

星河计划优化师培训系列

游戏广告创意设计优化指南

lubihuang



素材元素选择五大原则

素材元素选择五大原则

人物元素的选择

广告素材中的人物动态对于画面的影响尤其重要，生硬的动态的人物组织起来的画面会黯然失色。选择**绘制完成度高、动态有张力**的游戏主要职业角色来制作广告素材将事半功倍。

背景元素的选择

我们经常发现中重度的游戏玩家对**有代表性、弘大的场景**尤其感兴趣，特别是有**纵深感的大场景**往往容易吸引玩家的注意。

游戏截图的选择

我们不难发现重度目标受众对于游戏截图简单直接的传达方式很感兴趣，所以优先选择具有游戏特色的截图至关重要，尤其是**特效华丽的战斗截图以及高级装备人物属性展示**，让玩家无可抗拒。

游戏LOGO的摆放

LOGO的摆放位置和展示方式直接影响游戏品牌的推广。针对于素材广告的不同尺寸LOGO的摆放位置会有所不同，常见于**广告素材的四个顶角及中间偏上或偏下位置**，LOGO的展示要清晰明显，画面平衡，疏落相当。

文案的选择和摆放

广告素材文案的摆放位置应是补充画面信息，不宜遮挡，且较多的是**特效字体**，特效字体**不宜超过两种**。**切记在广告创意中画面太花，主体明确**，这就要求文案和画面结合的同时必须保持一定的协调，大多数情况下是字体特效抢眼而画面稍微弱化。

2

素材六大‘不要’规则

素材六大‘不要’规则

**游戏名称/游戏LOGO
不明显**

游戏名称字体过小，不显著或不清晰，在整个构图中比例严重失衡

**纯游戏截图或构图层次
过多**

重度游戏素材中，常出现画面层次过多，弹窗，游戏UI等元素过于密集的构图，导致图片主次不协调，画面混乱，用户无法掌握素材主要表达的特性。

**简单拼装图，无设计感，
风格不协调**

广告素材常用几张简单的游戏画面截图做硬拼接，简单粗暴，没有创意设计调整；三张素材风格不一致，在视觉上过于跳跃，用户体验感较差；三张素材的色调，特性，风格应保持一致

