

教育行业金牌教案

教育行业新投放模式 上手指南



腾讯广告新投放模式概述

投放模式升级:精简投放表达, 聚焦创意优化

新投放流程

减层级, 更清晰

广告层级精简下, 重构“新广告ID体系”, 助力广告主清晰表达营销目标、营销资产、优化目标等有意义的营销诉求。

新资产管理

易协同, 效率高

针对对广告主资产管理的逻辑进行优化, 支持多人协同模式与资产动态管理, 实现管理效率的大幅提升。广告升级后, 资产完成广告关联, 助力广告高维达成

新创意机制

好创意, 易胜出

支持广告主进行元素化创意表达输入, 系统升级创意粒度模型预估、排序优选策略, 创意素材、链路、落地页对投放效果影响权重更加突出

134家广告主参与测试
覆盖瑜伽/思维等126个课程

- 单广告跑量提升4~5倍
- 成本稳定度提升2%



- 单账户广告数下降85%



分赛道测试案例

英语思维课

链路：下单直购
主投OG：下单
单账户广告数：3~5条

[数据效果]

单广告跑量能力+160倍
单创意跑量能力+5倍
单账户广告数下降1倍
成本稳定度提升12%

理财培训

链路：->加群
主投OG：加群
单账户广告数：3~5条

[数据效果]

单广告跑量能力+25倍
单账户广告数下降1倍
成本稳定度提升3%

瑜伽

链路：点击->落地页->关注->下单购买课程->添加微信
主投OG：加企业微信客服
单账户广告数：3~6条

[数据表现]

单广告跑量能力+87%
单账户广告数下降87%
成本稳定度持平

操作指引-流程概览

直播/APP/关注链路直接进入step4, 非直播/APP/关注链路可参考以下流程

| | Step1 组织初始化 [①②二选一] ①官网注册 ②媒体协助 | Step2 创建业务单元/绑定测试账户 | Step3 创建课程资产 | Step4 投放账户搭建广告 |
|------------|---------------------------------------|------------------------|-----------------|-------------------|
| 我是新客 | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| 我是老客 新课 | ✗ | ✓ [绑定投放账户] | ✓ | ✓ |
| 我是老客 老课 | ✗ | ✓ [绑定投放账户] | ✗ | ✓ |

新工作台介绍

20240308 / 王莹晖 / 商业管理产品组

目录

contents

01
新工作台是什么？

02
新工作台“新”在哪儿？

03
教育行业重点关注

04
常见FAQ

01 新工作台是什么？

新工作台是什么？

腾讯广告提供的 面向广告主组织/人/资产/资金的一站式经营管理平台

目标

真实还原组织的管理模式，提升人户/资产/资金的管理效率，规避套户等风险

适用角色

管理多账户/多团队/多资产的广告主管理者、优化师、数据分析师、财务人员等

核心能力

多账户管理

跨账户经营、多维度数据分析，助力广告主加速决策部署

组织人员管理

分角色授权，组织划分清晰，让管理和协作更敏捷

资产管理

明确赛道圈子，资产自动共享，让广告投放更高效

资金管理

建立客户钱包，资金自动共享，提升资金利用率

02 新工作台“新”在哪儿？

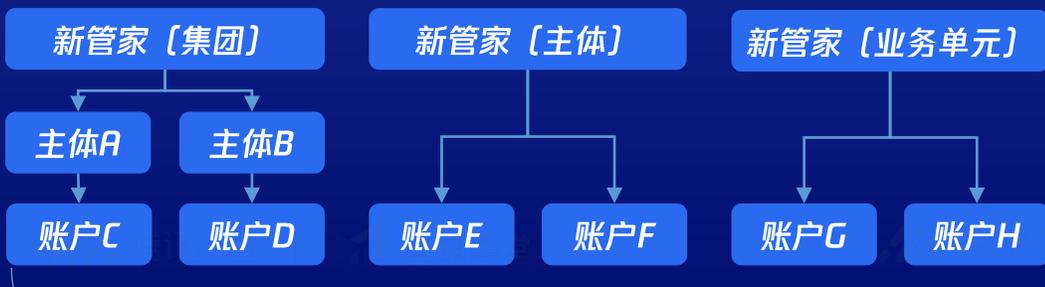
新工作台“新在哪儿”—1、新的组织管理模式

提效率：从“混乱”到“有序”

Before: 任意创建管家，跨集团、跨主体，无法有效管理



After: 真实还原公司管理模式，账户自动归属，资质统一管理



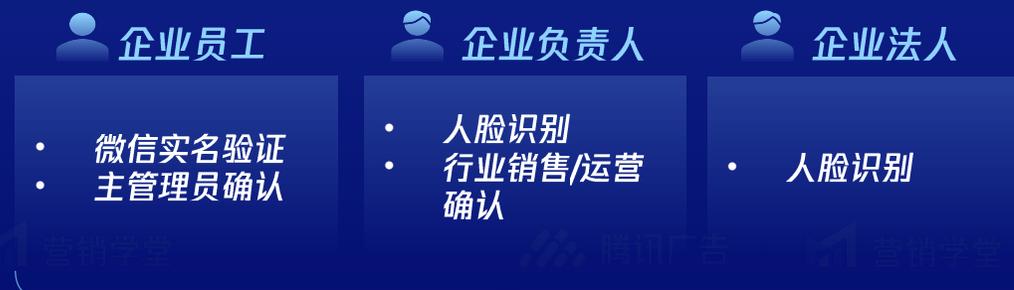
一定属于同集团or同主体，新增账户自动归属

降风险：从“高风险”到“合规”

