



腾讯广告 | 千汇菁英

结婚摄影分SKU运营玩法

2021.11

课程目标

目标学员

- 婚摄行业优化师

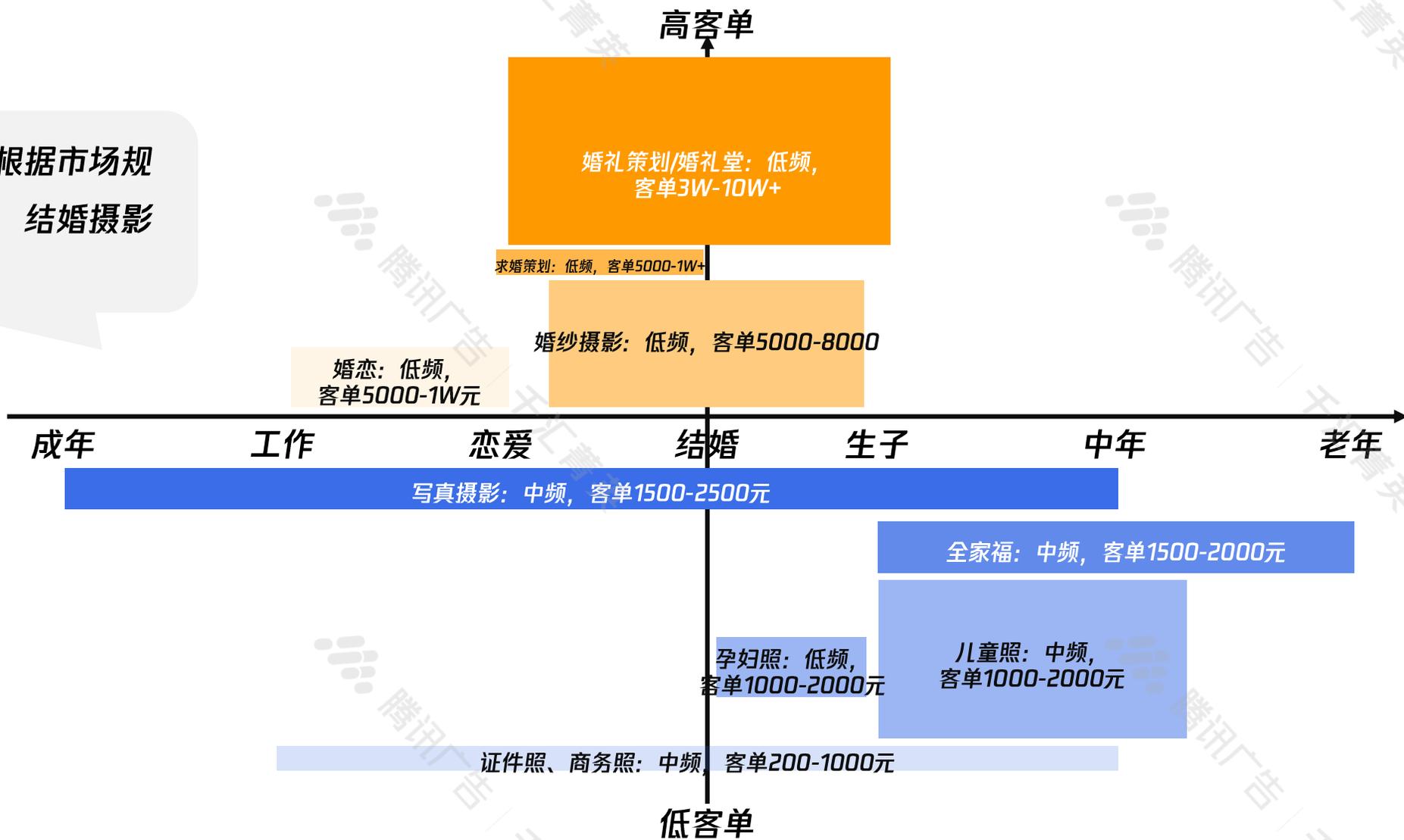
课程目标

- 使学员了解婚摄行业SKU布局
- 掌握细分SKU如何找准目标人群，吸引其兴趣，进而转化

SKU布局

结婚摄影SKU分布

以人的成长轨迹为时间轴，根据市场规模，由低客单价至高客单价，结婚摄影涵盖以下细分SKU：



成熟赛道包含婚纱摄影、结婚服务，潜力增长赛道包含摄影写真、婚恋服务

核心推广链路：关注

目标人群画像：

1. 20-35岁备婚人群为主，总体女性更关注婚纱摄影，更有拍摄决策权
2. 以上海、北京、武汉为核心形成了成熟的商户集群，广东、四川为潜力拓展区域
3. 转化人群均对美容健身、珠宝首饰、买房置业有兴趣；旅拍用户更关注旅游休闲〔蜜月游〕
4. 三类特征人群：完美婚礼主义者〔高端、品质〕、小镇体面中产〔大品牌、服务〕、张扬个性新生代〔个性、明星IP〕

婚纱摄影占比55%

核心推广链路：关注+表单

目标人群画像：

1. 18-45岁爱美的时尚女性为主，男性写真、轻写真为潜力市场
2. 转化人群对美容护肤、爱美时尚、国学古风有兴趣
3. 人群跨度较广，随着家庭结构的形成，从个人写真、情侣写真延伸到孕妇、儿童、全家福写真

摄影写真23%

婚恋服务
7%

核心推广链路：表单

目标人群画像：

1. 单身，有一定经济基础的青年，男性占比大
2. 一线、新一线优质单身女青年消费潜力大，以销售、护士、教师、法律类职业为主

核心推广链路：关注+表单

目标人群画像：

1. 20-35岁备婚人群为主，总体女性更关注婚礼策划、礼服设计，但高端婚礼也需父母支持
