
微信朋友圈广告

腾讯—微信广告





Catalog

- 1 | 朋友圈广告 形态介绍
 - 2 | 朋友圈广告 支撑能力
 - 3 | 朋友圈广告 收费逻辑
 - 4 | 朋友圈广告 优质案例
-



1

朋友圈广告 形态介绍

详细介绍广告形态和广告推送逻辑



第1部分 | 微信朋友圈广告基础介绍



朋友圈广告将会通过微信广告系统进行投放和管理，广告本身内容将基于微信公众账号生态体系，以类似朋友的原创内容形式进行展现，在基于微信用户画像进行定向的同时，通过实时社交混排算法，依托关系链进行互动传播。

微信朋友圈广告介绍



第1部分 | 朋友圈广告 形态介绍 素材维度



图文广告



视频广告

微信朋友圈广告介绍



第1部分 | 朋友圈广告 形态介绍 推广目标维度



品牌活动推广



公众号推广



移动应用推广

微信朋友圈广告介绍



第1部分 | 朋友圈广告 形态介绍 素材维度



品牌活动推广



公众号图文消息



详情模版H5



自定义H5页面

微信朋友圈广告介绍



第1部分 | 朋友圈广告 形态介绍 素材维度



公众号推广



历史消息



公众号详情页



历史消息



微信朋友圈广告介绍



第1部分 | 朋友圈广告 形态介绍 素材维度



移动应用推广



应用下载模版H5

iOS侧，点击跳转App Store

Android侧，拉起微信下载或应用宝下载；已安装，则直接唤起

第1部分 | 朋友圈广告基础介绍 形态概述

Feeds原生广告，降低骚扰



促进广告在好友间传播



CPM / 按曝光计费



严选优质品牌广告主



全新自助平台，程序化线上管理



第1部分 | 朋友圈广告基础介绍 形态概述

头像+名称
用户可点击头像、名称关注品牌公众号



广告文案
支持配置不超过40字的广告创意文案



图片
仅支持配置1张图片
点击可查看大图



2 标签
易辨识标签，引起用户注意

