

# 服务商结案报告指南及知数实操演练

## 如何写好一份结案报告？

腾讯汽车行业中心

2022/11/30 谢良思、秦芹

# 目标

## 目标学员

- 交通行业对效果广告结案报告有疑问的服务商

## 课程目标

- 了解效果广告结案报告的撰写逻辑框架，清晰高效呈现项目效果
- 掌握结案报告美化方法，策略动作一目了然
- 熟悉腾讯知数产品人群洞察操作方法，优化人群洞察

# 结案报告常见问题一览

腾讯广告

营销学堂

腾讯广告

营销学堂

## 数据呈现

数据很多，怎么清晰展示让客户一目了然？

腾讯广告

营销学堂

腾讯广告

营销学堂

腾讯广告

营销学堂

## 策略展示

做了很多策略和动作，怎么给客户呈现？

腾讯广告

营销学堂

腾讯广告

营销学堂

腾讯广告

营销学堂

## 人群洞察

不会做人群洞察，产品手册太复杂？

腾讯广告

营销学堂

腾讯广告

营销学堂

腾讯广告

营销学堂

# 目录

## 1 结案报告目的

除了展示数据，还要做什么？

## 2 结案报告框架

清晰完整的结案报告是由什么组成的？

## 3 结案报告美化

如何提升报告美观度和可读性？

## 4 实操：腾讯知数人群洞察产品





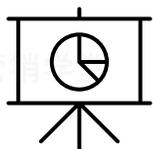
# 结案报告目的

# 为什么要写结案报告?

浅层目标



深层目标



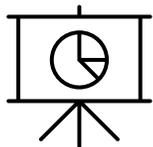
汇报展示项目效果数据



获取客户信任达成长期合作

浅层目标

深层目标



呈现清晰有分析的数据，做到有**结论**

清晰有逻辑的阐释策略动作，而非罗列

汇报展示项目效果数据

获取客户信任达成长期合作

# 2

## 结案报告框架

1

## 项目概况&投放情况

2

## 投放效果

3

## 优化策略

## 1 项目概况&投放情况

- 投放金额
