



赋能商业 | 始终于人

# 房地产行业解决方案

腾讯社交广告营销中心 | 地产行业组

2017.10



# Contents

- 01 | 行业动态概况
- 02 | 行业需求分析
- 03 | 行业解决方案
- 04 | 投放经验分享
- 05 | 行业案例参考
- 06 | 运营服务介绍

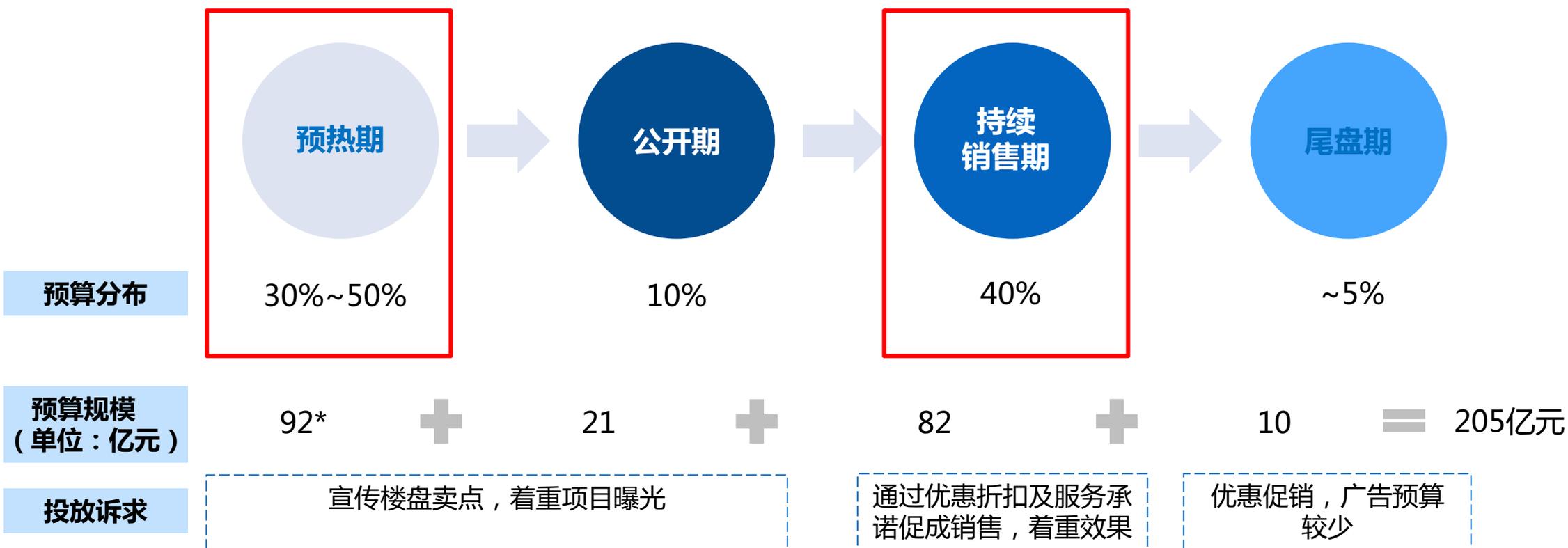
# 01 | 行业动态概况

- 地产（住宅楼）市场分析
- 地产行业新动态-旅游地产
- 地产行业精选广告位推荐

# 依据（住宅）地产营销节奏

切割广告主预算分布：预热期及持续销售期预算较大

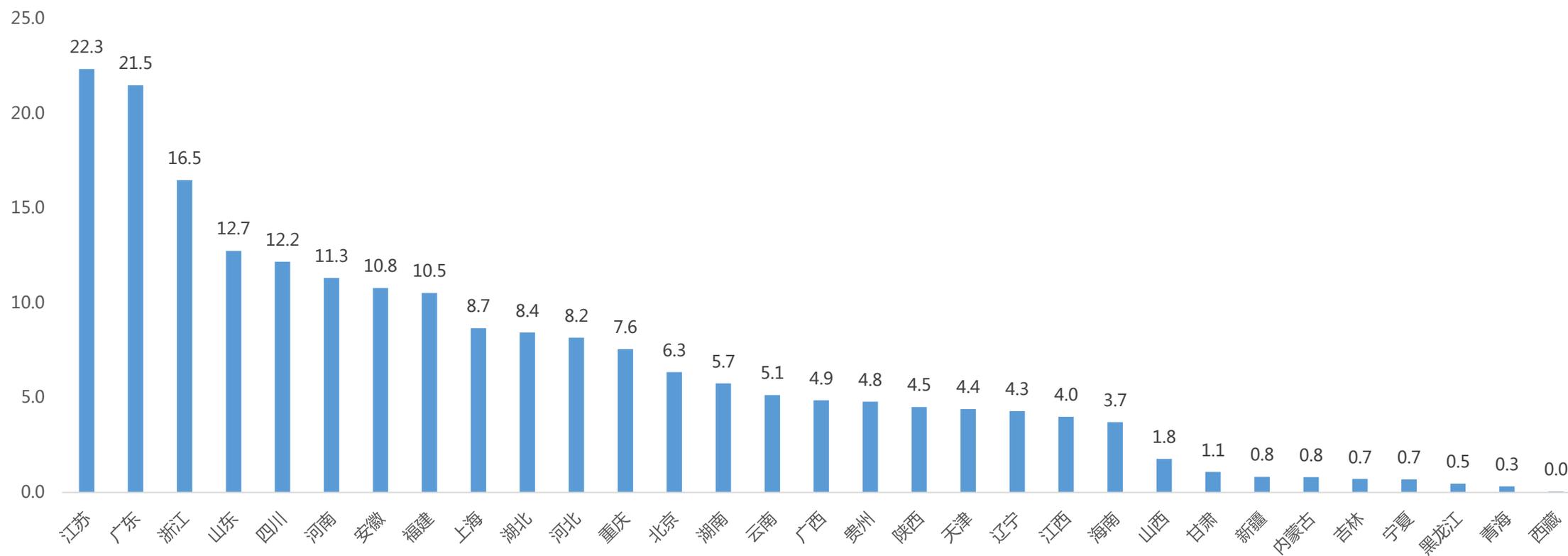
## 地产行业营销关键节奏



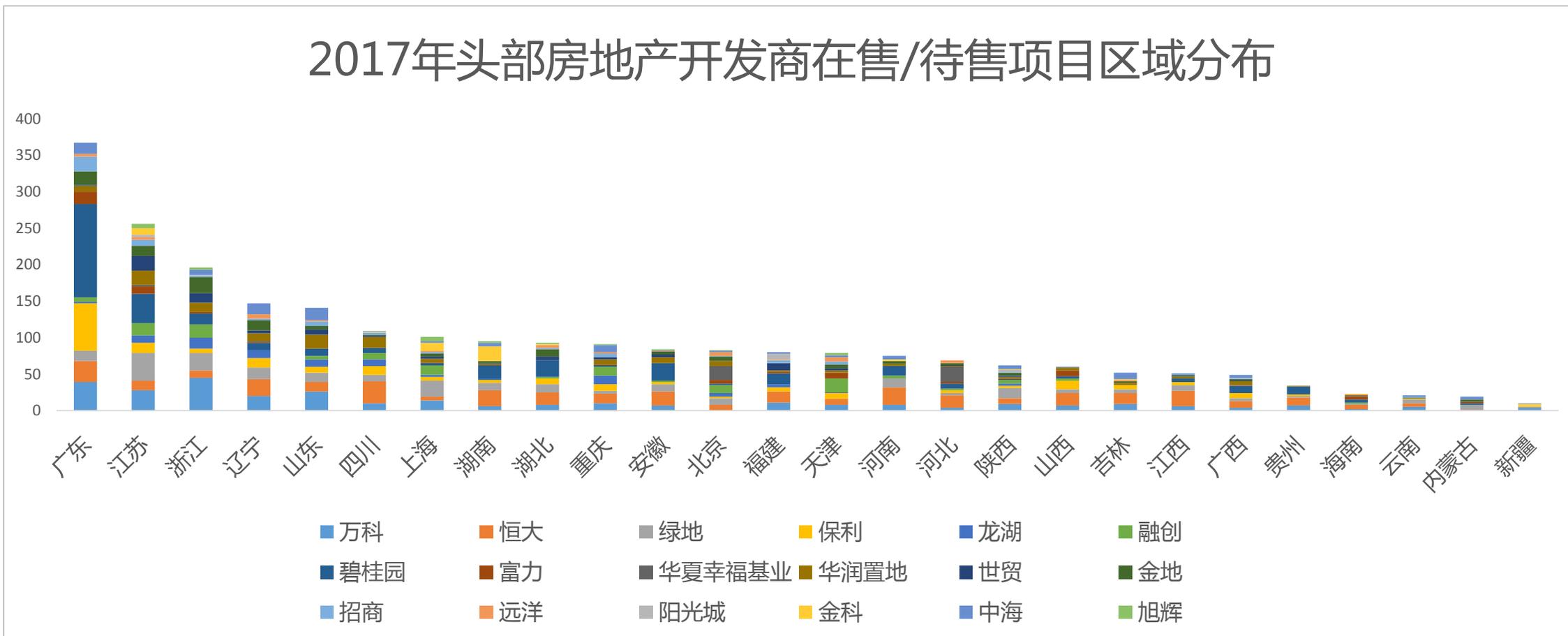
备注：取45%的比例预估

# 线上营销预算区域分布

## 2017年房地产市场线上营销预算区域分布预估 (亿元)



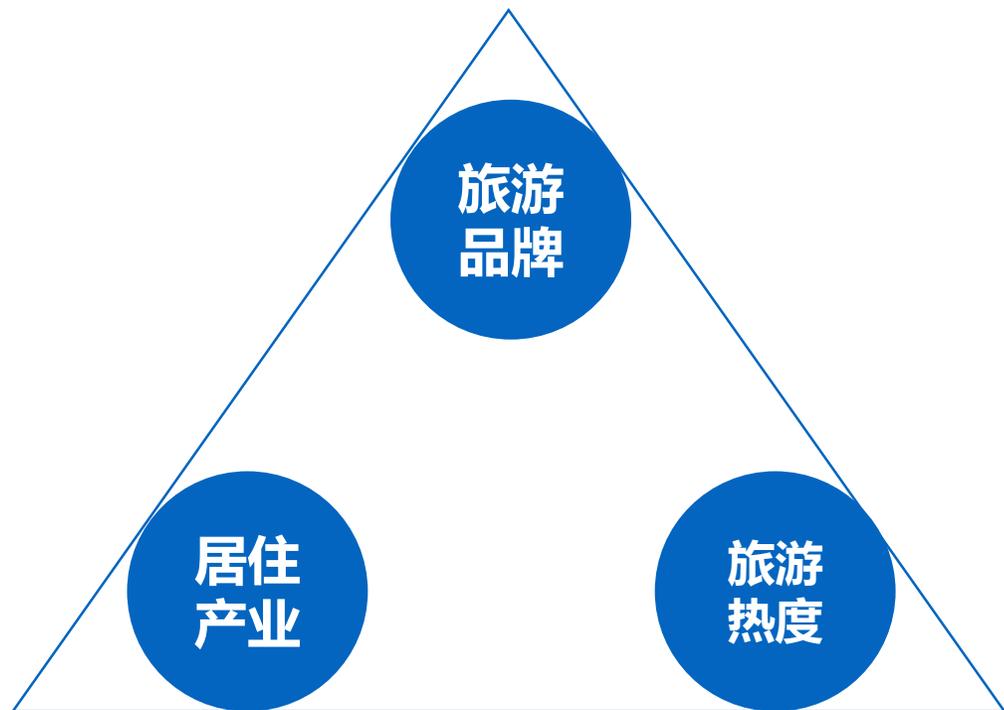
# 2017年头部18家房地产开发商在售/待售项目区域分布



➤ 由上图可以看出，头部房地产开发商楼盘项目主要集中在**广东、江苏、浙江、辽宁、山东、四川、上海、湖南、湖北、重庆**，以及直辖市**北京、天津**

# “旅游+地产” 新产业升级，开发商优化居民第一常态住宅居所

图片来源：国家旅游局

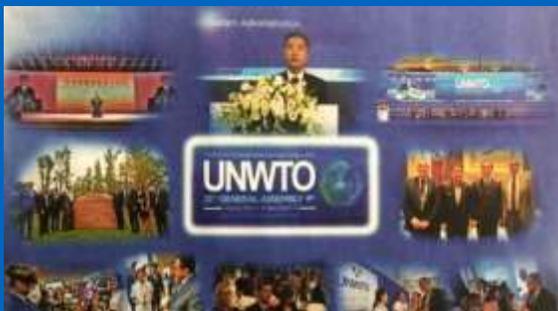


旅游品牌成熟  
旅游人气旺盛



旅游的高级产业  
--旅游居住产业

- 以家庭为单位的出游 + 居住的需求叠加
- 居民第一常态的住宅楼型居所需要递进优化
