



赋能商业 | 始终于人

教育行业解决方案

腾讯社交广告营销中心|教育行业组
2017.10



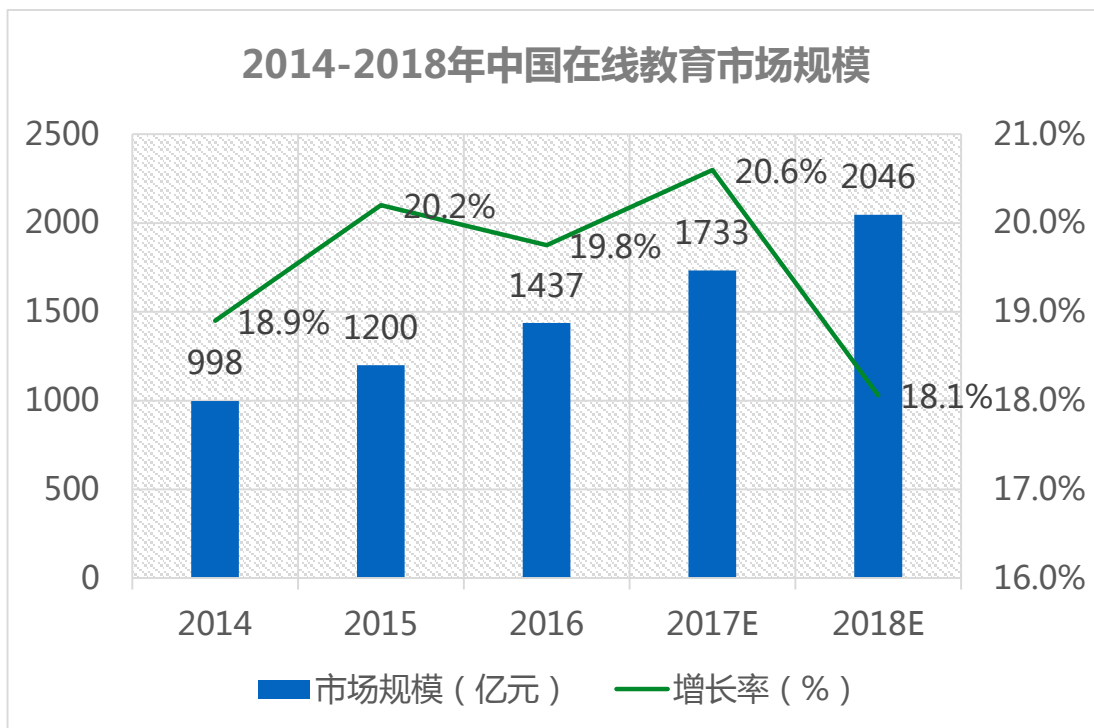
Contents

- 01 | 行业市场分析
- 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 | 行业市场分析

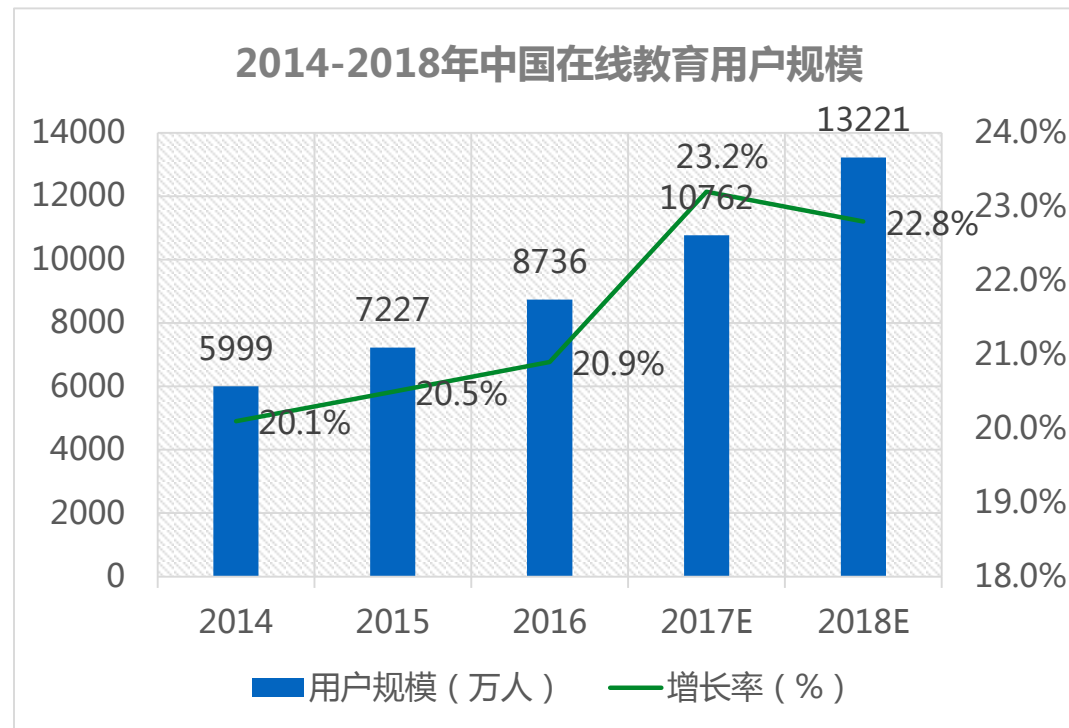
- 教育行业市场规模分析
- 教育行业子类目市场
- 教育线上营销分布
- 教育行业广告位推荐
- 教育行业政策更新
- 教育行业素材解析

教育行业市场规模分析



数据来源：iResearch艾瑞咨询《2015中国在线教育平台研究报告》

2015年中国在线教育市场规模达1200亿元，年增长率为20.2%，预计到2018年突破2000亿，达2046.1亿元。随着在线教育创新形式的不断增长，产业格局也在逐渐优化升级，市场规模短期将平稳快速增长。



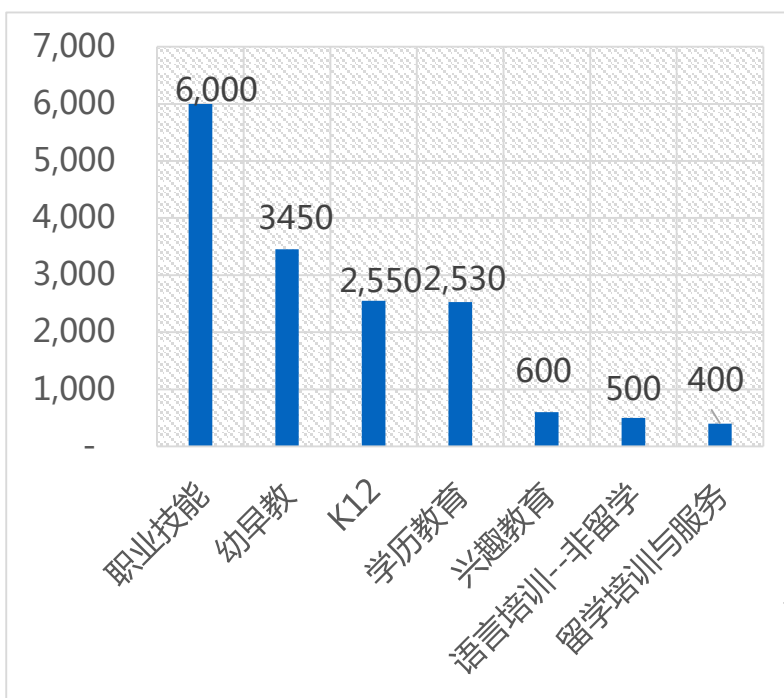
数据来源：iResearch艾瑞咨询《2015中国在线教育平台研究报告》

2015年中国在线教育用户为7227万人，增长率为20.5%。随着在线教育公司市场推广的加强，用户对于在线教育的形式接受程度也在提高，之后几年，在线教育用户将会以近20%的增速增长，预计到2018年达到13221万人。

