

2024年腾讯优量汇广告通案 —— 广告主端

2024年产品能力介绍

2024年3月

目录

CONTENTS

01 | 优量汇简介

平台介绍 / 用户画像 / 广告场景与样式

02 | 优量汇产品能力介绍

广告优化基础逻辑 / 广告主可以怎么优化 / 优量汇可以怎么优化

03 | 行业解决方案

投放方法 / 优秀案例

01 | 优量汇简介

平台介绍 / 用户画像 / 广告场景与样式

 优量汇（原腾讯联盟广告），是依托腾讯强大的**数据分析能力**，通过丰富的**外部广告平台和样式**为广告主提供最优质的**商业化解决方案**的平台

平台介绍



热门应用汇集 Top App 全覆盖

1000000+
月活跃优质 App 数量

10亿
月覆盖用户

65亿
日曝光量

优量汇发展历程



基础人口属性

性别分布：男女比例基本均衡

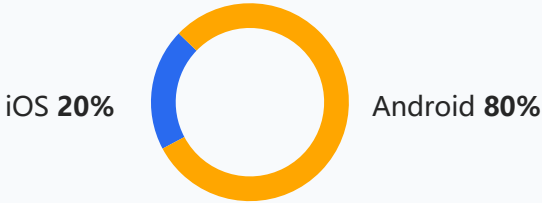


地域分布：一二线城市占比较高

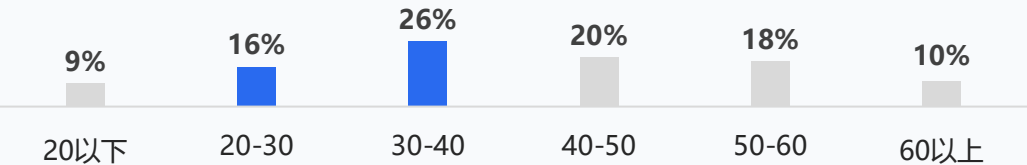


使用场景

系统类型：以Android系统用户为主



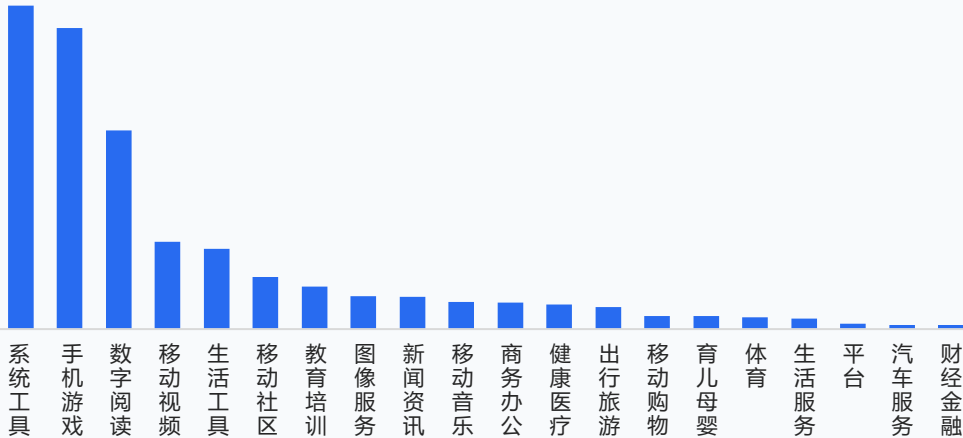
年龄分布：以20岁-40岁社会主力消费人群为主



Top 10分布



媒体行业：全面覆盖用户生活娱乐场景



*数据来源：腾讯广告 2022年10月1日-2022年12月31日

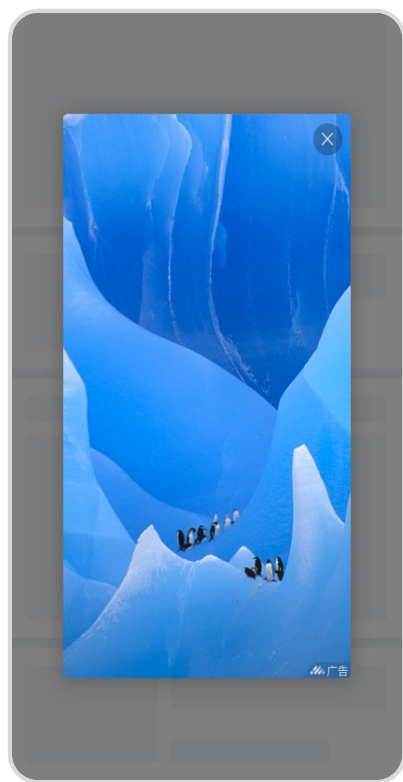
多元触达的广告场景

开屏广告



黄金展位 品牌曝光

插屏广告



暂停弹出 高点击率

激励视频



深度沉浸 完整流畅

原生广告



融入内容 友好体验

Banner广告



高曝光率 超低成本

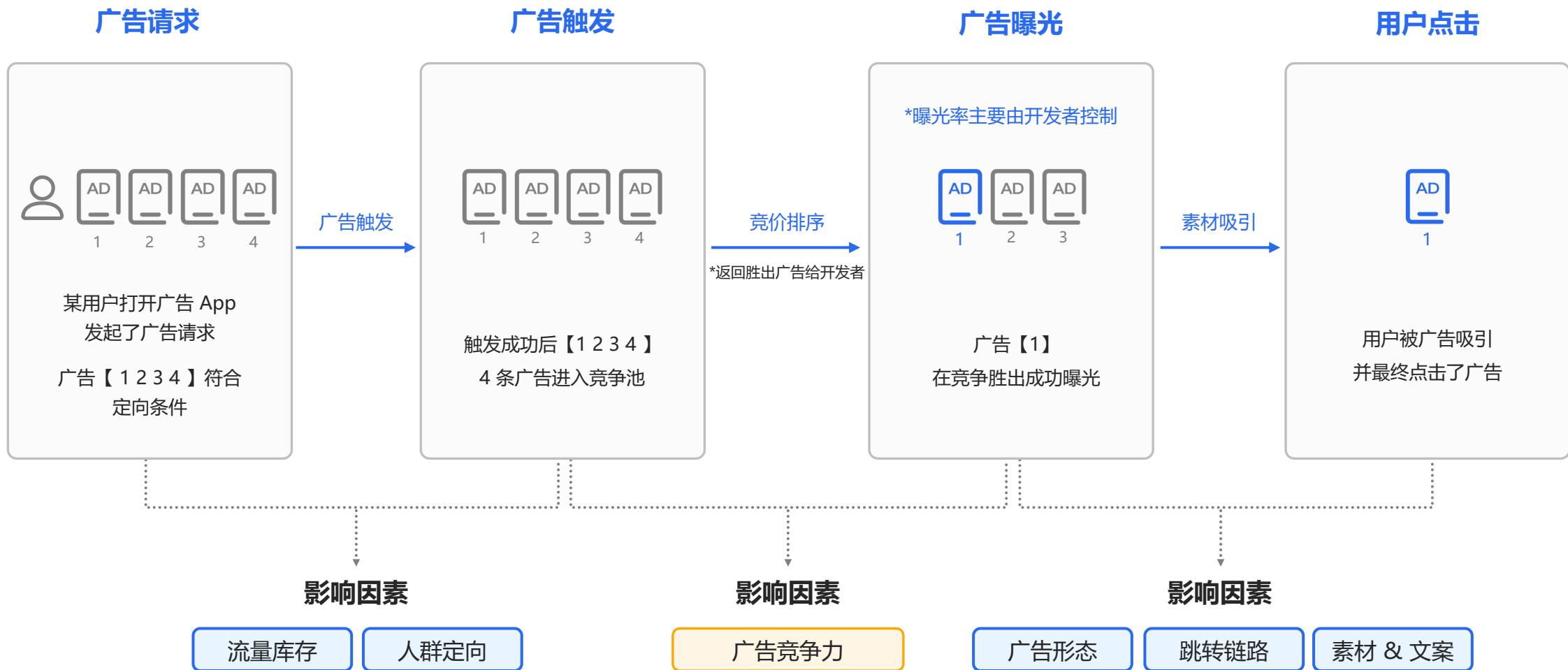
场景样式分布

	开屏	插屏	激励视频	原生	Banner
 竖版视频 5亿+ 曝光量级	✓	✓	✓	✓	
 横版视频 5亿+ 曝光量级	✓	✓	✓	✓	✓
 横板大图 40亿+ 曝光量级	✓	✓	✓	✓	✓
 竖版大图 10亿+ 曝光量级	✓	✓	✓	✓	
 横板小三图 3000万+ 曝光量级				✓	

