

广告的私人订制时代

腾讯社交广告定向方式解析

CONTENTS

01

·
定向背景

02

·
体系概述

03

·
定向详解

04

·
应用思路

从前
有一个悲伤的故事



怎样才能幸福
的生活在一起
呢???

不愿意~

我不愿意

广告的私人订制时代

消费者

企业

SNS marketing

广告主与用户之间双向选择
广告不再是骚扰，而是
一条有价值的信息

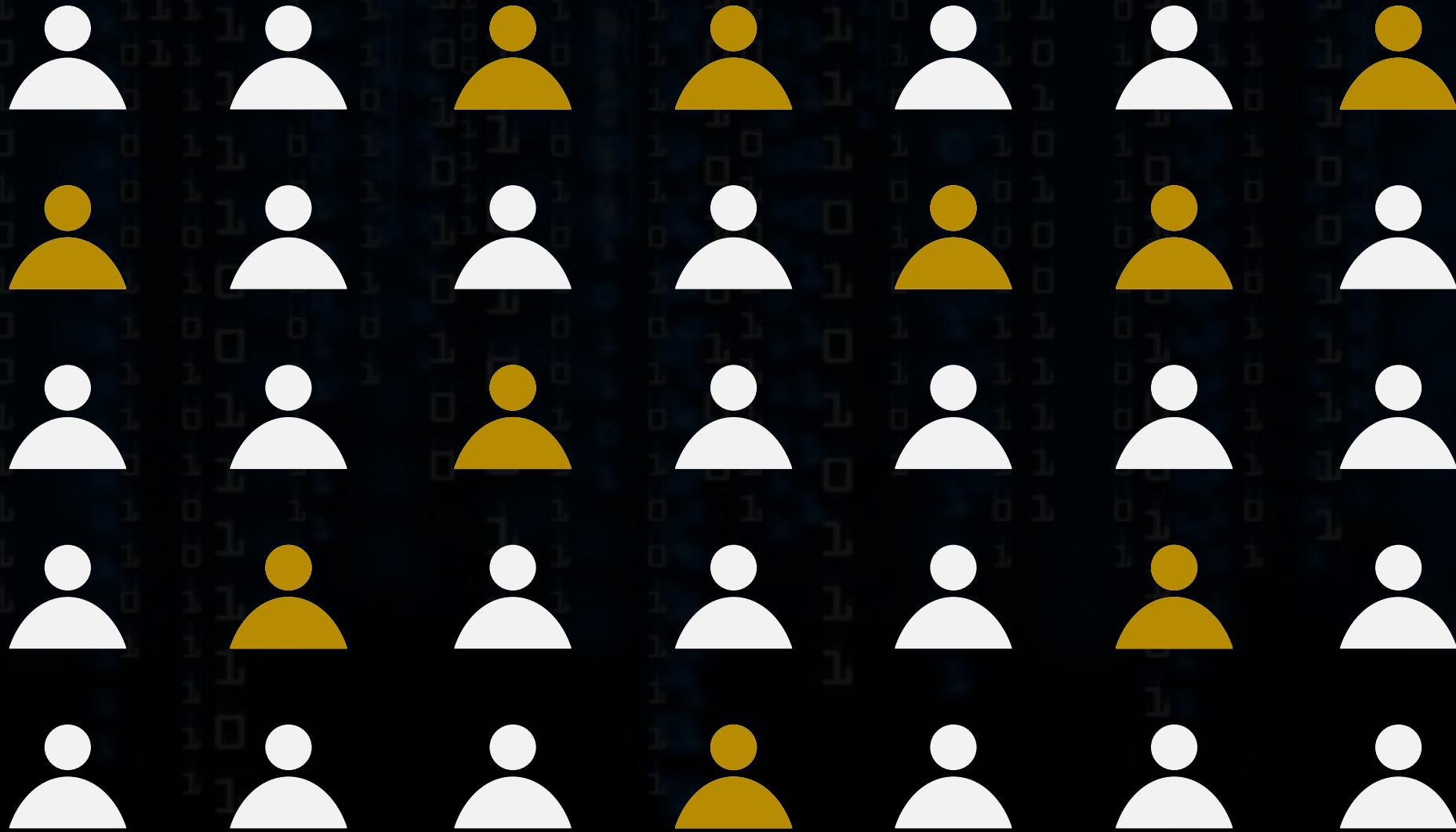


全新CX-5震撼上市！
全新CX-5在智能、安全、品质
和舒适性四大领域全面升级！

用技术与数据

感知

受众需求





精准定向、跨屏追踪

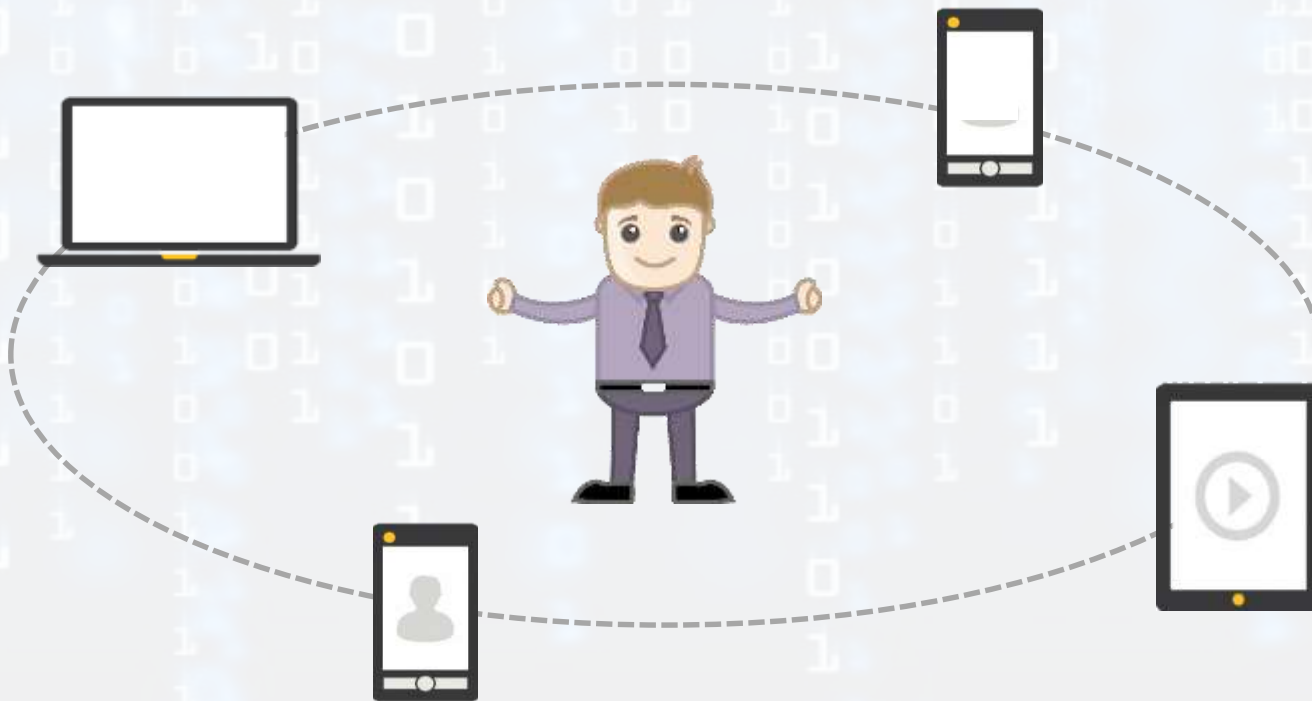
跨屏营销

借助腾讯账号体系

实现跨屏同一用户识别

帮助广告主

打通跨屏投放能力



推广计划

推广目标

计划设置

广告

目标详情

定向

广告版位

排期和出价

广告创意

添加创意

广告

目标详情

链接

请输入

定向

新建定向

地域

年龄

性别

商业兴趣

关键词

学历

联网方式

自定义人

保存为定向

全部定向

移动运营商



设备价格



流量方属性

移动媒体类型



微信公众号类型



天气定向

温度



紫外线指数



穿衣指数 根据气温、湿度、风等气象条件，对人们适宜穿着的服装进行分级



化妆指数



气象



取消

确定

所选定向

未选择(投放给全部人群)

