



赋能商业 | 始终于人

金融业解决方案

腾讯社交广告营销中心|金融行业组
2017.10



Contents

- 01 | 行业动态概况
- 02 | 推广需求分析
- 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

- 金融行业Top广告位推荐
- 金融行业营销事件
- 金融行业资源及推荐
- 金融行业审核动态
- 金融行业创意赏析

金融行业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，金融行业APP激活成本 < 15元，注册成本 < 20

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	行业推荐指数	所在PPT页数
QQ空间信息流	保险、小额贷款、理财、银行服务	1000*560图文	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★	详见P17
手Q附近人	保险、小额贷款、理财、银行服务	147*147	★★★★	★★★★★	★★★★	★★★★	详见P17
应用宝	保险、小额贷款、理财、银行服务	文字链	★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★	详见P18
浏览器搜索	保险、小额贷款、理财、银行服务	147*147	★★★★	★★★★	★★★★	★★★★	详见P18
微信朋友圈	保险、小额贷款、理财、股票、银行服务	合约/竞价	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★	详见P19
微信公众账号	保险、小额贷款、理财、股票、银行服务	公众号	★★★★★	★★★★	★★★★★	★★★★★	详见P19

金融行业10月营销节点

可重点开户行业：小额贷款、信用卡、银行/银行服务

10月可关注：双十一购物节

信用卡广告主

- 双十一购物节办卡送礼品、信用卡支付送积分、信用卡账单分期有优惠为主题推广信用卡业务

小额贷款广告主

- 以购物为主题推出小额购物贷，加大年轻群体投放力度，引导用户办理小额贷款享受双十一购物节狂欢

销售侧

- 提前做好准备，重点挖掘双十一和下半年品牌推广客户、活动推广客户

运营侧

- 引导客户增加投放预算，加大品牌曝光，赢取市场竞争力，同时可以定向购物标签群体，推广信用卡、小额贷款的业务

金融行业审核动态及策略（2017/10）

金融行业政策调整

- 根据政策监管及流量生态要求，金融行业新增债券转让、证券咨询、股票配资等禁投内容

策略：引导客户开通广点通账户，投放信息流、原生广告。

创意规范调整

- 非银行官方机构使用金融卡类素材时，未有品牌授权，不得出现“银联” / “万事达” / “VISA” 等知名卡组织logo)
- 贷款类广告素材不得出现“取现” / “提现” 等误易导为信用卡套现内容

策略：素材避免出现此类词汇，更换为用户体验好的素材创意。

金融行业资源推荐及策略（2017/10）

本月资源推荐-微信朋友圈视频广告

朋友圈广告视频合约门槛调整：由20w起调整为5w起，已全量发布



门槛降低

朋友圈合约广告预算由20W起调整为5W起，已全量发布



用户体验高

视频创意，表现形式佳，提高用户体验



适合哪些广告主？

想增强品牌知名度的广告主；

预算低想尝试视频广告的广告主；

金融品牌广告主可尝试，提高品牌知名度。

金融行业优秀创意分享（2017/10）



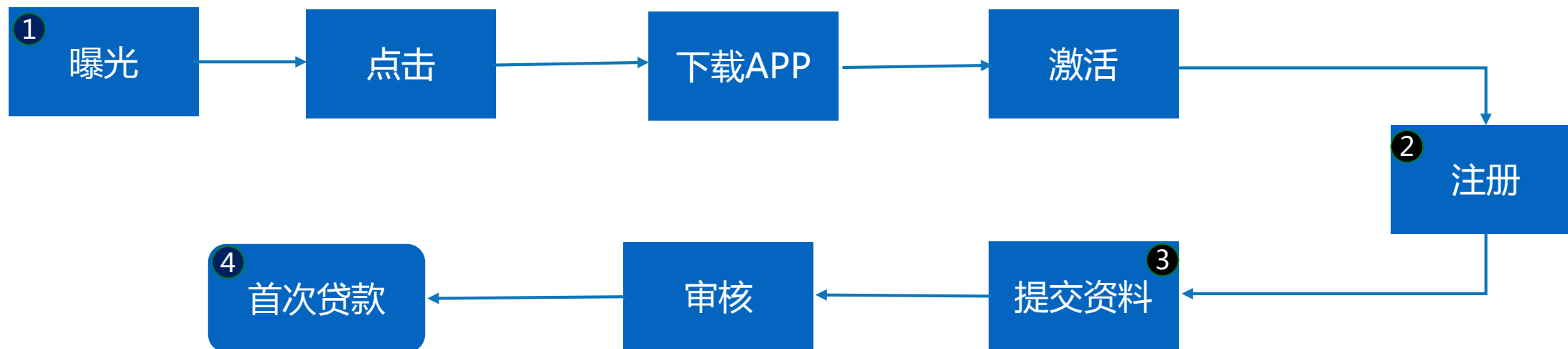
- 金额醒目，贷款额度高，抓住用户求利心理，增加用户点击欲望
- 主题明确，卖点突出，让用户一眼就知道重要信息
- 文案“限办一张”给用户一种紧迫感，激发用户点击
- 卡的材质看起来与众不同，质感强，有视觉冲击力，吸引用户眼球