02 | 优量汇产品能力介绍

广告优化基础逻辑 / 广告主可以怎么优化 / 优量汇可以怎么优化

广告优化基础逻辑：提升拿量能力的核心在于提升广告竞争力



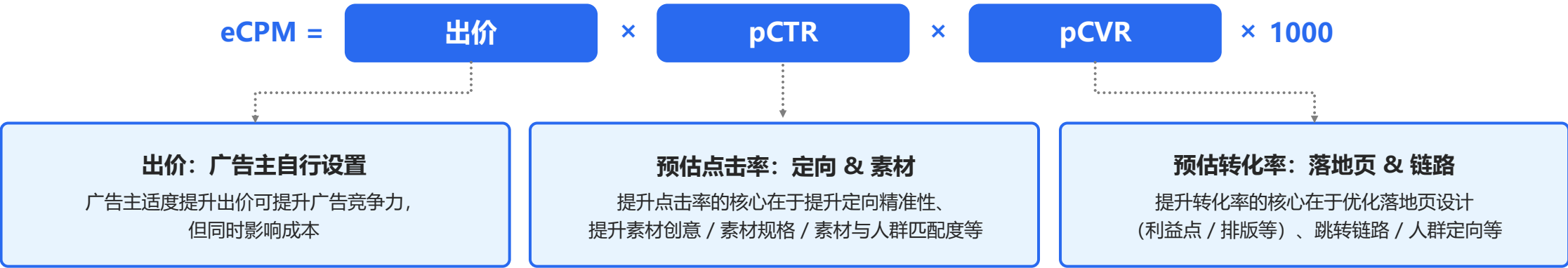
广告竞争力由出价、点击率和转化率共同决定

优量汇目前有三种出价模式：CPM / CPC / oCPX

其中 oCPX 的广告竞争力 —— eCPM 由广告出价、广告点击率和转化率共同决定。eCPM 越高，广告竞争力越高，竞争胜出几率越大

出价模式	出价	计费	目标相关度	转化成本控制	竞争力排序公式
CPM	曝光	曝光	低	难	eCPM=出价
CPC	点击	点击	中	较难	eCPM=出价 × pCTR × 1000
oCPX	转化	点击 / 曝光	高	易	eCPM=出价 × pCTR × pCVR × 1000

oCPX 出价模式的广告竞争力



优量汇升级四大重点方向——库存优化、形态调优、链路强化、场景推荐

流量优化

Bidding

优质流量充分供给, TA人群全面覆盖触达

多元场域

覆盖场域多元化, 快应用、搜索场景全面合作接入

精品流量

流量结构精品化, 游戏、阅读、短剧、音乐、视频
适配全品类预算增长

形态调优

CTR提升

多元便捷的互动方式 / 丰富灵活的创意组件

CVR提升

激励图文

双项转化提升

互动落地页



链路强化

生态链路

跳转小程序 / 跳转小游戏 / 原生页/视频号直播/
微信客服/游戏圈礼包

拉活链路

支持仅落地页调起 / iOS支持 U-link 调起

拉新链路

厂商下载器/iOS SK-Overlay能力

场景推荐

智能场景匹配

流量筛选工具

通用策略

起量助推器 / 一键起量 / pCVR 线性校正 / 点击
/曝光频控

2-1 | 流量优化

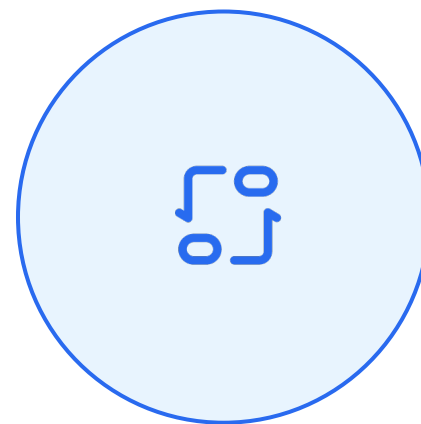
新增亿级海量库存 流量结构精品化演进



优质流量充分供给
TA人群全面覆盖触达



覆盖场域多元化
快应用、搜索场景全面合作接入



流量结构精品化
游戏、阅读、短剧、音乐、视频
适配全品类预算增长

2-2 | 形态调优

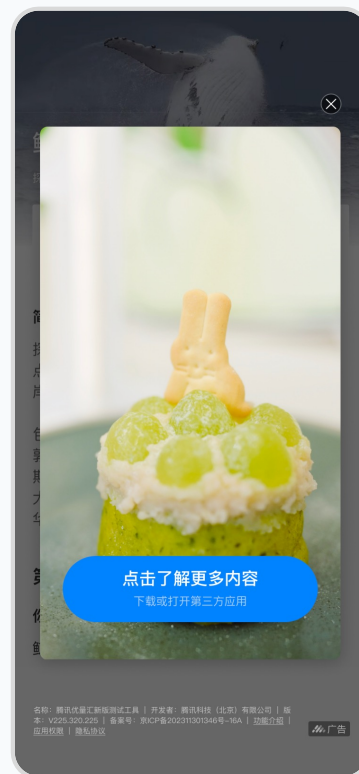
CTR提升 / CVR提升/ 双率提升

多元便捷的互动方式

多种创新交互方式，鲜明引导用户便捷与广告互动



滑动
激励示例



点击
插屏示例

丰富灵活的创意组件

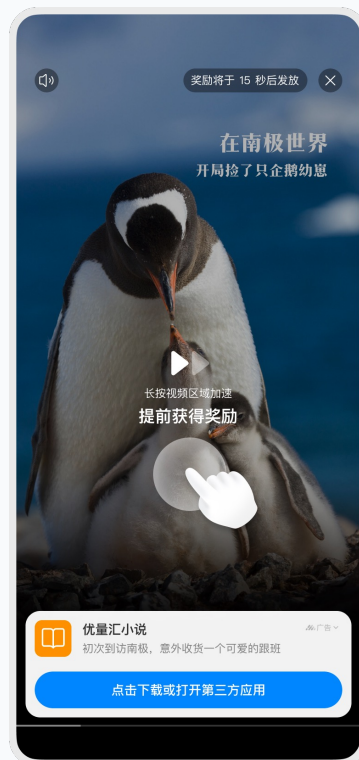
贴近行业特色的多元组件，吸引用户主动与广告互动



惊喜礼盒
游戏行业示意



创意互动
电商行业示意

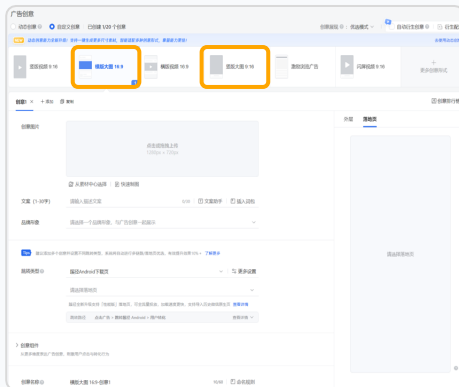
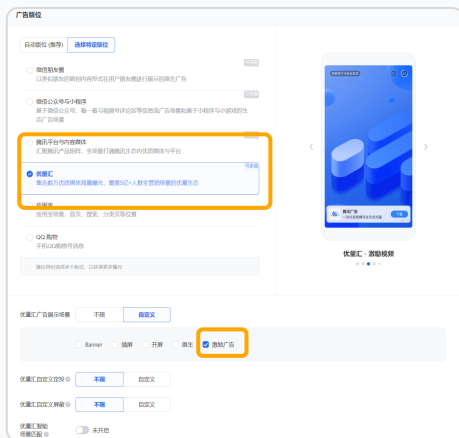


