根据要推广的产品，选择合适的广告资源，合理投放，如：
  - 婚纱、写真、儿童摄影等产品推广，首选：微信、手机QQ、手Q浏览器资源



## 选定目标人群

- 根据推广产品，大致划定一个目标人群，如：
  - 婚纱摄影，选定：20~35岁之间的女性，婚恋状态为：单身、新婚。

# 准备投放物料-创意制作技巧

## 熟悉广告规格

### ■ 广告式样

- 图文广告：图片+文字形式
- 图片广告：图片形式
- 视频广告：视频形式
- 文字广告：文字形式
- 婚纱摄影，常投放图文和图片广告。

### ■ 广告规格

- 横幅规格：横向矩形状或Banner状。
- 方形规格：正方形或近似正方形。
- 竖状规格：竖向矩形状。
- 婚纱摄影投放的广告，图片创意为横幅和方形规格。



图片广告，横幅规格



图文广告，方形规格



图文广告，横幅规格

# 准备投放物料-创意制作技巧

## 图片设计结构

### ■ 常见图片设计结构

- 横排列式：排版整齐对应，制作简单方便
- 横竖组合式：具有一定设计感，画面美观
- 十字叠加式：传统拼图式，附有层次感，有遐想空间
- 人物融合式：将不同素材内容融合到一张图片上去，急剧情节感，具有较高艺术表现。

### ■ 横排列式



### ■ 横竖组合式



### ■ 十字叠加式



### ■ 人物融合式



# 准备投放物料-创意制作技巧

## 文案编写要点

### ■ 基本要求

- 文案内容及标点格式符合规范。
- 禁用法律限定使用的词汇。
- 不得使用特定称呼、挑衅命令、虚假夸大、承诺性、引起歧义或负面情绪的文案内容。

### ■ 编写要点

- 突显婚照卖点（亮点、折扣、优势）。
- 文案内容风格符合定向人群特征。
- 内容与素材整体的风格式样相匹配。



在武汉，不拍这样一组婚纱照，你敢说嫁给了爱情？

□ 地域引导增强用户代入感强



{{city}}新店开业，婚纱照免费抽~怕什么？万一抽中了呢~

□ 以新店开业为由，互动抽奖



疯抢！厦门婚照【仅3999】再送3999豪礼，机会仅此一次！

□ 简单直接，用优惠内容吸引客户



婚纱照就要与众不同，在线预约专享先拍后付

□ 消除客户疑虑，增强客户点击欲



# 准备投放物料-落地页设计要点

## 落地页设计要点

### ■ 基本要求

- 页面内容清晰、简洁，与素材内容相关联。
- 页面布局结构合理，打开加载顺畅。
- 功能操作便捷，购买/预约表单设计完善，确保用户体验好。

### ■ 落地页设计注意事项：

- 禁用二维码、微博外链、未经核实的销数据等不真实的内容信息。

### ■ 移动页面设计要点

- **竖** 屏构图
- **大** 图大字
- **少** 放内容
- **浅** 显易懂



案例特点：“大标题”设计，符合移动页面的浏览需求，简洁的图文配合，用户清晰、快速的了解到所需信息和所填内容，体验好。

# 上线-账户计划搭建

账户计划是什么？如何搭建出结构清晰的账户？



## 账户

以账户ID为维度，  
整个账户体系的  
数据及内容

## 推广计划设置

对广告进行分类；以**计划编号+产品/活动名称+广告样式**进行命名。计划限额建议>3000，限额也是影响系统分拨曝光量级的因素之一。

## 广告设置

广告粒度，建议**以广告位+定向作为命名规则**，方便做数据分析及账户管理。

账户ID：XXX

计划01-店庆五折-韩式

计划02-店庆五折-中式

计划03-春季新品活动-花海

计划04-春季新品活动-韩式

计划05-年底促销-韩式

计划06-年底促销-中式

.....