02 | 推广需求分析

- 金融行业转化流程
- 金融行业推广需求

金融行业转化流程

小额贷款的营销主要依托互联网广告，因此拿到大量的曝光和下载是广告主的需求点，而获取有效的注册，则是广告主最根本的目的



1

曝光：贷款主要依托互联网广告，所以每天获取的大量曝光，是贷款广告主推广的基础

2

注册：贷款广告主的app或是填表单的目的都是要客户注册其产品填写信息，只有注册后才是有效客户

3

提交资料：客户在注册完之后，需要提交自己的个人资料，只有资料审核通过才可以申请贷款

4

首次贷款：客户在信息通过后，广告主会根据用户的征信给予客户一定的金额，此时客户可成功贷款

金融行业推广需求



- 提升品牌曝光
- 提高金融领域知名度



- 增加贷款注册数量
- 获取更多贷款客源



- 提高授信总额
- 增加授信用户人群

03 | 行业解决方案

- 品牌曝光
- 用户注册
- 授信人群

金融行业营销解决方案

品牌曝光



优质流量



QQ系列



微信广告

用户注册



贷款产品细分



创作有效广告



增加注册量级

授信人群



拓展目标人群



引导用户进件

品牌曝光-提高知名度



优质流量

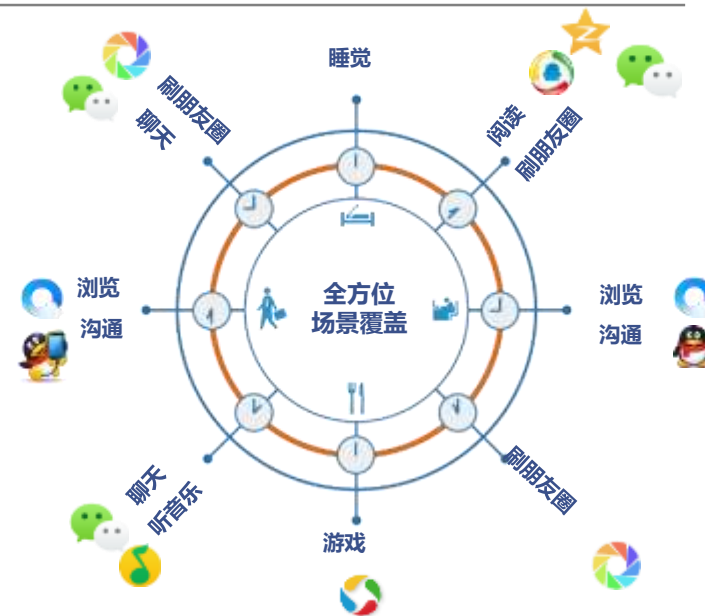


QQ系列



微信广告

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
职业

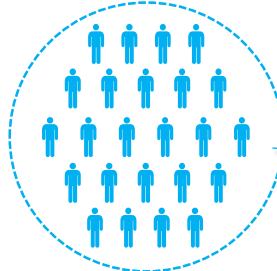
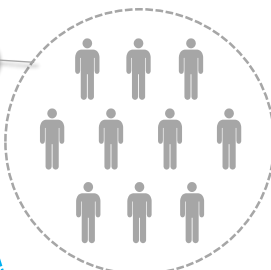
年龄
性别
地域

新婚
育儿

教育
高消费

...

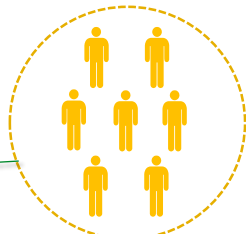
基础属性



短期行为

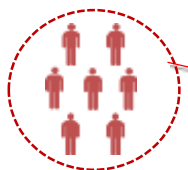
iPhone
Nike
DNF
BMW
百万 Tag
...

兴趣爱好



箱包 旅游
服饰 奢侈品
成百上千的类目
...

联网方式
设备型号 ...



用户环境



品牌曝光-精准触达目标人群



手Q空间feeds信息流广告

手Q附近的人

手Q空间feeds信息流广告

- 规格尺寸较大，清晰展示金融广告内容且衔接自然
- 活跃用户6.4亿，适合大量品牌曝光
- **6成以上为90后年轻用户，是互联网消费的主力军，对网贷认知接受程度较高，适合金融广告主推广**

手Q附近的人

- 19-30岁用户占比42%，**用户较年轻化化，偏吃喝玩乐，日常支出消费频率较高，资金周转较频繁，对小贷产品有较大需求**
- 北上广合计占比6.52%，即每天约200万一线城市活跃用户，**一线城市用户对金融产品认识度高、需求大，比较符合金融类广告主的需求**

品牌曝光-直达高潜用户、成本可控



应用宝



QQ浏览器搜索广告

应用宝

- 市场占有率第一的应用分发市场，用户覆盖大，每日3亿以上的曝光机会，**金融广告主产品的目标用户集中地**
- CPA广告，直接按用户下载计费，效果有保障
- CPT广告，资源独占，品牌曝光力度强

QQ浏览器搜索广告

- 市场占有率第一的手机浏览器，**市场认可度高**，浏览器定位全面（工具型、平台型、内容型），**金融产品的目标用户集中营**
- 关键词搜索展示，精准度高，效果好

