

腾讯广告家居行业 装修赛道创意方法论

2024年9月 / 柳娟 / 家居行业运营

目录

contents

- 01 装修公司版位*创意形式数据
- 02 装修公司文案、图文方法论
- 03 装修公司图文AIGC使用
- 04 装修公司视频方法论
- 05 装修公司落地页玩法

1、【装修公司】 版位×创意形式数据

数据

二级流量	创意形式	消耗占比	变化率	ctr[%]	cvr[%]	ctr*cvr[%]
微信朋友圈 [53%]	常规大图 1:1	67%	12.41%	1.01	0.32	0.30
	横版大图 16:9	19%	-1.74%	0.73	0.41	0.30
	常规图片	6%	3.29%	0.71	0.35	0.25
	竖版视频 9:16	4%	265.28%	0.71	0.71	0.49
	卡片广告 横版大图 16:9	3%	-37.59%	0.51	0.52	0.26
	常规多图 1:1 六图	1%	-14.96%	1.03	0.36	0.37
微信视频号 [20%]	微信视频号	100%	12.5%	0.53	2.74	1.44
微信公众号 [15%]	横版大图 16:9	77%	-2.85%	0.79	0.43	0.34
	竖版视频 9:16	14%	-5.20%	0.98	3.47	3.40
平台与内容广告 [8%]	竖版视频 9:16	53%	5.41%	2.00	0.28	0.57
	横版大图 16:9	28%	-1.49%	1.95	0.15	0.28
	常规大图 1:1	9%	1.54%	3.51	0.08	0.27
	横版视频 16:9	5%	3.35%	2.17	0.08	0.17

结论

- 版位占比：
朋友圈 > 视频号 > 公众号 > 平台与内容
- 视频和图文：
朋友圈和公众号：图文素材为主，**朋友圈竖版视频增速较大**
视频号和平台与内容：竖版视频为主
- 各版位CTR基准值参考：
朋友圈常规图片CTR均值 > 1%
朋友圈竖版视频CTR均值 > 0.7%
视频号CTR均值 > 0.5%
公众号CTR均值 > 0.8%
平台与内容竖版视频CTR均值 > 2%

2、【装修公司】文案方法论

A——跑量的装修利益点有哪些？

扩容

- 八辈子都想不到[哇] **90㎡装出120㎡效果** 住进去真的太爽了
- 干嘛求别人要装修方案，我现在就免费给你，**让家视觉变大30%**
- 先设计后装修！出1张图=规划6大核心，现在免费领，**让家看起来变大30%**

活动类

- **终于搞活动了** [流泪][流泪] 全屋整装，不要30万，不要20万70平10万左右
- 统一回复：**活动是真的**[哇] 72平小户型一价全包 [胜利][胜利] 感觉大了20平

防被坑 NEW

- 要装修的业主注意了！限时免费设计，附送装修干货，**远离装修陷阱**
- **装修担心被割韭菜？** 来这大数据匹配靠谱的装修公司，10s出报价
- 装修公司一定要问清报价，因为**水太深了**！来**送免费报价

价格类

- 地区:上海 项目:整装/翻新 活动:一价全包 附-24年[新]**装修报价单**
- 82平房子装修花了15万，省了好几万，多亏领了这份**价目表** [机智]
- 项目: 毛坯整装 活动: 一价全包0增项 附2024**装修价目表**

工期短 NEW

- 工期:**最快55天** 项目:全屋整装 活动:一价全包 附:2024装修价目表
- **最快55天**装修完房子[哇][胜利]85平以上户型全包，三室2厅感觉大了30%[强]
- **48天装完的房子** [耶] 70平米全包整装，10万左右搞定 感觉大了20平

案例类

- 干嘛求别人要装修方案，我现在就给你**2024的新品图**，快收下
- 老婆说第二套房也要这么装[哇] 真的美哭了[流泪] **近期装修的建议看看**[嘿哈]
- 干嘛求别人要房子**装修效果图**? 我现在就给你2024的新品图，快收下

老破小改造 NEW

- **76㎡老破小**，用了三个月彻底大变样[色]高级又实用，家人很喜欢
- 在上海，**老房翻新**一价全包，包工包料+家具，免费户型规划
- **老房翻新**真的很简单~千万别装贵了[机智] 查看2024年装修价目表

超出价格

- 邻居新房装修好入住了，装修**超出这个价就是被坑了!**
- 别骂了，我真的没有骗人，刚到手的新房这样装，只要这个价! [强]
- [流泪]别骂了真没骗人，71㎡以上的房子装的值，包材料+施工+家具家电

B——找准1个类型，进行拓展

好的文案能激发用户痛点，唤醒用户

7种句式

+

利益点

+

行动

[结合产品特性和用户关注点]

- 1、疑问体
- 2、感叹体
- 3、后悔体
- 4、熟人背书体
- 5、传授经验体
- 6、满足体
- 7、稀缺体

扩容
防被坑
工期短
老破小改造
活动类
价格类
案例类等

输入面积
即可报名
点击可查看
赶快预约
速来预定
.....

