

微信公众号广告招商合作介绍

2018 – Q4



1 / 基础介绍

2 / 底部广告

3 / 视频贴片广告

4 / 互选广告

5 / 文中广告

附 / 新版定向能力介绍

1

基础介绍

基础介绍 · 平台数据

10.4亿

月活跃

微信 & WeChat
月合并活跃用户数

15~40岁

用户年龄

微信用户年龄主要集
中于15-40岁

93%

渗透率

一线城市渗透率
覆盖核心用户群体

2000w

+

公众号数量

微信公众平台
已开通大量优质公众号

30亿+

文章 PV

微信公众平台
图文消息阅读量巨大

基础介绍 · 平台优势



海量用户

几乎覆盖全量中国移动互联网用户



精准触达

所有定向以人为单位，有效触达每一个目标用户



闭环生态

基于平台生态，提供公众号关注、跳转小程序、卡券发放、LBS 等闭环解决方案



系统化投放工具

平台提供完善、可视化的效果评估数据，助力广告主跟踪分析投放情况

平台产品的每一次优化，都致力于为广告运营者提供最佳的运营手段。

基础介绍 · 什么是微信公众号广告



微信公众号广告

是一个基于微信公众平台，可提供给广告主多种广告形式，并利用专业数据处理算法实现成本可控、效益可观、精准触达的广告投放系统。

目前，公众号广告支持底部广告、视频贴片广告、互选广告和文中广告四个广告资源的投放。

2

底部广告

底部广告 · 广告位置 & 类目推广能力



广告位置：

微信公众号底部广告，出现在公众号文章内容区域与评论区域 (若有) 之间

类目推广能力：



推广我的公众号

推广订阅号 及 服务号



推广我的应用

推广安卓 或 iOS 移动应用



推广品牌活动

品牌宣传 或 活动推广



派发优惠券

推广商家优惠卡券



推广我的商品

推广商品 或 线上商城



收集销售线索

收集意向客户商机



推广我的小游戏

推广小游戏

底部广告 · 类目推广能力 – 推广我的公众号

广告样式

1. 关注卡片



2. 关注卡片



操作流程

- 点击关注按钮，弹出确认框，点击“关注”完成关注闭环
- 点击关注卡片非按钮区域，跳转公众号历史消息页



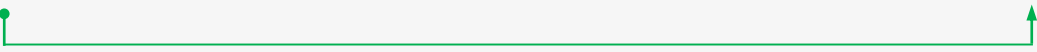
公众号图文消息页 - 推广我的公众号



确认关注弹窗



公众号历史消息页



底部广告 · 类目推广能力 – 推广我的应用

广告样式

1. 图片



2. 下载卡片



3. 文案卡片



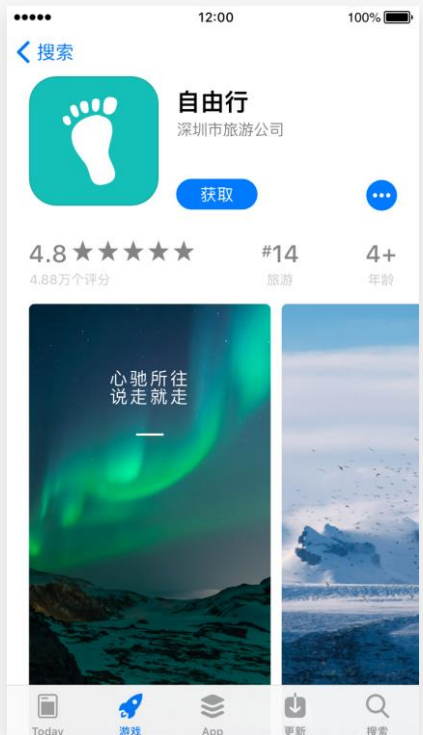
注：图片样式有2种尺寸，
分别为：582X166px 和 960X334px

操作流程

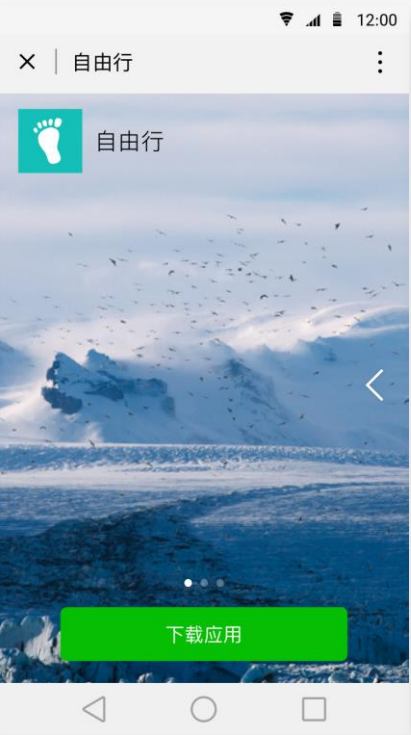
- iOS：点击卡片任意区域跳转 App Store 应用下载页或原生推广页
- Android：点击下载按钮，弹出确认框，确认后开始下载；点击非按钮区域，跳转应用下载页或原生推广页