品牌曝光-金融社交关系链传播，引爆朋友圈



朋友圈广告

公众号广告

朋友圈广告

- 9.6亿用户群，主流社交集中营，国内基本所有网民都有在用微信，**金融产品的目标用户集中地**
- 广告内容自然原生，用户认可接受度较高，适合大量品牌曝光

公众号广告

- 2000万+的公众号，优质内容生产基地，区分各种媒体类型公众号，分别聚合各属性的用户人群
- **精准度高，依据金融产品针对的人群属性，选择对应属性的媒体类型公众号，实现精准投放**

用户注册-获取意向用户



**贷款产
品细化**

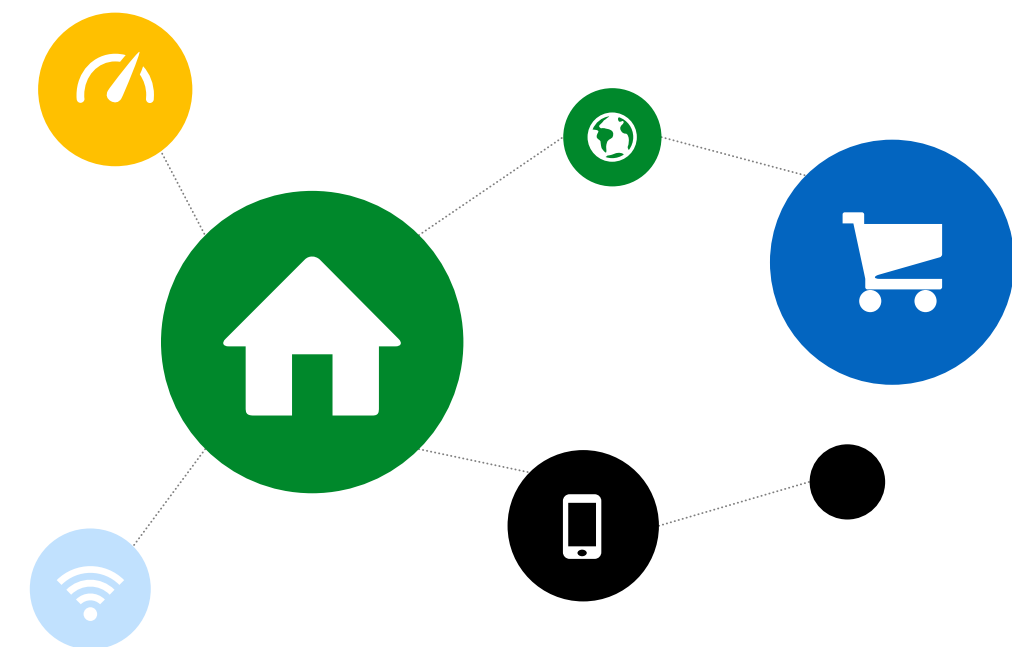


**创作有
效广告**



**提升注
册量级**

用户注册-贷款产品细化、锁定精准用户



● **买房贷款**
购买计划的用户

● **买车贷款**
近期购车的用户

● **创业贷款**
处于创业期间的用户

● **消费贷款**
购物需求的用户

● **装修贷款**
近期装修计划的用户

年龄

贷款产品类型不同锁定精准年龄用户

年龄+商业兴趣

锁定高消费用户；精准触达买房、购车、装修、留学等用户.....

年龄+关键词

指定贷款、信用卡需求的用户；贷款、个人贷款、.....

用户注册-创作有效广告、引入优质用户



广告创意

创作有效的广告，引入优质用户

- 图片是吸引用户眼球的元素，清晰表达主题
- 模拟操作性界面，更具代入感
- 不同场景化的背景，引发需求
- 疑问句式文案，增强互动性
- 结合用户的消费心理撰写文案，提升点击率

如文案突出**额度高、费率低、到账速度快。**

用户注册-智能工具运用、增加注册量级

oCPA工作原理

- ✓ 相同目标成本出价情况下，激活率越高，广告主获取该流量的竞价能力越强
- ✓ 根据实际效果反馈，优化下一次oCPA出价

使用建议

- 【出价】：CPC条件下的激活成本平价转oCPA
- 【调整】：5天内不做修改出价、定向、创意
- 【限额】：预算充足以保证模型学习量足够

【实现量与成本的平衡】

按转化出价：
10元



高转化价值流量

低转化价值流量

考虑转化价值的差异化动态实时出价
$$eCPM = \text{Smartbid} * pCVR * pCTR$$

基于效果反馈优化下一次出价

授信人群-放款的敲门砖



**拓展目
标人群**

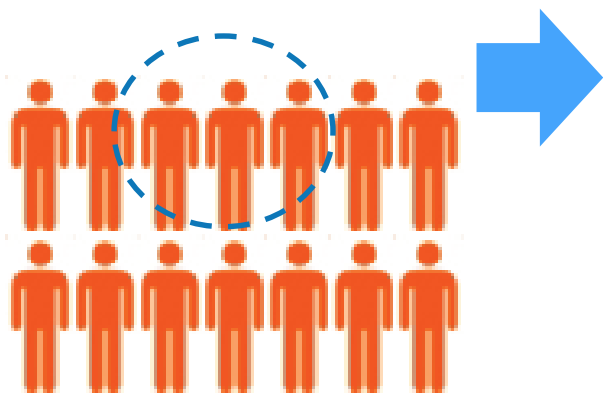


**引导用
户进件**

授信-拓展金融目标人群

平台技术优势：第一方数据定向支持-lookalike 相似人群拓展

“扩大准度受众范围，实现高转化率！”

