

腾讯广告联盟的 生存信条

真流量 真效果

腾讯广告联盟

目录

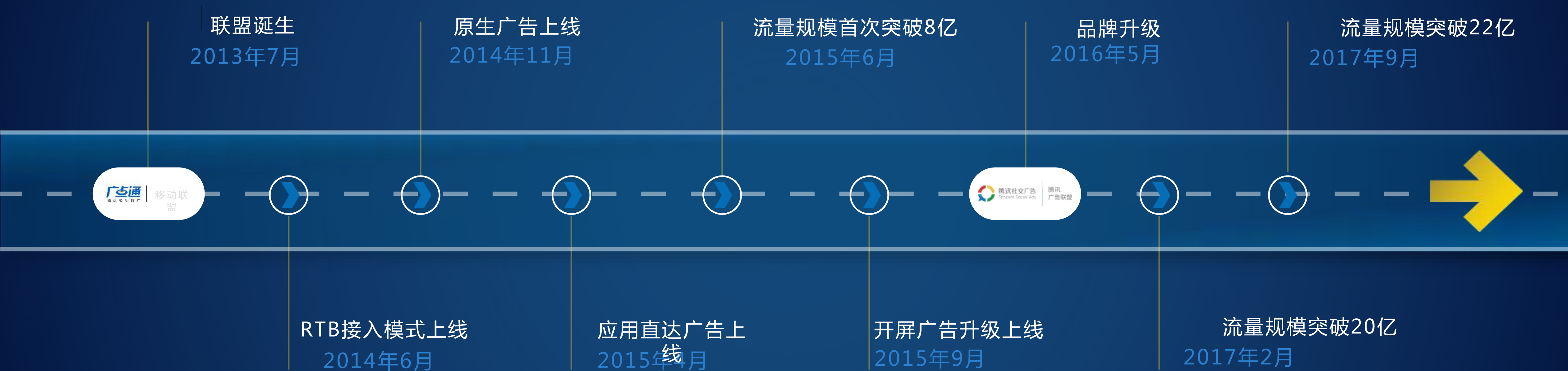
- 1 战略定位：腾讯为什么要做广告联盟
- 2 市场竞争：这个联盟有什么核心优势
- 3 联盟资源：优质媒体和四种广告产品
- 4 成功经验：联盟推广成功的案例分享