2. 转化人群具有高品质生活、关注蜜月游、置业装修等特征

结婚服务15%

找准人

找准人-目标人群特点

婚纱摄影

用户需求:

- ①有拍婚纱照需求意向
- ②品牌调性及服务、风格场景满足诉求

广告主需求:

- ①寻找高预算意向明确人群
- ②目标人群与门店、拍摄地匹配

摄影写真

用户需求:

- ①有写真拍摄需求意向
- ②风格场景、妆发服饰品质激发需求

广告主需求:

- ①寻找高价值忠诚意向群体
- ②距离友好、管家服务

结婚服务

用户需求:

- ①有结婚相关服务需求
- ②婚礼场景布置、服务流程符合期待

广告主需求:

- ①寻找高预算意向明确人群
- ②目标人群需求所在地与门店匹配

婚恋服务

用户需求:

- ①有求偶相关服务需求
- ②推荐人群质量、服务流程符合标准

广告主需求:

- ①寻找高预算意向明确人群
- ②女性高价值人群挖掘

人群特征筛选

- 高价值初筛: 年龄、性别、学历
- 强地域筛选: 常驻所在地域、家乡地域
- 低价值排除: 不感兴趣人群、已转化人群、秒取关人群等

应用方向: 行业基础定向投放

基础通用标签

基础人群属性	高价值兴趣意向	负向人群
地域年龄	婚恋摄影	不感兴趣
学历水平	美容护肤	秒取关人群
	旅游运动	低消费人群
		已转化人群

定制数据应用

二方立方标签

- 意向兴趣人群:
按类目关键词沉淀: 备婚、写真、儿童、婚恋
- 应用方向: 意向及事实人群标签召回、提权、精准合约

一方价值数据

- 数据维度: 有效客资、进店、订单等数据
- 应用方向:
 - ①人群扩展: lookalike、关系链拓展
 - ②意向建模: 赛道及大客个性化意向建模人群
 - ③模型策略: ROI策略一方人群智能加强