C——7种句式举例

句式	含义	举例
疑问体	怎么办? 咋办? 多少钱?	样板间很惊艳, 收房很寡淡?
感叹体	信我! 搞定了! 没看错! 别着急! 增强语气, 引起用户注意力, 起警醒	信我! 想要房子装完不后悔 你就照这***套设计效果图 建议收藏, 装修时会用到!
后悔体	后悔/别——强调突出, 吸引用户注意 竟然/原来/还——转折含义, 后连接利益点	房子到手先别着急装修! 你家还有机会再大20㎡! 建议你先看完这10000张装修美图
熟人背书体	利用朋友圈社交属性, 使用熟人背书, **都说, 引发人从众心理	我帮这3位业主装的房子 连他们的邻居都拍手叫好! 加入收藏, 留着装修时用
传授经验体	击中用户家装知识匮乏的痛点, 帮助用户学习家 装知识, 引起注意力——分享成功经验	一直都想告诉你 家装这么设计 比多买20㎡都强 半年内装修的业主快收下, 不然 刷没了
满足体	利用人追求社会认同、爱面子的心理, 设计“如 果拥有, 你将获得***”的美好想象, 从感性角度 激发用户的满足感	如此气派的别墅 建一栋在老家 十里八乡超有面子
稀缺体	限定人数, 制造稀缺性	征集本地99名业主 全屋家具一口价, 只需***元 免 费设计出图, 让家再大20㎡

图片选择方法：哪些元素吸引用户注意力？

明亮元素——灯光、灯泡、阳光——能让图片「亮」起来，吸引用户

好奇元素——用户「天生八卦」，看到文字，易产生好奇心态

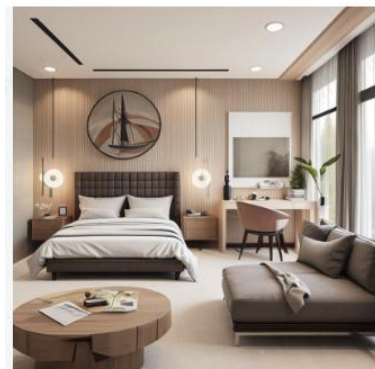
冲突元素——前后对比冲突、互补色冲突、破旧楼房和美好家冲突

引发美好畅想——通透场景，如阳台、窗户

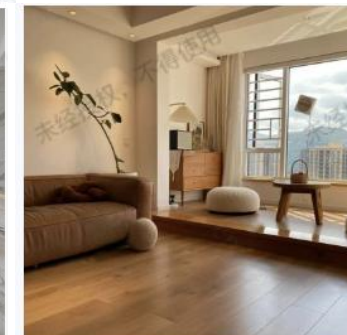
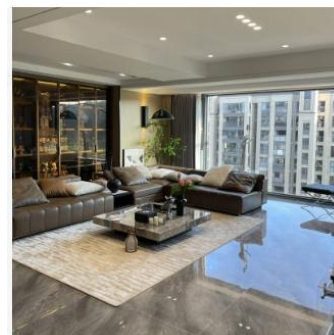
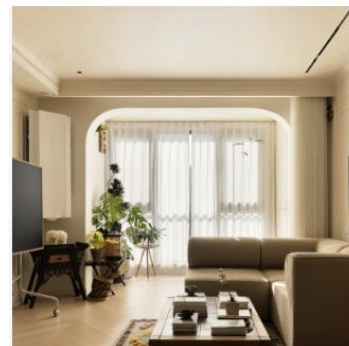
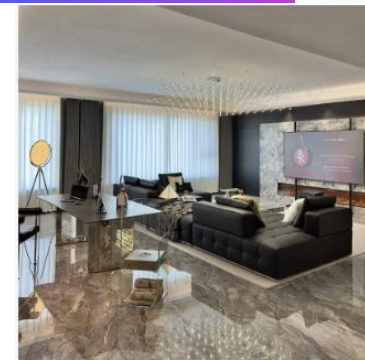
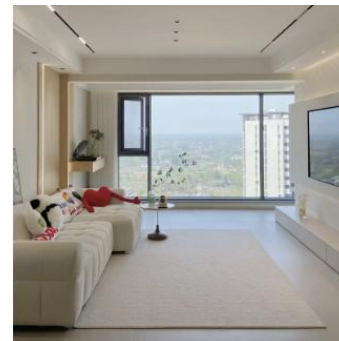
热门流行元素——拱形门、阳台洗衣机+烘干机搭配、曾经的榻榻米