1

战略定位：腾讯为什么要做广告联盟？

腾讯广告联盟的发展历程



腾讯广告联盟分行业优质资源一览表

亲子教育
汽车出行
生活服务
天气日历
资讯共享
生活实用
系统工具
入口工具



视频播放



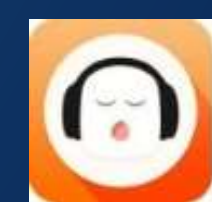
垂直视频



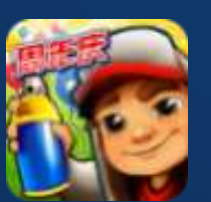
综合视频



资讯音频



综合游戏



阅读漫画



联盟资源可提供全面的用户使用场景补充

联盟广告月覆盖用户规模

5.23亿

万年历 金山电池医生

墨迹天气 猎豹清理大师

工具唤醒



迅雷 神庙逃亡

爱奇艺 消灭星星

午间休息

米尔军事 糗事百科

书旗小说 追书神器

碎片阅读

宝宝树孕育 美柚

每日新款 驾考宝典

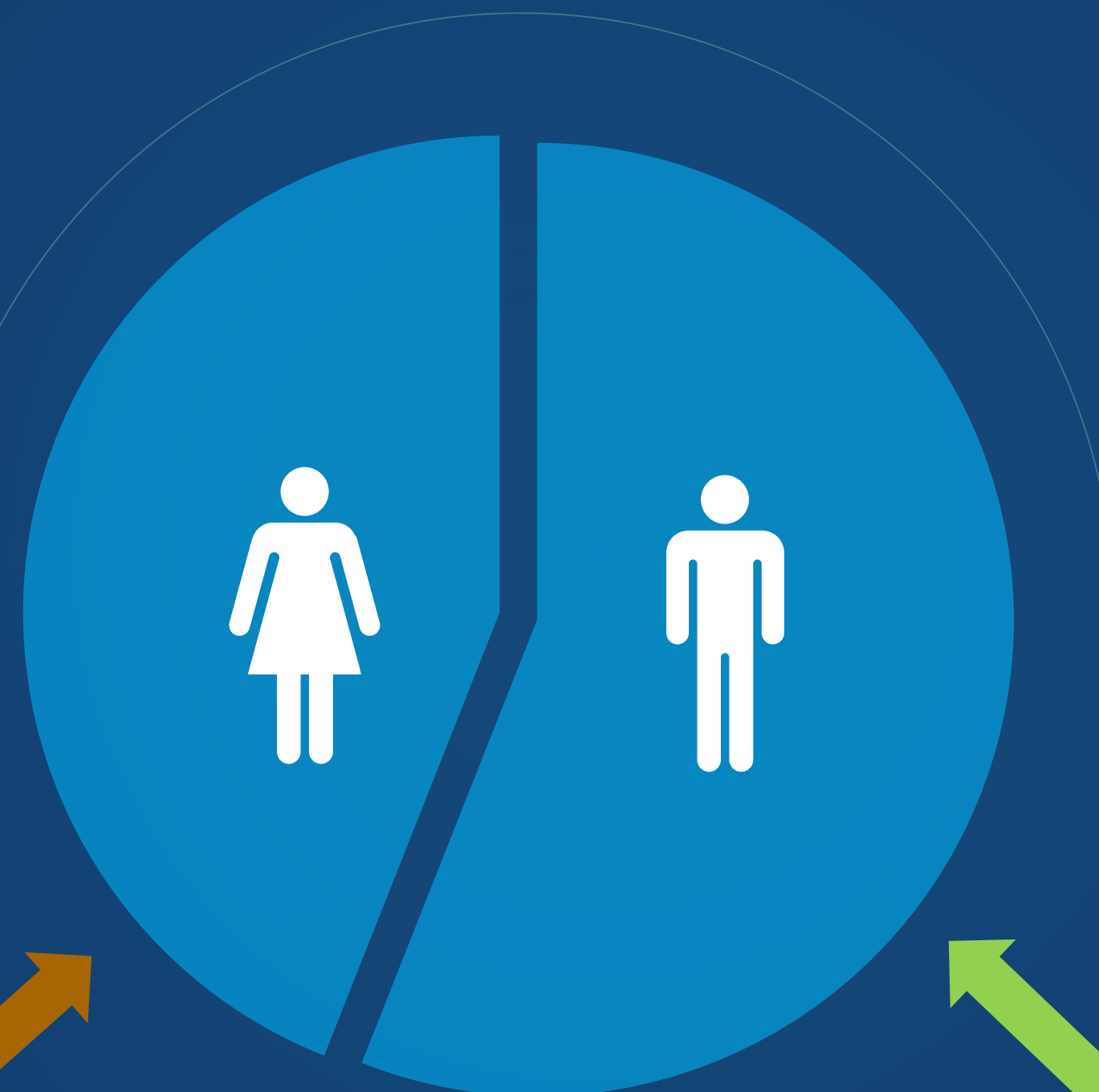
信息获取



用户触达：联盟覆盖的用户规模分析

联盟广告周覆盖用户规模
3.11亿