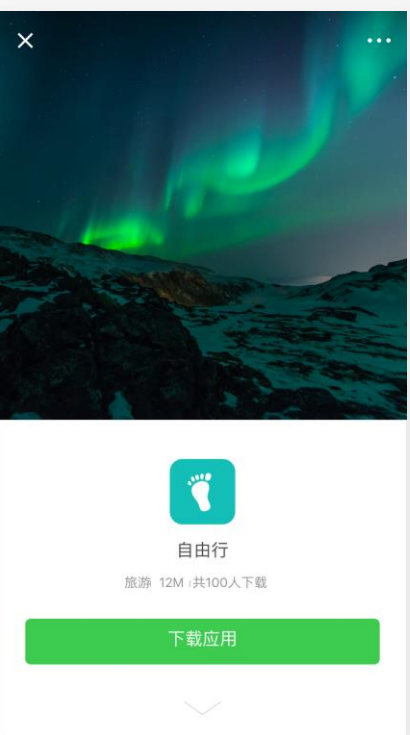
公众号图文消息页-推广我的应用



App Store 应用下载页



Android 应用下载页



原生推广页



底部广告 · 类目推广能力 – 推广我的应用

广告样式

4. 图片卡片



5. 视频卡片

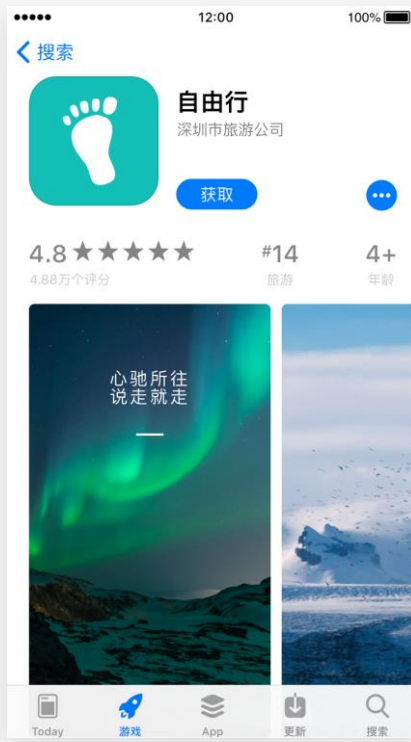


操作流程

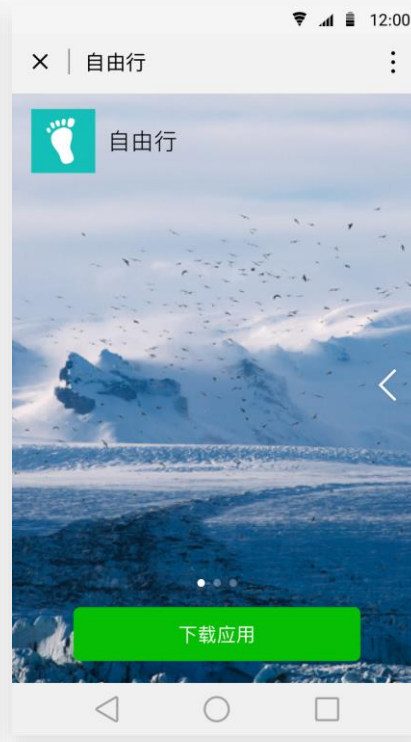
- iOS：点击卡片任意区域跳转 App Store 应用下载页或原生推广页
- Android：点击下载按钮，弹出确认框，确认后开始下载；点击非按钮区域，跳转应用下载页或原生推广页



