

腾讯广告综合家政行业

防水维修旺季营销指南

2021.03

课程目标

目标学员

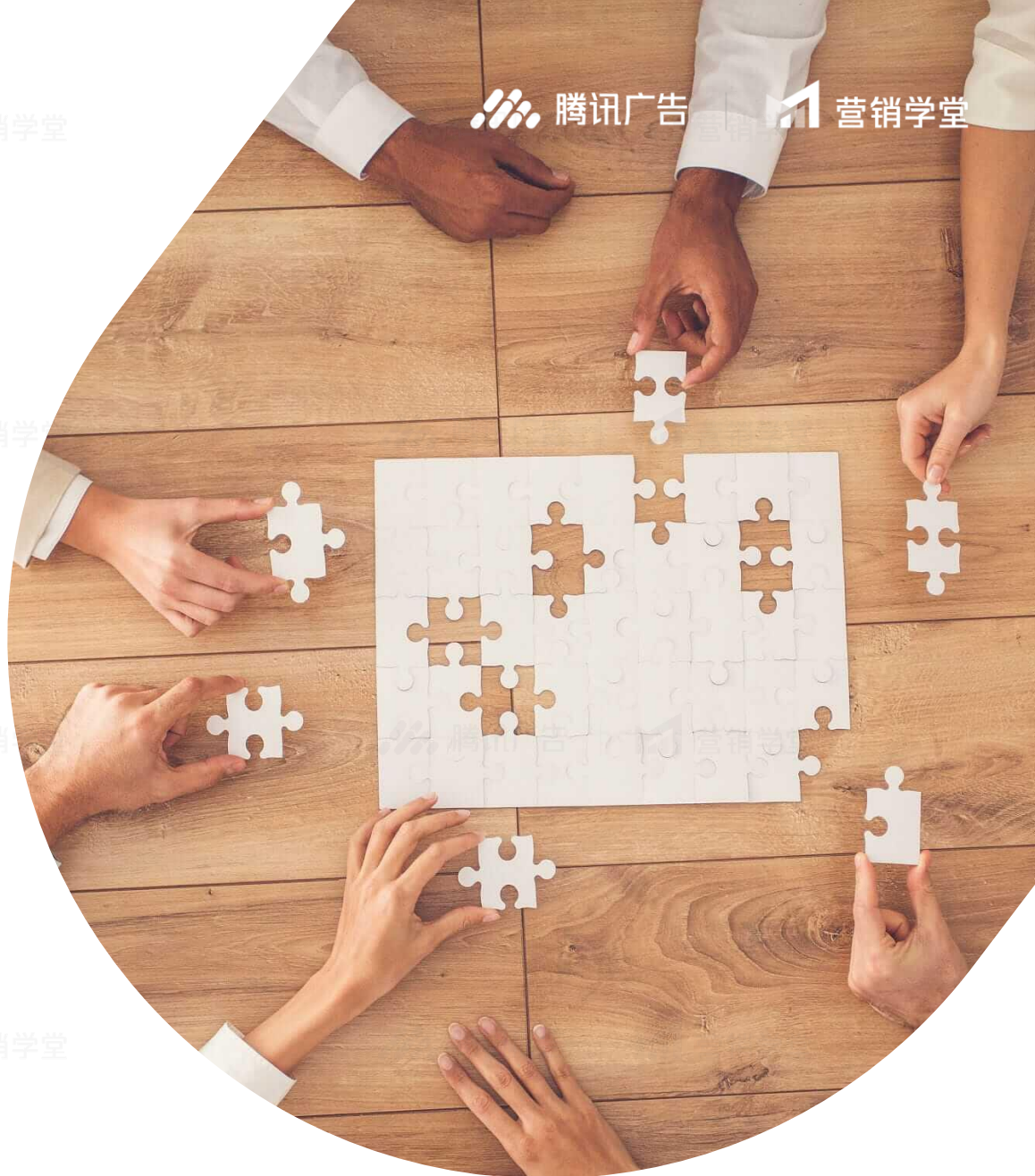
- 综合家政防水维修行业优化师

课程目标

- 分析防水维修行业旺季营销机会，从流量角度探索营销红利点；
- 用运营技巧、最新产品等方面，帮助广告主在营销旺季稳健获量，牢牢把握增长机会；
- 以FAQ形式解决广告主优化师投放时的疑难杂症，根据不同角度调整优化运营技巧。