进阶定制标签

意向兴趣人群	流量场景人群	意向预测人群
备婚立方意向	公众号内容流量主	婚纱摄影、婚庆核心人群
写真儿童意向	PCAD内容流量主推荐	写真儿童核心人群
婚恋意向		大客个性化核心人群
结婚商品购买		

找准人 - 定向组合应用

定向	婚纱摄影	摄影写真	结婚服务	婚恋服务
宽定向	年龄: 20-35岁 地域: 目标投放地域 婚恋育儿状态 排除营销: 已经关注人群	地域: 门店所在地 年龄: 20-45岁 性别: 女性 排除营销: 已经关注人群	年龄: 23-35岁 地域: 门店所在地 排除营销: 已经关注人群	年龄: 25-50岁 地域: 门店所在地 学历: 专科以上
窄定向1 行为兴趣 关键词	地域: 门店所在地 年龄: 20-35岁 性别: 女性 兴趣行为关键词: 与拍婚纱照相关的产品词汇/品牌词汇/产业词汇/风格词汇/地域词汇 [例如: 中式婚纱照、北京婚纱照、海景婚纱照、花海婚纱照等] 排除营销: 已经关注人群	地域: 门店所在地 年龄: 20-45岁 性别: 女性 兴趣行为关键词: 与写真相关的产品词汇/品牌词汇/产业词汇/风格词汇/地域词汇 [例如: 古装写真、北京写真照、亲子照等] 排除营销: 已经关注/成单人群	年龄: 23-35岁 性别: 女性为主 地域: 门店所在地 兴趣行为关键词: 与婚庆相关的产品词汇/品牌词汇/产业词汇/风格词汇/地域词汇 [例如: 婚礼策划、户外婚礼、酒店婚礼、结婚三金、结婚床上用品等] 排除营销: 已经关注/成单人群	年龄: 25-50岁 地域: 门店所在地 学历: 专科以上 兴趣行为关键词: 与婚恋相关的产品词汇/品牌词汇 排除营销: 已有客资人群
窄定向2 人群重定向	地域: 门店所在地 年龄: 20-35岁 性别: 女性 人群重定向: 婚纱摄影行业高潜/意向人群 排除重定向: 婚纱摄影不感兴趣人群/秒取人群/老龄人群/账户不感兴趣人群 排除营销: 已经关注人群	地域: 门店所在地 年龄: 20-45岁 性别: 女性 人群重定向: 写真行业高潜/意向人群 排除重定向: 写真行业不感兴趣人群/秒取人群/老龄人群/账户不感兴趣人群 排除营销: 已经关注人群	地域: 门店所在地 年龄: 23-35岁 性别: 女性 婚恋育儿状态 人群重定向: 婚庆行业高潜/意向人群 排除重定向: 婚庆行业不感兴趣人群/秒取人群/老龄人群/账户不感兴趣人群 排除营销: 已经关注人群	年龄: 25-50岁 地域: 门店所在地 学历: 专科以上 人群重定向: 婚恋行业高潜/意向人群 自动拓量: 结合一方种子人群

吸引人

吸引人 - 文案建设要素

	婚纱摄影	摄影写真	婚庆服务	婚恋服务
吸睛元素	<ul style="list-style-type: none"> 电商热词 限定对象/时间 爱情金句 网红句式 情侣对话 趣味文案 	<ul style="list-style-type: none"> 电商热词 萌宝照 限定对象/时间 生日照 节点优惠 	<ul style="list-style-type: none"> 一生一次 素材中婚礼的主题名 有点小贵, 但很好看 梦幻婚礼 	<ul style="list-style-type: none"> 互动感切入 相亲者条件 离异交友 生日照 真人交友
产品服务	<ul style="list-style-type: none"> 拍摄地点 	<ul style="list-style-type: none"> 拍摄地点 	<ul style="list-style-type: none"> 举办地 	<ul style="list-style-type: none"> 同城交友 线下相亲活动 相亲社区
优惠信息	<ul style="list-style-type: none"> 报价 婚嫁礼包 优惠券 赠品信息 	<ul style="list-style-type: none"> 特价金额 拍一送一 赠品信息 	<ul style="list-style-type: none"> 报价 	<ul style="list-style-type: none"> 高性价比 免费相亲社区
保障承诺	<ul style="list-style-type: none"> 无隐形消费 婚嫁礼包 底片全送 赠品信息 	<ul style="list-style-type: none"> 不满意重拍 拍一送一 无隐形消费 	<ul style="list-style-type: none"> 用几万办出百万级婚礼效果 	<ul style="list-style-type: none"> 定期组织线下活动