倍速播放
通用行业示意

激励图文



激励图文示例



广告主后台示意

场景优势

- 激励广告

能力与效果说明

- 通过引导用户将分隔的素材拼接在一起形成完整的图片，完成广告的跳转和转化；进而激发用户对广告的兴趣，加深品牌认知，预计 CVR 可 **↑8% - 15%**

需重点关注行业

- 所有行业

实现方式

- 需广告主在投放端进行配置
- 开发者需将SDK更新至最新版

创编流程

- 新建广告，广告版位选择包含 [优量汇]，在优量汇广告展示场景中选择 [激励视频]

互动落地页



互动落地页示例



广告主后台示意

场景优势

- 所有场景

能力与效果说明

- 提升互动性，提升 CTR、CVR

需重点关注行业

- 所有行业，尤其网服、游戏行业

实现方式

- 需广告主在投放端进行配置
- 如需使用内嵌方法创建互动推广页，需通过运营申请加白

创编流程

- [投放端]- [工具箱] - [创意制作] - [互动推广页] - [创建互动推广页] - [上传互动广告素材] - [等待审核通过]

2-3 | 链路强化

生态链路 / 拉新链路 / 拉活链路

微信小程序/小游戏链路

小游戏/小程序生态预算打通，直跳进入微信高效承接转化



用户点击广告



唤起微信小程序/小游戏



场景优势

- 所有场景

能力与效果说明

- 优量汇与微信生态矩阵及预算紧密结合，实现微信小程序 / 小游戏的直跳通路，极致缩短转化路径，助力广告转化提升

需重点关注行业

- 所有行业，尤其微信小游戏行业

实现方式

- 广告主无需额外适配，在投放端选择对应的生态预算投放即可
- 开发者需接入优量汇最新版本SDK或独立接入微信生态跳转能力

微信原生页链路

微信原生落地页丝滑体验及转化组件，助力企微加粉/视频号/公众号/小游戏/小程序广告转化



场景优势

- 所有场景

能力与效果说明

- 优量汇与微信生态矩阵及预算紧密结合，通过微信原生页进入微信环境，丝滑体验及多元转化组件，助力表单、企微加粉、公众号关注、视频号关注、直播预约等广告转化

需重点关注行业

- 所有行业

实现方式

- 广告主无需额外适配，在投放端选择对应的生态预算投放即可
- 开发者需接入OpenSDK

视频号直播链路



场景优势

- 所有场景

能力与效果说明

- 优量汇与微信生态矩阵及预算紧密结合，支持视频号直播预算投放，通过微信原生页内直播组件丝滑进入视频号直播间，助力视频号直播高效转化

需重点关注行业

- 所有行业

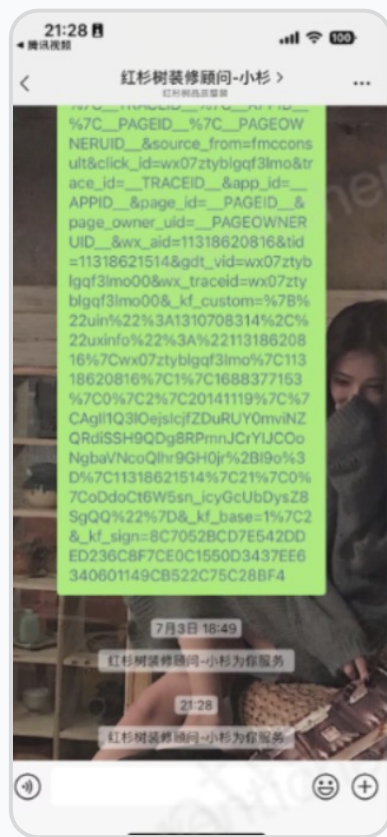
实现方式

- 广告主无需额外适配，在投放端选择对应的生态预算投放即可
- 开发者需接入OpenSDK

微信客服链路



用户点击广告



唤起微信客服对话框

场景优势

- 所有场景

能力与效果说明

- 优量汇与微信生态矩阵及预算紧密结合，接入微信客服能力，已接入微信客服能力的广告主直接投放微信客服落地页，极致缩短转化路径，助力企微加粉等广告转化提升

需重点关注行业

- 所有行业

实现方式

- 广告主需对接微信客服能力，并在广告投放时选择微信客服落地页
- 开发者需将SDK更新至最新版

微信小游戏-游戏圈礼包



用户观看激励视频广告



5s后展示礼包码弹窗



点击后进入小游戏
顶部展示礼包气泡



点击礼包气泡
进入游戏圈领取礼包

场景优势

- 激励视频

能力与效果说明

- 优量汇与微信生态矩阵及预算紧密结合，接入游戏圈礼包能力，用户无需复制粘贴礼包码，可直接在小程序内丝滑领取礼包，助力小游戏转化效果提升

需重点关注行业

- 游戏行业

实现方式

- 广告主需在游戏圈设置好礼包，并在广告投放时选择对应的游戏圈礼包
- 开发者需将SDK更新至最新版

厂商下载器能力



场景优势

- 全部场景

能力与效果说明

- 用户点击广告下载时，优量汇 SDK 支持跳转 Oppo、Vivo、华为、小米等 13 家厂商下载器，减少拦截，缩短下载链路，并在安装完成后进行多维度的激活提示，提高 CVR

需重点关注行业

- 所有行业

实现方式

- 广告主需在投放端进行配置，且如需使用蹊径落地页，需申请加白
- 开发者需将 SDK 更新至最新版

厂商下载器能力

创编流程 - 无落地页（无需加白）

- 推广目标：应用推广 - Android 应用
- 广告版位：包含优量汇
- 广告创意：附加跳转能力 - 开启 [跳转厂商应用商店]

附加跳转能力

提供更多广告创意跳转能力，优化广告创意跳转链路

应用直达URL(选填) 请输入应用直达链接，指定点击广告可直达的应用内落地页

跳转厂商应用商店 开启 开启后跳转手机厂商应用商店而非落地页，未上架厂商请在"设备品牌型号"定向中屏蔽 查看详情

广告主后台示意

创编流程 - 蹊径落地页（需申请加白）

- 通过运营经理申请加白
- 蹊径落地页制作：选择 Android 落地页，在落地页设置中打开跳转商店开关
- 广告创意：落地页选择 [蹊径 Android 下载页]，勾选 [仅在落地页中完成下载和唤起]，无需勾选 [跳转厂商应用商店]