QQ空间220x120 - 基础特征定向

QQ空间220x120 - 商业兴趣定向

QQ空间220x120 - 关键词定向

QQ空间220x120 - .....更多定向

# 上线-广告发布操作五要素



如何搭建快速上线投放的广告？



# 上线-广告发布操作五要素

## 预算分配

根据要投放的广告位及广告数量，设置预算：

- 确保每条广告预算 > 500元/天；
- 建议账户每天预算 > 3000元，供同时测试3个位置，或同一个位置能有多条测试广告。

## 投放时段

- 投放时间段设置为：8:00~24:00；预算足够可以考虑全时段投放。
- 12点前递交审核，当天投放；12点后提交审核，第二天投放。
- 注意事项：
  - 切勿在白天投放时间中，暂停广告



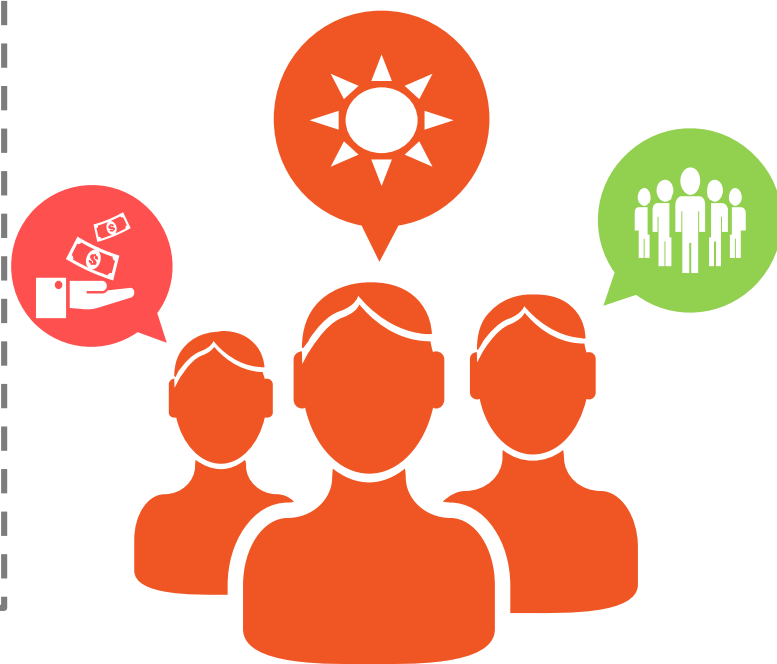
## 文案编辑

- 广告文案内容，与广告创意图片相呼应。
- 突显婚照卖点（亮点、折扣、优势）凸显价格，突出服务。
- 文案内容风格符合定向人群特征与季节特征。
- 符合广告审核规范。

# 上线-广告发布操作五要素

## 广告出价

- 新广告按系统**建议出价的1.2~1.5倍**设置，以获取曝光优势。
- 重点广告位出价建议：
  - 手机QQ-1000\*560 位置，新广告建议出价0.8~1.4元
  - 手机QQ-600\*600 位置，新广告建议出价0.9~1.65元
  - 手Q浏览器-240\*180 位置，新广告建议出价0.5~0.8元



