
微信朋友圈广告

招商合作介绍

腾讯社交广告 微信广告中心





Catalog

- 1 | [朋友圈广告 形态介绍](#)
- 2 | [朋友圈广告 支撑能力](#)
- 3 | [朋友圈广告 收费逻辑](#)
- 4 | [朋友圈广告 优质案例](#)
- 5 | [朋友圈广告 合作流程](#)



1

朋友圈广告 形态介绍

详细介绍广告形态和广告推送逻辑

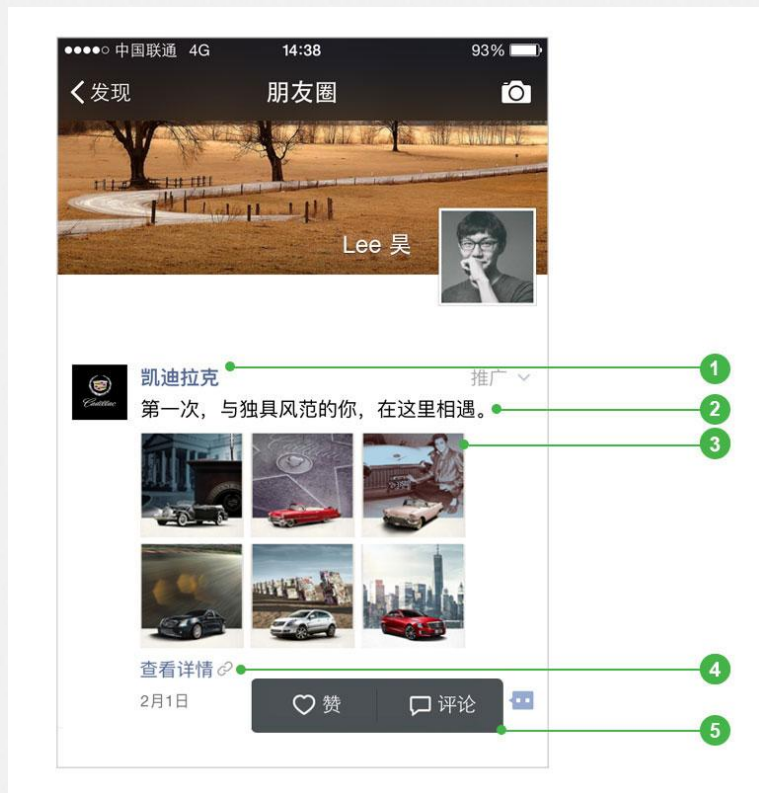
第1部分

朋友圈广告 形态介绍



朋友圈广告将会通过微信广告系统进行投放和管理，广告本身内容将基于微信公众账号生态体系，以类似朋友的原创内容形式进行展现，在基于微信用户画像进行定向的同时，依托关系链进行互动传播。