Before: 任意人员/角色都可注册登录，存在管理风险



After: 增加前置身份验证，确保成员真实身份，降低异常风险



一定属于同集团or同主体，新增账户自动归属

新工作台“新在哪儿”—2、新的资产共享模式

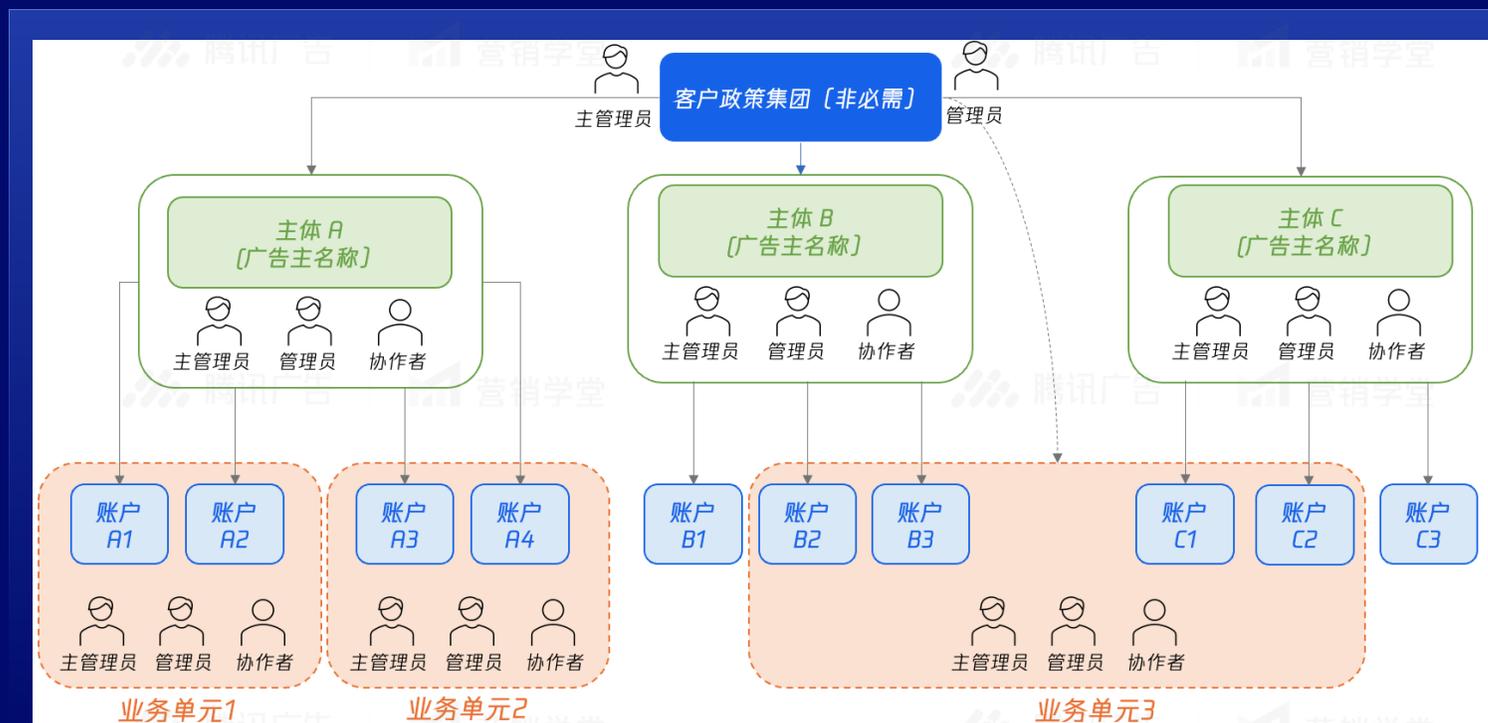
业务单元定义：一个虚拟的营销组织集合，根据广告主个性场景圈定组织信息 [账户及成员]

为什么要有业务单元？

- 对外精准划分赛道，实现组织间数据隔离
- 对内还原业务模式，实现组织内资产共享

业务单元管理规则

- 组织主管管理员/管理员/业务单元管理员可创建业务单元
- 业务单元主管管理员/管理员/协作者可创建资产



新工作台“新在哪儿”—2、新的资产共享模式

Before

手动资产共享，操作繁琐，归属不清，有资产外露风险

原有资产共享模式

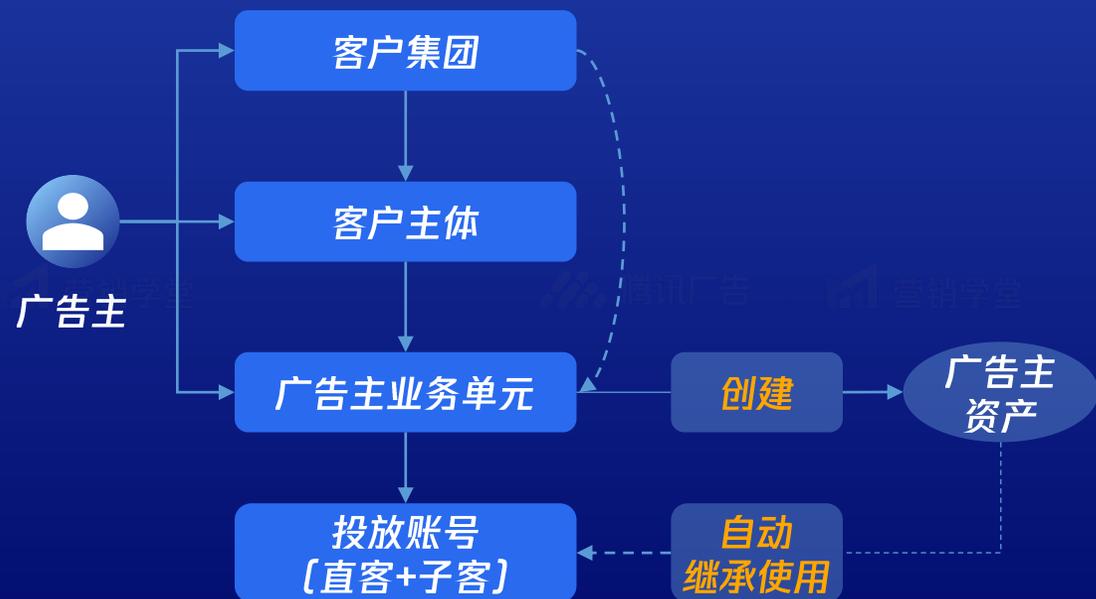


部分资产日均授权 1w+次

After

支持管家粒度创建资产，资产自动共享，无需额外授权，降低风险

当前资产共享模式



03

教育行业重点关注

教育行业重点关注—1、开通新工作台账户

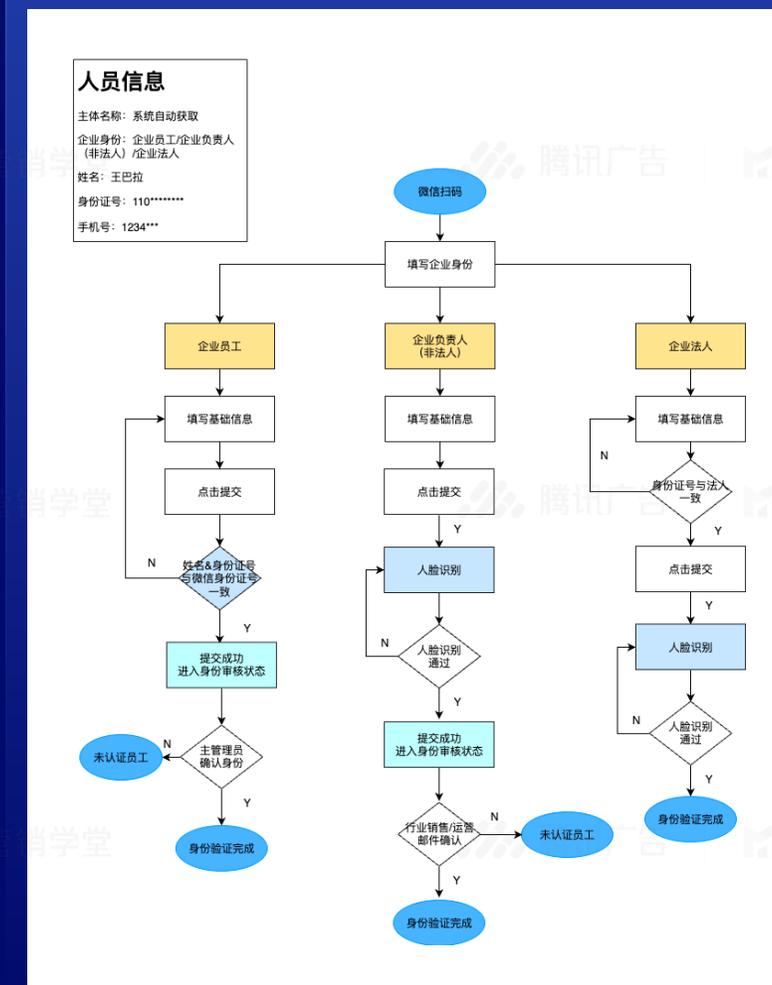
Step1 登录eqq



Step2 选择加入组织



Step3 身份验证



教育行业重点关注一2、查看新投放模式数据

可查看账户的全部消耗、仅新投放广告数据、仅旧版广告数据

The screenshot displays the '客户工作台' (Client Workbench) interface. At the top, there are navigation tabs: 概览 (Overview), 推广 (Promotion), 报表 (Reports), 资产 (Assets), 财务 (Finance), and 管理 (Management). The user is logged in as '李大展' (Li Dazhan) with ID: 34328865.