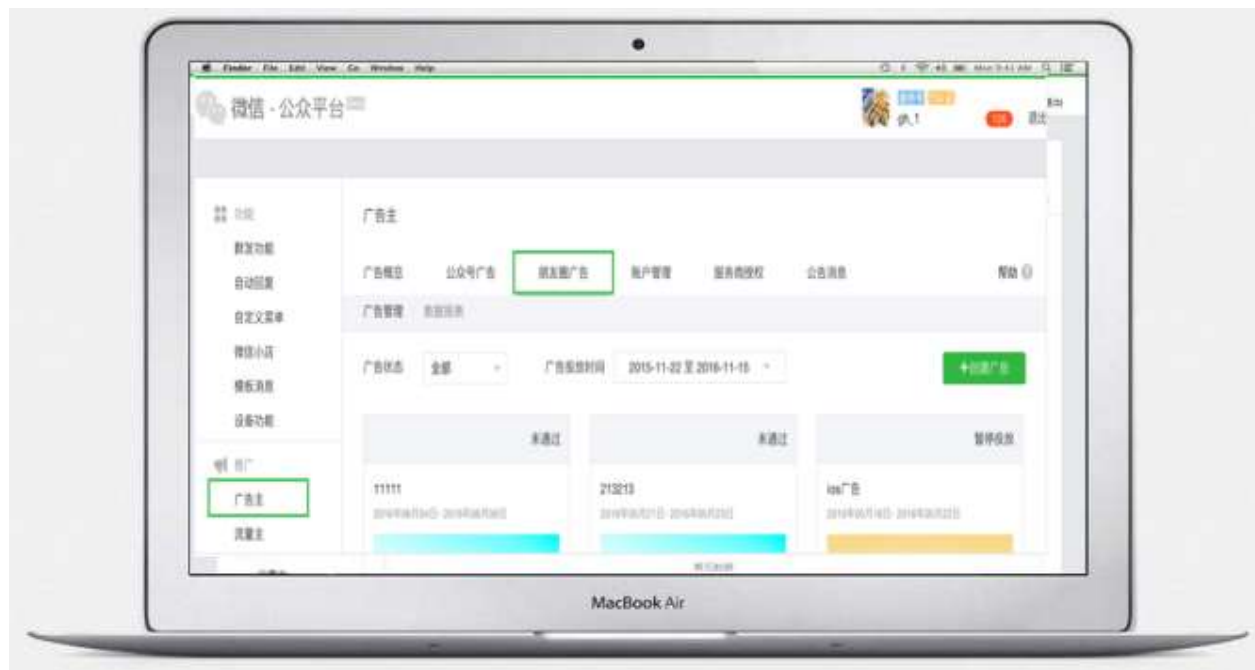
## 定向设置

- 采取通用定向（性别、年龄、地域）+精准定向的形式进行测试。
- 实际使用时，可以分类组合使用：
  - 女性+20~35岁+地域+商业兴趣
  - 女性+20~35岁+地域+用户状态（单身、新婚）
- **注意事项**
  - 根据产品及消费人群，选择合适的定向搭配，婚纱摄影选择**以女性用户多的精准定向为主**。
  - **切勿组合太多，以免影响曝光和精准度**，每个定向组合，一般设置2~3个精准定向。

# 上线-微信投放准备



在公众号平台 ( [mp.weixin.qq.com](http://mp.weixin.qq.com) ) 完成所有操作，成为广告主  
完整教程：[ad.weix.qq.com/learn](http://ad.weix.qq.com/learn)