教育行业子类目分析

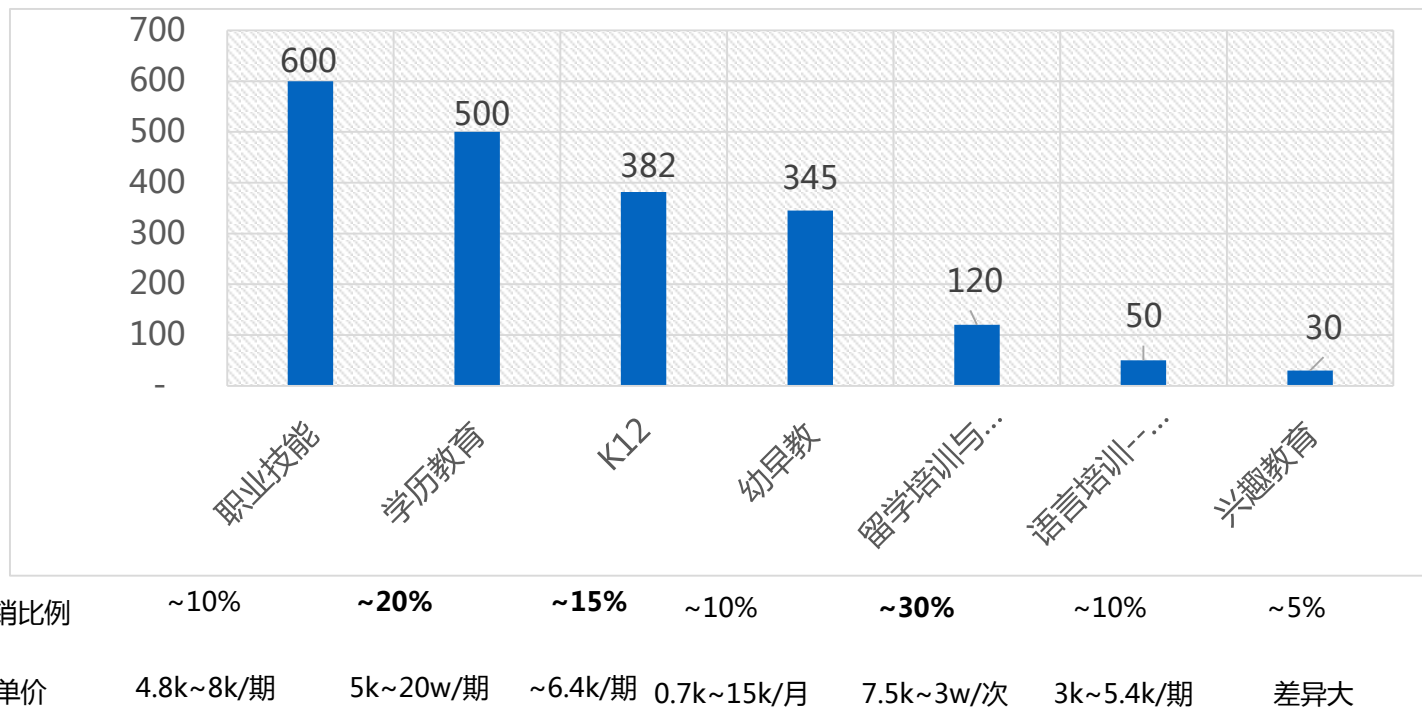
细分行业年营收情况

单位：亿元



细分行业营销费用情况

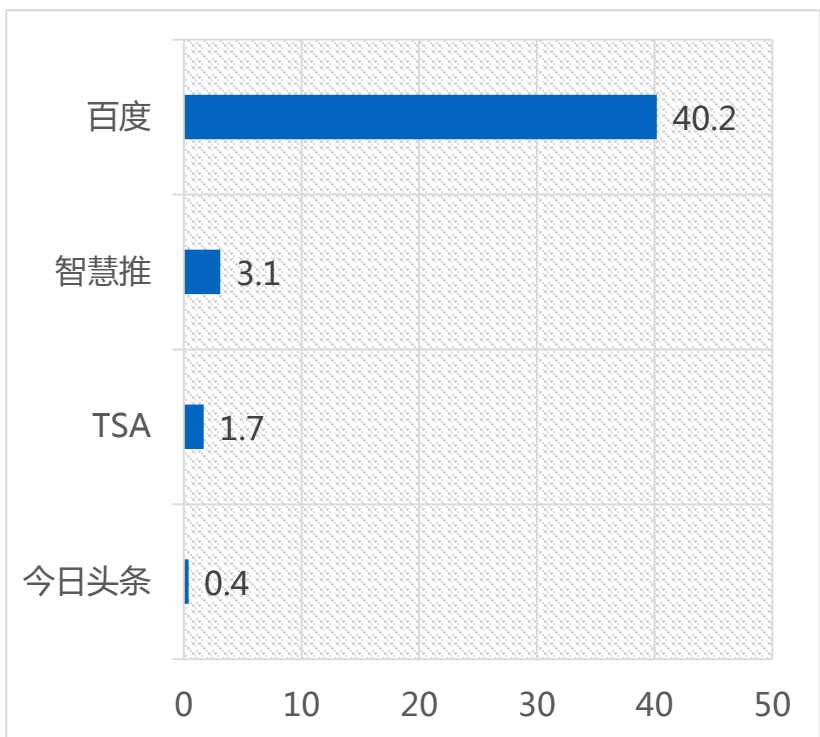
单位：亿元



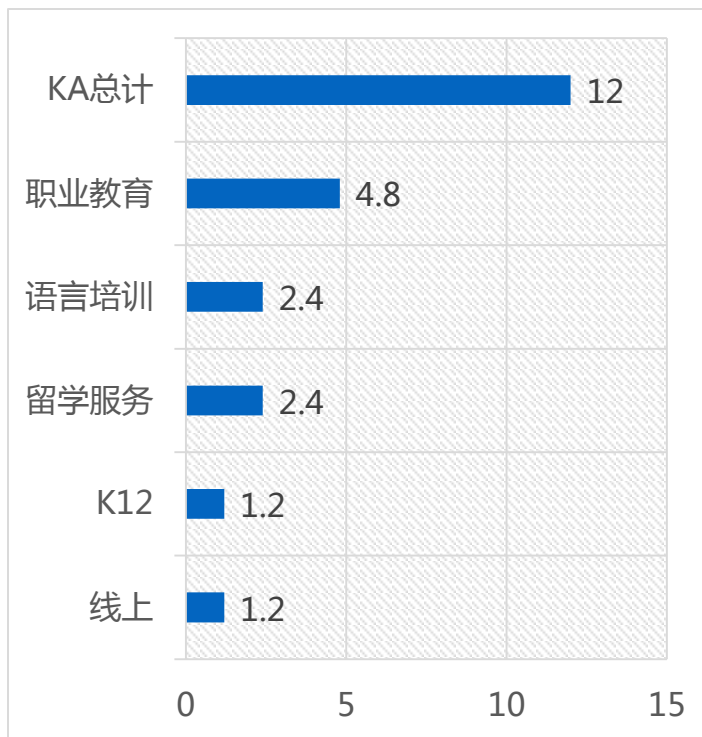
- 营销规模：职业技能、K12、幼早教、K12、学历教育值得关注
- 营销比例：学历教育、K12、留学培训与服务值得关注
- 客单价：教育行业客单价范围较广，普遍较高，可从客单价高企业切入，比如学历教育、职业技能、语言教育

教育线上营销分布

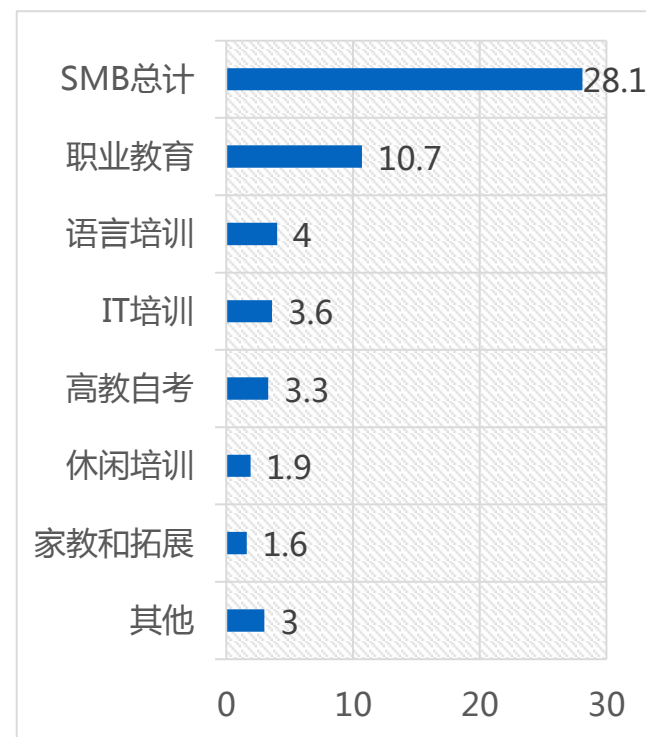
线上营销竞争环境中，百度仍是主要玩家



百度KA 二级行业划分与消耗



百度SMB 二级行业划分与消耗



- 从竞争角度看，线上营销中百度仍是线上广告教育行业主要玩法，而腾讯社交目前只有1.7%，市场空间很大
- 其中职业教育、语言培训为SMB消耗主力，且职业教育和语言培训、留学服务是KA主力消耗