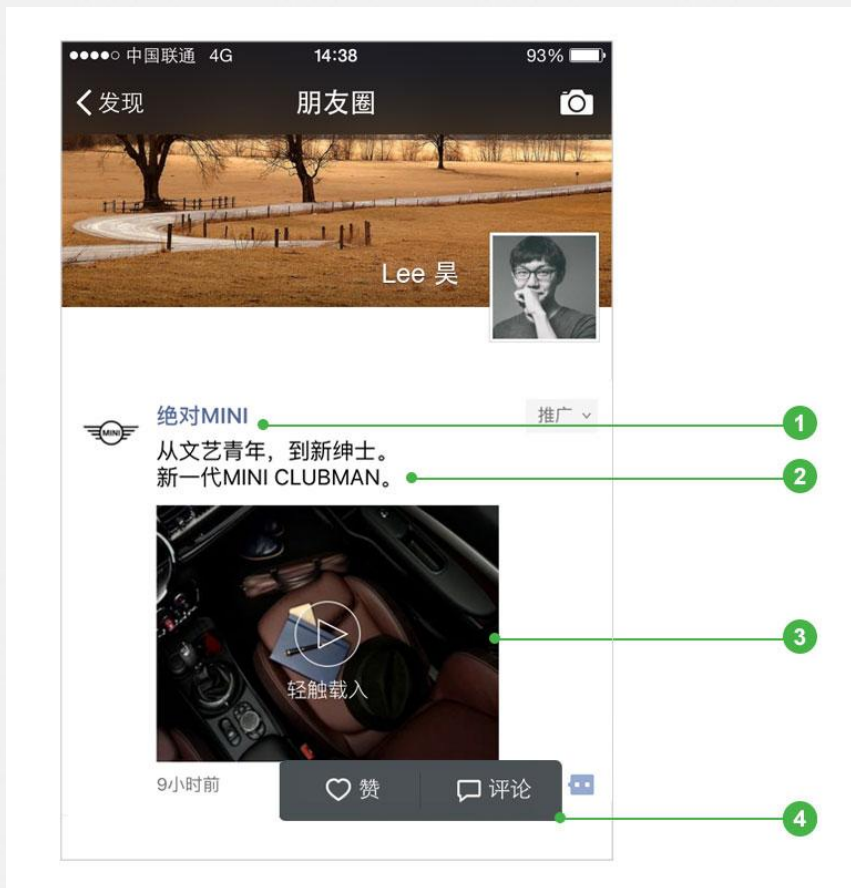
第1部分 | 朋友圈广告 形态介绍 图文广告



图文广告由五个部分的内容构成，包含

- 广告主头像&名称
- 外层文案
- 外层图片
- “查看详情” 链接详情页
- 用户社交互动等内容

*点击了解更多[微信朋友圈广告规范](#)。



视频广告由四个部分的内容构成，包含

- 广告主头像&名称
- 外层文案
- 外层小视频，点击进入可查看完整视频
- 用户社交互动等内容

*点击了解更多[微信朋友圈广告规范](#)。



第1部分 | 朋友圈广告 形态介绍 “查看详情” 链接支持跳转公众号图文消息



支持跳转 公众号图文消息

适合想通过长篇文字、图片叙述广告创意的广告主。
无须开发，耗时短，文章可直接通过微信公众平台编辑生成。
已有坤和家园、adidas Running、红树林度假世界等广告主使用该种形式达成广告传播。

公众号图文消息规范

▼ 可使用微信扫一扫功能体验



《真实故事》
Calvin Klein
服饰



《一转身，就是一个时代》
中国好声音第四季
娱乐



《拾墅·六间院》
坤和家园
地产



《用能量主宰北京马拉松》
adidas Running
运动

第1部分

朋友圈广告 形态介绍

“查看详情” 链接支持跳转H5页面



支持跳转 H5页面

适合想通过创意交互形式展示广告创意，并具备一定开发能力的广告主。
H5页面支持使用包含试驾信息收集、公众号关注、卡券发放、品牌/电商外链、APP下载等形式
页面由广告主按照规范自行设计并开发；为保证用户体验，建议部署于腾讯服务器。
成本略高，广告创意表现好更好。

H5页面设计建议

▼ 可使用微信扫一扫功能体验



《不可相「并」论》
一汽丰田·皇冠

试驾



《开启全新世界》
积家

关注



《手品之美》
vivo智能手机

卡券



《谢谢，妈妈》
奥妙

电商



《是时候出手了！》
全民突击

APP

第1部分 | 朋友圈广告 形态介绍 “查看详情” 文字链支持更多分类



支持更多分类 查看详情/下载应用/预约活动

适合想通过广告推广APP下载、线下活动等，并具备一定开发能力的广告主。

“查看详情”文字链支持更多分类，如“查看详情”、“下载应用”、“预约活动”等详情页面内容说明更清晰，创意表达更直接，提升广告转化效果。

链接分类规范

▼ 可使用微信扫一扫功能体验



《双旦狂欢》
美团

APP



《枪战王者》
CF手游

游戏



《随时随地一起开黑》
全民超神

游戏



出现

满足广告定向条件的用户，将会在朋友圈第 5 条状态的位置看到广告，随后广告将随时间轴沉淀。

提醒

用户赞或者评论广告后，其好友对广告进行赞评论，用户将收到红点提醒。

消失

用户看见广告后，若在24小时内没有对广告进行任何操作，广告将消失。



自然曝光

广告上线后，在预定投放时间内，若预算未消耗完，广告将持续拉取曝光。

曝光高峰

广告拉取曝光由用户刷朋友圈的习惯决定；
按照历史经验，广告拉取曝光高峰将出现在每天的**12点、18点前后**。

用户体验控制

多条广告同时在线时，系统将根据广告质量分值智能分配曝光。
*广告质量分值，来自于用户对广告的赞、评论、“不感兴趣”、分享、“查看详情”等操作



2

朋友圈广告 支撑能力

详细介绍朋友圈广告支持的定向能力和广告效果评估体系



地域

支持按城市定向
支持按指定地理位置向周边辐射的精确定向
(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

男or女，5~60岁

手机系统、联网环境

iOS、Android，Wi-Fi、4G、3G、2G

基础定向

基于目标受众属性，自由搭配选择基础定向

用户兴趣标签

来源于腾讯产品用户行为路径大数据分析定义的标签
当前提供 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 等17个一级标签。
如，地产类广告主，选择“房产”、“家居”等标签作为定向条件，广告精准触达目标用户。