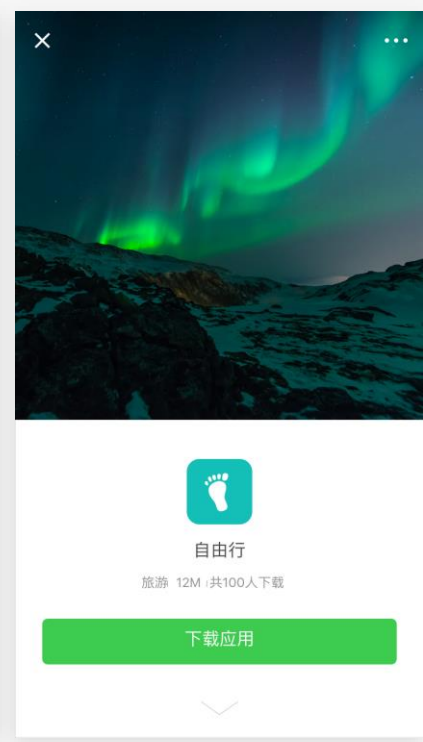
公众号图文消息页-推广我的应用



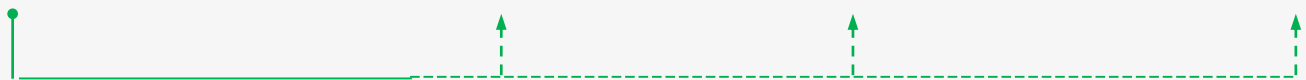
App Store 应用下载页



Android 应用下载页



原生推广页



底部广告 · 类目推广能力 – 推广品牌活动

广告样式

1. 图文



2. 图片



- 注：
- 1.若为小程序落地页，广告样式右下角会带有小程序 icon
 - 2.图片样式有2种尺寸，分别为：582X166px 和 960X334px

操作流程

- 点击图片跳转至自定义H5详情页或小程序落地页或原生推广页



公众号图文消息页-推广品牌活动



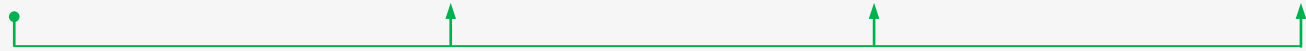
自定义H5详情页



小程序落地页



原生推广页



底部广告 · 类目推广能力 – 推广品牌活动

广告样式

3. 图片卡片



4. 视频卡片



注：若为小程序落地页，广告样式右下角会带小程序 icon

操作流程

- 点击图片跳转至自定义H5详情页或小程序落地页或原生推广页



公众号图文消息页-推广品牌活动



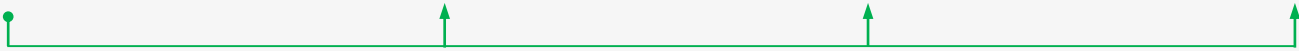
自定义H5详情页



小程序落地页



原生推广页



底部广告 · 类目推广能力 – 收集销售线索

广告样式

1. 图文



2. 图片



注：图片样式有2种尺寸，
分别为：582X166px 和 960X334px

操作流程

- 点击图片跳转至自定义H5详情页或原生推广页



公众号图文消息页-收集销售线索



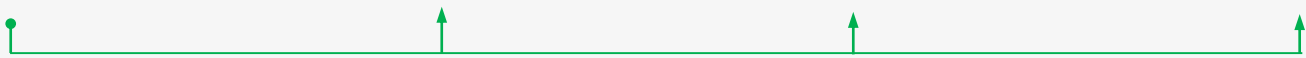
自定义H5详情页



微信小程序落地页



原生推广页



底部广告 · 类目推广能力 – 派发优惠券

广告样式

1. 卡券卡片



操作流程

- 点击卡片跳转原生卡券领取页，直接领取卡券，领取后可访问公众号或赠送给朋友



公众号图文消息页-微信卡券推广



微信卡券页（未领取）



微信卡券页（已领取）

底部广告 · 类目推广能力 – 推广我的商品

广告样式

1. 图文



2. 微信小店卡片



操作流程

- 图片：点击图片跳转自定义H5商品详情页或小程序落地页或原生推广页
- 小店卡片：点击小店卡片跳转微信小店商品购买页



自定义H5详情页/枫叶落地页



微信小程序落地页



原生推广页



微信小店商品购买页

底部广告 · 类目推广能力 – 推广我的小游戏

广告样式

1. 图片



2. 图片卡片



2. 视频卡片



操作流程

- 点击图片跳转至小游戏落地页或原生推广页



公众号图文消息页-
视频贴片广告- 推广我的小游戏



小游戏落地页



原生推广页

底部广告 · 定向能力 – 基础定向



地域

支持按城市、行政区、
商圈定向

*地域定向数据来源于用户
近一个月的常用地点信息



性别年龄

支持按性别、14-60
岁具体年龄定向



手机

支持按手机系统 (iOS、
Android) 定向，支持按
Wi-Fi、4G、3G、2G等
联网环境定向
支持手机品牌、型号、
价格定向



婚恋情况

支持按用户当前婚恋状
态定向，包含单身、新
婚、已婚、育儿



学历

支持按用户最高学历水
平定向，包含博士、硕
士、本科、高中、初中、
小学

底部广告 · 定向能力 – 兴趣定向

■ 商业兴趣标签定向

来源于腾讯产品用户行为路径大数据分析定义的标签

- 18 个一级标签

教育、旅游、金融、汽车、房产、家居、服饰鞋帽箱包、餐饮美食、生活服务、商务服务、美容、互联网、电子产品、体育运动、医疗健康、孕产育儿、游戏、政法、娱乐休闲

- 124 个二级标签

对应18个一级标签，总共下分124个精细化定向标签

- 52个三级标签

对应124个二级标签，总共下分52个精细化定向标签

■ APP 兴趣标签定向

来源于应用宝等腾讯产品用户行为路径大数据分析定义的标签

- 10 个游戏标签

策略、养成、经营建设、角色扮演、PK竞技、休闲益智、音乐节奏、棋牌卡牌、体育、射击

- 28 个非游戏标签

工具、社交、生活、娱乐四大类，28个小类

底部广告 · 定向能力 – 再营销

持续影响真正对你感兴趣的用户

- 当前关注你公众号的粉丝及最近一个月内取消关注你公众号的粉丝
- 当前已安装你应用的用户（仅支持 Android 应用）
- 最近1年曾领取微信广告卡券的用户
- 最近1年对你的微信广告感兴趣的用户（包括公众号与朋友圈广告位，点击广告、广告详情页、对朋友圈广告点赞或发表正面评论行为用户）

再营销 ?

☐ 不启用 ☒ 自定义

向与你的业务有过关联的用户投放广告

☐ 已关注你的公众号

☐ 曾领取你的微信卡券

☐ 曾对你的微信广告感兴趣

排除营销 ?

☐ 不启用 ☒ 自定义

排除与你的业务有过关联的用户

☐ 已关注你的公众号

☐ 曾领取你的微信卡券

☐ 曾对你的微信广告感兴趣

底部广告 · 定向能力 – 自定义人群

帮助广告主精准触达定向人群和排除特定人群

广告主可使用自定义人群定向功能进行精准的广告投放。具体使用方法为：

- 广告主在MP投放端的“人群管理”界面内上传号码文件，并等待号码文件生效，从而创建自定义人群。
- 创建广告时使用自定义人群定向功能，并选择“定向人群”或“排除人群”，从而使用号码文件进行精准投放。

注：目前自定义人群投放仅支持底部竞价广告。

自定义人群

☐ 不启用 ☒ 自定义

定向人群

选择人群

排除人群

选择人群

底部广告 · 购买方式



竞价购买

- 按 **CPC 扣费**，实际扣费与广告出价和广告质量有关
- 流量按广告竞争力分配，广告竞争力公式如下：



广告出价

自由竞价，最低
出价为0.5元/点击



广告质量

广告质量主要
取决于广告点击率



排期购买

- 支持提前预定未来 1-28 天内流量，按 **CPM 扣费**，优先保量，暂只面向“推广品牌活动”和“推广我的应用”2种推广目的开放
- 按城市阶梯定价：

非视频样式：核心/重点/普通（35元/30元/25元）

视频样式：核心/重点/普通（40元/35元/30元）

核心城市：包含北京和上海；

重点城市：包含广州，成都，深圳，杭州，武汉，苏州，重庆，南京，天津，西安，沈阳，长沙，青岛，宁波，郑州，大连，厦门，济南，哈尔滨，福州
20个高活跃城市；

普通城市：包含除以上 22 个城市之外的其他城市。

底部广告 · 数据投放能力 – 智能优化oCPA



设定优化目标

根据实际推广需求，选择相应的优化目标



根据优化目标，设定出价

选择优化目标和 oCPA出价方式后，设定对应优化目标的出价



按点击次数收费

广告系统根据您的优化目标和愿意为每一次优化目标达成支付的出价，智能优化，实时竞拍，尽量触达符合您目标的用户。
oCPA和 竞价CPC 收费方式一样，仍然按点击次数收费。

推广目标	优化目标
推广我的应用（ iOS ）	获得更多激活量
推广我的应用（ Android ）	获得更多下载量
	获得更多激活量
推广我的商品	获得更多下单量
推广我的公众号	获得更多关注量
收集销售线索	获得更多销售线索

