



# — 计算广告实务-广告投放



# Contents

- ✓ 背景洞察
- ✓ 营销拆解
- ✓ 投放策略
- ✓ 创意
- ✓ 投放过程记录
- ✓ 数据反馈
- ✓ 总结与思考



Part one  
背景洞察



## 一、选择口罩作为对象的原因



在疫情防控下  
有**硬性需求**



**好看!!!**



**价格中等，**  
口罩单价也还  
算可以接受



在布置作业前  
组内的半数成员就产生  
了想买中传口罩的  
想法，推己及人：

## 二、产品分析

性质：根据“中传 口罩”进行拆解



(淘宝搜索“一次性口罩”销量榜前四的价格)

“中传”：最大特点和优势所在！

◆ CUC、中国传媒大学标志→学校归属感、对CUC心向往之

“口罩”：

◆ 实用性（功能）

⑩ 疫情形势下的防护

⑩ 冬季御寒

◆ 美观性

⑩ 多彩颜色、美丽外观

优势

◆ 价格贵

正常一次性口罩的单价为0.2元左右（以淘宝销量前三的平均值为准），销量第一在双十一期间促销的单价甚至能达到0.15元，而CUC口罩单价为0.9元，是普通口罩的4~6倍。

劣势

由于关于口罩的广告不太多，所以我们参考了同平台/其他平台对于类似信息流广告的投放：

## 三、投放借鉴



微信：



全幅系列，均为视频，无文案有评论；均有代言人出现，目的为品牌推广



微信:



乐高旗舰店  
双11预售 狂欢开启  
预售低至8折

广告



查看详情

10分钟前

常规多图形式，图片，有文案无评论，由呈现页面转向推广落地页和商品详情页；目的为促销，和我们的目的契合！





微信:

猎聘 广告



**大学生求职就上猎聘**  
职位多 | 薪资高 | 待遇好 | 入职快

猎聘-进名企大厂, 拿高薪!  
名企直招, 月薪2W起!

学生专属 校园招聘 海量岗位

7小时前



安卓

应用名称:猎聘 | 应用版本:5.39.1 | 开发者:同道精英(天津)信息技术有限公司 | 权限详情 | 隐私协议



**学生求职找工作 就用猎聘**

薪资高 / 待遇好 / 晋升快 / 下班早

**联通软件研究院**  
China Unicom 中国联通  
通信设备 | 2000-5000人

五险一金 技能培训 带薪年假 绩效奖金

交互设计岗	12~15k
运营维护岗	20~35k
大数据开发岗	21~35k

猎聘 115.39M  
毕业求职认准猎聘, 活跃招聘方在... **下载**

卡片形式, 图片, 文案位于卡片中图片下, 由呈现页面转向推广落地页和商品详情页; 目的为转化下载, 若改为跳转至落地推广页或商品详情页应该也可以实现促销



QQ:

肯德基宅急送

广告...

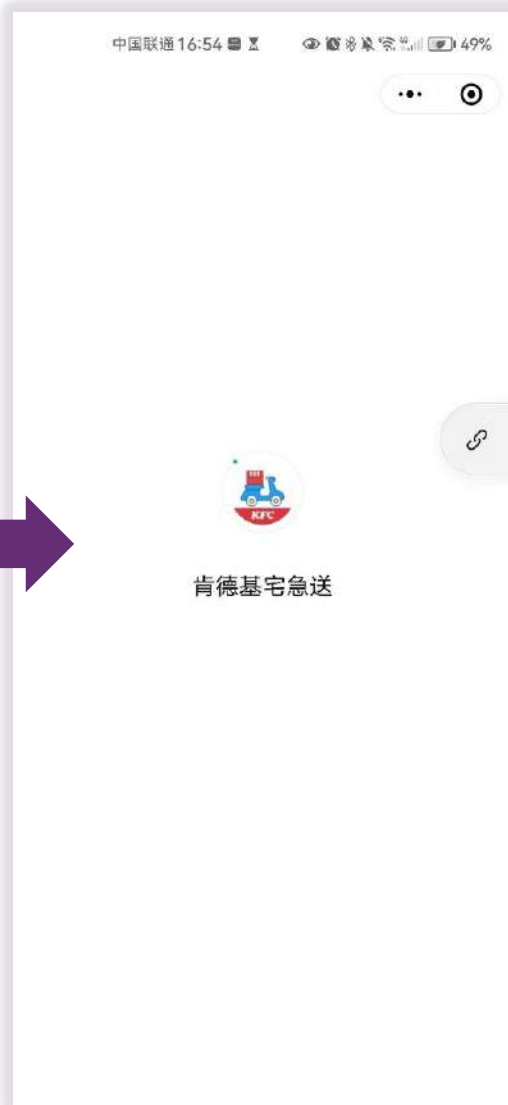
肯德基宅急送WOW桶游戏季



8折买桶得极品皮肤

立即订餐 >

外观类似微信的卡片形式，目的为促销；点击后跳转至微信小程序，分析可能与支付方式有关（QQ钱包vs微信支付）



点击后直接出现QQ落地页，目的为转化下载。





微博:



