



腾讯广告 | 千汇菁英

婚摄最新流量产品应用

2021.11

课程目标

目标学员

- 婚摄行业优化师

课程目标

- 使学员了解婚摄行业最新流量动态，以及最新的产品信息
- 能够掌握如何充分利用流量曝光获客，并掌握产品功能及实际应用的技巧

目录

1 曝光获客

2 精准覆盖

3 链路增效



行业营销需求分析

01

曝光获客

需要具有丰富的流量和资源能力的平台，提高获客能力及获客范围。以优质的创意吸引用户了解更多，提升品牌影响力。

02

精准覆盖

利用平台定向能力，触达高潜人群，借助平台工具，快速找到高转化人群进行投放。

03

转化增效

支持多转化链路投放，利用平台工具，优化转化流程，提升用户留咨率，降低营销成本。

曝光获客篇：流量、形态与创意

流量 - 微信广告流量

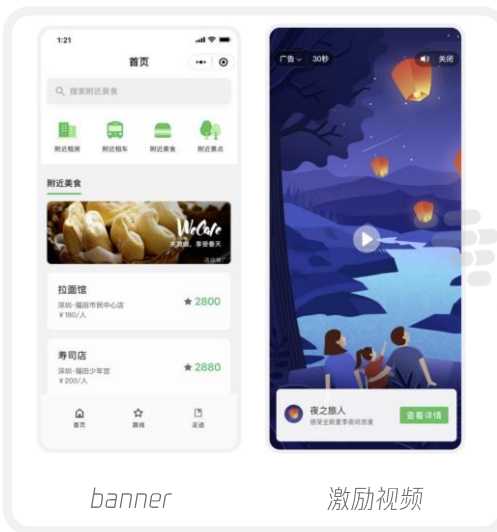
• 朋友圈广告 / 日活7亿+



• 公众号广告 / 日活3亿+



• 小程序广告 / 日活4亿+



1. 朋友圈流量

朋友圈得益于频次增加、个性化频控和新鲜度调优, 整体流量库存得到扩充, 同时节假日〔春节、五一和国庆〕流量宽松

- 流量高峰: 早间高峰7-10点、午间高峰11-13点、晚间高峰20-24
- PC端朋友圈: 预期有亿级流量, 预期4月中旬上线
- 保持足够多的账号、广告和素材在线

2. 小程序/小游戏流量

- 流量高峰: 早间高峰8-13点、晚间高峰17-23点, 小程序/小游戏流量有较明显的周末效应, 周末流量会比日常增长10-15%
- 主要以激励视频和小程序banner为主
- 建议按照“按形态投放能力”通投

3. 公众号流量

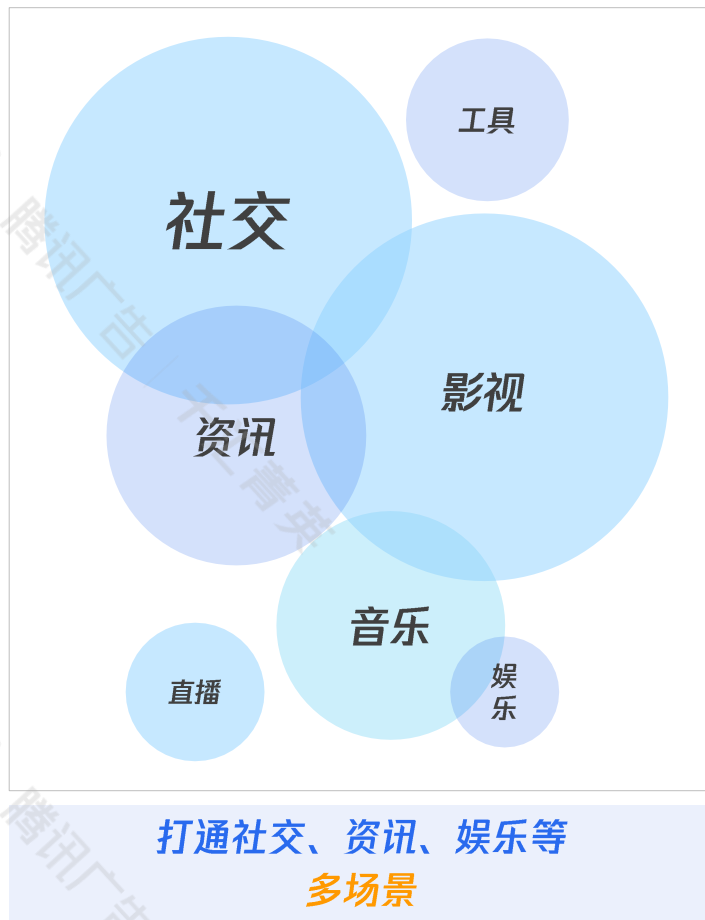
- 流量高峰: 早间高峰7-13点、晚间高峰18-23点
- 可结合“版位突破”将朋友圈广告复用至订阅号广告位, 有效整合流量资源
- 建议使用视频素材投放, eCPM高于大图10%, 20s~30s的视频效果较佳

流量 - 微信广告婚摄行业核心人群竞争情况

- 婚摄行业核心人群口径：行业核心人群包，7月最后一周在公众平台各媒体的竞争情况；
- 竞争情况：广告位角度，订阅号消息列表整体曝光最多，文中文底的胜出率更高，可作为重点增投流量。

媒体类型	消耗占比	规格ecpm	机会
订阅号消息列表	0.73%	28.27	① 订阅号场景和朋友圈高度相似，前端成本存在优势 ② 文中文底位置消耗占比低，存在新的机会
公众号文章底部	0.15%	14.28	
公众号文章中部	0.38%	9.77	
朋友圈	2.58%	33.06	

流量 - PCAD广告流量



流量 - PCAD广告婚摄行业核心人群竞争情况

- 婚摄行业核心人群口径：20-45岁女性，在7.1-7.30 期间的PCAD各媒体的竞争情况；
- 竞争情况： 整体核心人群曝光占比约25%，腾讯视频、手Q曝光量级大 且大盘竞争水位较低， 可作为重点增投流量。