截至2018年9月，公众号底部广告oCPA支持的优化目标。
更多公众号底部广告oCPA产品介绍及操作指引请点击[官网](#)查看。

3 视频贴片广告

视频贴片广告 · 广告位置 & 类目推广能力



广告位置：

微信公众号视频贴片广告出现在 Wi-Fi 环境下公众号文章内时长 > 5 分钟的视频前

类目推广能力：



推广我的公众号

推广订阅号 及 服务号



推广我的应用

推广安卓 或 iOS 移动应用



推广品牌活动

品牌宣传 或 活动推广



收集销售线索

收集意向客户商机



推广我的小游戏

推广小游戏

视频贴片广告·类目推广能力 – 推广我的公众号

广告样式

- 5s 图片
- 支持关闭
- 6s 视频
- 不支持关闭
- 15s 视频
- 5s后可关闭



操作流程

- 点击“了解公众号”按钮，跳转至公众号历史消息页或原生推广页



公众号图文消息页-
视频贴片广告-推广我的公众号



公众号历史消息页



原生推广页

视频贴片广告 · 类目推广能力 – 推广我的应用

广告样式

- 5s 图片
- 支持关闭



- 6s 视频
- 不支持关闭



- 15s 视频
- 5s后可关闭

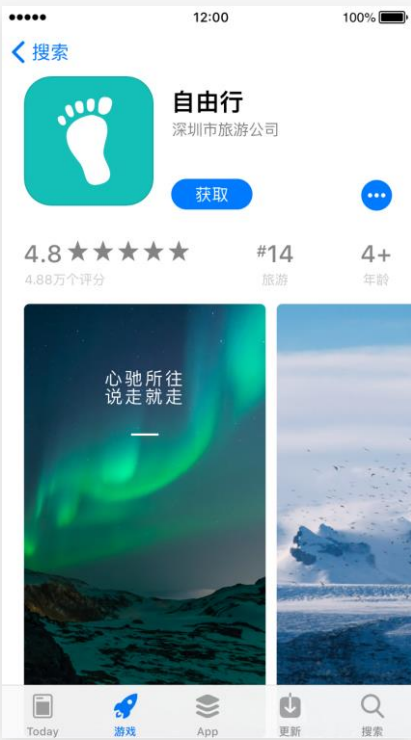


操作流程

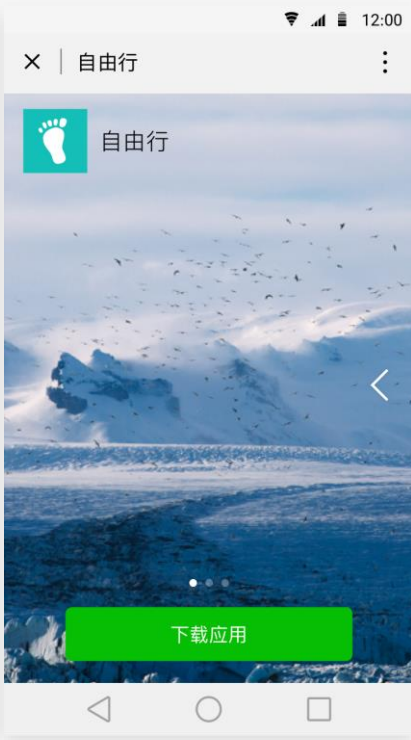
- iOS：点击下载按钮跳转 App Store 应用下载页或原生推广页
- Android：点击下载按钮，跳转应用下载页或原生推广页



