



广告曝光

常见问题分析与优化

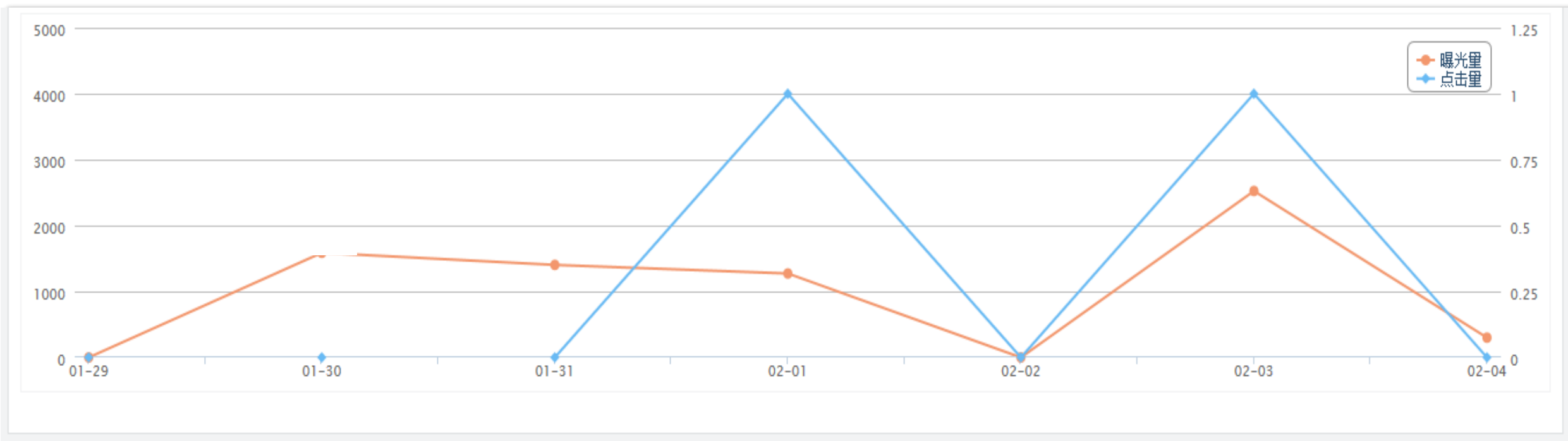




曝光少

曝光波动

广告生命周期

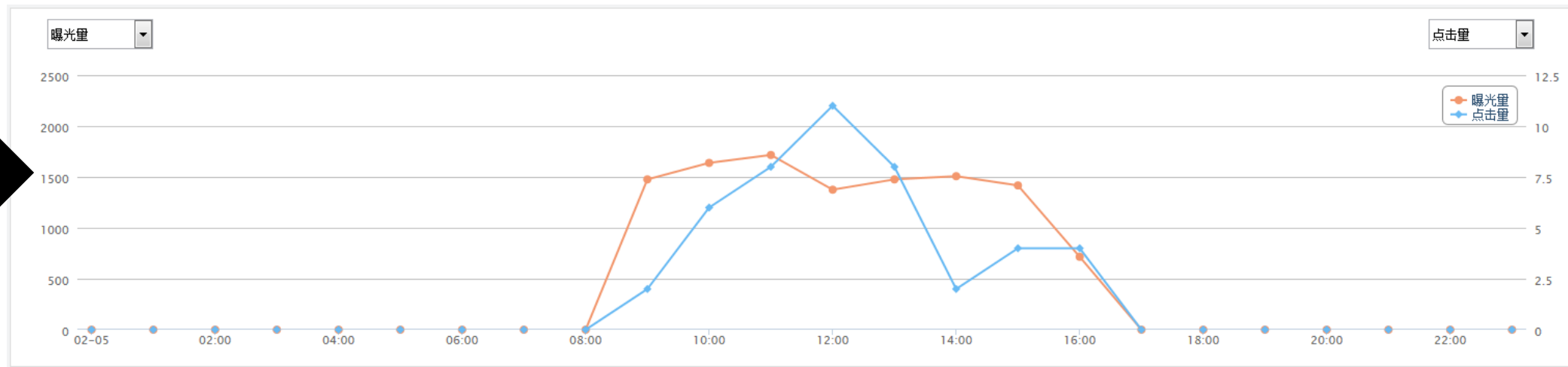


W H Y W H Y

为什么我的曝光这么少???

