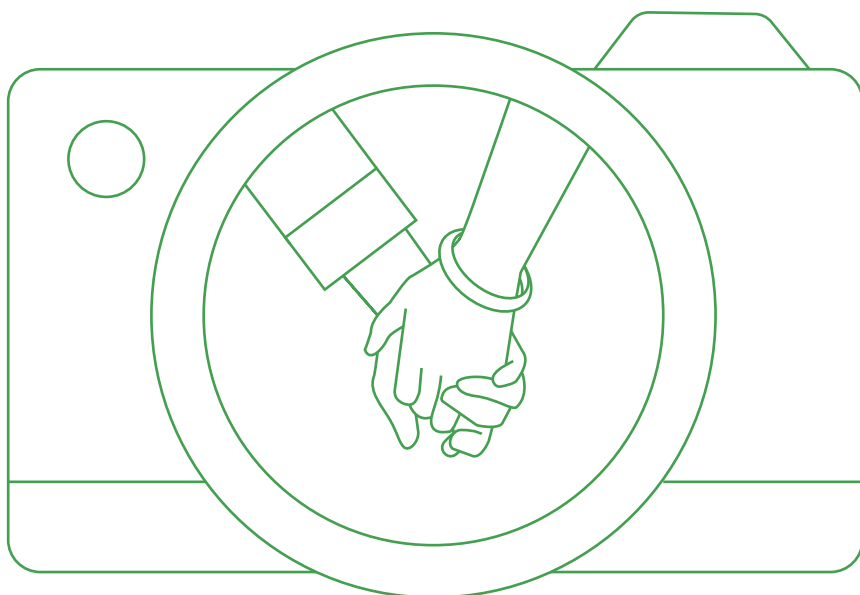




婚纱摄影行业营销手册

微信朋友圈本地推广广告

在你需要的地方出现

序

“朋友圈本地推广可以将我们的作品第一时间呈现给顾客，而且可以测试各种投放策略，让我们更快更精准地找到属于自己的客户群体，更好地为高端顾客服务，提升服务体验。”

—— 南京米兰尊荣婚纱摄影 总经理 余勇

“投放本地推广广告，我能更自由地选择最有效的投放时间段和时长，来配合我们工作人员的工作时间。这样我们可以更及时地与潜客沟通，也间接提升了消费者的咨询体验。”

—— 北京蒙娜丽莎婚纱摄影 运营经理 乔飞

“我们的样片以一种更自然的方式出现在了目标用户的朋友圈里面，他们不仅看得到我们店面的地理位置，还可以点赞，评论和分享。其实，这也正是我们婚纱摄影品牌的核心——贴近消费者的生活。”

—— 贵州维克视觉婚纱摄影 创始人 胡小翔

“投放门槛调整了之后，我们可以更好地分配预算，尝试多种投放可能，提升总体的投放效果。”

—— 苏州太郎花子婚纱摄影 运营经理 苏明明



这些难题困扰你很久了吗？

回想你的店面推广过程，也许不是每一步都那么顺利。如果你也遇到过这样的困境——

一条花费不小的广告投出去，获得的反馈寥寥，好像石头扔进了无底洞，回声也没有听到？或者，本来还在开心一条广告突然吸引了大量的消费者前来咨询，后一秒却郁闷地发现没有足够的工作人员记录消费者的问题和信息？又或者，看上一个理想的广告位，一摸兜却发现预算紧张，不敢轻易试水？

那么，朋友圈本地推广广告可以助你

快速提升品牌在目标用户中的知名度

本地推广广告支持更细化的地域定向功能，添加 4400 多个商圈选择，更新增自定义打点辐射功能，帮助商户准确触达潜客，实现广告稳定曝光的同时，提高互动率，吸引潜客进店。

高效收集销售线索

本地推广广告不仅提供了多样化的信息收集模版，更允许商户根据店面运营情况，自由选择广告投放时段，从而帮助客服人员能够及时回复前来咨询的潜客，高效完成信息收集。

用小额预算尝试多种广告投放策略

本地推广广告全面支持小额长期投放，方便商户合理分配投放预算，尝试多样的广告投放策略，优化投放方案。





朋友圈本地推广广告如何助你生意兴隆？

多样广告外层，让你贴“近”用户

本地推广广告在图文消息的基础上，添加了门店地址信息栏。当一条朋友圈广告出现时，目标用户可以快速找到商户的店面位置，增强对门店的地理感知。



自定义投放时段，让销售线索收集有条不紊

本地推广广告支持商户自定义投放时间段，最短可选择 6 小时的投放时间区间，帮助商户避开客服人员休息的时间段。同时，本地推广广告也支持最长 10 天在线，广告主可以根据店面运营情况将推广预算拆分到多天，获得稳定的曝光量，从而帮助客服人员及时回复前来咨询的潜在客户，高效完成信息收集。