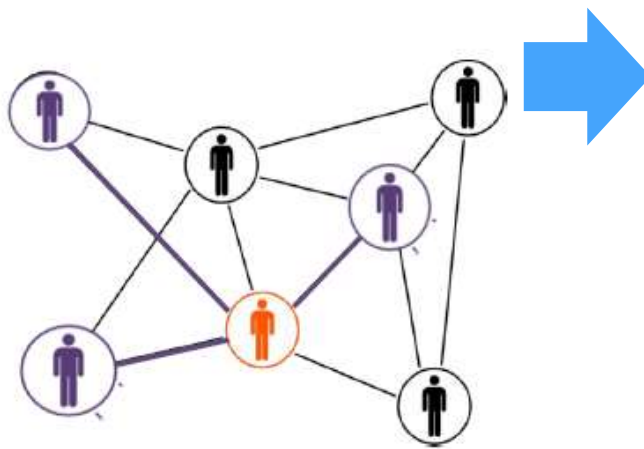


种子人群

贷款需求用户

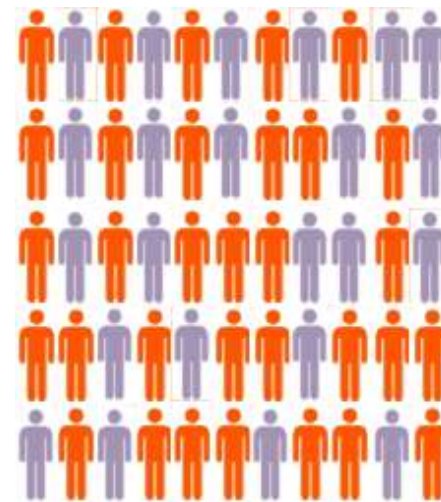
(种子用户)

如：点击人群、自定义号码包、已经贷款的用户手机号



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有贷款需求用户)

授信-突出产品优势，强势引导用户进件

落地页编写要点



显示产品的授信要求简单，如无抵押贷款，凭身份证等

清晰显示借款期限，时间越长越有吸引力

详细的公司信息，可以给用户足够的安全感



04 | 投放经验分享

- 准备期
- 上线期
- 优化期
- 增量期

金融行业广告投放周期



1 准备期

- 注册充值
- 资源选择
- 创意设计
- 落地页制作



2 上线期

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



3 优化期

- 数据分析
- 账户优化



4 增量期

- 增加投放
- 测试新资源



认证资料和开户行业资质

- ✓ 营业执照/个人有效身份证件,网站ICP备案证明
- ✓ 金融行业营业执照中营业范围包含“**金融**”或“**投资**”或“**借贷**”等金融相关的业务经营字眼（包括各类金融信息中介服务平台）
- ✓ 不同行业提供不同资质，例如：小额贷款行业提供《小额贷款许可证》或省政府发放的批文



认证资料和开户行业资质

- ✓ 营业执照/个人有效身份证件,网站ICP备案证明
- ✓ 金融行业营业执照中营业范围包含“**金融**”或“**投资**”或“**借贷**”等金融相关的业务经营字眼（包括各类金融信息中介服务平台）
- ✓ 不同行业提供不同资质，例如：《金融许可证》或《小额贷款许可证》（且营业执照经营范围内有“小额贷款”经营范围）或省政府发放的批文

资源位选择（广点通平台）

准备期

上线期

优化期

增量期



应用宝

- ✓ 首选尺寸：文字链
- ✓ 适合金融各类APP产品，小额贷款、记账理财等



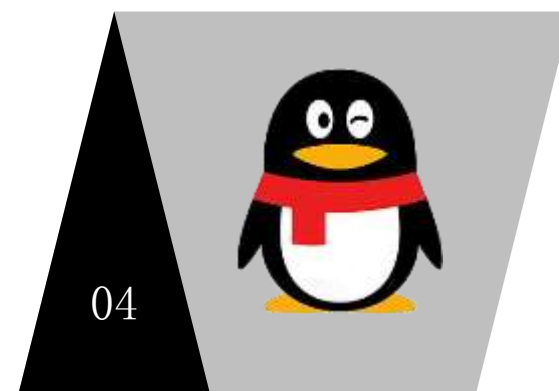
手机QQ浏览器

- ✓ 首选尺寸：640*288
- ✓ 适合小额贷款、银行/信用卡、汽车金融等金融产品



feeds

- ✓ 首选尺寸：1000*560
- ✓ 适合小额贷款、银行/信用卡、汽车金融、记账理财等金融产品



QQ客户端

- ✓ 首选尺寸：198*40
- ✓ 适合股票、证券等金融产品



朋友圈广告

- ✓ 首选样式：原生推广页
- ✓ 适合金融各类APP产品，小额贷款、记账理财等



公众号广告

- ✓ 首选底部广告位：465*230像素和文案形式
- ✓ 适合小额贷款、银行/信用卡、汽车金融等金融产品

熟悉广告创意规格（广点通平台）

准备期

上线期

优化期

增量期

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
- ✓ 金融：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。
- ✓ 金融投放的广告，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