目录

- 1 探索机会，稳抓红利
- 2 冲刺策略，全面提升
- 3 行业优秀案例
- 4 FAQ





探索机会，稳抓红利

防水维修行业机会点

腾讯广告

营销学堂



腾讯广告



营销学堂



3月
营销抢跑季



4月-9月
防水维修季

目标人群

开始关注房屋防水维修相关，咨询对比各类商家。

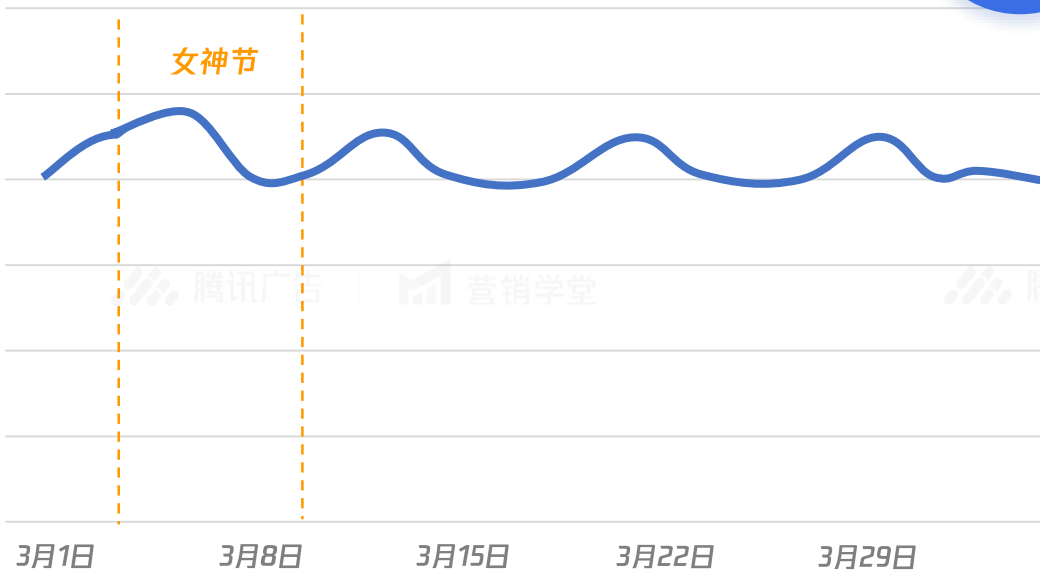
因季节雨水天导致房屋漏水，防水需求更加**急迫**，
成单会更加迅速，维修面积将更大。

防水赛道

南方城市3月逐渐开始出现**回南天**现象，**天气潮湿**，
房屋漏水问题被放大，**房屋维修需求增加**。

通常**南方雨季为4 - 9月**，**北方雨季为6 - 9月**。
在此季节常常出现大雨和暴雨，其降水量约占年总量的
70%左右。因此想要抢占4-9月房屋维修客资，就需要在
3月提前加大力度营销，抢占目标用户。

腾讯视频2022年3月流量预估趋势



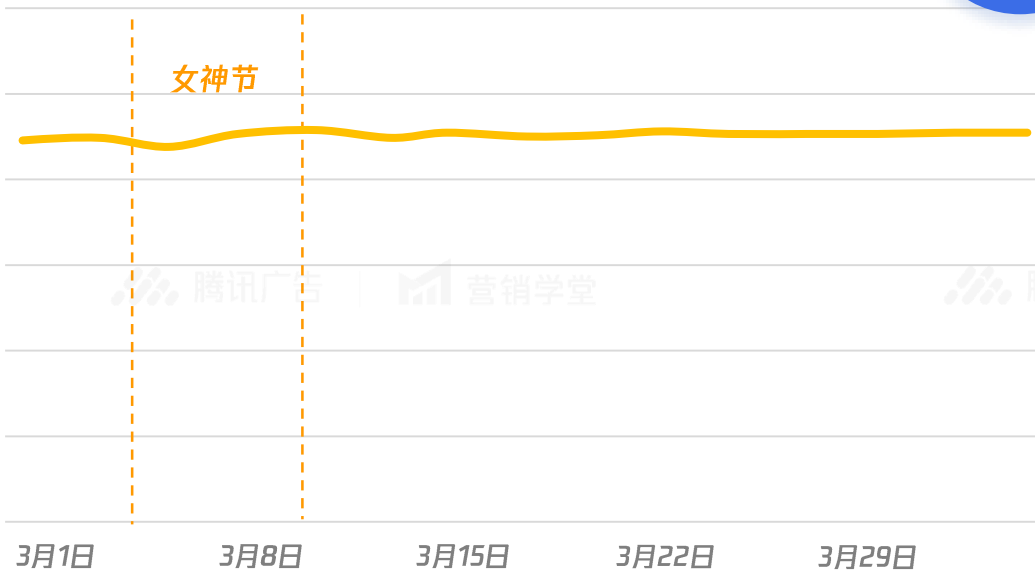
腾讯视频

受3.8女神节影响，前后竞争环境较为激烈，竞价建议提高出价抢量，其他非节点时间竞争环境平稳。

版位设置：【片多多】媒体库存近亿级，版位选择单投【腾讯视频】或通投【腾讯平台与内容媒体】等均可触达，建议定向增投横板视频16: 9、贴片视频16: 9、竖版视频 9: 16 规格；另外，腾讯视频PC前贴片/暂停帖均已支持竞价投放，大盘库存约1亿/日，拥有低竞争流量优势，广告主可低价拿量！