涉及虚假内容或抄袭

素材主KV为其他知名游戏人物，涉及虚假内容；抄袭腾讯或行业内知名游戏人物，广告平台承担着版权问题的风险非常大；

画面不清晰，质感差

素材画面精度不清晰，质感体验较差，素材选择的质量优为重要

素材文字出现中奖等信息

素材文字出现过于强调奖品的内容，特别是实物奖品，比如“玩游戏，抽iphone6

3

游戏素材优化思路案例分享

素材优化案例分享



问题解析：典型的游戏弹窗界面元素过多，UI浮层及文字过于密集，画面无层次感，过于混乱

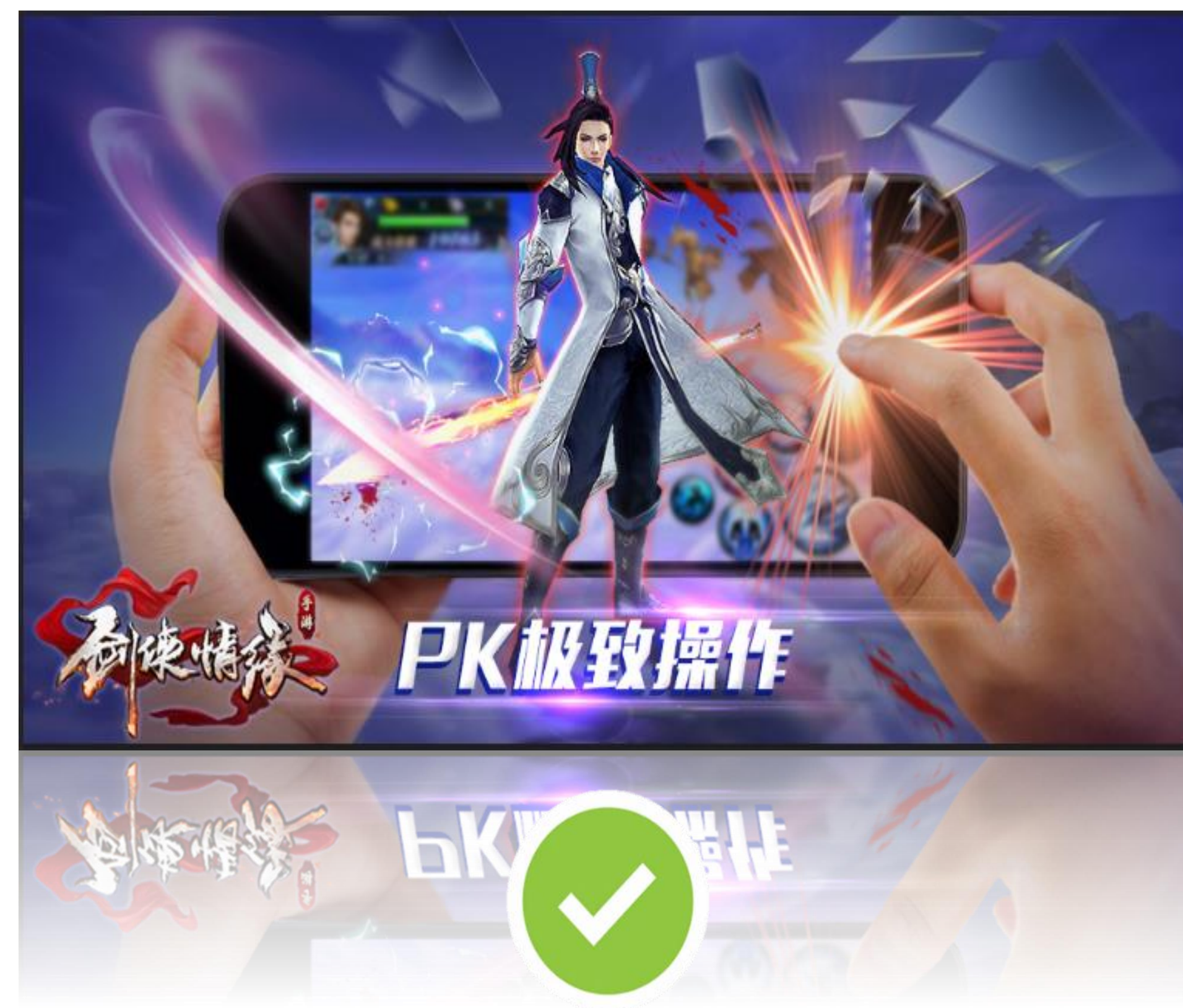


优化思路：将游戏界面元素至于空间内，删除多余的UI，突出主KV人物；层次感清晰分明，既表现游戏玩法，也优化了视觉体验

素材优化案例分享



问题解析：典型的截图，元素过多，画面较混乱



优化思路：将操作画面至于操作界面内，更带感，并将主KV至于平板外凸显，立体感较强；给用户更强有力的操作即视感

4

游戏素材设计思路小结

素材设计思路小结

清晰的素材元素

广告素材组成元素**选用像素高，画质清晰**，绘制完成度高的元素进行设计

动感的画面展示

其中**PVP战斗场景的强调，角色及阵容的突出**，都可以使用户感受其游戏的带入感，能更好地去获得高质量或深度玩家的下载

装备及属性的展示

除了角色以外，**装备及属性**是中重度游戏必不可少的元素之一，这类玩家对于它们特别敏感，建议广告素材上可重点**强调装备的进阶和数值表达**，能吸引更多高质量重度玩家。

游戏画面的展示

简单直接地**展示游戏精彩画面并加入创意元素**是一个很有有效的表达方式，建议在设计中，将**截图中的UI成分减少和缩小**，主要去体现游戏的**主体角色或是事物或是玩法**，在搭配适当的特效字体文案