投放时段

☐ 全天投放

☒ 自定义时段

6点

12点

上线时间

2016-09-20

结束时间

2016-09-29

广告投放地址: <http://mp.weixin.qq.com>

小额投放，广告预算可灵活分配

在投放朋友圈本地推广广告时，广告主可以基于自己的生意体量大小、工作时间、投放时段等灵活设置预算，支持设置最长 10 天的投放计划，并可视情况暂停或继续广告投放。

投放金额设置

城市	出价	每日预算	预计每日最大曝光量
	100 元 / 千次曝光	● 2000 元	● 20 千次

● 设置每日可消耗金额

● 根据每日预算，显示预计每日最大曝光

投放城市	单价	城市分布
核心城市	150 元/千次曝光	北京、上海
重点城市	100 元/千次曝光	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、福州等 20 个高活跃城市
普通城市	50 元/千次曝光	除核心和重点城市外的其他城市



投放小技巧

尝试多套广告外层设计方案，提升详情页点击率

贴近目标用户心理诉求的广告外层文案更能创造共鸣，引发互动。在设计广告图文时，广告主要聚焦本地特色，紧抓潜在客户兴趣点，使得文案简单且更具针对性。同时，长期的广告投放中，不定期地更新广告外层图片与文案，可以有效避免目标用户产生视觉疲劳。

依据预算消耗，灵活调整定向标签选择，稳定广告曝光

通过对广告预算的消耗进行监测，并根据其变化灵活调节定向标签选项，是保证高效稳定曝光量的方法之一。当曝光量未达到预期时，婚纱行业广告主可以适当扩大目标用户的年龄范围，或添加与目标用户兴趣相关的标签。

（行业常见标签定向：22-35 岁、女性、未婚/新婚、WIFI / 3G / 4G 等。）

进行小额 A/B 测试，不断完善投放方案

广告最终的投放效果会受到很多因素的影响，比如对人群标签的选择和对预算的分配。而 A/B 测试可以让广告主用较少的预算尝试不同的投放方式，选取其中效果最好的方案广泛投放，从而提高广告的互动率。



他们是如何成功的？

婚纱摄影行业经典案例分析

案例一 北京蒙娜丽莎婚纱摄影

投放亮点：根据流量消耗，调整标签定向，获取稳定曝光

投放效果：客咨获取成本低于其他推广渠道 50%

在投放本地推广广告期间，蒙娜丽莎婚纱摄影长期进行 A/B 测试，建立不同的广告计划，以确保整体投放效果的稳定性。在投放过程中，蒙娜丽莎根据流量消耗，不断调整人群标签定向，维持稳定的曝光量，微信朋友圈的客咨获取成本低于其他投放渠道 50%。



北京蒙娜丽莎摄影

在每一天相爱。
在这一天相约。
520，我把惊喜留给你！



查看详情 

北京·蒙娜丽莎婚纱摄影(东单总店)

1分钟前



案例二 南京米兰尊荣婚纱摄影

投放亮点：合理安排投放时间+测试文案与定向，降低客咨获取成本

投放效果：客咨获取成本降低 50%

广告投放过程中，南京米兰尊荣婚纱摄影对投放时间进行良好的把控。同时，投入小额预算对广告外层文案进行多次 A/B 测试，选定最能打动目标用户的广告文案和最准确的标签定向，最终将客咨获取成本降低 50%。



南京米兰尊荣婚纱摄影

7服7造底片赠送，
一价全包，
拍套这样的婚纱照！
需要多少钱？



查看详情 

南京·米兰尊荣婚纱摄影会馆(米兰尊荣)

1分钟前



案例三 苏州太郎花子婚纱摄影

投放亮点：不间断的 A/B 测试优化投放方案，降低客咨获取成本

投放效果：整体进店率提高 37%

太郎花子将总投放额的 20%-25% 用于不间断的 A/B 测试，在广告类型、文案、图片等各方面衡量效果最佳的广告创意。太郎花子通过优化广告的地域定向与预算分配，大幅降低客咨获取成本的同时，使整体进店率提高 37%。



苏州太郎花子婚纱摄影

亲爱的！
你知道，
婚纱照要提前多久预定吗？



查看详情 

苏州·太郎花子婚纱摄影(干将路店)

1分钟前



微信广告希望能够帮助更多的婚纱摄影商户提升门店知名度，
实现客咨的高效收集，
从而带动进店客流的稳定增长。

本地推广广告旨在让“好的服务”在“对的时间”遇见“对的人”，
在保证消费者体验的基础上，拉近消费者与商户的距离，
让广告在你需要的地方出现。

广告，也可以是生活的一部分。



扫描二维码 关注“微信广告助手”

咨询电话: 4008-105-606

了解更多: ad.weixin.qq.com