- 开发商在旅游品牌宣传调性打造上也需要宣传升级
- 旅游地产的品牌调性贴近原生，与TSA广告特性匹配度高



travel  
好玩



life  
生活



# 地产行业TOP广告位综合推荐

有效客咨成本 < 600元

广告位	规格	曝光量推荐指数	CPC推荐指数	CTR推荐指数	适合细分类目	详情介绍
朋友圈广告	800*640	★★★★★	★★★★★	★★★★★	房产买卖, 房产中介, 房产出租	P18
移动feeds	1000*560	★★★★★	★★★★	★★★★	房产买卖, 房产中介, 房产出租	P24
微信公众号下方	114*114	★★★★★	★★★★	★★★★★	房产买卖, 房产中介	P19
QQ浏览器三图	240*180	★★★★★	★★★	★★★★★	房产买卖	P25
QQ浏览器	640*200	★★★	★★★	★★★★	房产买卖	P25
公众号互选广告位	690*388	★★★★★	★★★★	★★★	房产中介	P20

广告位转化效果, 因不同广告主推广产品、素材、落地页等等因素的不同有所差异

## 02 | 行业需求分析

- 地产行业营销节点
- 地产行业营销转化路径
- 地产行业营销痛点

# 房地产开发商推盘的主要营销节点，楼盘项目销售节点划分及铺排点



- 开发商在取得《商品房预售许可证》后，才能进行商品房预售的活动，所以开盘期是项目发售的重要节点，主导了推盘的整体节奏

# 房地产客户的主要营销节点

## 新盘预热

- 整合行销方案的创意
- 通过广告进行品牌曝光
- 提升项目的知名度

## 开盘销售

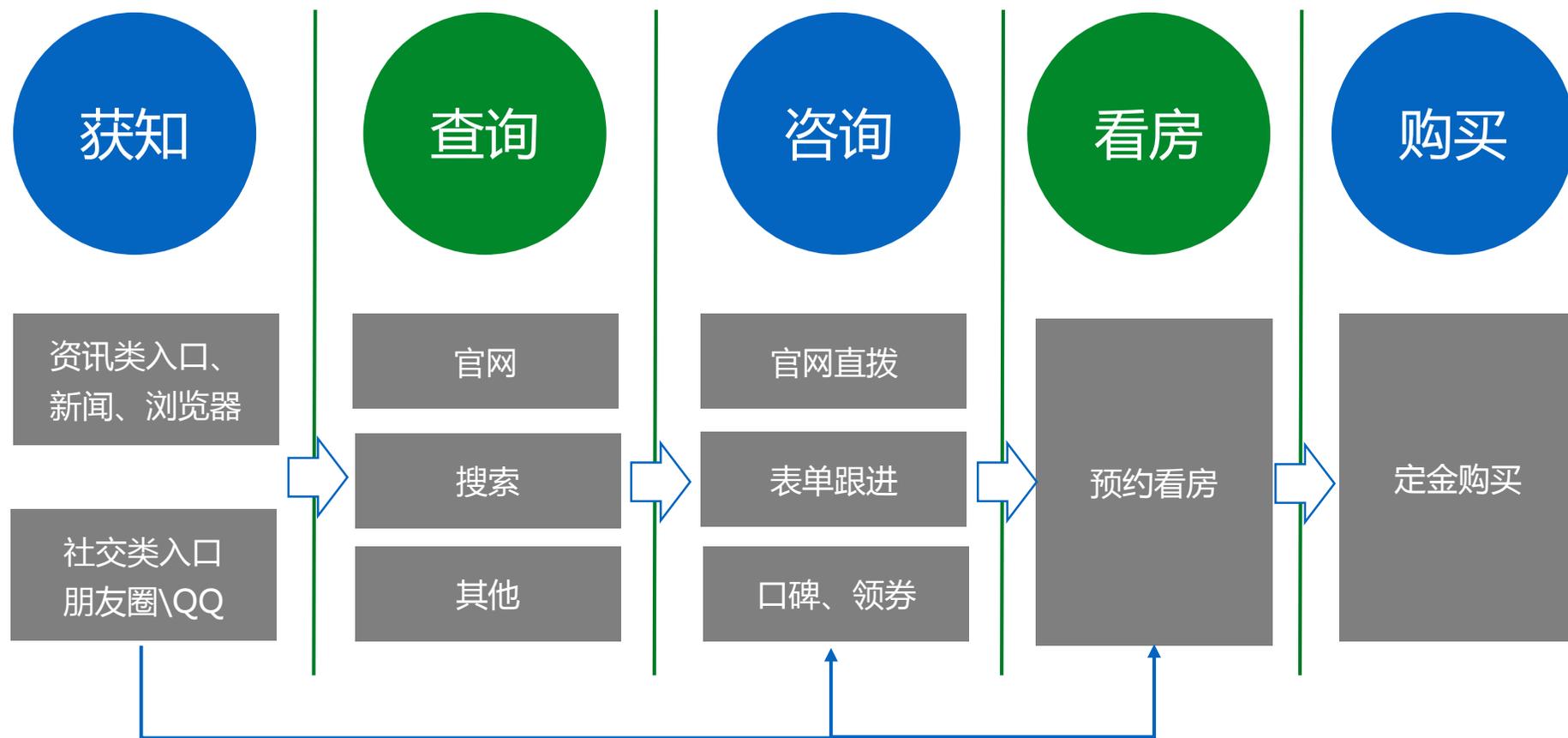
- 渲染项目卖点和特色
- 直接获得潜在客户销售线索
- 加快促成购房者成交转化