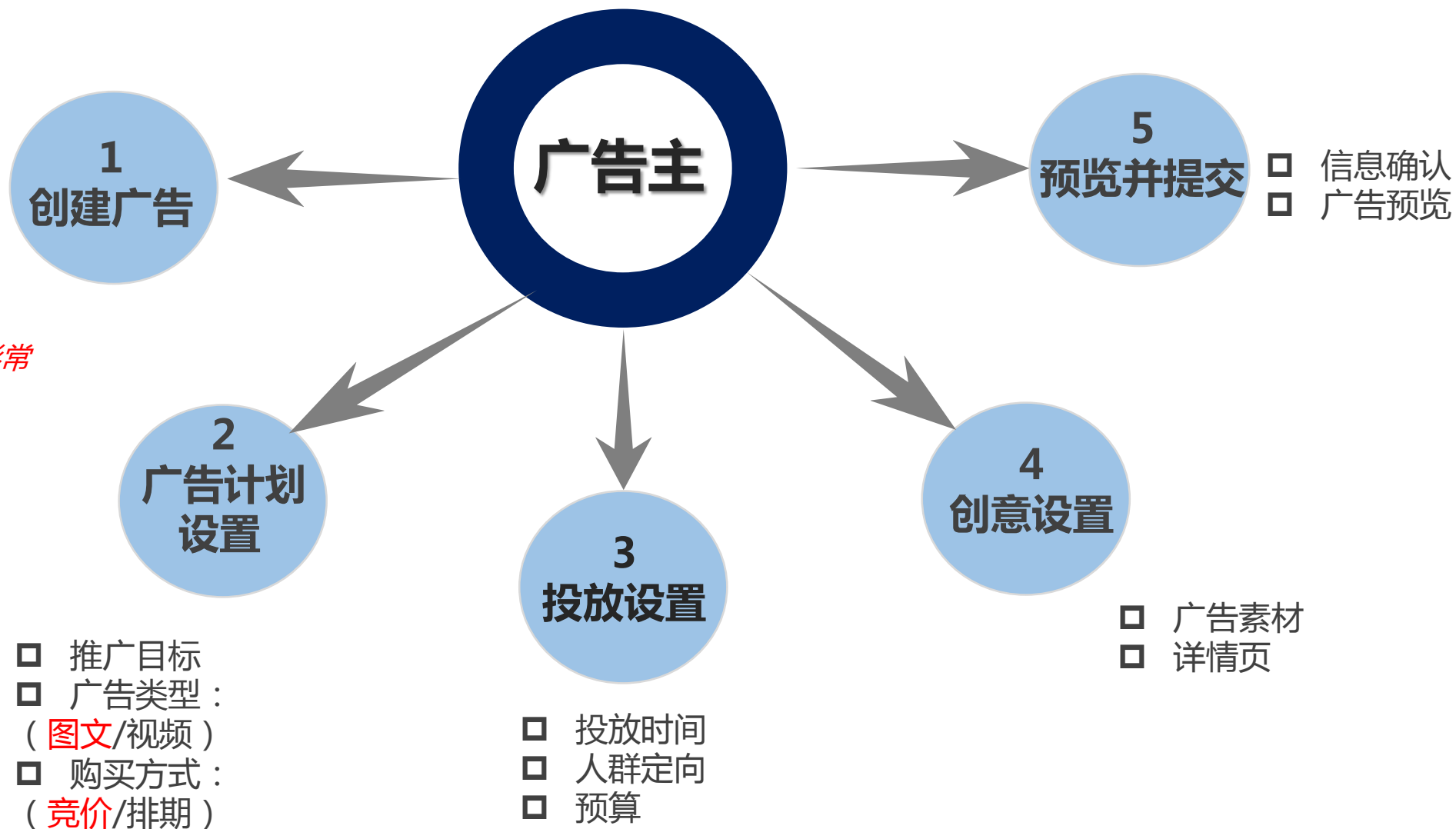


# 上线-微信上线操作指引

## 推广目标：

- 品牌活动推广
- 移动应用推广
- 公众号推广
- 微信卡券推广
- 本地推广

(注：“√”指婚纱摄影常用推广目标)



# 上线-微信上线操作指引



## 微信投放设置掌握这几步

投放时间：

- 最长投放十天；
- 时段设置：8:00-24:00

人群定向：

□ 采取通用定向（性别、年龄、地域）+精准定向的形式进行测试

- 女性+20~35岁+地域
- 女性+20~35岁+地域+排除营销
- 女性+20~35岁+地域+兴趣定向

□ **注意事项**

单条广告不超过3个人群定向。

01



02



03



预算：

- 单条广告计划预算>3000元  
(注：计划预算是影响流量分配的因素之一)



# 上线-微信上线操作指引



## 广告素材：

### □ 文案：

- 符合广告审核规范；
- 结合**婚纱照报价形式**
- 阐述婚纱照**本身的活动，优惠内容**；
- 不得使用限定用户角色、特征、年龄；

### □ 图片：

- 广告图片内容，与广告文案相呼应；
- 图片整体色调鲜艳、柔和；
- **突出人物表情、妆容、服装。**



### □ 表单形式：

- **使用原生推广页**，内容图片与描述与外层素材保持一致；
- 描述突出活动优惠、拍摄价格、拍摄风格；
- **内层可添加视频**，突显公司的拍摄实力与质量；
- 二次跳转表单简洁，突出风格。