账户层级

计划层级



因预算限制



关注下线时间，
保证充足预算

因广告数量限制

创建更多广告，
从而获取更多曝光

因广告规格限制

多形式多规则投放，
不要只限于高流量广告位

账户层级

计划层级

广告层级



诊断 首先定位问题广告

推广计划		广告			商品		[] 过滤无数据的广告		
删除	修改状态	修改出价	自定义列	下载报告	自定义日期	2015-02-06	2015-02-06	广告	搜索
<input type="checkbox"/>	广告名称	曝光量	点击量	点击率	花费(元)	全部状态	出价(元)		
<input type="checkbox"/>	QQ客户端-文字链5.0	2,962,496	1,256	0.04%	200.00	投放中(计划暂停)	1.20		
<input type="checkbox"/>	官网引流-PC联盟常规	354,237	153	0.04%	84.69	投放中(计划暂停)	1.00		
<input type="checkbox"/>	官网引流-PC联盟常规960*75	241,142	212	0.09%	115.31	投放中(计划暂停)	1.00		
<input type="checkbox"/>	官网引流Qzone960*75	1,894	3	0.16%	2.66	投放中	1.50		
<input type="checkbox"/>	官网引流-Qzone220*120	14,052	4	0.03%	4.33	投放中	1.60		

01

广告曝光量少原因排查

账户层级

计划层级

广告层级



诊断 广告曝光少原因分析



定向窄



出价低



创意差



与账户中其它广告重复

账户层级

计划层级

广告层级

--定向问题

--出价问题

--创意问题

--重复广告



诊断 广告曝光少原因分析 - 定向过窄，导致曝光范围较小



账户层级

计划层级

广告层级

--定向问题

--出价问题

--创意问题

--重复广告



诊断 广告曝光少原因分析 - 出价过低, 竞争力不足

编辑广告

基本信息 规格选择 定向设置 确认提交

预计最大覆盖用户数 [?] 48,149,441 人

预计最大日曝光量 [?] 565,901,925 次

已选条件 公共场所,家庭,公司; 24岁到50岁; 博士,硕士,本科,高中 学历;

自定义用户

自定义人群 不限 自定义

付费模式 CPC [?]

广告出价 元/点击 建议出价0.8~1.7元/点击 [?]

账户层级

计划层级

广告层级

--定向问题

--出价问题

--创意问题

--重复广告



诊断 广告曝光少原因分析 - 创意缺乏吸引力导致点击率低 创意更新不及时导致新鲜度低



Tips : 广告新上线的3小时内发现曝光和点击都很低，需要及时调整出价和定向条件，若无效需更换创意。

01

广告曝光量少原因排查



诊断 广告曝光少原因分析

账户层级

计划层级

广告层级

--定向问题

--出价问题

--创意问题

--重复广告

定向窄

出价低

创意差

广告自身原因



诊断 广告曝光少原因分析 - 与账户内其它广告重复 (设置完全相同)

账户层级

计划层级

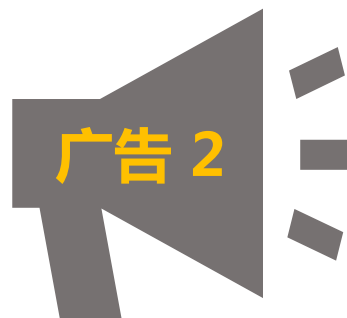
广告层级

--定向问题

--出价问题

--创意问题

--重复广告



创意相同、规格相同、覆盖人群相同

重复广告!!!



诊断 广告曝光少原因分析 - 与账户内其它广告重复 (设置完全相同)

账户层级

计划层级

广告层级

--定向问题

--出价问题

--创意问题

--重复广告

建议保证广告的多样性，避免内部竞争

重复的广告提交多个，能有效增加曝光量吗？

不能!!!