预计最大覆盖用户

227,379,200 人

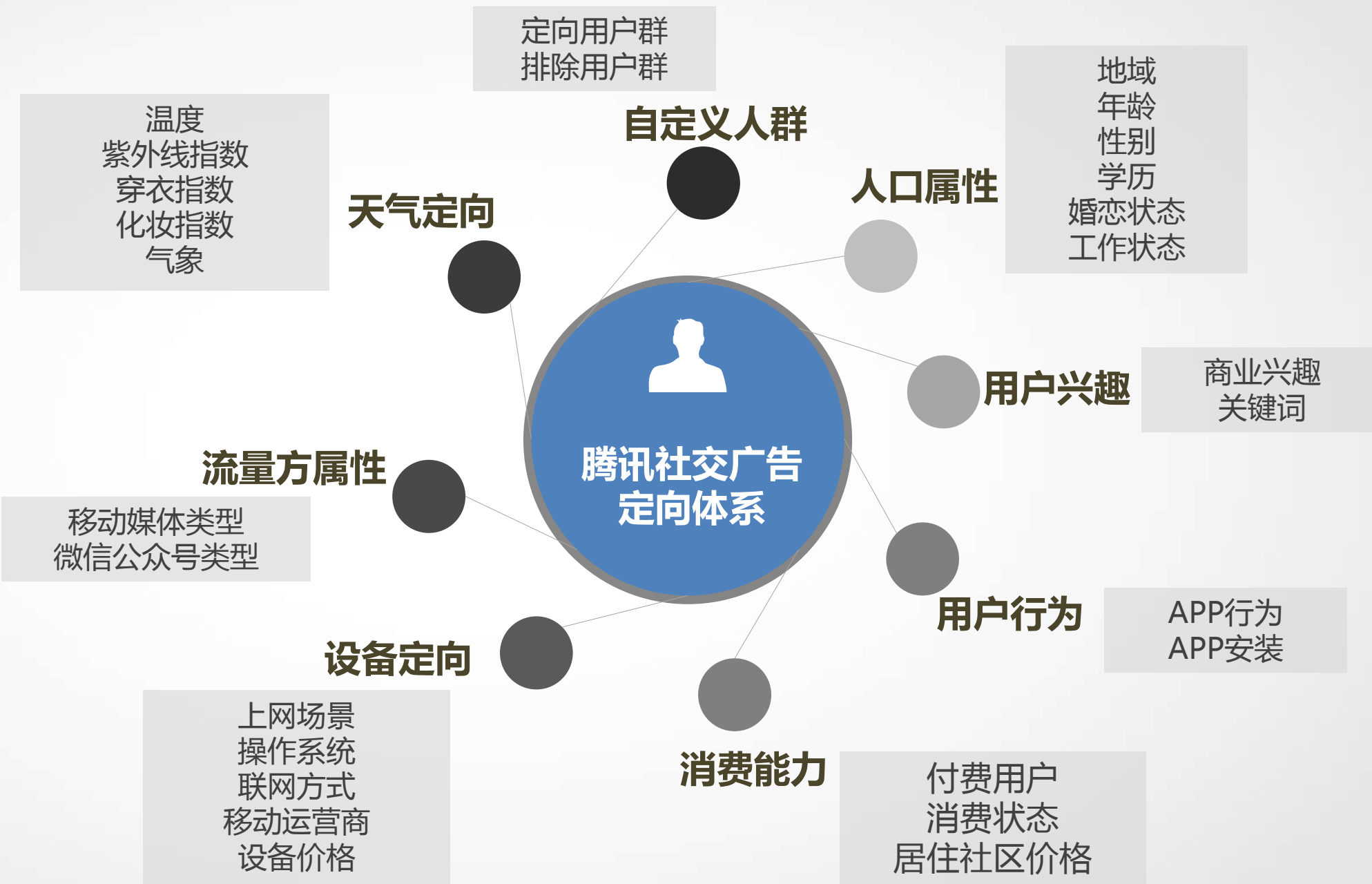
预计最大日曝光量

2,784,870,400 次



取消

- 1. 定向体系背景
- 2. 定向体系概述
- 3. 定向方式详解
- 4. 总结



1. 定向体系背景
2. 定向体系概述
- 3. 定向方式详解**
4. 总结

详细解析每一种定向方式



1. 定向体系背景
2. 定向体系概述
3. 定向方式详解

3.1 人口属性

地域

年龄

性别

学历

婚恋状态

工作状态

3.2 用户兴趣

3.3 用户行为 (APP)

3.4 消费能力

3.5 设备定向

3.6 流量方属性

3.7 天气定向

“省市”可精确到直辖市、省以下二级市，国外可精确到国家级别

地域 🔴

🔍 搜索国家、省、市、区、商圈 收起列表 | 从地图选择

<input type="checkbox"/> 中国 >	<input type="checkbox"/> 北美洲 >	<input type="checkbox"/> 梵蒂冈
<input type="checkbox"/> 国外 >	<input type="checkbox"/> 大洋洲 >	<input type="checkbox"/> 爱尔兰
	<input type="checkbox"/> 非洲 >	<input type="checkbox"/> 阿尔巴尼亚
	<input type="checkbox"/> 南美洲 >	<input type="checkbox"/> 爱沙尼亚
	<input type="checkbox"/> 欧洲 >	<input type="checkbox"/> 安道尔
	<input type="checkbox"/> 亚洲 >	<input type="checkbox"/> 奥地利
		<input type="checkbox"/> 白俄罗斯

全部 ? 近期在这里的人 ? 常住这里的人 ? 旅行到这里的人 ?

当前或最近1~2天位置 | 最近一个月居住在该区 | 旅游或出差来到该区域的人，并且近一个月常驻地不在此

1. 定向体系背景
2. 定向体系概述
3. 定向方式详解

3.1 人口属性

地域

年龄

性别

学历

婚恋状态

工作状态

3.2 用户兴趣

3.3 用户行为 (APP)

3.4 消费能力

3.5 设备定向

3.6 流量方属性

3.7 天气定向

地域

目前支持?个城市

[从列表选择](#) | [收起地图](#)

北京市 ▾
批量导入位置

- 1

银科大厦

北京市海淀区海淀大街38号
- 2

腾讯科技(北京)有限公司(银科大厦)

北京市海淀区海淀大街38号银科大厦2-17层
- 3

银科大厦-洗手间

北京市海淀区海淀大街38号一层
- 4

OPPO(银科大厦)

北京市海淀区海淀大街38号银科

全部 ?
 近期在这里的人 ?
 常住这里的人 ?
 旅行到这里的人 ?