- 投放周期
- 考核目标
- 完成情况

## 2 投放效果

- 数据明细 [可选]
- 投放节奏
- 素材、文案分析及优化建议
- 版位分析
- 落地页分析
- 人群画像分析
- 竞品对比
- 总结

## 3 优化策略

- 核心问题
- 主要策略形式及数据
- 素材优化建议
- 其他优化角度

# 3

## 结案报告美化

# 美观的基础：视觉统一

统一和谐的视觉呈现是美观的结案报告的第一步

如客户有模板，可直接套用模板，主题颜色选取客户主色调

**标题：**建议字号为24，简要写明标题，可添加结论

**颜色：**不超过3种色系

**文字：**重点文字标红加粗

**表格：**首行和首列增加统一背景色，数据较多时可用隔行颜色

**图表：**推荐以客户配色，重点信息可标红

# 常用提升美观及可读性方法：归纳要点

减少理解门槛，让客户一眼抓住要点

1

- › 城市街景/授权店实景/建筑布局三维全景融合
- › 虚拟购车体验，视频/客流等动态数据实时接入

2

- › 1:1复刻车辆数字孪生体
- › 工业级模型，整车爆炸图、部件细节三维高清渲染

3

- › 车辆内饰/外观/外部动态场景高度定制化配置
- › 沉浸式体验车辆行驶/养护等场景化动效

4

- › 实体店内通过小程序、AR功能，提升用户交互体验
- › 店内促销活动、车型扫描数字化模型识别等

修改后，重新归纳要点

## 车+店全真体验

- › 城市街景/授权店实景/建筑布局三维全景融合
- › 虚拟购车体验，视频/客流等动态数据实时接入

## 工业级模型

- › 1:1复刻车辆数字孪生体
- › 工业级模型，整车爆炸图、部件细节三维高清渲染

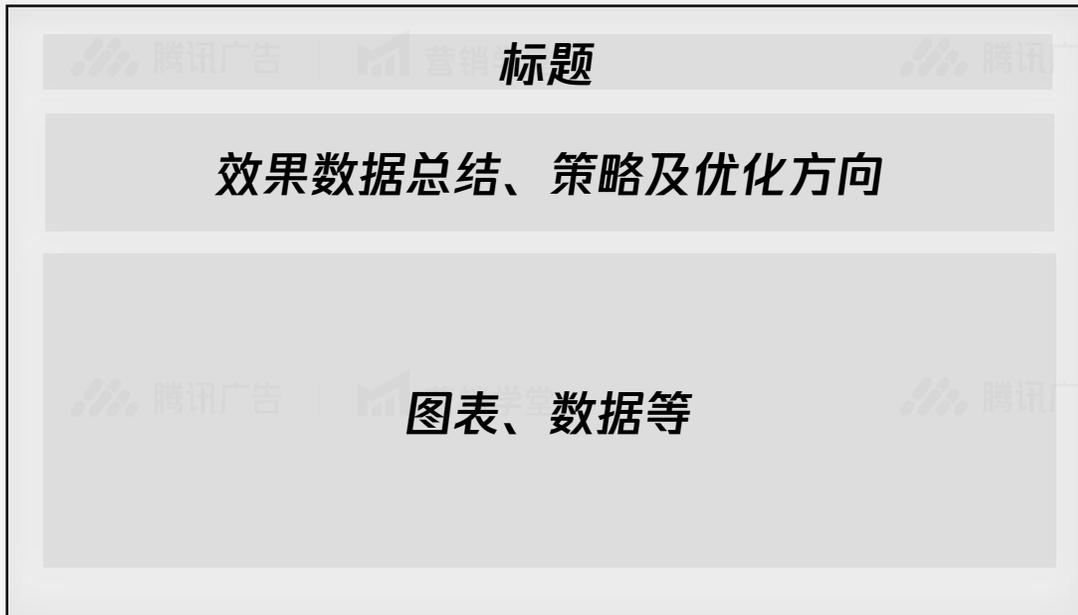
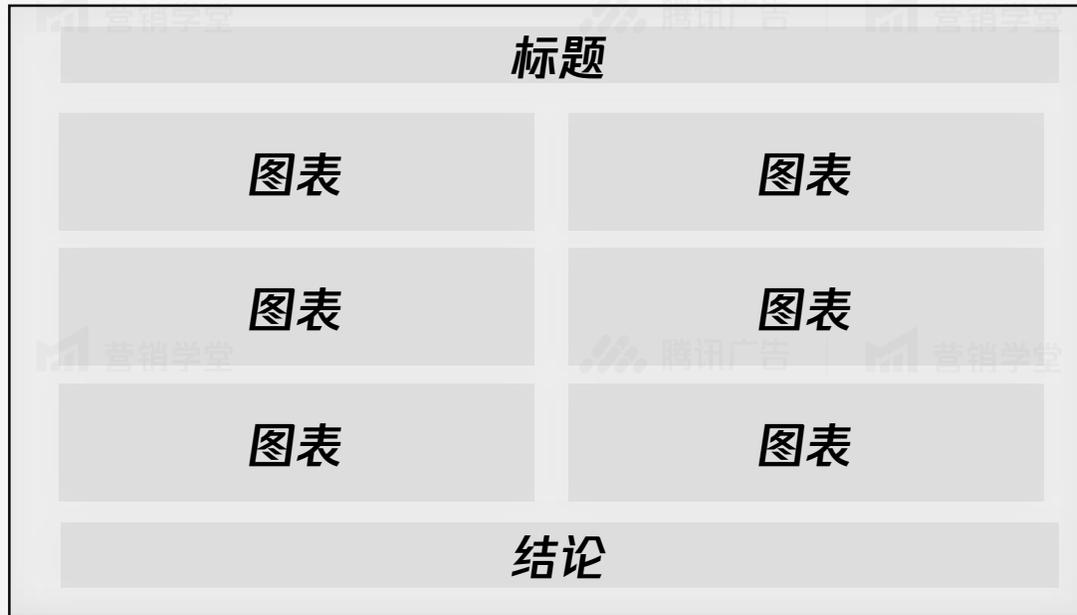
## 场景化动效