&

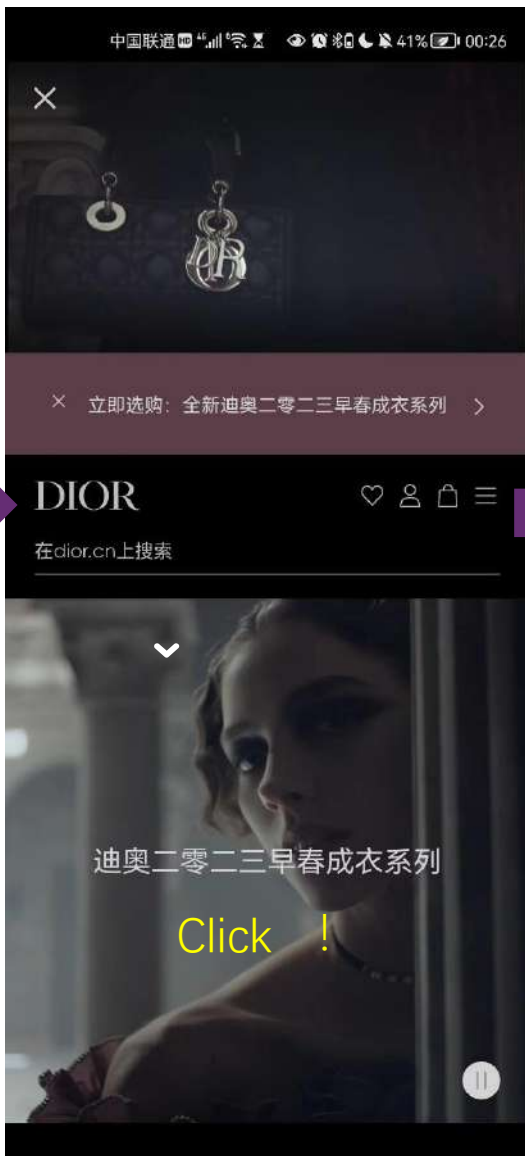


注: 右一右二为同一个页面, 因为画面太长所以进行了前后的分别截图

点击后跳转至微博落地页, 可以直接进行在线试玩, 目的为转化



# 微博：



点击后跳转至微博落地页（该页面非常复杂），但是点击各个系列仍可查看商品直接购买，从呈现页面也可看出主要目的为促销



## 今日头条：（一个令人刷广告刷到头秃也刷不到的软件）



今日头条绝大多数的广告都是类似营销号的个人账号在发布，很少看到有官方投放的广告

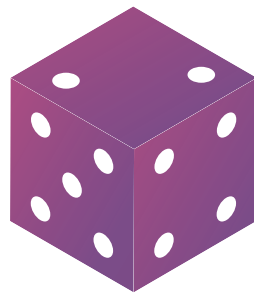
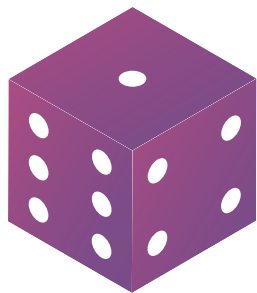


点击后跳转到京东APP的落地页，目的为促销

## 投放借鉴总结

微信朋友圈广告呈现时主要分为常规、卡片和全幅三种形式，不过其中**常规（单、多图）或卡片形式较为契合我们产品促销的广告目的**，全幅形式更偏向于品牌推广，所以可以考虑采用上述两种形式。

同时朋友圈广告还有**评论功能**，互动性强，可以增加广告吸引度，可以参考。



刷到的产品促销类广告跳转后几乎都有落地页，接着从落地页跳转至具体的商城或是直接在落地页提供购买服务。

落地页特点：

**放大广告最突出的吸引点!!!**

感性诉求or理性诉求？

注：**需与商品详情页有所区分**



# Part two

# 营销拆解



# 产品售卖现状及生命周期分析

## 产品属性

口罩，由于近些年疫情防控的常态化，已经成为了人们不可或缺的用品之一，其产品商业属性上类似低成本快消日用品，人均日消耗量约为1~3只。

高校文创产品，其商业变现模式更多是瞄准了高校文化标签之于产品的价值赋能增值，以校园归属感拉拢与学校相关的受众群体。

## 产品利润

相当可观，按照我国对于医用口罩严格的出厂价格（0.09元/件）以及定制加工折成本约为0.15-0.20元左右，中传创品单只0.9元的价格有高达80%左右的毛利率。

内容	材料名称	耗材量	单位	单价 (元/吨)	成本 (元/只)	备注
原材料成本	PP无纺布	1.00	只/克	12800	0.0128	PP用无纺布。包括内层和外层无纺布总计重量
	过滤用的熔喷布	0.50	只/克	29000	0.0145	中间过滤层成本，从之前的1.8万元/吨上涨至目前2.9万元/吨
	橡胶皮筋	0.20	只/克	13000	0.0026	3M品牌市场报价，数据来自阿里巴巴
	铝塑条	0.30	只/克	24400	0.0073	按照氯化铝成本计算
	塑料包装袋	1.80	只/克	7500	0.0135	1只/包包装规格，按照PP包装材料成本计算
加工成本	-	-	-	-	0.0054	包括水、电、人工等加工成本
消毒及检查成本	-	-	-	-	0.0072	包括口罩消毒和检查成本
销售成本	-	-	-	-	0.0063	按照销售提成2%计算
生产利润和品牌建设成本	-	-	-	-	0.0162	作为生产利润和品牌建设成本计算
总计成本					0.0858	



## 产品销量

中传创品的口罩的销量相对于同店其他产品而言最为突出，并且每月月销量维持增长和稳定状态，是中传创品的明星产品。

在我们对于身边同学及老师的调查访谈中，中国传媒大学相关的师生对于中传创品中所售卖的口罩系列知晓率相当高，部分师生也有一定的购买意愿，其中重要原因是中传创品的口罩在每年中国传媒大学开学典礼之际，会分发至各个新生班级供新生于开学典礼时佩戴。

## 产品购买

从客户新旧成分来分析，购买中传创品口罩的客户分为，新客（每年中国传媒大学本科、研究生新生）、老客（中国传媒大学中高年级学生、老师、教职工等），同时也存在老客带新客的购买情况存在。



