腾讯广告 | 营销学堂

主机厂效果广告全链路拆解

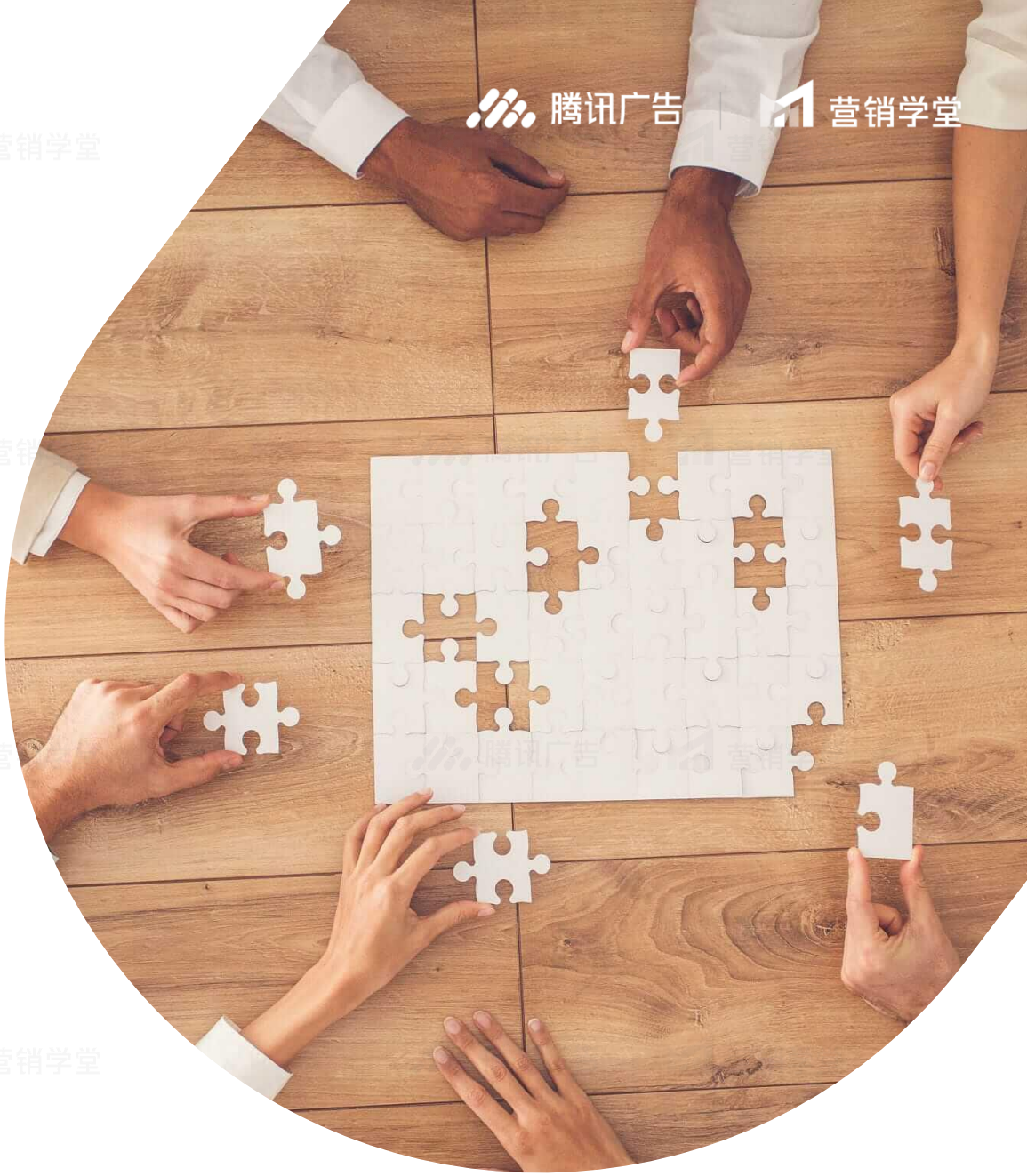
23/12/08 佟宜/ 大交通-行业运营

目录

1 主机厂效果投放链路图谱

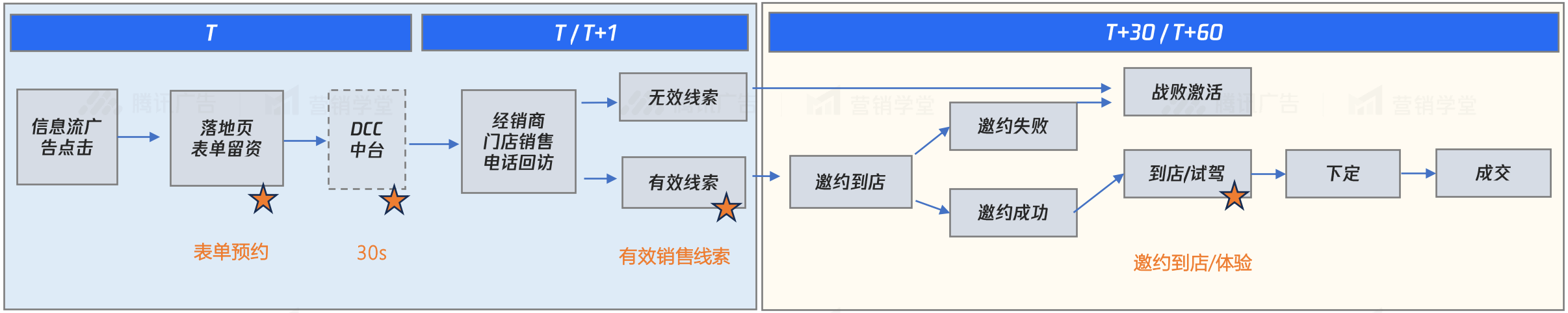
2 核心链路优化策略&建议

3 企业微信链路&微信客服链路详解

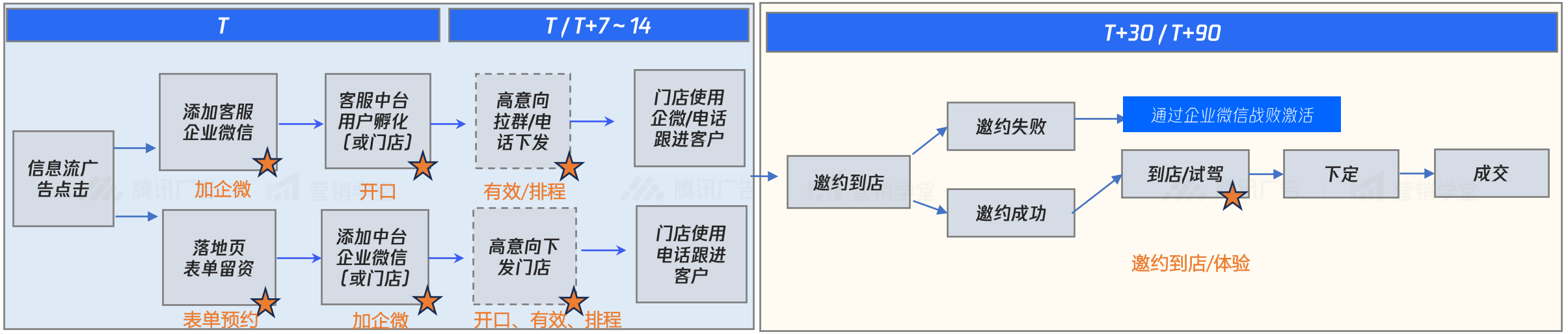


主机厂效果链路图谱

■ 主机厂核心表单链路，及关键优化优化节点



■ 主机厂核心企微链路，及关键优化优化节点



主机厂效果链路图谱

链路类别	细分类型	数据上报/归因方式	适合客户	23年覆盖
表单链路	常规表单	1、使用腾讯落地页产品，如原生页、蹊径、车讯达产品的广告主，无需上报数据，表单转化可实现平台归因。 2、使用广告主自有H5、小程序作为落地页则需要上报表单转化行为进行广告归因。	以线索量为核心目标的客户	60%-70%
	有效线索 ★	广告主上报回呼后的有效销售线索	考核后效且有数据对接能力	
	30秒通话	1、广告主上报通话30s数据 2、使用腾讯线索通回呼 3、PC端安装线索通插件	考核后效且有数据对接能力	