- › 车辆内饰/外观/外部动态场景高度定制化配置
- › 沉浸式体验车辆行驶/养护等场景化动效

## 沉浸式交互

- › 实体店内通过小程序、AR功能，提升用户交互体验
- › 店内促销活动、车型扫描数字化模型识别等

# 万能排版布局参考



# 文档结案报告注意事项

结论前置，在标题上或小标题展示结论

表头清晰，对数据进行分类

## 企鹅电动车结案报告

投放效果:

- 消耗方面: 11点消耗最多, 本月共消耗xx元, 达成目标
- 素材方面: 大图素材较多, 以kv为主, 目前看点击率更多
- 成本: 前期有超成本现象, 后期已压低成本

## 企鹅电动车结案报告

投放效果:

消耗如期消耗完毕, 成本以110达成, 素材方面大图整体效果更佳

- 消耗: 共消耗xxx元, 达成目标
- 素材: 大图点击率为1.1%, 整体转化最佳
- 成本: 以110达成目标120, 前期超成本现象已通过调整定向改善

素材	消耗	转化	CPL		
横版大图	¥200000	版位	消耗	转化	CPL
4图	¥200000	朋友圈	¥200000	100	¥210
原厂视频	¥200000	公众号	¥200000	100	¥210
6图	¥200000	订阅号	¥200000	100	¥210
		视频号	¥200000	100	¥210

创意部分	创意方向	车型A	车型B	车型C	车型D
文案	政策		8	3	2
	车型卖点+政策	8	13		13
	车型卖点			22	9
图片	横版大图	2	7	10	25
	常规大图		15	16	4
	6组图	2	17	7	1
视频	图片轮播				0
	展厅口播				0
总计		12	58	57	54

# 文档结案报告注意事项

有效信息有依据有数据

切忌展示图片而无投放效果

投放素材展示

×无结论

横板大图

四图

口播



素材

效果



消耗  
CTR  
CVR  
CPL

√效果可视

- 逻辑完整，根据目标展开故事线
- 结论前置，在标题上或小标题展示结论
- 表头清晰，对数据进行分类
- 有效信息有依据有数据，切忌展示图片而无投放效果
- 根据客户关注问题进行分类，基于考核目标展示

## Deck形式：投放概况常见问题

### ×关键要素过多无法快速识别

企鹅新能源车自11月28日到11月30日投放，覆盖了微信朋友圈和公众号版位，一共投了2天，投放金额2,000,000元，考核目标为2000条线索和120的成本，最终消耗完毕，收集2200条线索，达成了110的成本

# Deck形式：投放概况示例

## 以表格形式简明扼要总结项目目标及达成结果

项目名称	项目名称 (例: xx车型新车上市)
媒体名称	腾讯
广告形式	点位+效果广告
投放金额	投放数额
投放周期	时间周期
考核目标	线索量/成本/后效等
KPI实际完成情况	匹配投放金融及考核目标进行总结 (例: 实际消耗x元, 回收线索x条, 成本x元)