START

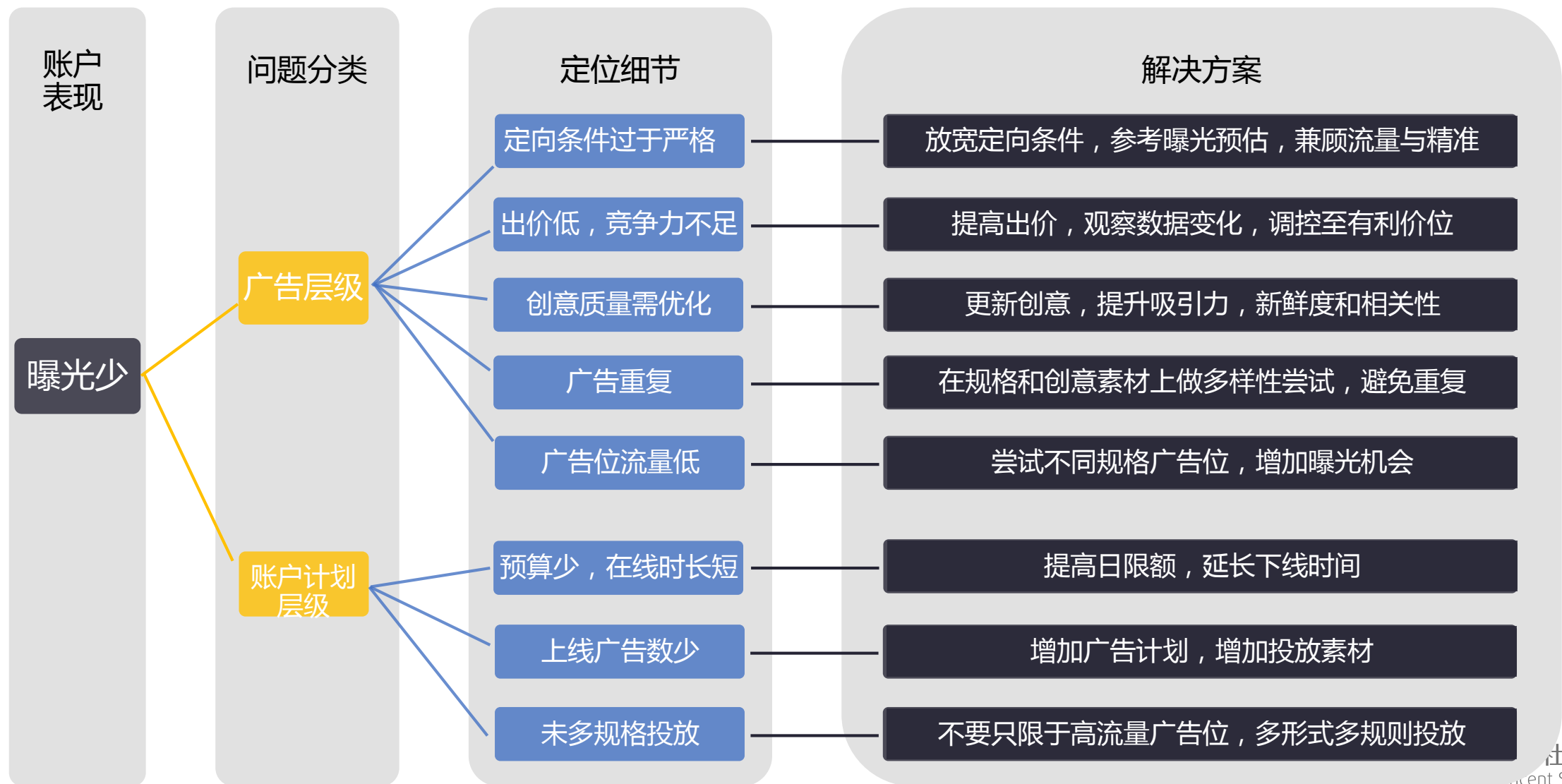
Q
Question

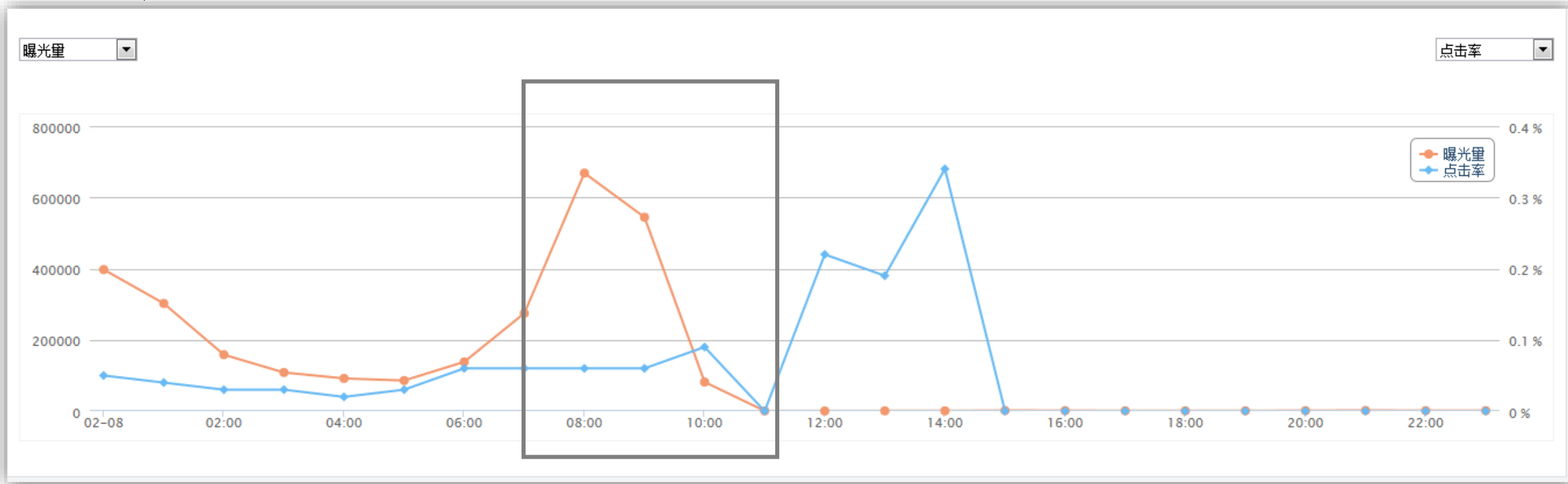


A
Answer

同样的规格，同样的创意，A广告定向20-43岁，
B广告定向19-45岁，算重复广告吗？

两支广告覆盖人群在20-43岁区间内是重合的，
所以在该人群中产生曝光机会时，只会选择一支
广告展现。





W H Y W H Y

为什么我的曝光不稳定?



为什么我们的曝光量忽然就降了??

什么时间段发生的突降?

福尔
摩斯



8月29号

好的, 我先查一下主要是哪支广告引起的

福尔
摩斯

诊断流程



定位问题计划/广告



查询操作记录定位原因

投放时段有修改

账户余额不足

投放日期修改

定向有修改

出价修改

预算到限

预算调小

素材失效

暂停 ...