平台 / 规格	曝光占比	规格ecpm	机会
腾讯新闻	21%	12.80	① 腾讯视频、手Q TA占比高，竞争水位低，可重点增投 ② 腾讯新闻、微视、TKD TA占比均衡，TA存一定竞争优势，可重点关注 ③ 购物号需单独开白投放，可申请定投测试
腾讯视频🔥	30%	4.65	
微视	23%	25.91	
TKD	22%	9.56	
Q系🔥	30%	11.21	
购物号	32%	26.70	
TME	29%	15.92	

流量 - PCAD广告流量

优秀案例 媚惑摄影



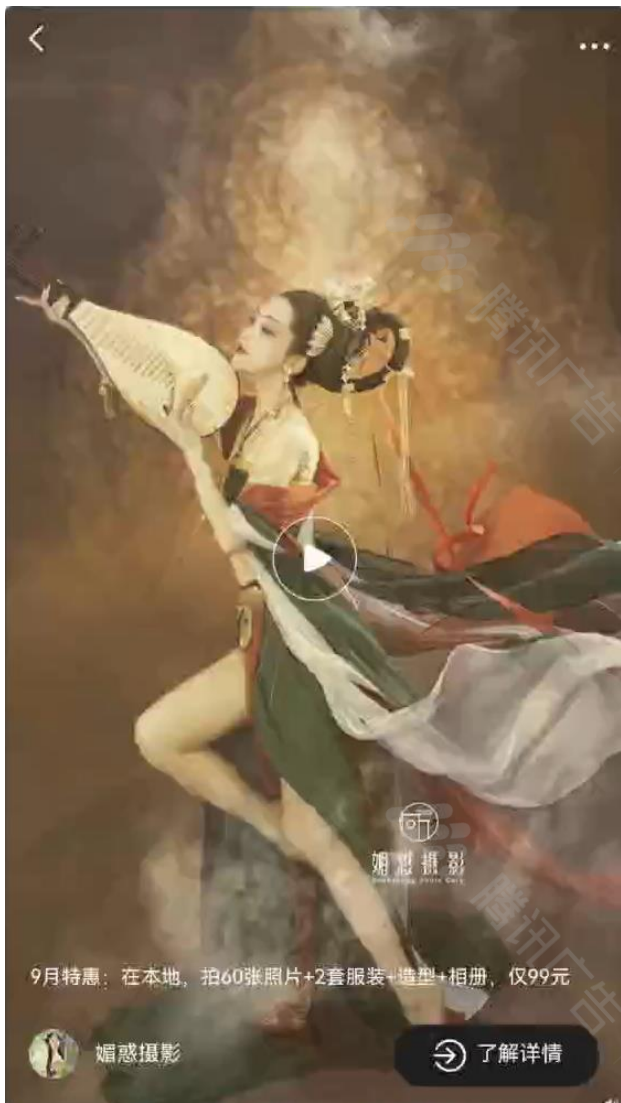
点击率: **1.54%**



转化率: **3.03%**



转化成本: **63元**



投放技巧

版位通投

腾讯平台与内容媒体版位全选, 增加曝光机会。



延长投放时间

建议工作日投放时间为20-24点, 休息日为11点-24点, 十一期间尤其可加大投放力度拿量。



沉浸体验

建议进行竖版视频+落地页收集线索链路的组合进行测试。竖版形式全视觉覆盖, 信息展现能力更强。



优惠券组件

落地页可表单组件搭配优惠券组件, 表单预约与领券双转化并行, 提升整体转化率。



形态 - 朋友圈广告形态

选择式卡片

选择式卡片广告



原生页C



原生页A



原生页B



① 点击外层图文/视频及文案区域, 跳转至自动生成的简易原生页 (默认拉取, 不支持自定义)

注: 1. 原生推广页A&B 可分别设置不同的原生页

2. 原生页顶部组件类型需与外层类型保持一致, 如外层为视频, 原生页顶部也必须为视频

形态 - 朋友圈广告形态



自定义标签

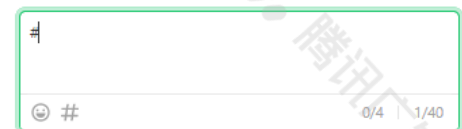


倒计时组件



文案超链接#

外层文案



形态 - 订阅号广告形态

人群结构相似、但eCPM只有朋友圈1/2不到”物美价廉的广告位。

- 展示位置：出现在订阅号消息列表中的第三个广告位
- 用户属性：用户年龄主要集中在18-40岁
- 资源位特点：订阅号广告位的曝光人群与朋友圈高度重合，交集人群占订阅号广告位整体曝光88%

- 投放策略指引：需白名单配置，配置成功后符合素材规格要求的广告会单独投放到订阅号广告位
- 素材建议：支持规格16:9的横版图片及视频素材的广告
- 出价建议：可结合双阶段出价，提升粉丝开口率以及转客资率。