【装修公司】跑量图文参考——明亮元素类

灯光类



阳光类



【装修公司】跑量图文参考——好奇类

好奇类-图片+文字

正式公布: 装修价格表

项目名称	单位	数量	单价	总价	备注
门框安装	樘	1	0.00	10.00	0.80
电视墙造型	项	1	0.00	300.00	0.80
地面铺地砖600*600	平方米	22	0.00	20.00	0.80
吊顶工程					
石膏板吊顶	平方米	12	10.00	0.00	2.20
造型腻子	平方米	12	9.00	0.81	0.00
乳胶漆墙面(多乐士家私漆)	平方米	12	8.00	1.00	0.00
墙面腻子	平方米	38	8.00	0.81	0.00
乳胶漆墙面(多乐士家私漆)	平方米	38	8.00	1.00	0.00
强化木地板铺贴	平方米	12	0.00	15.00	0.00
卫生间工程					
地面铺地砖	平方米	4	10.00	3.00	0.00
卫生间隔断	项	4	0.00	15.00	0.00
地面铺地砖300*300	平方米	4	0.00	20.00	0.00
包工、下水管道	项	1	10.00	18.00	2.00
墙面防水处理	平方米	22	10.00	3.00	0.00

马哥你好~你们家做全屋整装什么价格呀

我们全屋整装(包工包料)

这么便宜, 真的是全屋都可以做吗?

是啊, 免费上门量房和空间规划

免费出3套装修设计方案

包工包料一价全包

全屋定制家具, 橱柜, 衣柜, 电视柜, 阳台储物柜, 楼下先出些方案看看呀

或者相似案例也可以

全屋整装设计案例.rar (0.6 MB)

装修清单

水电	6000	21	弱电	1000
泥工	5000	22	油漆	1000
木工	1000	23	油漆	1000
油漆	1200	24	油漆	1000
油漆	1200	25	油漆	1000
油漆	1200	26	油漆	1000
油漆	1200	27	油漆	1000
油漆	1200	28	油漆	1000
油漆	1200	29	油漆	1000
油漆	1200	30	油漆	1000
油漆	1200	31	油漆	1000
油漆	1200	32	油漆	1000
油漆	1200	33	油漆	1000
油漆	1200	34	油漆	1000
油漆	1200	35	油漆	1000
油漆	1200	36	油漆	1000
油漆	1200	37	油漆	1000
油漆	1200	38	油漆	1000
油漆	1200	39	油漆	1000
油漆	1200	40	油漆	1000

统一回复: 活动是真的[哇] 72平小户型一价全包 [胜利][胜利] 感觉大了20平

- 60m²以下老房翻新
装修指导价: XXXXXX元
- 60-90m²老房翻新
装修指导价: XXXXXX元
- 90-120m²新房装修
装修指导价: XXXXXX元
- 120m²以上新房装修
装修指导价: XXXXXX元

装修价格表

序号	工程名称	单位	数量	单价	总价
1	拆除工程	项	1	0.00	0.00
2	水电工程	项	1	0.00	0.00
3	泥工工程	项	1	0.00	0.00
4	木工工程	项	1	0.00	0.00
5	油漆工程	项	1	0.00	0.00
6	安装工程	项	1	0.00	0.00
7	保洁工程	项	1	0.00	0.00
8	软装工程	项	1	0.00	0.00
9	竣工验收	项	1	0.00	0.00
10	其他费用	项	1	0.00	0.00
11	管理费	项	1	0.00	0.00
12	税金	项	1	0.00	0.00
13	合计	项	1	0.00	0.00

2024报价通知

70-90平 旧房翻新 查看装修报价

91-110平 新房整装 查看装修报价

111-140平 毛坯整装 查看装修报价

141-180平 大宅新装 查看装修报价

181-300平 原创大宅 查看装修报价

立即查看 查询入口

地点:福州 项目:毛坯整装 活动:一价全包 附:2024价目表[红包]

正式公布: 装修价格表

- 50m²以下老房翻新
装修指导价: XXXXXX元
- 50-80m²老房翻新
装修指导价: XXXXXX元
- 80-100m²新房装修
装修指导价: XXXXXX元
- 100m²以上新房装修
装修指导价: XXXXXX元