营销要点：广告主可重点投放高成单率定向设置，匹配回南天/雨季房屋漏水类素材，精准营销获客

腾讯新闻2022年3月流量预估趋势



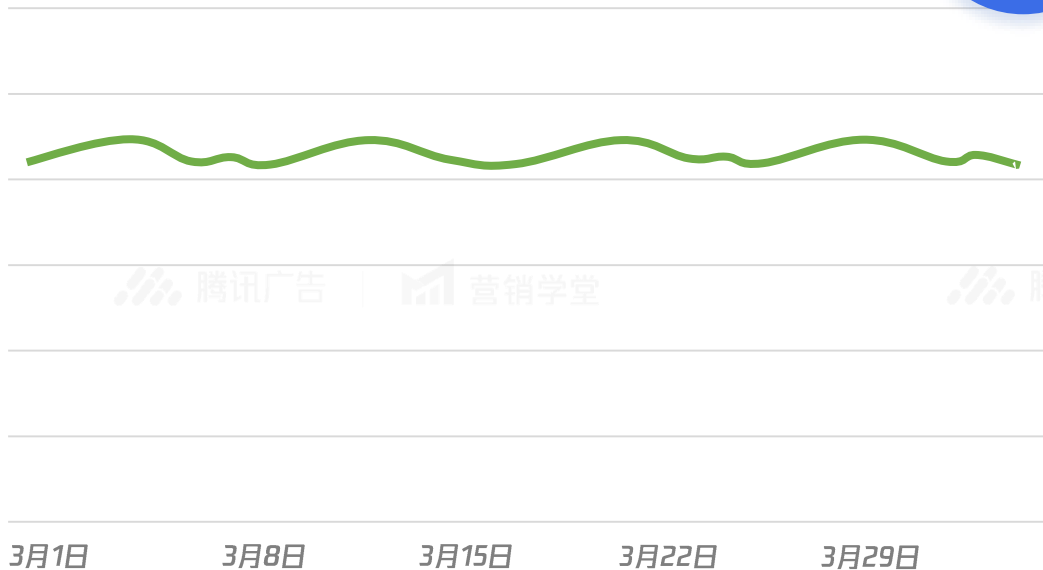
腾讯新闻

受38女神节等节点影响整体竞争环境偏激烈，其他时间保持稳定。环比2月因假期结束有明显幅度上升。

创意设置：推荐选择“横版大图/视频16:9”规格进行投放，该规格可支持生成弹幕互动形态，可从弹幕列表中选择相关利益点进行营销

营销要点：新闻闪屏常规样式升级，可设置①自定义按钮样式；②自定义按钮高亮时机；③按钮高亮颜色可选 等新功能，推荐按钮样式多结合防水维修关键词，提升点击率获客

腾讯微视2022年3月流量预估趋势



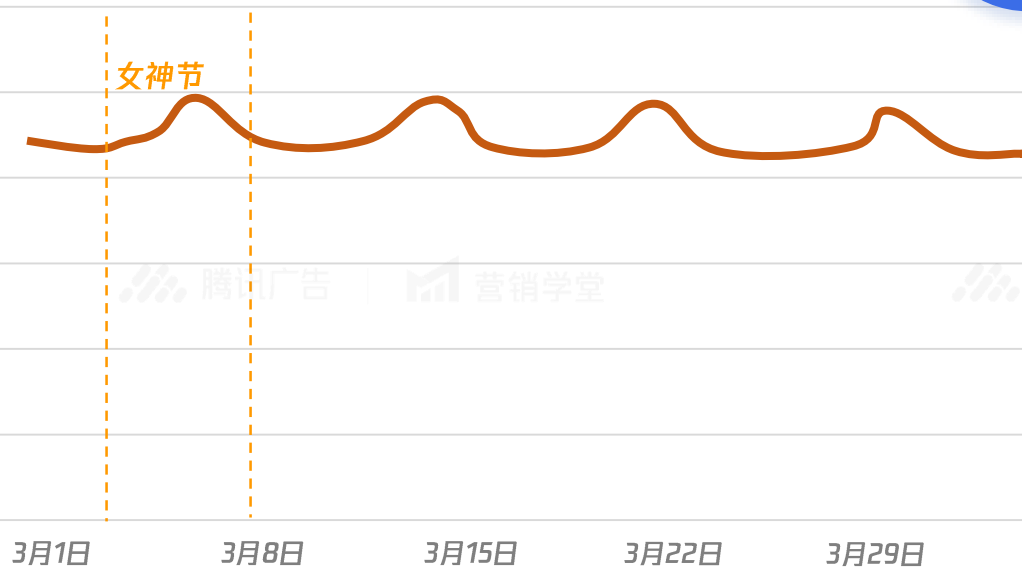
腾讯微视

3月库存量预计上升，各场景无大锁单情况，整体库存充足。

创意设置：推荐选择“横版大图/视频16:9”规格进行投放，该规格可支持生成弹幕互动形态，可从弹幕列表中选择相关利益点进行营销

营销要点：抓住3月流量红利机会，素材多以雨水季房屋维修为主，融合海报大卡新样式，吸睛赢得高点击

QQ系流量2022年3月流量预估趋势



QQ系流量

38女神节前后竞争环境较为激烈，3月其他时间竞争环境保持稳定。

高效上新广告：广告展现样式及场景丰富，推荐使用“智能投放助手”功能，自动组合文案和素材生成多条创意低价跑量

营销要点：推荐素材使用“免费上门检测”等优惠活动，增加广告数量稳定拿量

2

冲量策略，全面提升

模块	关注指标	操作标准
账户开户	审核	【防水行业近期常见被拒审核信息同步】 因部分新版营业执照没有营业范围，新户上线时会遇到因【广告主未提交相关资质或提交的资质不合要求，如〔营业执照〕】这个原因而拒审。 解决办法： 需要在广告资质中上：①营业执照；②在国家企业信用信息公示系统中查询对应主体的营业执照经验范围，并截图上传〔截图需包含国家企业信用信息公示系统面网址的截图，ps：显示器全屏即可〕 营业执照经营范围查询链接：http://www.gsxt.gov.cn/index.html
账户设置	余额	若属于起量账户，则建议保证账户每日预算充足，余额可满足起量及次日同量级投放所需，账户充值时间要在余额/花费不足50%的情况尽快安排充值，以保证起量广告稳定性。
广告新建	投放时间	避免系统提前控制曝光，导致量级下降，建议投放时间选择24h，当日投放目标达成，手动调整投放时间，新上线客户，可选择7-22点
	预算	避免预算较低限制曝光，单广告预算≥广告出价*30
	出价	出价≥近7日成本，避免出价过低导致竞争力不足难以起量，新客户可参考行业平均水平出价
	定向	宽定向〔仅选择年龄、地域、性别〕广告占比至少50%，保证目标人群覆盖率大于1000万 如账户投放城市较少，则建议所有广告宽定向投放，在宽定向基础上进行微调，保证定向差异化
	素材	同主体下相同素材广告 < 3条，避免相同素材过滤

模块	关注指标	操作标准
广告排查	曝光	单广告6h曝光≤5000，及时暂停，避免占用潜力广告预算