## 项目尾期

- 更换创意增加转化量
- 活动提升销售客单量
- 塑造项目的品牌口碑

➤ 房地产项目前期的营销策略和开展节点，是开发商在推盘前需要明确的重要决策，包括对市场、项目、客群、活动等入市定位。

# 房地产客户转化路径



客户可以通过网络咨询和电话咨询转化，也会受到广告的品牌影响力直接促成转化

# 房地产行业痛点和解决方案

---



不能跨屏追踪广告展现受众

QQ、微信、浏览器、腾讯新闻全触达

无法锁定购房的潜在客户

年龄、性别、婚恋...全方位定向

不了解意向购房者的关注点

购房兴趣定向、关键词挖掘

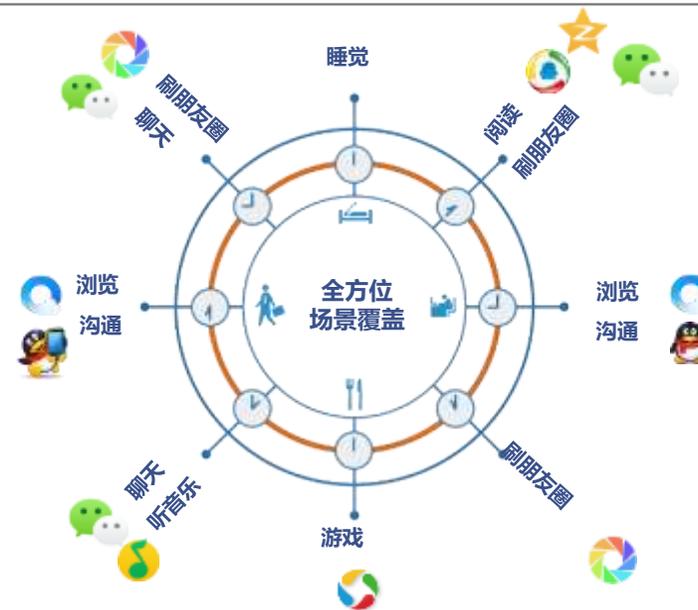
无法触达客户的关系链

亲人、密友、同事圈子全面触达

## 03 | 行业解决方案

- 优质资源位和产品资源推荐
- 微信广告平台高级工具使用

# 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

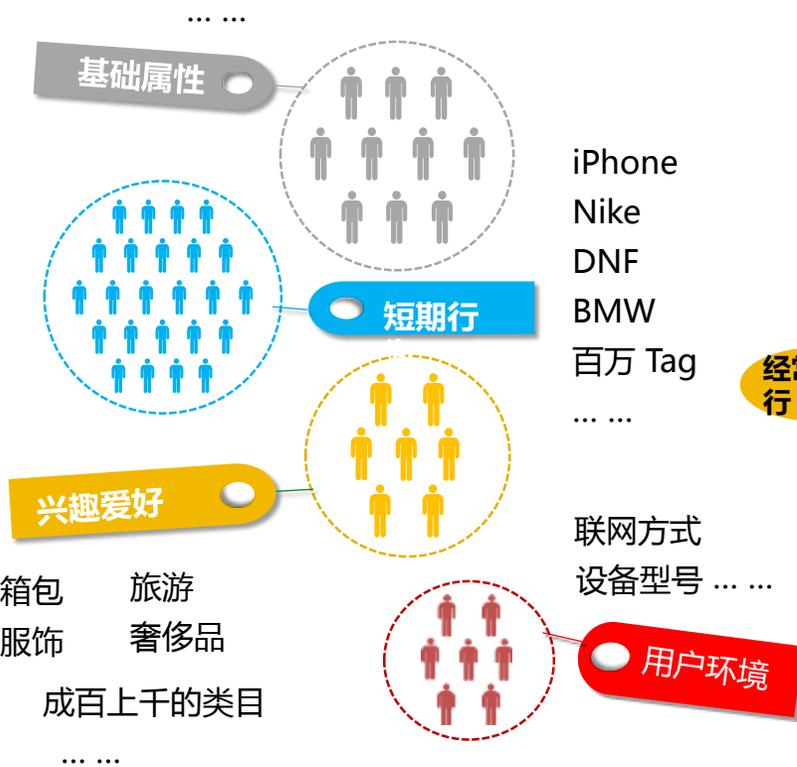
海量数据交叉识别分析

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 年龄 新婚 教育  
职业 性别 育儿 高消费  
地域



# 广告资源-房地产行业营销需求

---

**品牌宣传**

---

**塑造品牌口碑**  
**开盘活动推出**

---

**开盘蓄客**

---

**项目线上拓客**  
**线上营销蓄客**

---

**项目加推**

---

**特色活动推出**  
**特价楼盘加推**

---

**线下看房**

---

**项目看房推广**  
**特色看房活动**

---

# 房地产行业产品资源-品牌宣传

移动端资源：微信朋友圈品牌活动广告

品牌宣传

塑造品牌口碑  
打造房企文化



朋友圈品牌展示

## 微信朋友圈广告

- 地产行业广告主无准入门槛限制；
- 展示在微信朋友圈第五条；
- 每日十亿级曝光；
- 售卖方式：CPM刊例价；
- 覆盖15-60岁主流人群；
- 一线城市人群覆盖超过90%，二线城市超过70%，三线及以下超过40%。

# 房地产行业产品资源-品牌宣传

移动端资源：微信朋友圈公众号关注广告

品牌宣传

覆盖热点文章  
开盘活动推出



公众号品牌展示

## 微信公众号广告

- 非特殊行业开户即可投放；
- 展示在微信公众号文章页底部；
- 每日十亿级曝光；
- 售卖方式：CPC；
- 覆盖14-40岁主流人群,略偏男性（男55%，女45%）；
- 一线城市人群覆盖超过90%，二线城市超过70%，三线及以下超过40%。

# 房地产行业产品资源-品牌宣传

移动端资源：微信朋友圈公众号互选广告

品牌宣传

打造开盘KOL热点  
推出重大营销活动

按 公 众 号 筛 选

按 广 告 位 查 找

自 定 义 粉 丝 属 性

按 粉 丝 数 筛 选

按 流 量 主 标 签 筛 选

按 推 广 目 的 提 交

公众号互选广告



品牌活动定制



自定义H5

# 房地产行业产品资源-开盘蓄客

移动端资源：微信朋友圈公众号关注广告

开盘蓄客

用户快速了解关注  
收获潜在购房粉丝



# 房地产行业产品资源-开盘蓄客

移动端资源：微信朋友圈本地推广广告

开盘蓄客

项目线上拓客  
线上营销蓄客

二期项目 广告

最后30套精装公寓现房  
70年产权，南北通透  
首付5万起，住新一中旁成熟社区



[查看详情](#)