工期: 最快48天 项目: 旧房翻新 活动: 一价全包 附: 装修价目表

- 60-90m²老房翻新
装修指导价: XXXXXX元
- 90-120m²老房翻新
装修指导价: XXXXXX元
- 120m²以上老房翻新
装修指导价: XXXXXX元

【装修公司】跑量图文参考——冲突元素类

冲突元素类



互补色装修风格冲突



老破小+装修效果图冲突



杂乱过程和装修效果图冲突



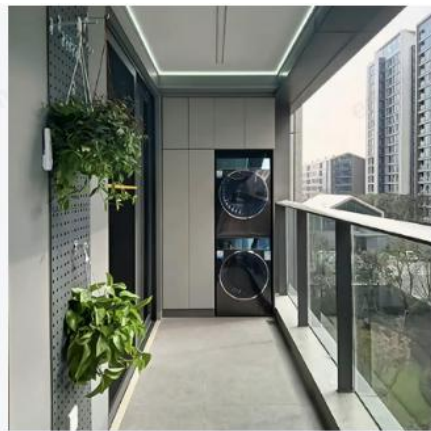
毛坯和装修效果图冲突

【装修公司】跑量图文参考——热门元素类

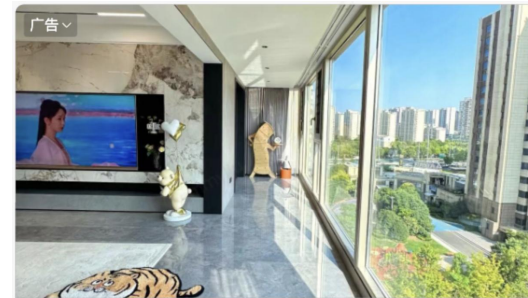
拱形门



阳台图



电视图



3、【装修公司】腾讯广告AIGC使用

应用方向1—文生图

使用方式

用好AIGC，优质的作品公式=「主体内容 + 环境背景 + 构图 + 视图 + 参考方向 + 图像设定」

例如：

主体内容=装修设计图，大平层，客厅厨房
环境背景=轻奢风格，明亮宽敞，温馨舒适，绿植点缀
构图=中性色调，高品质，实景效果图

入口



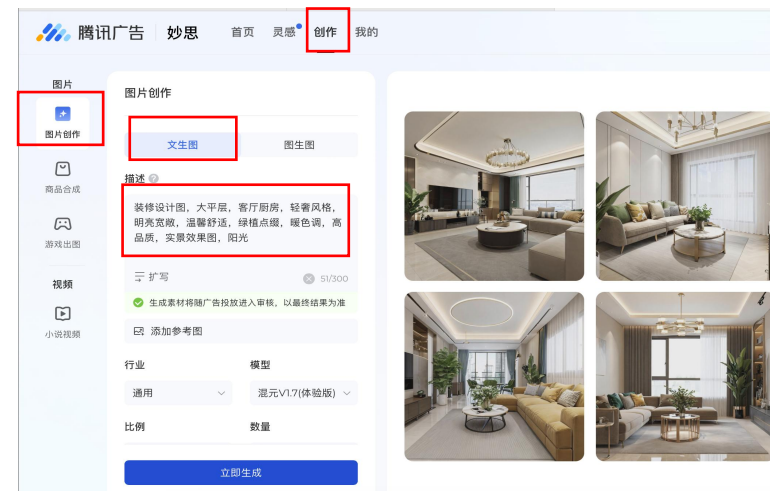
妙思工作台-创作-图片生成—文生图

举个例子



描述

装修设计图，大平层，客厅厨房，轻奢风格，明亮宽敞，温馨舒适，绿植点缀，**中性色调**，高品质，实景效果图



装修设计图，大平层，客厅厨房，轻奢风格，明亮宽敞，温馨舒适，绿植点缀，**暖色调**，高品质，实景效果图，**阳光**

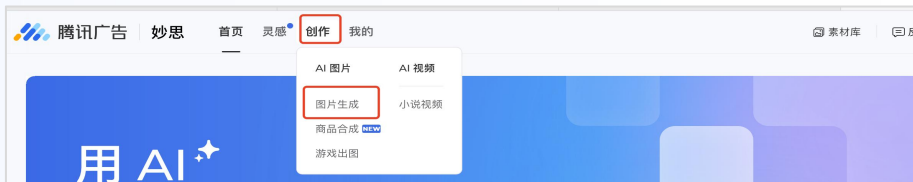
【装修公司】腾讯广告AIGC使用

应用方向2—图生图

使用方式

利用已有本地图片和腾讯广告AIGC图生图能力，结合描述创作，生成更多图片

入口



妙思工作台-创作-图片生成-图生图

举个例子



【装修公司】腾讯广告AIGC使用

应用方向3—素材特征提取衍生

使用方式