	意向表单	1、使用腾讯落地页产品，如原生页、蹊径、车讯达产品的广告主，无需上报数据，表单转化及意向表单可实现平台归因。 2、使用广告主自有H5、小程序作为落地页则需要上报表单转化行为，及意向表单进行广告归因。	考核后效但暂无法对接数据	
网销链路	企业微信链路	1、加企微数据，通过绑定投放端账号进行平台归因 2、广告主上报加企微、及深层行为 3、使用腾讯线索通、转化宝企微应用，通过人工打标/AI智能打标实现深度行为上报，无需api对接	• 需要有认证的企业微信 • 有中台运营团队or 终端使用企微工具 • 关注后效：有一定数据对接能力和企微工具使用能力	5%
	微信客服链路	1、咨询数据，通过绑定投放端账号进行平台归因 2、广告主上报在线咨询、及深层行为 3、使用入驻FMC的第三方工具实现自动上报深层行为数据		
直播链路	直播链路	视频号原生组件场景下： 1、广告主通过API拉取组件相关转化行为，并进行行为上报用于深度优化； 2、平台归因，无需api开发〔推进中〕	有直播运营能力	5%
其他链路	加粉链路	通过公众号/视频号绑定实现平台归因，无需api上报。	以增加品牌粉丝人群为目标	20%～30%
	下订链路 ★	广告主上报下订行为，进行归因及行为优化	短期促销or 特殊电商活动	