与手机QQ空间广告配合使用，当周可额外获取用户
1.63亿

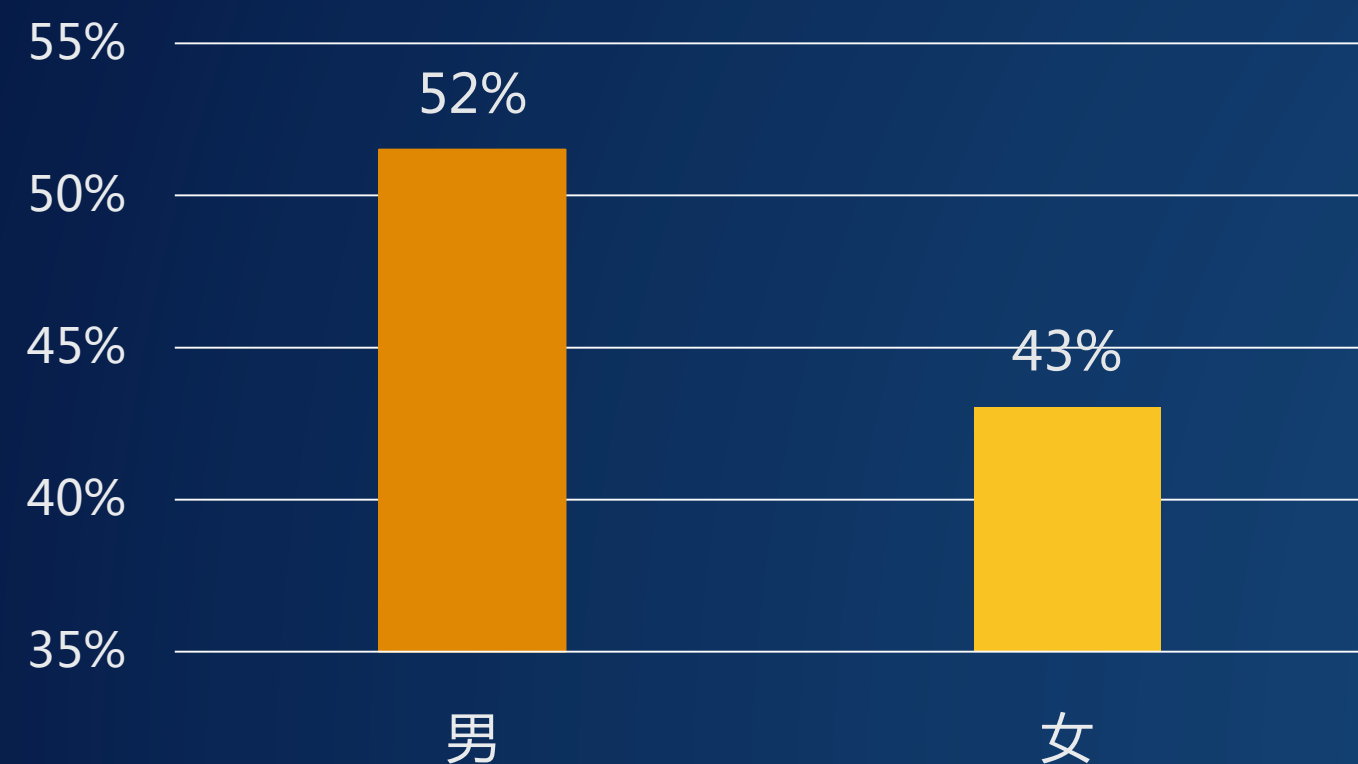


与微信广告配合使用，当周可额外获取用户
2.06亿

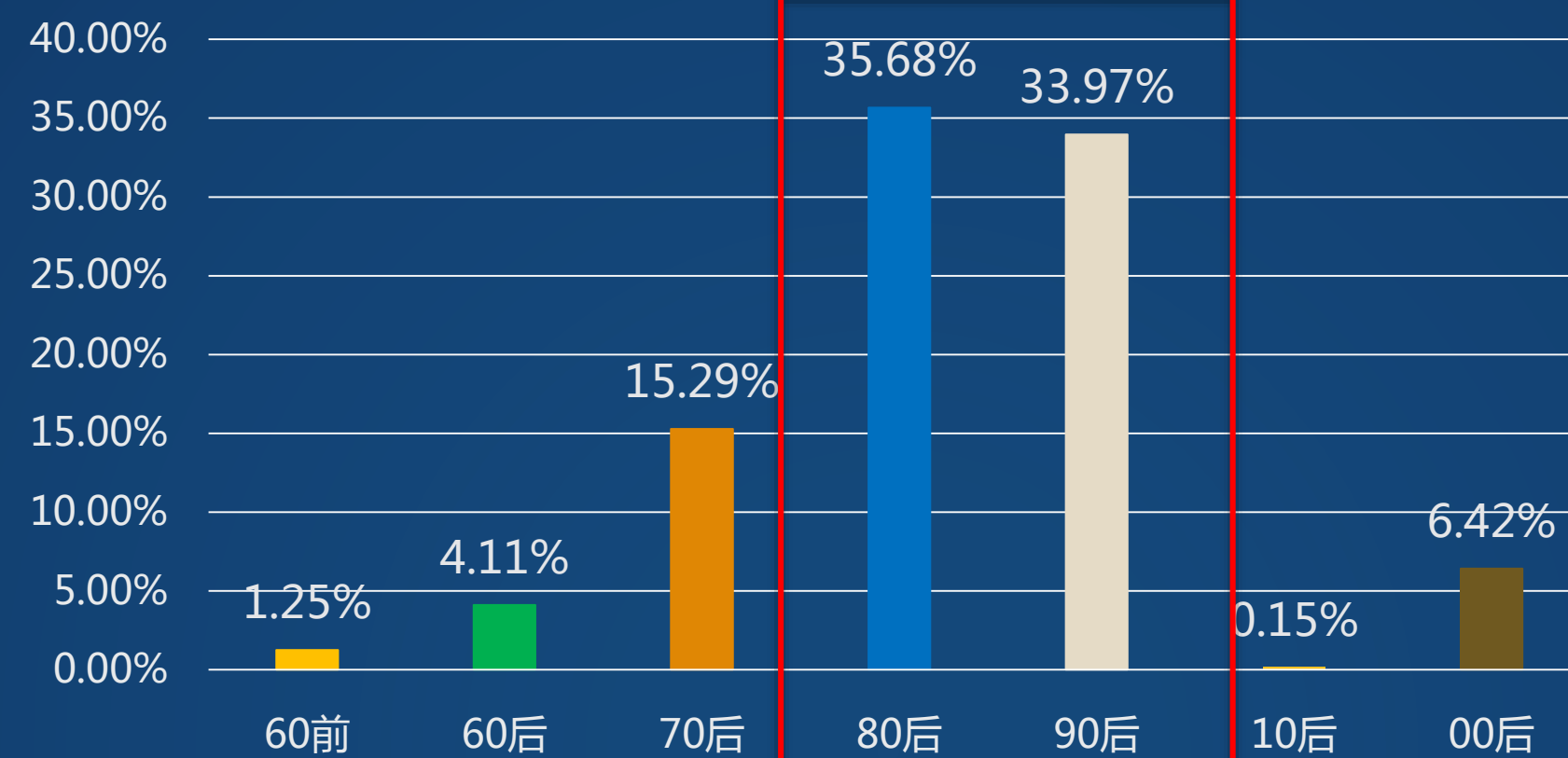


联盟覆盖用户的人群画像分析：娱乐及生活属性

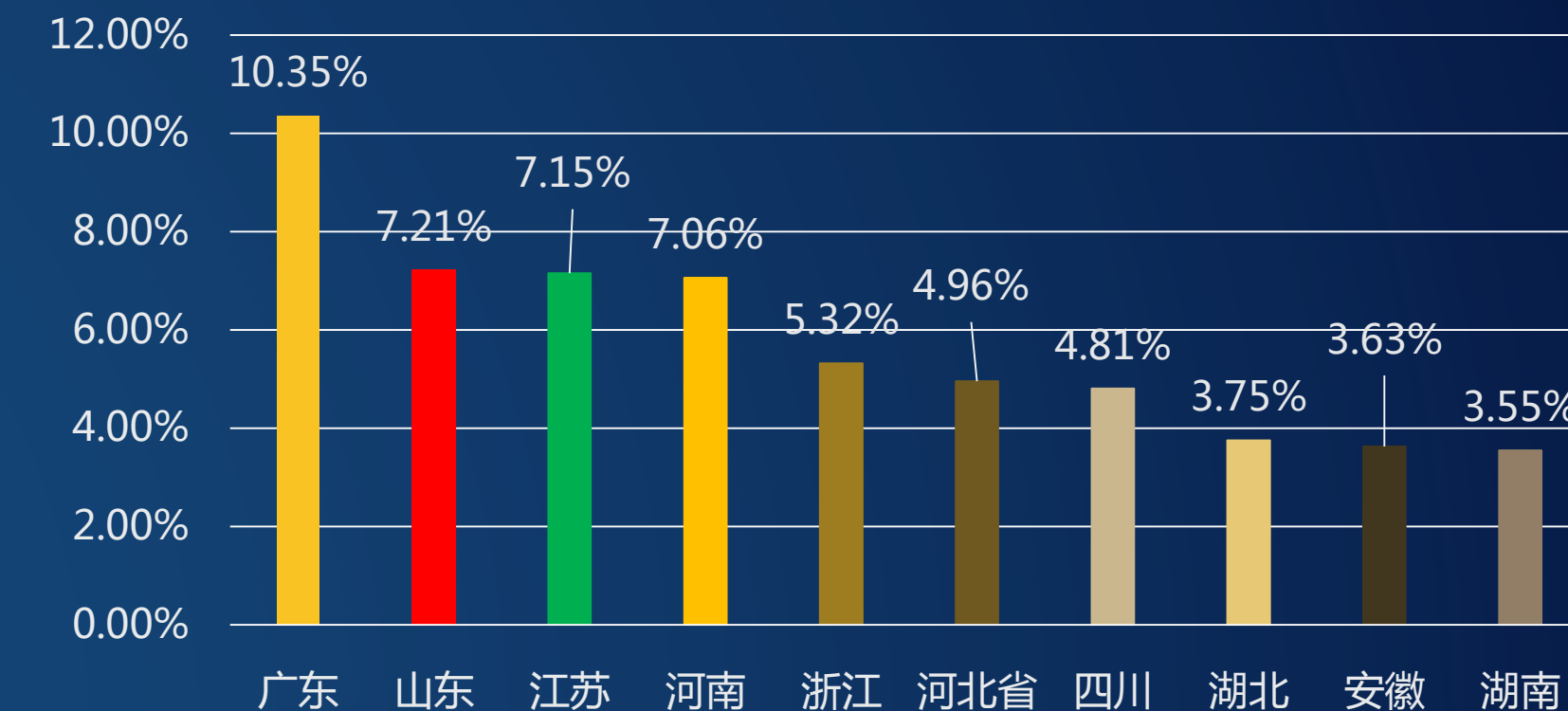
联盟用户的性别分布



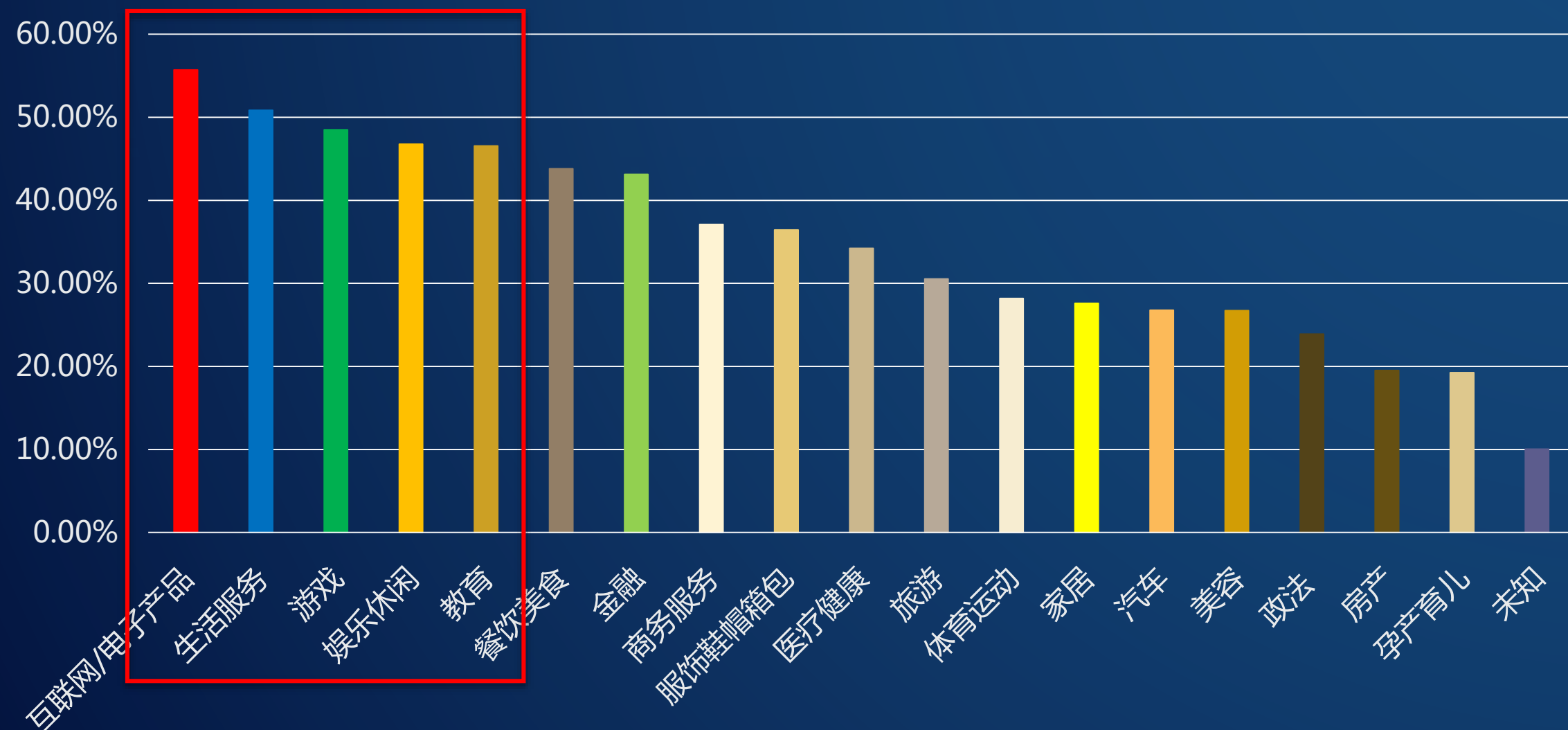
联盟用户的年龄分布



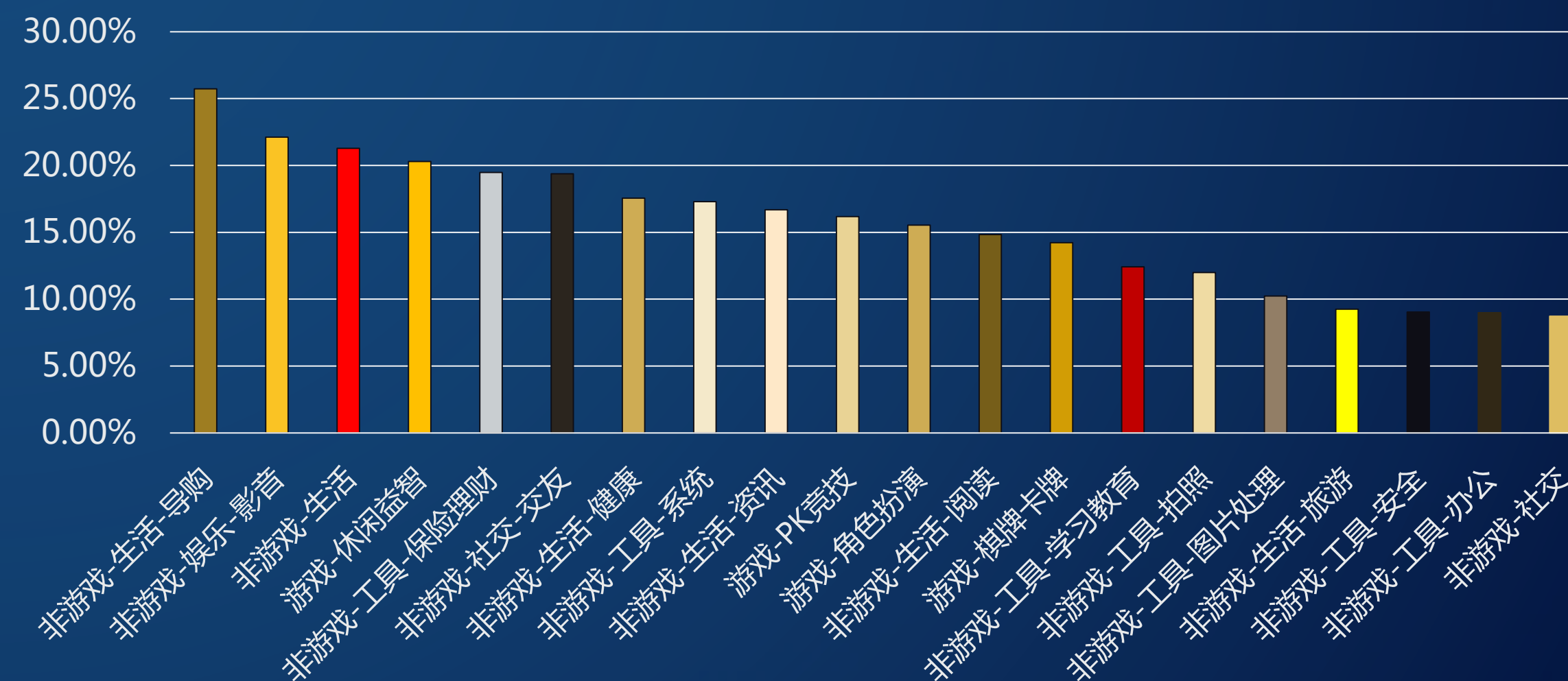
联盟覆盖用户地域分布TOP10



联盟覆盖用户的商业兴趣分布



联盟覆盖用户TOP20APP行为分布



注：数据来源20170331-20170406

2

市场竞争：这个联盟有什么核心优势？



反作弊

- 依靠腾讯产品体系中的行为数据判断用户行为
- 针对市场反作弊最新策略的实时调研精确击打



精准定向

