

# 游戏行业广告投放课程系列

## 游戏行业投放通案





# 目录

- 1 核心流量——有什么
- 2 投放通案——怎么投
- 3 服务升级——怎么服务





# 核心流量

# 核心流量 对移动网民极具价值有效覆盖



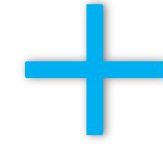
QQ空间



微信



应用宝



手Q+浏览器等



移动联盟

腾讯系

泛腾讯系

移动游戏玩家近乎全覆盖



# 流量特点 优势互补保质拉新两不误

## 空间Feed

- 量大，专属黄金位
- 成本适中偏高，质量中偏优
- 竞争激烈，合约需提前下单

## 微信

- 量级大，品效联动爆量
- 成本偏高，回收好
- 排期和投放门槛略高

## 移动联盟

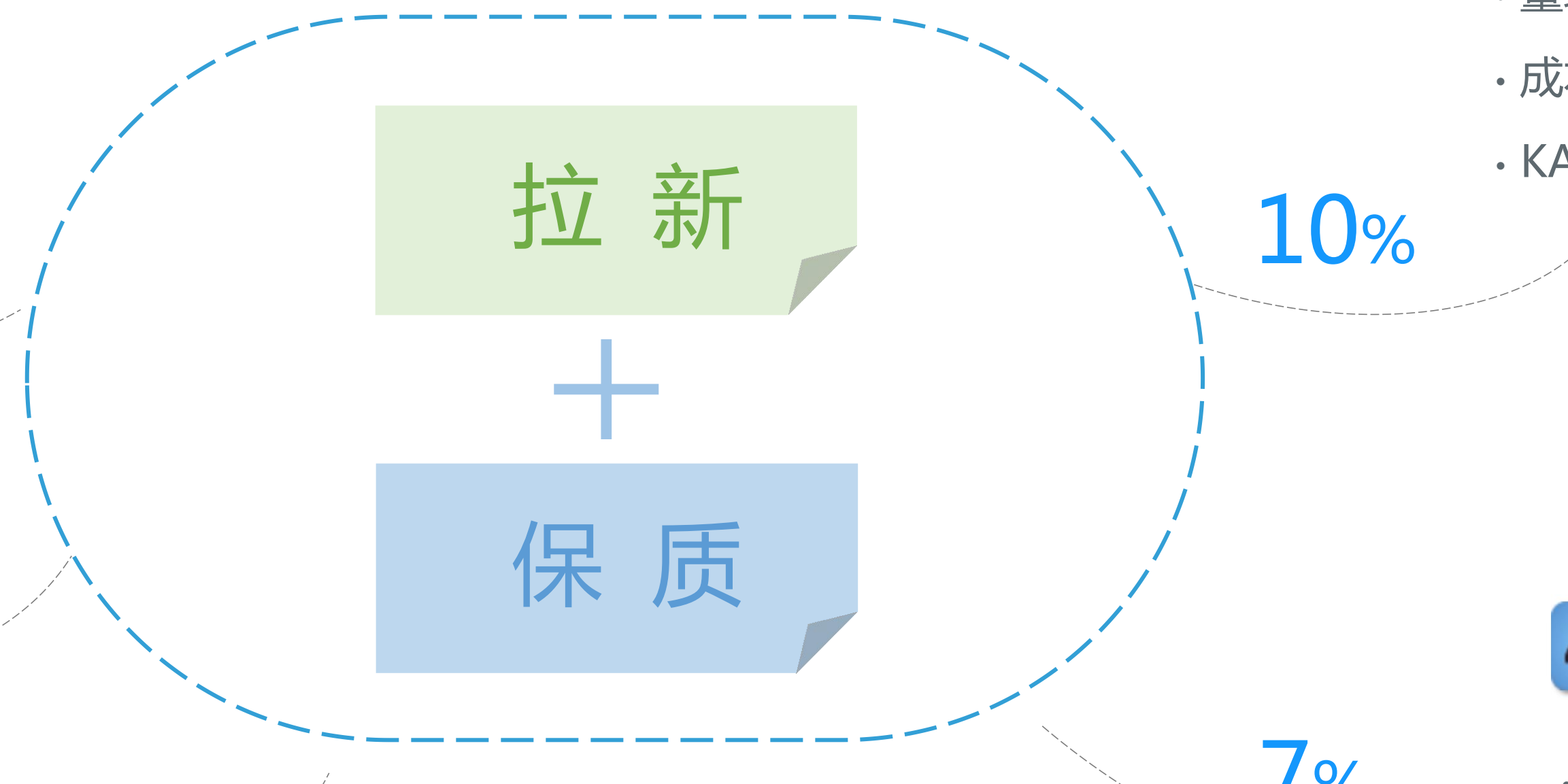
- 曝光量大，流量多样性
- 成本低，质量持续提升
- 满足快速爆量需求

## 应用宝

- 量级中等，CPT可锁资源
- 成本可控，有赠送金，质量中等
- KA头部现象明显

## 浏览器、手Q等

- 量级中等，多规格投放
- 成本适中，质量持续提升
- 错峰投放优势



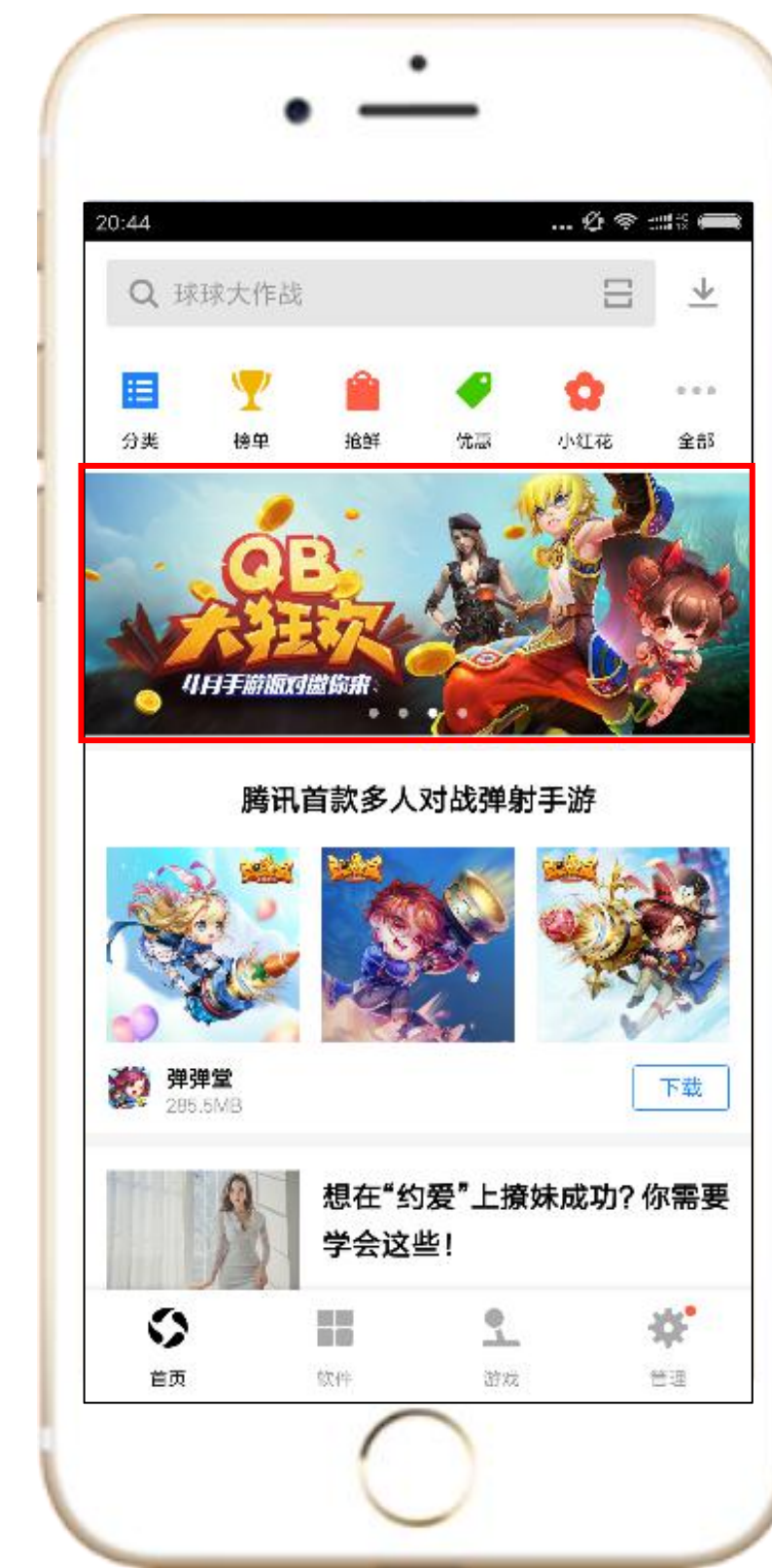
# 品效合一 基于社交的非线性裂变爆量



朋友圈-视频原生/页卡



FEED-视频故事



其他-banner/Push








2

# 投放通案



# 全周期方案 五大阶段有序推进广告投放

投放期	准备	测试	推广	平稳	瓶颈
					
游戏期	封测	内测	内测/公测	运营	衰退
重点工作	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 提前一个月左右</li> <li>- 分析封测数据</li> <li>- 回收模型预估</li> <li>- 制定投放方案</li> <li>- 选定代理商</li> <li>- 开通账户/白名单</li> <li>- 熟悉各流量特征</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 一般1-2周广告测试</li> <li>- 