1. 定向体系背景
2. 定向体系概述
3. 定向方式详解

3.1 人口属性

地域

年龄

性别

学历

婚恋状态

工作状态

3.2 用户兴趣

3.3 用户行为 (APP)

3.4 消费能力

3.5 设备定向

3.6 流量方属性

3.7 天气定向



如覆盖面较窄，使用后曝光量较小，建议谨慎使用，使用时建议结合**流量较大的广告位**投放，以**更有竞争力的出价**，争取更多曝光机会



TIPS

1. 定向体系背景
2. 定向体系概述
3. 定向方式详解

3.1 人口属性

地域

年龄

性别

学历

婚恋状态

工作状态

3.2 用户兴趣

3.3 用户行为 (APP)

3.4 消费能力

3.5 设备定向

3.6 流量方属性

3.7 天气定向



- 1. 定向体系背景
- 2. 定向体系概述
- 3. 定向方式详解

3.1 人口属性

地域

年龄

性别

学历

婚恋状态

工作状态

3.2 用户兴趣

3.3 用户行为 (APP)

3.4 消费能力

3.5 设备定向

3.6 流量方属性

3.7 天气定向

用户

数据来源



链数据分析



问答题
Some questions

1. 定向体系背景
2. 定向体系概述
3. 定向方式详解

3.1 人口属性

地域

年龄

性别

学历

婚恋状态

工作状态

3.2 用户兴趣

3.3 用户行为 (APP)

3.4 消费能力

3.5 设备定向

3.6 流量方属性

3.7 天气定向



应用场景案例：请问以下产品在推广中应该如何设定年龄定向？

月饼

高端蓝牙运动
耳机

老年代步车

- 1. 定向体系背景
- 2. 定向体系概述
- 3. 定向方式详解

3.1 人口属性

地域

年龄

性别

学历

婚恋状态

工作状态

3.2 用户兴趣

3.3 用户行为 (APP)

3.4 消费能力

3.5 设备定向

3.6 流量方属性

3.7 天气定向

效果数据

人群分析

数据图表 曝光量 点击量 点击率 安装量 (转化量) 安装率 (转化率)

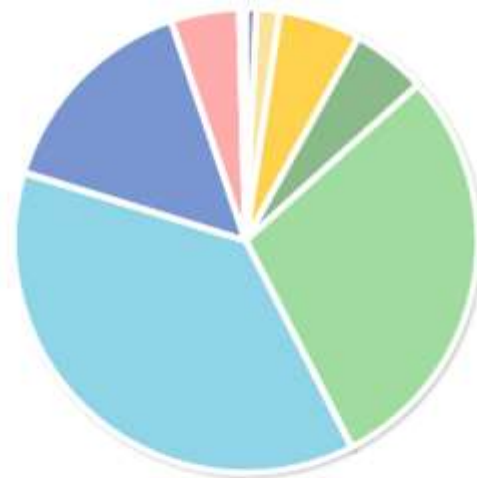
2015-08-06 至 2015-10-18

性别分布



未知 男 女

年龄分布



未知 1-12岁 13-15岁 16-17岁
18-23岁 24-30岁 31-40岁 41-50岁
50岁以上

- 1. 定向体系背景
- 2. 定向体系概述
- 3. 定向方式详解

3.1 人口属性

地域

年龄

性别

学历

婚恋状态

工作状态

3.2 用户兴趣

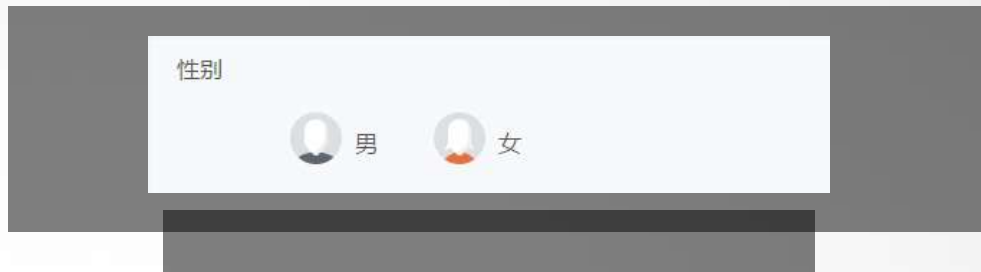
3.3 用户行为 (APP)

3.4 消费能力

3.5 设备定向

3.6 流量方属性

3.7 天气定向



应用场景： 用于潜在客户有明显性别特征，
或对不同性别客户不同投放策略时



一招暖心，
你能做的比加逢暖带水多

配图：卡通风格王子拿着产品送给公主
赏心悦目，动感与美感无需取舍

1. 定向体系背景

2. 定向体系概述

3. 定向方式详解

3.1 人口属性

地域

年龄

性别

学历

婚恋状态

工作状态

3.2 用户兴趣

3.3 用户行为 (APP)

3.4 消费能力

3.5 设备定向

3.6 流量方属性

3.7 天气定向

学历 用户的组

广告详情 编辑 复制 删除

广告名称 [redacted]

广告ID [redacted]

投放日期 2014-03-07~2014-04-30

投放时间 全部时间点

投放平台 QQ/Q+客户端

广告规格 198px × 40px 图片

定向条件 性别: 女

年龄: 20~37岁

地域: 北京市、天津市、河北省、山西省、内蒙古、辽宁省、吉林省、黑龙江省、上海市、江苏省、浙江省、安徽省、福建省、江西省、山东省、河南省、湖北省、湖南省、广东省、广西、海南省、重庆市、四川省、贵州省、云南省、陕西省、宁夏、台湾省