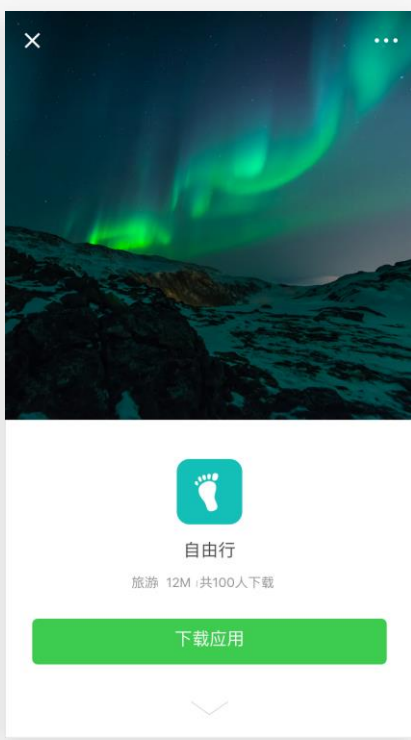
公众号图文消息页-
视频贴片广告-推广我的应用



App Store 应用下载页



Android 应用下载页



原生推广页

视频贴片广告 · 类目推广能力 – 推广品牌活动

广告样式

- 5s 图片
- 支持关闭



- 6s 视频
- 不支持关闭



- 15s 视频
- 5s后可关闭



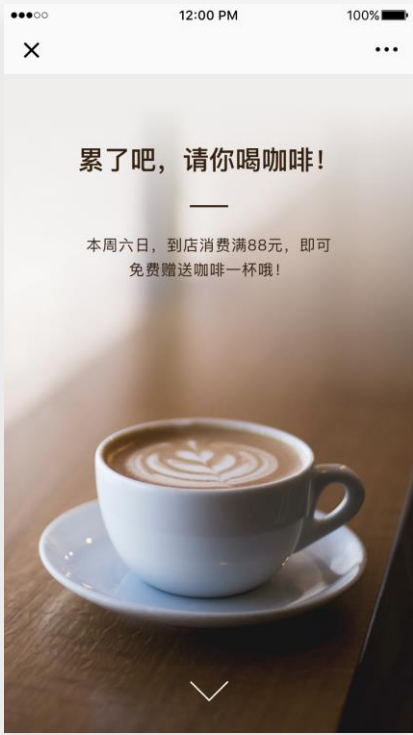
注：若为小程序落地页，广告样式右下角会带有小程序 icon

操作流程

- 点击“了解详情”按钮跳转至自定义H5详情页或小程序落地页或原生推广页



公众号图文消息页-
视频贴片广告-推广品牌活动



自定义H5详情页



小程序落地页



原生推广页

视频贴片广告 · 类目推广能力 – 收集销售线索

广告样式

- 5s 图片
- 支持关闭



- 6s 视频
- 不支持关闭



- 15s 视频
- 5s后可关闭



注：若为小程序落地页，广告样式右下角会带有小程序 icon

操作流程

- 点击“了解详情”按钮，跳转自定义H5或小程序落地页或原生推广页



公众号图文消息页-
视频贴片广告-收集销售线索



自定义H5详情页



微信小程序落地页



原生推广页

视频贴片广告 · 类目推广能力 – 推广我的小游戏

广告样式

- 5s 图片
- 支持关闭



- 6s 视频
- 不支持关闭



- 15s 视频
- 5s后可关闭



操作流程

- 点击图片跳转至小游戏落地页或原生推广页



公众号图文消息页-
视频贴片广告- 推广我的小游戏



小游戏落地页



原生推广页

视频贴片广告·定向能力 – 基础定向



地域

支持按城市、行政区、
商圈定向

*地域定向数据来源于用户
近一个月的常用地点信息



性别年龄

支持按性别、14-60
岁具体年龄定向



手机

支持按手机系统（iOS、
Android）定向，支持
按Wi-Fi、4G、3G、
2G等联网环境定向

支持手机品牌、型号、
价格定向



婚恋情况

支持按用户当前婚恋状
态定向，包含单身、新
婚、已婚、育儿



学历

支持按用户最高学历水
平定向，包含博士、硕
士、本科、高中、初中、
小学

视频贴片广告·定向能力 – 兴趣定向

■ 商业兴趣标签定向

来源于腾讯产品用户行为路径大数据分析定义的标签

- 18 个一级标签

教育、旅游、金融、汽车、房产、家居、服饰鞋帽箱包、餐饮美食、生活服务、商务服务、美容、互联网/电子产品、体育运动、医疗健康、孕产育儿、游戏、政法、娱乐休闲

- 124 个二级标签

对应18个一级标签，总共下分124个精细化定向标签

- 52 个三级标签

对应124个二级标签，总共下分52个精细化定向标签

■ APP 兴趣标签定向

来源于应用宝等腾讯产品用户行为路径大数据分析定义的标签

- 10 个游戏标签

策略、养成、经营建设、角色扮演、PK竞技、休闲益智、音乐节奏、棋牌卡牌、体育、射击

- 28 个非游戏标签

工具、社交、生活、娱乐四大类，28个小类

视频贴片广告 · 定向能力 – 再营销

持续影响真正对你感兴趣的用戶

- 当前关注你公众号的粉丝及最近一个月内取消关注你公众号的粉丝
- 当前已安装你应用的用户（仅支持 Android应用）
- 最近1年曾领取微信广告卡券的用户
- 最近1年对你的微信广告感兴趣的用戶（包括公众号与朋友圈广告位，点击广告、广告详情页、对朋友圈广告点赞或发表正面评论行为用户）

再营销 ?

☐ 不启用 ☒ 自定义

向与你的业务有过关联的用户投放广告

☐ 已关注你的公众号

☐ 曾领取你的微信卡券

☐ 曾对你的微信广告感兴趣

排除营销 ?

☐ 不启用 ☒ 自定义

排除与你的业务有过关联的用户

☐ 已关注你的公众号

☐ 曾领取你的微信卡券

☐ 曾对你的微信广告感兴趣

视频贴片广告·购买方式



竞价购买

- 按 CPM 扣费，实际扣费与广告出价和广告质量有关
- 流量按广告竞争力分配，广告竞争力公式如下：



广告出价

自由竞价，最低
出价为10元/CPM
每日预算需 > 200元



广告质量

广告质量主要
取决于广告点击率



排期购买

- 支持预定未来 1-28 天内流量，按 CPM 扣费，优先保量
- 按城市阶梯定价：核心/重点/普通（25元/20元/15元）

核心城市：包含北京和上海；

重点城市：包含广州，成都，深圳，杭州，武汉，苏州，重庆，南京，天津，
西安，沈阳，长沙，青岛，宁波，郑州，大连，厦门，济南，哈尔滨，福州
20个高活跃城市；

普通城市：包含除以上22个城市之外的其他城市。

4

互选广告

互选广告 · 广告位置 & 类目推广能力



广告位置：

微信公众号互选广告，是广告主和流量主通过微信广告平台双向互选、自由达成广告合作的一种投放模式，广告创意呈现在公众号文章内。

类目推广能力：



推广我的公众号

推广订阅号 及 服务号



推广品牌活动

品牌宣传 或 活动推广



推广我的小游戏

推广小游戏

互选广告·类目推广能力 – 推广我的公众号

广告样式

1. 图片



2. 视频



操作流程

- 点击广告图片/广告主头像/名称/“了解公众号”按钮，跳转至公众号历史消息页或原生推广页
- 点击“提供的广告”跳转至“关于广告”说明页，该页介绍说明广告的出现原因，并支持用户为这条广告点赞



公众号图文消息页
-互选广告-推广我的公众号

公众号历史消息页

原生推广页

“关于广告”说明页

互选广告·类目推广能力 – 推广品牌活动

广告样式

1. 图片



2. 视频



操作流程

- 点击广告图片/广告主头像/名称/“查看详情”按钮，跳转自定义H5详情页或原生推广页
- 点击“提供的广告”跳转至“关于广告”说明页，该页介绍说明广告的出现原因，并支持用户为这条广告点赞



公众号图文消息页
-互选广告-推广品牌活动



自定义H5详情页



原生推广页



“关于广告”说明页

互选广告·类目推广能力 – 推广我的小游戏

广告样式

1. 图片



2. 视频



操作流程

- 点击广告图片/广告主头像/名称/“查看详情”按钮，跳转小游戏落地页或原生推广页
- 点击“提供的广告”跳转至“关于广告”说明页，该页介绍说明广告的出现原因，并支持用户为这条广告点赞