教育行业-10月TOP广告位综合推荐

以下广告位在持续优化&稳定投放的情况下，有效客咨成本可达到 ≤ 150 ，公众号关注成本可达到 ≤ 10 ；

数据仅供参考，以实际投放为准；

广告位	规格	曝光量推荐	CPC推荐	CTR推荐	适用三级行业	详情介绍
朋友圈-品牌推广	800*800；800*640； 640*800	★★★★★	★★★★	★★★★	语言教育、K12教育、学历教育	P19
朋友圈-本地推广	800*800；800*640； 640*800	★★★★★	★★★★	★★★★	才艺培训、语言教育、K12教育	P20
公众号图文消息底部关注卡片	582*166	★★★★	★★★★	★★★★	才艺培训、学历教育语言教育、职业教育	P22
空间信息流	1000*560	★★★★★	★★★★	★★★★★	K12教育、才艺培训、学历教育、语言教育	P23
手Q浏览器	240*180；640*288	★★★★★	★★★★	★★★★	K12教育、学历教育、才艺培训	P24

教育行业10月政策更新

腾讯新闻信息流资源引入

1、新资源广告位目前正处于红利期，有利于广告主降低成本，轻松冲量，提高投放效率；

2、提供亿级用户量，覆盖大量高学历，高收入的优质人群，以原生推广的形式展现更易于用户接受并转化；

行业部分审核规则更新

1、经营性培训机构不得直接或间接使用第三方院校或学校大门、校区、教学楼等标志性建筑；

2、不得使用前后效果对比内容作为广告创意；

3、非学位授予单位不得声称可以授予学位，内容涉及1-1.5年学专科或本科的广告均不得出现；

4、语言培训类在使用外文做为文案时，不能使用小语种做为文案，若使用英文等语言做为文案，应需与中文翻译一起使用，且不能使用负面词汇；



教育行业微信素材分享 (2017/10)



- 学生认真学习的场景富有感染力，吸引用户关注



- 教学场景温馨且画面干净，体现舒适的教学环境



- 使用真实校园场景，凸显教学环境，提升品牌影响力

教育行业QQ平台素材分享 (2017/10)



- 背景简单，已试卷形式开展，着重突出产品功能



- 从用户需求点出发，刺激用户点击的欲望



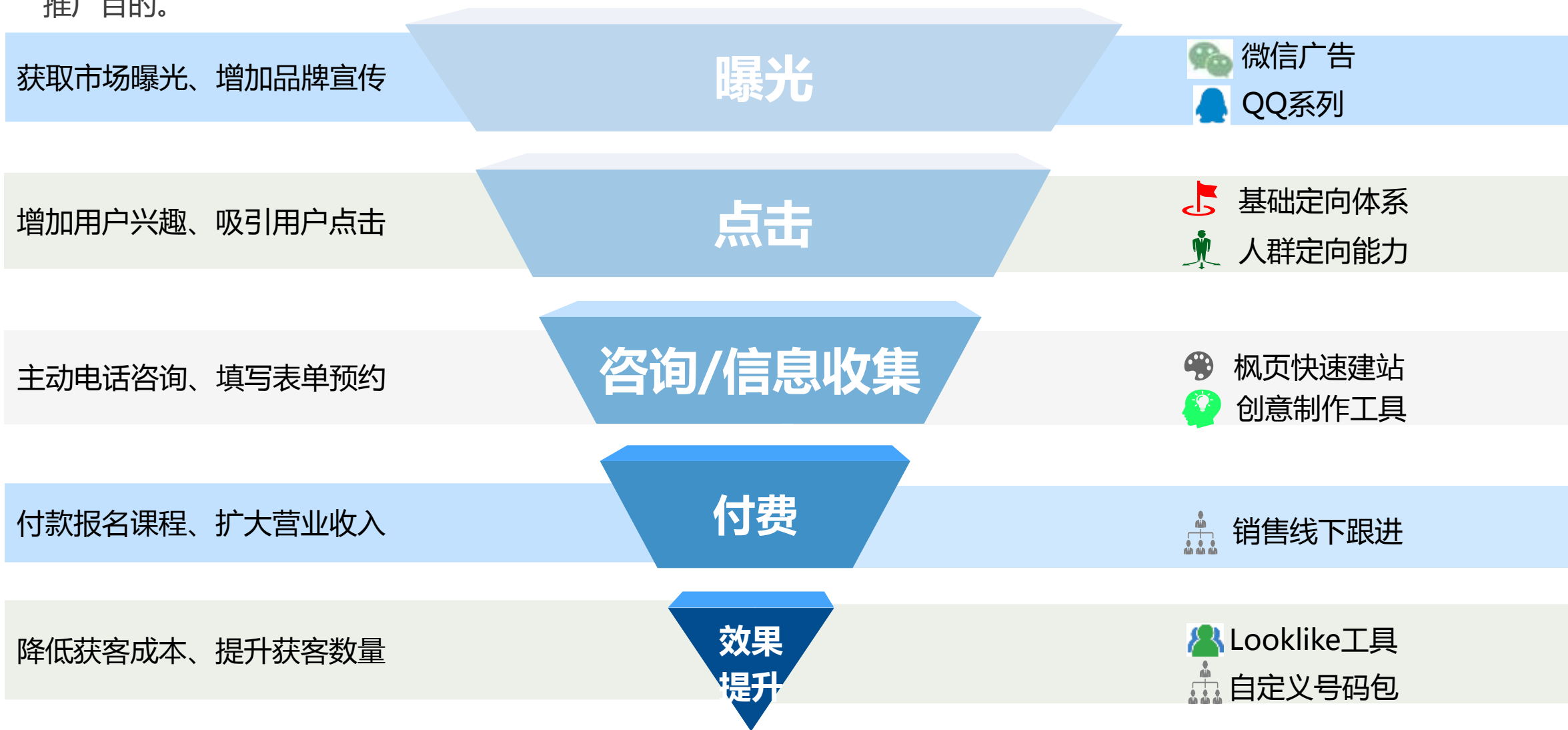
- 通过卡通人物表情形象结合文案信息，画面具有连贯性

02 | 行业需求分析

- 教育行业需求分析
- 教育行业营销节点

教育行业推广需求漏斗分析

教育行业依托网络平台满足教育机构市场曝光需求，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。



教育行业营销节点



2 ~ 4 月

春季营销

营销节点：寒假、春季招生

行业机会：语言培训、K12教育、学历教育

营销小高峰：受寒假和春招影响，语言培训及学生课程辅导的需求增加



6 ~ 8 月

暑假营销

营销节点：暑假、秋季招生

行业机会：语言培训、K12教育、学历教育、留学中介

营销高峰期：受暑假和秋招影响，学生对外语培训需求增加，家长对少儿辅导关注密切



9 ~ 10 月

淡季营销

行业机会：职业教育、才艺教育

营销低谷：学历教育、K12教育的需求减弱，职业教育进入推广时期，教师资格证、公务员等认证考试纷至沓来



11 ~ 1 月

年底营销

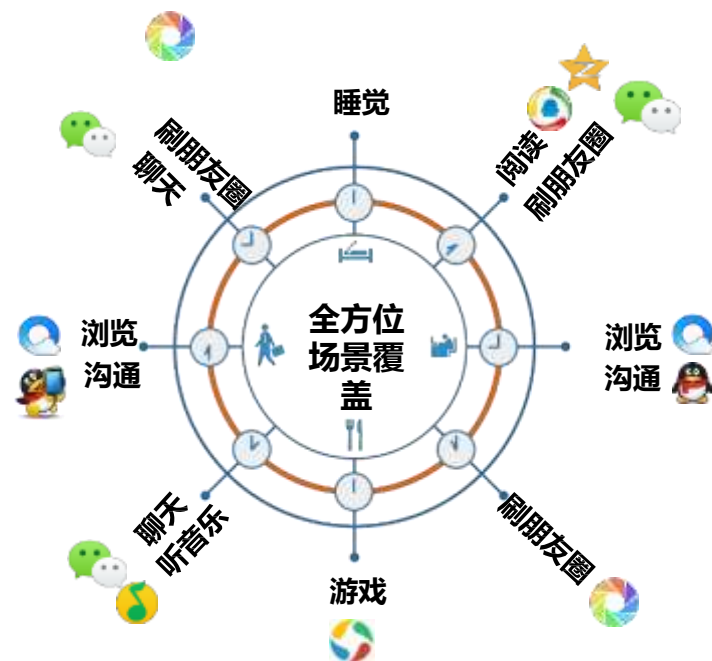
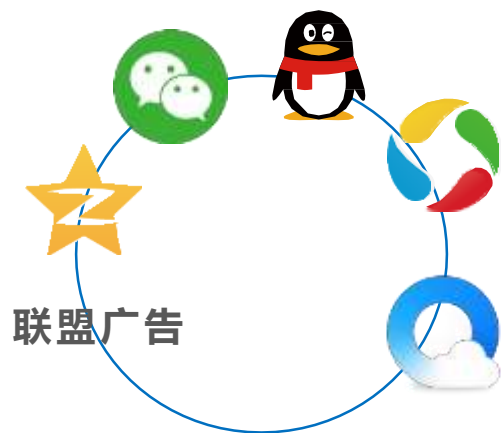
行业机会：语言培训、学历教育、K12教育