- 设备号映射腾讯大数据，用户识别成功率超过90%
- 人群标签定向办法，精准识别与TSA一脉相承



智能出价

- 针对不同转化效果媒体出不同价格
- 媒体质量分应用到联盟会员收益分成体系

开发者帐号注册

排重查验、邮箱校验，全资质填写及证件上传，注册帮助的demo样例

注册媒体审核

通过应用市场详情页和包名上架、个人的版权审核等内容的校验，来提升注册媒体的准确性和真实性

复审及校验逻辑

月度校验媒体详情页是否有效，关键字段由人工填写改为从主流应用市场选取详情页

标准：超简版应用、盗版应用、PS应用、无效应用等作弊应用注册，审核拒绝或者添加高风险标识



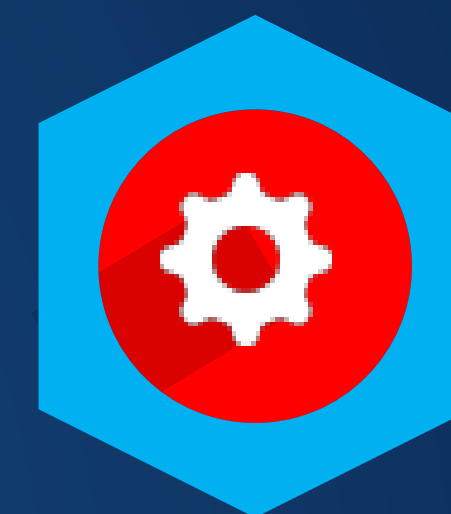
严

- 持续战斗，过去一年里我们上线了近**20**种策略
- 一切以规则为准，过去一年终止了与**上万**家媒体的合作



全

- 请求、曝光、点击、效果**四****大维度**全方位追击
- 针对市场反作弊最新策略的实时调研精确击打，天眼、吸血鬼专项**迭代**更新