### □ 公众号关注形式：

- 使用原生关注页，介绍描述突出公司实力；
- 历史公众号**文章不少于10篇。**

### 详情页：

# 优化-投放数据监测

## ■ 投放数据监测

新广告上线时间	关注点	优化动作
2~3小时	曝光量级	□ 出价优化（提价抢量）、定向优化（放开定向拿量）
5~8小时	CTR、CPC	□ 定向优化（提升精准度），出价优化（降价or提价）
8~12小时	曝光、CTR、CPC、CVR趋势	□ 定向优化（放开or缩窄）、出价优化（降价or提价）
次日	前一天整体数据	□ 定向优化、出价优化、素材优化
上线后2~3天	投放期间的曝光、CTR、CPC、CVR趋势	□ 素材更新、定向优化、出价优化

# 优化-投放数据分析

## ■ 投放数据分析

### ■ 曝光少影响因素：

- 广告数量少
- 投放资源少
- 广告出价低
- 定向条件多
- 投放时长短
- 素材CTR低

### ■ 点击少影响因素：

- 定向不精准
- 素材质量差
- 素材人群匹配度低

### ■ 到访少影响因素：

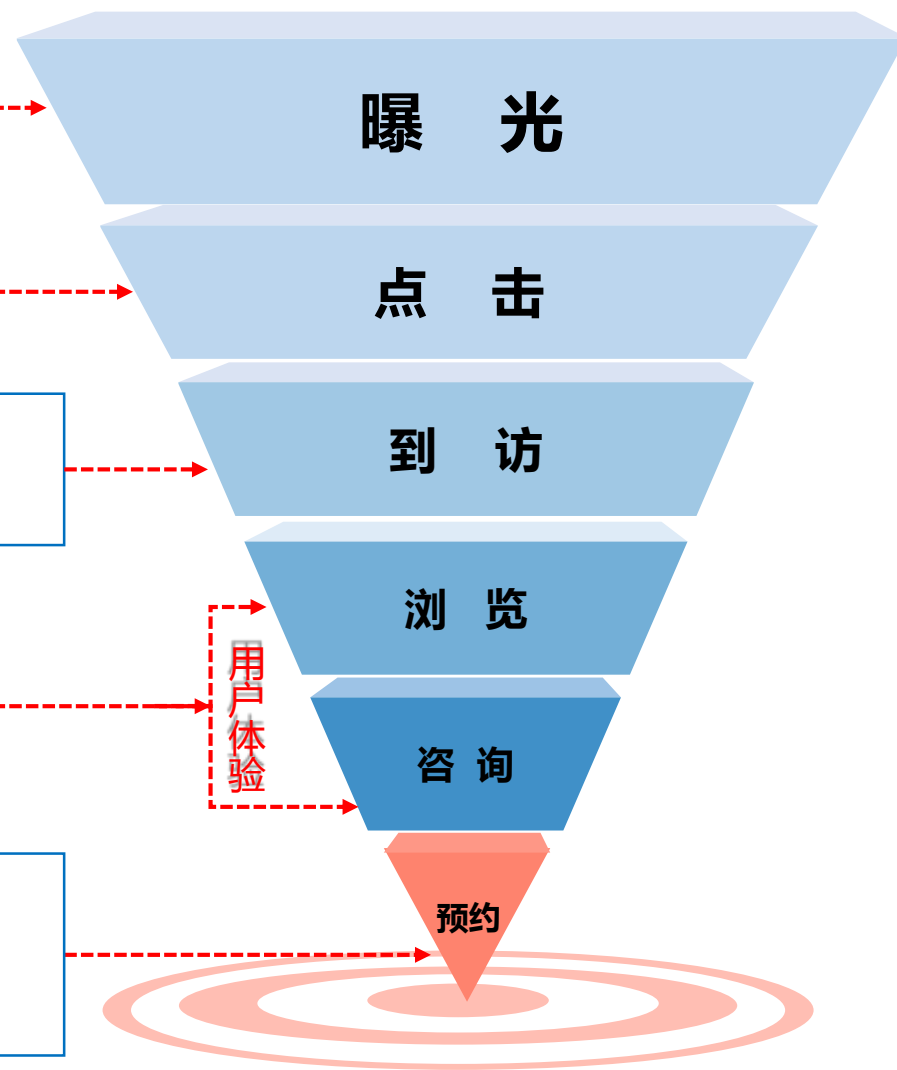
- 网页打开速度

### ■ 浏览&咨询少影响因素：

- 落地页与素材相关性
- 页面设计制作质量
- 产品服务吸引力
- 人群定向精准度

### ■ 下单少影响因素：

- 产品优惠力度
- 服务体验度
- 操作便捷性



# 优化-分层逐步排查，寻找影响曝光的问题

1

## 账户层级排查

### □ 问题表现：

- 预算偏低，按账户平均计算，单条广告预算低于500元。
- 在线广告数少，低于4条。

### □ 解决方案：

- 提升预算，**确保每条广告预算不低于500元/天。**
- 增加广告数量，确保每个计划不低于2条广告。

2

## 计划层级排查

### □ 问题表现：

- 预算偏低，按计划内广告数平均计算，单条广告预算低于500元。

### □ 解决方案：

- 提升预算，**确保每条广告预算不低于500元/天。**

3

## 广告层级排查

### □ 问题表现：

- 投放时段不合理。
- 定向条件多。
- 广告出价低。

### □ 解决方案：

- 投放时间设为：8:00~24:00。