广告A/B test</li> <li>- 验证各流量和工具</li> <li>- 持续实验和优化定向</li> <li>- 科学出价和调价</li> <li>- 持续迭代优化素材</li> <li>- 根据测试数据调整方案</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 一般一个月爆量</li> <li>- 竞价资源全面投放</li> <li>- 合约资源下单锁量</li> <li>- 有竞争力的出价</li> <li>- 快速迭代素材</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 一般3-6月平稳拿量</li> <li>- 保持素材新鲜度</li> <li>- 尝试新定向</li> <li>- 灵活调整出价</li> <li>- 异动排查及优化</li> <li>- 相似人群定包</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 推广末期</li> <li>- 流失玩家洞察</li> <li>- 拉回流方案及投放</li> <li>- 深度数据定制</li> <li>- 品类方法论沉淀</li> </ul>
目标	初步制定方案 开通账户及权限 熟悉各种流量	调整优化投放方案 测试各流量和工具 验证定向/出价/素材	快速投放全面爆量	稳定投放量级 定制相似人群	维系日常开服 流失玩家挽回 沉淀方法论



# 准备期1 根据封测数据初步制作投放方案

封测  
数据

付费率/ARPPU等

封测玩家  
活跃、付费、流  
失等

数据  
洞察

回收预测模型

性别、年龄、  
兴趣等

投放  
方案

投放预算

投放措施  
定向、素材和文  
案等

# 准备期2 确认代理商，开通账户及各类权限

## 开户

- GDT服务商
- GDT子客
- 微信公众号
- 微信广告主功能
- 应用宝KA服务商
- 应用宝KA子客

## 权限

- 手Q消息流白名单
- 手Q浏览器白名单
- 应用宝直投广告白名单
- 游戏消费能力定向
- 联盟安卓非分成包申请
- 联盟媒体屏蔽工具
- OCPA、DMP
- IOS 商品应用户