The main content area shows 'Hi, 王巴拉' (Hi, Wang巴拉) and '核心数据' (Core Data) with the following values:

- 今日花费 (元): -
- 当前余额 (元): 0.00
- 有消耗的账户: 0
- 我管理的账户: 9

Below this is the '账户列表' (Account List) section, which includes search filters for '投放账户: ADQ账户', '账户名称/ID', '所属服务商', and '备注'. A dropdown menu for '数据版本' (Data Version) is open, showing three options:

- 全部: UID下全部广告数据
- 新版: UID下新投放模式广告数据
- 旧版: UID下旧版广告数据

The account list table below shows several accounts with columns for '账户', '投放平台', '花费', '目标转化成本', '曝光次数', and '点击次数'. The first account listed is '李大展' (ID: 32586584).

On the right side of the interface, there are several widgets: '智能投手' (Smart Bidder), '每日TOP账户' (Daily Top Accounts), '快捷入口' (Quick Links), and '新功能 新课程' (New Features, New Courses).

04 常见FAQ

常见FAQ

Q 使用新工作台后，老管家还能用么？

A 可以，两边数据独立管理，可以分别使用。

但是老管家预计0630下线，请大家尽快开通新工作台账户

Q 新建工作台后，老工作台账户的标签/备注怎么办？

A 短期可以联系bm_helper人工更新，330后系统会自动支持同步

Q 如果主体没有管理员，新的员工身份谁来确认？

A 如果主体没有管理员，可以联系“行业运营”进行内部信息提报，保证成员身份的准确性

Q 如果集团&主体都没有管理员，谁能建新的业务单元

A 如果集团&主体没有管理员，可以联系“行业运营”进行内部信息提报，配置业务单元管理员权限

互动提问

新工作台升级的点包含？ [多选]



A: 组织管理升级

B: 资产管理升级

C: 资金管理升级

D: 数据看板升级



教育产品库-资产创建与使用

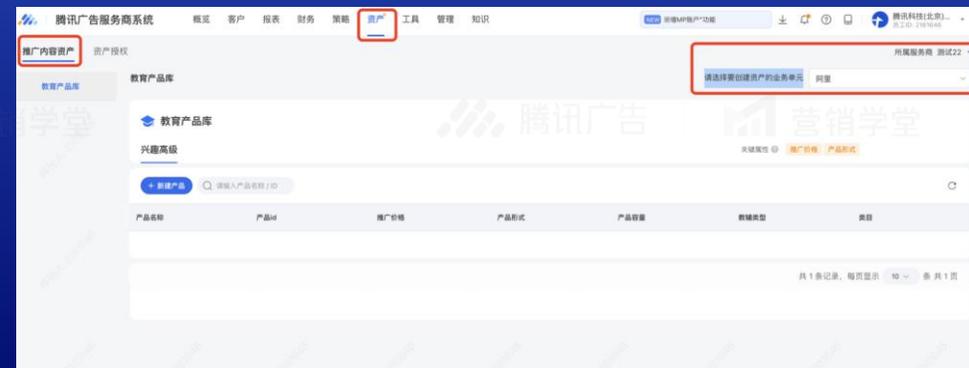
1、创建路径

在客户或服务商工作台右上角登录进已创建的“业务单元”进行资产创建，注意：仅“业务单元”支持创建和管理“教育产品库”资产，服务商/客户主体或集团无法进行创建

客户工作台版



服务商工作台版



2、创建流程

点击新建产品，先选择类目，根据所选择的类目，将联动展示不同的关键属性，所有属性都是必选；关键属性包括：产品类型〔课程/咨询〕、产品容量〔1对1/1对多〕、教辅类型〔教辅图书/教具&盒子/电子资料等〕、产品形式〔线上/线下/线上+线下〕等8大类；

填写示意1

兴趣初级美术课

关键属性 类目+教辅类型+意向人群+产品方向+产品形式+产品容量
不可重复创建关键属性一致的资产，且新建后不可修改，请谨慎操作

类目
兴趣初级/艺术/美术

教辅类型
 无 有

意向人群
 学龄前家长 幼儿园家长 小学家长 初中家长
 高中家长

产品方向
创意画

产品形式
 线上 线下 线上+线下

产品容量
 1对1 1对多

推广价格
 无 有

产品名称
请输入产品名称 0/60

取消 确定

填写示意2

成人社工培训

关键属性 类目+产品类型+等级+教辅类型+产品形式+产品容量
不可重复创建关键属性一致的资产，且新建后不可修改，请谨慎操作

类目
资格认证/公考求职/社会工作者

产品类型
 课 咨询

等级
 不限定 限定
中级

教辅类型
 无 有

产品形式
 线上 线下 线上+线下

产品容量
 1对1 1对多

推广价格
 无 有

产品名称
请输入产品名称 0/60

取消 确定

填写示意3

中老年国画课

关键属性 类目+产品类型+教辅类型+产品形式+产品容量
不可重复创建关键属性一致的资产，且新建后不可修改，请谨慎操作

类目
兴趣高级/艺术创作/国画

产品类型
 课 咨询

教辅类型
 无 有

产品形式
 线上 线下 线上+线下

产品容量
 1对1 1对多

推广价格
 无 有

产品名称
请输入产品名称 0/60

取消 确定

特别注意：

- ① 教辅类型：选择“否”无需再选择其他内容，选择“是”需要选择具体的教辅类型；
- ② 产品类型：选择“咨询”类型无需填写产品容量、教辅类型信息；
- ③ 推广价格：选择“否”无需填写具体价格，选择“是”需要再填写具体价格，支持两位小数，单位“元”；
- ④ 产品名称：可以由客户自定义，用于区分和管理创建的产品；

3、创建要求

要求1

不可在同一个“业务单元”下创建关键属性完全相同的产品。

例如：

已创建产品容量一对一，没有教辅类型，语文教辅方向，9.9元价格的命名为“语文9.9元课”的产品；相同业务单元不可再创建产品容量一对一，没有教辅类型，语文教辅方向，9.9元价格但命名为“语文9.9元一对一”的产品

要求2

不可在同一个“业务单元”下创建超过5个价格的其他关键属性完全相同的产品。

例如：

已创建产品容量一对一，没有教辅类型，语文教辅方向的分别5个价格的5个产品，不可再创建第6个价格的产品。无价格也算在5个quota内

4、产品管理

支持在列表查看所有创建的产品，列表中展示产品名称、产品ID、类目、推广价格，其他详细字段信息通过点击详情进行查看，支持产品名称/ID的搜索，管理员和协作者均可查看。

产品库维度信息示意

| 产品名称 | 产品id | 类目 | 推广价格 | 操作 |
|------------|------|---------------|--------|----|
| 吉他课 | | 兴趣高级/艺术创作/吉他 | 233元 | 详情 |
| 公务员49含赠品-2 | | 资格认证/公考求职/公务员 | 49元 | 详情 |
| 留学免费 | | 学历培训/留学指导 | 无 | 详情 |
| 公务员49含赠品 | | 资格认证/公考求职/公务员 | 49元 | 详情 |
| 留学咨询99.99 | | 学历培训/留学指导 | 99.99元 | 详情 |