吸引人 - 爆款文案分析



婚纱摄影

统一回复, 是真的
不要2999, 不要299, 现在
领取==立减3000+星级酒店
住宿+多拍60张

吸睛元素 **电商热词**

优惠信息 **优惠券** **赠品信息**

对象——自备❤️
仪式感——我们来提供
了解一下 2021 [新] 价目表

吸睛元素 **趣味文案**

优惠信息 **报价**



摄影写真

这个价只敢卖3天
活动优惠, 拍照更便宜
1人限购1次

吸睛元素 **电商热词** **限时限量**

优惠信息 **活动优惠**

11.11优惠连连看
立减1000+赠亲子照, 活动仅
限68个名额, 点击查看活动

吸睛元素 **限时限量**

优惠信息 **赠品信息**



婚庆服务

办婚礼
一生一次, 一次一生
千万别办贵了
查看2022 [{地区}] 价目表*

吸睛元素 **一生一次**

优惠信息 **报价**

办一场婚礼多少钱?
婚礼+婚宴一站式全包, 超高性
价比, 点击获取全新价目表

产品服务 **一站全包**

优惠信息 **高性价比** **报价**



婚恋服务

单身的朋友, 恭喜了
进本地相亲社区, 找个好对象
推荐给单身的朋友
早日脱单