## 转化

- Marketing API
- 激活API/SDK
- 渠道包



# 准备期3 合理构建账户进行科学命名和分析

账户  
层级

推广计划——广告——标的物（商品类型）

计划  
命名

王者XX  
游戏名称

IOS  
定向终端

FEED  
投放渠道

第三条页卡  
广告形态

广告  
命名

王者XX  
游戏名称

IOS  
定向终端

FEED  
投放渠道

第三条页卡  
广告形态

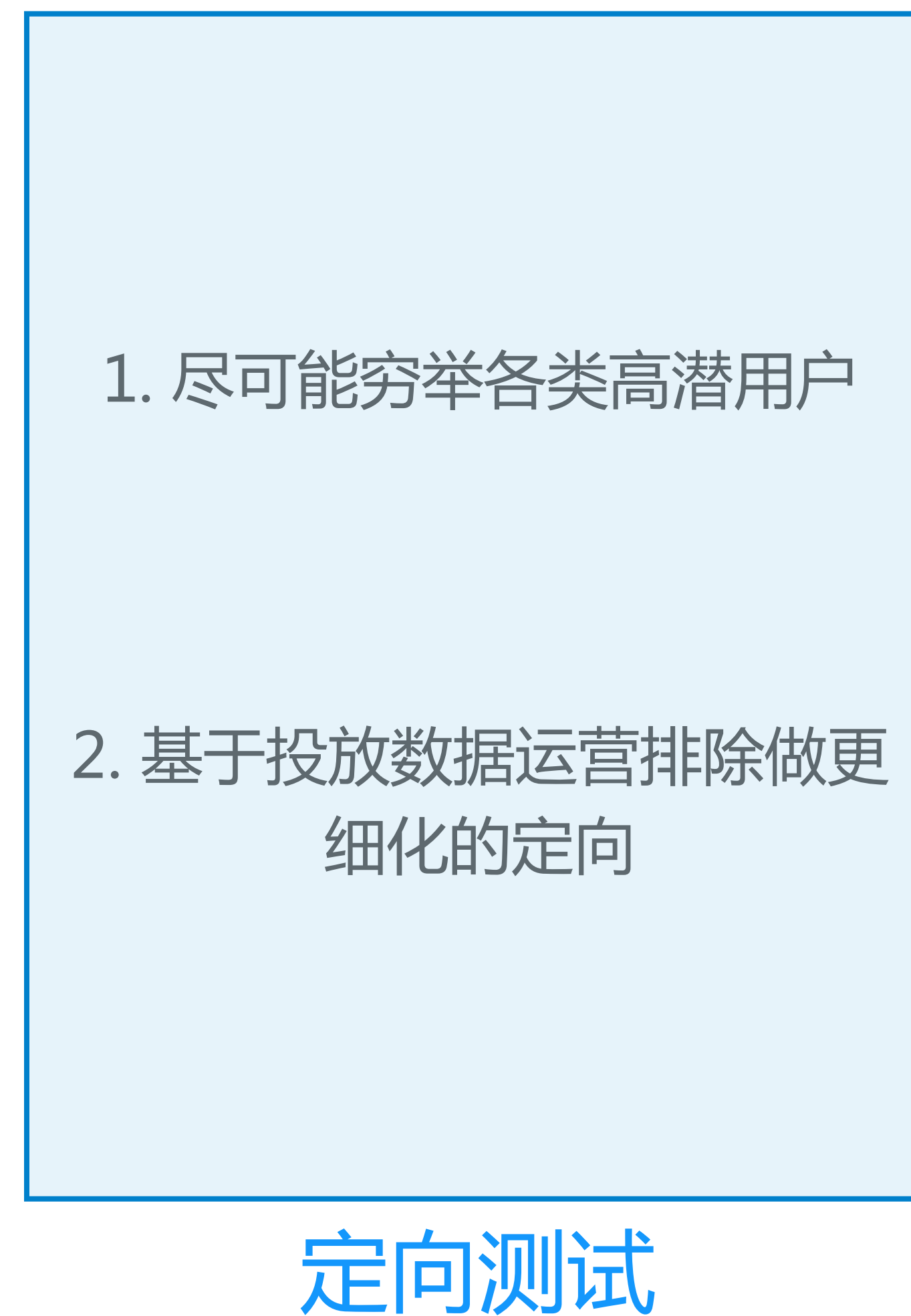
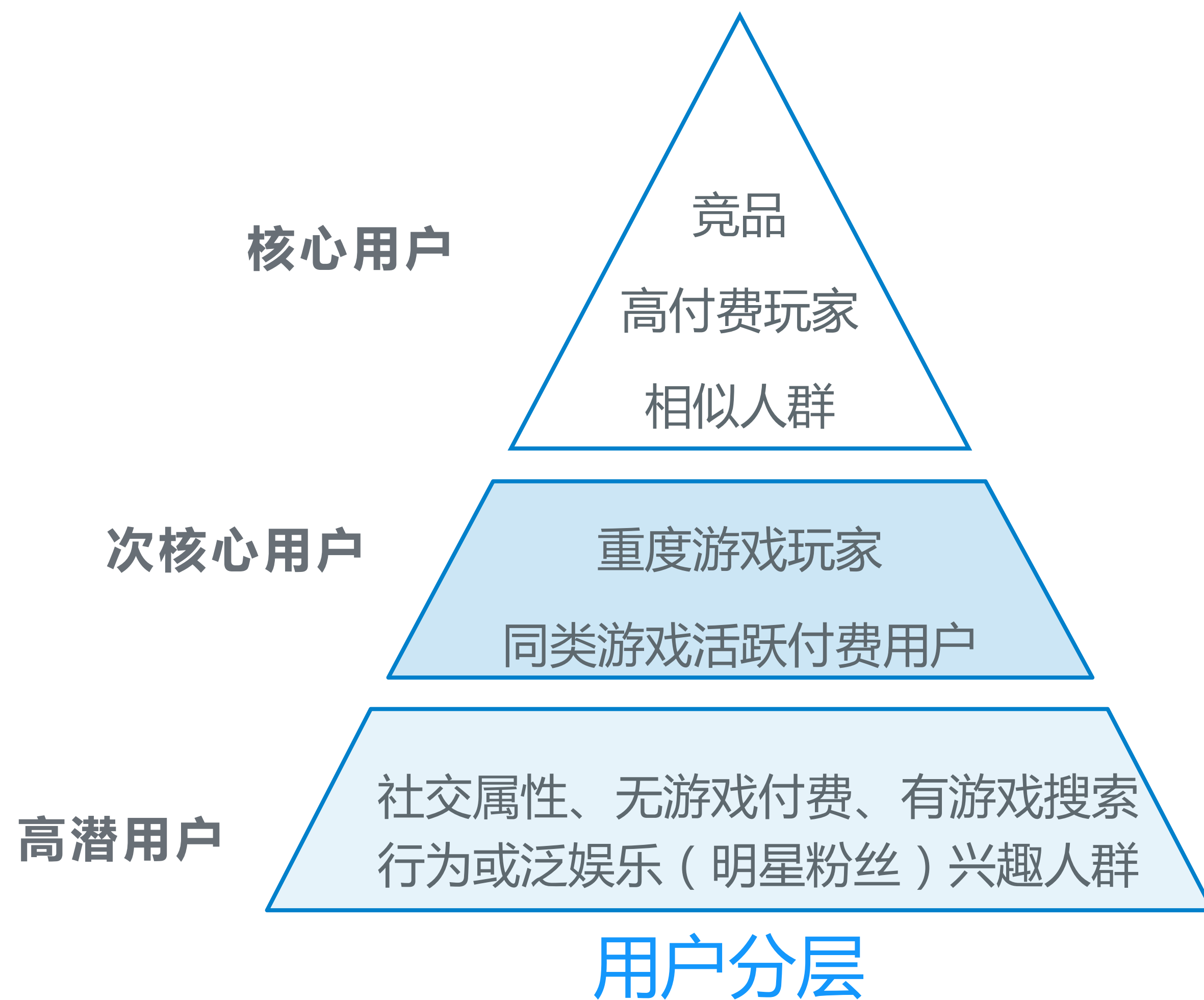
二三线男性/新英雄  
定位描述