朋友圈 订阅号盒子广告

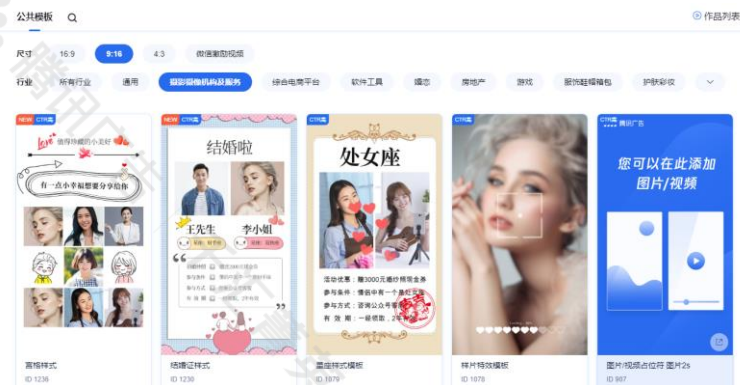
订阅号投放数据相比较于朋友圈：

关注成本 ↓33.19%

关注CVR ↑43.37%

创意 - 创意中心模板

功能：素材大改造，老图也能新用



提供行业定制化模版，满足婚摄行业个性化广告图片诉求。

技巧：选择适配婚摄行业的专属模板

创意中心使用路径

微信广告投放端——工具箱——创意中心——创意中心工具箱——图片/视频模板



- 使用方式：选用适合的模板——替换文字、样片即可

效果案例：星座模板投放效果佳



转化率
4.93%

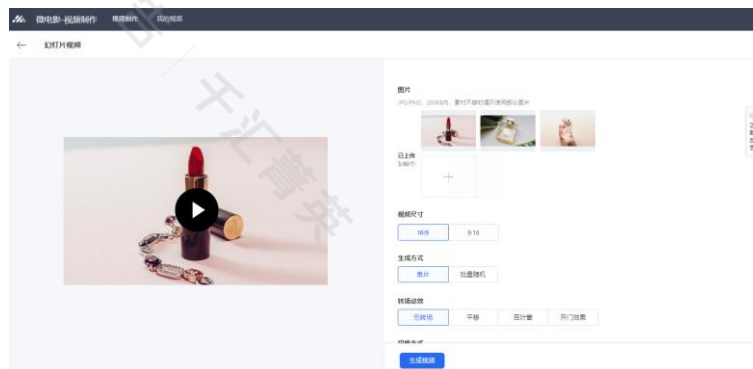
关注成本
220元

注册成本
↓35%

创意 - 小视界

功能：活用转场效果动态呈现吸引

小视界支持一键生成视频广告创意，还提供大量优质模版，配合强大的编辑能力，帮助广告主快速产出更优质的视频创意。



技巧：快速制作样片展示类视频

小视界使用路径

微信公众号后台-素材中心-创意工具-小视界-创建幻灯片视频



幻灯片卡点视频制作要点

- 演绎结构：连续视觉钩子-同一/不同风格样片切换
- 呈现手法：8-15张样片，配合音乐加以转场效果呈现
- 转场方式：可单一/组合各种转化方式切换〔平移/渐隐刷入/笔刷转场/百叶窗...〕
- 字幕展示：无字幕或结合视频内容显示字幕〔风格标注/价格标注/优惠标注/音乐字幕标注...〕

效果案例：投放效果优异



转化率
10.1%

关注成本
↓ **15%**

注册成本
↓ **10%**

创意 - 悬浮按钮

功能优势

【随时转化】：用户进入落地页3-5秒或滑动半屏后，底部展现悬浮按钮，且该按钮固定展现，不受页面滑动影响，用户可边看边转化；

【多样跳转】：①原生推广页-支持跳转关注/外链/小程序/在线咨询/一键拨号/添加企业微信等多种链路；②原生推广页小程序版-支持跳转表单/在线咨询/一键拨号/一键预约链路，可根据活动内容灵活设计；

【卡片样式】：①缩略图+标题+描述+跳转按钮〔推荐〕；②标题+描述+跳转按钮；③标题+跳转按钮；

【特殊逻辑】：页面中出现全景图时，悬浮按钮将暂时消失。



运营玩法

【缩略图】：a. 紧扣节日氛围：红包、圣诞树、圣诞老人、粽子、月饼、礼盒等；b. 凸显品牌实力：样片、LOGO、场馆图等；c. 强调活动力度：优惠券、折扣、低价套系等；

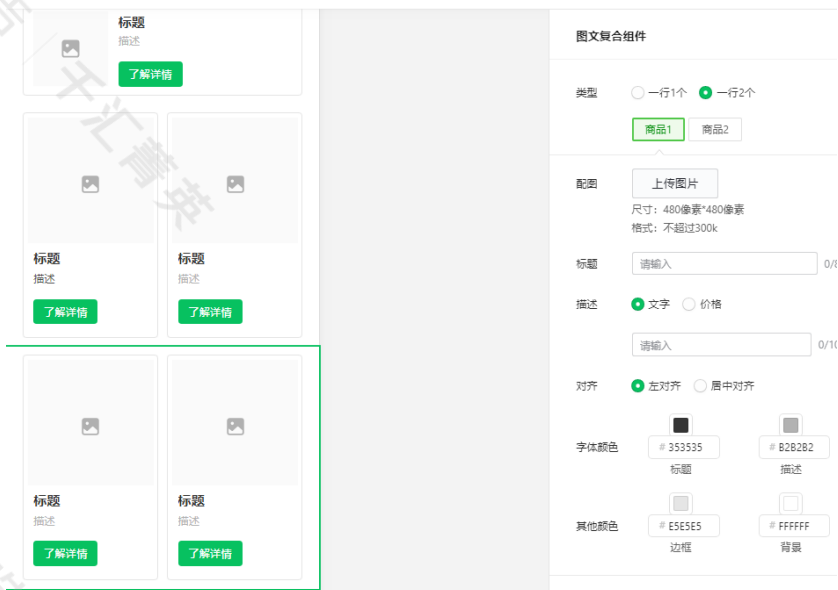
【按钮文案】：“领取双旦好礼”、“查看国庆套系”、“520甜蜜礼包”等吸引用户点击。



创意 - 图文复合组件

功能优势

- 【橱窗展示】：产品可以分1行1个或1行2个进行展示，类似电商货架，更有利于用户点击；
- 【全局跳转】：选择全局跳转模式，用户点击该板块内的按钮/文案/图片，均可实现跳转，能最大限度提升落地页转化率；
- 【链路多元】：支持跳转至小程序、公众号、H5外链、商家企业微信等多种链路，转化更多元。