- 放宽定向，多种定向可以组合拆分使用。
- 提升出价，**按系统建议最低出价+30~50%的幅度出价。**

4

## 操作层级排查

### □ 问题表现：

- 出价调整太频繁。
- 定向调整太频繁。

### □ 解决方案：

- **出价调整频率，建议控制在1~2天/次的频率。**
- **定向调整频率，建议控制稳定投放2-3天后调整。**

# 优化-定向&创意双分析，提升广告点击率



## 定向分析

- **问题表现：**
  - 定向不精准，定向的人群跟推广的商品目标人群不匹配。
- **解决方案：**
  - 分析推广商品的目标人群特征，然后根据人群特征，选择广告。



## 创意分析

- **问题表现：**
  - 创意质量低，视觉效果差，或与定向人群风格喜欢不匹配。
- **解决方案：**
  - 优化创意结构，提升视觉效果；根据定向的人群，结合产品特点，设计符合定向人群风格的创意。

# 优化-到访&浏览&咨询全分析，提升转化率



## 到访数据分析

- 问题表现：
  - 页面到访数少，流失高。
- 解决方案：
  - 提升页面打开速度，减少因页面打开速度慢，导致用户流失高页面到访数少的情况。



## 浏览数据分析

- 问题表现：
  - 页面浏览少，跳失率高。
- 解决方案：
  - 提升页面加载速度，减少因速度慢导致用户跳失高的情况。
  - 优化页面设计，提升页面视觉效果，避免用户体验差，导致出现跳失高的情况。
  - 提升广告定向精准度，减少因人群不匹配导致的跳失高的情况。



## 订单数据分析

- 问题表现：
  - 有订单，但订单量少。
  - 没有订单量。
- 解决方案：
  - 客咨少，提升预算，通过增加投放提升订单量。
  - 没有客咨，反向分析浏览数、到访率是否正常，再依次分析定向、创意。

# 扩量-淡季营销策略

淡季营销策略针对推广目的——“品牌宣传/订单咨询”

## 低温期（约12月-2月）

活动主题	年终大促；年前预定拍婚纱；周年店庆；拍婚纱送全家福照；拍婚纱送结婚证件照。 <b>注：</b> 对于气候寒冷地区，推荐雪景主题婚纱照 对于气候良好地区，推荐旅拍主题婚纱照。
创意风格	以内景婚纱主题为主：宫廷式、中式、韩式婚纱照