公众号图文消息页
-互选广告-推广我的小游戏



小游戏落地页



原生推广页



“关于广告”说明页

互选广告 · 收费策略 & 合作模式

根据与流量主的合作深度，
你可以选择两种合作模式：

A. 广告推荐

B. 内容定制

互选广告按文章收费，文章价格
由流量主自主决定。



模式A：广告推荐

流量主在文章末尾植入广告推荐

- **承诺曝光量：**
上线后 7 天内未达到承诺曝光量则按比例扣费
- **广告宣传语：**
广告主可提供本次推广的品牌标语、口号或想要传递的关键信息，宣传语将作为文章内容的一部分放置在广告图片上方；文章主题及内容无需与广告强相关。

✦ 支持自助投放



模式B：内容定制

文章主题、内容等均可为广告主定制

- **不承诺曝光：**
品牌可在文章内有多次露出，不承诺广告曝光量
- **主题&内容定制：**
流量主将结合粉丝喜好为广告主提供内容定制服务；广告主可获得流量主的联系方式，双方可就内容合作的具体需求进行沟通和协商；文章内容经广告主审稿确认后才能发布。

✦ 支持自助投放

互选广告 · 产品优势



1 / 人群触达

聚焦具体的公众号投放, 精准触达粉丝群体

2 / 创意支持

不同类型的流量主依据粉丝喜好, 提供创意支持

3 / 粉丝号召

充分利用流量主的粉丝号召力, 对品牌及活动进行背书

4 / 社群互动

文后评论区域引导舆论, 互动营销、扩大声量

互选广告·平台优势



更佳表现能力

标准卡片样式，点击直接跳转，
帮助提升广告效果



全方位数据服务

官方数据支持，投放前智能推荐、
投放中实时监控、投放后深入洞察，
安全、可靠、可衡量



高效交易流程

流量主经过全面评估，合作流程标
准化、线上化，帮助广告主便捷触
达大量优质公众号

5 文中广告

文中广告 · 广告位置 & 类目推广能力



广告位置：

微信公众号文中广告，出现在公众号文章内容中，具体展现位置由流量主决定。

类目推广能力：



推广我的公众号

推广订阅号 及 服务号



推广我的应用

推广安卓 或 iOS 移动应用



推广品牌活动

品牌宣传 或 活动推广



收集销售线索

收集意向客户商机



推广我的商品

推广商品 或 线上商城



推广我的小游戏

推广小游戏

文中广告 · 类目推广能力 – 推广品牌活动

广告样式

1. 图片



注：若为小程序落地页，广告样式右下角会带小程序 icon

操作流程

- 点击图片跳转至自定义H5详情页或小程序落地页或原生推广页



公众号图文消息页



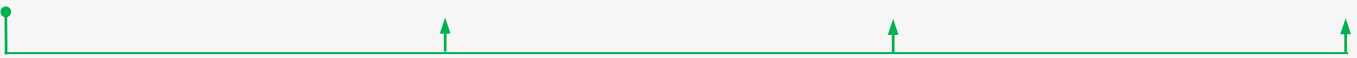
微信小程序落地页



原生推广页



自定义H5详情页



文中广告 · 类目推广能力 – 收集销售线索

广告样式

1. 图片



注：若为小程序落地页，广告样式右下角会带小程序 icon

操作流程

- 点击图片跳转至自定义H5详情页或小程序落地页或原生推广页



公众号图文消息页



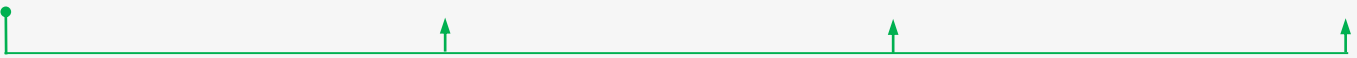
自定义H5详情页



微信小程序落地页



原生推广页



文中广告 · 类目推广能力 – 推广我的商品

广告样式

1. 图片



注：若为小程序落地页，广告样式右下角会带小程序 icon

操作流程

- 点击图片跳转至自定义H5详情页或小程序落地页或原生推广页



公众号图文消息页



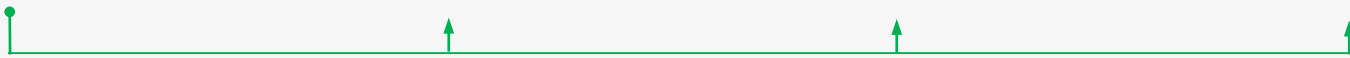
微信小程序落地页



原生推广页



自定义H5详情页/枫叶落地页



文中广告 · 类目推广能力 – 推广我的应用

广告样式

1. 图片

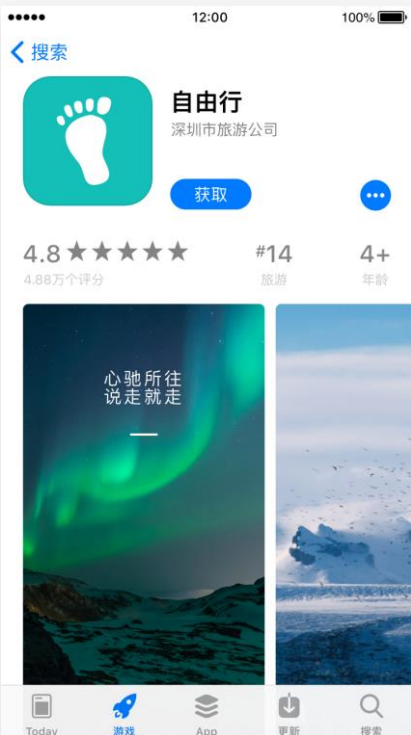


操作流程

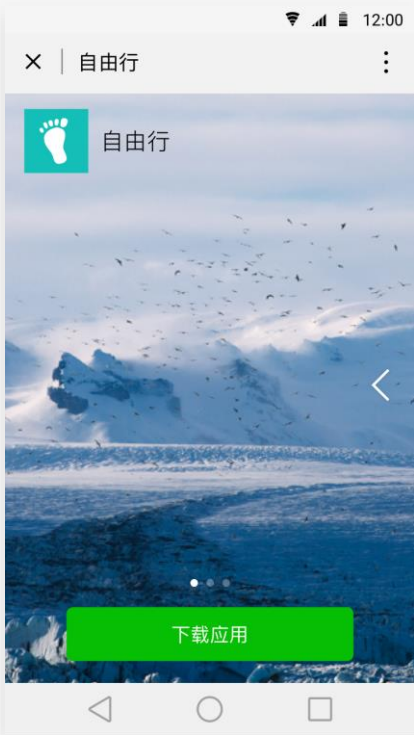
- iOS：点击卡片任意区域跳转 App Store 应用下载页或原生推广页
- Android：点击下载按钮，弹出确认框，确认后开始下载；点击非按钮区域，跳转应用下载页或原生推广页