4 详情页
支持广告主按需投放端配置
已部署在微信服务器的Html5页面

6 社交互动
可点赞，可评论
仅用户好友可见

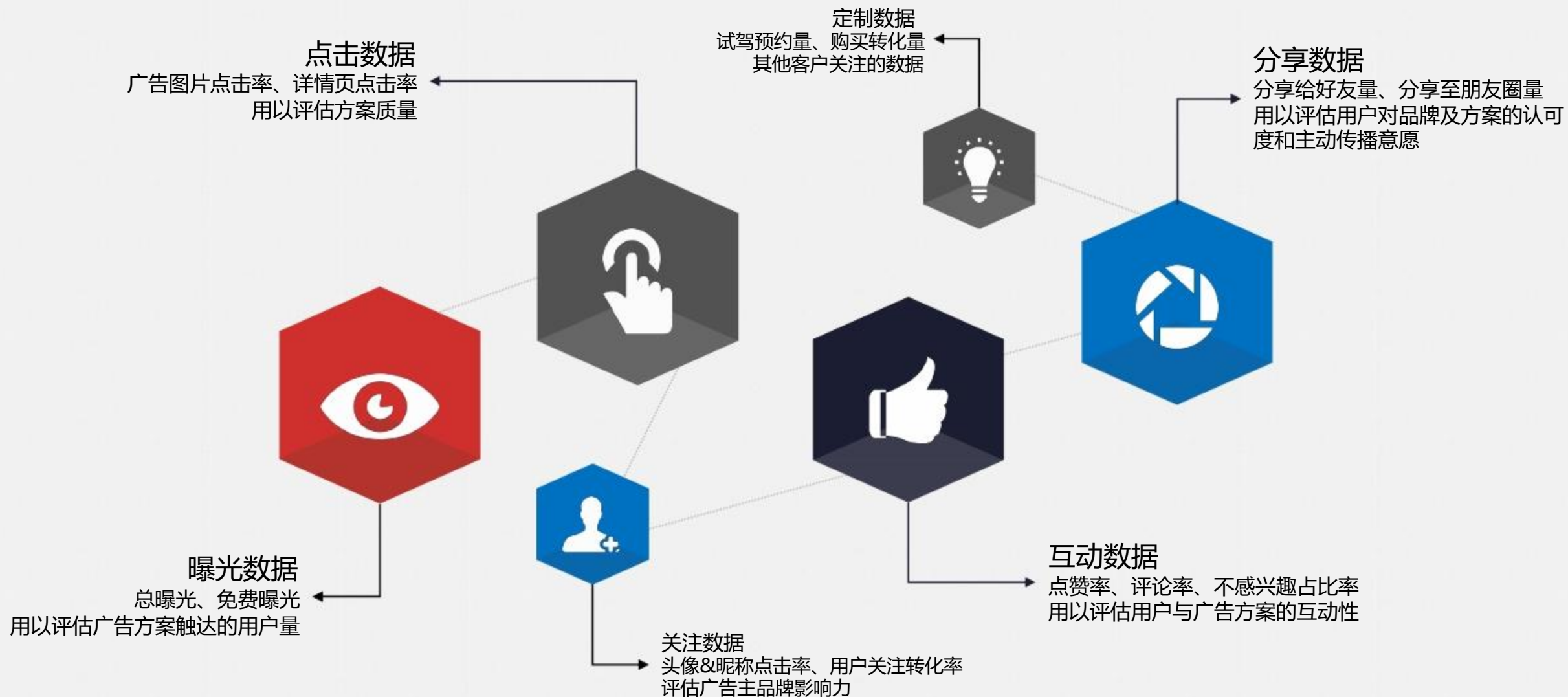
第1部分 | 朋友圈广告基础介绍 形态概述



支持跳转 **html5**详情页面

外链支持跳转已部署于微信服务器上的品牌活动html5页面
支持使用微信支付、红包、卡券、微信表情等一系列功能
* App下载、H5小游戏将在后续支持；

第1部分 | 朋友圈广告基础介绍 效果评估体系





出现

满足广告定向条件的用户，将会在朋友圈第 5 条状态的位置看到广告，随后广告将随时间轴沉淀。

提醒

用户赞或者评论广告后，其好友对广告进行赞评论，用户将收到红点提醒。

消失

用户看见广告后，若在24小时内没有对广告进行任何操作，广告将消失。



2

朋友圈广告 支撑能力

详细介绍朋友圈广告支持的定向能力和广告效果评估体系



按CPM计费 单价由定向地域决定

	定向类型	初始价	备注
基础定向	地域	定向核心城市，150元/千次曝光 定向重点城市，100元/千次曝光 其他城市，50元/千次曝光 (单次10万次起购买)	2个核心城市（北京&上海） 20个重点城市（广州，成都，深圳，杭州，武汉，苏州，重庆，南京，天津，西安，沈阳，长沙，青岛，宁波，郑州，大连，厦门，济南，哈尔滨，福州等）
	商业标签		房地产，服饰鞋包类，护肤彩妆化妆类，家居家装类，交通运输类，教育培训类，金融类，旅游类，母婴儿童类，汽车类，日用百货类，软件应用类，商务服务类，生活服务类，食品类，数码家电类，网站门户类，文化娱乐类，游戏类，运动户外用品类，政府机关类，自媒体类，综合电商类，虚拟类，钟表首饰类，婚恋交友，安全安保，法律服务，工农业，节能环保类 共30项一级标签.
辅助定向 (可多选)	性别		男or女
	年龄	免费	1岁~80岁，自由选择
	操作系统		iOS、Android
	联网环境		WI-FI、4G、3G、2G