学历: 未知、博士、硕士、本科、高中

广告出价 CPC 0.45元

未知

1. 定向体系背景

2. 定向体系概述

3. 定向方式详解

3.1 人口属性

地域

年龄

性别

学历

婚恋状态

工作状态

3.2 用户兴趣

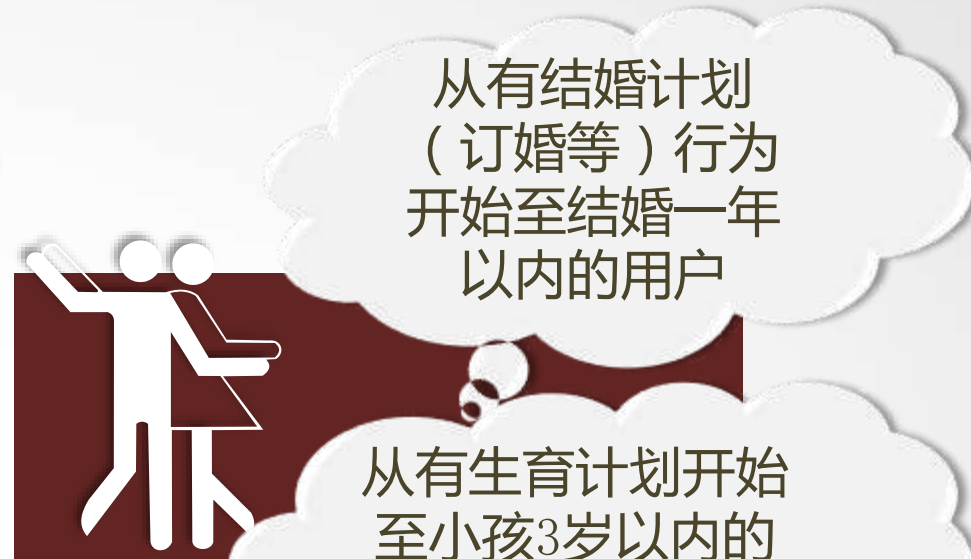
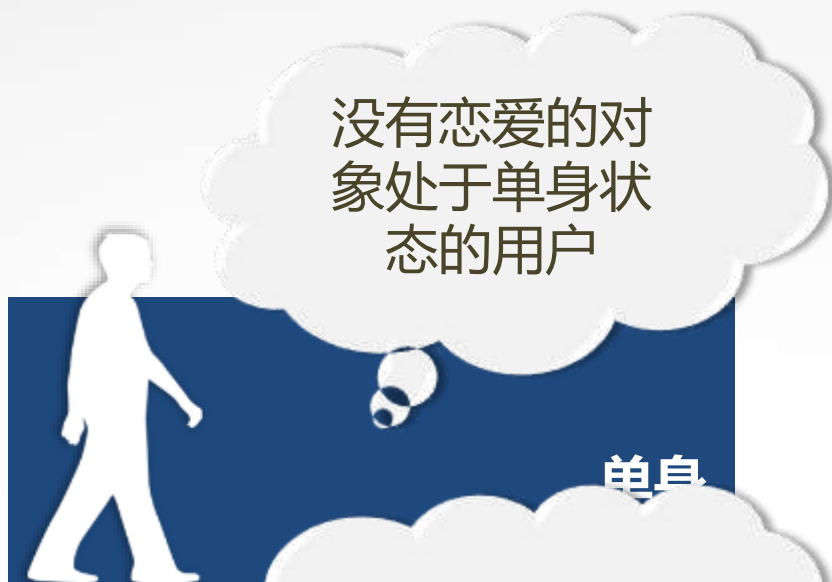
3.3 用户行为 (APP)

3.4 消费能力

3.5 设备定向

3.6 流量方属性

3.7 天气定向



1. 定向体系背景

2. 定向体系概述

3. 定向方式详解

3.1 人口属性

地域

年龄

性别

学历

婚恋状态

工作状态

3.2 用户兴趣

3.3 用户行为 (APP)

3.4 消费能力

3.5 设备定向

3.6 流量方属性

3.7 天气定向



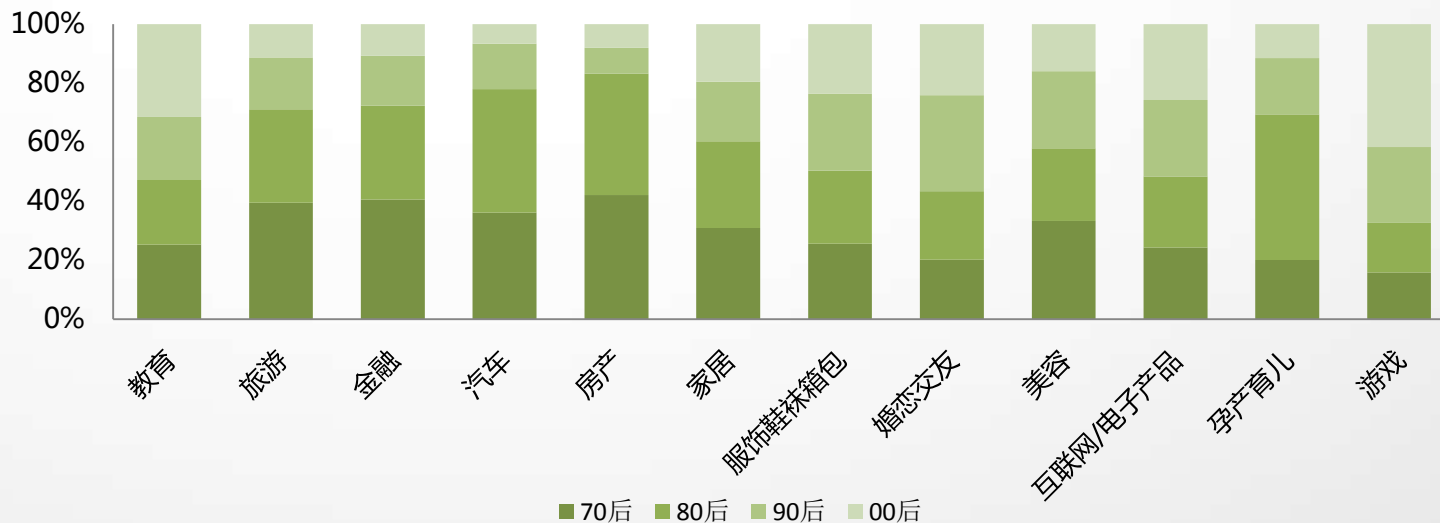
普通高等学校（包括承担研究生教育的科研机构），专门学院，职业技术学院，高等专科学校的在校各类型的学生。



- 1. 定向体系背景
- 2. 定向体系概述
- 3. 定向方式详解
 - 3.1 人口属性
 - 3.2 用户兴趣
 - 商业兴趣**
 - 关键词
 - 3.3 用户行为 (APP)
 - 3.4 消费能力
 - 3.5 设备定向
 - 3.6 流量方属性
 - 3.7 天气定向
 - 3.8 自定义人群
- 4. 总结



抽样分析 — 不同年龄段人群的兴趣所在



- 1. 定向体系背景
- 2. 定向体系概述
- 3. 定向方式详解
 - 3.1 人口属性
 - 3.2 用户兴趣
 - 商业兴趣
 - 关键词
 - 3.3 用户行为 (APP)
 - 3.4 消费能力
 - 3.5 设备定向
 - 3.6 流量方属性
 - 3.7 天气定向
 - 3.8 自定义人群
- 4. 总结

基于海量腾讯社交数据和用户行为数据挖掘用户商业兴趣

例如



兴趣分类：汽车

1. 定向体系背景

2. 定向体系概述

3. 定向方式详解

3.1 人口属性

3.2 用户兴趣

商业兴趣

关键词

3.3 用户行为 (APP)

3.4 消费能力

3.5 设备定向

3.6 流量方属性

3.7 天气定向

3.8 自定义人群

4. 总结



IT/电子产品类



金融类



汽车类



教育类



房产类



服饰鞋帽箱包类



生活服务类



餐饮美食类



政法类

学前教育

中小学教育

大学考试

港澳台游

国内游

境外游

户外探险

主题旅游

酒店住宿

交通票务

低档车

中档车

高档车

豪华车

二手车

租车

改装与保养

100+个细分行业类别

1. 定向体系背景
2. 定向体系概述
3. 定向方式详解
 - 3.1 人口属性
 - 3.2 用户兴趣
 - 商业兴趣
 - 关键词
 - 3.3 用户行为 (APP)
 - 3.4 消费能力
 - 3.5 设备定向
 - 3.6 流量方属性
 - 3.7 天气定向
 - 3.8 自定义人群
4. 总结

如果我同时选择了“孕产育儿”和“童装童鞋” 那么当一个用户的兴趣标签

A：同时满足才会展现

B：满足其中之一即会展现



问答题
Some questions

1. 定向体系背景
2. 定向体系概述
3. 定向方式详解
 - 3.1 人口属性
 - 3.2 用户兴趣
 - 商业兴趣
 - 关键词
 - 3.3 用户行为 (APP)
 - 3.4 消费能力
 - 3.5 设备定向
 - 3.6 流量方属性
 - 3.7 天气定向
 - 3.8 自定义人群
4. 总结