共 5 条记录，每

详情信息示意

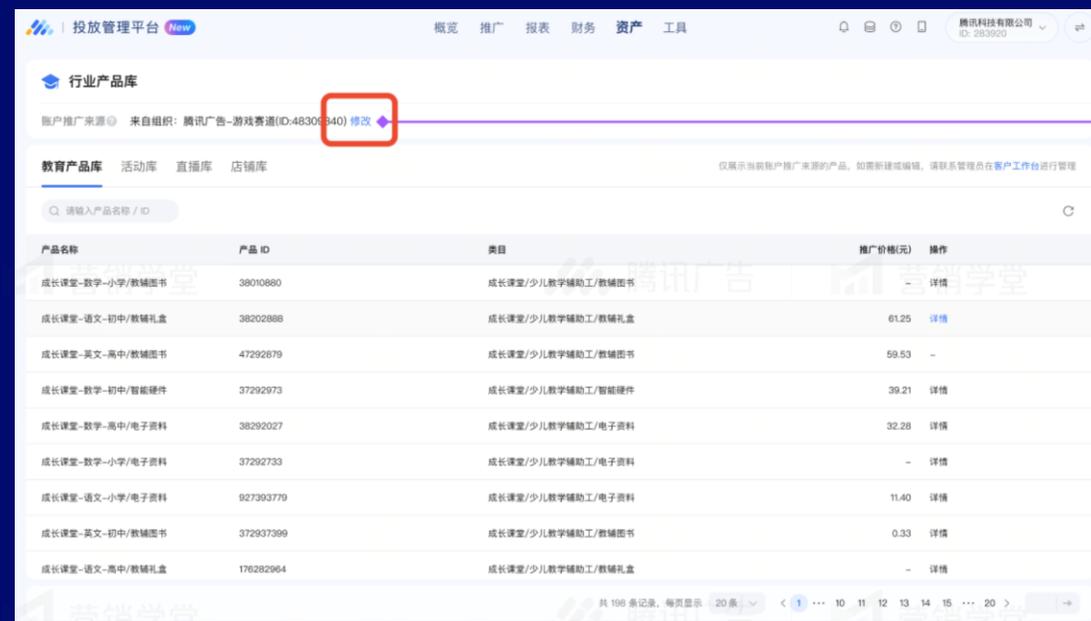
| | |
|-------|-----------------------------|
| 关键属性 | 类目+推广价格+产品容量+产品形式+产品类型+教辅类型 |
| 产品 ID | |
| 产品名称 | 吉他课 |
| 类目 | 兴趣高级/艺术创作/吉他 |
| 推广价格 | 233元 |
| 产品容量 | 1对多 |
| 产品形式 | 线下 |
| 产品类型 | 课 |
| 教辅类型 | 教辅图书 |

注：资产关键属性不支持修改，产品名称修改及资产删除预计3月底支持

5、使用产品

创建3.0广告时，点击“选择产品”：

- 当只有工作台/服务商其中一个来源有资产时或者已经在工具中明确产品来源，默认展示该来源的资产。
- 如果有多个来源，且没有在工具中设置来源，则需先选择来源，选择后拉取所选择的业务单元的产品。
- 如需切换资产来源〔如从客户工作台资产切换至服务商系统资产〕，可进入资产-产品库进行修改。



5、使用产品

一条广告仅支持选择一个产品，点击“产品信息”可查看具体设置的关键属性。单账户不可对同一个产品创建完全相同的多个广告。

The screenshot illustrates the process of selecting a product for an advertisement. It is divided into three main sections:

- Marketing Content (营销内容):** Shows the campaign goal (e.g., Product Sales), the product to be promoted, the marketing vehicle (e.g., WeChat Public Account), and the optimization goal (e.g., Conversion).
- Select Product (选择产品):** A search interface where users can find products from a database. The selected product is '成长课堂-数学-小学' (Growth Classroom - Math - Primary).
- Product Information (产品信息):** A detailed view of the selected product, including:
 - Product ID: 479090208
 - Product Name: 成长课堂-数学-小学
 - Category: 成长课堂/少儿教学辅助
 - Level: 初级
 - Subject: 数学
 - Grade: 初中
 - Product Type: 咨询
 - Whether there are teaching materials: 是
 - Tutoring Type: 教辅图书
 - Product Form: 线上
 - Product Capacity: 一对一
 - Whether there is a product price: 否

注意：当账户切换所属的业务单元后，新建广告将只可以拉取到新归属的业务单元下的产品。历史产品〔前业务单元的产品〕创建的广告建议删除，如不删除，对于相同关键属性的产品，也不可再创建相同的广告

核心信息get时间

以下对于资产创建的表述哪个是正确的？



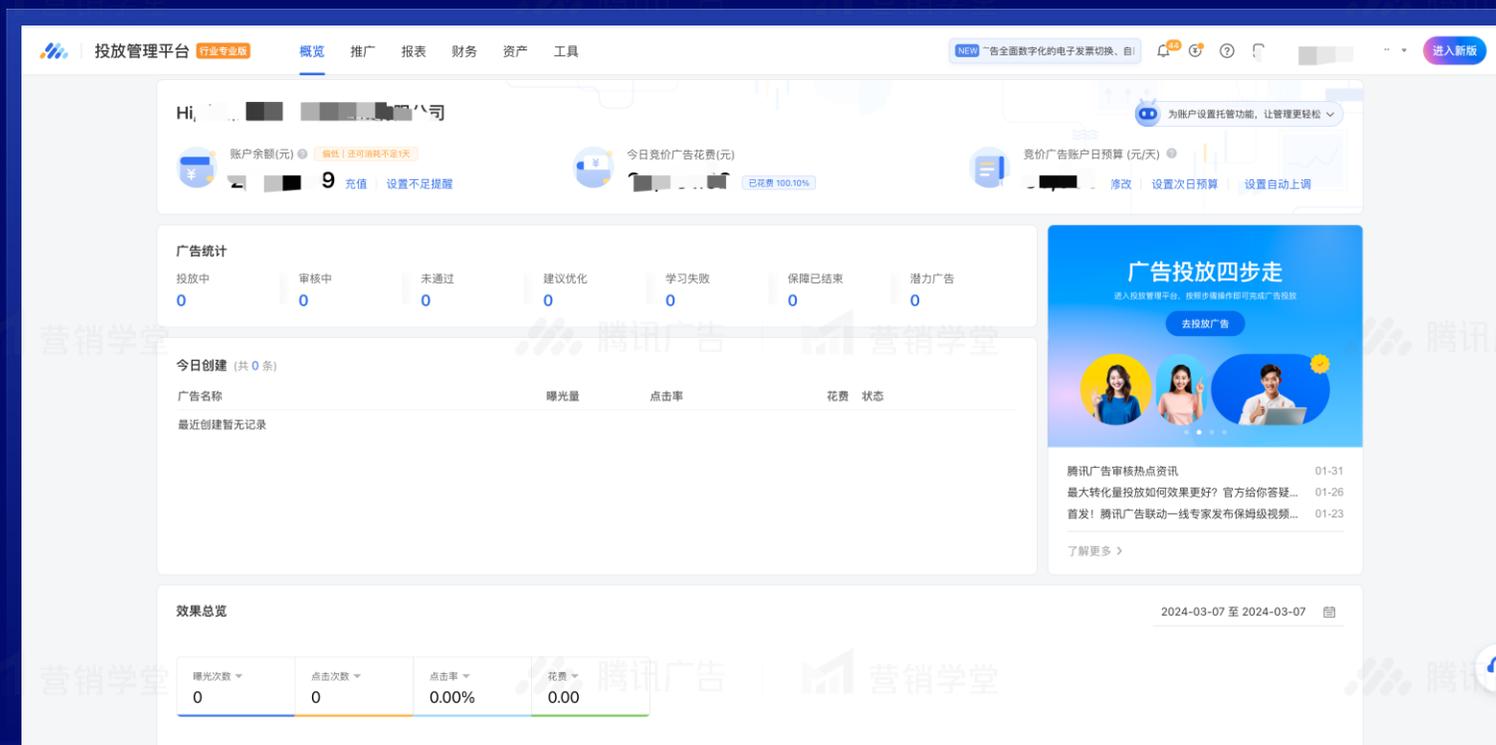
- A: 支持在同一个“业务单元”下创建关键属性完全相同的多个产品
- B: 同一个“业务单元”下不能创建价格不同 & 其他关键属性相同的产品
- C: 已创建的资产可以支持修改关键属性
- D: 仅“业务单元”支持创建和管理“教育产品库”资产