图片广告，横幅规格

熟悉广告创意规格（微信平台）

准备期

上线期

优化期

增量期

广告样式

- ✓ 图文广告：文案+图片形式
常规体验外层图片规格：800*640像素
640*800像素、800*800像素（三选一）
原生推广外层图片规格：800*800像素
- ✓ 视频广告：文案+视频形式
外层视频时间：6S/15S
- ✓ 图片关注卡片：图片形式
图片规格：465*230像素
- ✓ 文案关注卡片：文案形式
文案字数：0-18个字
- ✓ 金融行业常投放**图文广告和关注卡片**



图片广告，横幅规格



图文广告，方形规格

创意设计（广点通平台）

准备期

» 上线期

» 优化期

» 增量期



左右结构

- ✓ 视觉平衡，层次分明，可直观展示视觉主体，高效进行信息传达



对角结构

- ✓ 重要信息置于视觉中心区域，有利于用户在最短时间内抓取广告信息，刺激用户点击欲望



上下结构

- ✓ 主体突出、层次分明，可高效进行信息传达



对角结构

- ✓ 布局富有创意、视觉冲击力强，体验佳

文案编写的要点

- ✓ 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

- ✓ 突出**产品优势**（额度、到账时间）
- ✓ 文案内容风格符合定向人群特征
- ✓ 内容与素材整体的风格样式相匹配



落地页设计要点

基本要求

- ✓ 页面内容清晰、简洁，与创意内容相关联
- ✓ 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

移动页面设计要点

- ✓ **少** 放内容
- ✓ **浅** 显易懂

突出流程简单的优势

体现产品优势

“30分钟即可放款”

注册按钮明显
直达推广目的

底部再次突出产品优势
吸引用户点击



落地页设计要点-关注类

基本要求

- ✓ 公众号功能描述简单明了，能过吸引人关注
- ✓ 近10篇文章文案素材清晰、简洁，与素材内容相关联，确保用户体验好
- ✓ 近10篇文章文案吸引，突出公众号特点