	新广告	单广告消耗>出价*1.5，且无转化可暂停，及时监控广告成本，花费>出价2倍无转化，需及时暂停广告，上新广告
	跑量广告	新广告上线3天内，注册成本>近7天平均成本再进行暂停
广告补量	广告数	①保持账户起量广告≥3条〔关注>=6〕，or同时在线广告不低于5条〔针对初期日预算3k以下客户〕
		②每日储备至少提前10条新广告用于第二天广告投放
		③每日至少分3个阶段〔早上9-10点、下午14-15点、下午17-18点〕关停不起量广告，并同时上新广告，若精力足够，可按3小时不起量的方式进行调整，
广告异常	账户突然掉量	超成本排查及策略配置，联系对应渠道运营排查
	账户模型偏差	虫洞模型复用，联系对应渠道运营配置〔需要有历史15天内优秀模型〕
广告操作经验技巧	稳定广告出价提升	针对与成本稳定，但消耗每日低于5K的广告，可提升出价10-20元测试起量。
	起量广告衰退	有衰退迹象或可能衰退的广告〔如总体消耗已大于5万〕，储备同样的广告，提升1-3%出价，适时开启，而非等到起量广告成本升高或者空耗后再准备
	账户上线广告更新	账户上线一周内， 有起量广告：请保证每日更新3-5条广告，除起量广告外，其他广告及时替换 无起量广告：请保证每日更新3-5条广告，所有广告及时替换

自动拓量

旺季流量激进探索，提升广告曝光量级！

投放策略



- 初期：首次使用自拓扩量，周期至少保持7天，给予账号充裕空间稳定成本。
- 提量期：成本稳定后，通过优化投放设置，进行提升量级。

• 稳定投放

- a) 建议使用近7日优秀素材测试，避免因素材质量导致的成本升高；
- b) 使用前期成本波动在30%左右为正常，尽量减少暂停频率，在成本保障周期内建议持续观察

• 大盘数据

- a) 自动扩量消耗占比**超90%**，成本偏差 $\uparrow$ 9%
- b) 人群重定向：地域+年龄+重定向〔核心包、行业精准〕+自动拓量〔注意：地域、年龄不可突破〕

• 提量技巧

- a) 复用初期测试出的优秀素材+宽定向〔地域+年龄〕提量
- b) 叠加增量产品使用：自动扩量+优先跑量提升拿量能力

自动扩量

开启

不可突破定向

☒ 地域

☒ 年龄

☐ 性别

☐ 学历

如果对“地域”、“年龄”范围有强制要求，可以选择使用不可突破定向限制扩量范围

扩量种子人群(选填)

请选择人群包

优先拿量

满足旺季抢量需求，协助提升广告曝光，获取更多客资。

投放策略



产品优势

系统会为你的广告争取尽可能多的转化量，并在必要时提高竞价，实际成本可能会略超出目标出价

成本问题

普通拿量成本波动在正负20%，**优先拿量正负波动为30%**

投放建议

短时间可能成本较高，长期投放会尽量达成目标出价。**建议广告主在投放前期成本偏高时更有耐心观察，至少保持观察两天**



腾讯广告知数专业版

投放策略



- **UV分流模式**：第一次使用，建议采用UV分流模式，以实验组与对照组对比，评估加权效果
- **人群加强**：本行业核心人群较为集中，故建议主要采用人群加强模式，对核心人群包1.1-1.3倍系数进行加权，后续创建广告使用人群包才能生效
- **智能加强**：模型参考样本来源选择人群包，可进行测试