# 投放节奏示例

营销学堂

腾讯广告

营销学堂

腾讯广告

营销学堂

清晰的投放节奏可让客户对投放整体效果有全面的认知，服务商侧可更好的展现投放动作增加客户信心

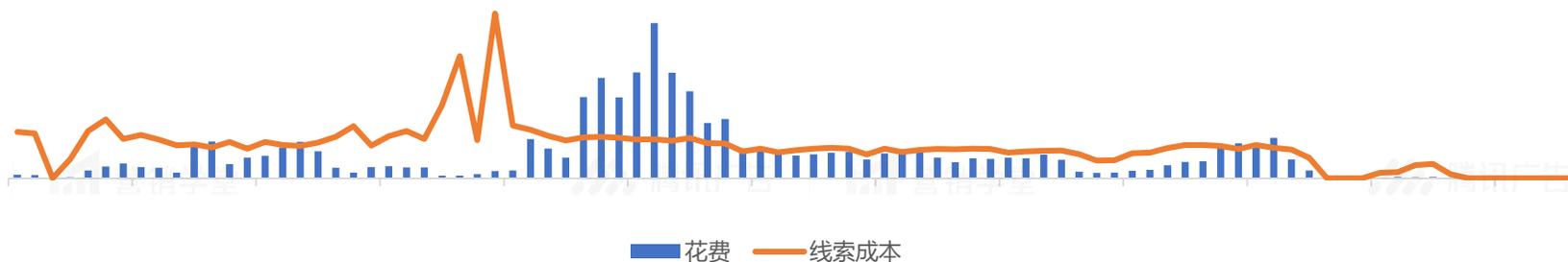
测试期

调整期

放量期

控成本期

花费&线索成本对比



- 测试期：遇到的问题ABC
- 调整期：针对ABC问题的解决办法和调整效果
- 放量期：做了什么动作，有什么效果 [峰值日消耗xxx万，成本xxx左右]
- 控成本期：控制成本动作，达成效果，对消耗的影响区间

注：图表数字仅为示例，排版来自优秀案例

# 素材、文案及优化建议

## X 罗列素材和文案

### 文案

展示投放效果，总结核心利益点提出文案参考及总结



利益点1



利益点2



利益点3

#### 文案参考

- 想换车，没资金？至高6000元置换补贴
- 参考文案2
- 参考文案3

#### 跑量文案公式：

产品名+金融卖点+促发行动  
产品名+低价促销+促发行动

### 素材

将素材及文案按消耗情况归类,提出结论

标题			
素材	素材	素材	总结 优化策略
数据	数据	数据	
素材	素材	素材	
数据	数据	数据	

# 版位分析

包含内容:

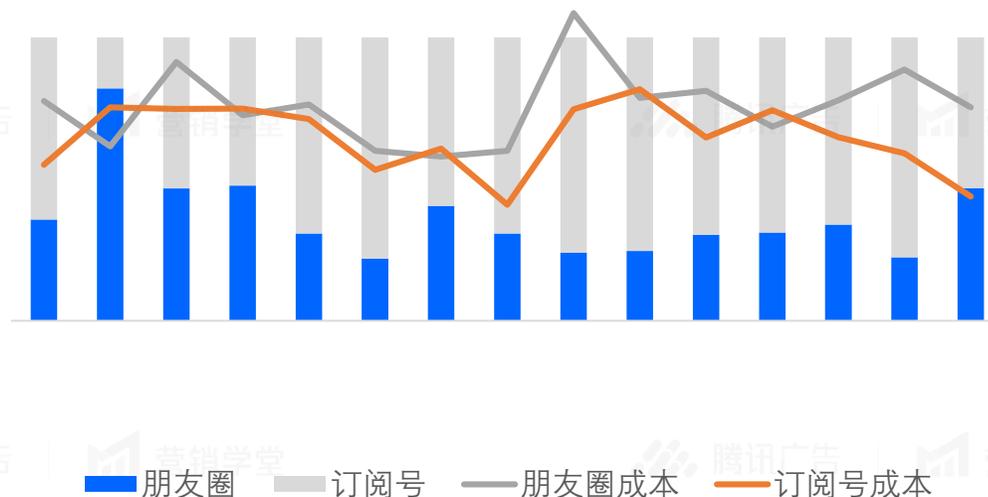
投放版位效果总表

分版位数据 (根据客户需求呈现项目投放周期图表或数据表格)