营销力度下降：临近年末，语言培训、学历教育等行业借助节日，进入招生季前的推广预热，其他行业受限于人员配备原因，推广需求降低

03 | 行业解决方案

- 流量资源推荐
- 精准人群定向
- 增值工具推荐

全场景优质流量，覆盖教育目标用户



8.99亿

月活跃用户

160亿PV

广告日均
整体流量

跨N屏

独家识别能力

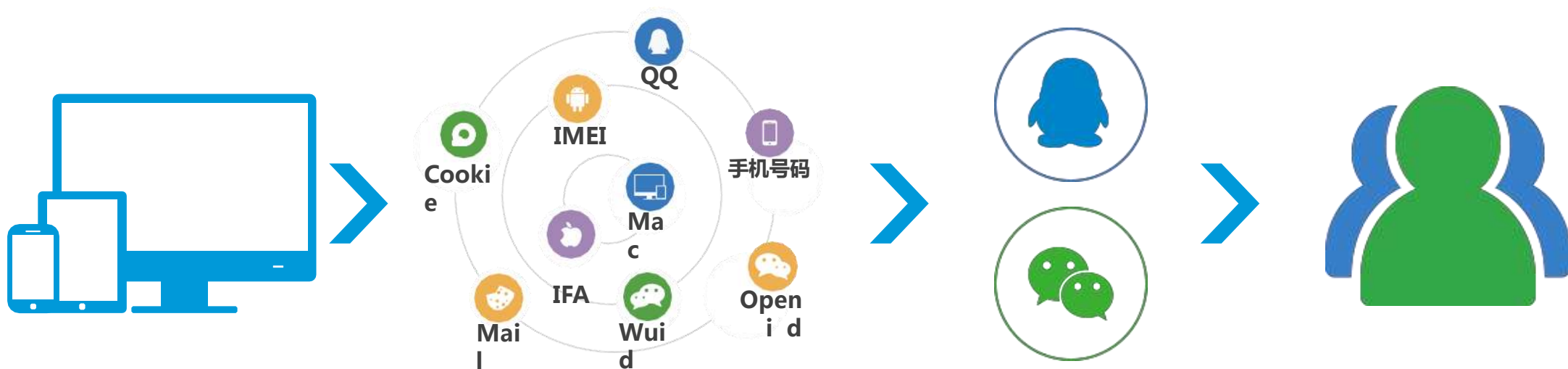
近50%

移动端
使用时长

90%

中国网民
覆盖率

多平台匹配学员标签，拥有海量数据



独家终端识别

跨N终端数据链接

超级ID体系

用户识别率超过90%

数据接入开发

DMP支持广告主自由数据接入

最大化精准拓展

结合腾讯、第三方数据，关系链、lookalike

微信品牌活动，引爆流量

教育行业客户优化后转化成本： ≤ 100 元/有效客咨



朋友圈品牌曝光



公众号互选广告

朋友圈品牌曝光

- 日均活跃用户8亿以上，覆盖面广；
- 广告融入生活场景，通过互动连接品牌与用户，提升品牌认知并传播
- 便于教育行业口碑营销，方便转发和分享，放大好友间的关联性，可信度高，传播力度强；

公众号互选广告

- 精准定向，按行业人群精准投放，获取成本低；
- 覆盖用户5.4亿+，20%以上为百万粉丝量级大号，增加品牌曝光率；
- 符合教育行业客户想短期快速获取大量同类需求人群，提升用户印象；

社交关系链传播，引爆朋友圈

教育行业客户优化后转化成本： ≤ 15 元/关注成本；



朋友圈关注



公众号文章底部关注

朋友圈关注广告

- 主流社交应用场景，原生信息流展现形式，用户接受度高；
- 用户活跃度高，关联性强，可依据教育行业产品定位人群属性，选择对应商业兴趣类型，实现精准投放；

公众号文章底部关注

- 2000万+公众号，优质内容生产基地，关注成本低
- 外形小巧，承载信息丰富，通过同类型，高用户量的优质文章，引导目标用户群转化，适用于教育行业所有类目；

本地推广，精准人群触达

教育行业客户优化后转化成本： ≤ 100 元/有效客咨



朋友圈本地推广

朋友圈本地推广

- 精准锁定门店方圆0.5公里——5公里范围的人群；
- 门店内容包含地址、环境、咨询电话等，多方位展示门店信息；
- 教育行业广告主多以线上活动推广配合线下门店招生，，可以通过门店名称、城市的方式加强所在地用户对商家品牌的认知，提升地区品牌影响力，带动源源不断的客户到店。

手Q浏览器，锁定商务群体用户

教育行业客户优化后转化成本： ≤ 100 元/有效客咨；



手Q浏览器

240x180单图文



手Q浏览器

240x180多图文

240x180单/多图文信息流广告（共性）

- 覆盖大量高学历高收入的中青年人群；
- 日均活跃用户3亿以上，有利于品牌曝光
- **教育行业目标人群多为家长、大学生、白领，与广告位人群画像契合度高，精确锁定长、短期对教育感兴趣用户，并依据用户偏好推荐的资讯形态原生广告，具备高度阅读价值，高点击率；**

240x180多图文信息流广告

- **可结合教学环境、老师、学生等多种不同素材，多方位的突出机构特色，吸引用户点击；**

资讯类广告，提升用户互动

教育行业客户优化后转化成本： ≤ 100 元/有效客咨；



手Q浏览器大图文
640px*288px



手Q浏览器视频暂停
410px*219px

手Q浏览器大图文

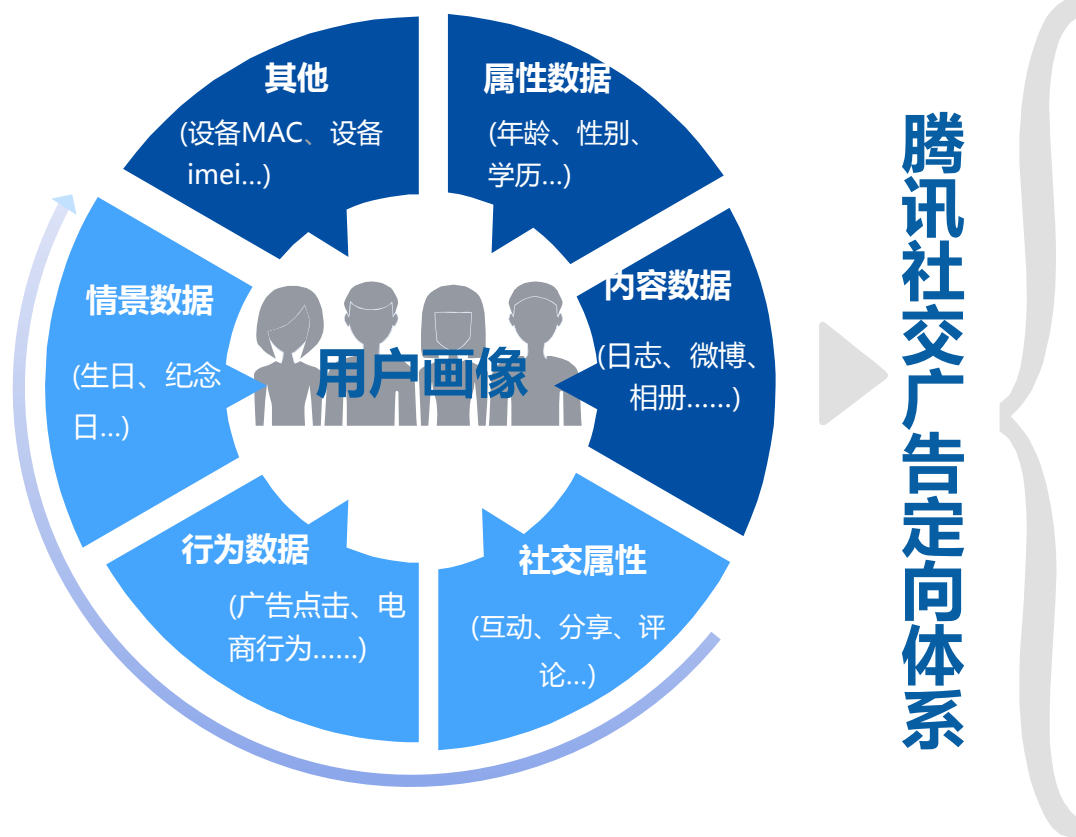
- 规格尺寸较大，清晰展示教育广告内容且衔接自然
- 日均活跃用户5亿以上，6成以上为80-90后中青年用户
- 针对教育行业对自我提升有需求且高端的客户群体，适合学历、留学类广告主，大图展现形式完整，提供多种定向方式，覆盖各类消费群体，精准投放，实现利益最大化；

手Q浏览器视频暂停

- 覆盖大量高学历高收入的中青年人群；
- 适用于职业教育广告主实现强指向性、强印象性的品牌曝光需求，合理利用用户的碎片时间，迅速抓住用户关注目光；

巧用多纬度定向，寻找目标人群

利用腾讯平台**人群数据标签**、**数据挖掘能力**，结合广告主**第一方数据**，最大化发挥数据价值，定位精准人群。



一级类目	二级类目
投放区域	省市、商圈/地标、地区高校
基本信息	年龄、性别、上网场景
用户情况	学历、职业、行业、在校大学生
用户行为	付费、APP行为
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、关系链拓展
更多功能	网页转化跟踪、LBS、职业人群包.....