吸睛元素 **互动感切入**

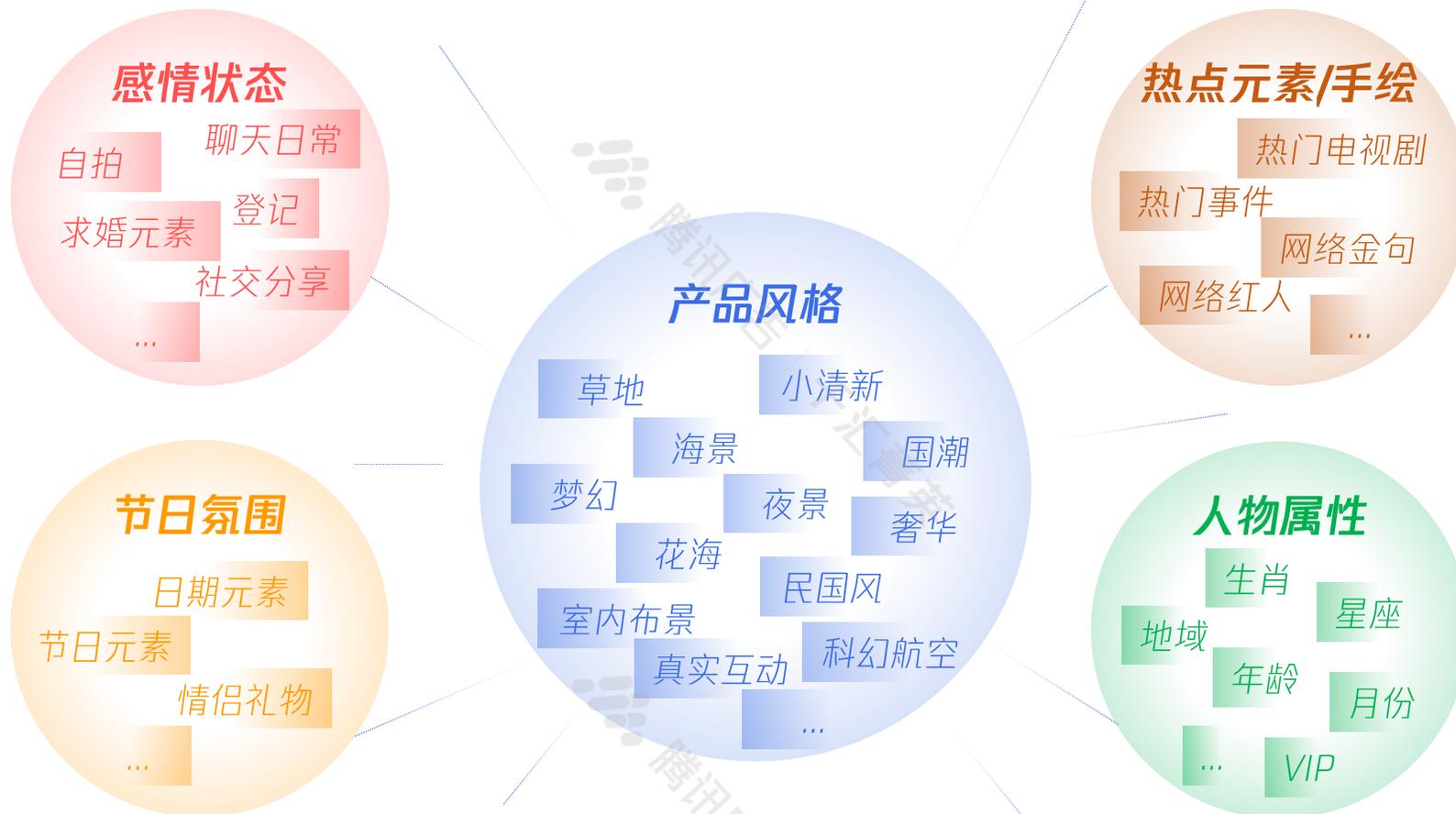
产品服务 **相亲社区**

照片是本人, 一起征婚交友吗

吸睛元素 **互动感切入**

真人交友

吸引人 - 图片吸引要素



吸引人 - 爆款图片分析

CTR 1.28%

古摄影
这套婚纱照太可了
坐标：成都
活动：11.11婚纱照福利
获取：婚纱照2000元抵用券

- 风格类型：小清新风格
- 画面场景：囍字场景
- 爆量元素：感情状-聊天日常，社交场景加强真是感

CTR 0.65%

济南市丽人婚纱摄影
地点：济南
计划：拍婚纱照
套餐：8套服装+2本相册+底片全送
获取2021❤️价目表

- 风格类型：科幻航空
- 画面场景：模拟宇航员
- 爆量元素：热门事件-载人航空，高讨论度附加新奇婚纱照，吸引度UP

CTR 0.99%

重庆雅云摄影
统一回复：是真的
网红❤️俊修修和1岁的婚纱照在这里拍的
参考下，同款婚纱照报价

- 风格类型：海边夜景
- 画面场景：亲密互动+室内外场景
- 爆量元素：网络红人同款婚纱照

CTR 0.97%

广州爱城婚纱摄影
只要是属“鼠”
现在25岁
即可领取2000元婚纱照券
(有效期：2年)