优化方向: 投放占比、策略方向等

版位	ctr	cvr	cpl	试驾成本	成交
朋友圈					
订阅号					
公众号					
视频号					

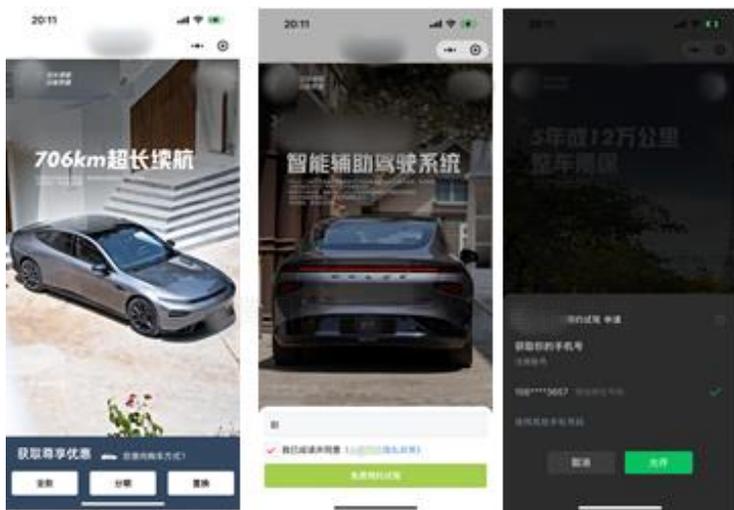
### XX车型订阅号及朋友圈消耗占比及成本总览



呈现清晰链路，针对落地页给出效果数据及可优化方向

## 效果展示

### 前置意向表单



### 中置意向表单



## 优化方向

结合效果数据分析落地页存在问题并针对性提出优化建议

### 可参考方向:

- 链路优化
- 创意优化
- 利益点调整

落地页	花费	曝光	点击	CTR	线索量	CPL	CVR
落地页A							
落地页B							

.....

# 人群画像分析

营销学堂

腾讯广告

营销学堂

腾讯广告

营销学堂

×无分类直接贴数据图表进行罗列展示

√对数据进行分类，提炼重要信息展示投放人群特性



性别、年龄、  
学历、职业

基础属性

地域、城市等级

地域属性

IP偏好、兴趣标签

兴趣偏好

# 竞品对比

营销学堂

腾讯广告

营销学堂

腾讯广告

营销学堂

根据客户关注维度进行整理，可参考素材、竞品投放效果、版位等

## 竞品素材可在创意中心查找

腾讯广告

营销学堂

投放管理平台

概览

推广

报表

财务

资产

工具

营销学堂

6

+

?