成都

投放人群 1

单价：60元 每日预算：1,000元  
年龄：13-60 性别：全部  
地域：深圳市-大冲 **深圳区域**

投放人群 2

单价：100元 每日预算：1,000元  
年龄：13-60 性别：全部  
地域：北京-朝阳区 **北京区域**



定向能力精细到市级+周边区域  
一键发起呼叫+表单销售线索收集

# 房地产行业产品资源-开盘蓄客

移动端资源：微信朋友圈广告

开盘蓄客

打点线下案场  
线上表单蓄客



利用打点优势  
标案场和竞品

常规样式：

详情页模板

品牌活动介绍页

品牌活动介绍页

信息收集页-图片型

信息收集页-视频型

原生样式：

针对行业有不同模板，请选择你的所属行业

房地产 展示楼盘基本信息、配套设施

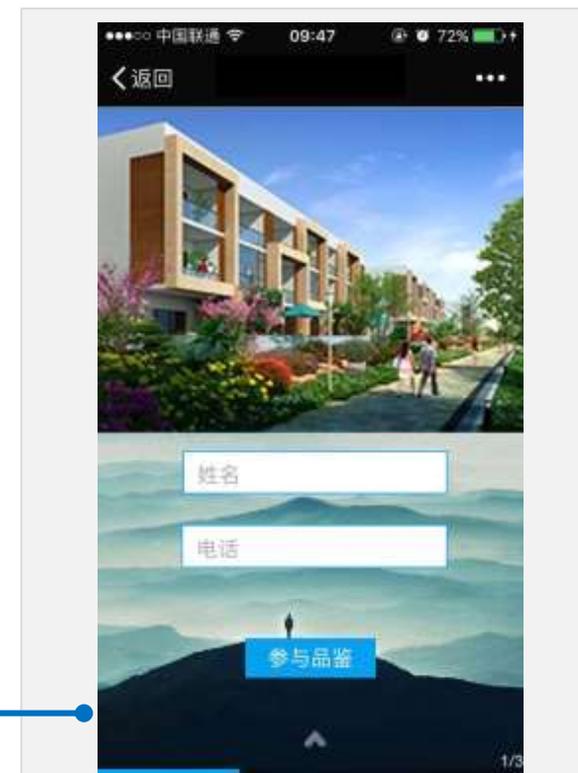
房地产专用原生模板

通用 借助各类活动，吸引用户报名或

自定义原生样式：

原生推广页

点击外层图片可以进入一个全屏沉浸式的页面体验



收集潜在客户信息  
完成线上蓄客

# 腾讯社交广告资源位-项目加推

移动端资源：手QQ-空间Feed广告位

项目加推

白名单申请投放

融入购房客的生活空间



## 常规图文

### 广告规格

1000\*560px，90KB内，JPG Logo / 昵称及30字以内文案；

### 售卖方式

竞价CPC购买；合约CPM 40元/CPM。



## 多图轮播

### 丰富的图文样式

不同素材比例选择16:9和1:1，不同素材可配置不同落地页；

### 售卖方式

竞价CPC；合约CPM。

# 腾讯社交广告资源位-项目加推

移动端资源：手Q-浏览器

项目加推

原生场景浏览顺畅

便于购房者点击查看



640\*288图文



240\*180一文三图

- 手Q浏览器优质广告位
- 展示在QQ浏览器每日头条页、微信热文列表页、文章页位置
- 每日约亿级曝光
- 售卖方式：CPC竞价、CPM合约

# 房地产行业产品资源-线下看房

移动端资源：微信朋友圈广告

线下看房

配合线下的活动主题  
线上+线下同步联动



朋友圈本地推广



自定义H5-信息收集页



自定义H5-原生样式页

# 房地产行业产品资源-线下看房

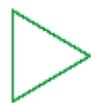
移动端资源：微信朋友圈广告

线下看房

颗粒度精细定向  
挖掘项目楼盘圈层



朋友圈本地推广



自定义H5-信息收集页



项目体验中心  
门店附近10公里内



楼盘项目定点  
多定点, 定点位置5公里内



项目所在生活圈  
全国4400+商圈

# 房地产行业潜客挖掘-基础定向

基于大数据下的智能推荐算法，精准找到购房潜客

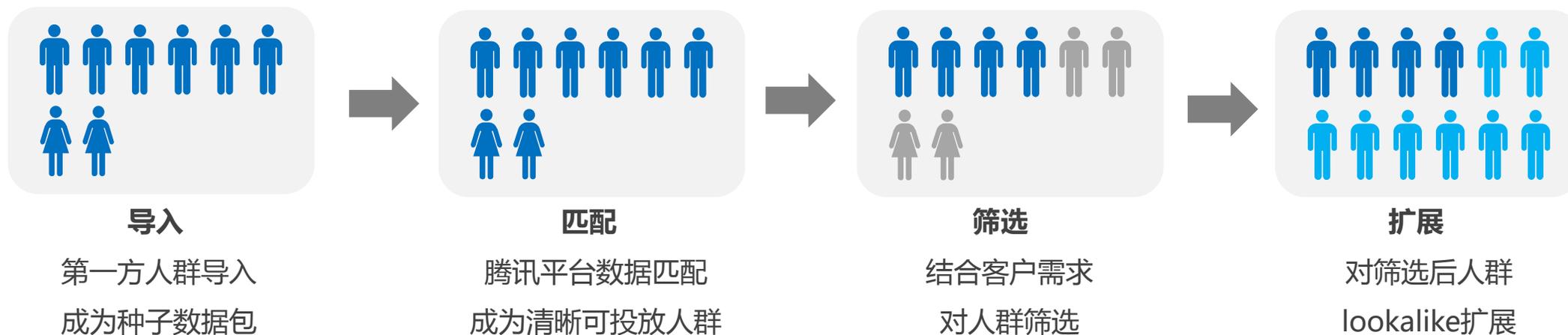


## 人群定向

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、自选LBS
 基本信息	年龄, 性别, 学历
 婚恋状态	新婚、已婚、育儿
 资产状态	高端消费、想买房一族、有房一族、有车一族
 房产兴趣	普通住宅、别墅、商用房...

# 房地产行业潜在客户挖掘-购房关系链扩展



## 纵向行为：

线上访问、注册、咨询→线下到访、认筹、成交

## 横向维度：

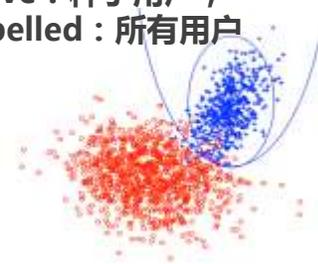
楼盘类型、楼盘价位、地理位置

## 数据接入方式：

COOKIE、API、JS、号码包等

## 方案1：相似购房潜在客户拓展

Positive：种子用户；  
Unlabelled：所有用户



## 方案2：相关购房潜在客户拓展



# 微信广告平台实用工具推荐-房地产行业原生页工具

## 使用与创建

### 广告主》创建广告》创意设置》更换模板》房地产

**页面设置**

根据你的行业 商务服务-咨询代理 已生成专属模板 [更换模板](#) [复制已有](#)

标题  0/17

描述

建议大于100个汉字 0/145

**更换模板**

针对行业有不同模板，请选择你的所属行业

**房地产** 展示楼盘基本信息、配套设施、户型信息，吸引潜在用户预约看房

通用 借助各类活动，吸引用户报名或了解更多

- 针对房地产（住宅楼）买卖行业给广告主设计的专用模板，可以直接在设定区域填写房产信息

# 微信广告平台实用工具推荐-房地产行业原生页模板

## 项目楼盘模板

房

楼盘名称

120m<sup>2</sup> (建筑面积) 三房盛大发售。



可填写电话号码和地址



填写预售证证号及户型



可进行电话直接拨打

( 房地产 ) 行业模板

# 微信广告平台实用工具推荐-自定义原生页拼接工具

## 使用与创建

### 广告主》账户管理》工具箱》原生推广页》新建



### 5 种 组 件 说 明



- 5种组件自由组合与创作，给予广告主在原生推广页里述说楼盘项目故事的能力

# 微信广告平台实用工具推荐-自定义原生页推广模板

## 项目楼盘模板

房

楼盘名称

120m<sup>2</sup> (建筑面积) 三房盛大发售。



自定义原生模板



梦想有个带花园的家  
造成能听到鸟叫  
傍晚能闻到花香  
能在不同的季节种上不同的花  
能在夏日的午后，静谧的树荫下玩耍  
能在凉爽的夜晚，约上三位好友一起开趴  
大概这就是我想要的生活

点击图片即可直接进去



梦想有个带花园的家  
造成能听到鸟叫  
傍晚能闻到花香  
能在不同的季节种上不同的花  
能在夏日的午后，静谧的树荫下玩耍  
能在凉爽的夜晚，约上三位好友一起开趴  
大概这就是我想要的生活

视频拼接组件也可轻松获取

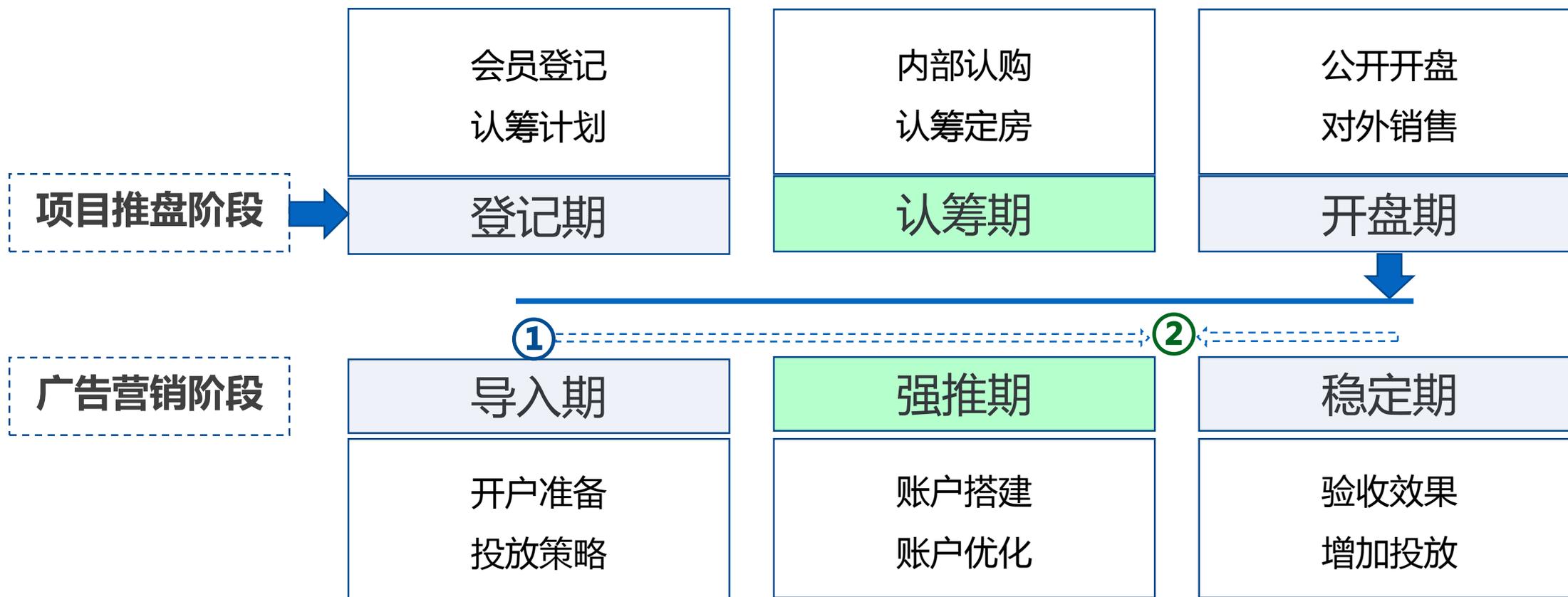


申请表单组建按钮即可收集信息线索

# 04 | 投放经验分享

- 地产行业整体营销策略
- 地产行业营销投放节奏
- 地产行业营销投放建议

# 房地产行业投放运营策略

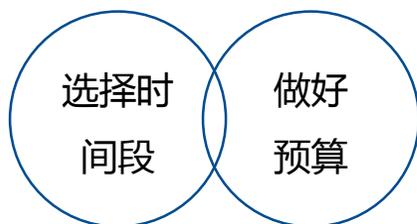


- 房地产商的推盘周期一般为1~4个月，不同的推盘节点会进行不同主题的营销活动
- 线上推广的投放力度是跟随着线下楼盘的售卖量和营销节奏而变化，推广的目的从品牌曝光逐渐过渡到精准获客