1. 使用兴趣定向时建议可选择符合潜在客户特征的**多个兴趣点**，以扩大覆盖面。



2. 使用兴趣定向时，**不建议**与其它定向做过多叠加**复用**，从而导致不必要的曝光流失。



TIPS

- 1. 定向体系背景
- 2. 定向体系概述
- 3. 定向方式详解
 - 3.1 人口属性
 - 3.2 用户兴趣
 - 商业兴趣
 - 关键词**
 - 3.3 用户行为 (APP)
 - 3.4 消费能力
 - 3.5 设备定向
 - 3.6 流量方属性
 - 3.7 天气定向
 - 3.8 自定义人群
- 4. 总结

基于海量腾讯社交数据和用户行为数据挖掘 **用户关注的关键词**
例如



1. 定向体系背景
2. 定向体系概述
3. 定向方式详解
 - 3.1 人口属性
 - 3.2 用户兴趣
 - 商业兴趣
 - 关键词**
 - 3.3 用户行为 (APP)
 - 3.4 消费能力
 - 3.5 设备定向
 - 3.6 流量方属性
 - 3.7 天气定向
 - 3.8 自定义人群
4. 总结

关键词

日本旅游、东京、北海道、大阪、日本自由行、境外旅游、出国游、宝马、房产、理财



兴趣定向与关键词定向的

区别

1. 定向体系背景
2. 定向体系概述
3. 定向方式详解
 - 3.1 人口属性
 - 3.2 用户兴趣
 - 商业兴趣
 - 关键词**
 - 3.3 用户行为 (APP)
 - 3.4 消费能力
 - 3.5 设备定向
 - 3.6 流量方属性
 - 3.7 天气定向
 - 3.8 自定义人群
4. 总结

关键词定向

可以从“词”的维度做个性化定制，
更精准，更灵活
但覆盖面较小

兴趣定向

可选择与所推广商品契合的兴趣点或
相近兴趣点
较关键词定向范围更广，曝光量更大

兴趣定向与关键词定向的 区别



1. 定向体系背景
2. 定向体系概述
3. 定向方式详解
 - 3.1 人口属性
 - 3.2 用户兴趣
 - 商业兴趣
 - 关键词**
 - 3.3 用户行为 (APP)
 - 3.4 消费能力
 - 3.5 设备定向
 - 3.6 流量方属性
 - 3.7 天气定向
 - 3.8 自定义人群
4. 总结

● 单只广告关键词提交上限2000个

关键词 对指定关键词感兴趣的用户

已选择 日本自由行 日本旅游 东京旅游 北海道旅游 日本樱花 境外游 清空

输入关键词，回车键(enter)提交
输入关键词，回车键(enter)提交

[上传关键词 \(.TXT文件\)](#)

- 1. 定向体系背景
- 2. 定向体系概述
- 3. 定向方式详解
 - 3.1 人口属性
 - 3.2 用户兴趣
 - 商业兴趣
 - 关键词**
 - 3.3 用户行为 (APP)
 - 3.4 消费能力
 - 3.5 设备定向
 - 3.6 流量方属性
 - 3.7 天气定向
 - 3.8 自定义人群
- 4. 总结



1. 关键词提交原则 – 宜短宜多
2. 在一支广告中，避免与其它定向方式同时使用。



1. 定向体系背景
2. 定向体系概述
3. 定向方式详解
 - 3.1 人口属性
 - 3.2 用户兴趣
 - 商业兴趣
 - 关键词**
 - 3.3 用户行为 (APP)
 - 3.4 消费能力
 - 3.5 设备定向
 - 3.6 流量方属性
 - 3.7 天气定向
 - 3.8 自定义人群
4. 总结

如果我销售进口奶瓶，选择关键词“奶瓶”后，还需要配合哪种定向方式使用？

A：年龄 25-45 B：性别 女 C：上网场景 家庭 D：都不用



问答题
Some questions



休息一下

1. 定向体系背景
2. 定向体系概述
3. 定向方式详解
 - 3.1 人口属性
 - 3.2 用户兴趣
 - 3.3 用户行为 (APP)
 - APP行为
 - APP安装
 - 3.4 消费能力
 - 3.5 设备定向
 - 3.6 流量方属性
 - 3.7 天气定向
 - 3.8 自定义人群
4. 总结

用户行为

App行为 特定类型App的活跃或付费用户

✓ 按分类

按App

游戏

>

非游戏

>

策略

养成

经营建设

距离今天

天内，该类APP的

活跃用户

覆盖
指定类别APP用户

且指定时间内有
活跃或付费行为
最长365天内

- 1. 定向体系背景
- 2. 定向体系概述
- 3. 定向方式详解
 - 3.1 人口属性
 - 3.2 用户兴趣
 - 3.3 用户行为 (APP)
 - APP行为
 - APP安装
 - 3.4 消费能力
 - 3.5 设备定向
 - 3.6 流量方属性
 - 3.7 天气定向
 - 3.8 自定义人群
- 4. 总结

开平PC App 开发者专用

App行为 特定类型App的活跃或付费用户

按分类 / ✓ 按App

(暂无数据)

距离今天 天内，该类APP的 活跃用户 付费用户

- 1. 定向体系背景
- 2. 定向体系概述
- 3. 定向方式详解
 - 3.1 人口属性
 - 3.2 用户兴趣
 - 3.3 用户行为 (APP)**
 - APP行为
 - APP安装**
 - 3.4 消费能力
 - 3.5 设备定向
 - 3.6 流量方属性
 - 3.7 天气定向
 - 3.8 自定义人群
- 4. 总结