落地页设置

请选择目标应用App Id

基础设置

落地页名称 落地页名称 (用于管理) 0/20

落地页标题 落地页标题 (对外展示) 0/20

跳转商店 ☒ 仅在联盟流量下生效

下载跳转 ☐

剪切板内容

剪切板产品使用手册

样式

主颜色 自定义

页面背景 ☒ 颜色 ☐ 图片

落地页 蹊径Android下载页

请选择落地页

NEW 蹊径落地页全新升级支持「性能版」，支持全流量原生化浏览体验 查看详情

☒ 仅在落地页中完成下载和唤起

广告主后台示意

iOS SK-Overlay能力

场景优势

- 激励视频

能力与效果说明

- 调用iOS 操作系统官方组件，点击后直接进行授权并下载。可以避免页面跳转减弱用户的下载意愿及换端的折损，进一步缩短链路，提升 CVR

需重点关注行业

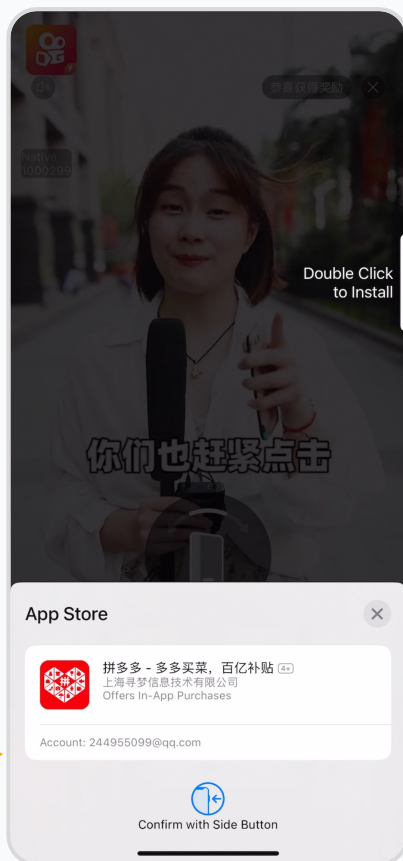
- 所有行业，尤其网服行业

实现方式

- 广告主无需额外适配
- 开发者需将SDK更新至最新版



点击【GET】，无需离开
当前应用直接下载



iOS SK-overlay下载示例

iOS 支持 U-link 调起



场景优势

- 所有场景

能力与效果说明

- iOS 操作系统使用 U-link 投放拉活链路，可以避免系统跳转弹窗的提示，进一步缩短链路，提升调起成功率，提高 CVR

需重点关注行业

- 所有行业，尤其电商、网服行业

实现方式

- 广告主需在投放端进行配置
- 开发者需将SDK更新至最新版

iOS 支持 U-link 调起

创编流程（需申请加白）

- 通过行业运营申请加白
- 新建广告计划 - 推广目标 - iOS 应用 / 网页目标
- 在通用链接 URL / 链接中填上 universal-link 即可

投放目标：苹果应用

JPG/JPEG/PNG, 小于140KB

512px x 512px
(推荐尺寸)
点击或拖拽上传
JPG/JPEG/PNG, 小于50KB

文案 (1-14字) + 0/14

文案 (6-30字) + 0/30

应用直达URL(可选) [了解更多](#)

通用链接URL(可选)
请输入通用链接URL, 指定在iOS操作环境中可直接打开的应用内落地页

落地页
请选择落地页

创意预览 创意检测

广告主后台示意

广告

投放目标：网页链接

广告形式

☒ 常规展示广告 / 动态商品广告

目标详情 - 链接

落地页 ☒ 自定义 / 蹊径 / 一叶智能 / 微盟

链接
http://www.baidi.com

预览 检测

转化归因 ☒ 全网归因 / 精准匹配归因

广告主后台示意

2-4 | 场景推荐

智能场景匹配 / 流量筛选工具 / 通用策略能力

智能场景匹配



产品介绍

基于联盟流量特征与价值的识别，
结合广告侧实时效果表现，
通过自动化的动态策略提升广告的后端效果



策略原理

基于更精准的流量价值识别，
结合广告行业属性与投放目标、生命周期等，
充分匹配广告主行业特性与关键效果指标，
最终实现后端效果的整体提升

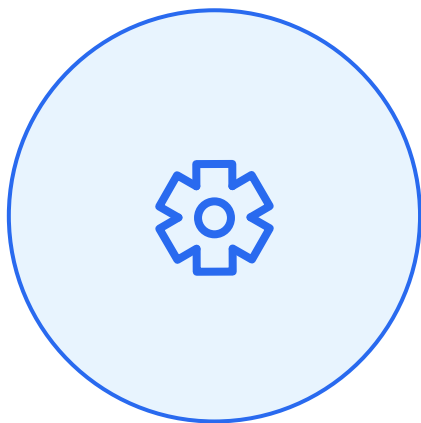


效果数据

分行业灰度发布中，游戏行业开启账户
对比未开启账户激活成本-19%，
首三七日 ROI +15% 以上，且效果相对稳定

流量筛选工具

优量汇流量包定投	<input checked="" type="button" value="不限"/>	自定义
优量汇流量包屏蔽	<input checked="" type="button" value="不限"/>	自定义



系统推荐流量包

优量汇在节日、大促时间点等营销节点为满足要求的广告主提供专属流量包，打造定制化服务，助力广告投放精耕细作



广告主自定义流量包

配合流量筛选工具使用，通过定投包或屏蔽包进行流量精选及效果优化

流量筛选工具

流量筛选工具主要用于优量广告的效果优化，依据效果数据，对优量广告的流程进行屏蔽和定投，满足使用门槛自动开放，无需申请使用权限

准入条件：单个 App 广告或所有网页广告（外链、直营电商类广告）在优量广告3 日消耗达**1.5万元** 或3日第一目标转化量达到**1000个**

✓ 准确接入效果衡量数据

- 数据上报是否准确将显著影响工具使用效率
- 建议将流量筛选工具用于激活后的深度转化优化
- 建议 App 类广告主上报留存、注册、付费指标，使用流量筛选工具对激活后效果进行优化