- 风格类型：生肖属性
- 画面场景：生肖+素人照+婚纱照
- 爆量元素：人物属性[生肖]强调专属感，与自身相关信息提升用户关注

CTR 1.71%

11.11, 疯抢5折
3服3造+赠亲子合影
错过等一年!
点击查看活动~

- 风格类型：双11电商元素
- 画面场景：大促节点元素
- 爆量元素：双11狂欢节图标迎合大促氛围，与文案中折扣相互呼应，强利益刺激用户点击

CTR 0.37%

小阿福儿童摄影品牌
VIP 会员福利
3年3次生日照免费拍、全家登记照+品牌淡妆+理发 全部免费，超值

- 风格类型：仿电商展示
- 画面场景：会员福利内容
- 爆量元素：人物属性-VIP会员专属福利，文字+图片的说明清晰明了，刺激用户点击了解

CTR 0.87%

花嫁丽舍
地点：北京
计划：办婚礼
服务：婚礼+婚宴一站式全包
获取2021❤️价目表

- 风格类型：奢华
- 画面场景：婚礼堂实拍
- 爆量元素：场景梦幻，盛大婚礼堂搭配长婚纱女主

CTR 0.91%

- 风格类型：素人自拍
- 画面场景：自拍+可爱特效
- 爆量元素：感情状态[自拍]，素人自拍增强生活感，体现相亲者的真实感

吸引人 - 视频吸引要素



景别选择

①远景

常用于户外基地与景点拍摄，适合展现大场景。

②全景

常用于室内拍摄，适合服装、场景、活动内容等的展示。

③中景

常用于情景剧和化妆展示类，适合展现人物交流与关系

④近景

常用于化妆妆容类，适合表现人物的情感



镜头选用

①手持拍摄

常用于各种类型的视频，镜头晃动可以表现情绪。

②固定机位

适用于情景剧，有效地展示静态环境，或集中于人物互动的表现。

③跟拍

适用跟随主体移动拍摄，代入感强

④推拉摇移

适用于各种类型的视频，扩展画面的视野。



展现内容

①产品品质

通过动态视频增加真实感和可信度，展现产品品质及执行实力。

②服务质量

通过工作人员与客户的互动，体现全程贴心周到的服务。

③展现场景

适用于展现品牌硬实力，一般多种拍摄手法结合，凸显场景。

④情景剧

借多人情景互动，展现需要表达的信息，如优惠活动、套餐内容等。

吸睛元素

①可爱风

- 手指舞
- 网红歌配舞
- 卖萌姿势
- ...

②性感风

- 丰满身材
- 性感服饰
- 美背美腿
- ...

③甜蜜互动

- 情侣舞
- 甜蜜害羞
- 真实互动
- ...

④各类花絮

- 拍摄趣事
- 搞笑摄影指导
- 活动趣事
- ...

⑤剧本情景

- 真人对话
- 剧情突出宣传点
- ...

吸引人 - 爆款视频分析



- 展现内容: 新娘妆展示+套餐文案
- 表达形式: 用高颜值的模特带入完妆场景, 镜头无缝衔接, 转场自然流畅
- 爆量元素:
 - 1、新娘妆效精美
 - 2、模特展示妆容自然大方



- 风格类型: 花絮成片反差+欢快BGM
- 表达形式: 花絮到成片卡点转场, 内外景成片交替轮换, 款式丰富吸引眼球
- 爆量元素:
 - 1、情侣幸福感展示
 - 2、户内/户外样片+动感音乐卡点



- 风格类型: 婚纱裙摆+拍摄美景+活动字幕
- 表达形式: 新娘在拍摄地奔跑的背影, 搭配节日活动, 强势吸睛
- 爆量元素:
 - 1、飘逸的婚纱和优美夕阳景色, 动与静融合, 精美绝伦
 - 2、跳动的活动字幕吸引用户关注活动

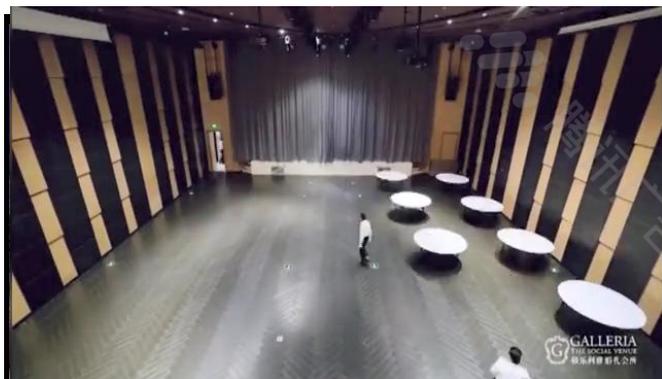


- 风格类型: 中式礼服
- 表达形式: 新人穿着中式礼服, 对镜自拍, 复刻现实生活场景, 凸显真实
- 爆量元素:
 - 1、中式礼服独具特色
 - 2、对镜自拍等场景生活化, 凸显视频真实性