主机厂效果链路图谱

eCPM (广告竞争力) = 出价* 预估CTR* **预估CVR***1000

营销目标 -> 链路组合：**优先拿量 VS 优化后效**

腾讯广告 | 营销学堂

优化目标*流量版位*出价*落地页设置

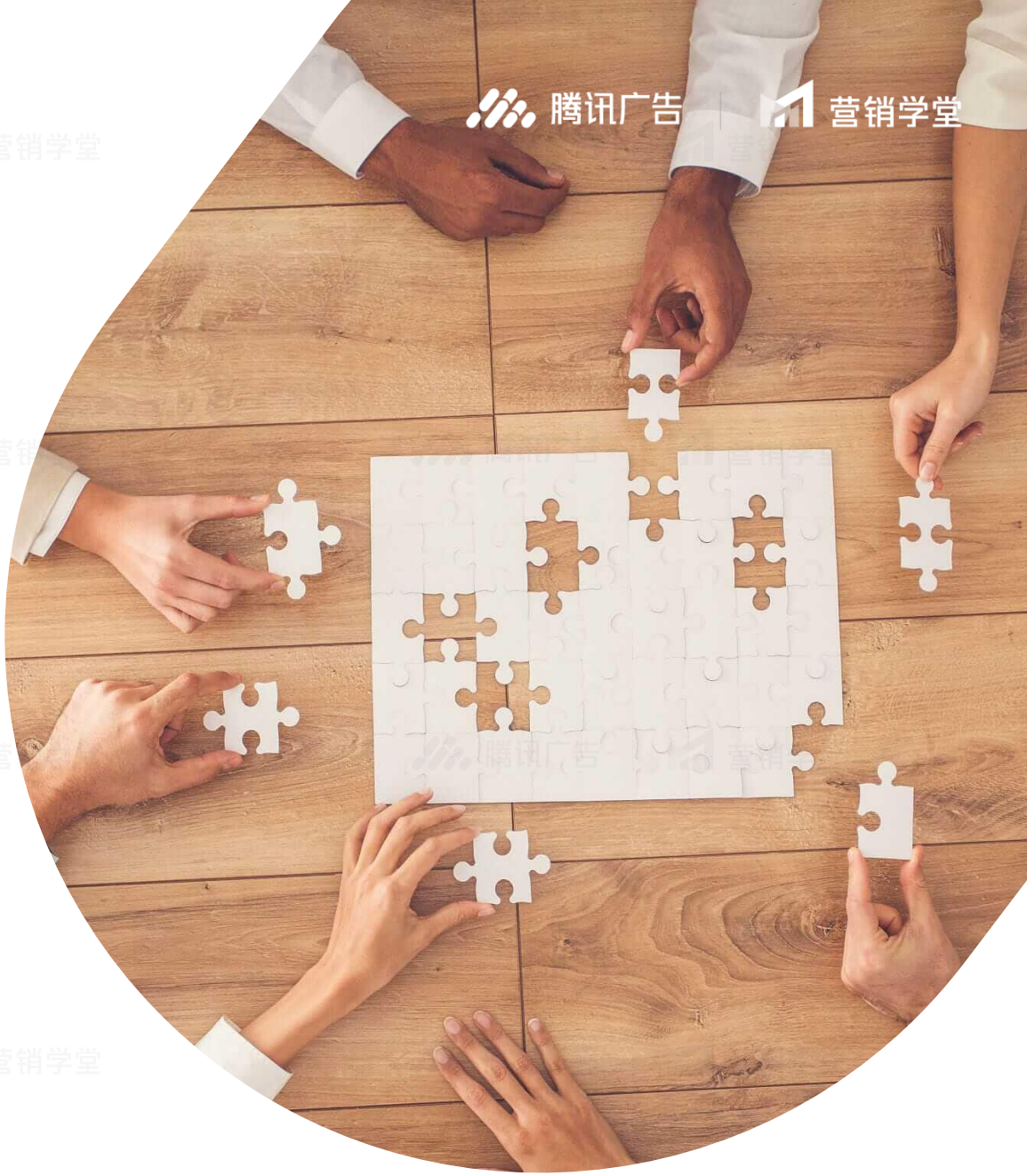
链路类别	细分类型	落地页产品	转化率〔忽略流量差异性〕	优化目标	链路优势&挑战
表单链路	常规表单	• 小程序〔名字+手机号一键授权〕 • 原生页/蹊径落地页〔5项表单包括姓名、省市、门店、电话、车型〕	1.0%～2.0% 0.6%～0.9%	表单预约	优势 1、拿量能力稳定，起量快 2、行业优化经验积累丰富，成本可控 挑战- 后链路效果提升瓶颈〔有效、到店/试驾、成交〕
	有效线索	小程序(车讯达or客户自建小程序〕	0.4%-0.6% 〔有效线索、30s通话、意向表单/点击〕	单目标：有效综合线索 双目标： 浅层-表单预约 深层-有效综合线索	优势 有效率显著提升，有效成本可优化下降20%+ 挑战 1、依赖有效数据回流时间及稳定性 2、跑量能力仍在探索中
	30秒通话			单目标：通话三十秒 双目标： 浅层-表单预约 深层-通话三十秒	优势 有效率显著提升，有效率提升5%～10% 挑战 依赖30s通话数据回流时间及稳定性
	意向表单			单目标：意向表单 双目标： 浅层-表单预约 深层-意向表单	优势 1、无需广告主开发API回传数据 2、有效率提升2%～5% 挑战 有效率提升有瓶颈，跟实际有效率正相关性需进行周期性分析
网销链路	企业微信链路	外层直联名片页 原生页〔一键加企微〕 小程序〔先表单后企微〕	1.2% - 2.4%	单目标：加企业微信客服 双目标： 浅层-表单预约 深层-加企业微信客服	优势 1、加企微后可长期通过企业微信孵化用户，长线运营 2、到店or试驾成本下降5%-30% 挑战 1、需要保证企微客服人力投入 2、需要规范化企微运营流程
	微信客服链路	外层直联咨询页面 原生页〔一键咨询〕 小程序〔先表单后微信客服〕	1.2% - 12%	单目标：在线咨询 双目标： 浅层-在线咨询 深层-表单预约	优势 1、cvr高，开口大，咨询成本较低 挑战 1、需要使用第三方智能会话工具提升效率 2、48小时内用户无主动回复，客服不可主动发消息

目录

1 主机厂效果投放链路图谱

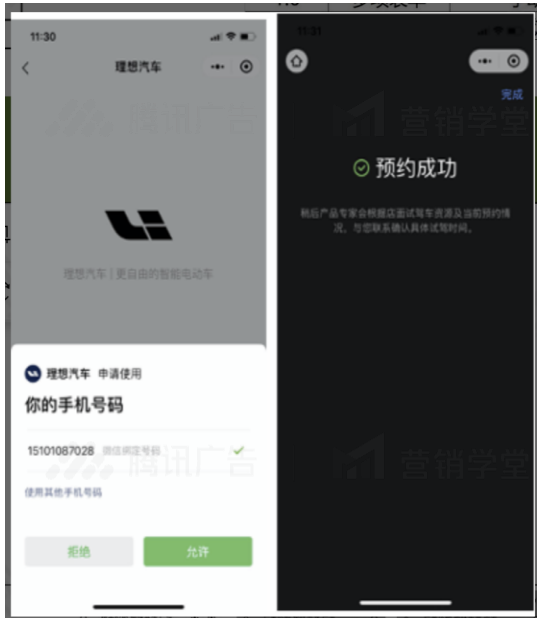
2 核心链路优化策略&建议

3 企业微信链路&微信客服链路详解



核心链路优化策略及建议- 表单链路

一键预约	轻量化小程序〔手动填姓名〕	意向小程序	短信验证



链路名称	优化CPL	考核有效成本	考核深度后效	特殊备注
一键授权	√			起量最快，cvr最高，成本最低，但有效率想对较低
轻量化小程序	√	√		起量速度较快，cvr较高，cpl较为稳定 • 燃油车：cpl 100-150 （全国定向 200城市+） • 新能源：cpl 180-300（定向城市20～80）
意向化小程序		√	√	意向化小程序又分为：前置意向、中置意向，后置意向。 可根据客户对后效需求强烈程度选择，并定制化意向问题。
短信验证		√	√	Cvr 较低，成本较高，用于提升线索有效率场景