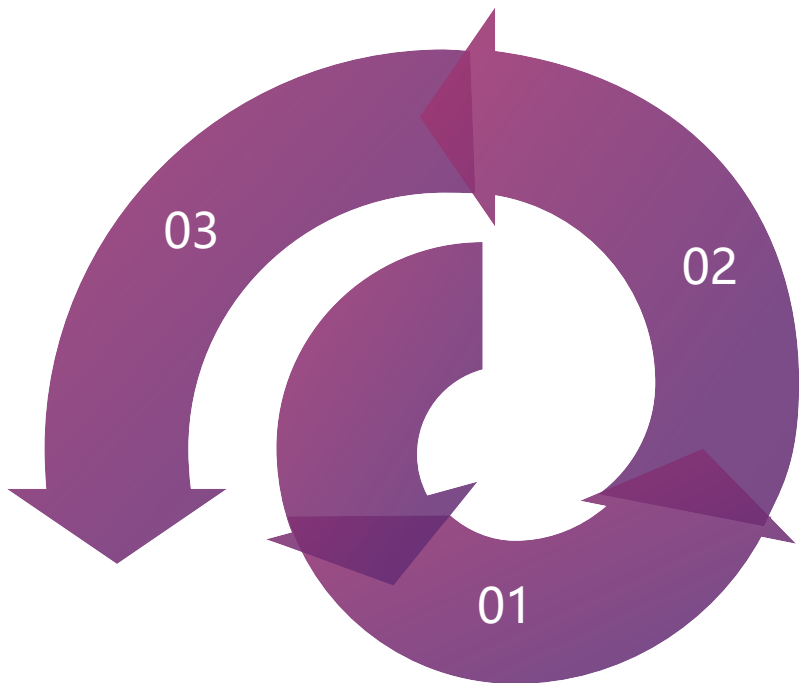
## 产品售卖现状及生命周期分析



**其他因素：**针对中国传媒大学校内师生，由于中传创品的线下实体店位于校内，客户购买的便捷性也对口罩的销量起到一定影响。



综上所述，中传创品的口罩系列从产品的生命周期而言已经进入了成熟期，此时广告投放的目标除了拉新之外，促活和留存也成为需要被重点关注的目标，广告投放预算也需要按照周期变化相应的调整。



# 01

## 产品现存问题:

尽管中传创品的口罩系列在其店内销售情况的纵向比较下已经十分优异，但放眼口罩市场横向比较而言，依旧有很大的改善空间。

首先，除开中传创品口罩，校内师生对于日常口罩的购买使用渠道主要为：网购、中蓝超市、星光超市等便利商店购买。中传创品口罩系列在低强度产品广告的背景下，其相较而言更为高昂的价格，很难使其处于非特定时间（新生开学、返校宣讲之际等）时在主要购买人群心目中有着较高的同类产品购买比重，常态销售量与营销量并不算好。

# 02

## 投放改善目标:

- 1.希望对于中传创品口罩的广告投放，给其带来更多的意向用户。
- 2.希望（无论是处于纪念性还是实用性）已经购买过和已经使用中传创品口罩的老客户，通过二次营销最终转化为本产品的实际购买客户。
- 3.希望通过广告投放清理该口罩系列仓库旧品累计库存，从而促进中传创品对于新款口罩系列的制作落地。



# Part three 投放策略



## 目标受众



1. 中传在校生及毕业校友



2. 中传教职工



3. 中传其他工作人员



4. 想考中传的高中生



5. 中传明星/网红学生的粉丝



年龄：14—55周岁

学历：博士，硕士，本科，专科，高中

联网方式：Wifi,5G,4G





对于第一类目标受众，我们考虑到中传教职工也可能居住在朝阳区的其他区域，以及距离中传较近房价较低的通州区。所以我们最终划定中国传媒大学附近2公里，以及朝阳区，通州区为投放区域。

对于第二类目标受众，因海淀区高中较为集中，故选定海淀区为投放区域。

对于第三类目标受众，因中传明星/网红粉丝分布较为分散，分布在全国各地，故没有明确目标投放区域。



北京市海淀区，朝阳区，通州区，以及中国传媒大学附近2公里。

预估单日最大覆盖人群 ?

4,316,160 人

预估单日最大曝光量 ?

16,206,848 次

已选版位

微信朋友圈

已选定向：

地理位置：（常住）朝阳区、海淀区...

年龄：14至55岁

学历：博士、硕士、本科、高中

联网方式：Wifi、5G、4G

排除已转化用户：同商品

智能定向：已开启，不可突破定向：无



# Part four

## 创意





## 方案一：口罩与小人

- ⑩ 【小小日记】周五 天气晴 | 今天又见到口罩君啦! (^v^)<sup>3</sup>

1



## 方案二：“罩日”系列

- ⑩ 中传口罩祝福您——“罩”日上岸”  
“罩”日脱单”“罩”日暴富!!
- ⑩ 这个冬天 请“罩”顾好自己(^3^)

2



## 方案三：种草姬

- ⑩ 没想到戴中传口罩拍照也能这么出片(^3^)
- ⑩ 中传口罩好显白啊! 狠狠爱住了!!
- ⑩ 口罩也可以很好看呀! 潮牌口罩上脸真的太好看了!

3

# 方案一：口罩与小人

1

## 校园元素

2

## 独特视角

### 【CUC 奇幻冒险之旅】

各位小白杨们，快戴上中传口罩，一起加入 CUC 奇幻冒险之旅吧！

所有关于校园的元素，都要实拍。包括教学楼等建筑物，风景，“图书馆”等字。口罩用 CUC 口罩。小人要手绘。

风格：暖色系，风格明亮活泼，小人简约结构风，绘画与实景相融合，形成碰撞感。

问题：建筑物全景会不会很难拍出来。口罩在地上的比较好拍，如果需要口罩在空中的话，怎么固定口罩，是否容易把无关元素 P 掉。

1. 图书馆：口罩作为飞毯，上面坐着小人。

文案：在秋天的暖阳下，戴着 CUC 口罩，一起去图书馆学习吧！



2. 钢琴湖/明德湖：口罩作为小船，上面有小人划船。拍琴键和湖。

文案：戴着 CUC 口罩，与我穿过晚秋的红叶，一起欣赏钢琴湖之美吧！（手机里没有钢琴湖的湖面照片）最好把琴键和湖面都拍到。

3. 明德湖石头景观观可以做瀑布。小人在口罩上冲浪/漂流。每一个值得纪念的时刻，都有 CUC 口罩陪你度过。



4. 广告博物馆：AD 小人趴在上面，从 D 的里面滑下去。

（手机里没有照片）

5. 操场：操场顶棚，小人拿着口罩降落伞。

每一个追逐梦想的时刻，都有 CUC 口罩陪你度过。

6. 操场草地：口罩放在草地上，画出足球场的形状，小人在上面踢球，打羽毛球。

每一个挥汗如雨的时刻，都有 CUC 口罩陪你度过。



# 方案一：口罩与小人





### 方案一：口罩与小人

- ⑩ 【小小日记】周五 天气晴 | 今天又见到口罩君啦! (^v^)<sup>3</sup>

1



### 方案二：“罩日”系列

- ⑩ 中传口罩祝福您——“罩”日上岸”  
罩”日脱单”“罩”日暴富!!
- ⑩ 这个冬天 请“罩”顾好自己(^3^)