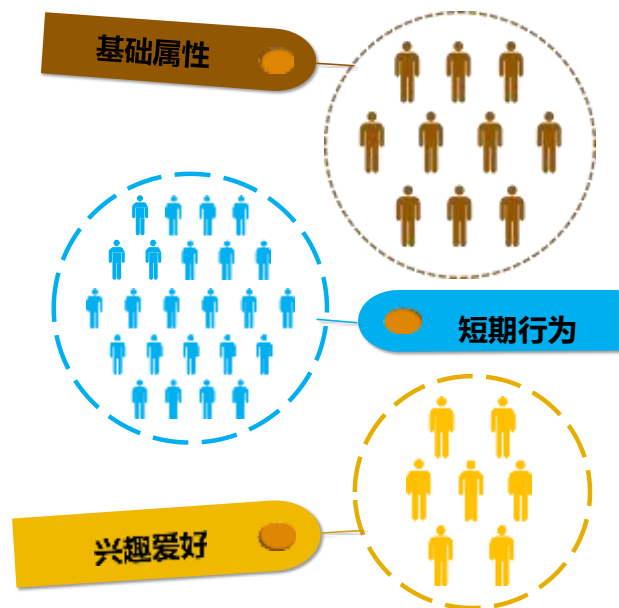
多纬度海量数据库，锁定适合的人

海量数据交叉识别分析



多维度、细颗粒度丰富人群画像

年龄 新婚
学历 性别 育儿 教育
职业 地域 高消费



中小学 学前教育
教育 语言培训
成百上千的类目
... ..

全方位“读懂”屏幕前的人

iPhone
Nike
DNF
BMW
百万 Tag
... ..



全地域精准定向覆盖，锁定用户

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

锁定学校5公里范围内的人群，进行定点精准投放



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，更有效促成交易



兴趣人群二次拓展，挖掘相似用户

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！”



种子人群

(历史广告点击人群)



相似需求人群拓展

(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
精准新用户)

自定义号码包，老客户的二次营销

对老客户进行二次跟进，促进课程购买

“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，契合教育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**

锁定目标老客户，利用二次展现，进行自身课程宣传

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



创意制作工具，实时素材更新

创意制作工具提供多规格素材模板，帮助广告主快速制作素材，缩短广告创建时间

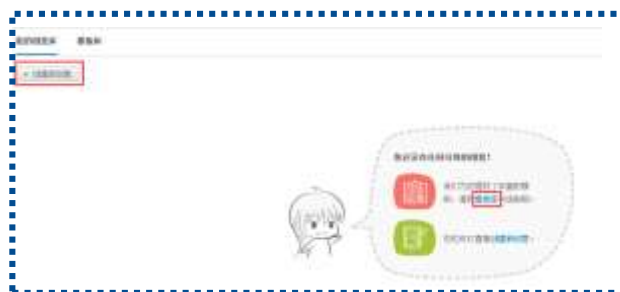
STEP1

进入后台，在工具箱选择创意制作工具



STEP2

点击创建新创意或选择模板库



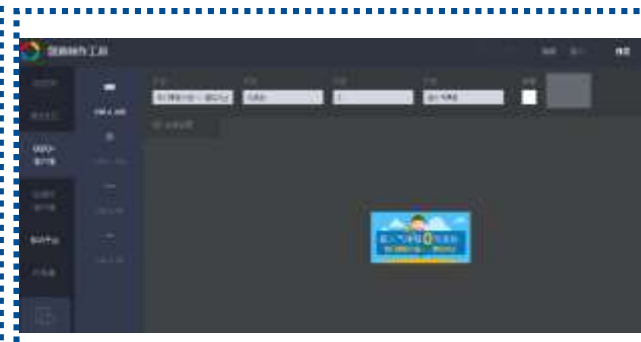
STEP3

选择教育行业素材类型，开始制作



STEP4

进入制作后台，选择尺寸开始进行修改



STEP5

修改后选择预览，可查看多广告位效果



STEP6

成品效果图

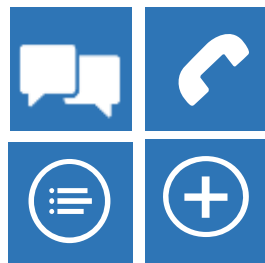


落地页制作工具，缩短学员获取路径

专属落地页建站工具“枫页”，满足广告主不同的投放需求，快速解决上线、转化难题，快速进行落地页创建，进行广告投放。



枫页配置



——简单、快速、高效的移动建站工具

操作简单制作方便

通过后台工具箱可直接进入进行落地页进行快速创建

转化数据呈现清晰

可选择微信实时接收转化数据，也可在广告投放后台直观收集

人群画像精准分析

通过投放数据精准分析用户年龄、性别、地域属性，分析受众人群

原生体验自由拼接，提高落地页黏性



图片



视频



文本



按钮



翻页效果

□ 简单完成建站

直接选用插件定制化模板，简单便捷的完成落地页制作

□ 自由搭配插件

5组插件（**图片、视频、文本、按钮、翻页效果**）自由搭配

□ 自定义页面排版

页面名称以及颜色可自定义，支持**字号、字体类型、对齐方式**等操作

□ 外链多样化

外链可设置跳转**链接、领取卡券、关注公众号**等，方便且实用

□ 表单收集功能

有效提高广告与客户之间的粘性，便于广告主回访客户

推荐理由：教育行业更适用于图文结合的形式展现，原生自由拼接模板便于客户根据不同的课程制作多样化落地页，对于教育广告主而言，表单收集是最直接获取客户信息方

04 | 投放经验分享

- 教育行业投放准备期
- 教育行业投放上线期
- 教育行业投放优化器
- 教育行业投放增量期

教育行业广告投放周期

STEP 01

准备期

- 注册充值
- 资源选择
- 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
- 文案编写
- 定向设置
- 广告出价

STEP 03

优化期

- 数据分析
- 曝光优化
- 点击优化
- 素材优化
- 报名优化

STEP 04

增量期

- 增加投放
- 测试新资源

注册账户，提交资料

准备期

上线期

优化期

增量期

开户注册

- 登录腾讯社交广告主页：
<http://mp.weixin.qq.com>
- 在页面点击“立即注册”，申请注册公众号
- 填写注册信息，提交注册资料。
- 账户审核通过，充值广告费用，注册完成。



广告也可以是生活的一部分

准入资质

- 提供营业执照、网站ICP备案证明。
- **行业资质**:《办学许可证》或《事业单位法人证书》或《民办非企业单位登记证书》或《民办学校许可证》《营业执照》（经营范围含有教育、培训等相关业务）
- **涉及人物肖像的**：人物肖像授权

申请广告主，充值广告费用

准备期

上线期

优化期

增量期

充值

充值

请选择充值方式

微信支付 通过微信支付充值，可以直接扫码支付充值费用。目前微信支付单笔充值金额为1000元到50,000元。

网银支付 支持个人网银和企业网银，可实时到账，其中企业网银已支持工行、农行、建行、招行、光大和浦发

银行转账 通过银行直接转账，预计3个工作日到账，请为广告投放预留足够的充值时间。如有问题，请及时联系客服

下一步

充值

请转账至以下账号

户名：北京腾讯文化传媒有限公司
开户行：招商银行深圳分行威盛大厦支行
账号：110913184610708
转账说明：ddesting901- 微信广告投放费用

请务必按要求填写，以免影响银行转账的到账时间

提交转账凭证 取消

充值

充值公众号 公众号名称

转账公司名称 请输入转账公司名称

转账金额 请输入转账金额，最大不超过100万 元

转账凭证 上传图片 查看示例

联系人 请输入联系人姓名

联系手机 请输入联系人电话，方便确认转账信息

提交 取消

银行转账充值

按要求进行转账，并填写转账凭证

即可 预计3个工作日到账。

建议提前一周完成充值，避免影响广告上线时间。

提交后，三个工作日内完成充值

熟悉广告投放类型

准备期

上线期

优化期

增量期

广告样式

- 本地推广：图文+门店地址
- 品牌活动推广：图文
- 公众号推广：图文关注

朋友圈广告规格

- (常规体验) 广告图片尺寸(三选一):
800*640像素、640*800像素、
800*800像素
- (原生推广) 800*800像素

公众号广告规格

- banner图文528*258
- 图文114*114



本地推广



品牌活动推广



公众号关注



品牌活动推广

- 首选尺寸：800*800
- 适合教育培训各类子行业适用，尤其是需要获取大量品牌曝光的客户。



本地广告

- 首选尺寸：800*600
- 适合有本地门店的培训机构或学校进行投放。



公众号底部

- 首选尺寸：582*166
- 适合教育行业投放，尤其关注增粉的客户。

广告创意设计确保文案用词符合规范

准备期

上线期

优化期

增量期



学智教育

学智V8班，开学轻松学。
小升初，初升高各类衔接班。
现在报名钜惠2400。

广告



新初一至新高三各科 **8**人精品小班
查看最新优惠价格

预约活动

1分钟前

北高小升初创新人才班
我们的学员
获80席位中的20个，占25%
来吧！明年我们一起发喜报



创意文案内容编规范及修改建议

规范要求

- 文案内容不能涉及承诺性词汇
- 广告文案不得出现负面情绪词汇
- 修改建议：建议删除“轻松学” **承诺性词汇**
- 修改建议：请删除“抱歉”等带**负面情绪词汇**