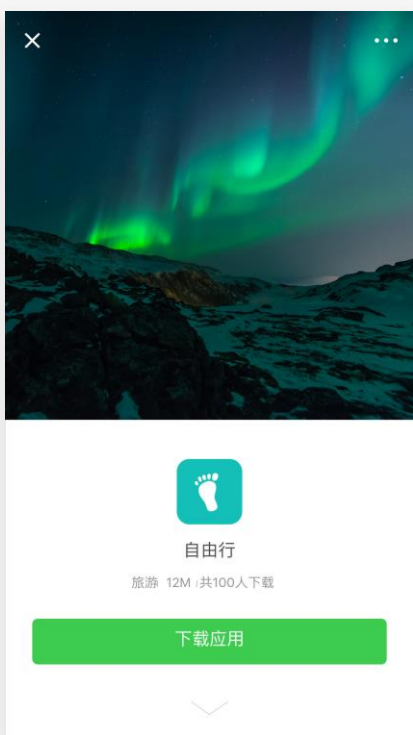
公众号图文消息页-推广我的应用



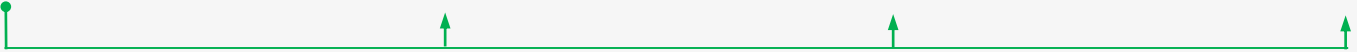
App Store 应用下载页



Android 应用下载页



原生推广页



文中广告·类目推广能力 – 推广我的公众号

广告样式

1. 图片



操作流程

- 点击关注按钮，弹出确认框，点击“关注”完成关注闭环
- 点击关注卡片非按钮区域，跳转公众号历史消息页



公众号图文消息页 - 推广我的公众号



确认关注弹窗



公众号历史消息页

文中广告·类目推广能力 – 推广我的小游戏

广告样式

1. 图片



操作流程

- 点击图片跳转至小游戏落地页或原生推广页



公众号图文消息页 – 推广我的小游戏



小游戏落地页



原生推广页

文中广告·定向能力 – 基础定向



地域

支持按城市、行政区、
商圈定向

*地域定向数据来源于用户
近一个月的常用地点信息



性别年龄

支持按性别、14-60
岁具体年龄定向



手机

支持按手机系统 (iOS、
Android) 定向，支持按
Wi-Fi、4G、3G、2G等
联网环境定向
支持手机品牌、型号、
价格定向



婚恋情况

支持按用户当前婚恋状
态定向，包含单身、新
婚、已婚、育儿



学历

支持按用户最高学历水
平定向，包含博士、硕
士、本科、高中、初中、
小学

文中广告·定向能力 – 兴趣定向

■ 商业兴趣标签定向

来源于腾讯产品用户行为路径大数据分析定义的标签

- 18 个一级标签

教育、旅游、金融、汽车、房产、家居、服饰鞋帽箱包、餐饮美食、生活服务、商务服务、美容、互联网、电子产品、体育运动、医疗健康、孕产育儿、游戏、政法、娱乐休闲

- 124 个二级标签

对应18个一级标签，总共下分124个精细化定向标签

- 52个三级标签

对应124个二级标签，总共下分52个精细化定向标签

■ APP 兴趣标签定向

来源于应用宝等腾讯产品用户行为路径大数据分析定义的标签

- 10 个游戏标签

策略、养成、经营建设、角色扮演、PK竞技、休闲益智、音乐节奏、棋牌卡牌、体育、射击

- 28 个非游戏标签

工具、社交、生活、娱乐四大类，28个小类

文中广告 · 定向能力 – 再营销

持续影响真正对你感兴趣的用户

- 当前关注你公众号的粉丝及最近一个月内取消关注你公众号的粉丝
- 当前已安装你应用的用户（仅支持 Android应用）
- 最近1年曾领取微信广告卡券的用户
- 最近1年对你的微信广告感兴趣的用户（包括公众号与朋友圈广告位，点击广告、广告详情页、对朋友圈广告点赞或发表正面评论行为用户）

再营销 ?

☐ 不启用 ☒ 自定义

向与你的业务有过关联的用户投放广告

☐ 已关注你的公众号

☐ 曾领取你的微信卡券

☐ 曾对你的微信广告感兴趣

排除营销 ?

☐ 不启用 ☒ 自定义

排除与你的业务有过关联的用户

☐ 已关注你的公众号

☐ 曾领取你的微信卡券

☐ 曾对你的微信广告感兴趣

文中广告 · 定向能力 – 自定义人群

帮助广告主精准触达定向人群和排除特定人群

广告主可使用自定义人群定向功能进行精准的广告投放。具体使用方法为：

- 广告主在MP投放端的“人群管理”界面内上传号码文件，并等待号码文件生效，从而创建自定义人群。
- 创建广告时使用自定义人群定向功能，并选择“定向人群”或“排除人群”，从而使用号码文件进行精准投放。

自定义人群 ☐ 不启用 ☒ 自定义

定向人群

[选择人群](#)

排除人群

[选择人群](#)