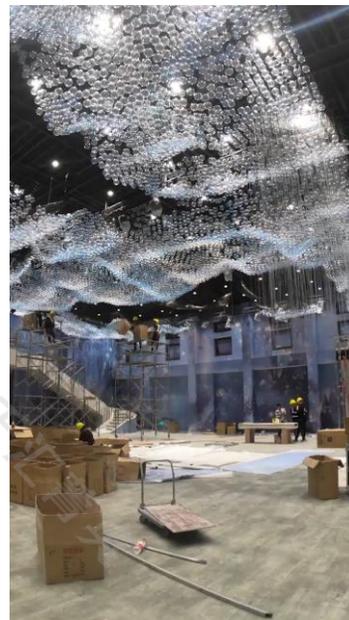
吸引人 - 爆款视频分析



- 风格类型：情景剧类
- 表达形式：近景+人物特写交叉，采用生活化对白引出优惠券，打消用户对价格的疑虑
- 爆量元素：
 - 1、人物特写凸显妆容风格特色
 - 2、互动情景演绎引出优惠套餐



- 风格类型：婚礼堂展示
- 表达形式：360全景拍摄，镜头不同角度切换，凸显婚礼堂现场的盛大场景
- 爆量元素：婚礼堂梦幻盛大的场景+模特大拖尾婚纱，狙击每一个女生的公主梦



- 风格类型：快进布景+场馆展示
- 表达形式：远景+近景特写，以快进的方式，还原婚礼现场一点一滴搭建起来的过程
- 爆量元素：
 - 1、真实效果对快进记录布景过程，所见即所得
 - 2、强烈的前后对比突出场馆的梦幻美丽



- 风格类型：情景剧类+女生自述
- 表达形式：脱单前后生活对比展示
- 展现柔美单身女性孤单生活状态和通过APP脱单后的幸福生活
- 爆量元素：
 - 1、文案+画面双重刺激，紧抓用户孤单心理，引发共鸣
 - 2、前后幸福生活对比激起用户的向往

转化人

转化人 - 落地页内容建设

C端用户

落地页内容建设

婚纱摄影

摄影写真

结婚服务

婚恋服务

打开页面

视觉焦点

限量福利
节日喜庆/大促氛围类吸睛颜色
(星座/年龄/微信用户)专属特权

店庆大促
影视同款
生日照特惠
节日狂欢节

专属定制婚礼
一生一次的婚礼
一站式婚礼婚宴

本地单身交友
单身交友社区
匹配到n位同城异性

引起注意

视觉动线

疑问引导,
好奇驱使:
一套婚纱照
多少钱

内容吸引,
加强引导:
全新主题发布/
风格任选

疑问引导,
好奇驱使:
量身定制写
真照多少钱

内容吸引,
加强引导:
热门IP拍摄
主题发布

疑问引导,
好奇驱使:
这样一场婚
礼多少钱

内容吸引,
加强引导:
了解婚礼详
情

疑问引导,
好奇驱使:
看看你的另一
半是什么样?

内容吸引,
加强引导:
完善信息可
精准匹配

引发兴趣

兴趣延展

不同 [风格/场景/套系]

不同古装造型/妆面套系
不同系列
[个人/宝宝/亲子/闺蜜/情侣]