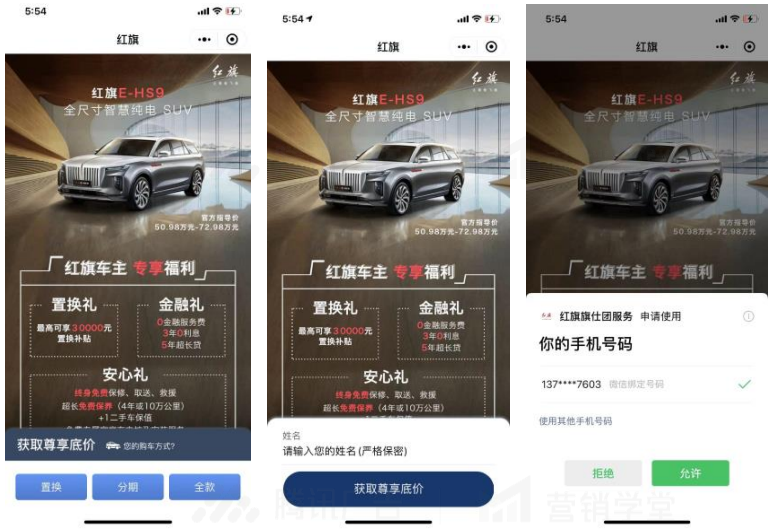
需求场景
短期拿量，又担心线索有效率低

分城市 X 分链路策略X 分账户

- *高有效城市- 一键授权or轻量化小程序-降低成本*
- *中等城市- 3项表单，门店外显- 保证有效*
- *低有效城市- 短信验证链路- 提升有效*

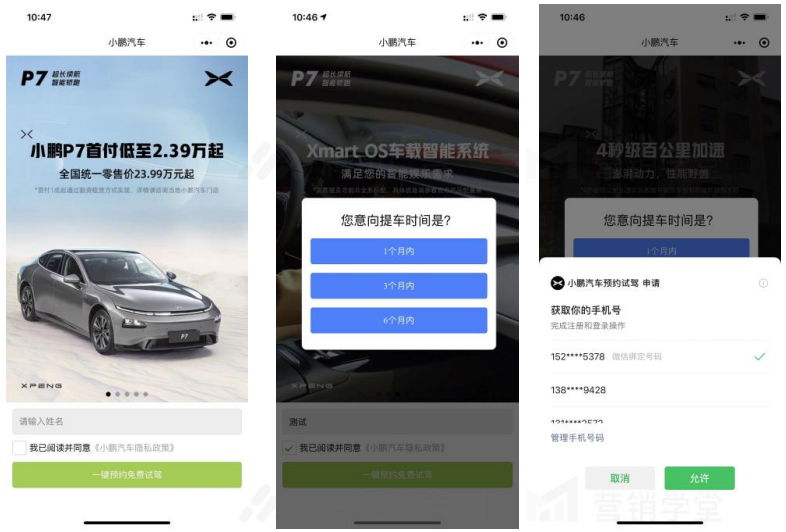
核心链路优化策略及建议- 表单链路

前置意向表单



前置意向表单在用户留资前过滤一遍用户意向，搜集用户信息，提高后效。

中置意向表单



中置意向表单在填写姓名后，授权手机号前弹出意向表单，不填写或填写负向选项不可授权手机号，或授权后不下发

后置意向表单

后置意向表单为目前使用最多的，且有多种变种形式，可用于双出价优化后效，意向率建议40%-60%

链路名称	优化CPL	考核有效成本	考核深度后效	特殊备注
前置意向表单		√		对表单成本影响不大，可测试
中置意向表单		√	√	留资前筛选掉“随便看看”的用户，表单成本+5%，有效率提升10%
后置意向表单	√	√	√	后置意向表单不影响表单成本，意向问题设置可咨询相应客户运营，车讯达提供问题参考。
前置+后置		√	√	对表单成本影响不大，

需求场景
如何设置意向问题？

方案一：跟客户判定有效的标准保持一致

方案二：车讯达系统推荐问题

〔行业验证〕

保证意向率40%-60%，pkam配合提升。

核心链路优化策略及建议- 表单链路

前链路

后链路

曝光	点击	转化 ★	下发 ★	到店/试驾	下订/成交
核心人群应用	创意丰富性提升	落地页产品工具应用	分城市出价&控量	门店调研-流程体验	车主画像洞察
链路数据应用 ★	差异化链路创意 ★	首屏/长短-ABTEST	线索1发多	专项激励-积累数据	归因分析
Pkam模型深度优化	aigc创意工具	组件能力升级	门店优选&智能下发	到店/试驾数据回传	战败激活