# 测试期1 科学掌握广告平台的曝光原理





# 测试期2 掌握A/B-test技巧，持续实验定向

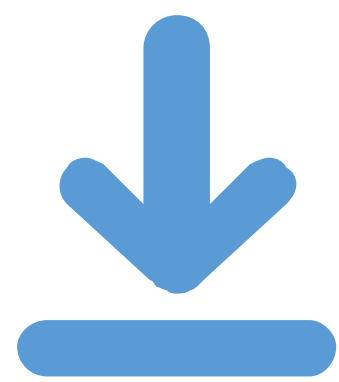


# 测试期3 出好竞价，谨遵三大原则



## 利用大盘数据预估出价

如Feed安卓游戏大盘eCPM为30，预估广告主点击率为1%，则CPC出价应高于  
 $30/1000/1\% = \text{¥} 3$  或者直接用大盘CPC作为预估



## 遵循高开低走原则

新广告建议先出较高价格保证曝光，让系统充分学习，积累数据之后再慢慢调低出价

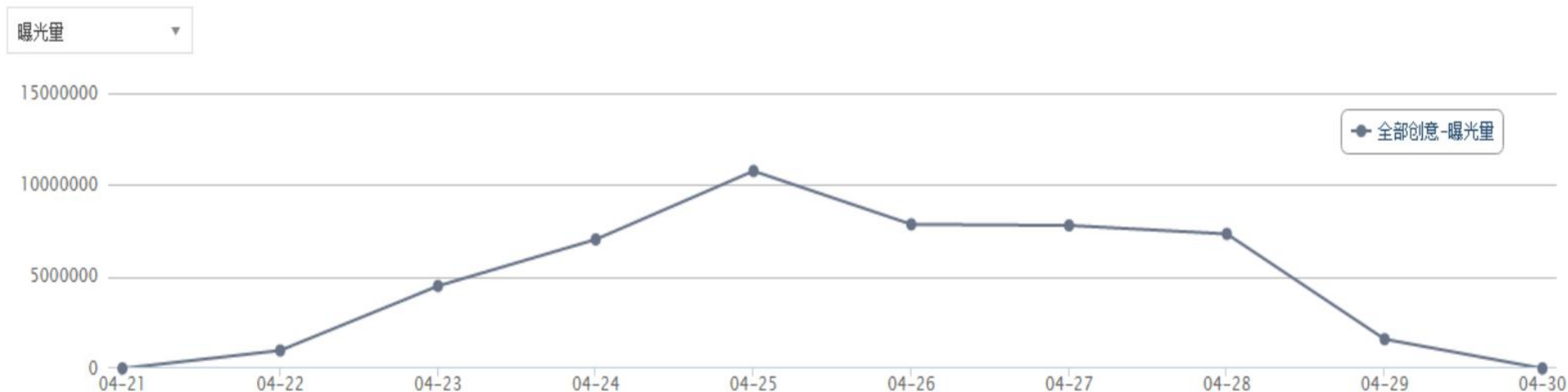


## 不要频繁的更改出价

尤其是使用OCPA、OCPM



# 测试期4 做好素材，基于数据不断迭代优化



## 根据各流量调性制作素材

微信系和QQ系流量的用户调性有所不同，必须投其所好

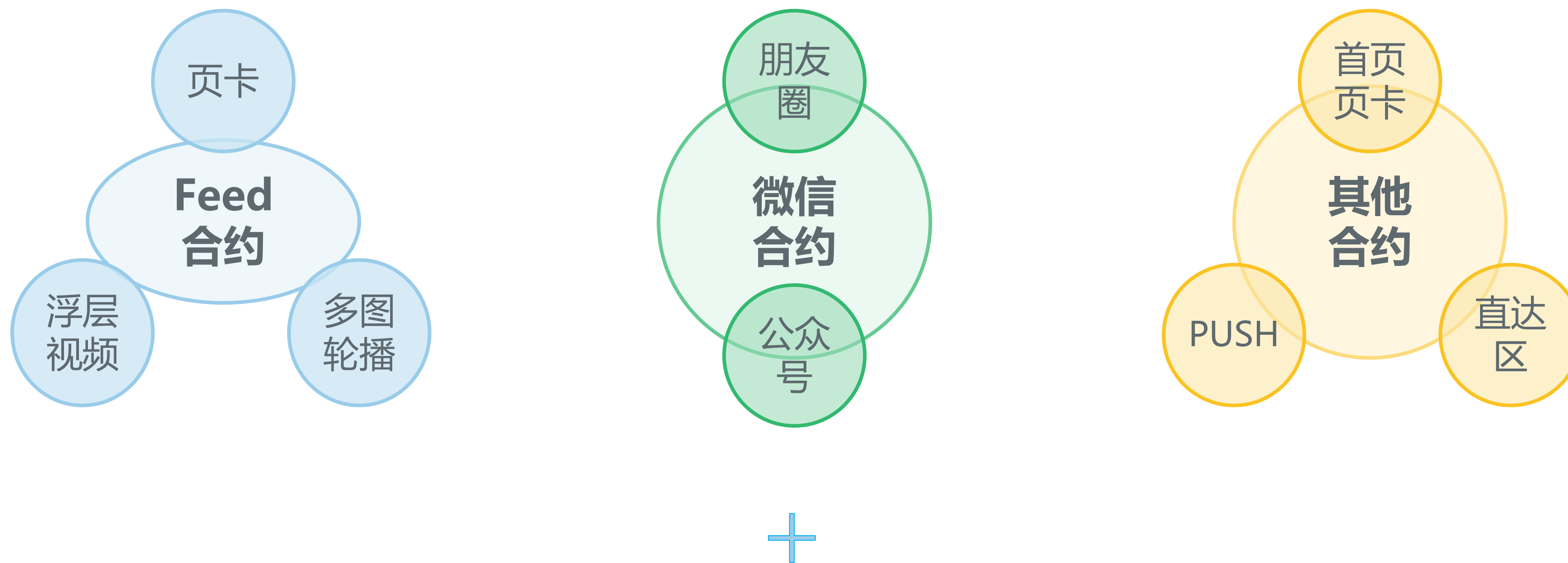
## 定期更换素材消除广告疲劳

新广告的曝光在两至三天内达到最高，然后开始持续衰落，这种现象叫做广告疲劳，建议每三至七天更新一次素材

## 多素材投放避免同质化竞争

建议提交多种规格的创意，以争取更多曝光机会

# 推广期 竞价资源全面投放，合约提前下单锁量



竞价资源全面投放



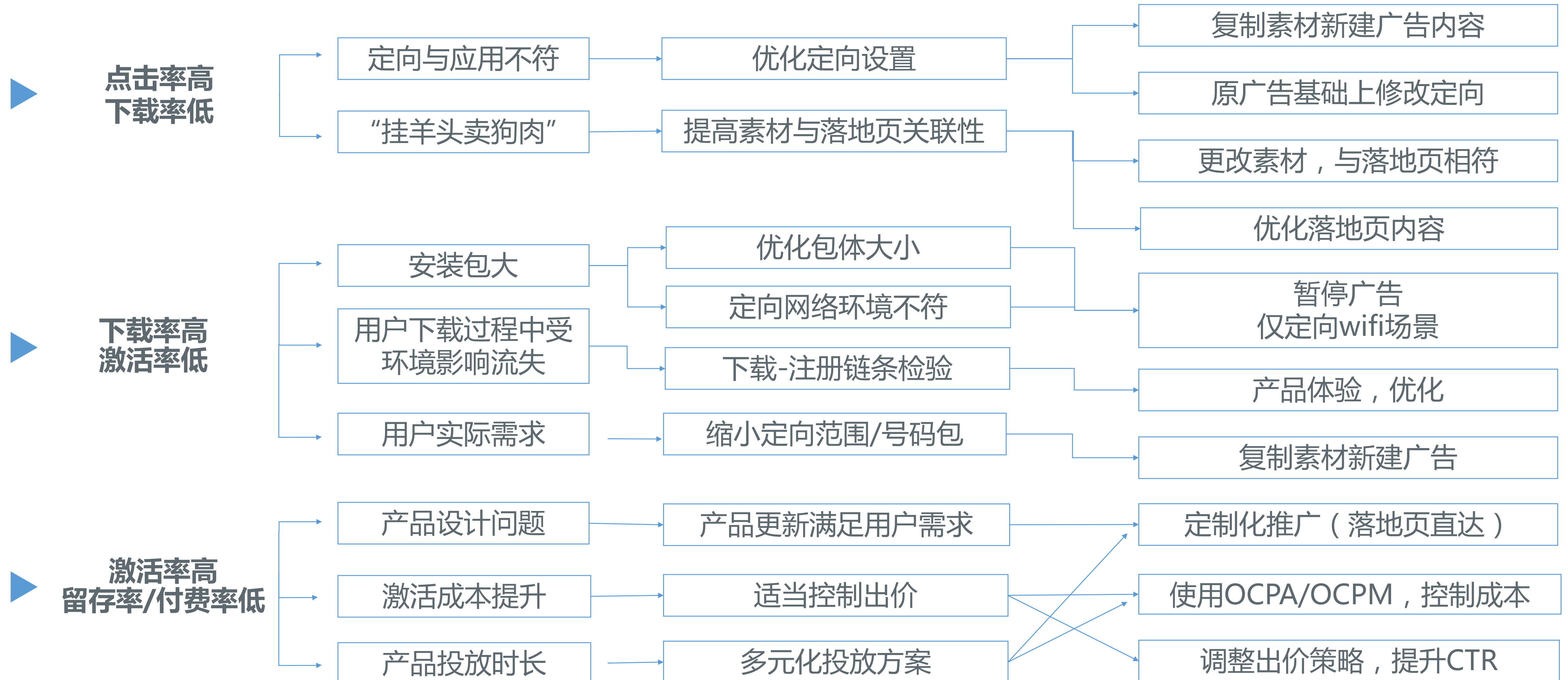