不同婚礼价位/风格

模拟信息自动匹配系统,
趣味填写信息

内容转化

触点驱使

信任号召:
真实客照
客户好评榜
无隐性消费
提交信息≠预定

利益转化:
福利领取
套系了解
价目表推送
拍摄档期预约

信任号召:
真实客照
客户好评榜
无隐性消费
提交信息≠预定

利益转化:
福利领取
套系了解
价目表推送
查看门店地址

信任号召:
满足多种需求
省心省力一价全包

利益转化:
查看明星同款
免费升级全新场景
咨询档期/报价
更多套系样片

信任号召:
真实客照
公司真实备案信息

利益转化:
暗示恋爱成功率高

转化人 - 优质落地页分析

婚纱摄影



视觉焦点:
大额红色亮眼优惠券吸引注意力



视觉动线:
多个拍摄礼品和附加服务提升品牌体验



兴趣延展:
不同风格的婚纱照可供选择



付诸行动:
不同按钮文案触及用户关注点引导转化, 点击按钮可查看套系/报价/领取礼包等



视觉焦点:
首屏专属特权+限量限时优惠券, 让用户感受独家定制



视觉动线:
超多风格任由用户选择, 引发用户好奇心继续浏览落地页看有哪些风格的婚纱照



兴趣延展:
不同风格的婚纱照可供选择

付诸行动:
悬浮按钮一直放置在屏幕底部不消失, 方便用户随时转化

转化人 - 优质落地页分析

摄影写真



视觉焦点:
首屏限时福利, 触达用户核心关注点



视觉动线:
热门IP拍摄主题, 引导提升兴趣



兴趣延展:
查看158套风格&拍摄流程

付诸行动:
下一页按钮吸引, 强势引导客户关注



视觉焦点:
承接父母记录宝宝成长的需求, 加以限量的“拍一送一”的高额优惠券吸引注意

视觉动线:
宝宝关键成长周期的套餐陈列, 呼应“记录成长”的焦点, 引导用户连续浏览落地页



兴趣延展:
“跑马灯组件”营造活动大热的趋势, 刺激用户从众心理

付诸行动:
不同按钮文案触及宝妈关注点引导转化

转化人 - 优质落地页分析

结婚服务



视觉焦点:
每对新人关注的一生一次的专属婚礼

视觉动线:
不同婚礼橱窗样式展示, 查看各个婚礼详情



兴趣延展:
图文复合组件, 多风格案例吸引用户点击了解

付诸行动:
复合组件多按钮+底部查看报价按钮触发用户转化



视觉焦点:
“中国婚博会”放大字眼, 赋予权威性吸引用户

视觉动线:
以丰富的动画形式阐述婚博会的优势, 详细告知用户参加婚博会的益处



兴趣延展:
8大主题区展示, 凸显“一站式结婚采购平台”的特点

付诸行动:
前后两次引导, 强调“免费领取”打消用户对付费的顾虑

转化人 - 优质落地页分析

婚恋服务



视觉焦点:
匹配到n位同城异性, 免费参与, 引发用户好奇



视觉动线:
模拟自动匹配系统, 由浅到深, 循循引导提交个人信息



兴趣延展:
强调活动的真实性, 使用'立即脱单'话术, 刺激客户需求



付诸行动:
使用一键拉取转化按钮, 减少客户操作, 提升转化效率



首屏焦点:
本地单身相亲群, 定期组织相亲会, 引发单身用户兴趣

视觉动线:
多城市选择申请, 提升本地相亲群可信度

付诸行动:
填写个人信息, 确认提交

信任号召:
精准算法可精准匹配

课程总结

— SKU布局:

成熟赛道包含婚纱摄影、结婚服务, 潜力增长赛道包含摄影写真、婚恋服务

— 找准人:

- 人群特征筛选: 高价值初筛、强地域筛选、低价值排除
- 定制数据应用: 二方立方人群 [意向兴趣人群标签召回、提权、精准合约]、一方价值数据 [数据维度: 有效客资、进店、订单等数据]

— 吸引人:

- 文案建设要素: 吸睛元素、产品服务、优惠信息、保障承诺
- 图片吸引要素: 产品风格、感情状态、节日氛围、热点元素/手绘、人物属性
- 视频吸引要素: 景别选择、镜头选用、展现内容、吸睛元素

— 转化人:

- 视觉焦点→视觉动线→兴趣延展→触点驱使

THANKS



关注“腾讯营销学院”获取更多学习资源