提报白名单后，可针对账户推送提取大盘跑量素材特征后衍生的素材

近期扶持

使用AIGC素材后，更有系统扶持金！

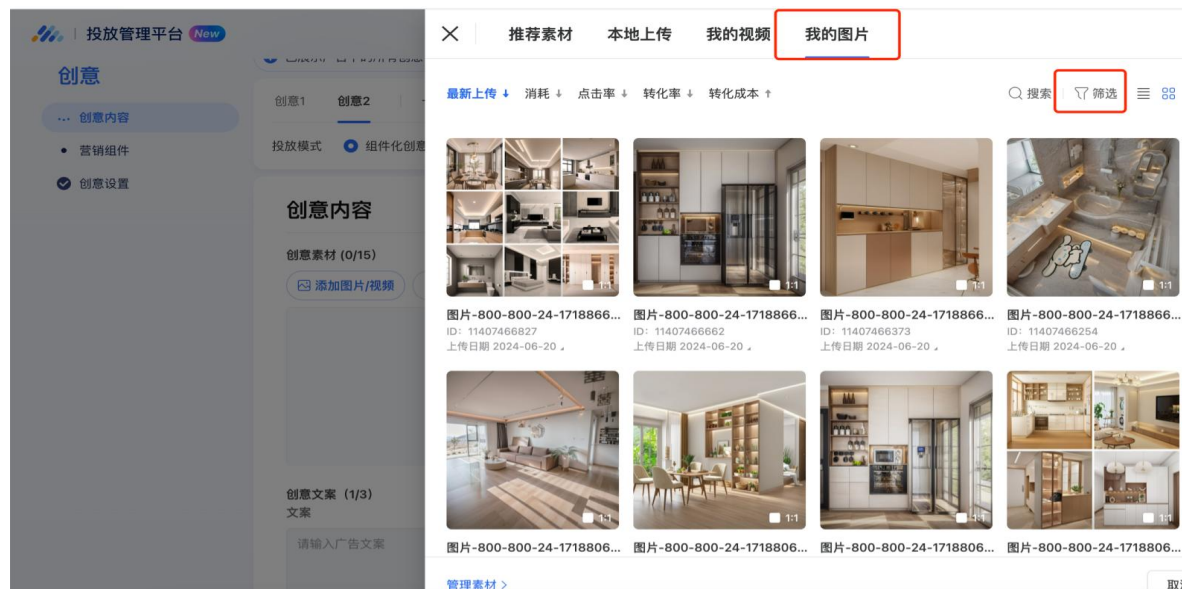
注意：此次腾飞仅针对【妙思自动化生成】、【妙思工作台】来源的创意，对开启『aigc素材推荐』没有腾飞扶持



入口



开白后，自动对账户推送衍生素材，可选择使用



4、【装修公司】视频素材方法论

分析痛点

贵

预算不够
价格不透明

免费算报价

限时优惠

厂家直销无差价

.....

虑

不懂行易踩坑
效果无保障

实景展示

避坑指南 **【爆】**

好坏案例对比

.....

焦

材料不环保
等待时间长

权威背书

绿色环保

权益保障

.....

庸

不想平庸
希望自己家独一无二

生活描绘

案例展示

个性化表达

.....

视频混剪、一镜到底、真人口播、情景剧情、图片快闪、动画动态展示

【装修公司】视频素材方法论

跑量视频3步法

第一步:
引发好奇 (前5-10s)

第二步:
多角度输出观点+介绍产品

第三步:
引导转化(后5-10s)

方法

先快速用吸睛的方式(痛点、吸睛、折扣)引入产品

多场景多画面多细节讲清楚产品是什么、解决什么痛点、有什么利益点

最后突出产品的低价实惠等利益点引导购买

目的

降低快滑率, 快速吸睛, 让用户留住继续观看

对比, 站台等方式引出产品核心卖点, 多角度突出产品&故事的可信度

介绍购买方式, 折扣等催促购买, 强调紧迫感、活动力度大

评估指标

5s快滑率

点击率

完播率、点击率

第一步：前5S——通俗易懂

脚本文案是传达广告信息的重要载体，对广告的效果起着至关重要的作用，也是素材优化中的一大切入点。包括视频旁白、视频台词等，这里以前5秒文案为例，介绍几种写法

戏剧冲突

通过冲突剧情吸引用户停留
人物对话引出利益点与活动

- ①“老板这套怎么卖？”“不要钱！”
- ②“我宣布，这次商品的价格只要两万！”“等一下，刚刚接到紧急通知，这次活动全部作废”