相关课程：

汽车擎报局（第二季）-主机厂表单链路投放降本增效策略

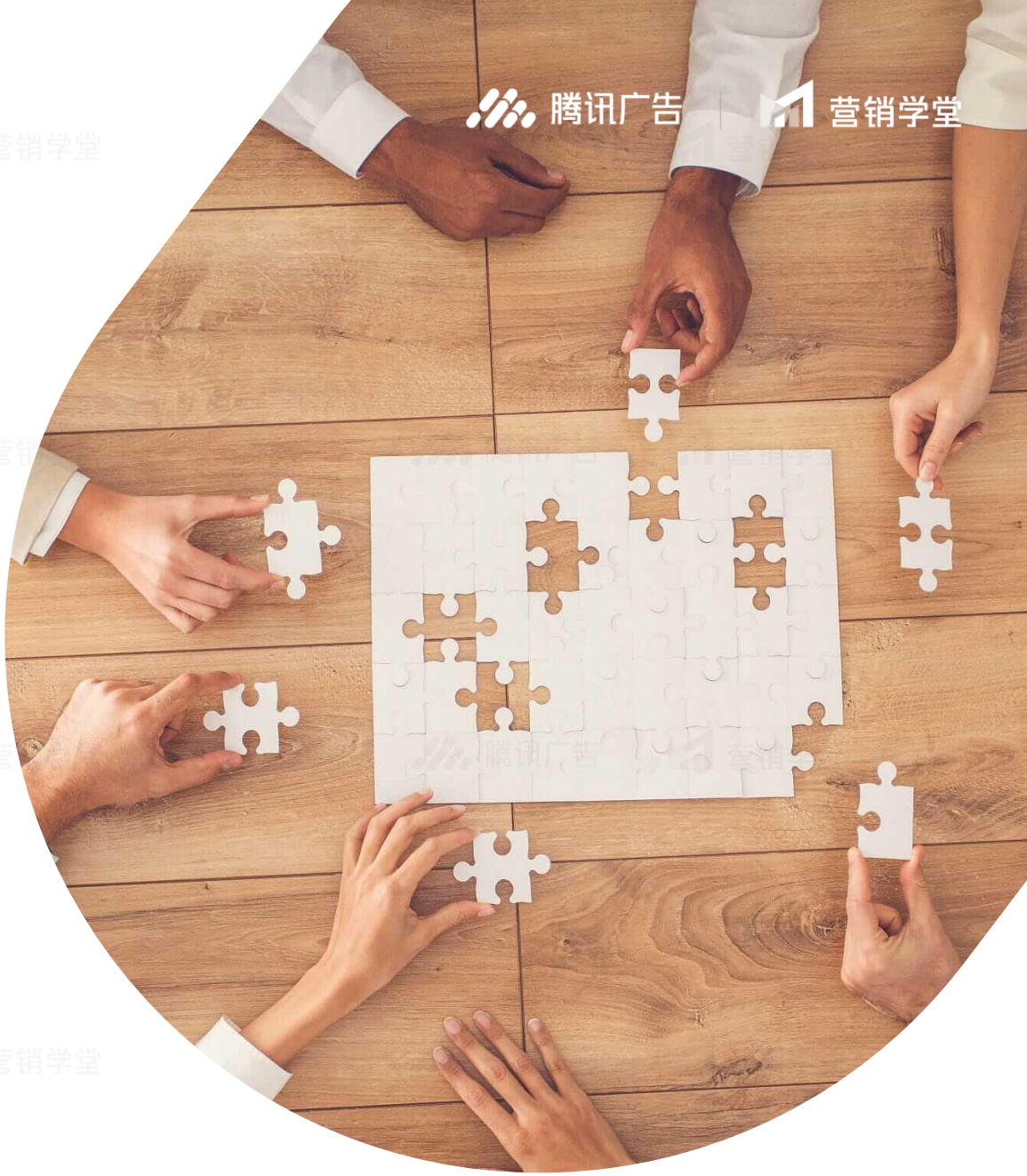
新产品解读丨车讯达功能介绍

目录

1 主机厂效果投放链路图谱

2 核心链路优化策略&建议

3 企业微信链路&微信客服链路详解



企业微信链路详解

投前准备	选择链路	落地页	链路优势	适合客户	数据参考
1 注册并认证企业微信 2 投放端绑定企微主体 直跳客服名片页 开白/对公验证 线索通企微小程序 授权配置 转化宝 注册开通 转化下发 下发广告字段区分渠道	一键加微	原生页	优势： • 对接流程简单，快速上线 • Cvr高，一键添加转化组件 问题： • 转化门槛低，需要人力运营筛选高潜用户	• **运营人力充足** • 开发能力不足	全国投放（80～200城+） 燃油车cpwx80-150 新能源cpwx120-260 转表单率 30%～50%
	先表单后企微	原生页	优势： • 对接流程简单，快速上线 • Cvr高，一键添加转化组件 问题： LBS客服智能分配能力待上线	• 考核表单成本为主 • 有**企微中台**运营	全国投放（80～200城+） 表单一键授权+lbs门店 燃油车cpL120-200 新能源cpL180-300 加微率 25%～40%
		车讯达	优势： • 表单组件优化空间大 • 可在原有表单链路上迭代 问题： • 需要确定开放平台主体、车讯达小程序、企微主体一致 • 企微二维码识别，加微率较低	• 考核表单成本为主 • 中台&门店模式都适用	全国投放（80～200城+） 表单一键授权+姓名 cpL100-180 加微率 20%～30%
		客户自建小程序	优势： 同车讯达小程序，可自开发设计 问题： 需要开发匹配表单&企微用户	• 考核表单成本为主 • 中台&门店模式都适用 • 有数据开发能力	~
	表单+企微双转化	原生页/客户自建小程序	优势： 多个转化入口 问题： 存在表单&企微重复用户	• 适合中台运营，中台承接表单&企微线索 • 有数据开发能力	~

企业微信链路详解

从“零”开始配置企微链路，最短链路只需要4步：

STEP 1
注册并认证企业微信

- 官网地址 https://work.weixin.qq.cm/
- 填写企业信息和管理员信息
- 需要完成企业主体资质

STEP 2
投放账号绑定企微主体

- 在投放端-工具箱完成扫码授权，需企业微信管理员配合通过
- 在企业微信后台设定营销工具可见范围，可见范围内的人员信息会同步到投放端，并可被设置为客服
- 企业微信后台可随时修改可见范围