2



### 方案三：种草姬

- ⑩ 没想到戴中传口罩拍照也能这么出片(^3^)
- ⑩ 中传口罩好显白啊! 狠狠爱住了!!
- ⑩ 口罩也可以很好看呀! 潮牌口罩上脸真的太好看了!

3

# 方案二：“罩日”系列

1

谐音祝福

2

跳脱色彩

中国联通 20:23



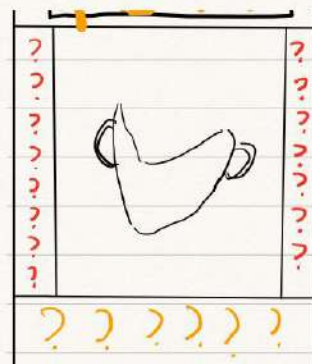
## 罩日xx

风格：孟菲斯风格  
图数：最佳4张 准备8张  
素材需：4种有效的中位口罩例  
背景图 (.png. 透明背景)



例： 一次性的罩日

细节：



评论——写标题型  
细节 { 问号  
双号  
星月  
流星  
魔方  
未知 (包子)

参考图池

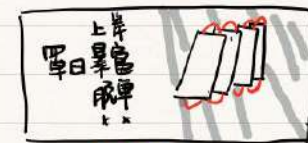


暴富	元宝	牌	玫瑰	上岸	海浪
红黄	猪头(有钱)	物	爱心	蓝	贝壳(虾蟹)
透明	金竹	池	男女个人笑脸		阳光
	红包		箭头(上比下)		白云
	爆竹				海鸥

第四张 罩日???

第四张不写内容.引导中位学生在此条 pug 下

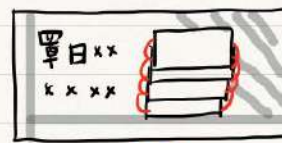
落地设计



9=16

首图 16=9

=送-



1=1

方案二：“罩日”系列





### 方案一：口罩与小人

- ⑩ 【小小日记】周五 天气晴 | 今天又见到口罩君啦! (^v^)<sup>3</sup>

1



### 方案二：“罩日”系列

- ⑩ 中传口罩祝福您——“罩”日上岸”  
“罩”日脱单”“罩”日暴富!!
- ⑩ 这个冬天 请“罩”顾好自己(^3^)

2



### 方案三：种草姬

- ⑩ 没想到戴中传口罩拍照也能这么出片(^3^)
- ⑩ 中传口罩好显白啊! 狠狠爱住了!!
- ⑩ 口罩也可以很好看呀! 潮牌口罩上脸真的太好看了!

3

# 方案三：种草姬

1

## 使用者角度

2

## 原生朋友圈



单人口罩照片 脸部口罩突出,注意色彩环境搭配 参考:浅色(阳光室外,绿色)深色(室内,暖光)

有些图为他拍视角,姿势可以借鉴 能出几张好看的照片就留几张(≥5)

场景可选:餐厅、教学楼(教室、走廊),钢琴湖边树下,图书馆,有阳光的路边……

文案设计参考:

1.小红书搜索“口罩推荐”,结合流程产出图片模仿博主推文准备

总体画风就是从使用者角度出发的种草安利,越像原生朋友圈广告越好。



2.适当增加,如在标题中加入“明星同款”等,不提及川以(川自过办),但标题可吸引眼球。



因为【种草】这一方案的目标消费人群不止局限于中传师生工作人员以及想考中传的人,还想要受众认为cuc的口罩戴着也好看,但是我感觉①②这两款印有“中国传媒大学”的口罩就算拍得再怎么好看也不会有人去买;不过其他三款印的都是“cuc”,很可爱,像颜文字(或者说就是颜文字),我认为受众可能会为了这个颜文字很可爱而买这几款口罩(还有就是我觉得可能外校的人不太会知道中传也叫cuc这件事,我平常在小红书上看到别人在评论区用英文简写评论自己的学校的时候,基本上除了北大清华对外经贸等几个学校大部分我都不认识),所以或许这个方案主要强调的点是“cuc”这个颜文字,风格也可以在上面小红书风格的基础上再萌可爱一些。

还有就是我没记错的话这个方案希望呈现出来的效果是那种朋友圈原生广告的效果?那我感觉可以以plog的形式出现,这样更加“朋友圈化”。然后如果走可爱风的话plog上的字体可以用那些比较可爱的字体,例如↓



### 方案三：种草姬





## 方案一：口罩与小人

- ⑩ 【小小日记】周五 天气晴 | 今天又见到口罩君啦! (^v^)<sup>3</sup>

1



## 方案二：“罩日”系列

- ⑩ 中传口罩祝福您——“罩”日上岸”  
“罩”日脱单”“罩”日暴富! !
- ⑩ 这个冬天 请“罩”顾好自己(^3^)

2



## 方

- ⑩ 没想到出片(
- ⑩ 中传口罩了! !
- ⑩ 口罩也可以很好看呀! 潮牌口罩上脸真的太好看了!

