

投脑风暴局

美妆
嗨学营



投脑风暴局

美妆嗨学营

「系列第7课」

如何成为行业专家？

【一节课掌握进阶秘诀，成为美妆行业优化大师】

目录

- 
- 01 了解电商行业投放平台
 - 02 美妆行业投放分阶段运营策略
 - 03 投放案例解析

投脑风暴局

美妆嗨学营

01

了解电商行业投放平台



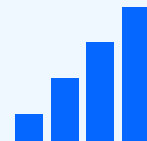
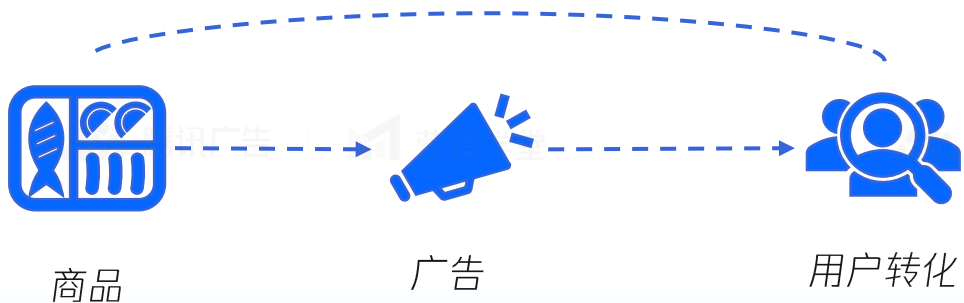
电商行业投放平台