精

- 利用用户在整体腾讯产品体系中的**行为数据**协助判断用户的广告点击行为
- 腾讯内部灯塔和安全平台的**用户数据**支持，作弊行为判断的有效补充

质量体系的现实运用

- 多元维度考察流量质量评分
- 应用联盟会员收益分成体系

消耗贡献

用户识别

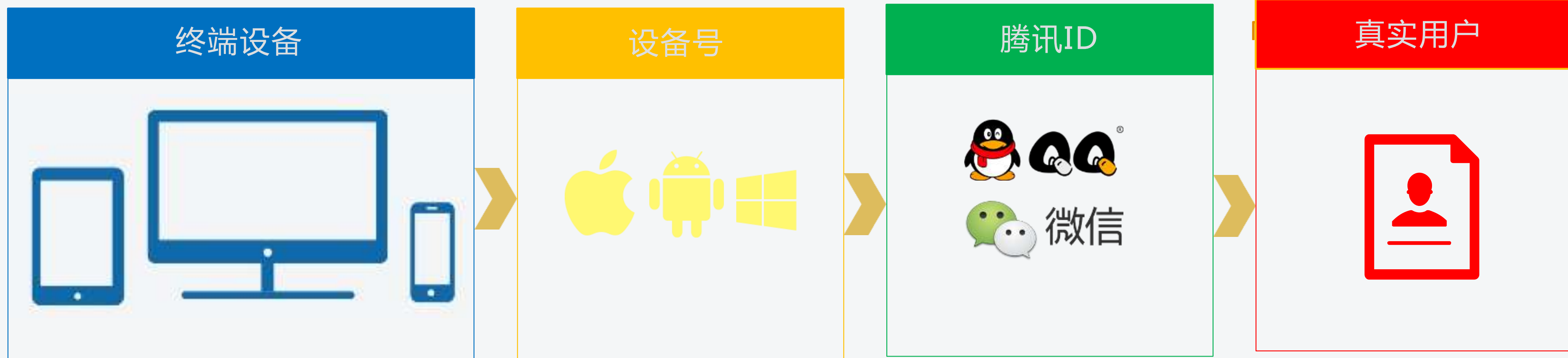
转化效果

行为规范



真实用户，跨屏跨场景识别

用户识别成功率超过90%



联盟特有的直接设备号定向：减少人群损失



效果真实：体系化无掺水的统计规则



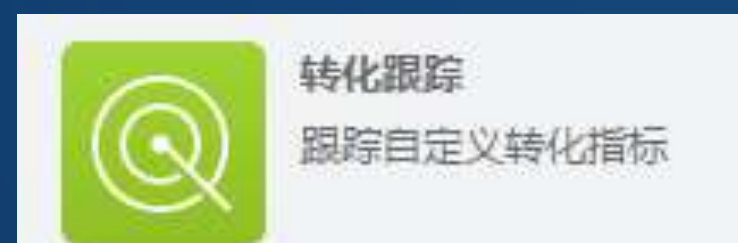
下载各细节统计
路径完整

腾讯的生态建设



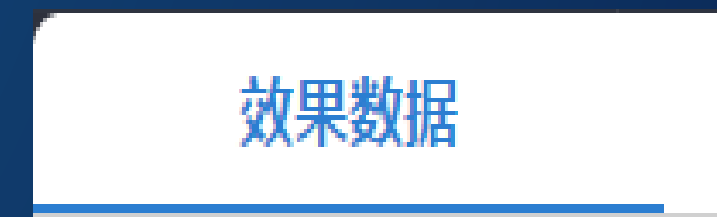
投放全环节效果
数据透明

曝光-点击-转化



后续转化统计与
内部一致

统一的API对接逻辑



投放效果优化的
数据指导

内部流量效果参考





联盟资源：优质媒体和四种广告产品