## 高温期（约6月-8月）

活动主题	女神婚纱节；网络婚博会；水下个性婚纱照；年中大促婚纱照；团购婚纱照；梦幻夜景婚纱照；冰凉婚纱季； <b>注：</b> 沿海城市推荐海景主题旅拍；气候炎热地域可推荐水下主题。
创意风格	以 <b>创意夜景、森系小清新、水下婚纱为主</b> ；海景、街拍、星空婚纱照，个性定制、室内小清新婚纱照等。

# 扩量-淡旺季营销策略

旺季营销策略针对推广目的——“品牌宣传/订单咨询”

## 回暖期（约3月-5月）

活动主题	春季花海抢拍；5.1档期抢拍。 春季团购会；女神节；婚纱钜惠节；5.20 拍婚纱送大礼包
创意风格	<b>主要推荐花海、花墙风格</b> ：三生三世桃花系、韩式花墙系、薰衣草庄园系；城堡风格； <b>高端定制系</b> ；森林系、田园系、花海系；油菜花田系； <b>网络爆款系</b> ；粉色大裙摆系

## 转凉期（约9月-11月）

活动主题	七夕幸福价； 国庆黄金嫁期。 国庆感恩钜惠； 网络婚博会。
创意风格	<b>主要推荐海景、夜景主题婚纱照</b> ：游艇浪漫系、个性定制系、假日旅拍系、海景飘纱系、海景礁石系、都市夜景系。