✓ 屏蔽不需要的流量

- 根据投放目标，选取投放效果不达标的流量（如：低留存率、注册率、付费率、下单率等的流量）进行屏蔽

✓ 定期检查及更新流量包

✓ 高价定投高留存、注册、付费等流量

- 用于获取更多优质流量、活动促销节点增量投放

✓ 支持账户互通

- 当商务账号 ID 下有任何一个投放管理平台账户 ID 达到了流量筛选工具使用门槛后，绑定的其他投放管理平台账户也可以使用流量筛选工具

打通多个账户间的 数据关系

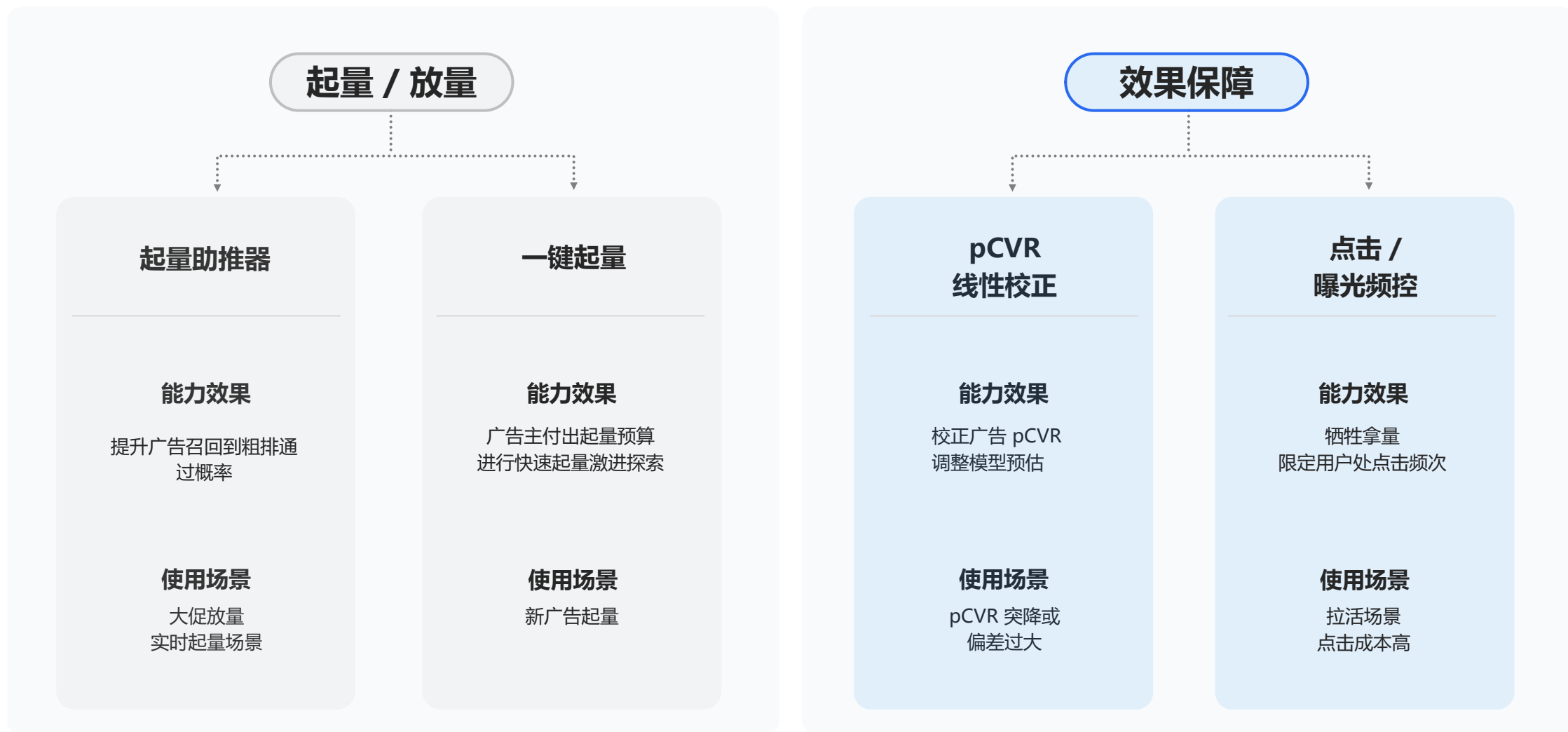
当同一个商务账号ID与多个投放管理平台账户ID绑定后，各个投放管理平台账户内查看到的广告位ID均一致

综合多个投放 账户数据

方便直投客户综合多个投放账户数据，进行流量筛选，优化广告效果

降低新增账户的 投放门槛

帮助广告主降低新增账户的投放门槛，控制账户冷启动成本



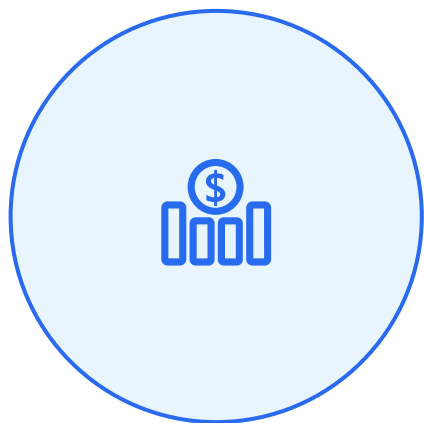
03 | 优量汇平台电商行业解决方案

拉新场景 / 拉活场景 / ROI 优化通用方法 / 优化案例 / 素材参考

3-1 | 拉新场景

优量汇拉新投放的独特优势 / 电商行业拉新三段论 / 电商行业拉新通用方法

优量汇拉新投放的独特优势



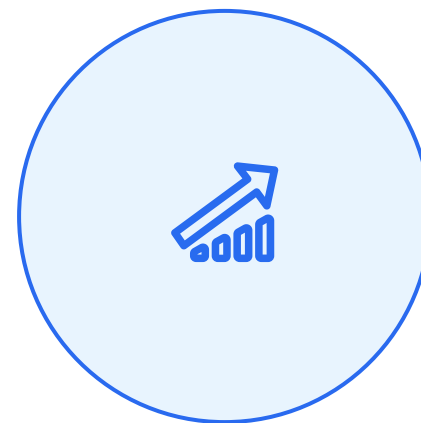
低下载 / 激活成本

优量汇拉新成本优势明显



厂商下载器能力升级

13 家厂商直达
支持广告外层 + 落地页多种使用场景



高转化率流量

覆盖适配拉新场景的高转化率流量
CVR+30% 以上

电商行业拉新三段论

冷启动

测试素材定向组合 积累原始数据

定向：搭配测试多种定向维度、宽窄定向测试

广告创意：参考同行业高点击率素材文案设计思路，或复用广告主其它平台优质创意

出价：参考大盘同类客户阶梯出价

数据接入：App 类广告主除激活外额外接入一项后端转化考核指标，如注册、次留

成本调优

控制成本 提升获客量级

成本控制

出价：开启 oCPA，2-3 天调整一次，逐渐调整至目标成本

账户操作：淘汰低效组合，提升高效组合曝光占比，依据转化成本，对 oCPA 投放两周以上的广告优胜劣汰。使用冷启动阶段测试效果好的定向创意组合创建新广告，保持在投广告数量不下降