☰

账户管理

商务管家

CPS商品广告账户

投放管理

智能投手

定向包管理

优量汇流量筛选

操作日志

线索管理

微信生态授权管理

直播内容和盟管理

效果分析

转化归因

转化配置

拆分对比实验

自定义转化配置

点击监测

异步任务中心

创意制作

创意中心

创意排行榜

创意风向标

创意集市

落地页检测工具

原生推广页

蹊径落地页

枫页落地页

阅宝落地页

互动推广页

第三方落地页

腾讯广告

营销学堂

腾讯广告

营销学堂

腾讯广告

营销学堂

## 素材展示形式参考

素材内容优化：丰富创意形式，9月以创意卡片组件为主

腾讯广告

室外使用场景



充电装置+政策

优惠政策



车内使用场景

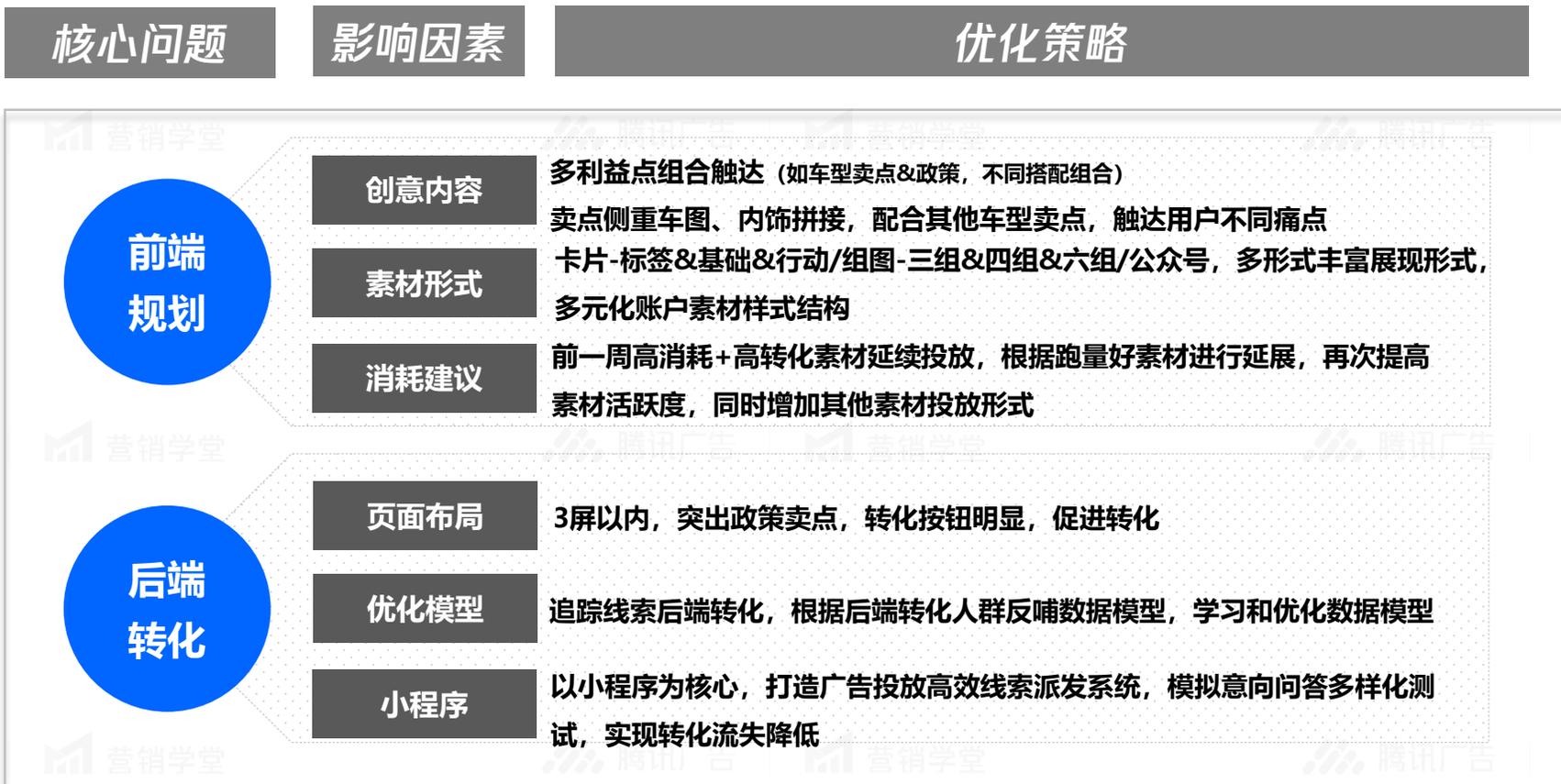


创意卡片组件



# 优化策略

依据投放效果及总结，对问题进行拆解并提出优化策略



注：排版及文字来自优秀案例

# 4

## 实操：腾讯知数人群洞察产品

## 核心问题

### 数据呈现

基于考核目标和框架

对数据分类、  
进行图表制作

高亮重点信息并给出解决方向

### 策略展示

展示投放节奏

在效果展示时提出思考

## 结案报告框架

### 1 项目概况&投放情况

- 投放金额
- 投放周期
- 考核目标
- 完成情况

### 2 投放效果

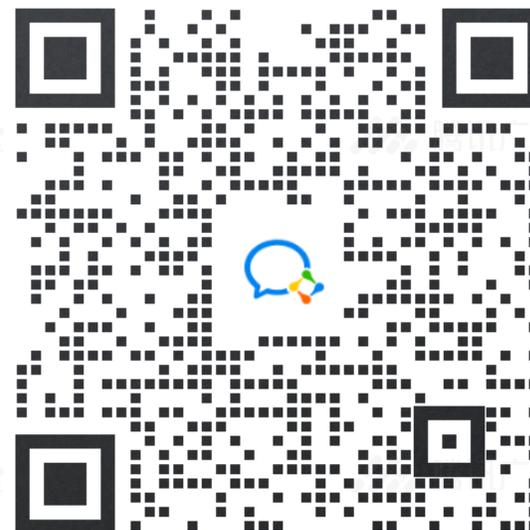
- 数据明细 [可选]
- 投放节奏
- 素材、文案分析及优化建议
- 版位分析
- 落地页分析
- 人群画像分析
- 竞品对比
- 总结

### 3 优化策略

- 核心问题
- 主要策略形式及数据
- 素材优化建议
- 其他优化角度

## 知数产品实操

**THANKS**



欢迎扫码添加“营销学堂小助手”获取更多学习资源