运营玩法

- 【搭配技巧】：①本地婚纱/写真：多风格展示，如韩式、中式、海边、小清新等；②旅拍：多目的地展示，如三亚、丽江、巴厘岛、马尔代夫等；③儿童：多主题展示，如满月照、百日照、全家福等；④婚庆：多价位展示，如5W以下、5-10W、10W以上等；
- 【文案建议】：“双行”文案展示，可利用主副标题优势，衔接优惠手段，直击消费者内心。副标题还可进行数字游戏，设置价格“3XXX”等样式，促进点击；
- 【按钮建议】文案方向可紧扣用户关注的点〔如价目表、优惠、更多样片〕引导用户点击，还可结合时下投放路径，根据广告主投放需求进行二次跳转。建议优选推广目标与转化链路一致的玩法，转化数据叠加计算，提升CVR，促进eCPM提升。



杭州佳丽

转化率

↑20%

关注成本 有效客资成本

↓15% ↓60元

创意 - 跑马灯

功能优势

【计数引导】：当表单转化人数 > 10人时，系统自动展示该功能，有利于营造活动火爆氛围，促进用户决策；

【展示已报名用户】：跑马灯样式循环滚动已参加用户，提升用户紧迫感；

【自定义提交后内容】：可自定义编辑用户提交后的提醒内容，形成闭环，促进进一步转化的同时，提升用户体验。

运营玩法

【组合使用】：建议计数设置+展示已报名用户+自定义提交后的内容3个功能组合使用，提升用户体验感，促进转化；

【提交后的文案】：18个字，建议涵盖用户后续使用方法，如线下客服电话、门店地址、有效期等内容；

【适用对象】：写真、儿童等线索收集类客户



萌小主婴童摄影

单广告消耗

> 3w

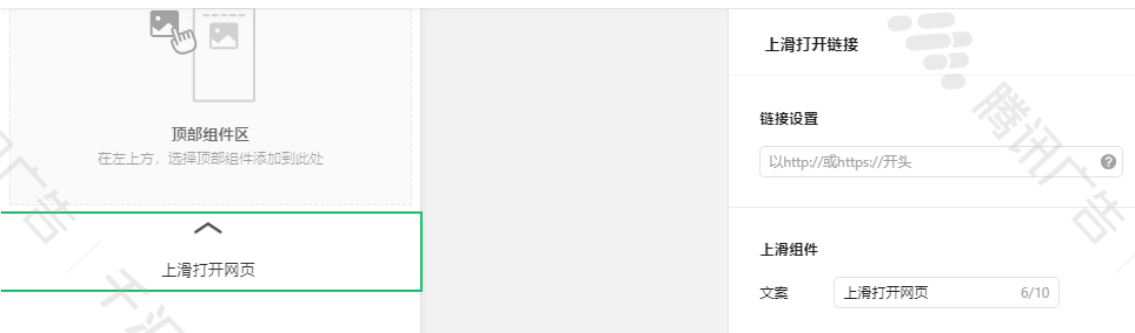
线索成本

↓ 10%

创意 - 上滑打开链接

功能优势

动态向上箭头指引，上滑页面后可直接跳转H5链接，体验路径更顺畅。



运营玩法

【放置位置】建议放在落地页最底端，符合用户操作路径。

【文案设置】建议设置“上滑获取报价”，“上滑获取更多婚纱套系”等引导性文字。

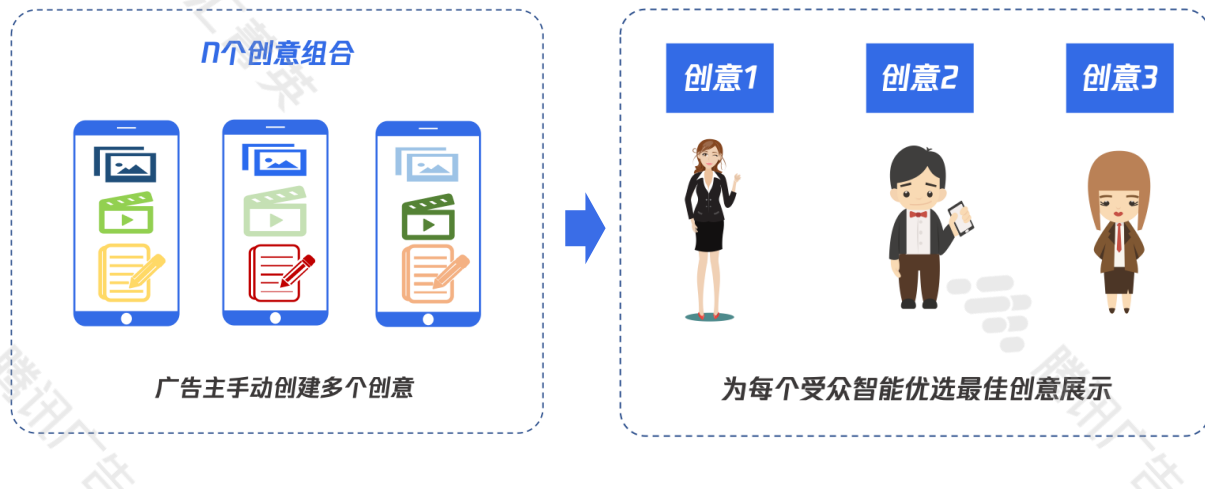


创意 - MC多创意

MC多创意优选

【功能优势】基于腾讯大数据洞察能力，MC多创意广告能为广告主自动辨识优质素材，结合分析数据推荐与受众相互匹配的创意内容，节省广告投放时大量的人力投入，提高操作效率。

【使用流程】在创建广告时，广告主可以自定义添加多个创意组合，手动上传之后，多创意广告可以一次性高效测试出多条优选广告创意。利用该工具，广告主能针对每个受众的特点，优选最佳创意展示进行，从而迎合不同人群喜好，优化广告点击率。



效果案例

第一期：文案测试
文案为唯一变量，素材、定向、落地页均一样，测试出优秀文案复用全账户

素材落地页2	审核通过	操作 ▾	推广我的公众号	
素材落地页3	审核通过	操作 ▾	推广我的公众号	
素材落地页4	审核通过	操作 ▾	推广我的公众号	
素材落地页1	审核通过	操作 ▾	推广我的公众号	