# 导入期—房地产行业广告运营流程

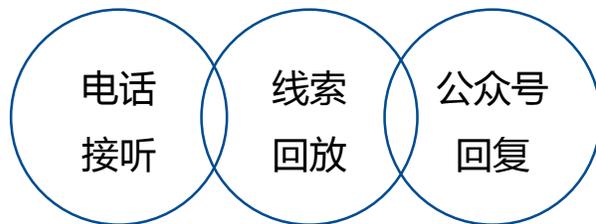
## 腾讯社交广告房地产行业投放整体流程建议

### 投放前



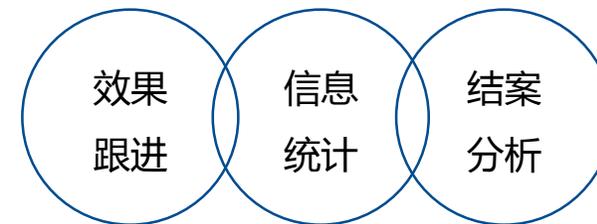
- 建议时间段选择为工作时间投放；
- 预算设置合理，根据项目生命周期选中投放费用。

### 投放中



- 电话接听及时专业，有专业团队服务，有助到场转化；
- 线索回访**建议安排在投放2小时内进行回访**，及时建立与用户关系。

### 投放后



- 效果跟进，关注线上效果数据；
- 客户反馈，包括咨询，意向，到访，成交等环节；
- 结合线上数据及线下反馈分析投放效果，为后续投放沉淀经验。

# 导入期—房地产行业微信广告资源

开盘营销节点	营销诉求	推荐广告资源	产品特点
新盘预热	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 曝光覆盖</li> <li>✓ 项目知名度</li> <li>✓ 蓄客</li> </ul>	<p>推广目标：品牌活动推广</p> <p>广告位：公众号互选广告/微信朋友圈</p> <p>落地页：自定义链接 / 公众号文章</p>	可以帮助项目品牌快速打响知名度，收集意向用户社交互动价值助力行动决策
开盘销售	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 服务跟进建立</li> <li>✓ 销售成交转化</li> </ul>	<p>推广目标：公众号关注推广 / 本地推广</p> <p>广告位：微信公众号/微信朋友圈/TSA本地</p> <p>落地页：线索表单收集模板 / 公众号文章</p>	<p>通过公众号推广沉淀项目粉丝，快速建立沟通与二次营销。</p> <p>通过本地推广广告，精准定向与楼盘信息，有助于意向用户转化。</p>
项目尾期	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 销售成交转化</li> <li>✓ 售后服务跟进</li> </ul>	<p>推广目标：本地推广 / 品牌活动推广</p> <p>广告位：微信朋友圈/公众号关注</p> <p>落地页：线索表单收集模板 / 自定义链接</p>	除了上述产品组合，还可以选择TSA本地广告进行组合投放，进一步降低投放成本。

备注：不同营销节点客户案例参看第五部分

# 导入期—公众号注册、认证、开通广告主

## 注册公众号

进入微信公众平台 ( mp.weixin.qq.com ) 点击右上角 “立即注册 ( **1-5个工作日** )

**需要资料：**

《营业执照》、《组织机构代码证》

对公账户：企业是必须填写对公账户，若无对公账户请先办理

## 公众号认证

微信认证 ( **3-5个工作日，需支付300元认证费用** )

第一步：登录微信公众平台=》设置=》微信认证=》开通

第二步：身份验证

第三步：勾选同意《微信公众平台认证服务协议》

第四步：选择认证类型及填写认证资料

## 成为广告主

开通广告主 ( **2个工作日** )

公众平台广告主功能开通需已通过微信认证的公众帐号 ( 订阅号、服务号 )

进入公众平台=》广告主=》申请开通=》同意确认协议=》选择您的主营行业、以及行业资质材料，提交审核

**注：只能选择一个行业类型，提交后无法修改**

# 导入期—公众号小程序门店创建、广告主资质管理

- 在“添加功能插件” — “门店小程序” 申请开通（**审核时间为7个工作日**）
- 已有门店管理功能的，可以升级为“门店小程序”（**审核时间为5个工作日**）



添加门店小程序功能

Tips：如果门店经营资质和公众号主体资质一致，就选择公众号账号主体；如果是相关，就选择相关主体

- 在“账户管理” — “资质管理” — “添加资质” 下提交资质
- 可添加8个行业资质，30个投放资质

## 添加行业资质

资质名称

请输入完整的资质名称

资质类型

行业资质

预售证、开发商资质等

用于补充资质证明或者新增其他行业的资质证明，行业资质具体要求详见《广告主准入行业及资质表》，资质提交后将在48小时内审核完毕

投放资质

外部数据、公共配套证明资质

用于补充所投放广告中使用涉及人物、明星肖像、第三方品牌等内容素材的相关授权或合作证明 查看示例；资质提交后即可生效

证件扫描件

上传

支持bmp, png, jpeg, jpg, gif格式，文件大小不超过5M

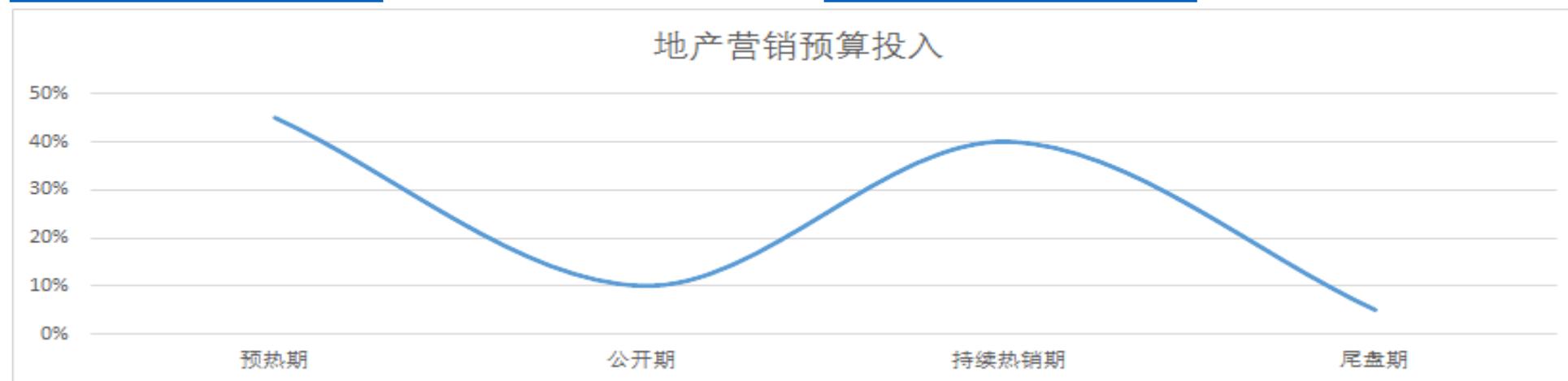
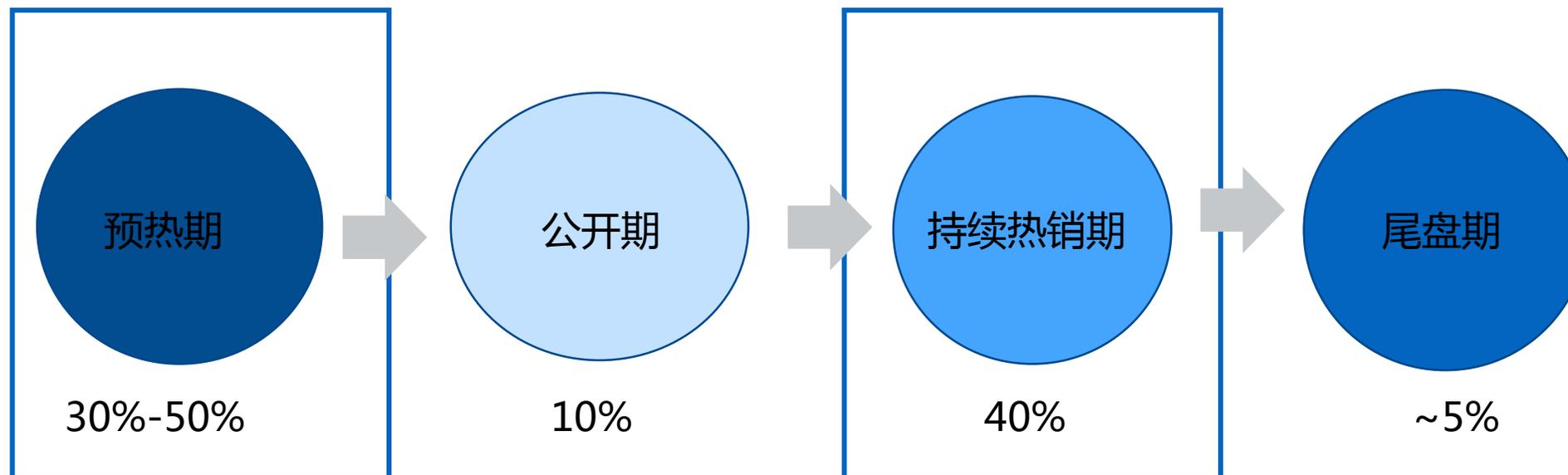
审核时间为48小时