画面排版原则

- ① 简单排版**主次分明**：常见背景虚，中前景实，主要的主体元素和文案多放于中前景；
- ② **LOGO在画面中应明显可见**，不要被遮挡，**常见于四个顶角中间或偏上偏下位置**；
- ③ 素材的**文字行数建议最多不超过三行，每行10字内且字体尽可能用一种，或不超2种**

风格统一原则

三图轮播的形式中，保证设计的素材三张风格一致，常见使用**同种字体和同种排版模式**来保证统一性，此外**按钮的位置与大小**，需在创意设计保持一致

5

游戏素材设计要点&模板分享

设计师

近年来随着广告定向投放日趋精准，现在的游戏玩家审美水平也逐渐提高，雷同的标语，使得玩家对于明显的广告素材产生排斥心理，所以在游戏广告素材设计上，我们需要更进一步适应新的广告形式，做出一些创新和优化。

我们不鼓励大家千篇一律

更希望看到每个独立设计师的作品

有着个人不同的理解和表达方式

真正让我们的用户感受到素材创意者的用心程度与诚意。



设计前准备工作

在广告素材设计前，我们都需要对游戏有一定的了解和认识，才能更好地从用户的角度思考和总结进行创意；所以建议我们的设计师也需要参与到游戏中来，重点认识以下3点，这样才能事半功倍。

1

亲自试玩体验

一定要积极体验游戏过程，特别是在注册、付费等关键环节，在保证产品体验流完善顺畅前提下，不断挖掘游戏本身，对目标用户吸引和感兴趣的地方。

2

提炼游戏特色

与市场热门同类或竞品相比，罗列游戏玩法特点巧妙结合活动热点加以素材设计，来吸引目标用户的关注和点击。

3

解析目标用户

分析和梳理游戏目标用户的人群画像，包括年龄、性别、游戏类型喜好、付费习惯等。

素材设计四大要点

元素

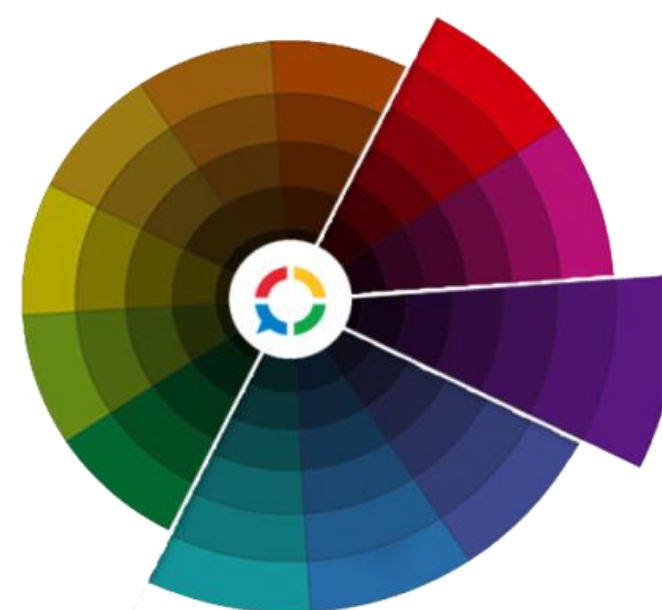
动态夸张，表达清晰
突出主题，尽量采用相同
风格的元素进行融合

构图

背景简单明了，突出重点，
多采用斜构图展现整个画面动感

色彩

深暗浓郁的色彩更适合重度游戏广告，
明确主色调，与主题保持一致的色彩。



文案

主题明确，突出游戏卖点。标题设计可采用特效字体，尽量与游戏风格保持一致。
且与画面要保持一定的平衡。

轻度游戏素材设计方向

适用于休闲类，消除类，射击类，体育类，棋牌类等类型游戏

玩法

爆点

话题

故事

活动



重度游戏素材设计方向

适用于ARPG，SLG，MMORPG，动作类等类型游戏

属性

对战

玩法

活动



Thanks



腾讯社交广告
Tencent Social Ads