四种联盟产品形态的整体介绍

原生广告

➤ 产品亮点：

用户体验流畅，曝光规模占联盟比重超60%



开屏广告

➤ 产品亮点：

黄金展位，平均CTR大于6%
日均曝光规模近1亿



插屏广告

➤ 产品亮点：

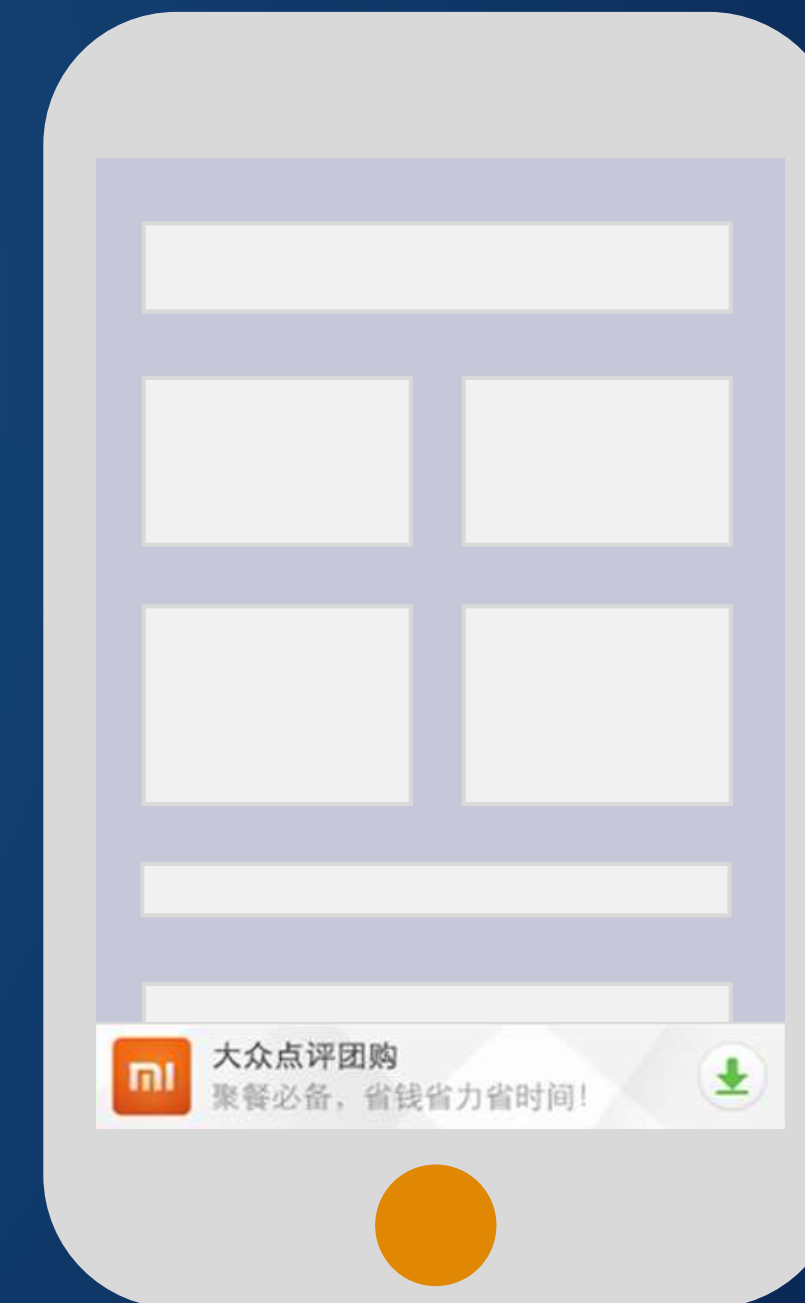
高点击，平均CTR大于4.5%



Banner广告

➤ 产品亮点：

经典形态，低触达用户成本



开屏广告：高点击的黄金展位

展示位置：应用启动时加载，展示固定时间，展示完毕后自动关闭并进入应用主页面

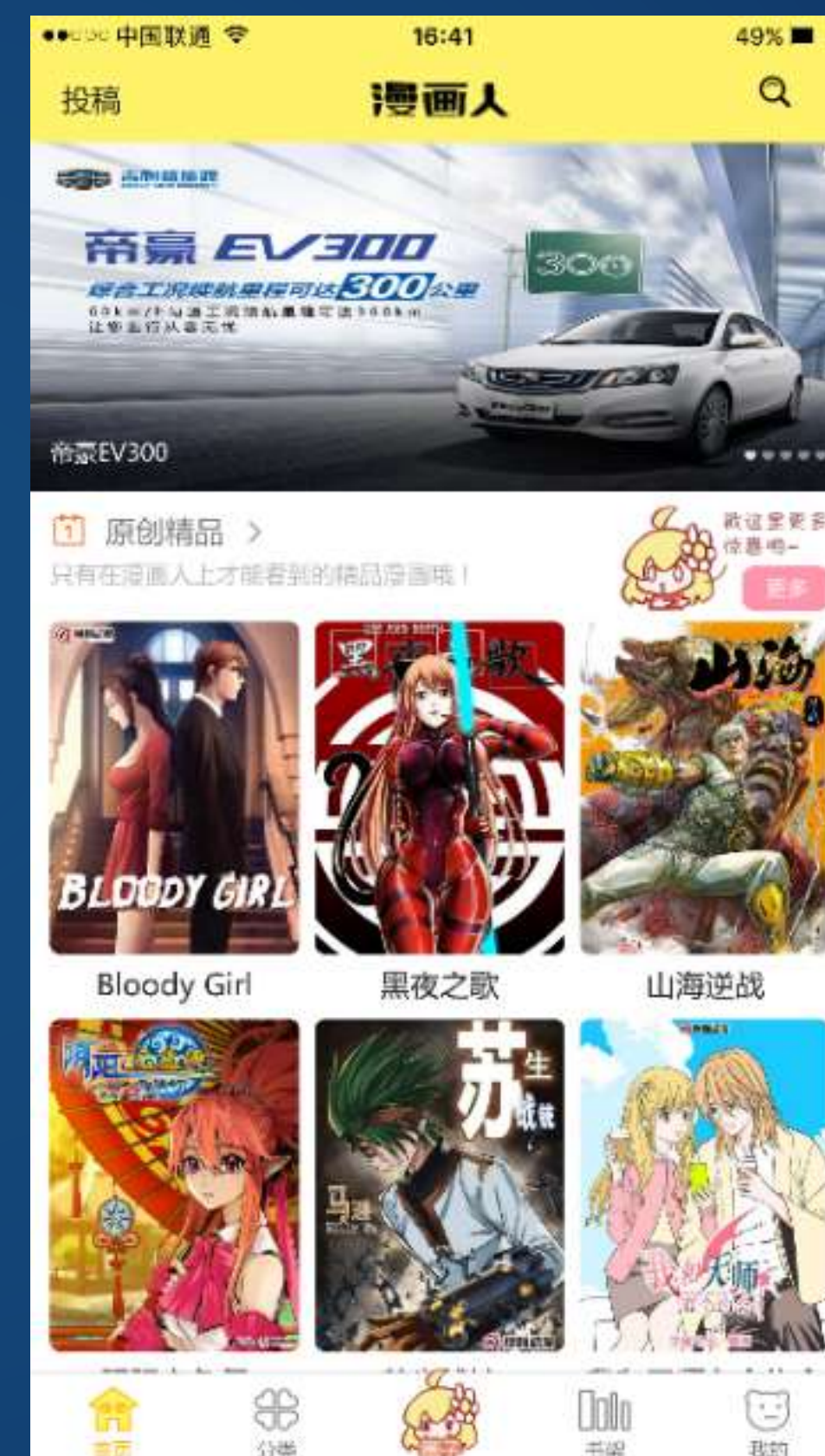
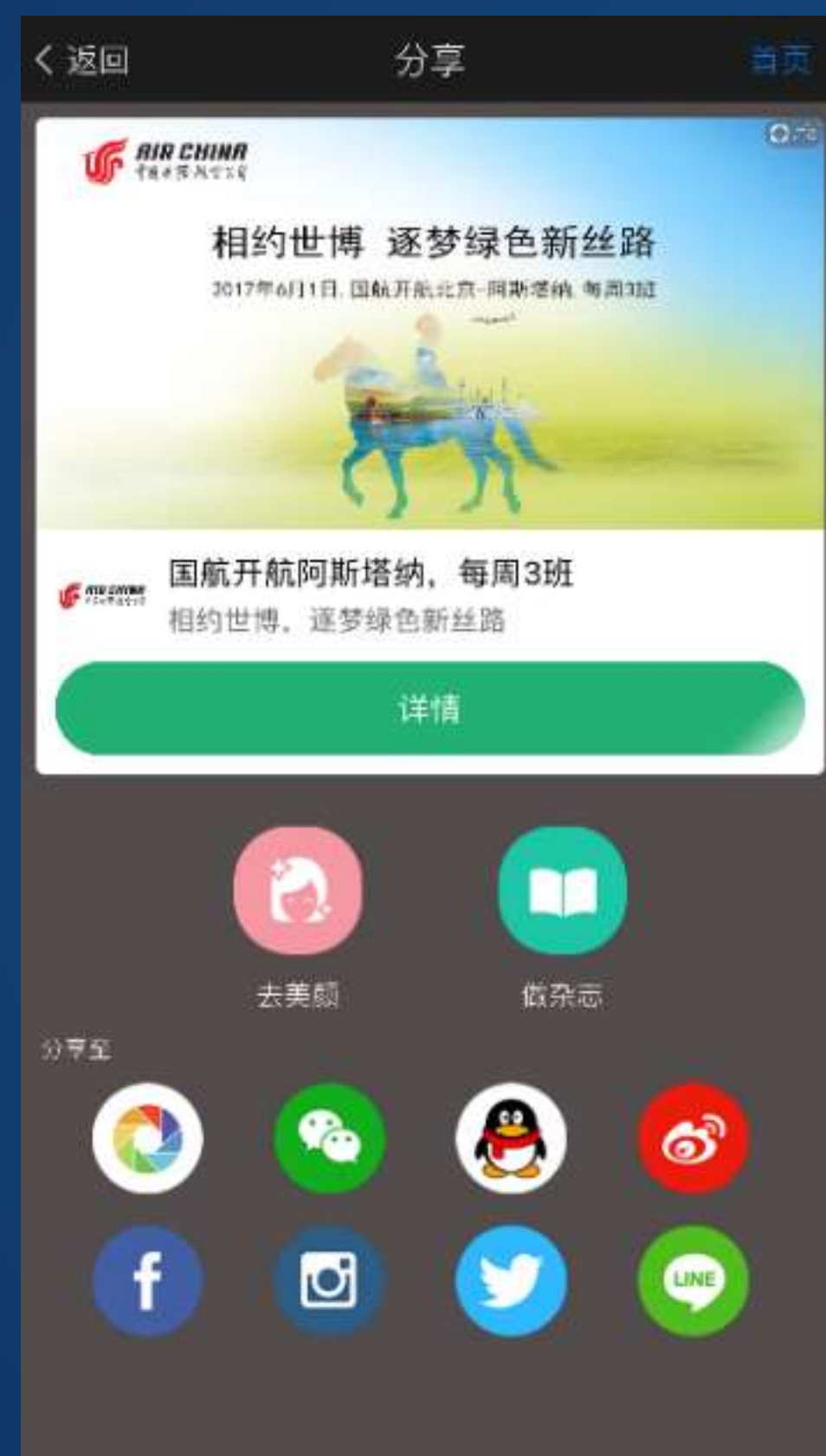


运营技巧

高注意力位置，大型活动的品牌曝光
全屏展示高点击率，素材突出核心亮点保障高效转化

原生广告：用户体验最友好的广告

展示位置：从App用户体验出发，整合App本身的可视化设计，融合App本身的广告



运营技巧

联盟最主流产品形态，高点击高转化

大尺寸高融合场景，各元素完整上传，适应不同广告主需求

横幅&插屏：经典形态高曝光

展示位置：适合用户停留时间长的页面



运营技巧：

低CPC，保证持续性曝光

小尺寸规格，素材制作注意突出产品核心亮点

展示位置：暂停、切换、某个动作结束



运营技巧：

两种规格尺寸，游戏影音电商等尤其适合

更高性价比的高点击产品，大尺寸展示

新的产品形式及适配流量：三小图

三小图是信息流中的一种常见广告形态，通常为三图两文。这种形态比原生大图占用的高度小，比左右图文结构的广告点击率高。

元素类型	尺寸	大小kb数	格式	字数范围	上传逻辑
图片1	228px × 150px	30K以内	JPG/JPEG/PNG	\	广告主自主上传
图片2	228px × 150px	30K以内	JPG/JPEG/PNG	\	广告主自主上传
图片3	228px × 150px	30K以内	JPG/JPEG/PNG	\	广告主自主上传
标题	\	\	\	14字以内	广告主自主填写
描述	\	\	\	30字以内	广告主自主填写