提交审核

取消

# 导入期—房地产客户转化路径

依据地产营销节奏，切割广告主预算分布，预热期以及持续销售期预算较大



# 强推期—广告主账户计划搭建

- 为方便管理和索引，账户搭建时需要通过推广的产品、主题、目标受众、定向方式、创意和卖点的区别来区分不同
- 计划命名方式：推广主题+广告样式+购买方式+投放日期构成，如：**楼盘推新-品牌活动-竞价-20170808**
- 人群命名方式：推广主题+广告卖点+定向方式+投放日期构成，如：**楼盘推新-特价活动-购房意向-20170808**

## 账户新建计划搭建

营销阶段	预热期		热销期		收尾期
广告计划	公众号互选广告/朋友圈广告		公众号关注推广 /本地推广		本地推广 / 品牌活动推广
广告人群	购房意向人群/育儿人群/商务男士.....		购房意向人群/购车人群/泛投.....		家装意向/准结婚人群/新婚人群.....
广告周期	3~5天		7~15天		5~10天

# 强推期—广告主账户外层设置技巧

## 标的物选择

**品牌活动推广** 推广你的品牌活动，扩大品牌影响力，

适用于所有常规项目和主题活动

**移动应用推广** 推广你在App Store或腾讯开放平台上

**公众号推广** 推广你的公众号，吸引更多的关注

适用于公众号吸粉

**微信卡券推广** 推广你的微信卡券，将优惠信息快速触

**本地推广** 推广你的本地门店，吸引周边用户到店

适用于有案场的项目，支持自定义打点

## 外层跳转页面



## 外层素材选择



最多4行

40个字以内

文字篇幅不超过图片30%

出现人物需要肖像授权

根据投放广告内容  
选择外层广告样式

认识外层跳转逻辑  
明确外层直达页面

文案撰写技巧  
图片类型选择

# 强推期—广告主账户内层设置技巧

## 定向设置规律



利用打点优势  
标案场和竞品

## 落地页选择

### 常规样式：



### 原生样式：



6种模板样式  
按需求择取

## H5制作工具



外链制作工具  
简单快捷方便

# 强推期—广告主账户投放数据分析

## 日曝光量级

核心城市：百万级

重点城市：千万级

普通城市：亿级

核心数据

## 广告曝光不足3步提升：

- ①、增加多个投放人群，分设多量低价，精准高价
- ②、保证预算和余额充足，避免曝光急速下降
- ③、获取曝光出价最好能接近排期价格，并保证素材优质

## 房产行业平均水平

查看详情点击率：0.5~1.5%

图片点击率：1.5~3%

原生推广样式点击率：2~4%

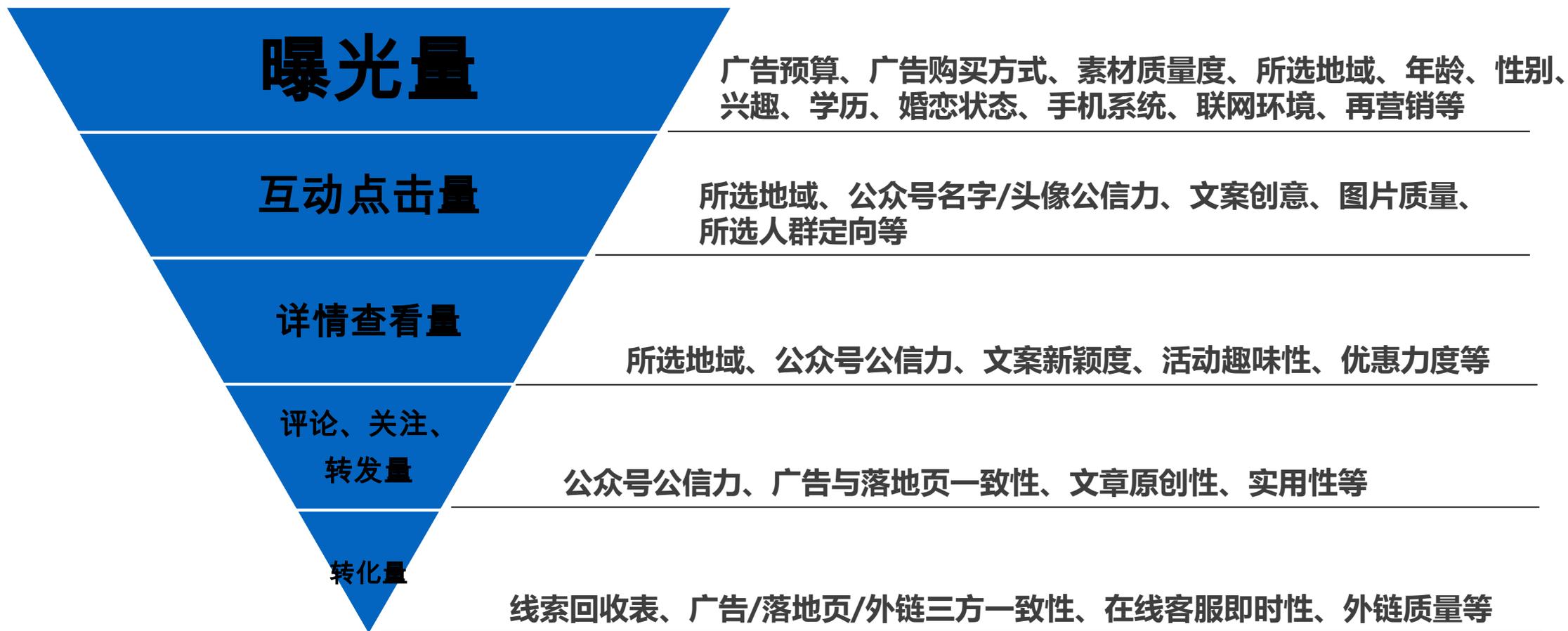
互动数据

## 用户互动不足3步提升：

- ①、定位平台的、用户的广告创意偏好，多素材组合投放
- ②、描绘行业的人群画像，布置精准定向
- ③、提升素材的质量、相关性、及新鲜度

# 强推期—广告主账户投放逐层自检

## 主要影响因素



# 稳定期—热门广告位推荐

开发商营销节点	推荐广告位	广告规格	曝光量级推荐指数	CTR推荐指数	CTC推荐指数	成本推荐指数
新盘预热	朋友圈广告	800*640	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★
	腾讯新闻客户端	640*330	★★★★	★★★★	★★★★	★★★★
	移动feeds	1000*560	★★★	★★★	★★★	★★★
开盘销售	朋友圈广告	800*640	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★
	公众号关注广告	465*230	★★★★	★★★★	★★★★	★★★★
	公众号互选广告	690*388	★★★	★★★	★★★	★★★
项目尾期	朋友圈广告	800*640	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★
	公众号互选广告	690*388	★★★★	★★★	★★★	★★★
	手Q浏览器插件	手Q浏览器插件	★★★	★★★	★★★	★★★