提出疑问

需要通过抛出问题或正话反说
让用户提起观看视频的兴趣

- ①装修后必须等半年才能入住吗？不需要！
- ②你觉得13900搞定全屋家装怎么样？

对比激励

装修前后对比展现效果
穿插产品介绍、报价等

- ①**m²的老破小经过48小时的魔改，惊艳小区邻居一整年
- ③某先生把他10年老厨房/卧室灯砸了重装，今天来看看10年前VS黄先生现在装修的样子

降低门槛

通过福利活动、抄底等优惠降低购买门槛 快速吸引注意力

- ①我花0元抢到设计啦！我花0元抢到高级家具啦！
- ②这位业主没花一分钱拿了三套设计方案

直击痛点

直接提出装修过程中的困境痛点或需求 让受众感同身受

- ①空间小、收纳多、使用频率高，我说厨房是装修的老大难
- ②****你们说太贵了，往下压！往下压！价格往下压！

猎奇吸睛

有夸张、奇怪的装修观点提出引起用户的观看兴趣

- ①今天我们带人去砸了某名人家的厨房/卫生间/阳台/客厅
- ②今天这条视频录完，可能会得罪很多的装修公司

营造稀缺

利用捡漏心理营造一种稀缺氛围 吸引客户前来购买和消费

- ①朋友都喜欢的风格，建议收藏，不然就刷不到了
- ②名额有限，征集本地99名业主，全屋家具一口价，只需***元

制造向往

直接呈现装修效果/结果 制造美好向往

- ①这才是全屋定制的正确打开方式
- ②下半年拿房，装备装修的家人们有福了
- ③20平米的客厅这么装，邻居小妹妹天天过来玩

【装修公司】视频素材方法论

第二步：产品介绍套路提炼

常见套路类型举例

一镜到底类



装修效果一镜到底，结合套餐利益点

模拟采访类



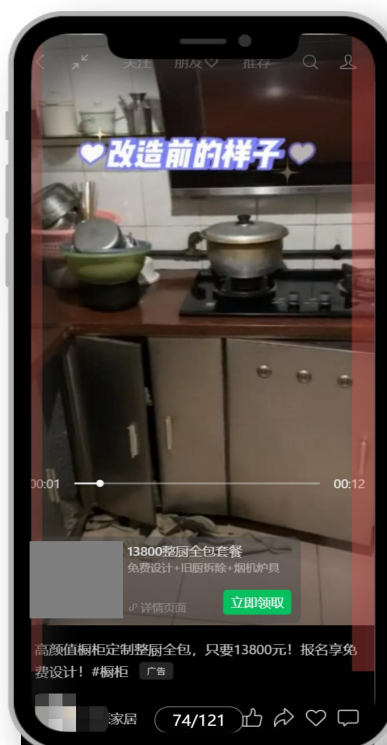
一镜到底+人物头像模拟采访+故事讲述

互动测试类



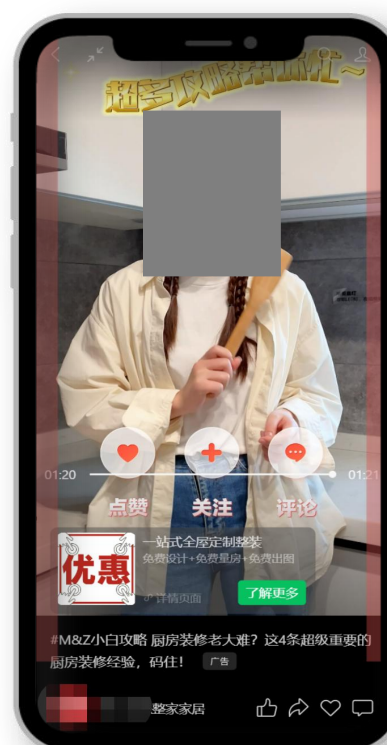
采取轻互动的形式将产品利益点多维度进行呈现

房屋改造类



装修前后对比展现效果，穿插产品介绍、报价、优惠活动等

干货分享类



干货分享类

第三步：引导转化

卡片图推荐

噱头类



免费
报价

优惠类



成本价
清仓

报价类



logo类

品牌
名

品牌
Logo

业务
范围

转化组件大标题推荐

- 免费领报价
- 点击查看更多
- 新房这样装才划算!
- 家具这样定制才划算
- **万搞定三房两厅
- 马上抢***特惠
- ***全包套餐
- 旧房翻新一口价**万
- 点击抢0元设计名额