# 平稳期1 做好异动排查，优化投放稳定新进量

## 现象

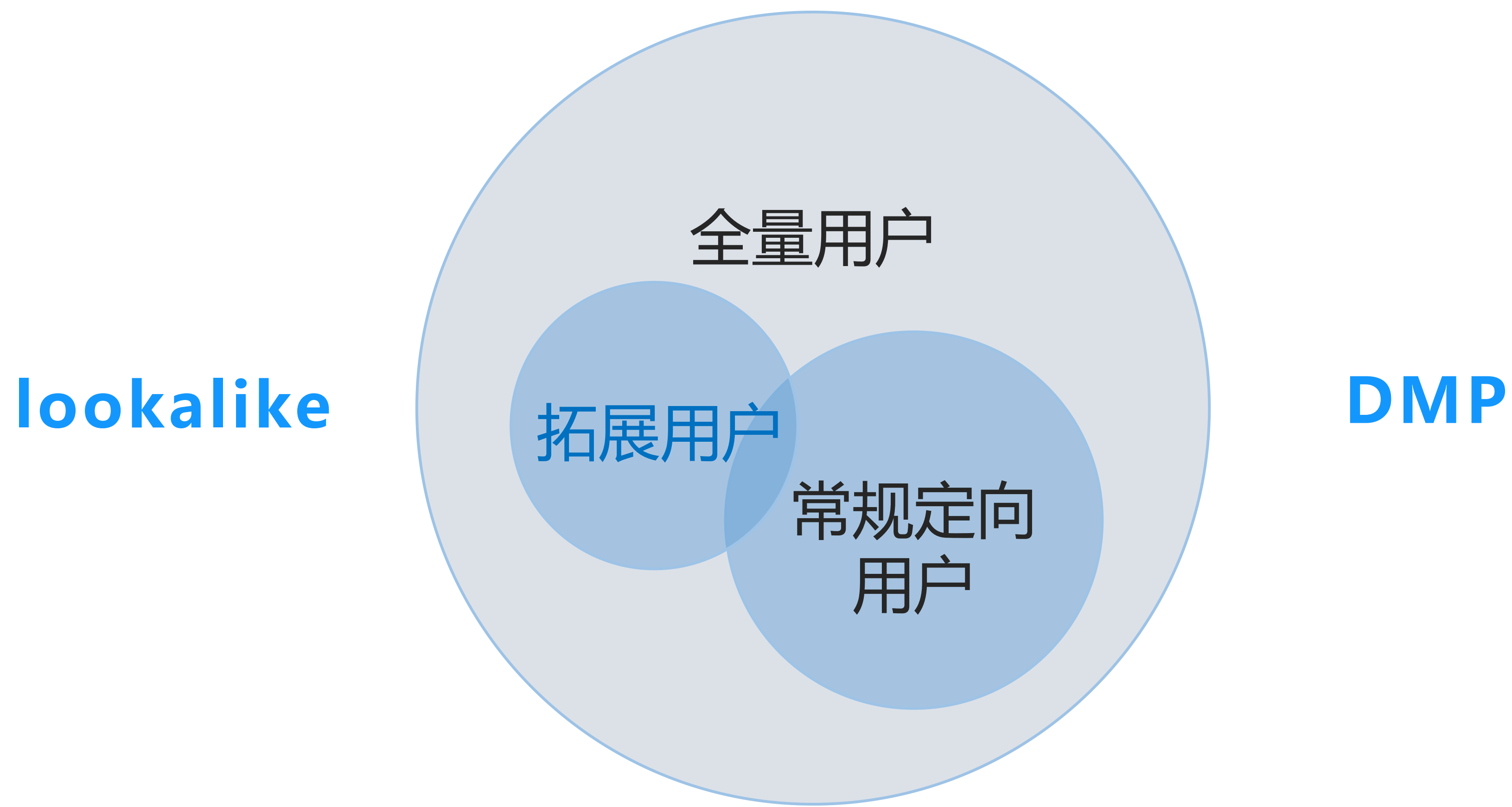
## 排查

## 优化点

## 怎么做



# 平稳期2 拓展常规定向无法覆盖的相似人群





# 瓶颈期尝试流失玩家挽回，深度数据定制， 形成品类方法论

## 投放诉求

拉新排除投放   拉活跃活动推广   拉付费活动推广   核心用户lookalike   道具打折推广   拉回流活动 ..... 自定义用户场景

## 数据标签

激活用户   低活跃用户   高活跃低付费用户   高活跃高付费用户   折扣敏感型用户   流失用户 ..... 自定义标签

## 工具&服务

lookalike、DMP及数据定制等能力和服务

## 数据整理

标签制作   标签授权   人群提取   人群扩展   人群管理

## 广告投放

投放端

广告主专属大数据

投放策略

数据挖掘及投放

沉淀该品类游戏方法论

3

# 服务升级





# 八大服务 全面涵盖广告主全案投放需求



## 游戏KA分级服务八大模块

服务机制

账户服务

流量运营

异动排查

投放优化

数据定制

培训服务

市场活动

专人对接  
处理时限  
沟通方式

开户/代理/投放  
账户优化方案

新流量推荐  
各流量方案

异动定位及  
解决方案

定向及素材等  
优化指引  
专享服务

用户画像  
人群定制  
效果优化

组织培训  
答疑解惑

推广活动  