第二期：素材测试
沿用第一期测试表现优秀的文案，素材为唯一变量，定向落地页均一样

文案3	审核通过	操作 ▾	推广我的公众号	
文案4	审核通过	操作 ▾	推广我的公众号	
文案2	审核通过	操作 ▾	推广我的公众号	
文案1	审核通过	操作 ▾	推广我的公众号	



大城小爱

卡片点击率 **↑1.8%** 开口率 **↑15%**

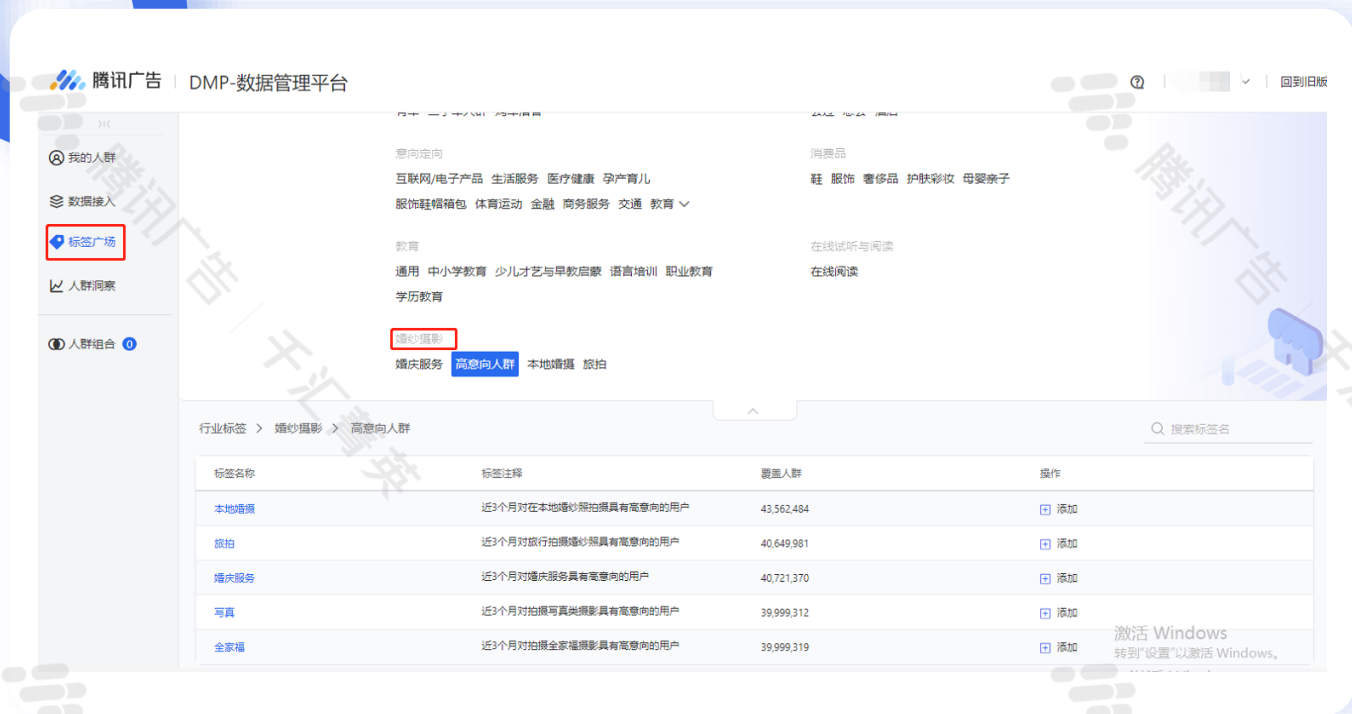
多图点击率 **↑3.0%** 注册成本 **↓20%**

精准覆盖：定向、产品与策略

定向 - 多维定向：兴趣行为标签、婚恋育儿状态标签

定向	功能介绍	洞察分析展示维度	量级	适用品类	使用技巧	推荐指数
兴趣行为标签	根据用户兴趣或行为表现，将广告定位到这些用户	- 兴趣分布：新闻、娱乐、医疗、餐饮、游戏、家居、互联网、旅游、体育、美容、交通、生活等 - 行为分布：商务、教育、金融、服饰、房产、新闻、娱乐、医疗、餐饮、游戏、家居、互联网、旅游、体育、美容、交通、生活等	大	全行业	可结合高活跃、高消费的年轻群体行为兴趣重投放，保证投放人群的活跃度提升后端转化率；如果账户历史没有勾选兴趣行为，会导致后台兴趣分布没有数据。	☆☆☆☆
关键词定向	把关键词作为种子词包，进行有效词包扩展	关键词筛选方向——行业相关关键词，如拍婚纱照、行业品牌名称、婚纱照风格等，两者取并集	大	全行业	关键词定向：基础定向+关键词〔可以根据以下关键词〕 ①类别：关键词筛选维度推荐； ②产品词汇：婚纱照、婚纱摄影、深圳婚纱照等； ③品牌词：XX婚纱摄影、XX摄影、XX摄影工作室、自身品牌、当地竞品等； ④婚嫁产业：证件照、婚戒、婚纱礼服、婚礼等； ⑤风格：韩式婚纱照、中式婚纱照、海景婚纱照、旅游婚纱照等； ⑥优惠类：西安婚纱照团购、婚纱照报价表等； ⑦地域：深圳拍婚纱照、上海婚纱照、北京婚纱摄影公司、西安摄影工作室等。	☆☆☆
行业的相关标签	婚恋&育儿	婚恋状态；小孩子年龄段定选择	大	写真，婚摄	基础定向〔地域+年龄+性别〕+行业标签用户进行组合使用+种子人群包	☆☆☆☆

产品 - 标签广场：巧用婚摄行业标签，寻找目标人群提高转化



针对性行业标签

- 高意向人群会以月度更新数据，持续丰富行业标签，建议重点关注。



操作步骤

- 进入微信投放端-->人群管理-->高级功能〔进入DMP管理平台〕→标签广场→行业标签；〔婚纱摄影根据自身业务范围选择对应标签，如婚庆服务、本地婚摄、旅拍等，进行添加生成人群后在广告创建时可见。〕