效率更高

1. 以商品为核心做投放管理，多账户/多广告与商品有唯一且清晰的对应关系优化师无需重复创建大量广告

同时通过清晰的数据闭环可快速诊断效果问题、快速定位爆品



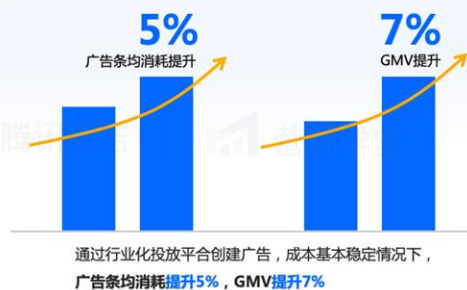
效果更好

2. 商品标签全平台统一，系统可基于更大规模的数据智能化寻找商品兴趣人群

起量更稳定



拿量更轻松



*起量效果提升，需要您开启一键起量功能

电商行业投放平台是以商品为核心，整合多种营销能力，实现广告主从商品管理到种草、宣发、卖货、复购等营销目标的一站式营销管理平台



投脑风暴局

美妆嗨学营

02

美妆行业投放分阶段运营策略

投前、投中、投后运营要点

投放运营策略概览

- 了解广告分阶段运营要点，减少对广告的理解成本，提高投放效率

投放阶段

投前

投中

投后

运营要点

明确客户投放规划&放量节奏

- 5个要点助力投放list,做好投放准备
- 大促加强上新，提高抢量能力

落地投放策略&多产品功能使用

- 对齐上新关停策略，保证投放效果
- 多产品功能策略使用，夯实拿量基础

多策略解决方案，符合客户投放预期

- ROI不达标，多策略解决方案达到广告主考核预期
- ROI达标，持续优化提高整体拿量能力





投前：明确客户投放规划&放量节奏，做好投放准备

营销学堂

核心点：5个要点助力投放list,提高投放效率

选品

- 对齐大盘热销&品牌TOP品，具备强功效卖点、高频复购属性的高转化品类，例如面霜、贴片面膜等；
- 价格带：100-200
- 活动参考：任选、第2件立减等

素材准备

- 客户寄样拍摄
 - 服务商出图
- 按照单账户周上新10套素材，
动期单日上新3-5套素材的量提前筹备、可多筹备视频素材

开户

- 建议新开电商投放平台 [ad.qq.com]，符合广告主加粉、直购等多投放需求
- 大促期间多开账户，保证拿量能力

问题点:仅靠单账户冲量，拿量不稳定

日耗每增加2-3w预算，增加1个账户、保持1-2个备用账户；

TIPS:本土、国际赛道客户属性不同，因此不做统一建议，根据客户预算灵活备户即可。

人群

- 一方老客人群
- 其他渠道购买人群，会员人群、流失客、沉睡客、官网潜客群体
- 公众号粉丝再营销
- 目标人群画像
- 小程序访问人群

其他

- 投放预算及考核标准
- 接API,测试回传是否正常
- 沟通小时报、日报、月报格式
- 预估上线日期

tips:避免大促期间抢量能力单一，应多准备素材数&账户数，做好冲量准备。



投前

投中

投后



投中：落地投放策略，及时盯盘保证投放效果

①上新策略：对齐上新策略，保持广告正常迭代

在投广告数量

保持每日至少20条在投。其中至少1/3为当日开启新广告，可为老广告复制，也可一部分为全新素材；

每日上新数量

每日保持至少5-10条上新过审
[不需要立即开启，视投放情况决定开启时间]；

广告上新时间

- 高峰时间：早7-9、午13-14、晚18-22，提前一个小时过审并开启；
- 非高峰时段，不定期上广告，在不同时段上新；；

新广告效果监测

新广告开启后，每半小时至少查看1次，账户投放稳定后至少2h查看一次，并根据效果及时调整；

②关停策略：加强盯盘，避免空耗过多拉低广告ROI

关停策略：

- ① ocpm下单出价广告，每日定向/出价调整不得超过2次，给到系统稳定的探索空间；
- ② 广告开启后超过24小时，曝光仍不足5000，且无转化，关闭；
- ③ ocpm广告，新上线24小时内，低转化广告视广告主容忍程度关闭；
- ④ ocpm广告，上线超过24小时，近3天内整体ROI低于预期，且曝光/消耗持续走低，关闭；
- ⑤ 关停广告后，根据回流情况决定是否重启。

广告维度关停

如使用MCC/DC,需创意维度关停,避免误关停优质创意。

广告回流重启

订单存在**20-30%回流**，晚上是高回流、高下单高峰时段，可留意广告ROI是否有拉高；如果持续走低可暂停。



投前
投中
投后



投中：多产品能力使用，夯实账户拿量基础

腾讯广告

营销学堂

核心点：电商行业投放平台OCPX不支持二方包，加强使用产品功能，提升转化率&拿量能力

模块	产品名称	是否需加白	价值	使用TIPS
优化目标	首24小时下单、ROI双出价	首24小时下单需加白	多优化目标搭配使用，满足客户不同考核标准	适合类型：适合投放已累积超过50单转化数据广告主，有浅层下单转化数据起量更快； 怎么用：复用历史起量定向+素材，有利于提高起量率；
产品策略	优先拿量+一键起量	否	提高拿量能力	一键起量支持多次打开，有效延长优质广告生命周期
创意	MC+DC	否	提高优质素材起量率	注意创意维度关停，避免产生空耗拉低广告效果
商品	商品属性	否	帮助系统找人预估更准，提高转化率	客户管理或服务商协助补充商品属性

tips: 前置使用多产品功能，落地账户SOP基建后，多策略使用叠加效果事半功倍。



投前

投中

投后



下单出价策略

腾讯广告 | 营销学堂

腾讯广告 | 营销学堂

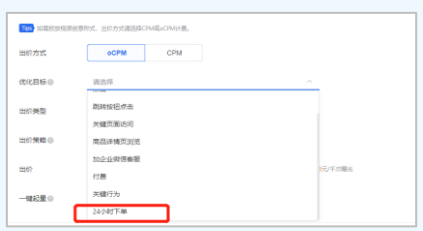
①首24小时下单：优化短效成本，助力达成客户考核标准

24小时下单出价：

- 针对广告24小时短效下单成本，进行优化，只将广告点击后前24小时内的订单计入广告模型，相较于传统下单出价方式，转化统计时效更短，转化能力更强。
- 电商行业投放平台全流量支持；

使用指引：

- ① 联系对应腾讯运营，申请开通内测白名单
- ② 开通后，创建广告，推广目标选择：推广我的商品/推广公众号/销售线索收集，出价方式-OCPM，优化目标-24小时下单



③ 效果数据查看：

- 指标口径-转化回传
- 转化效果-自定义-勾选字段：首24小时下单量，首24小时下单率，首24小时下单金额，首24小时下单客单价，首24小时下单ROI

投放技巧：

- 初期使用历史起量素材+定向+ 24小时下单出价，保持每天3条+广告上新，并使用历史下单成本*1-1.2倍阶梯出价
- 持续投放3天转化量>50单，效果逐步稳定，ROI及ecpm均高于下单出价，上新素材×24小时下单出价，提升24小时下单出价广告数，逐步提升24小时下单出价使用率
- 观测“首24小时下单成本”，若首24小时下单成本与首24小时下单出价相比，在出价±20%范围内，属于正常波动；