放量

广告拓展：制作各样式、全尺寸素材，提升广告覆盖范围；大量创建广告，尝试多种素材及文案，保持在线广告数

定向：适当放宽定向范围，尝试优先拿量 & 自动扩量

后续优化

提升后续效果 稳定长期投放

定向：搭配测试多种定向维度、宽窄定向测试

广告创意：参考同行业高点击率素材文案设计思路，或复用广告主其它平台优质创意

出价：参考大盘同类客户阶梯出价

数据接入：App 类广告主除激活外额外接入一项后端转化考核指标，如注册、次留

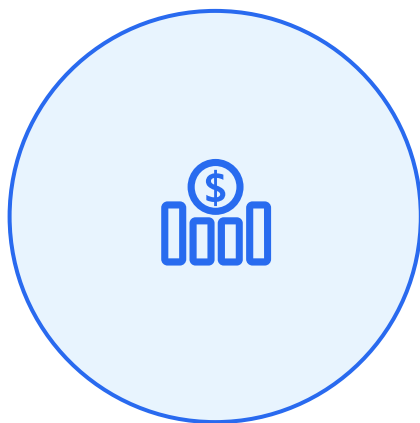
电商行业拉新通用方法



3-2 | 拉活场景

优量汇拉活投放的独特优势 / 电商行业拉活三件套 / 电商行业拉活通用方法

优量汇拉活投放的独特优势



低直达成本

低至 0.2 元 唤起UV成本



高质量数据源

依托腾讯技术平台，强大数据支撑



高转化率流量

已安装定向+SDK 实时二次校验
App 直达率 >90%

电商行业拉活三件套

通过不同功能的组合使用可有效降低拉活成本，提升直达率

已安装
定向

直达率更高

- 多渠道精准识别，最大化定向准确度
- 日常拉活投放需求仅使用投放端已安装定向即可
- 活动冲量期间可额外创建广告定投已安装设备号码包，最大化获量空间

点击
频控

降低投放成本

- 提升客户 UV
- 降低投放成本
- 减少重复点击

应用
直达

减少客户流失

- 联盟 SDK 已安装定向二次校验，提升直达率
- 流量库存丰富，唤起成本低至 0.2 元

电商行业拉活通用方法

日常稳定投放									
推广目标	定向	出价	回传数据	考核指标	主投样式	创意	账户操作	基础产品能力	联盟能力
应用推广	已安装定向 & 人群包	CPC 出价, 或者 oCPA 单目标 / 双目标投放	App 唤起	拉活成本	横版大图50%	利益点明确突出, 有条件可使用 DPA 投放	稳定素材 上新频率, 注重优化点击率	定向设置	点击频控
商品推广			加购	老客 LTV	竖版大图20%				
销售线索收集			下单	下单成本	横版视频15%			应用直达	流量筛选工具
网页推广			商详	商详	竖版视频15%				
			...	加购					
				唤起成本					
活动冲量投放									
推广目标	定向	出价	回传数据	考核指标	主投样式	创意	账户操作	基础产品能力	联盟能力
应用推广	已安装 & 拓宽人群包	较大盘同尺寸 均价高 10%-30%	App 唤起	拉活成本	横版大图60%	无门槛购物券、免费领取消费金等, 重点投放原生及开屏	保证广告数量	定向设置	点击频控 (频控力度适当减弱)
商品推广			加购	老客 LTV	竖版大图30%		丰富投放素材		
销售线索收集			下单	下单成本	竖版视频15%		突出优惠利益点	应用直达	流量筛选工具
网页推广			商详	商详					
			...	加购					
				唤起成本					

3-3 | ROI 优化通用方法

电商行业ROI优化通用方法

流量筛选工具

- 定期进行低转化流量屏蔽和高转化流量定投，同时维持正常投放，不断触达优量汇新引入资源
- 某电商客户：

优化前

优化后

日最高激活数 1万+ → 日最高激活数 8万+
平均激活成本 15元+ → 平均激活成本 5元+

优量汇流量包定投 ⓘ

不限 自定义

优量汇流量包屏蔽 ⓘ

不限 自定义

智能场景匹配

- 基于联盟流量特征与价值的识别，结合广告主的效果表现，通过动态策略提升后端效果
- 某电商客户：

优化前

优化后

激活注册率 72% → 78% , ↑8%
App 次留率 27% → 28% , ↑4%

ROI 投放总结

推广目标	定向	出价	回传数据	考核指标	主投样式	创意	基础产品能力	联盟能力	
应用推广	定向或 排除人群包	单目标出价	注册	注册成本	多尺寸 素材样式	红包、优惠券、 领金币等利益点 突出的大图或者 视频素材	流量筛选工具	运营推送 精选流量包	
商品推广		双目标出价	次留	下单成本			双目标出价		
销售线索收集			加购	拉活成本				智能场景匹配	
			下单	LTV					

3-4 | 优化案例

拉新案例 / 拉活案例 / ROI 优化案例 / 优秀素材

拉新投放案例



某电商广告主拉新投放案例

基础投放设置

- 标的物：应用推广
- 投放方式：oCPA 注册
- 定向：年龄+行为兴趣+优量汇流量包，宽泛定向叉乘组合建广告
- 出价：人群分层阶梯出价
- 回传数据：激活、注册
- 考核指标：激活成本 / 次留率/ 下单成本
- 是否开启一键起量：是
- 双目标：激活+ 下单
- 主投样式：竖版图文 50%、横版图文 20%、横版视频 15%、竖版视频 15%
- 素材类型：商品详情、红包、现金领取、优惠券等激励形式图文及视频素材
- 进阶能力：厂商下载器、点击下载、H5+Deeplink 双链直达、RTA & ADX、mDPA

新样式尝试

- 开屏模板优选

拉活投放案例



某电商广告主拉活投放案例

基础投放设置

- 标的物：网页推广
- 投放方式：oCPC、CPC
- 定向：优量汇场景定向
- 出价：oCPC+ 关键页面浏览出价，冲量期可较大盘均价↑10%-30%
- 回传数据：关键页面浏览数据、加购、唤起、ROI等
- 考核指标：拉活成本 / 下单成本
- 主投样式：横版大图 60%、竖版大图 30%、竖版 & 横版视频 10%
- 素材类型：好货推荐、红包、现金领取、优惠券等激励形式素材
- 创意：商品推荐、利益点明确突出，DPA 投放
- 账户操作：稳定素材上新频率，注重优化点击率
- 进阶能力：ADX / RTA、定向设置、应用直达

优量汇能力运用

- 点击频控：Top 电商 CPC 投放点击频控使用率高达 90% 以上，去重 UV 量↑30% 以上，UV 成本↓3% 左右，消耗↑25% 以上

ROI优化案例



某电商广告主ROI投放案例

① 基础投放设置

- 标的物：网页推广
- 投放方式：oCPC
- 定向：客户自定义
- 出价：oCPC
- 考核指标：下单成本 / ROI
- 主投样式：横版大图 50%、横版视频 25%、竖版大图 & 视频 25%
- 素材类型：好货推荐、优惠券等激励形式素材
- 创意：商品推荐、利益点明确突出
- 进阶能力：ADX、定向设置、应用直达