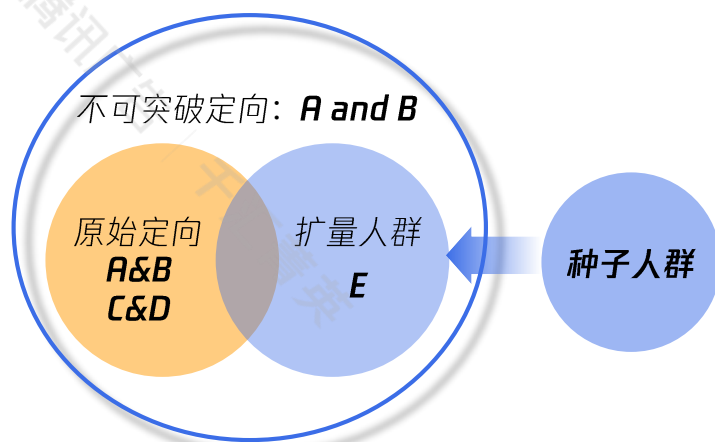
产品 - 标签广场：巧用婚摄行业标签，寻找目标人群提高转化

品类	标签	洞察标签	人群包名称【即客户后台收到】	量级	使用技巧	推荐指数
婚庆服务	婚庆服务-酒宴	近3个月有酒宴预定/婚礼策划/婚纱租赁/一站式婚礼服务相关行为的用户	109_酒宴_婚庆	1652w	①基础定向【地域+年龄+性别】+垂直标签人群 ②基础定向【地域+年龄+性别】+垂直标签人群+高意向人群 ③基础定向【地域+年龄+性别】+垂直标签人群+高意向人群+标签专区-消费水平、消费偏好标签等打包 常规排除包：婚庆服务不感兴趣人群、老龄人群排除包、低龄粉丝包，以及已关注公众号人群等；	☆☆☆☆
	婚庆服务-婚礼策划		110_婚礼策划_婚庆	609w		
	婚庆服务-婚纱租赁		111_婚纱租赁_婚庆	124w		
	婚庆服务-一站式婚礼服务		112_一站式婚礼服务_婚庆	1490w		
	高意向人群-婚庆服务	近三个月对在婚庆具有高意向的用户	婚庆服务h3_优化	4072w		
本地婚摄	韩式	近三个月有婚摄相关行为的用户，且能区分出拍摄偏好风格为韩式/中式/西式/现代/森系/花海/棚拍/外景。	101_韩式_本地	252w	①基础定向【地域+年龄+性别】+垂直标签人群 ②基础定向【地域+年龄+性别】+垂直标签人群 ③基础定向【地域+年龄+性别】+垂直标签人群本地婚摄+高意向人群本地婚纱+标签专区+排除已婚人群、孕产育儿、怀孕备孕人群等打包，进行多包混投； 常规排除包：老龄人群排除包、老龄人群排除包、低龄粉丝包、婚纱摄影/摄影摄像不感兴趣人群、旅拍不感兴趣人群，以及已关注公众号人群等；	☆☆☆☆
	中式		102_中式_本地	208w		
	西式		103_西式_本地	10w		
	现代		104_现代_本地	116w		
	森系		105_森系_本地	408w		
	花海		106_花海_本地	80w		
	棚拍		107_棚拍_本地	149w		
	外景		108_外景_本地	61w		
	高意向人群-本地婚摄	近三个月对在本地婚纱具有高意向的用户	本地婚摄h3_优化	4356w		
旅拍	国内旅拍	近三个月有旅拍行为的用户，且能区分出旅拍目的地是中国境内/国外	113_国内_旅拍	598w	①基础定向【地域+年龄+性别】+垂直标签人群 ②基础定向【地域+年龄+性别】+垂直标签人群 ③基础定向【地域+年龄+性别】+垂直标签人群+高意向人群+标签专区。如排除已婚人群、孕产育儿、怀孕备孕兴趣人群等打包，进行多包混投； 排除包：老龄人群排除包、老龄人群排除包、低龄粉丝包、婚纱摄影/摄影摄像不感兴趣人群、旅拍不感兴趣人群，以及已关注公众号人群等；	☆☆☆☆
	国外旅拍		114_国外_旅拍	167w		
	其他旅拍		115_其他_旅拍	813w		
	高意向人群-旅拍	近三个月对在旅拍具有高意向的用户	旅拍H2_优化	4064w		
写真	高意向人群-写真	近三个月对写真具有高意向的用户	婚摄-写真行业核心人群	3999w	①基础定向【地域+年龄+性别】+高意向人群写真 ②基础定向【地域+年龄+性别】+垂直标签人群【婚庆服务/本地婚摄/旅拍】+高意向人群写真【根据自身业务特性勾选对应品类及意向标签进行组合】 ③基础定向【地域+年龄+性别】+垂直标签人群【婚庆服务/本地婚摄/旅拍】+高意向人群写真+标签专区 常规排除包：老龄人群排除包、老龄人群排除、低龄粉丝包、写真不感兴趣人，以及已关注公众号人群等；	☆☆☆☆
儿童	高意向人群-全家福	近三个月对全家福具有高意向的用户	婚摄-全家福行业核心人群	3999w	①基础定向【地域+年龄+性别】+高意向人群 ②基础定向【地域+年龄+性别】+垂直标签人群+高意向人群全家福 常规排除包：排除包-离异人群【全家福负向人群】、老龄人群排除包、低付费意向人群、儿童摄影不感兴趣人群，以及已关注公众号人群等；	☆☆☆☆