涂天歌 @吴殿义老师 🙄🙄🙄 11月4日 00:22

王琪珞 @吴殿义老师 11月4日 00:24

吴殿义老师 回复涂天歌: 🙄🙄🙄🙄🙄🙄 11月4日 01:13

吴殿义老师 这个文案略..... 11月4日 01:14

3



Part five  
项目执行



# 初 投 放 过 程

效果总览

2022-10-30 至 2022-11-05



曝光量 ▾

272,432

点击量 ▾

3,837

点击率 ▾

1.41%

花费 ▾

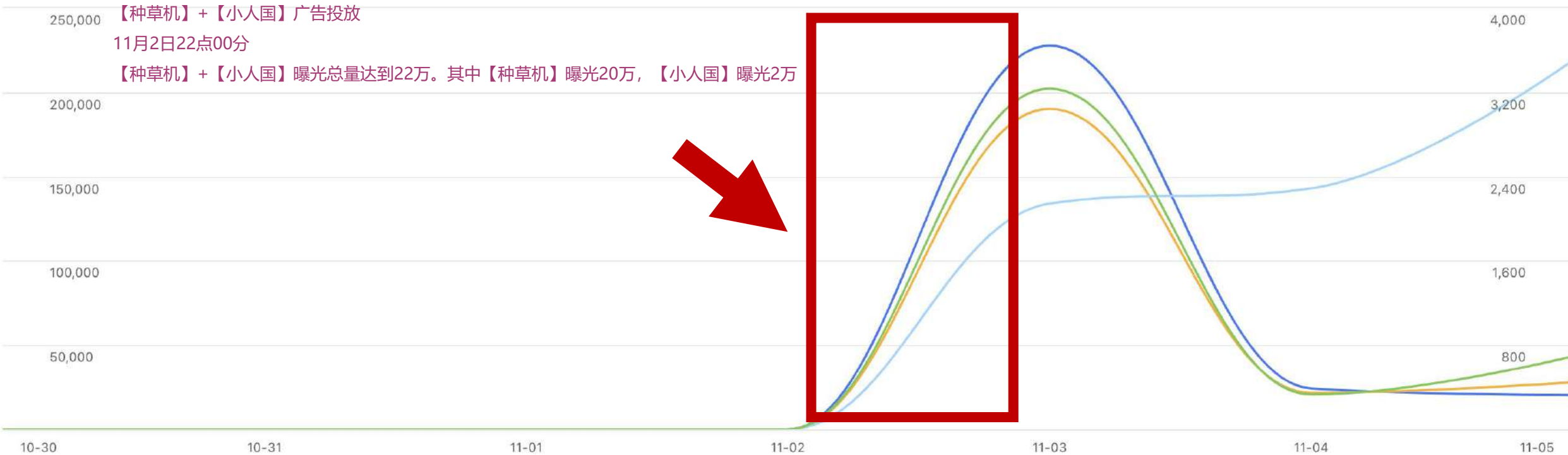
2,129.96

11月2日16点30分

【种草机】+【小人国】广告投放

11月2日22点00分

【种草机】+【小人国】曝光总量达到22万。其中【种草机】曝光20万，【小人国】曝光2万



10-30

10-31

11-01

11-02

11-03

11-04

11-05

## 初投放过程【具体】



### 方案三：种草姬

Synergistically utilize technically sound portals with frictionless chains Synergistically, Synergistically utilize

3

由于素材送审原因，我们首先投放了三组素材中教先投放的主题为【种草机】系列+【小人国】系列

其中包括口罩他拍组合+口罩自拍组合

## 预览图1



朋友都劝我把中传口罩焊在脸上^\_^

落地页预览器

## 种草姬2



没想到戴中传口罩拍照也能这么出片(^3^)

落地页预览器

## 预览图

## 初投放过程【具体】

由于素材送审原因，我们首先投放了三组素材中教先投放的主题为【种草机】系列+【小人国】系列

其中包括口罩他拍组合+口罩自拍组合

## 预览图



【小小日记】周五 天气晴 | 今天又见到口罩君啦! (^v^)\_3



降落伞.jpg



看书.jpg



秋千.jpg



野餐.jpg



帐篷.jpg

### 方案一：小人国

Synergistically utilize technically sound portals with frictionless chains Synergistically, Synergistically utilize

1

# 初投放过程【数据】

## 计算过程

广告名称 小人国1

广告ID 7042943014

状态 投放中

广告形式 商品广告

投放日期 2022-11-03 ~ 2022-11-08

投放时间 08:00~22:00

日预算 不限

广告版位 微信朋友圈

出价策略 稳定拿量

出价 oCPM 200.00元/下单

智能定向 已开启, 不可突破定向: 无

定向 地理位置: (常住) 朝阳区、通州区、海淀区;  
年龄: 14至55岁; 学历: 博士、硕士、本科、专科、高中; 排除已转化用户: 同商品;

衍生开关 未开启

我们广告版位选择的是朋友圈。由于中传文创ip的特殊性, 我们希望在朋友圈刷到朋友圈广告, 并希望对中传感兴趣的潜在用户对广告进行点赞or评论等互动行为

由于我们主要的目标用户为对中国传媒大学感兴趣的大学生or高中生or任课教师辅导员。因此我们的投放时间定为八点到22点, 定向选择的地理位置为北京市的某些区。

通过计算, 我们ocpm应该定为五块多一点点。但为了度过冷启动时期, 我们将ocpm直接提升至200。

30\*0.0134\*0.0130\*1,000 :: 5.226

涂天歌  
按网上卖口罩的价格0.1-0.2左右一只, 咱们就当这个口罩印制花纹啊啥的, 成本高一点, 假设0.3一只, 50只就是15元, 售价45元, 那只要获取用户的成本低于30就可以赚到钱  
 $30 * \text{曝光点击率} * \text{可转化点击率} = \text{盈利}$

涂天歌  
这是把成本外的所有钱都投进去的ocpm 商家角度, 如果想赚点钱的话还可以再低!