账户搭建（广点通平台）

准备期

上线期

优化期

增量期

规范账户搭建的好处：利于投放效果分析，方便账户管理

其次，便于后期针对性按广告计划做人群扩展来用于广告投放，提升投放效果

推广计划

类似文件夹，对广告进行分类

建议以**计划编号+广告样式+尺寸**进行命名（以账户推广单产品单个广告位为例）

A - feed单图文-1000*560

B - 手Q浏览器-240*180

C - 手Q附近的人-147*147

计划预算

合理对计划进行预算分配，根据广告位的优先选择级别，进行预算侧重分配，具体情况请广告主依据产品的预算按照比例分配）

Feed单图文-1500

手Q浏览器-1000

手Q附近的人-500

广告

广告粒度，建议以**广告样式+尺寸+创意+定向**作为命名规则，方便做数据分析及账户管理

feed单图文-1000*560-创意1-基础定向

手Q浏览器-240*180-创意1-精准定向

手Q附近的人-147*147-创意1-高级定向

规划搭建账户的好处：利于后期投放效果分析，方便账户管理。

账户

以账户ID为维度，整个账户体系的数据及内容。

账户ID：XXX

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。

公众号-文案广告-基础特征定向

公众号-文案广告-商业兴趣定向

公众号-465X230-公众号媒体类型定向

朋友圈-800X800-.....更多定向

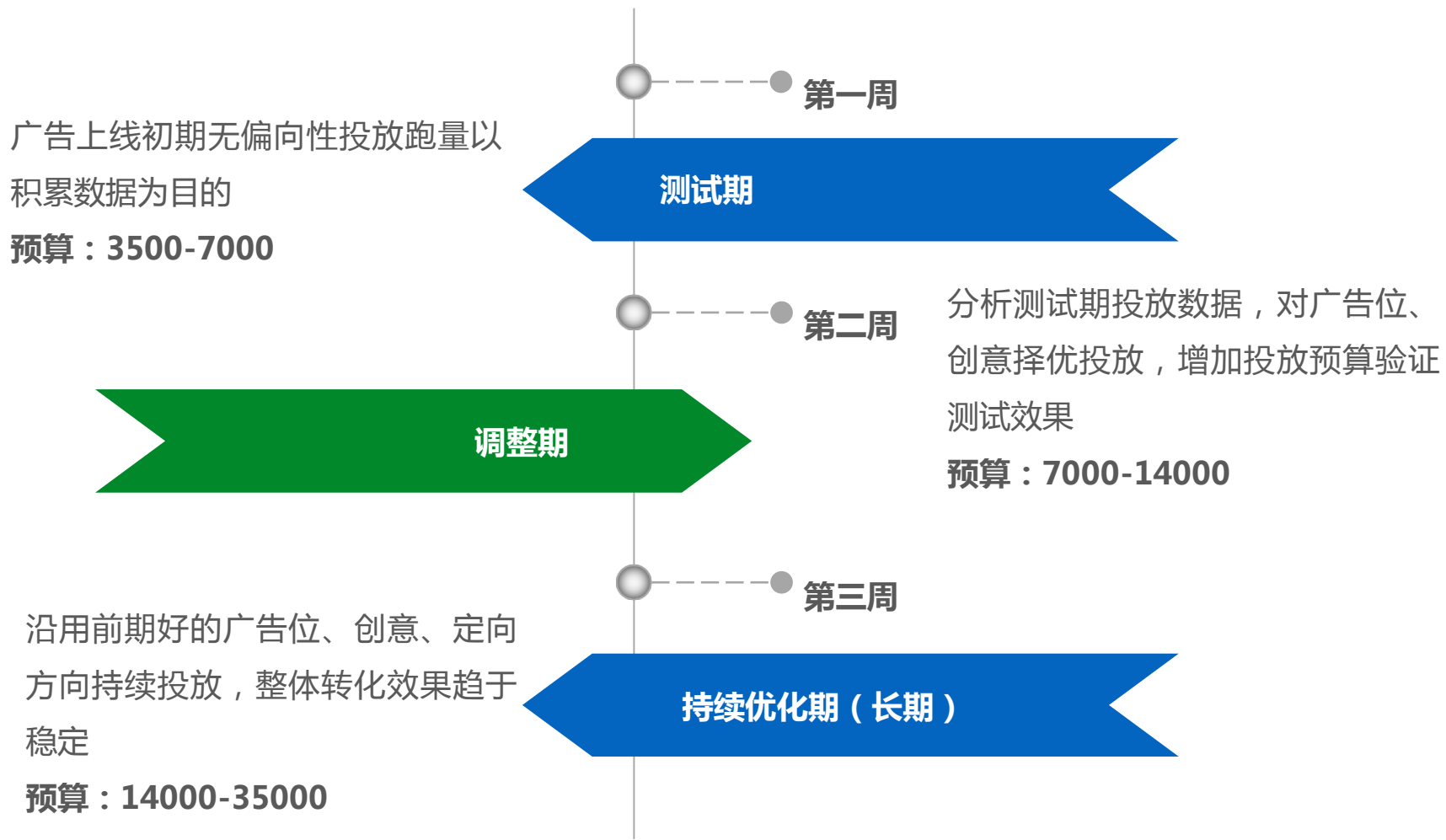
预算分配

准备期

上线期

优化期

增量期



投放时段&广告出价

准备期

上线期

优化期

增量期

投放时段

- ✓ 投放时间段设置为：8:00~24:00
- ✓ 预算足够需要大流量的，可以考虑全时段投放
- ✓ 当天12点前递交审核的广告，设置当天投放；12点后提交审核的广告，设置第二天开始投放

注意事项：

- ✓ 切勿在白天投放时间中，出现有暂停的时间段，如，中午时间设置暂停，下午再开始投放



广告出价

- ✓ 新广告，按系统建议最低出价+30~50%的幅度出价，如：系统建议出价0.4~0.7元，则广告上线可以出价0.6元

重点广告位出价建议：

- ✓ 应用宝：新广告建议出价3.5元
- ✓ Feed：新广告建议出价1.3元
- ✓ 朋友圈：最新刊例价
- ✓ 公众号底部：0.5元起，新广告建议出价1.0元



✓ 广告文案内容，与广告创意图片相呼应

✓ 创意突出借款额度，来贴合目标人群想了解产品的内容的心理

✓ 偏重于日息利率低的更吸引目标客户

✓ 背景基调清新，避免了高饱和色激化紧张情绪

✓ 符合广告审核规范

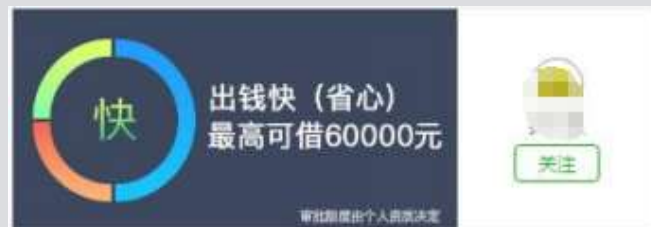
注：纯图片广告，可以将此要点用于广告创意图片的文案编写上





- ✓ 使用数字抓住受众人群，结合用户切身利益点或痛点
- ✓ 创意突出借款额度，来贴合目标人群想了解产品的内容的心理
- ✓ 偏重于最高借款额度的更吸引目标客户
- ✓ 浅色明亮干净背景，避免了高饱和色激化紧张情绪
- ✓ 符合广告审核规范

注：纯图片广告，可以将此要点用于广告创意图片的文案编写上



定向设置越多，人群越精准，相反，曝光会越低，相应的用户获取成本越高（出价策略见后）

高级定向组合下，建议适当放宽基础特征的范围

1. 基础定向

以目标人群的基础特征为出发点
圈定更多潜在用户
结合低价投放，获取更多高质相关流量

- 地域：（不限）
- 年龄：18-50
- 性别：不限

2. 精准定向

基于海量腾讯社交数据和用户行为数据，交叉分析挖掘用户的商业兴趣
目前涵盖17大类、100+细分兴趣类目选择

GDT

- 婚恋状态：单身、已婚、新婚、育儿（学历、消费能力、生活状态）
- 商业兴趣：金融、旅游、互联网/电子产品等
- 关键词：利息计算器、小额贷款等
- 注：商业兴趣和关键词不可同时使用（影响曝光）