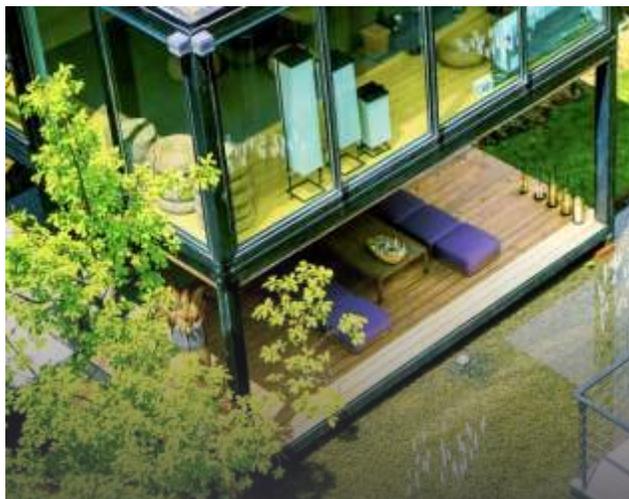
# 稳定期—广告风格变换建议

## 腾讯社交广告地产行业素材建议

突出房屋特性优势/装修风格/周边环境/配套设施等，细节展现引发用户点击欲望。



样板间



外景图



人文关怀



品牌活动

# 热销期—广告文案变换建议

## 腾讯社交广告地产行业文案建议

结合用户购买及使用最关心的问题入手/可以是充满生活场景的对话型文案/亲切友好易传播。



认真聆听您要的生活，  
只为找到您梦想汇总的家。  
拥有一个家，  
从拥抱幸福开始。



XXXXX  
最后30套精装公寓现房  
70年产权，南北通透  
首付5万起，成熟社区，盛大开启



有个地方吃喝玩乐住行，  
汇聚全城青年。  
首付6万，30万买两套！



100套特价房，钜惠全国！  
2017年一骑绝尘，仅限10月！

# 稳定期—广告图片变换建议

在运营引导下，客户素材风格的变化

2017年6月



- 图片古板，没有突出区位优势。
- 配色缺乏吸引力，建筑物占得篇幅过大。

2017年7月



- 使用夜景，标新立异，富有创意。
- 夜景在微信朋友圈体现出来稍显突兀，用户体验感不佳。

2017年8月



- 广告主结合自身楼盘区位优势，凸显人文关怀。
- 和地产关联不大，用户误点率高，未做到精准触达。

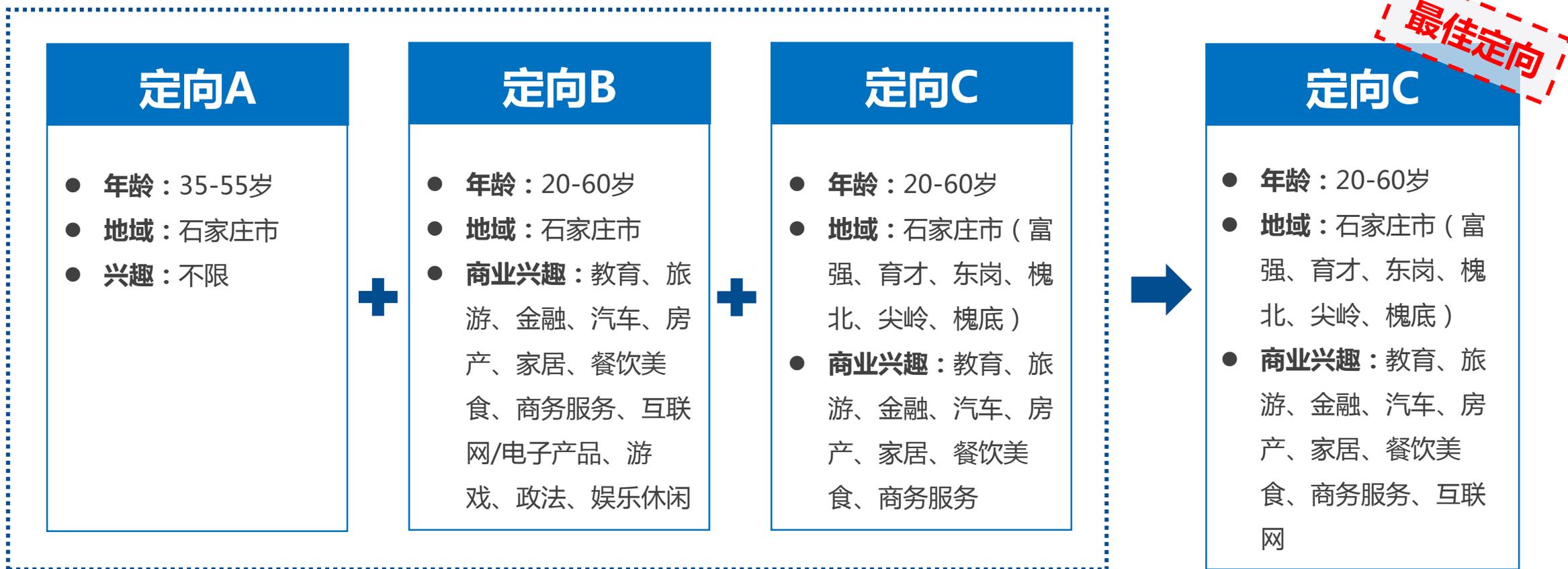
2017年9月



- 图片采用第一视角，给用户绝佳的视觉体验。
- 北欧极简装修，符合大众审美，简约不简单。

# 稳定期—定向设置优化建议

- 同一广告图片基准下，设置不同定向，在测试期内监控广告跑向，得出最佳定向
- 采取**通用定向（年龄、地域）+商业兴趣定向**的形式进行测试



（经过三种定向的点击数据对比，定向C的点击率最高达到了**2.5%**,远远高于前期两组定向A，B）

# 稳定期一定向设置优化建议

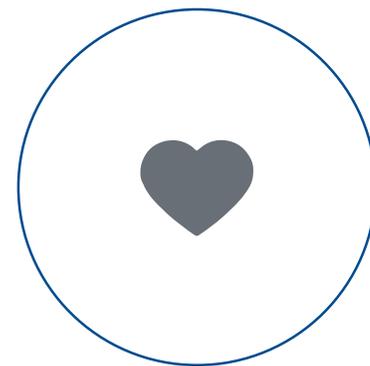
## 腾讯社交广告地产行业定向建议



**Tips**：使用小额预算进行测试，  
不断A/B测试优化定向和素材。

### 根据房产定位-基础定向

如普通住宅可定向20-35岁、  
新婚别墅建议选择35岁以上、育儿



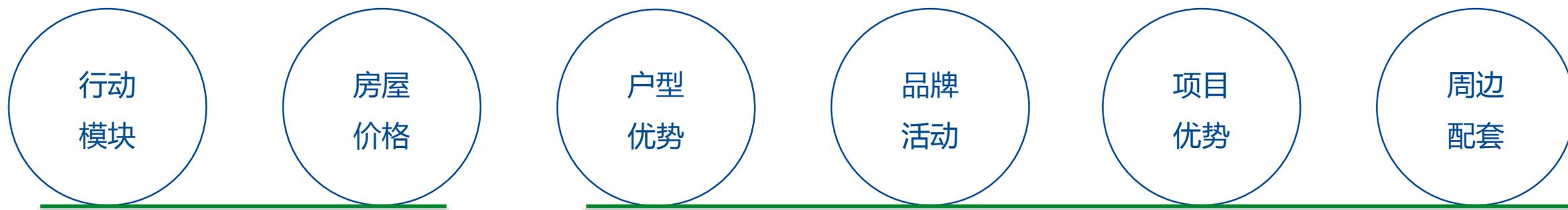
### 根据房产定位-兴趣定向

普通住宅选择 生活服务、  
家居别墅选择汽车、金融、旅游

# 稳定期—落地页自定义内容模块

## 腾讯社交广告房地产行业落地页建议

- 注重排版与设计，提升阅读体验
- 注意层次及主要表达内容清晰，框架明确，突出重点优势在首屏位置，吸引用户阅读



**首屏内容吸引购房者继续浏览**

**项目定位信息引发购房者的购买欲**

# 优化经验分享—房地产优秀素材解析

## 基本信息

行业：房地产-房产买卖

规格：800\*800

流量：微信

CTR高于同行业：15%

## 素材建议

将项目学区优势充分展现，第一眼吸引目标用户眼球，文字有质感符合目标人群的品位。

## 亮点总结



## 亮点解析

文案贴近生活，走感情路线，更易打动人心，并能更好的利用到朋友圈广告的特性，更好的结合促成了更好的转化。

# 稳定期—落地页优化建议

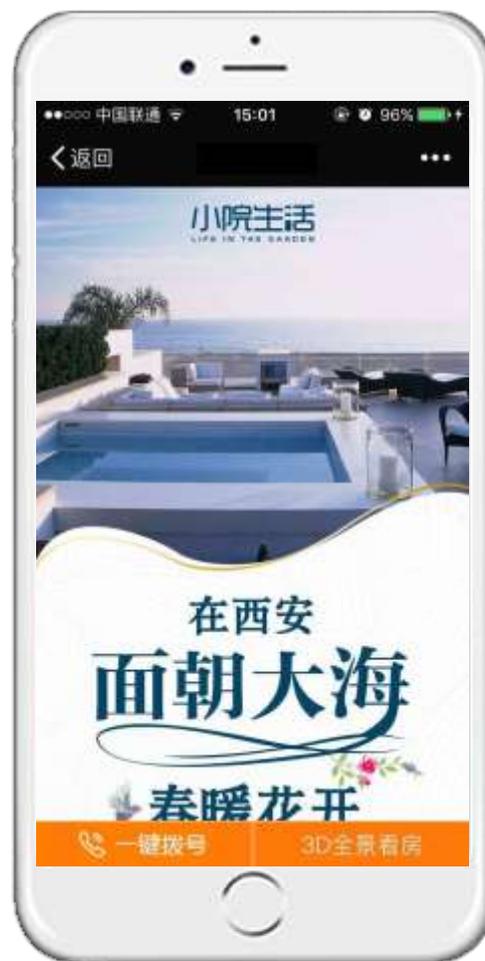
## 优化前

- 主题相关度：一般
- 排版：主次不明显
- 内容：简单的信息收集
- 用户体验度：设计感差，体验感差



## 优化后

- 主题相关度：高
- 排版：主次分明
- 内容：项目介绍+底部悬浮banner，可直接拨打客服电话了解详情，也可进入3D全景看房模式
- 用户体验度：各部分内容简单明了，体验感好



(优化后详情页点击率比优化前的点击率提高了180%)