投放操作指南

操作指引-搭建广告-入口切换

- 在投放平台的右上角，可通过点击【进入新版】按钮进入新版本。在新版状态下，可点击右上角切换【回到旧版】
- 行业客户默认同时拥有两个入口进行切换；320后，新账户默认只有升级版入口



操作指引-搭建广告-广告新建-营销内容

- 广告层级新增“营销内容”模块，用于输入完整的广告营销表达

营销目的

原营销目标升级。包含品牌宣传/加粉互动/线索留资/商品销售/用户增长

【新增】推广产品

包含教育产品库和通用产品库（视频号账号/直播/微信公众号/视频号直播预约）

优化目标

与营销目的一一对应，下单OG仅在营销目的商品销售下存在

【新增】链路：营销载体类型

仅在推广产品为教育产品库情况下需要填写

营销内容

营销目的

- 品牌宣传
- 加粉互动
- 线索留资**
- 商品销售
- 用户增长

推广产品

- 教育产品**
- 视频号账号
- 视频号直播
- 视频号直播预约
- 微信公众号

+ 选择产品

营销载体类型

- 页面跳转**
- 微信公众号

转化 ?

请选择转化

操作指引-搭建广告-广告新建-营销内容

- 营销目的/推广产品/优化目标/营销载体类型存在关联关系
- 当推广产品库为通用产品库，无需填写营销载体类型
- 优化目标域营销目的为——对应关系，eg:下单og，仅存在于商品销售营销目的下

| 营销目的 | 推广产品 | 优化目标 | 营销载体类型 |
|------|------------------------------------|---|----------|
| 线索留资 | 教育产品库 | 加企业微信客服/加群 /在线咨询/有效综合线索/表单预约/关注后发消息 | 页面跳转/公众号 |
| 线索留资 | 通用产品库↓ 公众号库、视频号账户、视频号直播、视频号直播预约 | 加企业微信客服/加群 /在线咨询/有效综合线索/表单预约/关注后发消息 | 无需填写 |
| 用户增长 | 通用产品库 Android应用、iOS应用、快应用库 | 次日留存 注册 激活 | 无需填写 |
| 加粉互动 | 通用产品库: 公众号库、视频号账户、视频号直播、视频号直播预约 | 关注 直播观看一分钟 [仅当推广产品=视频号直播] 直播互动 [仅当推广产品=视频号直播] | 无需填写 |

操作指引-搭建广告-广告新建-营销内容

| 营销目的 | 推广产品 | 优化目标 | 营销载体类型 |
|------|---|------|----------|
| 商品销售 | 教育产品库 | 下单 | 页面跳转/公众号 |
| 商品销售 | 通用产品库： 公众号库、Android应用库、iOS应用库、快应用库、 视频号账户、视频号直播、视频号直播预约 | 下单 | 无需填写 |
| 品牌宣传 | 教育产品库 | 点击 | 页面跳转 |
| 品牌宣传 | 通用产品库 公众号库、视频号账户、视频号直播、视频号直播预约 | 点击 | 无需填写 |

操作指引-搭建广告-广告新建-营销内容

非直播/APP/关注/点击，默认/建议产品库为教育产品库

营销目的

商品销售/线索留资

【新增】推广产品

教育产品库

优化目标

下单

加企业微信客服/加群

/在线咨询/有效综合线索/表单预约/
关注后发消息

【新增】链路：营销载体类型

公众号/其他页面跳转

- 当优化目标为下单，营销目的选择商品销售；
- 当优化目标为加微/在线咨询等，营销目的选择线索留资
- 如客户投放CPC、CPM，营销目的选择品牌宣传



操作指引-搭建广告-广告新建-营销内容

APP场景, 默认/建议产品库为Android应用/iOS应用/快应用

营销目的

商品销售/用户增长

[新增] 推广产品

Android应用/iOS应用/快应用

优化目标

下单/注册/次留/激活

当优化目标为下单, 营销目的选择商品销售; 当优化目标为注册/次留/激活, 营销目的选择用户增长

营销内容

营销目的

品牌宣传 加粉互动 线索留资 商品销售 **用户增长**

推广产品

Android应用 iOS应用 快应用

请输入推广的应用 ID

转化

请选择转化

请先输入 Android 应用 ID, 再选择转化

营销目的

品牌宣传 加粉互动 线索留资 **商品销售** 用户增长

推广产品

Android应用 iOS应用 快应用 教育产品 视频号账号 视频号直播

视频号直播预约 微信公众号

请输入推广的应用 ID

转化

请选择转化

请先输入 Android 应用 ID, 再选择转化

操作指引-搭建广告-广告新建-营销内容

直播链路，产品库为通用产品库 [视频号账号直播/视频号直播预约]

营销目的

商品销售/线索留资/加粉互动

[新增] 推广产品

视频号账号直播/视频号直播预约

优化目标

关注/直播互动/直播观看一分钟/下单

- 当优化目标为下单，营销目的选择商品销售；
- 当优化目标为加微/表单预约，营销目的选择线索留资
- 当优化目标为关注/直播互动，营销目的选择加粉互动

营销内容

营销目的

品牌宣传

加粉互动

线索留资

商品销售

用户增长

推广产品

视频号账号
视频号直播
视频号直播预约
微信公众号

视频号

请选择视频号

我已知晓推广视频号直播推广方式

推广当前或下一次直播；直播结束时，正在进行的推广也会自动结束
为了方便广告主提前预览，转化组件会先于广告上线时间2小时生效。请确保该时间段内没有其他计划使用转化组件能力，否则配置后会覆盖其他计划。

优化目标

请选择

关注

直播互动

直播观看一分钟

操作指引-搭建广告-广告新建-营销内容

关注链路，默认/建议通用产品库 [视频号账号/直播/直播预约/微信公众号]

营销目的

加粉互动

[新增] 推广产品

通用产品库

[视频号账号/直播/直播
预约/微信公众号]