大型会议活动  
线下公开课&沙龙

# 分级服务 五级六类深度定制专属服务

## TSA游戏KA分级服务3.0

等级	季度消耗 (万元)	服务机制	账户服务	流量运营	异动排查	投放优化	数据定制	培训服务	市场活动
SSVIP	≥2500	<b>专人专职</b> 一对一 1小时内 专属Q群/微信 电话/面对面	主动指导 随时解答问题 随时随客户需求输出账户 <b>优化方案</b>	主动指导和推荐新流量 权限第一轮优先开放 白名单申请12小时内响应 <b>合约资源优先排期</b>	主动发现异动 并提供解决方案 跟进优化后效果	主动发现问题 提供优化方案 <b>专项跟进投放全案</b> SSVIP素材深度方案	专项定制服务 (画像+人群+优化 +报告) 覆盖全投放周期	<b>面对面</b> 按客户需求 随时提供培训	专属活动3倍名额 大型活动 <b>SSVIP资格</b> 交流会月度一次
SVIP	[750,2500)	1V1 24小时内 专属Q群/微信 电话/面对面	主动指导 随时解答问题 每月输出账户优化方案	主动指导和推荐新流量 权限第一轮优先开放 白名单申请24小时内响应 合约资源优先排期	主动发现异动 并提供解决方案 跟进优化后效果	主动发现问题 提供优化方案 专项跟进投放全案 SVIP素材深度方案	<b>专项定制服务</b> (画像+人群+优化 +报告)	面对面 一月一次 可按客户需求 随时提供培训	专属活动双倍名额 大型活动SVIP资格 交流会月度一次