② 优量汇能力运用

- 程序化协同：支持将加密广告ID、媒体行业等数据下发给dsp，帮助客户精准挑量

优秀素材-横版图文

素材以好物推荐、商品组合图、折扣特价、新人礼包等利益点为主 **CTR 4%-15%**

食品软饮

10%-15%

点击率



护肤彩妆

5%-7%

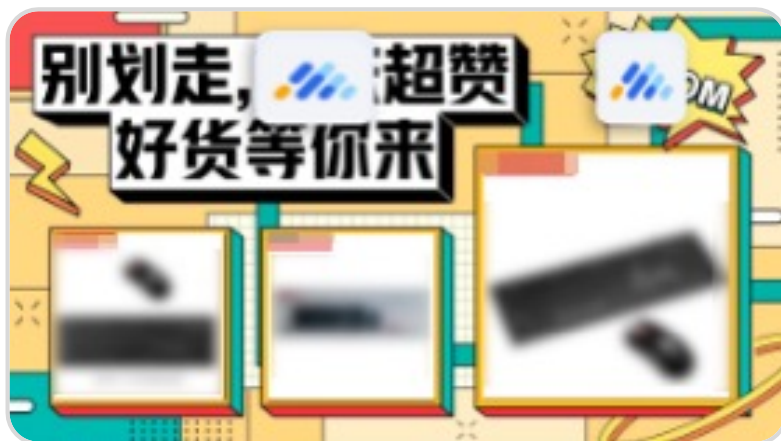
点击率



3C数码

7%-9%

点击率



日用百货

4%-6%

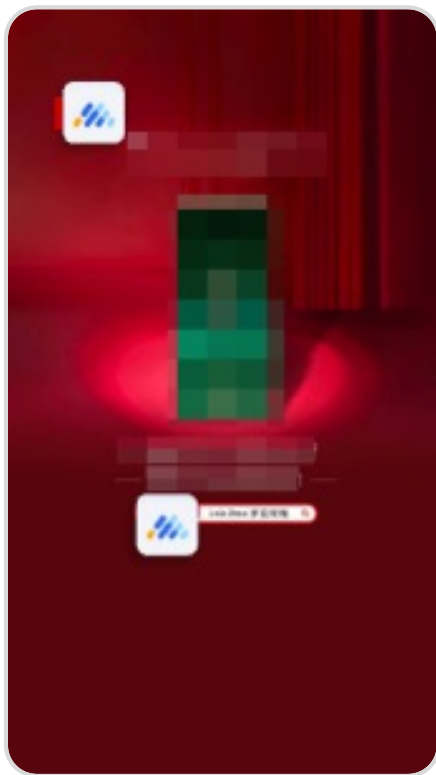
点击率



优秀素材-竖版图文

素材以签到领现金、红包领取、折扣特价为利益点，设置按钮引导点击 **CTR 3%-10%**

护肤彩妆



点击率 **8%-10%**

服饰箱包



点击率 **5%-7%**

日用百货



点击率 **3%-5%**

3C数码



点击率 **8%-10%**

优秀素材-横版视频

素材以商品实物图展示吸引用户、真实试吃活动&商品低价信息等引导用户下载或者购买转化 **CTR 6%-9%**

食品软饮

6%-8%

点击率

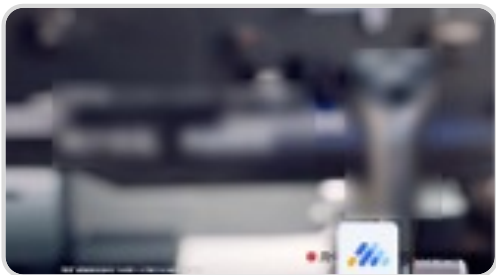


关键词引导，商品实物细节丰富展示，吸引用户持续观看，适时展示下载链接与App内低价，再次强调低价与优惠吸引转化

3C数码

7%-9%

点击率



开篇美化商品图吸睛，生活化场景增强用户观看代入感，商品细节图强调品质与产品优势，适时出现手势引导吸引用户购买

优秀素材-竖版视频

素材以演员实际演绎故事情节吸引用户、展示真实低价购买页面信息等引导用户下载或者购买转化 **CTR 8%-10%**



演员表演购买场景用故事情节吸引用户



讲解产品功能展示App内真实低价购买页面



提示下方链接引导用户下载转化

04 | 优量汇网服行业解决方案

核心能力推荐 / 优化案例

核心能力推荐

投放类别	主要诉求	推广目标	优化目标	核心能力推荐
App 应用推广	用户增长	Android应用推广 iOS应用推广	① 激活-次日留存 ② 激活-七日留存 ③ 关键行为	厂商直达；互动落地页；互动弹幕； 智能流量匹配；流量筛选工具；
	用户活跃		① 关键页面访问-次日留存 ② 商品详情页浏览	mDPA；点击频控；应用直达；蹊径落地页； 流量筛选工具；智能场景匹配；互动弹幕；
	直播推广		① 关键页面访问 ② 下单	点击频控；应用直达；流量筛选工具； 互动弹幕；智能场景匹配；
	付费提升		① 激活-首次付费 ② 激活-下单	流量筛选工具；智能场景匹配； 厂商直达；互动落地页
快应用 推广	快应用加桌面	快应用推广 销售线索收集	① 快应用加桌面 ② 关键页面访问	点击频控；蹊径落地页；快应用直达； 流量筛选工具；
	付费阅读提收		① 下单 ② 付费	蹊径落地页；快应用直达；流量筛选工具；
私域生态 导流	企微加关注	公众号推广 视频号推广 销售线索收集 商品推广 品牌推广	① 加企业微信客服 ② 下单	原生落地页；流量筛选工具
	公众号加粉		① 关注 ② 下单	原生落地页；流量筛选工具
	视频号加粉		① 关注 ② 付费	原生落地页；流量筛选工具
	小程序活跃&付费		① 下单 ② 关键页面访问	小程序直达；原生落地页；流量筛选工具