□ 文案“轻松学”涉及夸大描述

□ 文案“抱歉”涉及负面描述



外层文案限制在40字以内

1.外层广告文案建议：

- 建议可以以疑问句式与用户产生对答互动；
- 可尝试结合活动优惠，突出活动卖点；
- 挖掘用户痛点，从侧面暗示客户问题可以轻松解决；

2.外层图片建议：

- 可采用学生上课场景或者学习场景；
- 可采用色彩明亮的师生互动场景，宣传上课氛围；
- 可采用体现人物面部表

设计制作广告落地页

准备期

上线期

优化期

增量期



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。

移动页面设计要点

- **竖**屏构图，满足移动设备展现要求。
- **大**图大字，照顾用户的阅读感受。
- **少**放内容，保证视觉体验效果。
- **浅**显易懂，方便用户阅读理解。

案例特点：“一屏一主题”设计，符合移动页面设计要点，即满足移动设备展现要求，又照顾到了用户的阅读感受，视觉体验好。

账户搭建

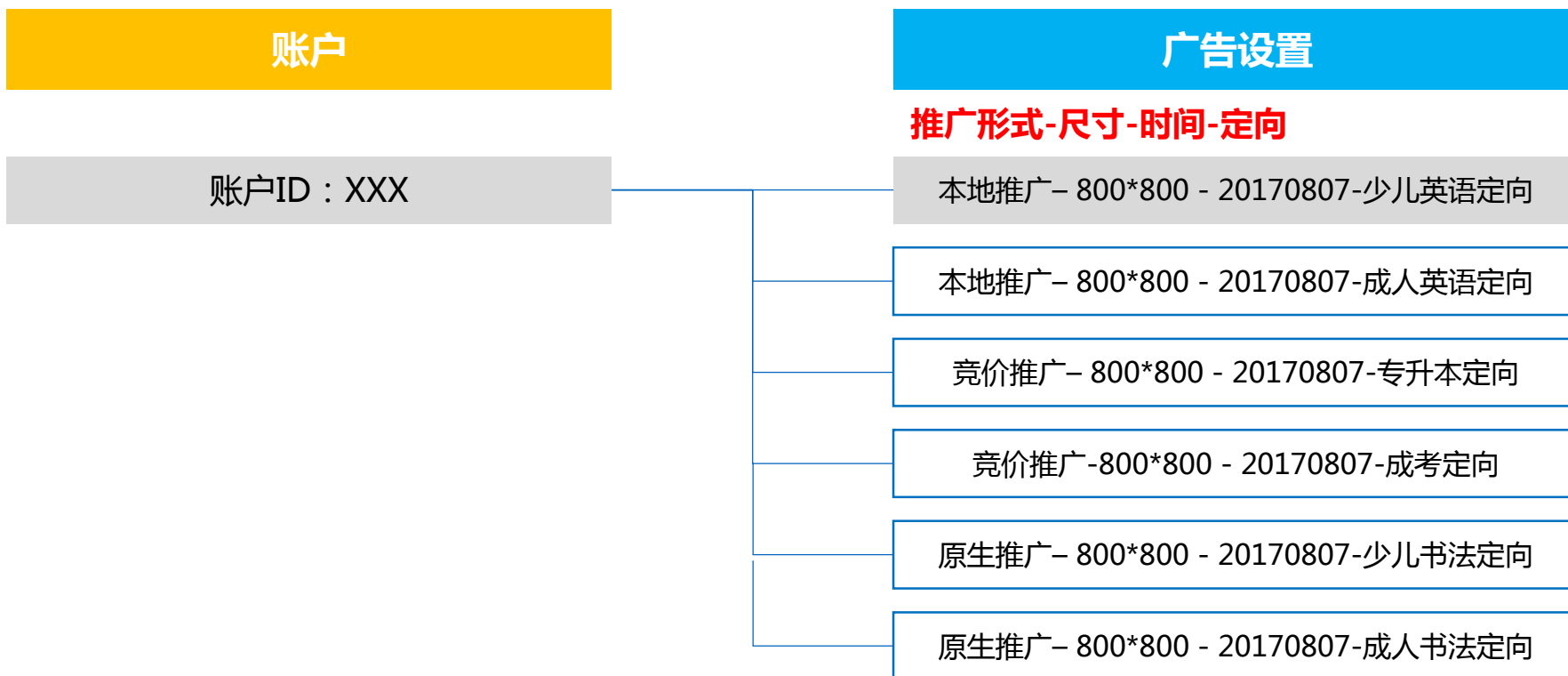
准备期

上线期

优化期

增量期

- 账户搭建，按广告位创建计划，一个计划对应一个广告，以 **推广形式-尺寸-时间-定向** 作为广告命名规则。
- **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。



*以上搭建方式仅供参考

账户搭建五要素

准备期

上线期

优化期

增量期

1

预算分配

- 根据要投放的平台及广告数量，设置预算：
 - 确保每个计划，能有**1000元/天**预算（即若1个计划内有两个投放人群，建议每个投放人群设置1000预算）。
 - 建议账户每天能有**3000元**的预算，可以确保同时测试3个位置，或同一个位置能有多种投放人群的测试。

2

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。

3

文案编写

- 广告**文案内容**，与**广告创意图片**相呼应。
- 突出卖点，根据产品优势和特点、需求人群等。
- 凸显价格，突出产品优势，如“0元学2首钢琴曲”“9店通用”；
- **结合当下热点**，**趣味表达**、并符合大众喜好。
- 符合广告审核规范。
- **注：**可以将此要点用于**广告创意图片的文案编写上**。

账户搭建五要素

准备期

上线期

优化期

增量期

- 出价范围
- 核心城市：100-300元起
- 重点城市：60-200元起
- 普通城市：30-200元起
- 出价建议：
 - 核心城市：150-300元
 - 重点城市：100-200元
 - 普通城市：50-150元

5

广告出价

4

定向设置

- 人群：男/女（根据推广的产品选择）
- 年龄：18-50岁（根据推广的产品选择）
- 地域：全国
- 兴趣：商业兴趣（根据推广的产品选择，如：少儿英语培训，选择教育、已婚、育儿等商业兴趣）
- 实际使用时，可以分类组合使用，如，推广少儿英语：
 - 25~50岁+全国+商业兴趣（教育）
 - 25~50岁+全国+商业兴趣（已婚）
 - 女性+25~50岁+全国+商业兴趣（育儿）

投放测试监测

准备期

上线期

优化期

增量期



1

计划层级排查

□ 问题表现：

- 预算偏低，按投放计划预估，单条广告预算低于1000元。
- 在线广告数量少，低于3条。

□ 解决方案：

- 提升预算，确保每条广告预算高于1000元/天。
- 增加广告数量，确保每个计划不低于3条广告。

2

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：05:00~24:00全天投放进行广告测试。
- 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。

3

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6~8小时/次的频率。
- 定向调整频率，建议控制在5~6小时/次的频率。

定向优化 (A/B test)