# 初投放过程【结果分析】

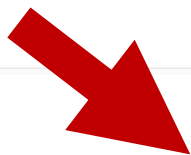
效果总览

2022-10-30 至 2022-11-05



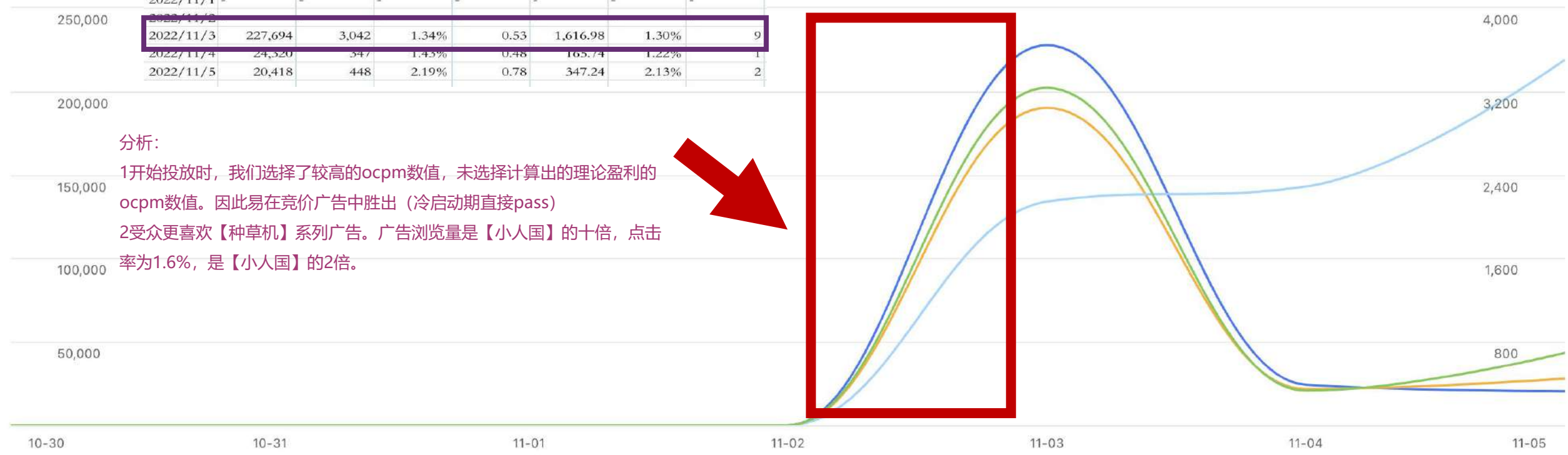
曝光量 ▾	点击量 ▾	点击率 ▾	花费 ▾
272,432	3,837	1.41%	2,129.96

日期	曝光量	点击量	点击率	点击均价	花费	可转化点击	点赞量
#####	-	-	-	-	-	-	-
#####	-	-	-	-	-	-	-
2022/11/1	-	-	-	-	-	-	-
2022/11/2	-	-	-	-	-	-	-
2022/11/3	227,694	3,042	1.34%	0.53	1,616.98	1.30%	9
2022/11/4	24,520	347	1.43%	0.48	165.74	1.22%	1
2022/11/5	20,418	448	2.19%	0.78	347.24	2.13%	2



分析:

1开始投放时, 我们选择了较高的ocpm数值, 未选择计算出的理论盈利的ocpm数值。因此易在竞价广告中胜出(冷启动期直接pass)  
2受众更喜欢【种草机】系列广告。广告浏览量是【小人国】的十倍, 点击率为1.6%, 是【小人国】的2倍。



# 中期投放过程【展示】

效果总览

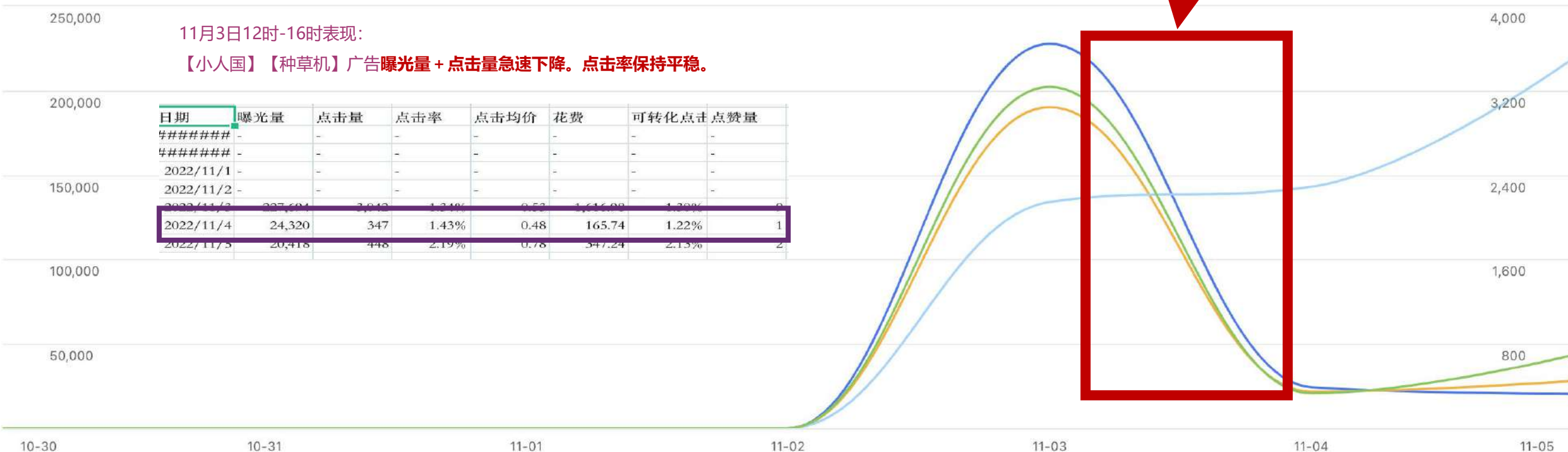
2022-10-30 至 2022-11-05

曝光量 272,432    点击量 3,837    点击率 1.41%    花费 2,129.96

11月3日12时-16时表现:

【小人国】【种草机】广告曝光量 + 点击量急速下降。点击率保持平稳。

日期	曝光量	点击量	点击率	点击均价	花费	可转化点击	点赞量
#####	-	-	-	-	-	-	-
#####	-	-	-	-	-	-	-
2022/11/1	-	-	-	-	-	-	-
2022/11/2	-	-	-	-	-	-	-
2022/11/3	227,604	3,840	1.71%	0.59	1,616.08	1,398%	0
2022/11/4	24,320	347	1.43%	0.48	165.74	1.22%	1
2022/11/5	20,418	448	2.19%	0.78	347.24	2.15%	2



## 中期投放过程【具体 + 分析】

21:50 详情

中传创品 广告

口罩也可以很好看呀！潮牌口罩上脸真的太好看了！



2022年11月3日 23:37

贺欣荣 @涂天歌 2022年11月4日 00:10

贺欣荣 @姚思涵 2022年11月4日 00:10

贺欣荣 @沈雅开 2022年11月4日 00:11

贺欣荣 @慧仁做事慧仁当 2022年11月4日 00:11

贺欣荣 @21计广郝灵儿 2022年11月4日 00:11

# 突破了地理定向

11月3日凌晨0点

发现：我们其中一个组员在自己的朋友圈刷到【种草机】广告  
(也就是我们数据比较好的广告)

操作：由于数据较为客观，以及成员以及刷到投放的广告。因此，我们认为冷启动已经度过，我们将两个广告的ocpm均调整至5.2 (我们计算的可盈利ocpm)

11月3日中午12点

距离投放已经过去20小时，在查看浏览人群的过程中，我们发现浏览人群从我们设定的北京的某些特定区域——变成全国所有地区。

通过求助老师，我们了解到，投放初期系统会自动突破地理定向，因而系统直接拓宽地理定向，将广告投放至全国。



## 后期投放过程【分析】

推广计划ID	推广计划ID	地域	曝光量	点击量	点击率	点击均价	花费
种草姬 7042991372	未知		7,829	148	1.89%	0.24	35.03
种草姬 7042991372	中国未知		174	1	0.57%	0.62	0.62
种草姬 7042991372	国外		17	0	0.00%	0	0.16
种草姬 7042991372	北京市		6,614	185	2.80%	0.87	160.3
种草姬 7042991372	天津市		1,793	44	2.45%	0.44	19.19
种草姬 7042991372	河北省		8,779	145	1.65%	0.34	49.86
种草姬 7042991372	山西省		4,638	72	1.55%	0.4	29.01
种草姬 7042991372	内蒙古自治区		3,636	44	1.21%	0.41	17.98
种草姬 7042991372	辽宁省		4,505	75	1.66%	0.44	32.78
种草姬 7042991372	吉林省		2,680	30	1.12%	0.53	15.75
种草姬 7042991372	黑龙江省		2,836	26	0.92%	0.64	16.61
种草姬 7042991372	上海市		2,684	73	2.72%	0.74	54.04
种草姬 7042991372	江苏省		9,233	171	1.85%	0.64	108.81
种草姬 7042991372	浙江省		11,113	194	1.75%	0.59	
种草姬 7042991372	安徽省		8,866	127	1.43%	0.45	
种草姬 7042991372	福建省		7,612	105	1.38%	0.54	
种草姬 7042991372	江西省		7,157	108	1.51%	0.45	
种草姬 7042991372	山东省		10,686	165	1.54%	0.43	
种草姬 7042991372	河南省		14,303	241	1.68%	0.3	
种草姬 7042991372	湖北省		8,576	145	1.69%	0.54	
种草姬 7042991372	湖南省		11,531	157	1.36%	0.55	
种草姬 7042991372	广东省		24,921	379	1.52%	0.68	
种草姬 7042991372	广西壮族自治区		7,215	72	1.00%	0.59	
种草姬 7042991372	海南省		2,221	38	1.71%	0.47	
种草姬 7042991372	重庆市		2,822	35	1.24%	0.9	
种草姬 7042991372	四川省		12,071	201	1.67%	0.55	
种草姬 7042991372	贵州省		5,645	74	1.31%	0.46	
种草姬 7042991372	云南省		8,228	85	1.03%	0.63	
种草姬 7042991372	西藏自治区		744	2	0.27%	1.05	
种草姬 7042991372	陕西省		9,197	154	1.67%	0.49	
种草姬 7042991372	甘肃省		3,944	60	1.52%	0.39	
种草姬 7042991372	青海省		853	11	1.29%	0.4	4.45
种草姬 7042991372	宁夏回族自治区		1,418	22	1.55%	0.43	9.46
种草姬 7042991372	新疆维吾尔自治区		6,974	101	1.45%	0.3	30.04
推广计划ID	推广计划ID	地域	曝光量	点击量	点击率	点击均价	花费
小人国1 7042941477	未知		4,913	23	0.47%	0.77	17.76
小人国1 7042941477	中国未知		111	1	0.90%	0.54	0.54
小人国1 7042941477	国外		5	0	0.00%	0	0.04
小人国1 7042941477	北京市		209	5	2.39%	0.62	3.1
小人国1 7042941477	天津市		251	1	0.40%	2.6	2.6
小人国1 7042941477	河北省		1,183	10	0.85%	0.73	7.3
小人国1 7042941477	山西省		685	9	1.31%	0.42	3.79
小人国1 7042941477	内蒙古自治区		590	2	0.34%	1.25	2.5
小人国1 7042941477	辽宁省		668	5	0.75%	1.05	5.23
小人国1 7042941477	吉林省		409	1	0.24%	2.43	2.43
小人国1 7042941477	黑龙江省		431	6	1.39%	0.35	2.09
小人国1 7042941477	上海市		198	3	1.52%	1.71	5.12
小人国1 7042941477	江苏省		2,024	16	0.79%	1.17	18.75
小人国1 7042941477	海南省		120	4	3.33%	0.15	0.6
小人国1 7042941477	宁夏回族自治区		241	2	0.83%	0.75	1.5
小人国1 7042941477	新疆维吾尔自治区		1,247	11	0.88%	0.46	5.11
小人国1 7042941477	香港特别行政区		1	0	0.00%	0	0.04