VIP 高潜：已分级 VIP以下，但当 季实际消耗已在 VIP及以上	[250,750)	1V1 两个工作日内 专属Q群/微信 面对面 重点问题邮件咨询	定期解答问题 1-2月输出账户优化方案	推荐新流量 解答流量使用 权限第二轮开放 白名单申请48小时内响应	搜集客户问题 针对性提供措施	根据客户反馈提供专 项优化方案 提供季度素材指引	DMP和looklike等 工具操作进阶指引	每季度一次 当面授课 每月输出培训文档	专属活动单倍名额 大型活动VIP资格 交流会季度一次
KA	[90,250)	1V N 一周两次 QQ大群/微信大群 重点问题邮件咨询	定期解答问题 按需输出账户优化方案	提供各种流量指引文档 协助权限和白名单申请	定期搜集问题 同步解决措施	提供投放优化文档 季度通用素材指引	DMP和looklike等 数据工具操作基础 指引	每季度 输出培训文档	大型会议参会资格
SMB	[0,90)	1V N 一周一次 邮件汇总统一回复	统一搜集问题 邮件统一回复	提供各种流量指引文档 协助权限和白名单申请	统一搜集统一回 复	提供投放优化文档 季度通用素材指引	DMP和looklike等 数据工具操作基础 指引	定期同步通用培训 文档至渠道经理	大型会议参会资格



# 总结

核心  
流量

空间Feed、微信、移动联盟、应用宝、手机QQ和浏览器等

投放  
通案

游戏全生命周期五大阶段的通用投放方法

服务  
升级

客户五级六类，深度定制专属服务内容

# Thanks



腾讯社交广告  
Tencent Social Ads