转化按钮文案推荐

立即预约 了解更多 立即领取 立即申请

【装修公司】朋友圈——创意组件

朋友圈图文链接

朋友圈广告展示，包含三个广告卡片。第一个广告卡片包含文字、图片和“免费领取户型规划 立即查看”按钮。第二个广告卡片包含文字、图片和“实景案例+报价 立即咨询”按钮。第三个广告卡片包含文字、图片和“全屋装修设计礼包 查看详情”按钮。右侧展示了两种选填组件：ZIP文件图标和“项目全套资料”文字，以及文件夹图标和“免费3套设计”文字。

图文链接+首条评论组合

朋友圈广告展示，包含一个广告卡片和一条首条评论。广告卡片包含文字、图片和“实景案例+报价 立即咨询”按钮。首条评论包含文字：“王姐说下一套房子还这么装”。

朋友圈首条评论

朋友圈广告展示，包含三个广告卡片和三条首条评论。第一个广告卡片包含文字、图片和“了解更多”按钮。第二个广告卡片包含文字、图片和“立即咨询”按钮。第三个广告卡片包含文字、图片和“立即领取”按钮。首条评论包含文字：“王姐说下一套房子还这么装”。

朋友圈广告展示，包含一个广告卡片和一条首条评论。广告卡片包含文字、图片和“点击获取详细资料 立即领取”按钮。首条评论包含文字：“点击上方图片，找我了解更多项目信息和最新报价”。