# 优化经验分享—落地页优化（原生页）

点击图片 → 直接抵达落地页

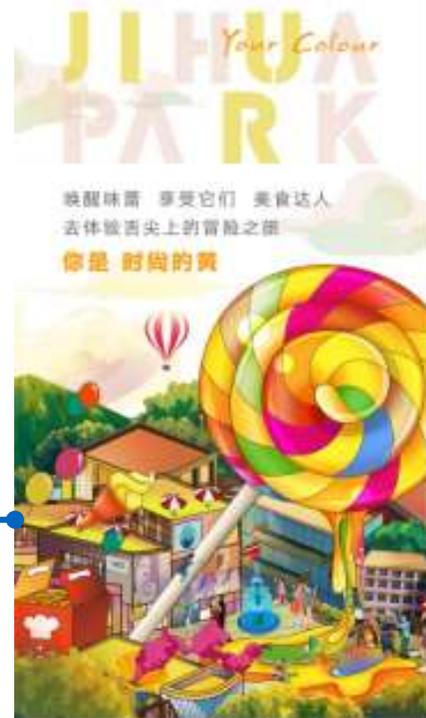
- **提高用户体验**：由图片直接展开，用户接受度高、增加品牌认知
- **提高有效点击率**：点击图片后直接抵达落地页，**有效点击率提高118%**
- **提高转发互动**：原生页模板视觉体验更好，图文结合排版观看体验更佳，**用户转发率提高50%，为品牌带来2326次额外曝光**



优化前

- 点击后仅放大图片

优化后



- 点击后直接进入落地页

# 优化经验分享—朋友圈原生页案例



图片点击进入原生推广页

朋友圈沉浸式广告最大的特点外层的图片可以点击，进入一个沉浸式体验的模板页面。

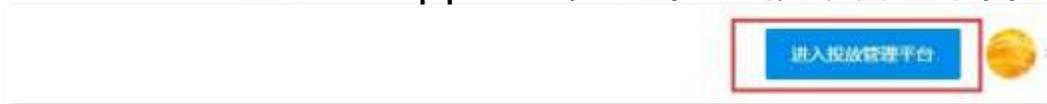


H5详情页  
(自动生成，无需配置)

# 优化经验分享—落地页优化（枫页）

□ 投放端入口2：工具箱-落地页制作工具-网站落地页

□ STEP1 登录：e.qq.com，点击进入投放管理平台



□ STEP2 左侧栏选择“工具箱--落地页制作工具”



□ STEP3 点击“新建落地页”，弹框中选择“网站落地页”，点击确定

□ STEP4 开始创建落地页



# 优化经验分享—落地页优化（枫页）

□ 投放端入口1：新建广告-推广标的物下的“生成链接”

□ STEP1 登录：e.qq.com，点击进入投放管理平台



□ STEP2 右上角选择：新建广告

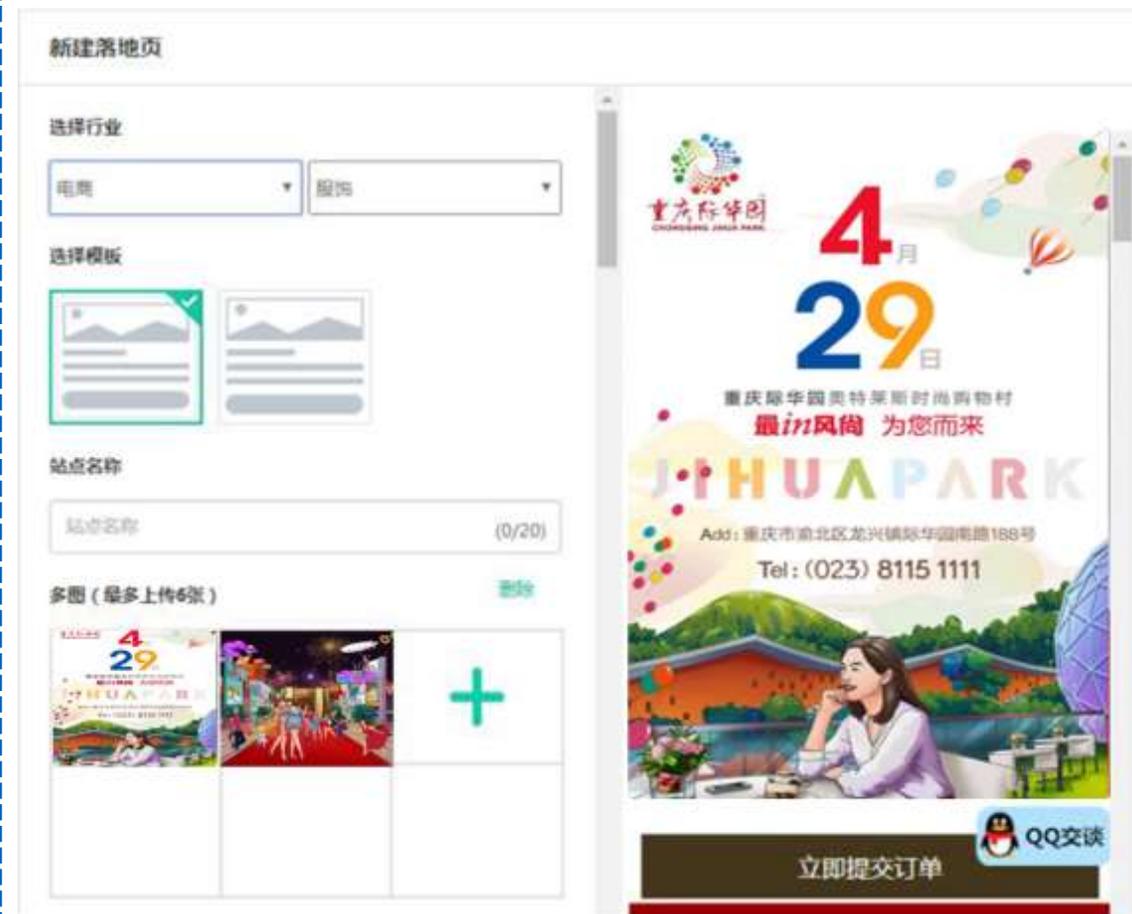


过滤无数据的广告

□ STEP3 推广标的物：网站链接



□ STEP4 开始创建落地页



# 05 | 行业案例参考

# 品牌宣传投放案例



## 无锡绿城房地产集团有限公司

国内知名房地产企业，专注开发系列城市优质房产品。

### 投放背景

广告主这次投放主要是做公益活动，意图在唤起家长朋友对孩子游泳的训练以及树立品牌在目标人群中的品牌形象。

### 优化效果

查看详情率：**2.08%**，对比提升**10%**

## 优化策略

### 优化思路

- a、初期文案交代了海豚计划，聚焦全城目光，没有交代具体计划内容，多数客户会认为只是单纯公益活动，与自身无关。
- b、二期文案增加了小海豚爱上绿城计划，既突出与绿城的关联，也勾起了用户兴趣，吸引广告受众点击。
- 优化后文案内容：通过**有意义的公益活动吸睛**，体现了品牌的人文关怀，令用户耳目一新。

### 经验总结

应当**充分了解客户所要投放客群的特性**。海豚计划是针对游泳自我保护儿发起的活动，刚好能够唤起亲子教育的理念，也符合目标人群（已婚已育，二胎）的定位，突出大品牌优势。

# 项目开盘投放案例



## 成都恒禾置地发展有限公司

该广告主主营业务为房产买卖，楼盘主要面向成都买房人群。

### 投放背景

广告主有其他互联网线上推广经验和当地线下推广资源。以往线上投放过程中，最大的痛点为实际购房转化效果很差，一直在摸索降低转化成本的方法

### 优化效果

原生页查看率：**2.4%**，对比提升**6%**

信息收集成本：下降**40%**

现场转化：**10套**

## 优化策略

- 优化前文案：硬广风格品牌介绍+项目介绍
- 优化过程：
  - 1.用原文案进行一期投放，记录原生页查看率、表单收集数，回访客户实际成交套数；
  - 2.保持定向不变，外层文案、外层图片、落地详情页结合有趣的投放主题“画风一致”，并添加表单收集页，明确收集客户线索的目的；
- 文案优化结论：**组合品牌介绍+项目介绍+软文等内容**，让潜在目标用户达到共鸣，吸引用户点击，刺激用户留下销售线索。

## 经验总结

### 选择让客户更有共鸣的投放主题：

广告在生活中无处不在，已经让人麻木。选择让人更有共鸣的投放主题（借势、造势、表达情怀等），能够在短期内迅速的提升广告效果。

# 推盘活动投放案例



## 项目背景

- 投放朋友圈排期推广广告，全区域投放，精准锁定流量，大面积曝光，为品牌赢得得高度关注。
- 外层素材采用项目俯视图，宏观大气。点击外层的图片直达原生体验页，直观展现项目配套，突出地理优势。

## 优化效果

2.4%

详情点击率

315.5万

广告曝光量

## 尾盘加推投放案例



## 项目背景

- 广告使用品牌活动推广样式，将单条广告流量集中在3天内，在南充当地引爆。
- 利用“特价房”的噱头，刺激广告受众的购房欲，销售线索转化成本为62元。

## 优化效果

**116万**  
广告曝光量

**287条**  
留电销售线索

# 06 | 运营服务介绍

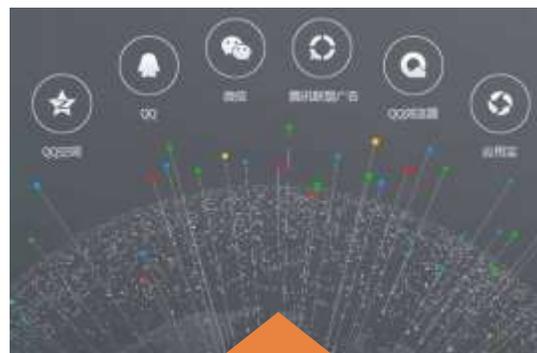
# 我们的服务能力

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>



腾讯社交广告  
Tencent Social Ads