推广目标选择Android或ios应用

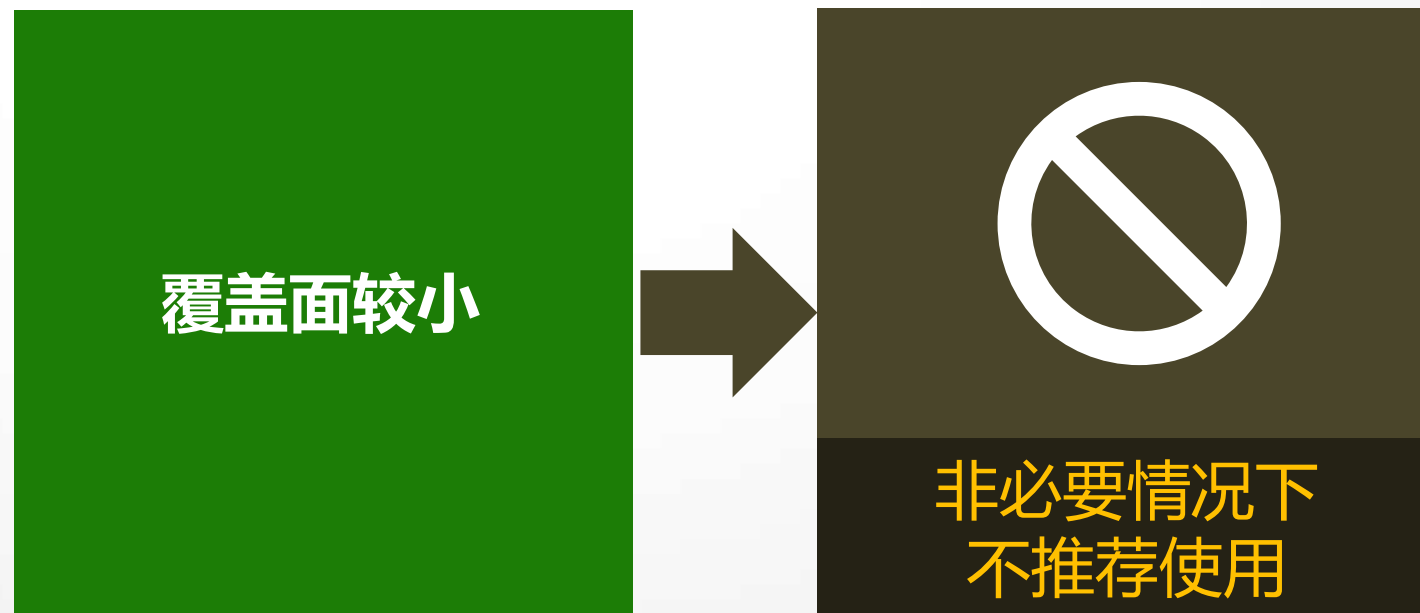
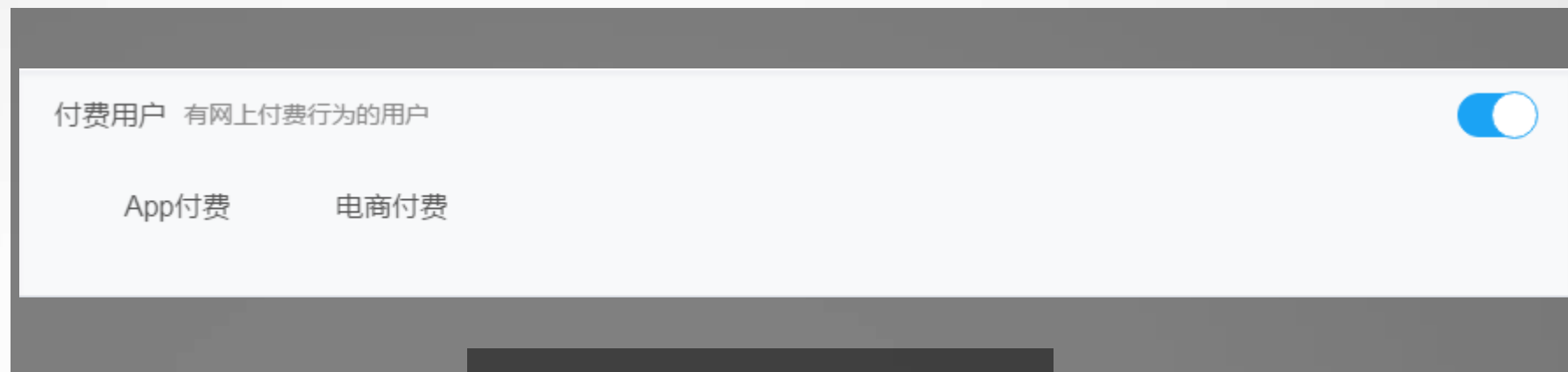
App安装 已安装或未安装所推广App的用户



未安装该应用的用户

已安装该应用的用户

- 1. 定向体系背景
- 2. 定向体系概述
- 3. 定向方式详解
 - 3.1 人口属性
 - 3.2 用户兴趣
 - 3.3 用户行为 (APP)
 - 3.4 消费能力
 - 付费用户
 - 消费状态
 - 居住社区价格
 - 3.5 设备定向
 - 3.6 流量方属性
 - 3.7 天气定向
 - 3.8 自定义人群
- 4. 总结



1. 定向体系背景

2. 定向体系概述

3. 定向方式详解

3.1 人口属性

3.2 用户兴趣

3.3 用户行为 (APP)

3.4 消费能力

付费用户

消费状态

居住社区价格

3.5 设备定向

3.6 流量方属性

3.7 天气定向

3.8 自定义人群

4. 总结



具有较强的经济实力，能够支付较高数额的费用（如汽车购买、房产等）的头部用户

较低的经济能力，购物追求价格低廉，不追求品质的用户



1. 定向体系背景

2. 定向体系概述

3. 定向方式详解

3.1 人口属性

3.2 用户兴趣

3.3 用户行为 (APP)

3.4 消费能力

付费用户

消费状态

居住社区价格

3.5 设备定向

3.6 流量方属性

3.7 天气定向

3.8 自定义人群

4. 总结

居住社区价格 (元/m²)

1000 元/m² — 100000 元/m²



Contents

1. 定向体系背景

2. 定向体系概述

3. 定向方式详解

3.1 人口属性

3.2 用户兴趣

3.3 用户行为 (APP)

3.4 消费能力

3.5 设备定向

上网场景

操作系统

联网方式

移动运营商

设备价格

3.6 流量方属性

3.7 天气定向

3.8 自定义人群

上网场景



公共场所

家庭

公司

学校

未知

操作系统



iOS

Android

Windows

Symbian

Java

未知

联网方式



Wi-Fi

2G

3G

4G

未知

移动运营商



中国移动

中国联通

中国电信

未知

设备价格



1500元以下

1500~2500元

2500元以上

未知

1. 定向体系背景

2. 定向体系概述

3. 定向方式详解

3.1 人口属性

3.2 用户兴趣

3.3 用户行为 (APP)

3.4 消费能力

3.5 设备定向

3.6 流量方属性

移动媒体类型

微信公众号类型

3.7 天气定向

3.8 自定义人群

4. 总结

指定广告展现在特定类型的外部媒体平台上



1. 定向体系背景

2. 定向体系概述

3. 定向方式详解

3.1 人口属性

3.2 用户兴趣

3.3 用户行为 (APP)

3.4 消费能力

3.5 设备定向

3.6 流量方属性

移动媒体类型

微信公众号类型

3.7 天气定向

3.8 自定义人群

4. 总结

指定广告展现在指定类型的微信公众号上



1. 定向体系背景

2. 定向体系概述

3. 定向方式详解

3.1 人口属性

3.2 用户兴趣

3.3 用户行为 (APP)

3.4 消费能力

3.5 设备定向

3.6 流量方属性

3.7 天气定向

温度

紫外线指数

穿衣指数

化妆指数

气象

3.8 自定义人群

The image shows a settings interface for weather targeting. It features several sections, each with a title, a description, a set of radio buttons for selection, and a toggle switch on the right. A large yellow callout bubble is overlaid on the right side of the interface, containing the text: 覆盖指定气象条件下的地域 (Cover designated areas under specified weather conditions) and 实时更新 (Real-time update).