【装修公司】视频号——创意组件（需开白）

视频号轮播卡片



卡片1

卡片2

卡片3

素材
样式



视频号轮播卡片



卡片1

卡片2

卡片3

素材
样式



5、【装修公司】官方落地页+微信客服

案例类



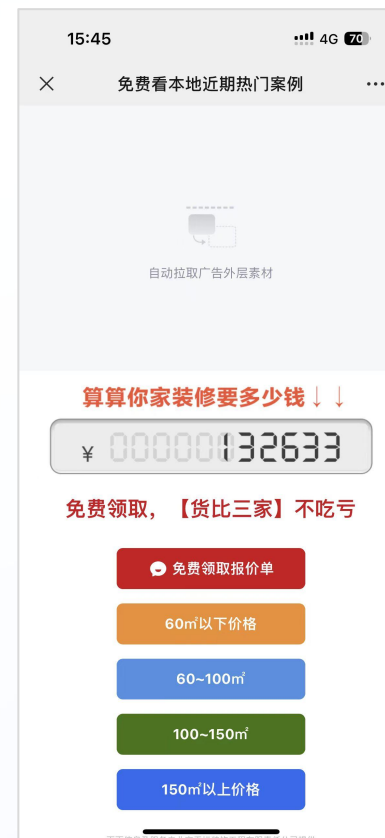
案例+悬浮组件

拟人类



介绍+悬浮组件

报价类



报价器+平米数

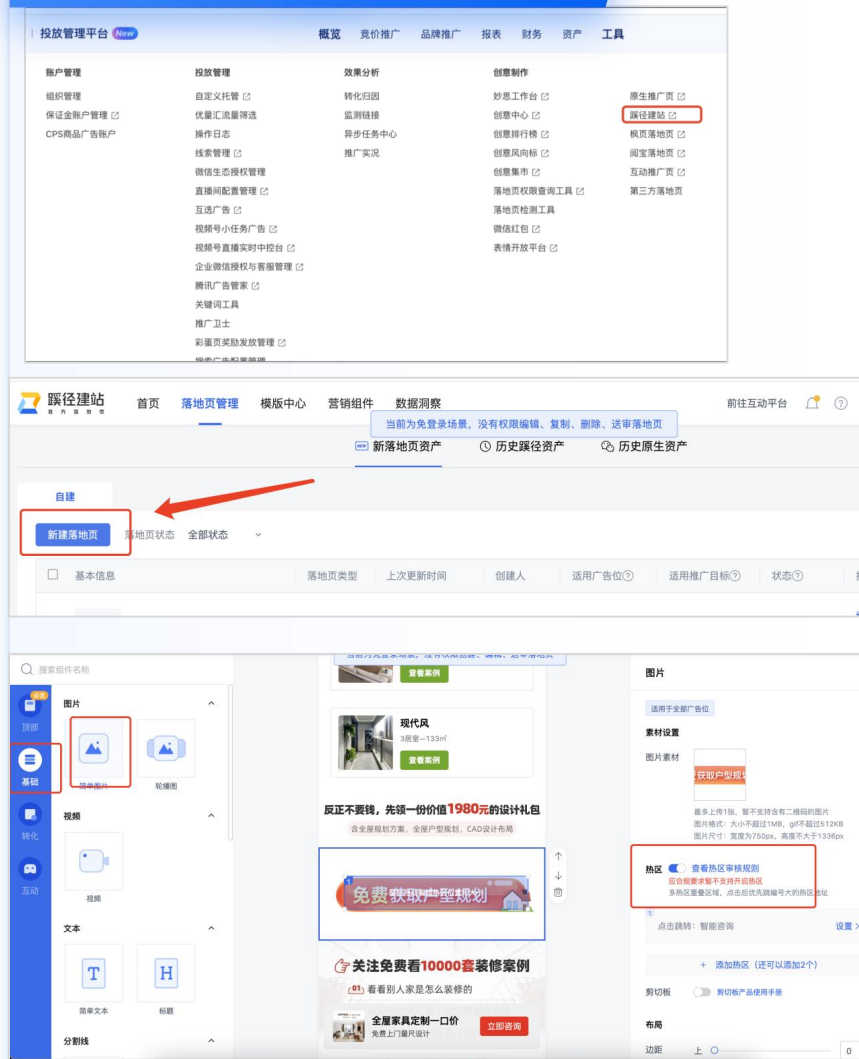
【装修公司】官方落地页+热区+微信客服

示意图 (需开白)

可上传gif图片、动态呼吸效果, 用户点击图片后进入微信客服



入口



家居-装修公司-百宝箱

https://doc.weixin.qq.com/sheet/e3_AcsAdAbdA1MmjoX3W97THaaNvovbX?scode=AJEAIQdfAAoQN1zrvABEAPgYLACo&tab=xdfd9p

按时间线进行最新玩法更新

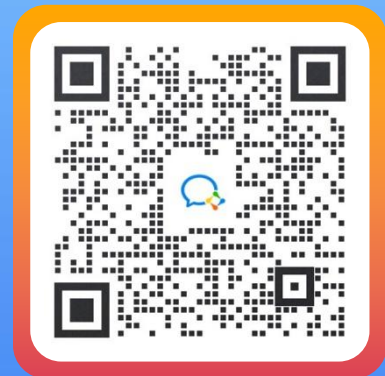
时间	板块	名称	简介	索引
9月2日	链路	【官方落地页+热区+微信客服】	微信客服：点击图片，进行二跳链接跳转，该能力叫热区，图片跳转样式自定义，灵活可操控	官方落地页热区使用手册
8月27日	3.0新功能	【相似广告被校验限制】	近日平台上线了相似广告限制逻辑，逐渐放量灰度了（预计29日全量），相似度很高的广告会被提示被限制，无法创建或调整	3.0新功能通知'82 相似广告校验自查
8月23日	产品&能力	【朋友圈CPT投放能力介绍】	朋友圈CPT投放，新增可选择“机会人群（RO）”定向的能力，优先触达各行业机会人群，提升大事件营销的精准触达效率。需开启使用。	人群&产品&能力'12
8月22日	创意	【图文链接+首条评论组合】	同时使用首条评论、图文链接，丰富创意素材	创意'82
8月22日	流量	【视频号流量增长】	视频号信息流广告位整体流量持续增长	

开白文档

类目	具体事项	收集表链接	门槛
工作台	主体管理员提报收集表	主体管理员工作台配置	
审核	基础审核/复审提报	基础审核/复审提报	
绿审	审核保通箱	审核绿通	日消耗 > 1W
直播	【直播转化组件】收集表	家居装修赛道-视频号直播广告转化组件收集	直播月消耗 > 1W
创意玩法	【视频号轮播卡片】测试收集表	视频号轮播卡片支持竞价广告开白	
	【朋友圈+首条评论】开白收集表	【装修赛道】——朋友圈竞价-支持首条评论白名单	
	官方落地页热区	官方落地页热区开白	
创意制作	【aigc】激励政策收集表	腾讯广告AIGC激励	
产品能力测试	保浅优深（405-409）开白/记录表	保浅优深（405-409）开白	有效数据稳定回传
	装修赛道配置（分人群出价+常驻交互实时）	家居装修赛道配置表	

Thanks!

欢迎扫码添加



“营销学堂小助手”
获取更多学习资源