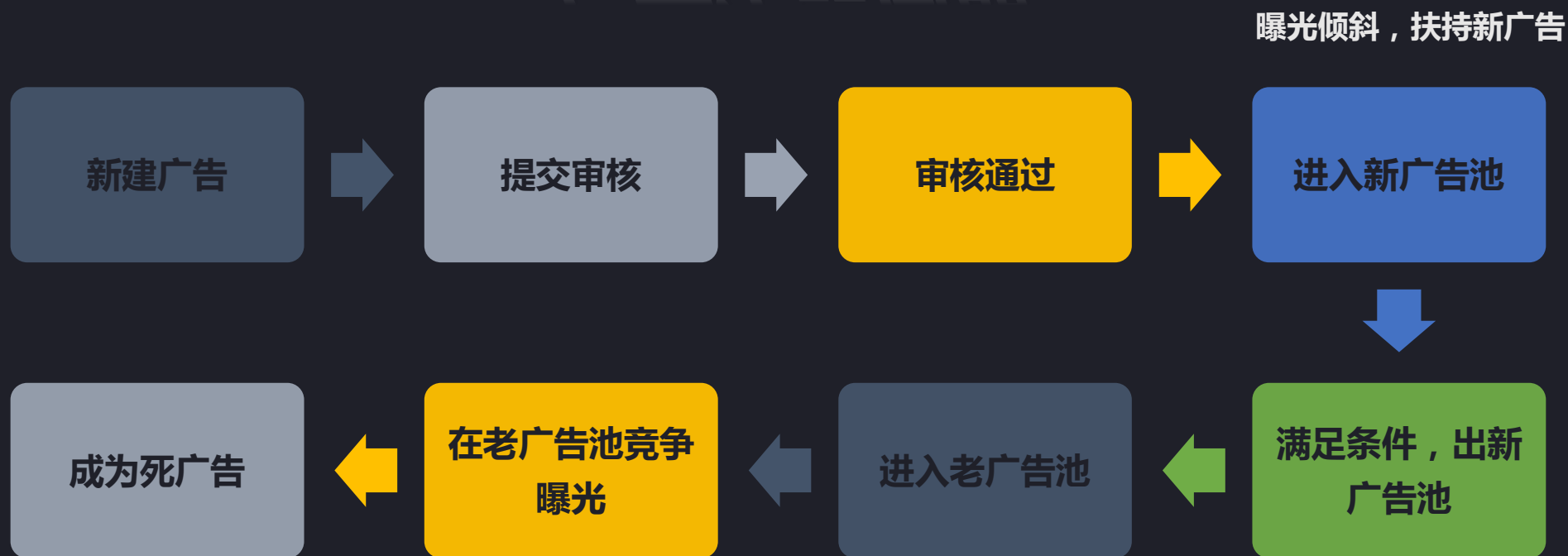
内因

投放平台流量发生变化

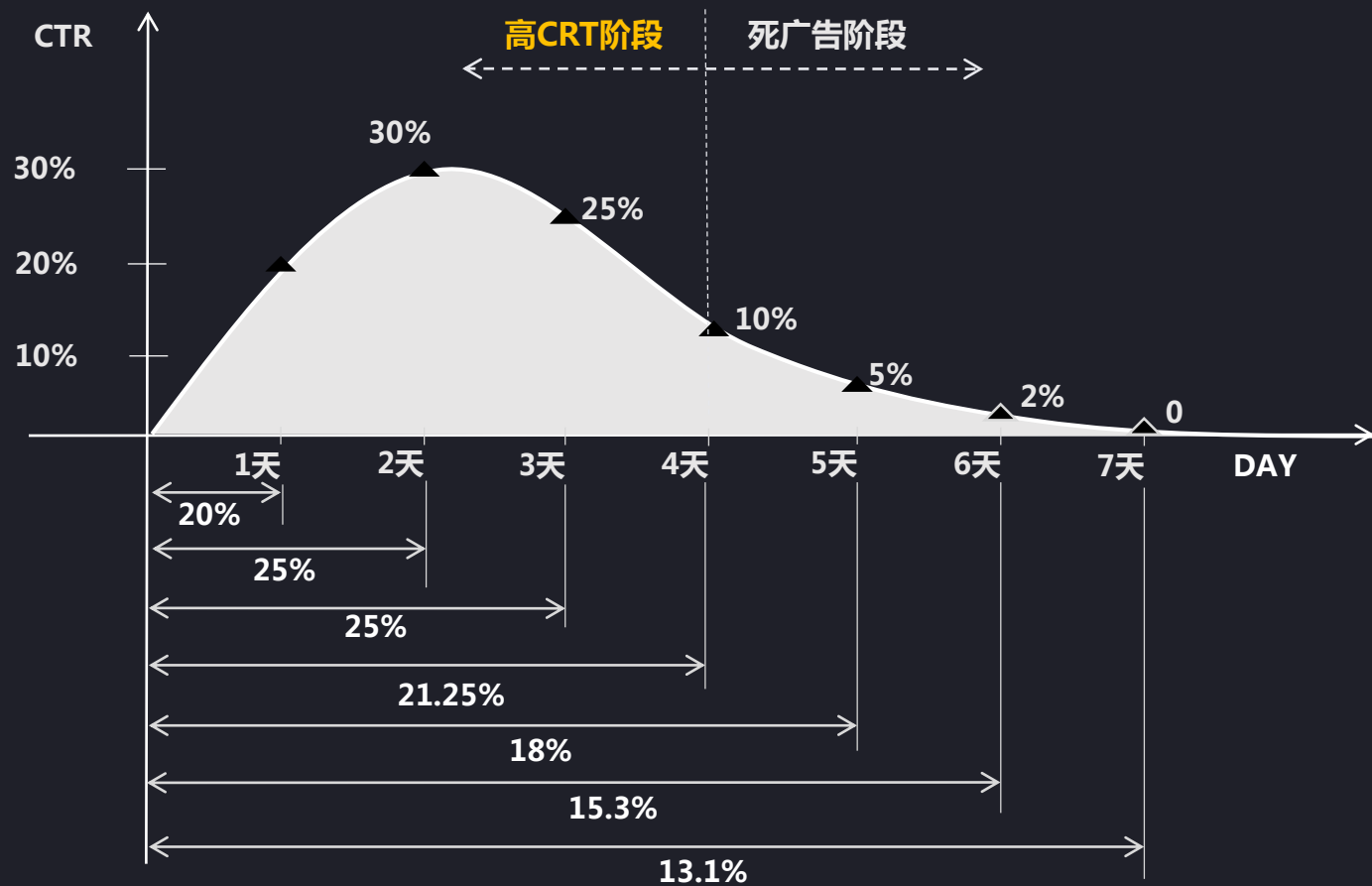
外部竞争环境变化

外因

广告生命周期



Tips：新建广告时建议将初始价格设定为较高的值，以期在广告上线初期获得良好的点击率、曝光量表现，从新广告池中脱颖而出。



✓ 低于平均点击率

✓ 日曝光不足1000

满足以上两个条件即可判断为死广告

优化措施：

上新广告，该广告不再作为引流主广告

Tips：以上数据为示意值，不代表实际标准



答疑时间

Thanks



腾讯社交广告
Tencent Social Ads