基础信息

策略名称

防水V2人群包加强

9/32

策略类型

标签加强
针对指定标签人群调高出价

人群加强
针对指定人群包调高出价

智能加强
基于模型训练结果调高出价



请留下联系方式

审核会在1~3个工作日内完成，届时请回到知数查看审核结果。

申请人

托养家政重点

手机号码

135XXXXXXX

电子邮箱

XXXXXX@XX.com

提交

提量策略——巧选广告版位

腾讯广告 | 营销学堂

腾讯广告 | 营销学堂

✓ 版位推荐: PCAD > 朋友圈/公众号

预估单日最大覆盖人群
14,695,936 人

预估单日最大曝光量
132,087,296 次

已选版位
腾讯平台与内容媒体 (腾讯看点、QQ、腾讯音乐及游戏、腾讯新闻、腾讯视频)

已选定向:
地理位置: (常驻且近期) 上海市、...
年龄: 24至55岁
自定义人群: 婚嫁V2-防水维修 (淡...
财产状态: 有房人士
排除已转化用户: 同主体广告
自动扩量: 已开启, 不可突破定向:
地理位置

预估数据不准确?

XQX5广告资源版位

防水维修行业·使用场景/对比



PCAD

- 防水行业主流投放资源位:
- 选择投放时, 一般不区分版位, 保证投放量级在千万以上。
- 若账户投放地域为全国, 可以分版位进行测试

VS

朋友圈

- 用户质量高, 客资有效率高;
- 目前暂无参考数据及优秀素材案例

公众号

- 成本低, 流量大, 容易起量
- 近期反馈有效率较低, 投放时需不断优化定向



道歉类型

根据防水行业起量素材样式参考及经验分析：**道歉类型**、打假类型、口播类型等素材CTR/CVR较高。



视频脚本案例参考

对不起，我们错了，是我们没把宣传做到位，我没想到很多人家里漏水竟然还在砸砖重做防水层。

这样做成本高，施工周期长，费时费力还费钱。解决建筑渗漏问题，我们 XXX 是专业的，采用先进仪器精准定位漏水点，不砸砖不砸墙，快速修复防水层。卫生间、屋顶、阳台漏水，均可维修。价格透明，拒绝乱收费，品质有保障。免费上门检测，修不好我们一分钱不要。有漏水问题的朋友，赶紧点击视频链接了解详情吧。



打假类型

根据防水行业起量素材样式参考及经验分析：道歉类型、**打假类型**、口播类型等素材CTR/CVR较高。



视频脚本内容参考

男主：各位啊，这家说卫生间有一些防水问题，说让我们来看一下

男主：你是干什么的

男二：我装修做防水的啊

男主：哦，就是你们啊，一点都不专业，用的全是劣质材料！

男二：你

男主：你什么你，你们搞个防水，又砸墙，又砸砖的，那房子还能住吗！

男二：我

男主：我什么我，我就是要打假曝光你们这些不良商家！让开！

男主：这就是他们装修的卫生间...

P1

男二：我们 xxxx，最快 2 小时修复

漏水问题，传统的砸砖砸墙，我们不用！我们有专业的检测仪器再加上师傅们长期的工作经验！能快速找出漏水问题。防水一次！质保 10 年！有我们在！漏水就不是问题！

男主：你们的价格肯定是乱收费

男二：我们 xxxx，师傅免费上门检测，先报价再收费！杜绝乱收费现象。

男主：真的假的

男二：那你现在可以点击下方链接来了解了解吧！

P2



口播类型

根据防水行业起量素材样式参考及经验分析：道歉类型、打假类型、**口播类型**等素材CTR/CVR较高。



视频脚本案例参考

墙壁起皮、家具发霉，很可能是家里漏水了！不要慌，赶紧联系我们，专业防水补漏团队立马进行上门勘探。

设备新颖、材料齐全，最快两个小时即可修复，即修即用！不影响正常生活，也不需要砸砖砸墙。我们采用的新型专业技术，没有噪音，不会扰民。所有维修费用透明！防水一次，质保10年！