STEP 3
建立客服组

- 对投放端可见的客服进行分组，形成可用的客服组，用于下一步落地页配置。

STEP 4
使用原生页配置企微组件，新建广告进行投放

- 原生页有三种企微转化组件，建议同时使用，提升cvr。

企业微信链路详解

进阶优化1：广告外层直跳企微客服名品页，提升添加企微客服转化率

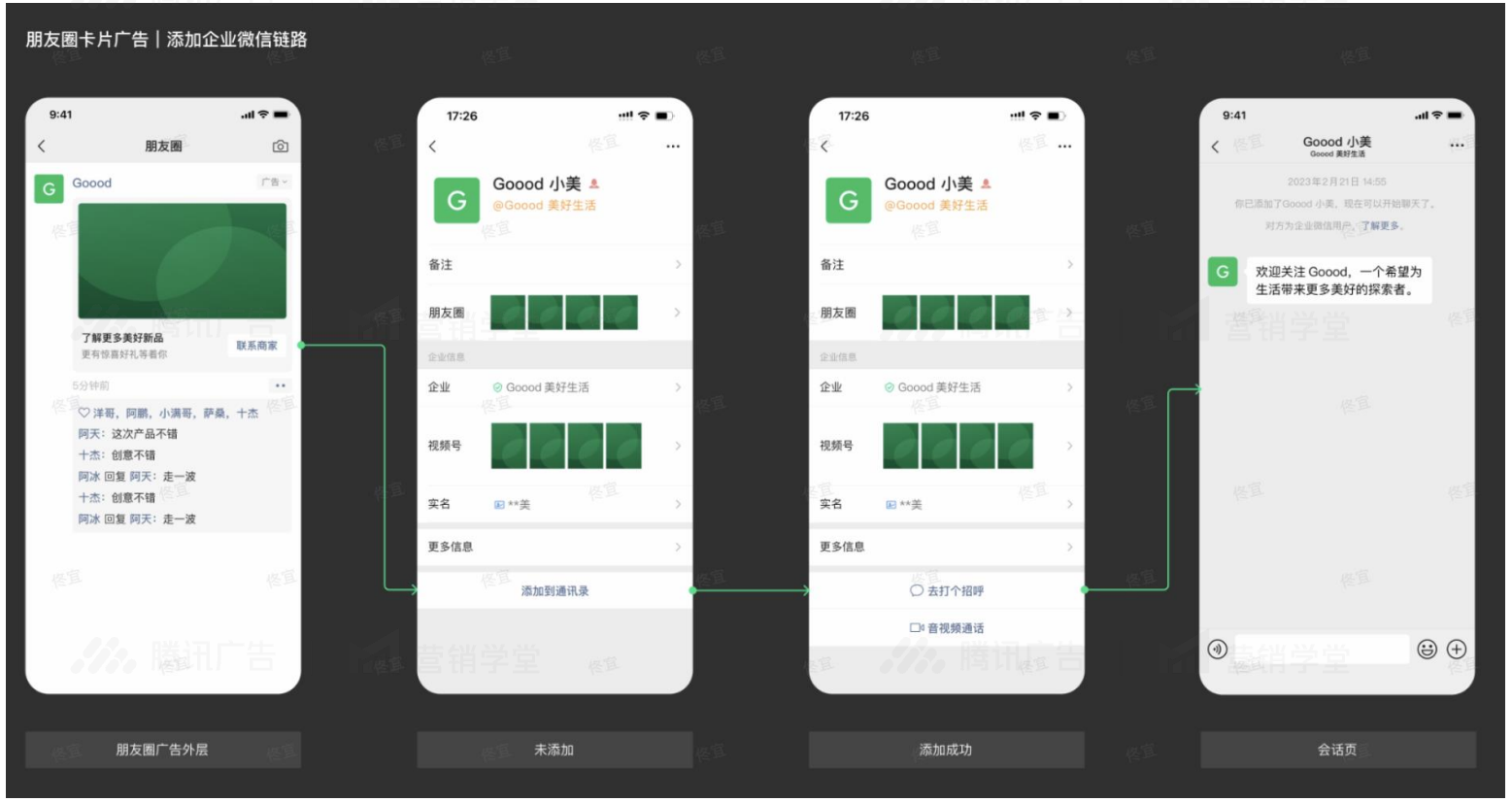
直跳企微客服名片-提升加微CVR

直联企微客服名片前置条件：

- 企微主体&投放账户主体一致 —— 联系相关运营同学进行开白配置
- 主体不一致—— 需完成对公打款验证

- 客户在投放端主动发起对公验证申请并完成验证。
- 联系行业同学表格提报白名单申请。
- 风控侧检验对公验证状态，对符合资质账号配置开白。

目前支持的流量版位：朋友圈行动卡片、视频号信息流、公众号&小程序版位



企业微信链路详解

进阶优化 2： 企微客服智能分配——LBS分配，提升本地用户运营效率

企微客服智能分配设置

为每一个客服组配置POI点：

支持通过两种方式录入位置信息：

1) 通过搜索腾讯地图位置直接录入——适合无门店的广告主（只要位置信息存在在腾讯地图poi即可）

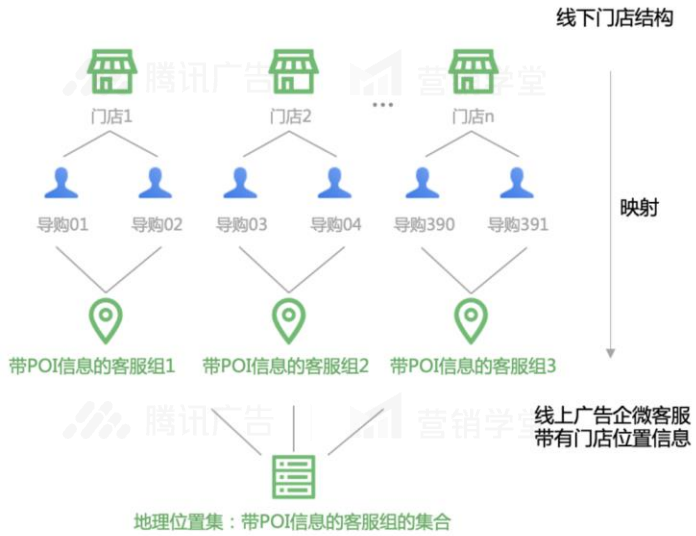
2) 通过拉取已配置的门店录入——适合拥有自有门店poi信息的广告主

【地理位置集】&【客服组】的关系：【地理位置集】是包含多个带地理位置信息的【客服组】的集合。

如需要广告根据lbs分配企微导购，则需在广告投放前打包多个地理位置信息的【客服组】为一个【地理位置集】。

原生推广页组件支持按照用户地域就近分配客服，可联系相关运营进行开白

产品能力1：为客服组配置地理位置信息



产品能力2：广告投放时，LBS自动匹配离用户最近客服组

企业微信链路详解

进阶优化 3： 企微用户信息同步、客服管理、欢迎语设置——使用线索通企微应用

线索通企微应用配置

核心能力支持：

1、企微客户列表