文中广告 · 购买方式



竞价购买

- 按 **CPC 扣费**，实际扣费与广告出价和广告质量有关
- 流量按广告竞争力分配，广告竞争力公式如下：



广告出价

自由竞价，最低
出价为0.5元/点击

×



广告质量

广告质量主要
取决于广告点击率

文中广告 · 数据投放能力 – 智能优化oCPA



设定优化目标

根据实际推广需求，选择相应的优化目标



根据优化目标，设定出价

选择优化目标和 oCPA出价方式后，设定对应优化目标的出价



按点击次数收费

广告系统根据您的优化目标和愿意为每一次优化目标达成支付的出价，智能优化，实时竞拍，尽量触达符合您目标的用户。
oCPA和 竞价CPC 收费方式一样，仍然按点击次数收费。

推广目标	优化目标
推广我的应用（ iOS ）	获得更多激活量
推广我的应用（ Android ）	获得更多激活量
推广我的商品	获得更多下单量
推广我的公众号	获得更多关注量

截至2018年9月，公众号文中广告oCPA支持的优化目标。
更多公众号文中广告oCPA产品介绍及操作指引请点击[官网](#)查看。

附 新版定向能力介绍

附：新版定向功能介绍 – 行为定向与兴趣爱好定向：四大升级

数据类型拆分

拆分为行为、兴趣爱好、需求三种数据类型

- 原商业兴趣数据类型仅一种表达方式，较为单一，综合考虑品牌和效果广告主的多元化需求后将数据类型拆分为三种，更好的表达用户短期、中期、长期的不同类型的诉求点
- 数据更新周期由最近三个月延长为最近一年，并动态按天更新

类目体系扩展

重构与细化已有类目标签体系

- 整体类目层级由三级拓展为四级，极大的细化了标签的颗粒度
- 根据三种数据类型，设计特有的类目体系
- 关键词与类目都属于标签，只是颗粒度不同，亦同时能够支持上述三种数据类型

丰富行为场景

除APP行为外，新增电商、资讯两大行为场景

- 引入40+个腾讯内部用户数据源，按场景进行划分为场景
- 提供时间窗*行为场景*强度组合式圈定人群产品交互形式

优化数据应用逻辑

行为与兴趣爱好标签可取并集，与其它定向取交集

- 通过定向入口的整合，实现多种数据类型标签默认逻辑可取并集，大大降低广告创建成本

当前的定向能力即将全面升级为新版定向功能，目前灰度测试中，敬请期待！

附：新版定向功能 - 行为定向与兴趣爱好定向：更多、更精细的类目



附：新版定向功能 - 行为定向与兴趣爱好定向：更多、更精细的类目

■ 行为定向

来源于腾讯用户产品矩阵，经大数据分析定义的标签，
强调用户曾经展现过行为

- 18 个一级标签

教育、旅游、金融、交通、房产、家居、服饰鞋帽箱包、餐饮美食、生活服务、商务服务、美容/个护、互联网/电子产品、体育运动、医疗健康、孕产育儿、游戏、娱乐休闲、新闻资讯

- 155 个二级标签

对应18个一级标签，总共下分155个精细化定向标签

- 363 个三级标签

对应155个二级标签，总共下分363个精细化定向标签

■ 兴趣爱好定向

来源于腾讯用户产品矩阵，经大数据分析行为的标签，
强调长期稳定且愿意花费成本的兴趣爱好

- 12 个一级标签

旅游、交通、家居、餐饮美食、生活服务、美容/个护、互联网/电子产品、体育运动、医疗健康、游戏、娱乐休闲、新闻资讯

- 58 个二级标签

对应18个一级标签，总共下分58个精细化定向标签

- 115 个三级标签

对应58个二级标签，总共下分115个精细化定向标签

附：新版定向功能 – MP 投放端定向界面介绍

兴趣定向界面

兴趣行为 ?

兴趣行为新功能已上线，如需使用原兴趣功能请返回 [旧版兴趣功能](#)

已选标签区

兴趣 已选5项

清空

烹饪/菜谱 × 减肥瘦身 × 体育运动 ×

音乐类游戏 × 摄影摄像 ×

行为 已选5项

清空

中小学教育 × 境外游 × 汽车服务 ×

房产交易 × 宝马 ×

行为场景:资讯 行为时效:30天 行为强度:高 修改

标签推荐结果

根据所选结果，推荐选择：

×

摄像 专业摄影摄像 摄像摄影 专业摄影 相机摄影

单反摄像机 摄影摄像机 单反相机摄影 婚礼摄像

婚礼摄影摄像

搜索标签区

输入关键词精准投放，如“摄影爱好者”

☰

列表选择标签区

兴趣 行为

模拟经营 ☐

养成 ☐

音乐类游戏 ☒

格斗游戏 ☐

冒险 ☐

行为定向界面

兴趣行为 ?

兴趣行为新功能已上线，如需使用原兴趣功能请返回 [旧版兴趣功能](#)

已选标签区

行为 已选5项

清空

中小学教育 × 境外游 × 汽车服务 ×

房产交易 × 宝马 ×

行为场景:资讯 行为时效:30天 行为强度:高 修改

★行为属性设置

行为场景:资讯 行为时效:30天 行为强度:高 修改

标签推荐结果

根据所选结果，推荐选择：

×

奔驰 宝马3系 高档车 宝马3 保时捷 宝马5 宝马5系 路虎

进口宝马 奔驰宝马

搜索标签区

输入关键词精准投放，如“摄影爱好者”

☰

列表选择标签区

兴趣 行为

▶ 旅游 ☐

▼ 房产 ☐

▼ 房产交易 ☒

普通住宅交易 ☒

▶ 房屋租赁 ☐

★MP投放端默认场景“不限”（APP、电商、资讯行为场景只能单选）、行为时效“30天”、行为强度“不限”

更多微信广告开放政策与投放操作指引，请访问官网了解

- 微信广告开放行业 [点击访问](#)
- 朋友圈广告投放操作指引 [点击访问](#)
- 公众号广告投放操作指引 [点击访问](#)
- 微信广告服务商系统介绍 [点击访问](#)
- 微信广告优秀案例 [点击访问](#)



关注 “微信广告助手”

扫一扫，马上关注

随时随地了解最新资讯，在线客服解答各种问题

广告，也可以是生活的一部分。