11月4日凌晨0点----今时分析:

**曝光量下降:** 由于我们曾经进行过将ocpm调到极低值后, 再提升ocpm。机器认为我们对ocpm=200的情况感到不满。

**点击率上升:** 由于在全国范围内的曝光情况下, 北京市地区投放的点击率远高于其他地区。开启不可突破的地理定向后, 系统给我们推送的少量流量大多属于北京市, 因而点击率上升。

**花费升高:** 系统对更加精确的定向服务会收取更多的广告费用

# 总投放过程



ocpm: 200元/单

地理定向: 北京市某些区 (可突破)

年龄定向: 无

学历定向: 高中大专本科研究生博士



ocpm: 5.2元/单

地理定向: 不变

年龄定向: 不变

学历定向: 不变



ocpm: 200元/单

地理定向: 北京市某些区 (不可突破)

年龄定向: 不变

学历定向: 不变

1



开始投放

9小时到达流量顶峰

共22w浏览

2



投放中期

9小时-20小时流量下

降

3



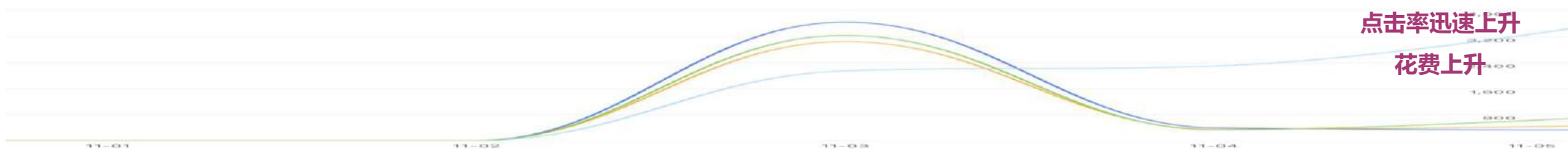
投放后期

20小时-----流量缓缓

上升

点击率迅速上升

花费上升





# Part six

# 数据反馈总结

1 P P T . C O M



## 投放三条广告总体数据比较

**中传创品** 广告

朋友都劝我把中传口罩焊在脸上^\_^



立即购买

**中传创品** 广告

没想到戴中传口罩拍照也能这么出片(^3^)



**中传创品** 广告

【小小日记】周五 天气晴 | 今天又见到口罩君啦! (^v^)\_3



了解更多

2分钟前 最近有70人购买

**中传创品** 广告

中传口罩祝您——“罩”日上岸 “罩”日脱单 “罩”日暴富!!



了解更多

2分钟前

1三组素材均成功投放。

种草机系列曝光量，点击率均高于其他两组，其次为【小人国】系列而【海报】组体现出0曝光的情况

种草机2+3

小人国1

海报2

思考：1种草机系列广告

广告名称	操作	出价	曝光量	点击量	点击率	点击均价	花费
海报2	编辑 复制 更多	oCPM 200.00 元/下单	-	-	-	-	-
种草姬3	编辑 复制 更多	oCPM 200.00 元/下单	-	-	-	-	-
种草姬2	编辑 复制 更多	oCPM 200.00 元/下单	221,452	3,489	1.58%	0.52	1,821.16
种草姬	编辑 复制 更多	oCPM 200.00 元/下单	68	1	1.47%	0.22	0.22
小人国1	编辑 复制 更多	oCPM 5.20 元/下单	50,912	347	0.68%	0.89	308.58

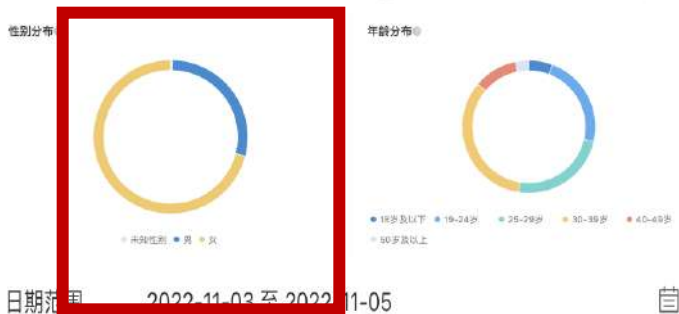


# 有意思的问题

开启地域定向不可突破后

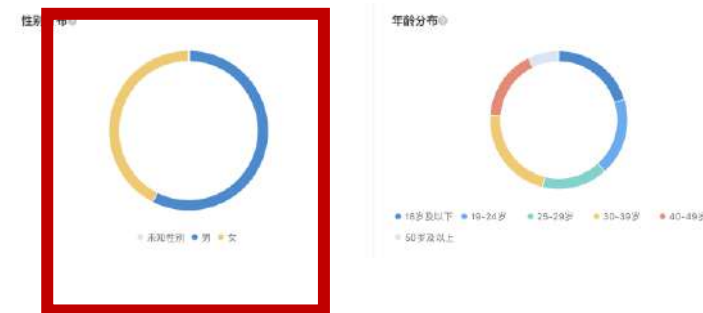


男性受众比例大大升高  
????????  
更多年轻人点击



日期范围 2022-11-03 至 2022-11-05

日期	广告	曝光量	点击量	点击率	点击均价	花费	可转化点击率	点赞量
2022-11-03	种草姬2	178,300	2,743	1.54%	0.48	1,322.48	1.50%	8
2022-11-04	种草姬2	22,744	298	1.31%	0.51	151.45	1.25%	1
2022-11-05	种草姬2	20,408	448	2.20%	0.78	347.23	2.13%	2
总计(3条数据):		221,452	3,489	1.58%	0.52	1,821.16	1.53%	11



日期范围 2022-11-05 至 2022-11-05



THANK YOU