让您的家庭没有漏水的后顾之忧！家里有漏水问题的朋友，赶紧点击视频下方链接，来看看吧！

效果优化策略——行业优秀落地页参考

营销学堂



腾讯广告



营销学堂

蹊径落地页

本地专业防水补漏！0元免费上门勘察

注：不修水管或马桶等漏水，房屋建筑漏水0元上门

专注防水补漏施工

专业解决房屋各类漏水问题

24h服务 免费上门检测

拨打电话 30分钟快速上门 解决漏水问题

正规公司 售后无忧

持证上岗 施工可靠

金牌师傅 经验丰富

体系治理 规范靠谱

签订合同 满意付款

家里漏水 选择我们 双重质保

陈* 157****7381 已成功解决漏水

注：只是水管或马桶等漏水暂不上门，房屋建筑漏水免费0元上门勘察！

一、选择漏水位置

厨卫漏水 阳台漏水 屋顶漏水

墙面起皮发霉 其他位置

姓名

请输入姓名

手机号

请输入手机号

房屋位置

请选择省市区

☐ 保存手机号，下次自动填写《自动填写信息授权书》

☐ 我已阅读并同意《个人信息与隐私保护条款》

0元免费上门勘察

注：不修水管，不卖材料，同行勿扰

今日已有 55 人0元免费上门！

最近报名名单

立抢0元免费上门名额（日限前188名）

本地专业防水补漏！0元免费上门勘察

注：只是水管或马桶等漏水暂不上门，房屋建筑漏水免费0元上门勘察！

为什么更多人选择我们

免费勘察 | 经验丰富 | 环保材料

1 免费勘察

给出具体解决方案 并现场施工

2 无需砸砖

不敲不砸，精准解决

3 环保材料

采用环保材料，无 毒无污染

4 正规服务

专业防水公司 上门检测不收费

5 团队专业

持证上岗 快速施工

6 安心售后

签合同施工 服务更放心

WIDE RANGE OF BUSINESS

业务范围广泛

丰富的施工经验 专业更放心

屋顶防水

阳台防水

立抢0元免费上门名额（日限前188名）

本地专业防水补漏！0元免费上门勘察

立即咨询漏水问题

成功提交后，客服将尽快与您取得联系

注：不修水管，不卖材料，同行勿扰

7天前 153****0880 已报名免费上门

一、选择漏水位置

厨卫漏水 阳台漏水 屋顶漏水

墙面起皮发霉 其他位置

姓名

请输入姓名

手机号

请输入手机号

房屋位置

请选择省市区

☐ 保存手机号，下次自动填写《自动填写信息授权书》

☐ 我已阅读并同意《个人信息与隐私保护条款》

0元免费上门勘察

立抢0元免费上门名额（日限前188名）

互动落地页

0元免费上门！日限前188名

拨打电话 30分钟快速上门 2小时内解决漏水问题

正规公司 售后无忧

持证上岗 施工可靠

金牌师傅 经验丰富

体系治理 规范靠谱

签订合同 满意付款

您好，本地专业防水补漏为您服务！今日“0元免费上门勘察”活动进行中！

提供您的漏水情况即可免费上门，不维修不收费！（只是水管/马桶/角阀等漏水暂不上门，房屋建筑漏水享受0元免费上门）

您是哪里漏水呢？请点击下方漏水位置

厨卫漏水

您希望师傅什么时候上门呢？请点击下方时间

晚上上门

0元免费上门！日限前188名

拨打电话 30分钟快速上门 2小时内解决漏水问题

正规公司 售后无忧

持证上岗 施工可靠

金牌师傅 经验丰富

体系治理 规范靠谱

签订合同 满意付款

恭喜您获得0元免费上门资格！

姓名

手机号

房屋所在地

☐ 保存手机号，下次自动填写《自动填写信息授权书》

☐ 我已阅读并同意《个人信息与隐私保护条款》

0元免费上门勘察

- ✓落地页有效率提升：a.填单处主动说明不维修范围，如【水管漏水不在维修范围】、b.开启短信验证功能、c.互动落地页增加筛选层级/填单项/主动说明服务范围

效果优化策略——落地页设置

➤ 落地页的优势：用户点击详情页获取更多产品信息，提升客资有效率。

凸显服务优势

针对防水用户需求紧急、工期、价格、售后等痛点问题说明服务优势；

漏水位置选择

增加漏水位置选择可以提高客资有效性，提高销售跟进效率；

专注 防水补漏施工

专业解决房屋
各类漏水问题

24h服务 免费上门检测

拨打电话 30分钟快速上门
2小时内解决漏水问题

立即预约上门免费检测

成功提交后，客服将尽快与您取得联系

注：仅水管或马桶等漏水请勿填写！
房屋建筑防水补漏免费上门勘察

选择漏水位置 (必填)

卫生间漏水 厨房漏水 阳台漏水

墙面漏水 屋顶漏水 其他位置

预约免费上门勘察

姓名* (已加密)

请输入姓名

手机号* (已加密)

请输入手机号

☐ 保存手机号, 下次自动填写 《信息授权与保护声明》

免费上门勘察

注：不修水管，同行勿扰，不卖材料

WHY DO MORE PEOPLE CHOOSE US

为什么更多人选择我们

免费勘察 | 经验丰富 | 环保材料

1 免费勘察
给出具体解决方案
并完成任务

2 无需砸砖
不伤不损，精准解
决问题

3 环保材料
采用环保材料，无
毒无污染

4 预约免费上门勘察

5 预约免费上门勘察

6 预约免费上门勘察

详细卖点阐述

详述服务优势、业务范围及流程，打消用户疑虑；

按钮文案刺激

免费〔0元〕预约、限前xx名免费勘察按钮文案促进用户转化；

人群定向：优质定向组合

定向特点	具体定向	投放版位	消耗	ctr	cvr	表单成本	投放月份
通投	年龄〔24-55〕+地域+自动扩量	PCAD	56,963	1.13%	1.45%	213	10月
有房	地域+年龄〔>23〕+有房+自动扩量	PCAD	150,749	1.77%	0.45%	226	10月
种子扩量	地域+年龄〔>23〕+有房+防水立方人群种子包扩量	PCAD	9,568	1.76%	0.38%	259	10月
定投	年龄〔24-55〕+地域+防水立方人群+自动扩量	PCAD	4,490	2.07%	0.53%	204	11月
有房	地域+年龄〔>23〕+有房+自动扩量+防水种子包	PCAD	37,983	1.50%	0.25%	265	12月
兴趣行为	地域+兴趣行为+自动扩量	PCAD	23,927	1.82%	0.23%	307	12月
定投	年龄〔23-55〕+地域+防水立方人群+自动扩量	PCAD	22,794	1.83%	0.32%	288	12月
兴趣行为	地域+兴趣行为+自动扩量+加速投放+优先拿量	PCAD	27,348	1.53%	0.28%	163	2月
自动扩量	年龄+地域+自动扩量淡季种子包	PCAD	76,820	1.51%	0.21%	251	2月