优化目标

关注

- 优化目标为关注，营销目的仅能选择加粉互动
- 推广产品按照实际投放场景进行选择即可

营销内容

营销目的

品牌宣传 **加粉互动** 线索留资 商品销售 用户增长

推广产品

视频号账号 视频号直播 视频号直播预约 微信公众号

视频号

请选择视频号

优化目标

请选择

关注

操作指引-搭建广告-广告新建-营销内容

品牌宣传，默认/建议通用产品库 [视频号账号/直播/直播预约/微信公众号]

营销目的
品牌宣传

[新增] 推广产品
通用产品库

[视频号账号/直播/直播
预约/微信公众号]

优化目标
点击

- 优化目标为点击，营销目的品牌宣传
- 推广产品按照实际投放场景进行选择即可

营销内容

营销目的

品牌宣传 加粉互动 线索留资 商品销售 用户增长

推广产品

教育产品 视频号账号 视频号直播 视频号直播预约 微信公众号

视频号

请选择视频号

优化目标

请选择

点击

核心信息get时间

【问答】直播/app/加粉链路，是否还需要去工作台创建资产？

A、是

B、否，可在投放平台使用通用产品库



操作指引-搭建广告-广告新建-版位与定向

基本保持不变，定向模版变更关注

自动版位

将同时投放到微信视频号+微信朋友圈+微信公众号与小程序+腾讯平台与内容媒体+优量汇，选择表现更好的位置进行投放，并帮你触达尽可能多的目标用户。

搜索场景扩量

将自动拓展关键词〔可手工补充关键词〕，广告将有机会投放至QQ浏览器、搜一搜等搜索流量场景，获取更多曝光

定向

定向功能选项不变。原有定向包功能升级为定向模板，支持在投放流程里，选择从某个定向模板里复制定向信息到广告层级里。与定向包不同的是，定向模板的内容更改，不影响历史使用该定向模板的广告。



操作指引-搭建广告-广告唯一性原则

同账户，相同的营销内容+版位+定向，仅能创建1条广告

可变/测维度：营销内容（推广产品/营销载体/优化目标）、版位、地域、年龄。

营销内容

营销目的/优化目标/推广产品/营销载体

广告版位

下钻到二级流量入口，但不可创建两条除「优量汇自定义定投」、「优量汇自定义屏蔽」内容不同，其余设置完全相同的广告

定向

地理位置/年龄。地理位置下钻至城市，年龄支持10组年龄组合

| 广告 | 营销内容 | | | | 版位 | 定向 | | | | 是否满足唯一性 |
|-----|------|----------------|--------|------|----|------|-------|-----------|-------|---------|
| | 营销目的 | 推广产品 | 营销载体 | 优化目标 | | 广告版位 | 地理位置 | 年龄（最多10组） | 性别 | |
| 原广告 | 商品销售 | 兴趣高级-形象管理-瑜伽 | 其他页面跳转 | 下单 | 不限 | 北京 | 40~50 | 女 | 高中及以上 | / |
| 广告a | 商品销售 | 兴趣高级-形象管理-瑜伽 | 其他页面跳转 | 下单 | 不限 | 北京 | 40~50 | 女 | 高中及以上 | 不可创建 |
| 广告b | 线索留资 | 兴趣高级-形象管理-瑜伽 | 其他页面跳转 | 关注 | 不限 | 北京 | 50-60 | 女 | 高中及以上 | 可以创建 |
| 广告c | 商品销售 | 兴趣高级-形象管理-摄影拍摄 | 其他页面跳转 | 下单 | 不限 | 北京 | 50-60 | 女 | 高中及以上 | 可以创建 |
| 广告d | 商品销售 | 兴趣高级-形象管理-瑜伽 | 公众号 | 下单 | 不限 | 北京 | 40~50 | 女 | 高中及以上 | 可以创建 |
| 广告d | 商品销售 | 兴趣高级-形象管理-瑜伽 | 其他页面跳转 | 下单 | 不限 | 北京 | 40~50 | 男 | 高中及以上 | 不可创建 |
| 广告d | 商品销售 | 兴趣高级-形象管理-瑜伽 | 其他页面跳转 | 下单 | 不限 | 北京 | 40~50 | 女 | 本科及以上 | 不可创建 |

核心信息get时间

【问答】广告唯一性基于什么粒度做限制？主要是哪些维度

- A、账户，营销内容/地域/年龄/版位
- B、主体，营销内容/地域/手机型号
- C、账户，营销内容/地域/手机型号
- D、主体，营销内容/地域/年龄/版位



核心信息get时间

【问答】广告唯一性原则下，最多支持几组年龄组合

A、8组

B、10组

C、6组

D、5组



操作指引-搭建广告-出价

稳定拿量

- 产品设置：客户需要表达自己的出价
- 产品目标：保证客户的最终成本与目标出价一致，并尽可能的为客户消耗预算
- 适配场景：①客户有明确成本诉求，适配绝大多数客户的正常投放需求

旧版出价设置

出价类型

手动出价 最大转化量投放

出价策略

稳定拿量 优先拿量 控制成本上限

本期不支持，后续迁移到最大转化量下

出价

输入价格 元/千次曝光

后续不再支持

最大转化量投放

- 产品设置：客户需要设定广告的预算
- 产品目标：为客户达成最多的转化，并尽可能的消耗预算
- 适配场景：
 - ①客户对成本要求不严格，希望尽可能的获得更多转化的客户，例如暑期大促等有等需要大量买量的场景
 - ②新账户/新品/新素材，希望快速积累投放数据，提高模型预估准确度的场景
 - ③转化稀疏、转化回传时间长导致起量困难的场景

新投放模式出价设置

出价类型 *

稳定拿量 最大转化量投放

出价 *

127 元/下单

操作指引-搭建广告-创意新建

创意形式：组件化创意/自定义创意

创意数量上，**限制上传/开启100条**

创意内容上，同广告下，创意内容不可完全相同

自定义创意：固定组合〔素材+文案+链路〕

- 固定组合的创意素材/创意文案/跳转链路 作为创意整体进行投放；
- 适合对创意整体展示有自定义固定搭配诉求的广告主

组件化创意：系统择优

| 模式 | 选择创意形式 | 同时上传多组元素 | 技术实现方式 | 一个创意下的组合数 |
|-----------|--------|-------------------------------|-------------|-----------|
| 动态创意〔升级版〕 | 不需要 | 支持〔15组图片/视频素材 x 3组文案 x 3组落地页〕 | 不同元素叉乘出多个创意 | 45条 |

注：一条组件化创意，仅生成一个创意id



操作指引-推广管理功能指引-层级变更

竞价广告的广告管理，层级精简为广告、创意2个层级，在广告管理列表中突出营销内容的呈现，提升管理效率



The screenshot displays the '投放管理平台' (Advertising Management Platform) interface. The top navigation bar includes '概览', '推广', '报表', '财务', '资产', and '工具'. A search bar and filter options are present. The main content area shows a table of advertisements with columns for '营销内容', '广告名称', '状态', '操作', '出价', '一键起量消耗', '花费', '广告版位', '日预算(元/天)', '目标转化成本', '广告ID', '目标转化量', '目标转化率', and '深度目标转化量'. Two rows of data are visible, both with a status of '投放中' (Running).