Section	Description	Selected Option	Other Options	Toggle
温度		-50 °C	50 °C	On
紫外线指数		弱	偏弱, 中等, 偏强, 强	On
穿衣指数	根据气温、湿度、风等气象条件, 对人们适宜穿着的服装进行分级	炎热	热舒适, 舒适, 凉舒适, 温凉, 凉, 冷, 寒冷	On
化妆指数	根据气象条件对人的皮肤的影响制定出来的指数, 主要影响有温度、湿度、风速、紫外线强度	保湿防龟裂	保湿, 控油, 防晒	On
气象		晴天	阴天, 雨天, 雾, 雪, 沙尘	On

- 1. 定向体系背景
- 2. 定向体系概述
- 3. 定向方式详解
 - 3.1 人口属性
 - 3.2 用户兴趣
 - 3.3 用户行为 (APP)
 - 3.4 消费能力
 - 3.5 设备定向
 - 3.6 流量方属性
 - 3.7 天气定向
 - 3.8 自定义人群
- 4. 总结

再营销

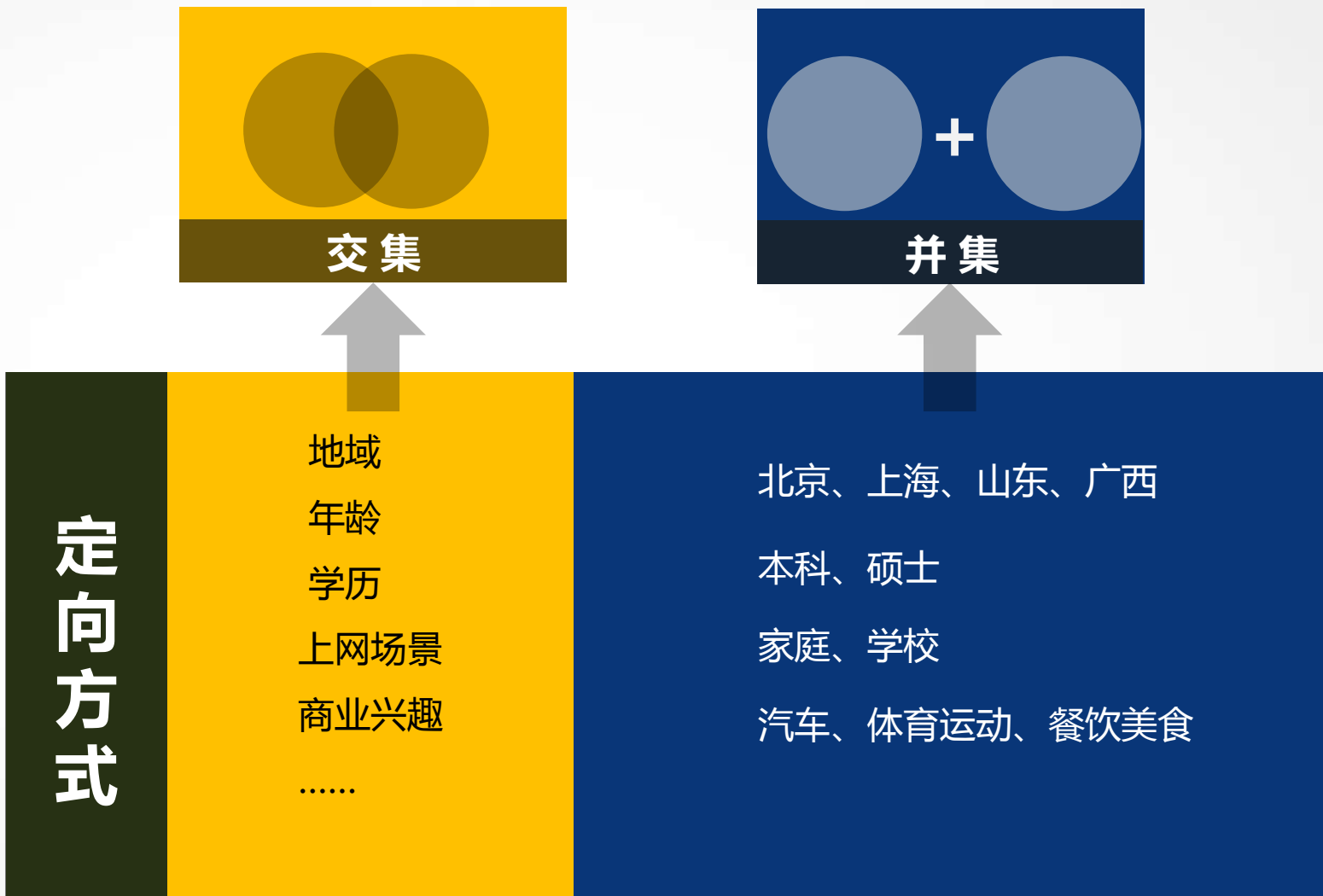


自定义人群

- 1. 定向体系背景
- 2. 定向体系概述
- 3. 定向方式详解
- 4. 总结

定向方式间逻辑关系

- 4.2 定向方式应用思路
- 4.3 定向方式应用案例



1. 定向体系背景
2. 定向体系概述
3. 定向方式详解
4. 总结

定向方式间逻辑关系

- 4.2 定向方式应用思路
- 4.3 定向方式应用案例

新建广告

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 ? 317,978 人

预计最大日曝光量 ? 1,258,184 次

已选条件 公共场所,家庭,公司; 25岁到35岁; 在广东,深圳 地区;博士,硕士,本科 学历;处于 已婚,单身,新婚 的状态;联网方式为 WIFI,3G,4G ;使用了15 个用户商业兴趣;



编辑广告

基本信息 规格选择 定向设置

预计最大覆盖用户数 ? 713,265 人

预计最大日曝光量 ? 9,831,621 次

已选条件 25岁到35岁 ;在 广东,深圳 地区;处于 新婚 的状态;