效果优化策略——线索有效率提升

线索管理平台标记

线索创建时间	2022-02-15 至 2022-02-21	线索状态	请选择筛选条件	归属人	请选择筛选条件	线索标签	请选择筛选条件	线索类型	请选择筛选条件	线索来源	请选择筛选条件	广告
姓名	电话	线索状态	线索标签	接通状态	线索评分	当前归属人	号码归属地	线索类型	线索来源	广告		
☐	131*****	无效-未接通	参与赔付	待联系	-	山西-忻州	表单预约-提交表单	蹊径落地页	2.15E-专业防水补漏-表单...	230		
☐	130*****	无效-未接通	参与赔付	待联系	-	河北-石家庄	表单预约-提交表单	蹊径落地页	2.15E-专业防水补漏-表单...	230		
☐	131*****	无效-未接通	参与赔付 确认赔付	待联系	-	广东-茂名	表单预约-提交表单	蹊径落地页	2.15E-专业防水补漏-表单...	230		
☐	138*****	无效-未接通	参与赔付	待联系	-	江苏-盐城	表单预约-提交表单	蹊径落地页	2.15E-专业防水补漏-表单...	230		
☐	137*****	跟进中	参与赔付	待联系	-	浙江-嘉兴	表单预约-提交表单	蹊径落地页	2.15I-专业防水补漏-表单...	230		
☐	136*****	跟进中	参与赔付	待联系	-	上海-上海	表单预约-提交表单	蹊径落地页	2.15D-专业防水补漏-表单...	230		
☐	133*****	跟进中	参与赔付	待联系	-	广西-桂林	表单预约-提交表单	蹊径落地页	2.15D-专业防水补漏-表单...	230		
☐	181*****	跟进中	参与赔付	待联系	-	广西-玉林	表单预约-提交表单	蹊径落地页	2.15E-专业防水补漏-表单...	230		
☐	138*****	无效-定向外	参与赔付	待联系	-	山东-枣庄	表单预约-提交表单	蹊径落地页	2.15A-诚信防水-表单-兴...	230		
☐	153*****	无效-定向外	参与赔付	待联系	-	湖南-怀化	表单预约-提交表单	蹊径落地页	2.15F-专业防水补漏-表单...	230		

客户完整标记线索后，有以下几点优势：

- a. 建立账户模型，无效、异地等客资的准确标准，帮助账户完善模型，提高有效率
- b. 参与赔付，无效数据经验证后，获得广告费赔付，降低整体成本
- c. 成单多次跟进后录入成单数据，提升账户客资质量

01 虫洞策略应用

- **应用场景：**例如，账户3月28-30日，消耗2-3万/日，31日上午，同时段成本从250上涨至350元，且消耗下降比例30-70%，可以申请虫洞。
- **申请标准：**如上例子，可以31日申请虫洞，复用同账户28-30日账户模型，同时复制28-30日跑量素材作为储备，尽量减少素材+定向差异，虫洞生效后，开启复制广告跑量〔当日12点前提交申请，下午14点生效，14点以后申请，次日生效〕；也可以把跑量账户A模型，复用到新账户B，同时B账户提交A账户类似素材与定向，加快B账户起量。

申请限制：同一数据源，6天内只能申请1次复用。
申请人：对应渠道运营人员。

02 超成本反馈排查及策略配置

- **应用场景：**账户4月1-4日，稳定消耗2W/日，5日上午，跑量计划A空耗或跑量成本250突增至350，可以申请排查，如后端数据异常，可申请策略配置。

申请限制：账户维度申请稳定成本策略后，可能会导致账户掉量；广告维度申请稳定成本策略后，需保证前日广告转化量大于6个。

广告上新

①**上新时间**: PCAD流量两个跑量高峰是7-10点、12点-14点、19点-22点, 广告上线时间建议在流量高峰前置1小时; [这里上新是指新开启的在线广告数量, 而不是指提交审核]

②**上新数量**: 每日务必上新3-5条, 账户保持5条在线广告, 经过晚高峰未起量的第二日直接暂停, 补充新广告; [根据账户预算情况而定]

③**定向**: 定向务必差异化, 同一个定向账户内耗更严重, 且统一宽定向对ctr cvr相对较低, 精准定向帮助拉高关键指标, 宽定向提高人群覆盖;

④**素材**: 每日务必上新2套, 避免新鲜度过滤

广告暂停

①**暂停节点**: 未起量广告务必及时暂停 [转化量少于6个, 且ctr/cvr过低, 或超成本50%], 避免拉垮整个账户的ctr、cvr;