识别企微转化用户的广告信息，包括不限于微信昵称、跟进客服、手机号明细、渠道来源、用户标签等等。

2、客服管理工具

渠道活码创建，关联车讯达门店

客服接待时间、分配等

自动欢迎语、消息提醒

3、企微线索洞察

广告信息同步

用户意向洞察

渠道活码&客服设置

欢迎语设置

企微微信用户列表

产品文档：https://docs.qq.com/doc/DY05LUkRGTHV2V1Fs

企业微信链路详解

进阶优化 3 ： 企微用户信息同步、客服管理、欢迎语设置——使用线索通企微应用

线索通企微应用配置

核心能力支持：

4、自定义打标设置

广告主需在线索管理平台-【数据应用】-【上报规则设置】-【企微上报】设置企微标签/跟进状态的上报规则，将自定义的企业客户标签与标准固定上报类型做映射。如将客户企微标签的「核心」上报到「有效用户」类型，从而实现虽设置的是自定义企业标签，仍可实现自动上报规则用于ocpx优化。

产品文档：https://docs.qq.com/doc/DY05LUkRGTHV2V1Fs

需要上报优化的标签设置请咨询相应行业运营

企业微信链路详解

进阶优化 4：线索信息洞察——辅助企微客服助攻聊单

线索通企微小程序-线索洞察能力

核心能力支持：

5、线索洞察能力

完成腾讯广告线索通小程序授权配置，可客服侧边栏打开小程序，客户详情可支持展示

1）基础信息-手机号等

2）广告信息- 广告创意及宣传利益点

3）线索描述- 购买区间&竞争度预测

4）利益点工具：筛选车型可查看该条线索的兴趣点预测。

产品文档：https://docs.qq.com/doc/DYm1kc0pDeEdJVU1O

企业微信链路详解

进阶优化 5：使用车讯达作为落地页添加企微

车讯达企微能力

前置需求条件：

确认开放平台主体、小程序/车讯达主体、企业微信主体一致。

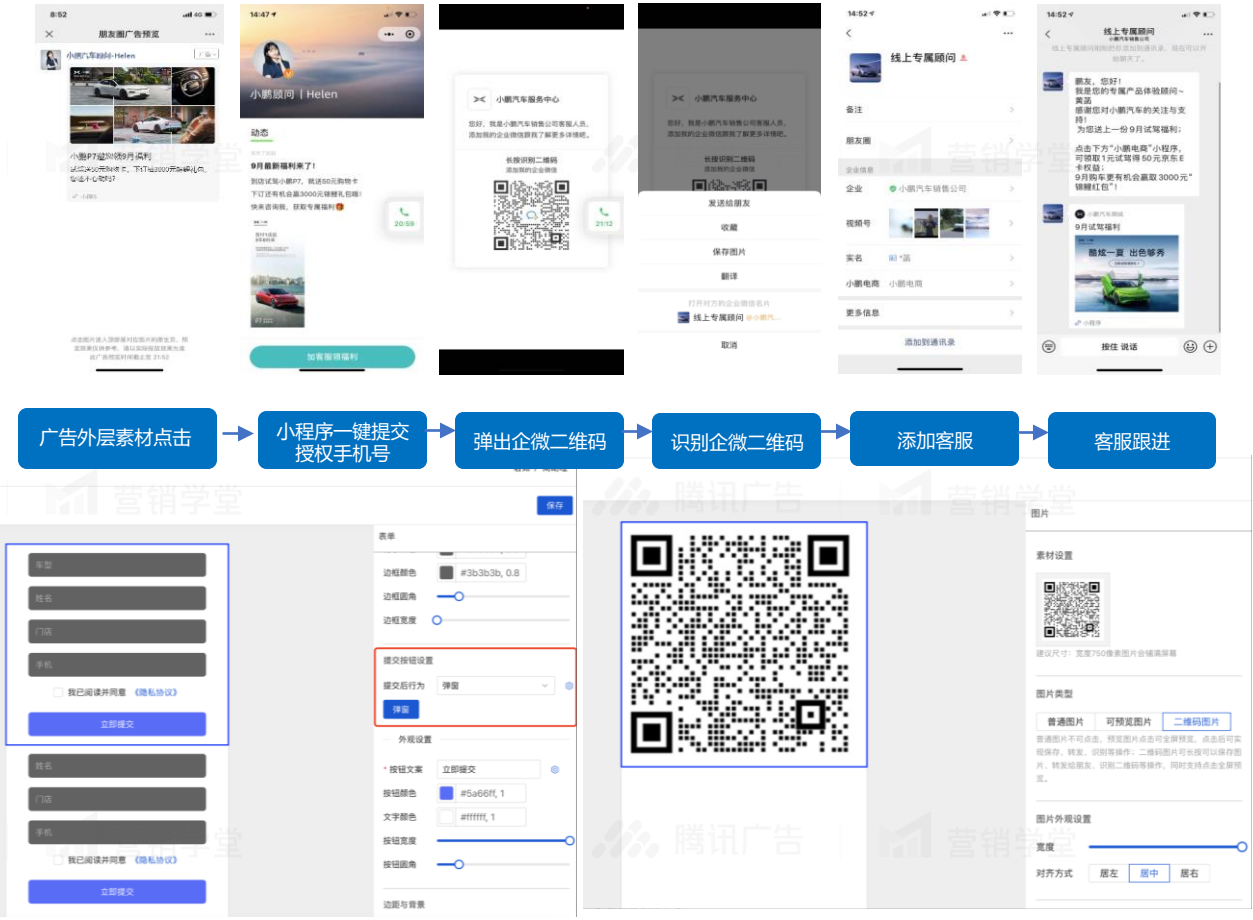
微信开放平台，如果客户有开放平台账号，确认一致即可，如果没有需要注册同主体账号，注册过程中需对公验证，客户打款至腾讯。