阶段投放建议



视频行业 - 投放案例

某短视频客户

激励试玩灵活应用，强化互动带动 CVR 提升



投放类别：App应用推广-用户增长

版位：优量汇

定向：未安装+RTA+自动扩量

目标：oCPM-激活+次留双出价

跳转能力：互动落地页

↑12%
点击率

↑21%
点击激活率

某长视频客户

多场景触达目标客群，直达应用内容页，提升用户活跃



投放类别：App应用推广-用户活跃

版位：优量汇

定向：已安装+定向包+自动扩量

目标：oCPC-关键页面访问

跳转能力：应用直达+DPA

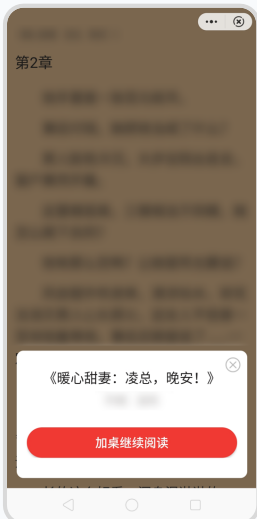
↑17%
关键页面到达率

↓13%
关键页面成本

阅读行业 - 投放案例

某阅读平台客户

快应用直达加桌，助力转化提升



投放类别：快应用应用推广-加桌面

版位：优量汇

定向：人群包+设备品牌+自动扩量

目标：oCPM-快应用加桌面

跳转能力：流量筛选工具

↑15%

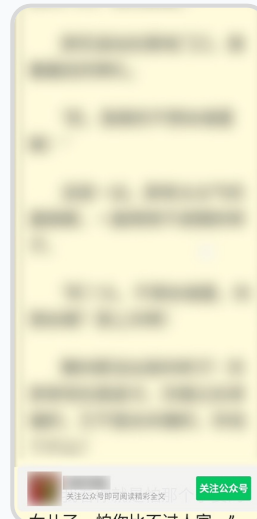
加桌率

↓11%

加桌成本

某阅读生态客户

原生页直达私域生态，文章试读提升加粉率



投放类别：私域生态-公众号加粉

版位：优量汇

定向：定向包+年龄+性别+城市+自动扩量

目标：oCPM-下单

跳转能力：微信原生落地页

↑10%

点击转化率

↑14%

下单ROI

工具行业 - 投放案例

某工具客户

多重提效能力组合应用，短链转化增效显著



投放类别：App应用推广-用户增长

版位：优量汇

定向：未安装+年龄 +自动扩量

目标：oCPM-注册

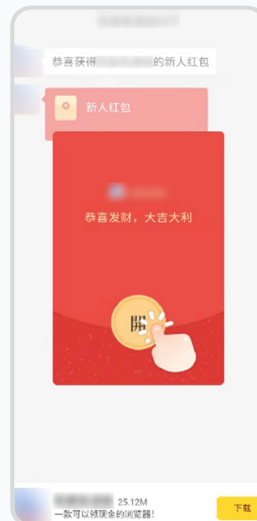
跳转能力：蹊径落地页+动态创意

↑26%
点击率

↑21%
点击注册率

某工具客户

互动落地页多场景应用，前置体验，提升后效



投放类别：App应用推广-用户增长

版位：优量汇

定向：未安装+人群包+自动扩量

目标：oCPM-激活+次留双出价

跳转能力：互动落地页

↑49%
点击激活率

↑32%
点击次留率

生活服务&社交行业 - 投放案例

某生活服务客户

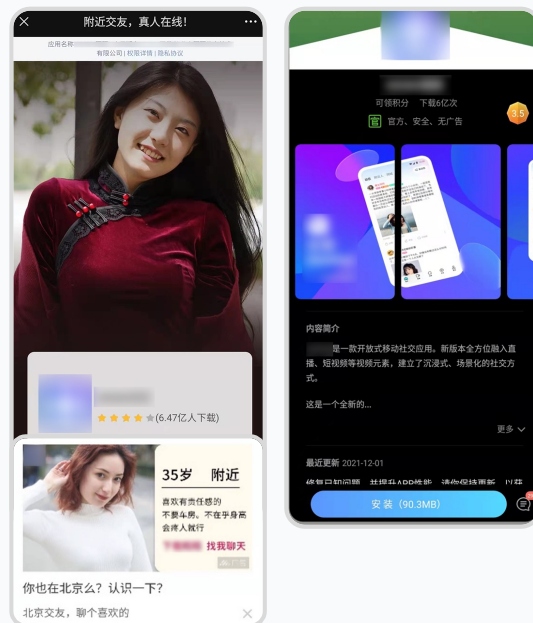
小程序链路, 极速链接公域 & 私域流量, 精准获客



- 公域流量→私域流量, 极速到达小程序, 完成获客下单
- 通过微信生态统一画像, 精准推荐, 提升私域流量运营能力, 助力长效营销

某社交客户

多重提效能力组合应用, 前置体验+短链转化, 增效显著



投放类别: App应用推广-用户增长

版位: 优量汇

定向: 未安装+人群包+性别+年龄+地理位置

目标: oCPM-激活+注册双出价

跳转能力: 蹊径落地页+厂商直达

↑48%
点击激活率↑173%
点击注册率

05 | 优量汇游戏行业投放方案

核心能力推荐 / 行业案例

精准的预估模型，升级深度转化能力

游戏类型	出价类型	投放目标	核心特征	主要优化指标	适用情况	推荐指数
App	ROI出价	• 激活+首日付费 ROI	• 优先优化首日付费 ROI，ROI 系数影响跑量速度，浅层出价与成本关联度不大	首日付费 ROI	• 考核首日 ROI 回收	★★★
		• 每次付费	• 优化用户激活7日内的每次付费成本，提高后端 ROI 效果	7日内付费成本 间接优化 ROI	• 考核长期 ROI 回收、ARPPU	★★★
	深层出价	• 首次付费	• 同时优化付费成本和付费率	付费效果	• 考核付费成本，不保障激活成本	★★
	单出价	• 激活	• 优化激活成本，后端付费率、次留率、ROI等效果难保证	激活成本	• 新游大推前期阶段，需快速拿量 轻度休闲游戏，需控制低激活成本	★
小游戏	ROI出价	• 注册-首日付费ROI	• 优先优化首日付费 ROI，ROI 系数影响跑量速度，浅层行为为小游戏注册	首日付费 ROI	• 考核首日付费ROI 回收	★★★
		• 沉默唤起-首日付费ROI	• 优先优化首日付费 ROI，ROI 系数影响跑量速度，浅层行为为小游戏沉默唤起回流	首日付费 ROI	• 考核首日付费ROI 回收	★★★
		• 注册-首日变现ROI	• 优先优化首日变现 ROI，ROI 系数影响跑量速度，浅层行为为小游戏注册	首日变现 ROI	• 考核首日变现ROI 回收	★★★
	深层出价	• 首次付费	• 同时优化付费成本和付费率	付费效果	• 考核付费成本，不保障注册成本	★★

智能的流量工具，提升后端转化效果

策略产品	核心价值	优化目标	适用类型	推荐指数	白名单	客户操作
智能场景匹配	基于场景特征与广告效果， 动态择优流量优化后端付费ROI	• 付费 ROI	• App，小游戏 • 出价方式为“首日付费ROI” “首次付费”，“每次付费”	★★★	×	✓
流量筛选工具	• 基于效果数据，筛选流量进行屏蔽 / 定投	• 注册、付费、ROI等	• 全行业	★★★	×	✓
商务管家	• 打通多个投放账户的工具 • 可配合流量筛选工具使用跨账户推包	/	• 全行业	★★★	✓	×
行业大客户流量优化	• 针对大客户优化效果提收需求， 支持对重点品类精细化流量运营	• 付费 ROI、付费 ARPU、长线倍率	• App及小游戏大客户	★★	✓	✓

丰富的广告形态，增加互动吸引转化

广告形态	核心价值	适用类型	推荐指数	白名单	客户操作
互动落地页 (试玩)	增加广告互动性，提升点击率*转化率， 提升竞价和跑量能力	全行业	★★★	✓	✓
游戏圈礼包码 (小游戏)		全行业	★★★	✓	✓
营销挂件		全行业	★★	×	✓
游戏礼盒		全行业	★★	×	×
个性化标签	传递广告核心卖点提升转化率 如"新游推荐"、"专属礼包"、"正版授权"	全行业	★★	×	✓

App 投放增长 - 智能场景匹配、ROI 动态优化

阶段一：测试期

ROI 出价精准建模，分定向 A / B 测试，确认跑量方向

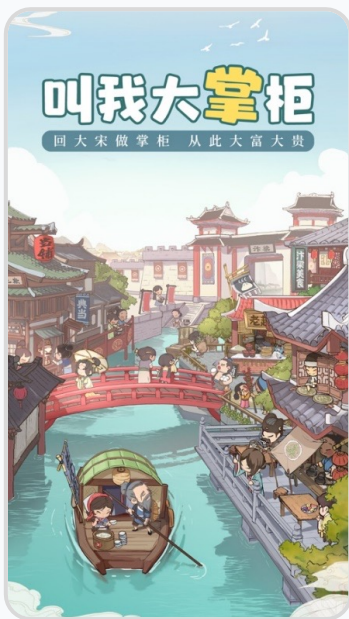
阶段二：调优期

开启智能场景匹配，动态优化 ROI

阶段三：放量期

持续素材迭代并拓展方向，精细化流量运营

某模拟经营游戏



测试

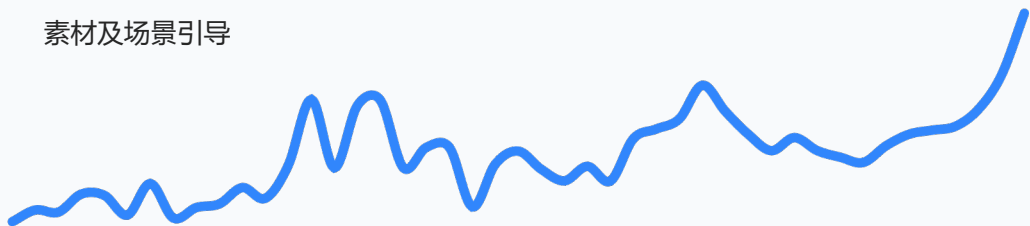
首日付费 ROI 出价模型
大客户流量优化
素材及场景引导

调优

人群及模型调优
精选媒体调优
智能场景匹配

放量

加快素材迭代
适当提价促转化
精细化流量运营



消耗表现

↑220%

放量期消耗涨幅

↑170%

新增用户

后端表现

配合智能场景匹配及流量优化

↑20%

首日 ROI

↑17%

3日 ROI

↑13%

7日 ROI

小游戏 投放增长 - 版位通投、注册排重、智能场景匹配

阶段一：测试期

基础定向 A / B 测试，挖掘目标人群确认投放方案

阶段二：调优期

版位通投加速起量，产品工具拿量优化

阶段三：放量期

增加广告基建及素材迭代，核心流量拓展

某仙侠RPG游戏



测试

首日付费 ROI 出价模型
基础定向测试
非微信投放指引

调优

多版位通投
已注册用户排重
智能场景匹配

放量

重点版位增投
吸量素材拓展
定向及流量调优

获客表现

↑14w+

放量期日均获客

↓50%

注册成本对比均值

后端表现

配合智能场景匹配及流量优化

持平

首日 ROI对比均值

↑20%

7日 ROI对比均值