新的流量资源：移动网页及内容联盟

信息流资讯广告



腾讯广告联盟推出的“广告+资讯”服务。联盟同时提供资讯和广告的内容，供媒体端以信息流方式展示给用户。

JS广告



联盟推出的针对JS流量的广告服务。JS广告适用于H5、WAP、TBS等多种JS流量。

联盟广告产品素材规格一览表

全量支持CPC竞价、合约CPM保量

联盟四大产品形态素材规格列表明细

样式	标准宽	标准高	图片大小	素材规格ID	素材类型	呈现平台	图1宽	图1高	图片大小	宽/高	标题	描述
原生	1280	720	100k	148	2图2文	新投放端	1280	720	100kb	1.78	14	30
原生	800	1200	100k	150	2图2文	新投放端	800	1200	100kb	0.67	14	30
开屏	640	960	100	113	图片	新投放端	640	960	80	0.67		
开屏	640	1136	100	120	图片	新投放端	640	1136	100	0.56		
插屏	600	500	80	59	图片	新投放端	600	500	80	1.20		
插屏	640	960	100	79	图片	新投放端	640	960	100	0.67		
banner文字链	640	100		71	两文	新投放端					15	15
banner	72	72	30k	69	图文描述	新投放端	72	72	30	1.00	14	14
banner	640	100	30	10	图片	新投放端	640	100	30	6.40		

4

联盟推广成功经验分享

媒体筛选：高效获取适配流量

案例信息：某知名社交APP

关键转折点：媒体优化工具的使用

正常定向投放

- 商业兴趣、性别、年龄、地域的基本定向投放
- 投放消耗累积100w，在不同广告位上有转化数据

媒体优化工具使用

- 分广告位的后续转化分析，区分高转化与低转化流量
- 高价定投优质流量包，屏蔽低转化媒体

成熟投放阶段

- 定期进行低转化流量屏蔽与高转化流量定投
- 维持正常定向投放，不断触达联盟新引入资源

优化前

日最高激活数：1w+
平均激活成本：15元+



优化后

日最高激活数：8w+
平均激活成本：5元



完整对接转化数据的广告主

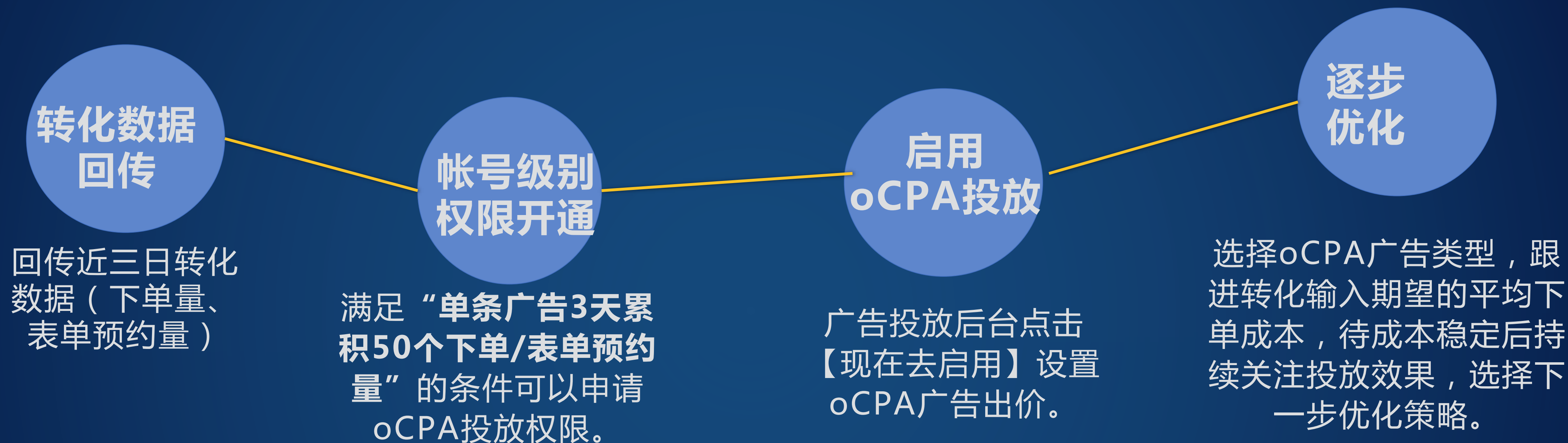
工具使用价值

通过系统提供广告位维度的流量筛选工具“辅助筛选联盟媒体，提升广告在联盟的投放效果”

商品准入原则

最近7天累积消耗超过14万，准入商品每天计算，连续7天不满足则过期。

外链oCPA：成本控制扩量神器



帐号权限

广告投放

oCPA是一种智能自动出价策略，广告主在投放时选择优化目标，并且提供期望平均转化（下单、激活等）成本，系统会根据广告主上报的转化数据，预估每一次展示的转化价值，进行自动出价，按点击扣费。

外链电商oCPA使用案例



oCPA + 联盟广告位 助力外链电商实现低成本拓量

- ✓ 主营各类灭蚊器及环保小家电的外链电商客户
- ✓ 主投移动联盟原生广告位，展示于资讯、工具、社交等APP页面，流量稳定、曝光量级大，并与电商目标用户的使用场景高度匹配
- ✓ 使用oCPA出价工具，根据灭蚊灯的历史下单成本出价，让下单成本下降了90%
- ✓ 定期更新广告素材，并抓住用户痛点，在落地页中充分展示产品技术、优惠信息、订购方式等，大大提高了点击及下单量

投放效果



运营贴士

腾讯广告联盟资源优质流量，结合oCPA出价工具，在保证高曝光及点击的前提下，进一步提高转化，降低订单成本，适合追求下单量，对成本控制严格的电商广告主投放。

合同约定采：事件营销中的强曝光助力



事件

- 变相金刚5宣传，QQ钱包*周五约票日电影票特惠

效果：

- 2000w+曝光，平均点击率7.23%

事件：

11.22-11.24日北方天气骤降，结合“感恩保暖季”活动，与内部及联盟的天气应用定投，做整合性场景营销

效果：

- 保证话题性曝光的同时ROI比日常提高45%



外部流量 效果区分

以联盟的外部流量为试验，区分高转化与低转化效果，为直采提供数据支撑

热点活动 事件营销

联盟体量大、资源广，为事件营销、活动大促快速流量支持

稳定效果 长线投放

充分利用联盟流量不断更新的特征，利用媒体优化工具保证效果

人的适配是高质效果的源泉

数据沉淀
为基础

定向筛选
为进阶

持续触达
为目标

无数据指导的优化都是耍流氓

定期换血是审美疲劳的疗方

Thanks



腾讯社交广告
Tencent Social Ads