地域

支持按城市定向，支持按指定地理位置向周边辐射的精确定向
*地域定向数据来源于用户近一个月的常用地点信息



性别年龄

支持按性别定向，支持任选5~60岁中的年龄段定向



手机

支持按手机系统（iOS、Android）定向，支持按Wi-Fi、4G、3G、2G等联网环境定向



婚恋情况

支持按用户当前婚恋状态定向，包含单身、新婚、已婚、育儿



学历

支持按用户的学历水平定向，包含博士、硕士、本科、高中、初中、小学



兴趣标签定向

来源于腾讯产品用户行为路径大数据分析定义的标签

24 个一级标签

教育、旅游、金融、汽车、房产、家居、服装、餐饮美食、生活服务、商务服务、美容、数码家电、体育运动、医疗健康、孕产育儿、箱包、腕表、鞋靴、配饰、政法、奢侈品、饮料酒水、互联网、娱乐休闲

183 个二级标签

对应24个一级标签，总共下分183个标签，精细化定向标签



系统化分析推广效果

投放期间，可实时查看广告数据，即时评估广告效果；
完成投放后，可下载整体推广结案报告，用于洞察用户；



服务分级

基于不同预算，提供不同服务支持。

服务支持分级	少于100万	100万元起	500万元起
图文广告	1张图片	1张、3张、4张图片	1张、3张、4张、6张图片
视频广告	/	- 外层小视频6秒 - 完整视频300秒以内	- 外层小视频6秒 - 完整视频300秒以内
“查看详情”页支持跳转	- 公众号图文消息 - 多样化模板H5页面 (具体模板样式可登陆微信广告自助投放端查看)	- 公众号图文消息 - 多样化模板H5页面 - 自定义H5页面2页以内	- 公众号图文消息 - 多样化模板H5页面 - 自定义H5页面6页以内

*以上为2016年Q1朋友圈广告投放政策



4

朋友圈广告 优质案例

详细介绍朋友圈广告的优质案例&共性总结。



百事中国《猴王戏》

以经典IP《西游记》美猴王的人生经历，引发用户在广告内表达敬意与感动、怀念，转化为大量的分享收藏，以及众多自媒体的进一步传播。

好内容的放大器：从观看用户转化率、播放次数与时长、分享与收藏次数等效果可以看出，好的IP，在视频形式的承载下，能引发更多的用户喜爱和传播，更完整、有深意、直接的表达，更有力、有效地诠释品牌内涵

完整视频
1' 31"



外层小视频
6s

点击观看小视频



扫一扫观看长视频



1.03亿
曝光次数

2亿+
小视频播放次数

4.4万
视频总收藏量



宝马中国《贪吃蛇》

宝马作为第一批内测客户，充分利用了视频“动态”“丰满”的特性，利用外层小视频 有声小视频 完整情节的长视频，吸引用户层层深入观看，在朋友圈上演了一场“速度与快乐”大戏，收获用户喜爱。

完整视频
1' 31"