| 营销内容 | 广告名称 | 状态 | 操作 | 出价 | 一键起量消耗 | 花费 | 广告版位 | 日预算(元/天) | 目标转化成本 | 广告ID | 目标转化量 | 目标转化率 | 深度目标转化量 |
|----------------------|---------------|-----|------------|-----------|--------|-------|------------|----------|--------|-----------------|-------|-------|---------|
| 教育产品-商品销售 页面跳转/下单 | 3.0k 营销学堂 广告2 | 投放中 | 编辑 数据 新增创意 | cCPM 元/下单 | | | 微信朋友圈、搜索场景 | 不限 | | 134536 13307 | | | |
| 教育产品-商品销售 页面跳转/下单 | 3.0k 广告1 | 投放中 | 编辑 数据 新增创意 | cCPM 元/下单 | 0.00 | 92.32 | 微信朋友圈、搜索场景 | 不限 | 0.00 | 133320 90309 | 0 | 0.00% | |
| 总计(2条数据): | | | | | 0.00 | 92.32 | | | 0.00 | | 0 | 0.00% | |

操作指引-推广管理功能指引-广告管理升级

广告信息概览：支持点击广告空白区域，下拉出广告信息概览

The screenshot displays the Tencent Advertising Management Platform interface. At the top, there are navigation tabs for '概览' (Overview), '推广' (Promotion), '报表' (Reports), '财务' (Finance), '资产' (Assets), and '工具' (Tools). The user is logged in as '腾讯科技有限公司' (Tencent Technology Co., Ltd.) with ID: 283920. The main area shows a list of ads with columns for '营销内容' (Marketing Content), '广告名称' (Ad Name), '广告 ID' (Ad ID), '操作' (Action), '状态' (Status), '花费' (Cost), '目标转化率' (Target Conversion Rate), and '目标转化成本' (Target Conversion Cost).

The selected ad is '第七装甲师-新游测试' (7th Armored Division - New Game Test). Its details are shown in a modal window:

- 广告名称:** 第七装甲师-新游预约_图片_单图_16:9_组合售卖
- 广告 ID:** 1101072624
- 状态:** 启用中
- 营销内容:** 营销目的: 新游预约; 推广游戏: 第七装甲师 (Android 应用); 优化目标: 下载
- 定向:** 地域 (常住) 深圳市; 年龄 5至20岁
- 出价:** CPM 22.00 元/下载
- 日预算:** 不限
- 投放日期:** 2023-10-01 至 2023-10-15
- 投放时间:** 不限
- 版位:** 自动版位

To the right of the details is a '数据分析' (Data Analysis) chart showing '曝光次数' (Impressions) and '点击次数' (Clicks) over time from 10-01 to 10-15. The chart shows a steady increase in both metrics, with impressions reaching approximately 50,000 and clicks reaching approximately 40,000 by the end of the period.

Below the details, a table lists other ads:

| 营销内容 | 广告名称 | 广告 ID | 操作 | 状态 | 花费 | 目标转化率 | 目标转化成本 |
|---------------------------------|----------------------------------|-------|-------|-------|-----------|-------|--------|
| 明日特攻队-新游预约 Android 应用 表单预约 | 明日特攻队-新游预约_微信朋友圈_视频_横版_16:9_1030 | 12888 | 编辑 数据 | 审核中 | 25,163.24 | 5.29% | 73.31 |
| 女神之光-新游首发 Android 应用 注册 | 女神之光-新游首发_微信朋友圈_图片_多图_16:9_1030 | 12879 | 编辑 数据 | 部分待投放 | 22,887.50 | 8.28% | 23.02 |
| 爆爆女王-平推期投放 Android 应用 激活 | 爆爆女王-平推期投放_微信朋友圈_视频_横版_16:9_1030 | 12973 | 编辑 数据 | 投放中 | 34,088.00 | 3.11% | 55.42 |
| 仙侠-新游首发 iOS 应用 首日付费 ROI | 仙侠-新游首发_微信朋友圈_图片_单图_4:3 | 12027 | 编辑 数据 | 审核中 | 3,313.87 | 2.91% | 74.52 |
| 第七装甲师-平推期投放 | 第七装甲师-平推期投放_微信公众号与小程序_ | 12733 | 编辑 数据 | 已删除 | 4,600.28 | 4.21% | 33.48 |

操作指引-推广管理功能指引-广告管理升级

广告信息详情：支持点击“详情”按钮，侧拉出报表数据与操作日志

投放管理平台 | 广告 | 创意

营销内容 | 广告名称

- 第七装甲师-新游测试 Android 应用 首日付费 第七装甲师-新
- 明日特攻队-新游预约 Android 应用 表单预约 明日特攻队-新
- 女神之光-新游首发 Android 应用 注册 女神之光-新游
- 爆爆女王-平推期投放 Android 应用 激活 爆爆女王-平推
- 仙侠-新游首发 iOS 应用 首日付费 ROI 仙侠-新游首发
- 第七装甲师-平推期投放 Android 应用 关键行为 第七装甲师-平
- 泡泡龙-平推期投放 Android 应用 关键页面访问 泡泡龙-平推期
- 跑跑快卡车-新游首发 iOS 应用 激活 跑跑快卡车-新
- 英语小天才-平推期投放 Android 应用 付费 英语小天才-平
- 爆爆女王-新游预约 iOS 应用 表单预约 爆爆女王-新游

总计：198 条数据

数据最后更新时间：2023-10-30 09:00

第七装甲师-新游预约_图片_单图_16:9_组合售卖

效果数据 | 操作记录

广告 | 广告播放口径 | 时间维度: 分时 | 2023-10-01 至 2023-10-30 | 数据对比

筛选 | 广告: 请选择 | x

数据趋势 | 自定义展示指标

- 曝光次数: 28,194
- 花费: 28,194
- 点击率: 23.12%

展开趋势图

数据报表 | 刷新 | 细分 | 自定义列 | 下载 | 查看汇总数据

| 日期 | 账户 | 点击次数 | 曝光次数 | 点击率 | 点击次数 |
|------------|-----------------|-------|--------|--------|------|
| 2023-06-30 | 乌兰察布潭门酒店管理有限公司 | 2,217 | 202.45 | 3.40% | 63 |
| 2023-06-30 | 上海飞索半导体有限公司 | 3,408 | 84.76 | 19.29% | 75 |
| 2023-06-30 | 柳州菲仕兰食品配料有限公司 | 3,599 | 138.58 | 8.28% | 37 |
| 2023-06-30 | 青海诺维信企业管理顾问有限公司 | 9,533 | 494.48 | 3.11% | 90 |
| 2023-06-30 | 芜湖百灵传播科技有限公司 | 2,225 | 222.33 | 2.91% | 72 |

操作指引-推广管理功能指引-创意管理升级

创意信息详情：支持点击“数据”按钮，侧拉出该创意整体数据、创意内组件数据及创意操作日志

The screenshot displays the '投放管理平台' (Placement Management Platform) interface. On the left, a list of creatives is shown with columns for '创意预览' (Creative Preview) and '创意名称' (Creative Name). The selected creative is '第七装甲师-新游预约_图片_单图_16:9'. The right panel shows the '创意数据' (Creative Data) view for this specific creative, including a '数据趋势' (Data Trend) chart and a '数据报表' (Data Report) table.