微信

- 婚恋状态：单身、已婚、新婚、育儿
- 兴趣：金融、旅游、互联网/电子产品等
- 投放设置：可以选择投放公众号媒体类型

3. 高级定向

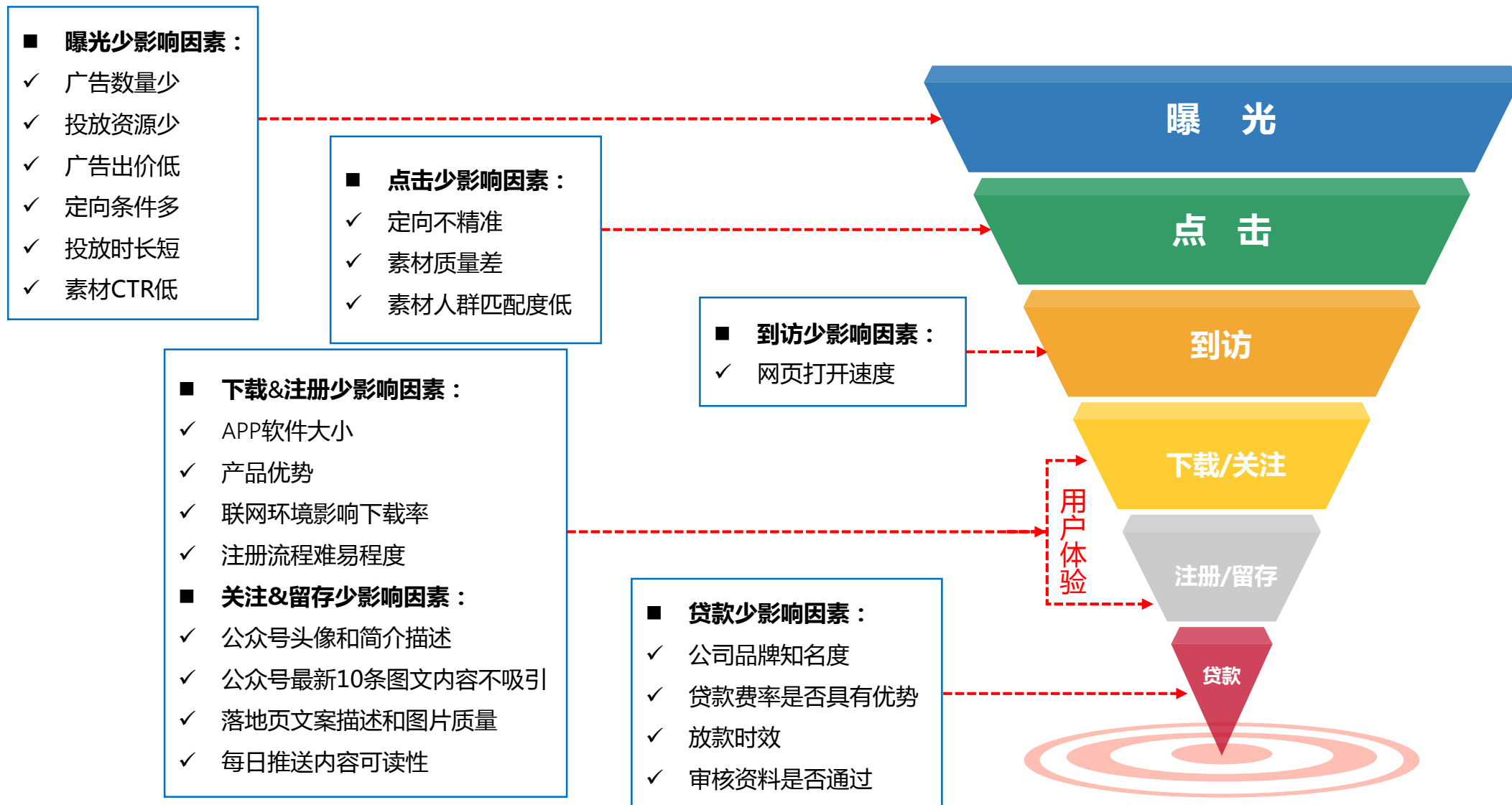
根据用户历史行为数据，如URL浏览、QQ群、APP安装、广告点击偏好等提取关键词，最多可设置2000个

GDT

- 后期准备QQ群号码包和到访人群包、创意和广告位测试结束后投放

微信

- 当前关注你公众号的粉丝及最近一个月内取消关注你公众号的粉丝
- 最近1年对你的广告感兴趣的（点击广告、广告详情页、对朋友圈广告点赞或发表正面评论）



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1~3小时/次的频率**
- ✓ **定向调整频率，建议控制在3~5小时/次的频率**

定向&创意双分析，提升广告点击率

准备期

上线期

优化期

增量期



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：

- ✓ 分析推广产品的目标人群特征，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

下载&激活&注册全分析，提升转化率

准备期

上线期

优化期

增量期



下载数据分析

问题表现：

- ✓ 点击数量高，下载量低

解决方案：

- ✓ 提高APP质量，优化APP详情页内容，突出产品核心优势，吸引用户下载
- ✓ 优化包体大小（如做二次更新，优化产品承载内容等）



激活数据分析

问题表现：

- ✓ 下载数量高，激活数量少

解决方案：

- ✓ 优化应用ICON，使之明显化，提高吸引（加角标，名称加修饰后缀等）
- ✓ 提升广告定向精准度，减少因人群不匹配导致的激活率低的情况



注册数据分析

问题表现：

- ✓ 激活高，注册量少

解决方案：

- ✓ 优化注册流程，避免注册流程过长或者繁杂，导致用户流失
- ✓ 简化注册表单，推荐一键手机号注册或使用第三方登入功能，如：微信、QQ登入
- ✓ 分析APP内容：是否突出产品的优势，是否给用户足够的信任感