策略 - 种子人群自动扩量

功能：扩展广告投放量级与精度

利用模型找到目标人群



广告主开启自动扩量并使用种子人群后，策略会在不可突破基础上，圈定相似的高质量人群投放。

使用技巧：数据源辅助系统理解目标人群

多种组合提升扩量精准度

地域+性别+年龄 **不可突破** + 优先跑量搭配以下定向：

- 种子人群 [一方转化数据] 自动扩量
- 种子人群 [一方转化数据] 自动扩量+自定义行业精准人群重定向
- 种子人群 [历史正向人群包] 自动扩量+行业高潜人群重定向
- 种子人群 [行业感兴趣重定向] 自动扩量+历史正向人群重定向 [多包混投]

Tips: ①建议上传已订单客户数据/有效客户数据的号码包作为一方数据，量级在5K-2w左右；
②切记需要勾选不可突破 [如不可突破地域，年龄]，并对已转化/行业不感兴趣/低龄/老年人群进行排除营销。

效果案例：曝光大幅提升，成本稳中有降

婚纱摄影品类自动扩量投放情况

非扩量部分转化成本/元	114.3
扩量部分转化成本/元	95.5

蕾蕾纯色自动扩量广告投放效果

单条广告量级	公众号关注成本
↑ 255%	↓ 7%

策略 - rulelab智能加强模式

基于广告主一方数据，结合腾讯数据&算法生成加强系数，并作用到eCPM上 [如高价值人群eCPM*1.2，低价值人群eCPM*0.7]。以优化曝光结构，提升高价值人群的拿量能力。

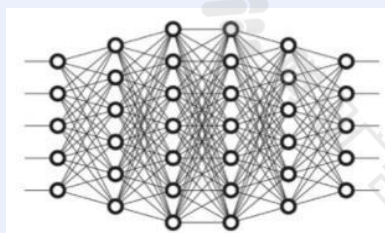
正负样本训练模型

样本构建

user_id	Label	Features
6616252a	1	{age: 20, gender: male, ...}
...	...	...

关联腾讯画像数据

模型学习



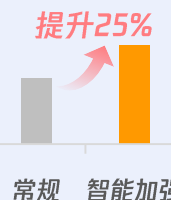
modeling $f(\text{user}) \rightarrow \text{roi}$

优秀案例 - 某婚庆客户A

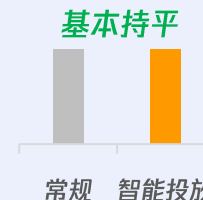
基本信息	
加强目标	人群加强-智能加强
Rule 类型	人群加强-智能加强
Rule 名称	...
Rule ID	1576
更新时间	2021-06-24 15:41:20
生效流量范围	微信和非微信流量均可生效
Rule 样本	高价值人群
	0.021,1-6-有效
计算结果	计算成功, 可将该 Rule 应用于广告或广告主账户 配置应用

- 加强配置:** 一方有效人群智能加强, 账户范围生效
- 账户设置:** 账户常规投放, 辅以一键起量+自动出价功能
- 配置前VS配置后:** 日均消耗提升25%, 转化成本基本持平

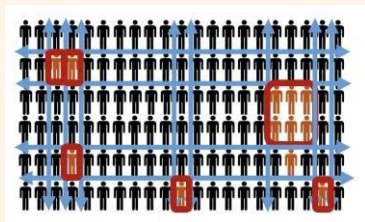
日均消耗



转化成本

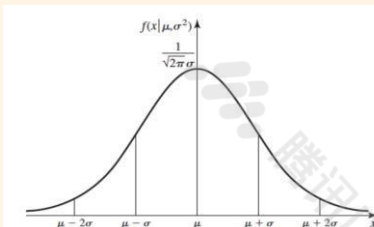


在线打分预估



$$ecpm_{new} = ecpm * g[user]$$

加强系数生成



$$f(\text{user}) \rightarrow g[\text{user}]$$

分人群分层出价

转化增效：链路能力

链路 - 简版原生页：自动拼接一键生成，提升常规广告转化率！

功能优势

【自动拼接】：无需单独制作，系统根据外层素材自动拼接成推广页

【转化直达】：减少跳转流程，点击外层可直达转化层级，相对常规原生页转化率更高！

【模板类型】：①默认模板：将外层素材、公众号头像和名称、文案、转化按钮拼接为简版原生页；②自定义页面：将外层素材与对应的页面拼接为简版原生页。

广告样式 ☒ 常规广告 ☐ 基础卡片广告

外层文案 0/1 | 0/40

请输入广告文案
[查看文案规范](#)

外层素材跳转 ☐ 原生推广页 ☒ 简版原生页 ☐ 素材放大为全屏展现

外层素材样式 ☒ 图片 ☐ 横版视频

外层图片 ☒ 1张 ☐ 3张 ☐ 4张 ☐ 6张

[上传图片](#)

只需上传素材图，便可生成原生推广页 [查看示例](#)
 图片尺寸(三选一)：800*800像素、640*800像素、800*640像素；
 图片格式：大小要求在300KB以内，若超出系统会自动压缩，不支持GIF格式，其中文字占图片篇幅不超过30%；
[查看图片规范](#)
[请上传广告位图片](#)