05

# 行业参考案例

# 手Qfeeds信息流-杭州良缘摄影有限公司

——契合行业人群，原生展现促转化



## 流量

日均2亿流量，用户年龄段与婚纱行业人群高度重合

**日均曝光  
提升50W+**

## 构图方式

广告创意以拼接的构图方式，完美融入好友动态信息流

**点击率  
提升2.5%**

## 文案

结合当下热门文案；  
eg：拍个桃花婚纱照，一起飞仙上神吧

**转化成本  
降低30%**

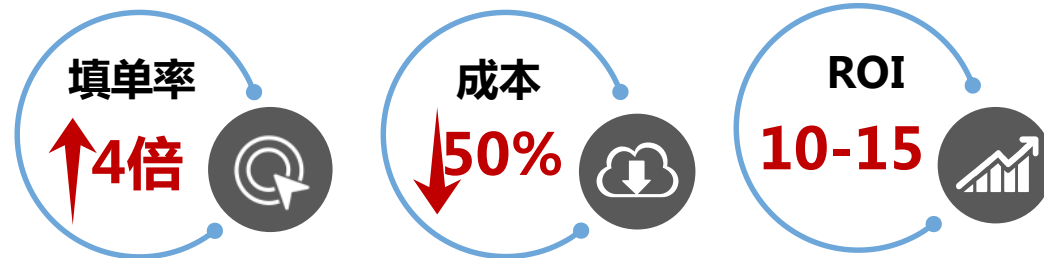
# QQ系本地广告-上海咪呀摄影有限公司



## ——展示门店距离，提升填单降成本

**门店展示**帮助上海咪呀提升当地的品牌知名度；  
本地广告特有的**实时距离**显示，增强用户地理位置感知，快速将线上引流至线下，达到**品效合一**的推广目的。

### 投放效果



# 微信原生广告-石家庄粉佳人蒙娜丽莎婚纱摄影店



## 客户背景：

**主营方向：**主营婚纱摄影，推广河北地区。

**推广需求：**常规朋友圈广告，关注成本偏高，急需新广告形态**更好展现品牌产品**，降低关注成本至30元以下。

## 优化思路：

### 【优化前】

点击“外层图片”仅展开大图，点击“查看详情页”，方能进入落地页，广告转化路径单一

### 【优化过程】

a、优化外层大图，通过外层大图，吸引点击可以进入原生落地页大大增加访客的触达量，**增加了转化路径。**

b、原生落地页**结合重点内容与明显的关注按钮展示**，大大增加了用户关注的概率

### 【优化后】

落地页查看量=详情查看量+原生推广页查看量 **用户触达率增长了3倍，大大提升了转化效果**

## 优化前

落地页查看率：**0.5-0.8%**

关注成本：**30-50元**

## 优化后

落地页查看率：**2-4%**用户触达量增长**3倍**

关注率：**提高30%**

关注成本：**15-30元**，成本下降了40%以上

## 投放经验

使用点击图片展示原生形态落地页，**增加品牌认知**，采用软文标题及硬广描述，从客户心理感知出发，**提高关注率**，原生页结合图片和视频的双重展示，对产品的完美展示，提高转化

# 枫页-武汉青禾蒙娜丽莎婚纱摄影



## 客户背景：

**主营方向：**主营婚纱摄影，面向武汉市及周边地区适婚人群，处于当地行业龙头地位。  
**推广需求：**需大量的客资量提升销售额，树立品牌形象。而日趋上涨的客资成本导致订单成本居高不下，**ROI偏低**。

## 优化思路：

### 【优化前】

第三方转化页面内容繁杂，页面抵达率和转化率偏低

### 【优化过程】

- 直接嵌入婚纱行业**定制模板页面**
- 表单页面**主体信息简单明了**，直接触达用户核心诉求，吸引用户点击转化
- 利用腾讯CDN加速器**，提高落地页的抵达率

### 【优化后】

页面**打开速度提高25%**  
日获客量超过了200个，且获客成本下降了50%

## 优化前

页面抵达率：**50-60%**  
表单收集成本：**200以上**

## 优化后

页面抵达率：**85-95%**  
客资量：**提升50%**  
表单收集成本：**下降50%**

## 投放经验

使用枫页定制化的行业模板，实现了广告**投放到咨询转化的数据闭环**，一站式的运营流程，极大**降低了运营成本**。同时枫页以**极致的打开速度**避免了客户浏览等待过程的流失，提升了咨询转化。

# 婚纱摄影投放案例-佳丽摄影集团华东总部



## 客户背景：

**主营方向：**主营婚纱摄影，推广杭州市区

**推广需求：**主要面向80、90后年轻群体，每日广告预算为2000元，现阶段广告整体效果差，**到店成本过高**，需提升。

## 优化思路：

### 【优化前】

地域品牌不凸显，外层广告图片点击率低，文案普通无吸引力

### 【优化过程】

- 推广目的：本地推广
- 地域：商圈范围+5km
- 文案：
  - a、以节日+活动造势的字眼+突出品牌
  - b、凸显地域性，引流到店
- 图片：
  - a、凸显人物表情，整体氛围温馨、浪漫
  - b、着重场景化，风格以花海为主，韩式、中式为辅；

### 【优化后】

- a.因门店地址的展示，点击率和到店率提升40%
- b.多条广告同时投放，竞争力提高，曝光增加

## 优化前

每日曝光：**6000**  
原生推广查看率：**1%**  
客资成本：**150元**  
到店成本：**1000元**

## 优化前

每日曝光：**20000**  
原生推广查看率：**3.8%**  
客资成本：**100元**  
到店成本：**600元**

## 投放经验

- a.巧用**本地推广**为标的物，增强消费者门店地理感知，快速引流线下门店；
- b.巧用**A/B test**，寻求最优质的广告创意；
- c.灵活运用**自由拼接表单**功能，降低客户操作步骤，减少流失率；
- d.**多条广告投放**，适当提高日预算，提升账户竞争力；

06

# 营销中心简介

# 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



腾讯社交广告  
Tencent Social Ads

赋能商业 | 始终于人

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>  
<http://ad.weixin.qq.com>

**让营销，更有效！**  
**THANKS**  
**For your watching!**



赋能商业 | 始终于人