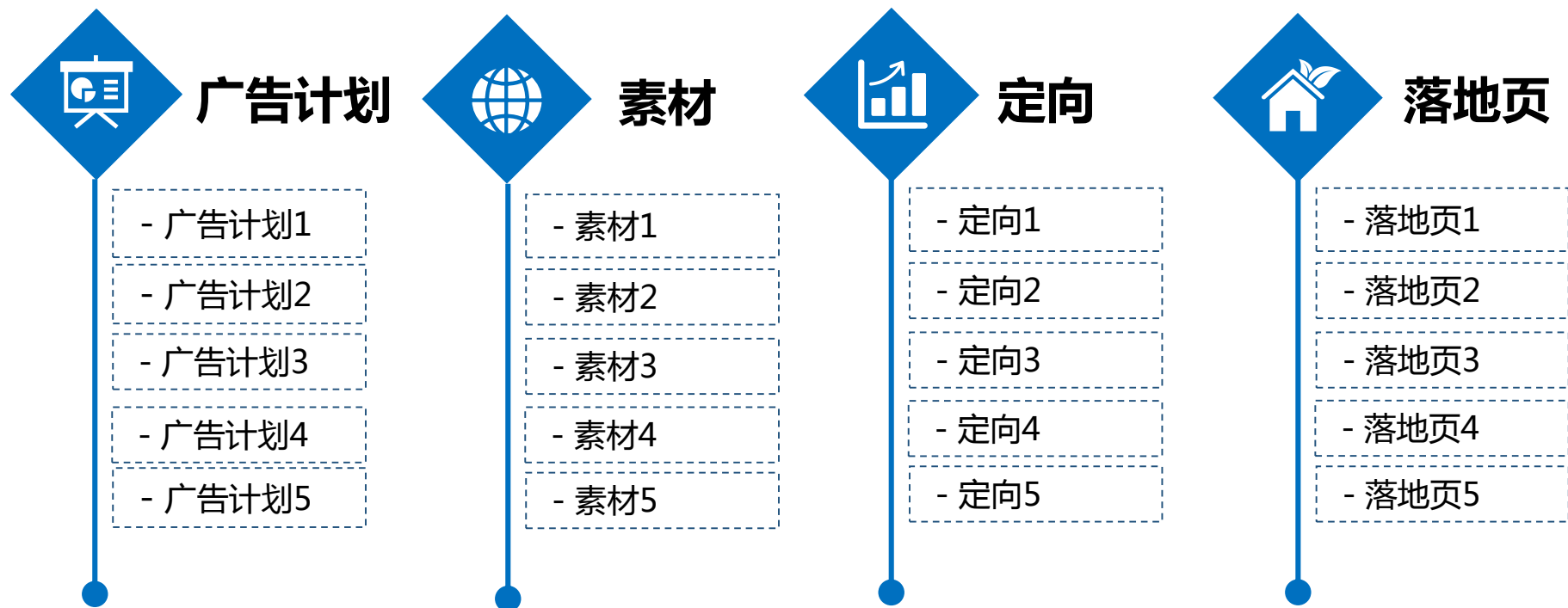
准备期

上线期

优化期

增量期

各因素组合测试，单变量验证数据，控制广告之间单变量以进行A/B TEST，验证不同因素的有效组合



广告1：广告计划1+素材1+定向1+落地页1
广告3：广告计划1+素材1+定向2+落地页1
广告5：广告计划2+素材1+定向1+落地页1

广告2：广告计划1+素材2+定向1+落地页1
广告4：广告计划1+素材1+定向1+落地页2
广告6、7、8.....：更多因素组合搭配

在运营引导下，客户素材更具吸引力

优化前



- 文字占过多，体验感差
- 图中出现电话，为审核禁投范畴

优化后



- 实拍真人代入场景，增加真实感
- 图片整体积极向上，吸引用户点击

优化前



- 设计感欠佳，影响用户体验
- 产品卖点不突出，不能准确传递产品信息

优化后



- 实拍学生学习场景，增加真实感
- 结合产品且图片互动性高，吸引用户关注



浏览数据分析

□ 问题表现：

- 素材、文案设计质量差、定向人群不精准，致浏览人群数少。

□ 解决方案：

- 素材：尽量采用真人+场景形式进行设计，代入感强烈；
- 文案：尽量突出商品及优惠信息，语气肯定。
- 根据目标人群选择定向标签。



表单数据分析

□ 问题表现：

- 填单数据较少，流失率高。

□ 解决方案：

- 优化落地页内容，提升页面视觉效果，避免用户体验差，导致出现用户流失较高。
- 落地页内容须与推广产品一致，避免推广信息不一致导致填单数据较少。



报名数据分析

□ 问题表现：

- 表单转化率较低，成交量不高

□ 解决方案：

- 有获取最新表单数据时，客服第一时间与用户取得联系进行有效邀约/转化。
- 跟进客户时，了解客户真实需求，引导转化
- 根据客户需求，突出公司产品优势，引导客户转化

增加广告投放，获取更多曝光

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，保证预算充足
- 提升优质广告的计划预算

2

增加广告投放

- 增加在线广告数，多创意、多定向投放
- 增加广告资源的投放，如：朋友圈本地推广、品牌活动推广，公众号推广等其未投放的资源

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

4

增加文案亮点

- 突出优惠信息，如“免费领2888元雅思托福课程礼包，0元学”
- 品牌代言，如“嘿，我是胡歌，快来为孩子领取免费外教课”
- 场景代入，如“没学过画画，如何陪孩子玩艺术”
- **注：相关优惠信息，需要在落地页中具体体现。**



排除营销工具

使用排除营销功能：

- 基于历史广告点击用户进行排除营销，广告精准定向，避免重复曝光。
- **适合：面向新客户的活动推广时，广告定向使用。**



再营销工具激活老客户

使用再营销功能：

- 基于已点击广告的用户，做二次营销，增加面向老客户的广告黏性。
- **适合：面向老客户的活动推广或新产品老客户推广时，广告定向使用。**



图片智能裁剪功能

使用智能剪裁功能：

- 自动剪裁图片尺寸，不用在辛辛苦苦自己去裁剪图片。
- **适合：没有素材裁剪能力的客户，有效减少图片修改尺寸锁浪费的时间。**

05 | 行业参考案例

语言教育投放案例



北京莎翁教育咨询有限公司

该广告主主营业务是少儿英语，课程主要面向中高端用户。

投放背景

广告主尝试过多种投放方式，已有一定的投放经验，但流量竞争激烈，信息收集成本达不到期望的要求，尝试从文案优化角度寻求突破。

优化效果

查看详情率：**2%**，提升**1.2%**

信息收集成本：下降**30%**

优化策略

- 优化前文案：品牌介绍+授课内容
- 优化过程：
 - 1.用原文案测试一周，记录查看详情率；
 - 2.保持定向和素材不变，文案内容增加优惠价格，继续测试一周，查看详情率提升约0.5%，证明文案内容对查看详情率有影响；
 - 3.保持定向和素材不变，内容继续增加名额限制进行测试，查看详情率再次提升；
- 文案优化结论：**组合品牌介绍+授课内容+优惠价格+名额限制等内容**，刺激目标用户需求，吸引点击。

经验总结

巧妙利用A/B test，保持其他条件不变进行单变量测试，观察变量带来的广告数据差异，能够在短时间内排查问题关键点，通过对文案、定向、素材进行测试，选取优质结果进行组合投放，提升广告效果。

职业培训投放案例



东华服装学校

该广告主主营业务所服装设计学校
主要面向初中毕业和高中毕业学生进行招生。

投放背景

广告主尝试过多种广告规格，已有一定的投放经验，但曝光量和点击率不稳定，多次优化定向提高出价任然没有改善，信息收集招生量达不到期望的要求，尝试从新的广告形式进行突破

优化效果

查看详情率：**5%**，提升**1.5%**

信息收集成本：下降**20%**

优化策略

- 优化前广告形式：信息流单图文和feeds单图文
- 优化过程：
 - 1.用单图文feeds广告测试一周，记录曝光量和点击率详情，
 - 2.保持其他条件不变，使用随心互动广告圆圈自动切换双图创意形式，续测试一周，点击率提升0.8%，
 - 3.保持其他条件不变，继续使用本地推广feeds随心互动显示商圈距离定位进行测试，查看详情率再次提升0.4%，客咨转化也得到提升
- 广告新样式结论：多推荐广告主尝试**新的广告样式**进行测试，提升点击率从而降低客咨成本



经验总结

提升新资源位敏感度：结合新资源位的流量红利期，积极尝试投放，迅速抢占市场，争取在前期可获得更多有效曝光，提升广告竞争力。

学历教育投放案例



南声进修学院

➤ 营销目标：

通过线上推广方式精准寻找目标用户，提升学员数量提升付费金额；

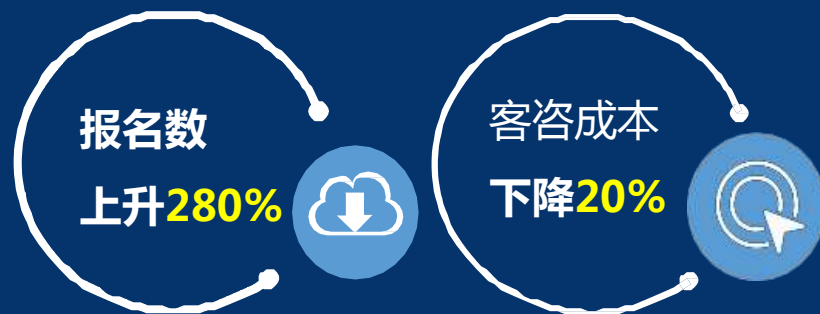
➤ 解决方案：

本地优质流量+人群精准定位=有效客户

本地生活入口下QQ浏览器240*180单图、多图的位置流量大、人群更加契合学历教育需求的（18-35岁）用户人群，投放中使用实拍学校+优惠价格文案作为投放素材，进一步吸引用户目光，达到提升曝光、降低客资双重效果。