选择原生推广页，提高转化率（微信平台）

准备期

上线期

优化期

增量期

广告外层

- ✓ 支持图片和视频2种素材格式
- ✓ 点击图片或视频，进入广告详情页
- ✓ 点击文字链（了解公众号），进入公众号关注详情页

原生推广页

- ✓ 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%**



图文广告外层页



原生推广页



关注详情页

增加广告投放，提升转化

准备期

» 上线期

» 优化期

» **增量期**

1

增加投放预算

- ✓ 增加预算，账户日预算最大化，达到客户最佳预期
- ✓ 提升优质广告的计划预算

2

增加广告投放

- ✓ 增加广告资源的投放，将品牌活动推广，微信公众号关注等均进行尝试投放
- ✓ 增加在线广告数，多创意、多定向投放

3

加速创意更新

- ✓ 加速创意更新频率，保证每天上新广告，并确保每天创意不要重复
- ✓ 删除劣质创意，基于优质创意经验进行批量复制
- ✓ 丰富创意风格，吸引不同用户群体



相似人群拓展定向

使用lookalike高级定向：

- ✓ 基于历史广告点击用户或已购买的用户，拓展更多的相似的人群，用于广告定向
- ✓ 可自主上传号码包进行拓展

适合：需要增加注册量时，广告定向使用



智能出价提升注册量

使用智能出价功能：

- ✓ 基于预期的转化成本，根据转化人群的特征，精准预估每个用户转化价值，自动出价采买流量

适合：成本稳定，但想提升注册量的时候使用

推荐理由

- ✓ 大图or视频外层，展示信息量大
- ✓ 强互动性、用户可@广告主进行互动
- ✓ 新广告形式，更能吸引用户关注、点击

投放条件

- ✓ 自定义H5页面，单次投放100W起



05 | 行业参考案例

小额贷款投放案例-QQ浏览器



效果数据

周注册量
上涨80%

注册成本
< 10元

营销目标

- 提高品牌知名度
- 提高注册量
- 增加授信人群

解决方案

- 主投浏览器搜索广告，曝光量大
- 自定义搜索关键词寻找目标受众
- 无需创意，制作简单

小额贷款投放案例-QQ沉浸视频



效果数据

周注册量
上涨50%

注册成本
< 15元

营销目标

- 提高品牌知名度
- 提高注册量
- 增加放款人群

投放经验

- 主投沉浸视频广告，曝光量大
- 人群符合贷款用户群体，广告形式新颖
- 制作视频简单，展现形式更能体现产品优势

小额贷款成功案例



XXXX金融服务有限公司

该广告主产品是小额贷款，贷款额度主要集中在500~30000元，面向有小额贷款需求的人群。

投放背景

广告主主要投放移动联盟原生广告位，转化率低，注册成本高达30+，急需优化，控制成本。

优化效果

注册成本：<15元

下降**50%**



优化策略

• 优化前

广告位：原生广告位（流量不稳定，无法抓取精准受众人群）

• 优化过程：

根据产品受众寻找合适的广告位-手Q附近的人

此广告位人群画像：

男性占比：68%；

18~30岁占比75%；

本科以下学历占比74%；

人群画像匹配度高，符合小额贷款人群

• 优化后：转化成本直线下降。



经验总结

投放广告前，需先了解客户的投放产品特点和优势，挖掘产品受众人群从而匹配合适的广告位。

小额贷款成功案例



XXXX金融服务有限公司

该广告主产品是小额贷款，贷款额度区间为1000~50000元，主要面向有贷款需求的人群。

投放背景

目前广告主主要投放公众号关注，希望吸引精准粉丝，获取高转化人群，达到后续盈利的目的。

但是关注成本过高，达到50块以上。

优化效果

关注成本：< 15元

下降**70%**



优化策略

- 优化前文案：没有突出产品优势，无法吸引用户
- 优化过程：
 - 定向不变，优化文案进行测试，测试三天后关注点击率及关注成本数据，留下点击率高和关注成本低的广告重点投放，暂停成本高的广告；
 - **保持广告新鲜度，及时更换文案。**
- 优化后：
 - 突出产品优势：**贷款变容易，只需身份证即可申请，极大程度吸引了目标人群，刺激用户点击。



经验总结

文案测试

降低关注成本文案最为关键，保持定向及其他条件不变进行文案测试，筛选出成本最佳的文案，一周至少保持5套以上文案投放。

小额贷款投放案例-QQ浏览器



效果数据

周注册量
上涨80%

注册成本
< 10元

营销目标

- 提高品牌知名度
- 提高注册量
- 增加授信人群

解决方案

- 主投浏览器搜索广告，曝光量大
- 自定义搜索关键词寻找目标受众
- 无需创意，制作简单

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



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>

THANKS