外层小视频
6s

点击观看小视频



扫一扫观看长视频



1.3亿
曝光次数

14%
小视频总点击率

106万
点赞&评论



拾墅

坤和家园

突出产品亮点，以场景叙述使用户产生代入感

35万

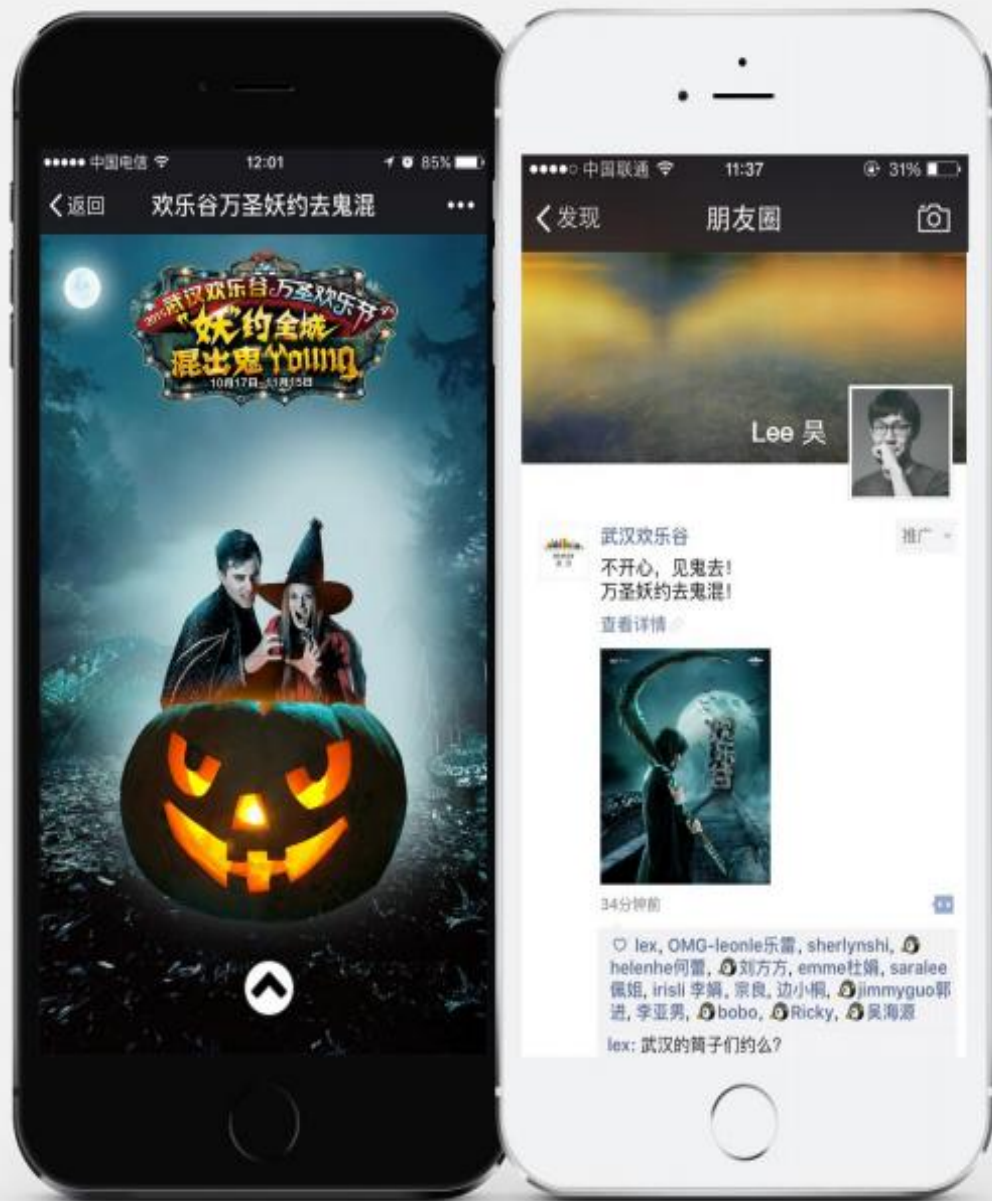
社交互动参与次数

6户

千万级别墅订单*

定制LBS数据，寻找别墅产品的目标用户，向高端场所工作、居住、消费的人群精准定向投放，最小的投入换取6套别墅的销售。

* 坤和家园别墅售价1400+万元/套；广告上线一周内，共售出6套，成交用户均表示看到朋友圈广告而来。



武汉欢乐谷

借势万圣节，本地圈子爆发获好评

35万
社交互动参与次数

6000张
线上售票

0.6+
ROI

武汉欢乐谷巧妙借助万圣节契机，通过基础定向+LBS数据定制，向学生、商圈和娱乐场所爱好者精准推送“不开心，见鬼去”广告专题，在本地年轻酷玩一族爆发，获得消费者追捧，线上售票量突破预期。

它无孔不入 你无处可藏
不是它可恶 而是它不懂你
我们试图 做些改变
广告，也可以是生活的一部分。