数据趋势 (Data Trend):

- 曝光次数 (Impressions): 28,194
- 花费 (Cost): 28,194
- 点击率 (CTR): 23.12%

数据报表 (Data Report):

| 日期 | 账户 | 点击次数 | 曝光次数 | 点击率 | 点击次数 |
|------------|-----------------|-------|--------|--------|------|
| 2023-06-30 | 乌兰察布漳门酒店管理有限公司 | 2,217 | 202.45 | 3.40% | 63 |
| 2023-06-30 | 上海飞索半导体有限公司 | 3,408 | 84.76 | 19.29% | 75 |
| 2023-06-30 | 柳州菲仕兰食品配料有限公司 | 3,599 | 138.58 | 8.28% | 37 |
| 2023-06-30 | 青海诺维信企业管理顾问有限公司 | 9,533 | 494.48 | 3.11% | 90 |
| 2023-06-30 | 芜湖百灵传播科技有限公司 | 2,225 | 222.33 | 2.91% | 72 |

操作指引-数据报表使用

报表菜单页与筛选项功能升级，菜单页采用新的分组，筛选项使用新的交互，供客户快速定位入口并进行便捷的筛选操作

投放管理平台

广告

筛选指标

广告: 请选择

广告版位: 请选择

优化目标: 请选择

深度优化目标: 请选择

数据指标

花费: 请选择 请输入 元

曝光量: 请选择 请输入

点击量: 请选择 请输入

目标转化量: 请选择 请输入

目标转化成本: 请选择 请输入 元

目标转化率: 请选择 请输入 %

| 点击率 | 点击均价 | 花费 | 表单预约人数 (平台上报+客户上报合并去重) | 表单预约次数 | 表单预约成本 | 表单预约率 | |
|------------|-------|-------|------------------------|--------|--------|-------|-------|
| 0.00% | 3.66 | 0.00 | 288 | 307 | 83.27 | 4.40% | |
| 4.28% | 3.85 | 3.00 | 3 | 3 | 124.42 | 3.09% | |
| 0.00% | 6.00 | 3.00 | 0 | 0 | 0.00 | 0.00% | |
| 0.38% | 20.54 | 7.80 | 0 | 0 | 0.00 | 0.00% | |
| 2.41% | 6.97 | 14.14 | 2 | 2 | 146.39 | 4.76% | |
| 总计: (7条数据) | | | 218,391 | 340 | 364 | 82.58 | 4.43% |

操作指引-数据报表使用-创意组件报表

新投放中新定义组件包含以下六大类，创意由“组件”进行组合；新增创意组件报表，支持[账户*广告*创意*创意组件类型*创意组件]粒度的数据查询与展示

| 一级分类 (Tab) | 二级分类 (组件类型) |
|---------------|--|
| 视频组件 | 16:9视频、9:16视频、4:3视频、橱窗视频 |
| 图片组件 | 16:9单图、9:16单图、9:16四图、1:1单图、1:1三图、1:1四图、1:1六图、3:2单图、3:2三图、3:4单图、4:3单图、5:4单图、4:5单图、20:7banner图、7:2通栏大图、100:9pc横版通栏、橱窗图片 |
| 文案组件 | 文案、标题、描述 |
| 品牌形象 | 自定义[原“品牌形象”]、品牌简介页、搜一搜超级品专、视频号、公众号、企业微信[研发中] |
| 落地页 | 先支持投后展示，不支持独立新建 |
| 营销组件 | 行动按钮、标签、数据展示、浮层卡片、弹幕、礼包组件、卖点图、挂件、选择按钮、倒计时、轮播文案、朋友圈文字链、视频结束页、图文小卡 [研发中] 线索收集组件 1:1图文 [搜索]、节庆标签[搜索]、短子链-单条、短子链-组合、长子链-单条、长子链-组合、列表子链、活动促销子链 |

创意组件

创意组件类型: 视频组件

数据: 请输入组件类型名称

- 标题组件
- 描述组件
- 图片组件
- 图片列表组件
- 落地页组件
- 视频组件
- 品牌组件

花费: 30,060.23

数据报表

| 日期 | 创意组件ID | 创意组件预览 | 曝光次数 | 点击次数 | 点击率 | 点击均价 | 花费 | 表单预约人数 (平台上报+客户上报合并去重) | 表单预约次数 | 表单预约成本 |
|------------|----------|--------|--------|------|-------|------|--------|------------------------|--------|--------|
| 2024-03-11 | 2 | | 19,673 | 69 | 15% | 3.65 | 267.94 | 284 | 303 | 83.3 |
| 2024-03-11 | 4 | | | | 7% | | 1.0 | 4 | 4 | 60.2 |
| 2024-03-11 | 59 | | | | % | | .4 | 0 | 0 | 0.0 |
| 2024-03-11 | 1 | | 3 | | 2% | 3 | 3 | 0 | 0 | 0.0 |
| 2024-03-11 | 1 | | 0 | | | 0.00 | | 0 | 0 | 0.0 |
| 2024-03-11 | 1 | | 75 | | | | | 0 | 0 | 0.0 |
| 2024-03-11 | 1 | | 34 | 20 | | 5.34 | 1.34 | 1 | 1 | 106.8 |
| 2024-03-11 | 1 | | 119 | 77 | 4% | 3.27 | .74 | 2 | 2 | 125.8 |
| 2024-03-11 | 71814288 | | 51 | 0 | 0.00% | 0.00 | 5.49 | 0 | 0 | 0.0 |

操作指引-数据报表使用-素材报表

支持素材报表 [视频素材、图片素材] 数据查看

投放管理平台 New

概览 推广 报表 财务 资产 工具

NEW 子发票切换、自助开票和电子化交付

广告播放口径 时间维度: 分日 2024-03-10 至 2024-03-10

视频: 请选择

数据趋势

自定义展示指标

曝光次数 969,694

花费 146,038.57

展开趋势图

数据报表

自定义列 下载 版位细分

| 日期 | 视频名称 | 视频ID | 曝光次数 | 点击次数 | 点击率 | 点击均价 | 花费 | 表单预约人数 (平台上报+客户上报合并去重) | 表单预约次数 | 表单 |
|------------|--------|---------------|-------|-------|-------|-------|----------|------------------------|--------|----|
| 2024-03-10 | 刘幸仪-混剪 | 90103 | 20 | 2 | 2.03% | 9.11 | 182.16 | 4 | 4 | |
| 2024-03-10 | 7-主 | 53 | 1 | 1 | 6% | 25.08 | 8 | 0 | 0 | |
| 2024-03-10 | | | 159 | 1 | 6% | 6.2 | 3 | 14 | 14 | |
| 2024-03-10 | 男2 | 102 | 7 | 190 | 6% | | 50 | 1,424 | 1,494 | |
| 2024-03-10 | | 50 | | | 6% | 41 | 16 | 0 | 0 | |
| 2024-03-10 | | 901 | | | | 5.78 | | 2 | 3 | |
| 2024-03-10 | | /852492139 | 5 | 1,858 | | 4.42 | 8,219.71 | 98 | 107 | |
| 2024-03-10 | 月-混 | 96-9832737672 | 2,502 | 86 | 3.44% | 6.42 | 551.94 | 8 | 8 | |

分赛道测试案例

英语思维课

链路：下单直购
主投OG：下单
单账户广告数：3~5条

[数据效果]

单广告跑量能力+160倍
单创意跑量能力+5倍
单账户广告数下降1倍
成本稳定度提升12%

理财培训

链路：->加群
主投OG：加群
单账户广告数：3~5条

[数据效果]

单广告跑量能力+25倍
单账户广告数下降1倍
成本稳定度提升3%

瑜伽

链路：点击->落地页->关注->下单购买课程->添加微信
主投OG：加企业微信客服
单账户广告数：3~6条

[数据表现]

单广告跑量能力+87%
单账户广告数下降87%
成本稳定度持平

Thanks!



欢迎扫码添加“营销学堂小助手”

发送暗号【教育0313】获取直播相关资料