Tips：多优化目标搭配使用，满足客户不同考核标准

- 考核30天ROI广告主**优化目标使用建议：优先建议下单>首24小时下单>ROI双出价
- 强考核首日ROI广告**优化目标使用建议：优先建议首24小时下单>下单>ROI双出价





拿量策略

营销学堂

腾讯广告

营销学堂

腾讯广告

营销学堂

②一键起量+优先拿量：智能适配客户拿量场景

基于所选择的营销目标信息，**一键起量**将根据场景进行智能适配，可更有效地帮您提升广告的探索效果和**起量效率**，若有快速起量的投放诉求，推荐使用该能力和**优先拿量**策略。

稳定拿量：系统会尽可能使你的实际成本贴近目标出价；**优先拿量**：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，你的实际成本可能会略超出目标出价；

出价策略 优先拿量

优先拿量： 争取更多的曝光，参与竞价流量

- 1. 一键起量原理：给该广告提供一笔起量预算，系统会在 6 小时内快速花完预算，帮助广告激进探索，获取更多曝光，期间转化成本可能高于预期。
 - 2. 一键起量注意事项：探索中任何原因导致广告暂停播放，都会导致起量中止，且你复播后也不会再继续探索；一键起量期间产生的消耗不赔付，但转化计入赔付门槛判断；你可以在该广告的一键起量状态中止或结束时，重新设置起量预算，开始一次新的起量周期
- 点击查看**赔付规则**
点击了解**一键起量**



一键起量： 给到激进探索的预算空间，6小时内花完，转化数计入赔付规则，花费不计入，支持多次开启延长优质广告生命周期

一键起量 未开启 将根据营销目标进行智能适配，可有效提升你的广告探索效果

深度转化优化 未开启

投前
投中
投后





创意策略

营销学堂

腾讯广告

营销学堂

腾讯广告

营销学堂

③多创意MC/动态创意DC：支持单广告下多个创意组合

起量更稳定

“多创意/动态创意”广告成功起量消耗提升5-10%

成本更稳定

超成本20%以上的广告消耗减少5-20%

目标达成提升

目标成本达成的广告消耗提升约15-25%



MC多创意 [自定义创意]：广告主自主提供创意元素优质组合



DC动态创意：高效提供创意元素，系统自动组合

优势

- 广告上新时，不同图片在规避相似素材过滤时，权重更高；
- 复制跑量老广告时，可有效规避老广告素材重复问题；
- 历史优质素材搭配新素材，可带动同个广告里的其他素材跑量

建议

- 单条广告建议3条创意，尽量保持文案图片不一致，创意维度关停，避免误关停优质创意



投后：多解决方案，符合客户投放预期

投前

投中

投后

模块	关键点	调整方向
ROI不达标，如何提升ROI	使用人群出价策略 [旧命名：ROI加强策略]	系统针对正负样本人群行为分级学习，提升转化率 1.精准一方老客群体作为正样本学习对象，量级建议10w以上； 2.ROI加强策略需3-5天学习周期，建议延长观察周期，让数据可置信；
	提升CTR&CVR两率	上节课已解读大盘高转化广告外层&落地页必备要素： 1.大盘创意趋势：视频化、原生化、品牌+资质背书 图片创意要素：原生化、实拍图、用户上脸图、少文字 视频创意公式：贴片大字报、产品介绍/成分介绍/功效卖点+明星素人混剪+价格利益点 2.落地页：结构框架设计合理，主次卖点搭配，提高用户即时下单率
	选品定价调整	关联商品：丰富多SKU套餐组合，提高客单
	优质广告位尝试	订阅号定投：订阅号转化效率目前与朋友圈持平，建议增投





腾讯广告



提升转化率策略

腾讯广告

营销学堂

腾讯广告

营销学堂

人群出价策略:人群智能出价模式, 提高转化率

系统针对正负样本人群行为分级学习, 达到**提升转化率**目的, **非拿量**策略。

✓ 后台自助开通+运营加白

操作步
骤



• 正样本人群选择:

账户实测转化数据正向的一方老客人群、行业优质人群

A:精准一方老客人群作为正样本学习对象, 量级建议10w以上

B:行业优质人群量级超3kw, 建议分级拆成量级500w左右的人群包, 提高人群预估精准率;

TIPS:

A.新建策略数不追多, 建议1-2条观察效果, 效果正向可相同策略新增广告配置, 效果差策略及时暂停更换人群包策略;