持续能力迭代：

1、表单后弹窗企微二维码

2、支持部分城市跳转企微

3、支持跳转微信客服



产品文档：https://docs.qq.com/doc/DYm1kc0pDeEdJVU1O

企业微信链路详解

进阶优化 6：转化宝AI赋能助攻后链路转化利器

智能打标能力

发现顾虑、抓住意向、监测负向

实时回传标签反哺广告

开口、有效、下订/成交

洞察经营问题

AI智能发现高转化话术模版

转化宝产品手册：https://doc.weixin.qq.com/doc/w3_AHMAVga_ACcle6NVW5SQbu50c540c?scode=AJEAIQdfAAoz7gMdoLAHMAVga_ACc

微信客服链路详解

1、什么是微信客服?

微信客服是微信官方的临时会话能力，用户可以在微信内外的各个场景入口中（视频号、公众号、小程序、H5等）发起咨询，企业可通过API来收发消息。

2、广告链路如何投放微信客服?

广告链路

有落地页	曝光	点击外层	原生页/小程序	跳转微信客服	开口-留资	
无落地页直联	曝光	点击外层	跳转微信客服	开口-留资		

微信客服链路详解-投放建议

前端投放规划			
场景	流量位建议	素材建议	IM形式
信息流常规投放	「朋友圈信息流」	常规图文素材+行动卡片	微信客服直跳+落地页
	「朋友圈+公众号信息流」	横版大图素材为主	微信客服直跳+落地页
	「视频号」	竖版视频	微信客服直跳
直播间	-	直播间	落地页+微信客服

投放指标关注：点击开口率&开口留资率					
赛道	竞价cpm	CTR	点击开口率 （咨询量/点击量）	开口留资率 （留资量/咨询量）	表单预约成本
影响因素	出价*CTR*CVR	人群&外层素材	微信客服昵称、头像、追粉话术、外层素材	挖客工具、挖客话术、及时度	起量率和模型稳定
相似行业	19-30	1.2%-1.5%	6-10%	10-15%	100～150

微信客服链路详解- 对比企业微信

链路对比	流量	落地页	添加企微微信客服成本/咨询成本 （仅提供燃油车全国投放参考，以实际投放商品价格、定向城市、资源版位为准）	客服访客人数限制	对话限制
1、企业微信	无差异	无差异	一键加微链路 80-120（全国投放）	人工客服每日200人左右（行业建议30-60） 不能使用智能客服	用户未删除情况下，无发送消息限制。
2、微信客服	无差异	无差异	25-55（全国投放）	人工客服单日50个用户 智能客服不限 • 企微未认证，微信客服仅可接待100个用户； • 企微未绑定视频号，微信客服单日可接待100个用户； • 企微已认证且已经绑定视频号，微信客服接待用户不受限制。	访客接入后，20秒内发送欢迎语，支持文本、菜单消息； 48小时内只能触发一次，若访客超48小时未回复，但再次进入对话，可再发一条欢迎语； 用户主动发消息时，微信客服可再48小时内发送最多5条消息，按此规则循环对话回合；

微信客服链路详解

第一步

开通微信客服（微信客服官网or企微后台）

第二步

创建客服账号（微信客服官网or企微后台）

- 每个企业可以创建5000个微信客服账号，一般建议一个客服账号用于一条业务线。一个客服账号背后暂可配置2000个接待人员。

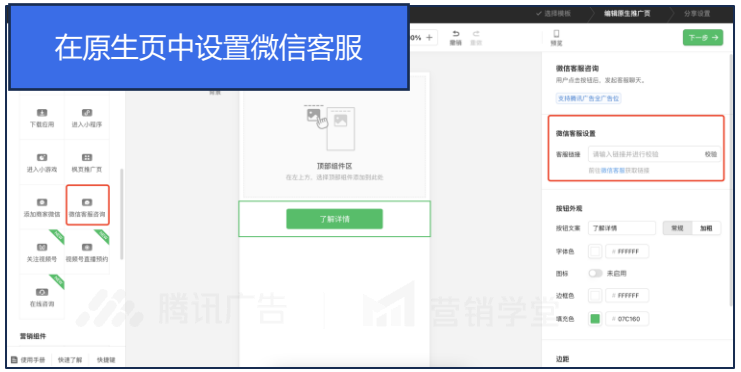
第三步

获取微信客服链接（微信客服官网or企微后台）

第四步

配置原生页/蹊径落地页（广告投放端）

申请朋友圈、公众号、视频号信息流直跳咨询链路，需联系行运开白，同上述企微开白流程一致。



重点操作指引文档：
https://docs.qq.com/doc/DUk9KaUdxa3Nianhw

微信客服链路详解-智能咨询组件

使用**智能咨询组件进行投放**

- 可以实现与第三方信息互通+转化识别+数据上报，实现从开口-留资/加企微- 有效-试驾意向等后链路归因。
- 使用智能咨询组件投放，只能用第三方IM工具进行用户接待和回复。

第一步：账户开白
微信客服授权入口开通

第二步：进入营销组件
进行微信客服授权

第三步：关联挖客工具
可选择第三方工具

第四步：创建咨询组件
或申请直联链接

对内设置

对外展示

智能咨询组件重点操作指引文档：
https://docs.qq.com/slide/DT1JmRlp1VEJnVGp1

THANKS

欢迎扫码添加“**营销学堂小助手**”获取更多学习资源