了解用户特征，选择必要标签，避免定向方式的盲目使用

广告出价 CPC 0.84元

1. 定向体系背景

2. 定向体系概述

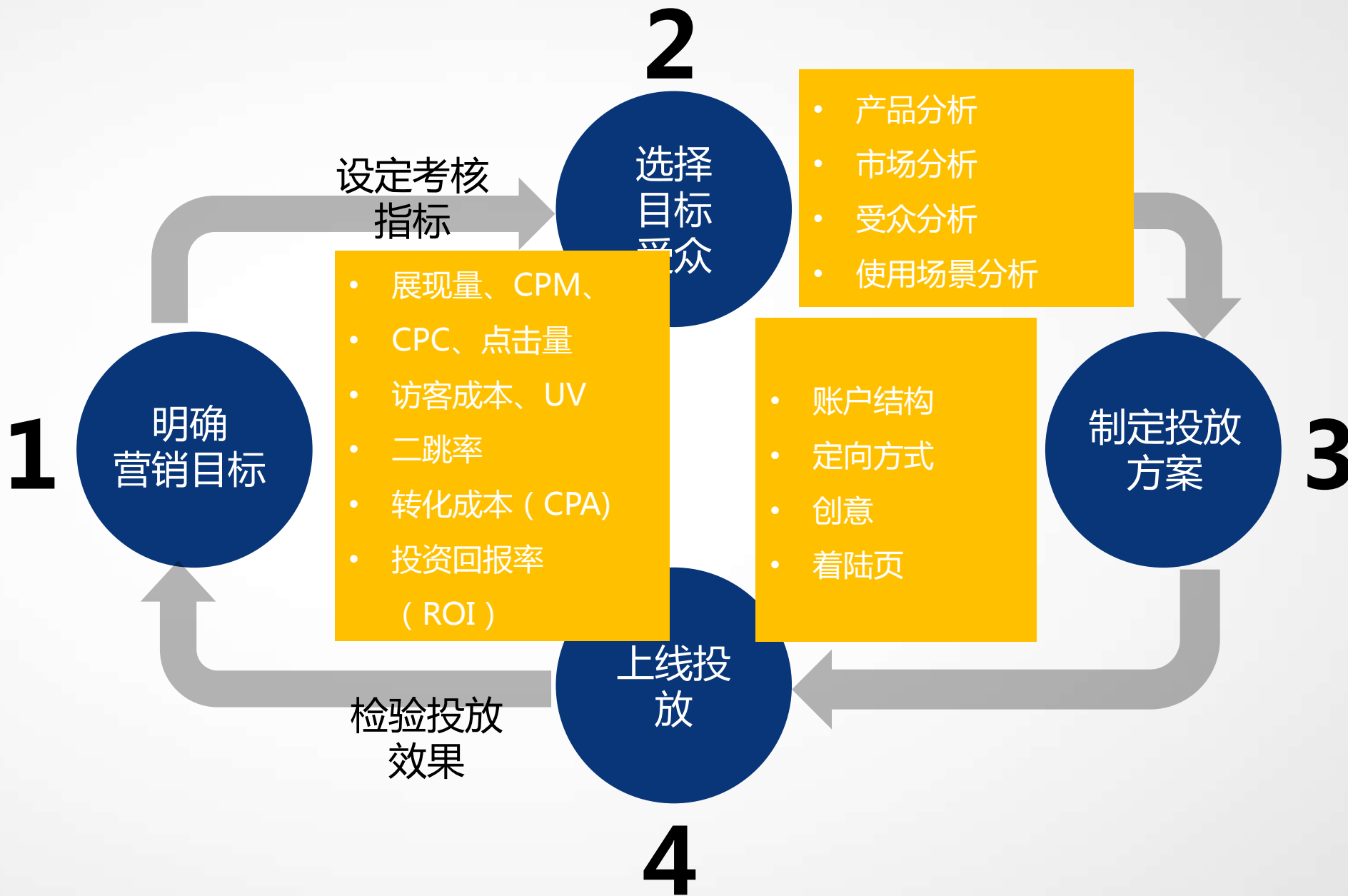
3. 定向方式详解

4. 总结

4.1 定向方式间逻辑关系

定向方式应用思路

4.3 定向方式应用案例



1. 定向体系背景
 2. 定向体系概述
 3. 定向方式详解
 - 4. 总结**
 - 4.1 定向方式间逻辑关系
 - 4.2 定向方式应用思路
- 定向方式应用案例

1 目标

新上线产品，市场知名度不高，所以目前推广第一阶段目标为提升品牌知名度，吸引潜在客户。

效果评估指标：

曝光量、点击量、转化量、CPM、CPC、ROI

某平板电脑推广方案

- 1. 定向体系背景
- 2. 定向体系概述
- 3. 定向方式详解

4. 总结

- 4.1 定向方式间逻辑关系
- 4.2 定向方式应用思路

定向方式应用案例

2 受众

产品卖点：
投影功能、办公

用户画像：考虑使用场景和不同人群的痛点、



新增悬挂模式

新增悬挂模式，满足厨房、工作间、车内飞机内等更多使用场景需求

悬挂、站立、触控、阅读四模式，随需而变。



阅读模式



站立模式



触控模式



悬挂模式



电脑

- 1. 定向体系背景
- 2. 定向体系概述
- 3. 定向方式详解

4. 总结

- 4.1 定向方式间逻辑关系
- 4.2 定向方式应用思路

定向方式应用案例



—
大学女生

定向标签：
大学生 女

想在宿舍看大片？
尽在

- 1. 定向体系背景
- 2. 定向体系概述
- 3. 定向方式详解

4. 总结

- 4.1 定向方式间逻辑关系
- 4.2 定向方式应用思路

定向方式应用案例

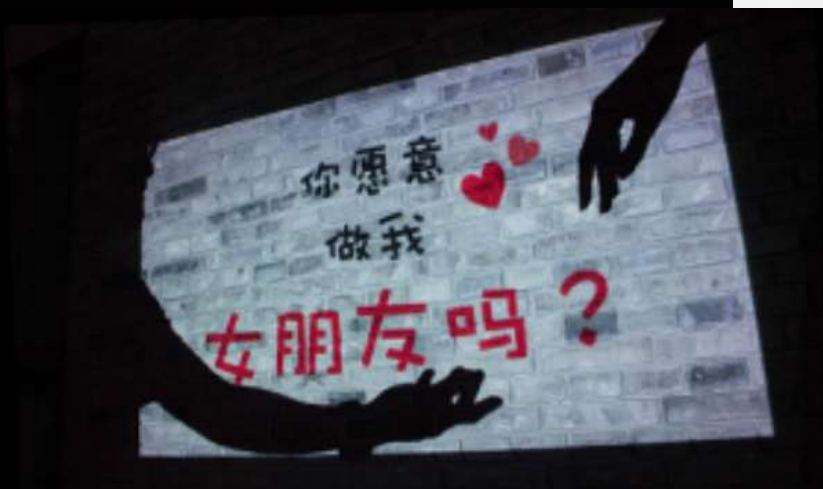
二
大学男生

定向标签：
大学生 男



教你优雅地
向TA表白

Tablet 2 Pro



- 1. 定向体系背景
- 2. 定向体系概述
- 3. 定向方式详解

4. 总结

- 4.1 定向方式间逻辑关系
- 4.2 定向方式应用思路

定向方式应用案例



- 1. 定向体系背景
- 2. 定向体系概述
- 3. 定向方式详解

4. 总结

- 4.1 定向方式间逻辑关系
- 4.2 定向方式应用思路

定向方式应用案例



还在被平板砸脸?

解放双手

挂钩平板电脑

- 1. 定向体系背景
- 2. 定向体系概述
- 3. 定向方式详解
- 4. 总结**
 - 4.1 定向方式间逻辑关系
 - 4.2 定向方式应用思路

定向方式应用案例

会**投影**的平板电脑

随时随地**放**电影

四

世界那么大

投给你看

投影平板

内置Intel Inside®
Intel Inside® 轻松工作, 尽情享受

intel
inside

1. 定向体系背景
2. 定向体系概述
3. 定向方式详解

4. 总结

- 4.1 定向方式间逻辑关系
- 4.2 定向方式应用思路
- 4.3 定向方式应用案例

4

投放

上线投放，随时观察数据表现，优化调整方案，统计效果数据

以终为始，定位问题，总结经验，持续优化

运用之妙 存乎一心

自定义人群

定向用户群
排除用户群

人口属性

地域
年龄
性别
学历
婚恋状态
工作状态

用户兴趣

商业兴趣
关键词

用户行为

活跃用户
付费用户

消费能力

付费用户
消费状态
居住社区价格

设备定向

上网场景
操作系统
联网方式
移动运营商
设备价格

天气定向

温度
紫外线指数
穿衣指数
化妆指数
气象

流量方属性

移动媒体类型
微信公众号类型

**关注腾讯社交广告服务平台公众号
了解最新咨询及课程信息**

**如果您已经是广告主，可在关注后绑定帐号，
随时随地掌握账户动态及时调整账户**



A top-down view of a person's hands interacting with a tablet computer on a light-colored wooden table. The person is wearing a grey sweater. To the right of the tablet is a white cup of black coffee on a matching saucer. The background is slightly blurred, showing a pen and some papers. A dark blue banner with white text is overlaid across the center of the image.

Thank you for listening!

Adalu