B.建议上线3-5天观察数据波动情况, 日耗1k广告积累更多转化, 确保数据置信;

✓ 新建策略



ROI策略搭建指引: <https://dmp.qq.com/helpcenter/detail/1771/5177>



投后：持续优化，提升拿量能力

投前

投中

投后

模块	关键点	调整方向
ROI达标，如何提升消耗	CTR&CVR持续优化	✓ 参考大盘优质素材风格， 丰富素材样式 提高CTR ✓ 落地页优化 ，关注整体框架合理性，主次营销卖点搭配提升用户下单率、提高用户留存 ✓ 多产品能力策略使用，进一步提升转化效率
	加强广告上新、素材上新	✓ 多素材风格，多广告集中抢量， 提整体竞争力
	提高多版位拿量能力	✓ 版位通投，聚拢模型以及统一赔付门槛， 提升多版位投放效率
	新增账户数	✓ 预算每新增2-3w，新增1个账户+1个备户，以此类推。
	新增商品数	✓ 商品数量对齐大盘[本土头部客户平均5个sku]， 丰富价格带，商品多样化





版位通投：提高多版位拿量能力

营销学堂

腾讯广告

营销学堂

版位通投：提高多版位拿量能力

- **介绍：**将微信公众号与小程序、微信朋友圈等版位纳入通投范畴，支持版位复选并使用分版位出价，数据打通数据更优。
- **价值：**单广告下实现全流量样本数据复用，能够以更丰富的转化数据样本和更快的转化数据积累，帮助广告快速度过冷启动，提升模型预估的准确性，进一步优化广告数据。



3大优势

1. 流程精简，投放效率更高：

- [1] 创意形式统一，1条广告投放所有流量
- [2] 创意标准统一，精简文案填写内容 6 → 1



2. 数据能力整合，全流量联合建模数据更优

3. 支持分版位出价，助力广告主提高多版位拿量能力

出价模式：支持统一出价&分版位出价两种模式，强推分版位出价：

分版位优势：

- 适合客户类型：分流量后端效果差异较大客户
- 竞价流量表现：系统会在不同流量按照对应版位出价去参与竞争拿量
- 创意体现：广告版位组合支持修改，由广告主自由组合



投脑风暴局

美妆嗨学营



03

案例解析

本土、国际美妆



国际优秀案例解析:

3倍↑

七夕日耗峰值

20%↑

大促ROI优于日常

3倍↑

加强广告上新

诉求:

高客单护肤礼盒推广，大促期间要求高ROI



广告外层素材

商详聚合页

解决方案:

投放策略:

- 蓄热、平稳、爆发期合理管理客户预期，大促用户集中下单提高ROI
- 品牌百万级别一方老客人群量级，精准用户画像，提高系统人群预估精准性
- 使用首24小时下单、ROI双出价优化目标转化能力更强，维稳广告效果
- MC+优先拿量适配客户拿量场景，参与竞价流量
- 加强广告上新，为爆发期夯实拿量基础

分阶段	投放策略
投前	大促分阶段“蓄热、平稳、爆发期”合理管理客户预期
投中	- 下单优化目标快速测试起量高转化定向 - MC+优先拿量适配大促拿量场景
投后	- 多优化目标使用&加强上新，提拿量能力 - 多投放策略维稳广告效果 - 持续优化转化效果&拿量能力





本土优秀案例解析:

广告引流

利用爆品持续培育种子客群
多元素材+多元商品吸引不同类型用户



原生下单素材图

爆款商品+活动福利

老客一方人群引入, 扩量种子人群

利用腾讯知数, 建立正向转化模型

小程序转化

套餐提升客单价
购买2盒以上享受立减优惠



1盒维持原价
2盒立减130元
3盒立减179元

交易路径持续引导提升客单
订单页优惠组货&下单后满减优惠券



课程回顾总结

- 了解电商行业投放平台，提高投放效率
- 投放分阶段运营策略学习到应用，减少理解成本，提高广告效果

分阶段	投前	投中	投后
运营要点	明确客户投放规划&放量节奏 5个要点助力投放list,做好投放准备 - 大促加强上新，提高抢量能力	落地投放策略&多产品功能使用 - 对齐上新关停策略，保证投放效果 - 多产品功能策略使用，夯实拿量基础	多策略解决方案，符合客户投放预期 - ROI不达标，多策略解决方案达到广告主考核预期 - ROI达标，持续优化提高整体拿量能力



投脑风暴局

美妆嗨学营

Thanks!