运营玩法

【适用对象】：关注类广告主

【推荐玩法】：常规广告图文/视频+自定义页面〔公众号详情页〕，点击常规广告后，落地页直接展示外层素材及公众号详情页，减少原生页跳转，提升常规广告转化率；

【内容建议】：历史文章的推送内容建议与广告外层文案相结合，可重点突出特惠活动等详情内容吸引用户转化。



杭州金夫人

转化率

↑1.04%

关注成本

↓10元

注册成本

↓80元

链路 - 一键关注：简化场景切换，增加粉丝开口机会

功能优势

【简化场景切换】：可以实现在原生场景下进行关注，无需再跳转到公众号历史详情页，简化了场景切换，有效提升转化率；

【自由组合】：同一落地页内，广告主可同时使用一键关注按钮和常规关注按钮，实现转化率和有效率双收；

运营玩法

【量级考量】：目前该功能覆盖70-80%的人群，建议投放时不要拿跑量主账户测试该功能，避免部分人群被版本过滤，影响曝光；

【公众号介绍优化】：一键关注功能，强化了公众号介绍的重要性，建议配合节日特惠活动，强势吸睛，进一步促进转化。



波西米亚



转化率

↑54%



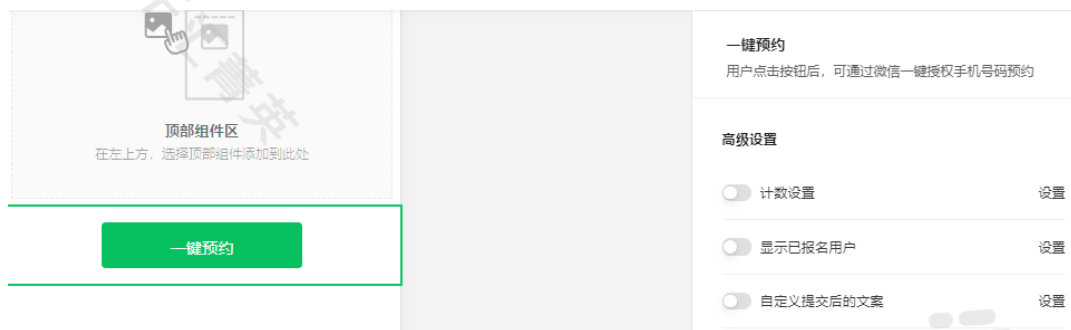
关注成本

↓30%

链路 - 小程序一键预约：创新转化链路，简化线索获取流程

功能优势

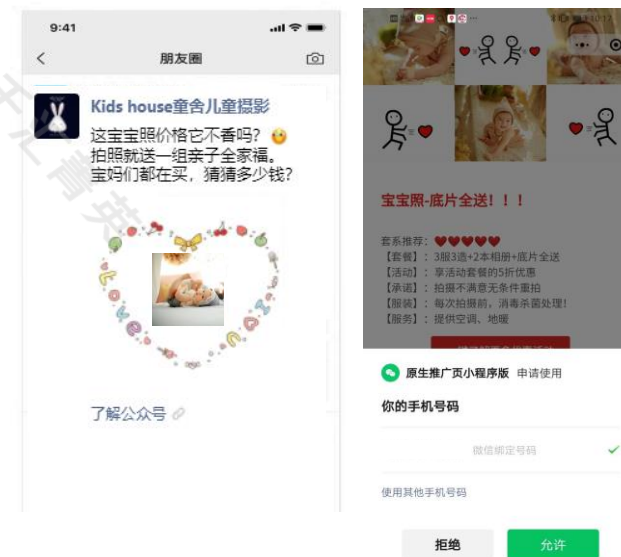
- 【缩短转化路径】：无需由原生页承接
- 【提升转化率】：用户点击转化按钮，一键可授权手机号，无需手动填写线索
- 【提升有效率】：一键拉取用户微信绑定号码，避免用户手动填写错误，提升线索有效率〔若用户当前使用号码与用户号码不符合，可更改号码〕
- 【小程序组件展示多样化】：图片/轮播图/全景图/视频多形式展示套系产品



运营玩法

适合线索类广告主使用，可帮助广告主在流量紧张时期，获取优质流量。

- a) 凸显套餐活动：结合双旦优惠活动及不同风格套系客片，勾起用户拍摄欲望；
- b) 按钮引导清晰：每屏都设置转化按钮，分别配合不同利益点，引导用户点击，形式转化；
- c) 优惠信息突出：突出双旦限时钜惠，增加下单紧迫感，强调多套系，多内容，多服务，以折扣和优惠吸引用户。



童舍儿童摄影

开口率

60%

关注成本

65元

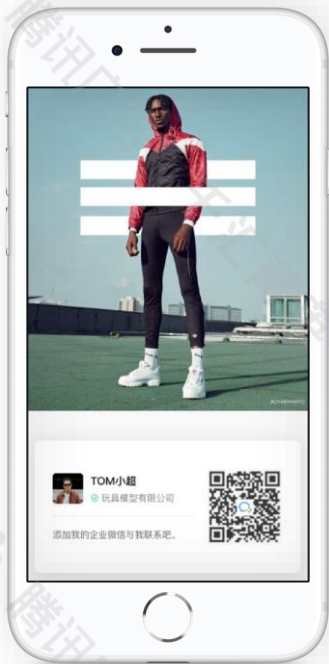
关注成本

120元

链路 - 企业微信链路：新链路探索，开启长效运营之路

添加企业微信

- 公众号开口新政追粉限制增大，通过直接添加微信，可避开政策影响；
- 企业微信客服更具官方性，可提升用户信任度，提升转化意向；
- 意向客资会沉淀至私域环境中，未来可通过企微的朋友圈，活动刺激等，进一步挖掘转化。



长按识别



企微名片



添加后进入聊天

MP企业微信客服

- **缩短路径：** 点击按钮可直接进入咨询，无需添加好友；
- **提升人效：** 接入云雀客服后，鼠标手可统一跟进；
- **主界面展示：** 客服消息展示在微信聊天主界面，退出后可再次进入。



点击按钮



发起聊天



直接咨询

课程总结

曝光获客：

- 丰富的流量和资源能力：朋友圈、公众号、小程序、PCAD
- 优质的创意吸引用户：利用广告位多创意形态
- 创意工具辅助：创意中心模板、小视界、悬浮按钮、图文复合组件、跑马灯、上滑打开链接、MC多创意

精准覆盖：

- 多维定向：兴趣行为标签，关键词定向
- 定向产品：①标签广场〔巧用标签，寻找目标人群提高转化〕；②种子人群自动扩量〔利用模型学习找到目标人群〕；③rulelab智能加强模式〔以优化曝光结构，提升高价值人群的拿量能力〕

转化增效：

- 简版原生页：自动拼接一键生成，提升常规广告转化率
- 一键关注：简化场景切换，增加粉丝开口机会
- 小程序一键预约：创新转化链路，简化线索获取流程
- 企业微信链路：新链路探索，开启长效运营之路

THANKS



关注“腾讯营销学院”获取更多学习资源