②**老广告调整**: 不建议在原广告上进行大的定向更改, 直接暂停上新;

③**老广告重开**: 不建议直接开启老广告, 建议新建, 避免老广告数据负向影响;

广告掉量

起量广告出现衰退迹象 [量级下滑50%以上] 可通过以下操作延长生命周期:

①**提高出价**: 提价5%-10% [若成本出现飙升不建议再提价]

②**定向放宽**: 如年龄向上向下调1-2岁, 提高人群覆盖量;

③**出价策略调整**: 如前期使用稳定拿量可更改为优先跑量, 提高跑量能力;

④**广告复用**: 复制老广告, 素材定向完全一致并提价5%, 新广告起量后暂停老广告; 同素材不同定向、同定向不同素材上新5条以上补量;

⑤**超成本排查及策略配置**: 适用场景—广告维度, 昨日转换20+, 成本250, 今日转化6+, 成本350

⑥**虫洞复用**: 2月13-2月19日, 账户跑量日渐降低, 成本升高, 2月19日提出申请, 并且复制13日跑量广告储备, 20日虫洞生效后开启

3

行业优秀案例

【投放优秀案例】PCAD+自动拓量

投放背景：防水行业属于低频中消行业。主要针对旧房进行防水补漏，商家拿到客资后进行派单-师傅上门勘察-订单，要求成单快，迅速回款。如何精准定向到需求紧急且预算高的意向用户，是广告主的关键诉求。



①**文案针对用户痛点，展现服务卖点：**防水目标用户关键痛点在于是否需要砸瓷砖、工程周期长不长，上门是否收费，文案重点说明“0元上门勘察，不砸砖，x小时快速修复”给予用户承诺性保障，放心提单

②**实拍场景+专业形象增强信任：**各类房屋漏水场景及危害说明，让目标用户有强代入感，专业施工人员形象进行口播，提升用户信任度，末尾免费勘测、不修好不要钱等承诺性语言打消用户顾虑，提升转化

③**落地页免费活动引导提升转化：**预约按钮，可通过0元、限量等字眼增强活动力度及紧迫感，如“0元上门勘测名额抢订〔限188名〕”，引导用户提交表单。

100-300
客资量

180-220
客资成本

90%+
有效率

4

FAQ

账户常见问题解答

腾讯广告

营销学堂



腾讯广告



营销学堂

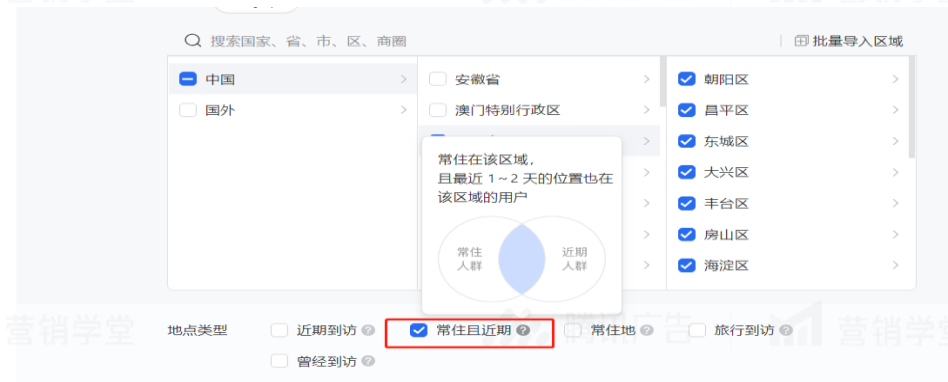
➤ 账户出现异地客咨该如何排查？

出现异地客资，逐一进行下面的排查：

①排查后台自动扩量相关设置，勾选不可突破【地域】定向



②地域定向中，地点类型选择【常驻且近期】



➤ 关于投放端线索数量与线索管理平台对不齐的问题：

广告后台是纯广告带来的，但线索管理平台是包含链接转发之后，其他人填写的情况，所以会出现转化数据对不上的情况，因此这属于正常情况。

➤ 线索管理平台新增了一批线索，且质量很差，并对比广告后台转化时间，发现不是广告带来的。该怎么办？

1) 从线索管理平台把线索批量下载。在下载表格中，查看“clickID”这列，是否是一个clickID,同时填写了多个线索；如果是此类情况，基本属于同行恶意竞争或者故意留下无效客咨的情况，不影响广告投放和扣费

2) 目前产品已经在挖掘排除包，排除填写多个线索的“clickID”进行排除；没有排除包的账户，请联系渠道运营进行申请。

➤ 近期行业大盘数据如何？

	一线城市	混投账户	优质混投账户
2月7-13日	280-320	240-260	170-190
2月14-20日	300-320	280-300	180-200
2月21-27日	300-320	280-300	180-200

	eCPM	CTR	CVR	转化成本
2月7-13日	12-13	1.44	0.36	240-250
2月14-20日	11-12	1.39	0.27	290-310
2月21-27日	11-12	1.28	0.31	300-310

腾讯广告本地行业营销通



- 最新产品资讯
- 最新流量动态
- 最新行业案例

THANKS



关注“腾讯营销学院”获取更多学习资源