以上数据仅做参考，效果数据，不同时段会有不同变化，也受产品、素材、落地页等因素的影响。

效果数据



投放经验

TSA本地广告较强的本地属性+人群属性偏年轻的QQ浏览器广告位，适合学历教育的广告主投放。

K12教育投放案例 - 安宁万辉康桥学校

效果数据

>12%
公众号关注率

<8元
关注成本

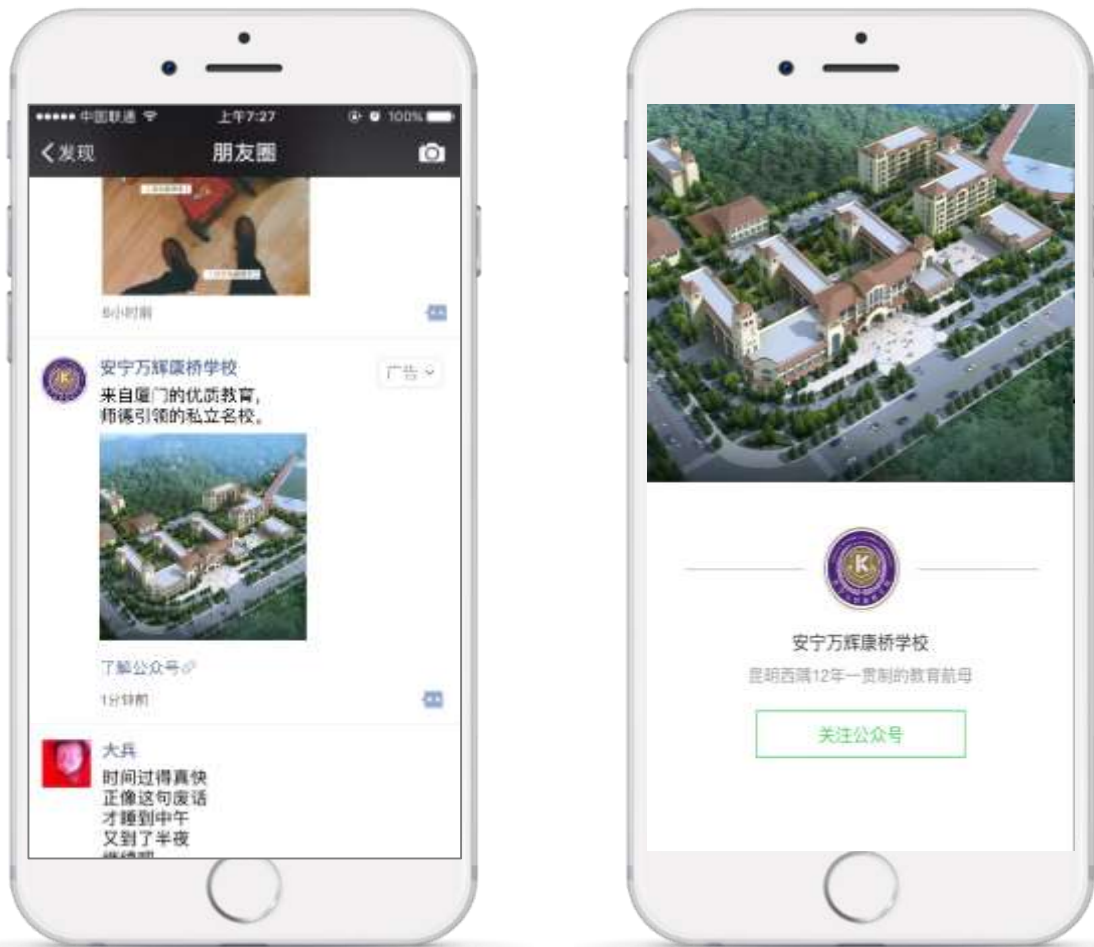
□ 营销目标：

提升品牌曝光量，引导用户关注公众号；利用公众号进行报名转化。

□ 投放方案：

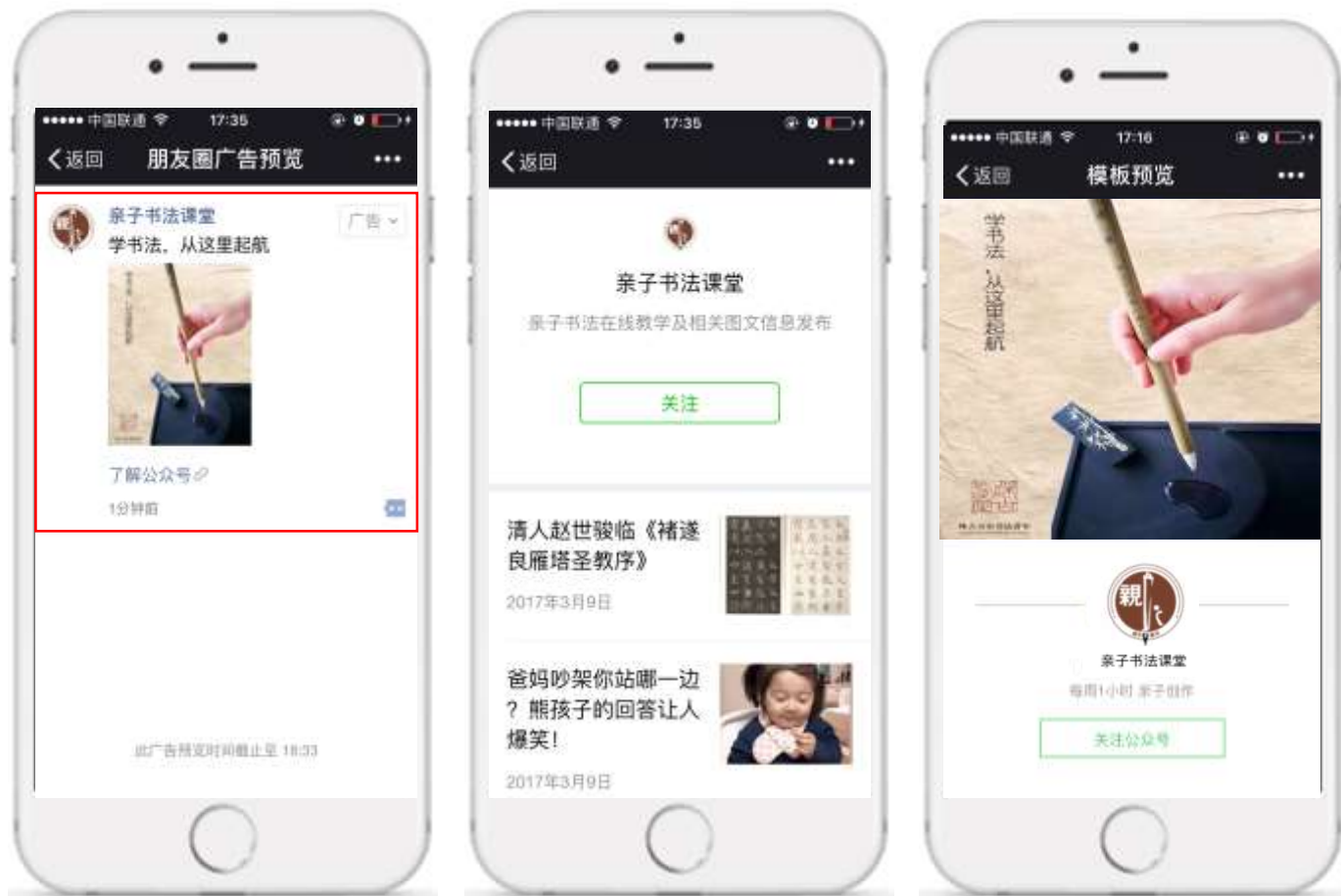
投放朋友圈公众号广告，利用原生广告沉浸式体验，加强代入感，使用**排除营销+商业兴趣**定向，精准触达目标人群

□ 点击外层图片进入原生落地页体验产品特色，有效提升CTR，带动公众号关注数增长，**品牌知名度与推广效果双提升。**



以上数据仅做参考，效果数据，不同时段会有不同变化，也受产品、素材、落地页等因素的影响。

才艺培训投放案例-陕西味古方室内



✓ 外层样式

✓ 点击“了解公众号”

✓ 点击图片

以上数据仅做参考，效果数据，不同时段会有不同变化，也受产品、素材、落地页等因素的影响。

➤ 营销目标：

提升学校知名度，增加公众号粉丝数量；

➤ 解决方案：

投放朋友圈公众号广告，精准触达目标消费人群，配合课程吸引到店消费；外层图片凸显艺术格调，点击即可进入落地页体验产品特色，助力广告点击率提升；

效果数据

公众号关注率大于
20%

公众号关注成本低于
5元

投放经验

沉浸式体验环境提升公众号关注量，带动线下转化。

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



Solutions



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

如需了解更多最新资讯，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>