特殊定向

基于推广诉求，可选择特殊定向提高广告精准触达



第2部分 | 朋友圈广告 支撑能力 如何分析投放效果？



系统化分析推广效果

每期广告投放结束后
我们将根据效果评估体系结合各项数据指标
向广告主提供《广告投放效果报告》



第2部分 | 朋友圈广告 支撑能力 如何分析投放效果？



曝光数据

总曝光、免费曝光
用以评估广告方案触达用户的范围



点击数据

广告图片点击率、详情页点击率
用以评估方案质量



互动数据

点赞率、评论率、不感兴趣占比率
用以评估用户与广告方案的互动性



分享数据

分享给好友量、分享至朋友圈量
用以评估用户对品牌及方案的认可度和主动传播意愿



关注数据

头像&昵称点击率、用户关注转化率
评估广告主品牌影响力



定制数据

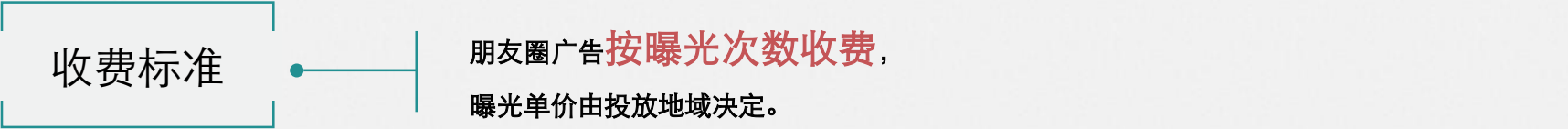
试驾预约量、购买转化量
其他客户关注的的数据



3

朋友圈广告 收费逻辑

详细介绍朋友圈广告如何收费扣费和广告合作的最低门槛



投放城市	图文广告	视频广告
核心城市	150元/千次曝光，即一次曝光收费0.15元。	180元/千次曝光，即一次曝光收费0.18元。
重点城市	100元/千次曝光，即一次曝光收费0.1元。	120元/千次曝光，即一次曝光收费0.12元。
普通城市	50元/千次曝光，即一次曝光收费0.05元。	60元/千次曝光，即一次曝光收费0.06元。

- *核心城市：北京、上海。（2个）
- *重点城市：天津、重庆、哈尔滨、沈阳、西安、武汉、长沙、南京、成都、杭州、广州、深圳、大连、宁波、青岛、厦门、苏州、呼和浩特、石家庄、乌鲁木齐、兰州、西宁、银川、郑州、济南、太原、合肥、贵阳、昆明、南宁、拉萨、南昌、福州、长春、海口等省会及高活跃城市。（35个）
- *普通城市：除核心和重点城市外的其他城市。

*以上为2016年Q1朋友圈广告投放政策



扣费逻辑

用户每有一次**广告曝光¹**或者**互动曝光²**，系统进行扣费。

* 五分钟内最多扣费一次，一个用户同一个广告最多扣费8次。

1 广告曝光：用户浏览朋友圈，广告完整对用户露出时，算是一次扣费曝光。

2 互动曝光：用户对广告进行了赞、评论操作，当其好友也对广告进行赞、评论操作时，系统对用户进行红点提醒；用户点击红点提醒，算是一次扣费曝光。

预算门槛

●

单次投放预算**最低5万元**，
基于不同预算，提供不同服务支持。

服务支持分级	5万元起	100万元起	500万元起
图片	1张	1张、3张、4张	1张、3张、4张、6张
视频	/	<div><div>• 外层小视频6秒</div><div>• 完整视频300秒以内</div></div>	<div><div>• 外层小视频6秒</div><div>• 完整视频300秒以内</div></div>
“查看详情” 页支持跳转	<div><div>• 公众号图文消息</div><div>• 固定模板H5页面</div><div>(具体模板样式可登陆微信广告自助投放端查看)</div></div>	<div><div>• 公众号图文消息</div><div>• 固定模板H5页面</div><div>• 自定义H5页面2页以内</div></div>	<div><div>• 公众号图文消息</div><div>• 固定模板H5页面</div><div>• 自定义H5页面6页以内</div></div>

*以上为2016年Q1朋友圈广告投放政策



4

朋友圈广告 优质案例

详细介绍朋友圈广告的优质案例&共性总结。



第4部分 | 朋友圈广告 优质案例



《完美出逃》

借势代言明星话题性，引发用户互动评论

4085万
社交互动参与次数

30万人
广告主公众号关注

15000人
预约试驾人数

借助周迅和高圣远新婚夫妇合作的话题点，以二人爱情故事为主线的微电影在朋友圈广告这个高互动用户平台引发广泛话题探讨。广告借由用户对品牌代言人的认可度，正向促进品牌效应。



第4部分 | 朋友圈广告 优质案例



《谢谢，妈妈》

借势母亲节，以情感触动品牌受众电商转化

3589万 社交互动参与次数	19万人 广告主公众号关注	15% 详情页点击率
-------------------	------------------	---------------

以母亲节为契机，奥妙通过一则催泪视频，将用户带入“感谢妈妈，为妈妈洗一次衣服”的情感中，促成电商转化。

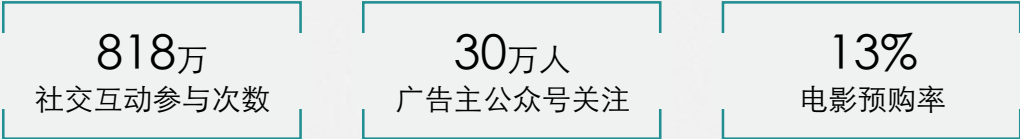
第4部分

朋友圈广告 优质案例



《见证盛唐时代的爱情》

借势朋友圈，引爆粉丝经济



通过范爷发布新电影《王朝的女人杨贵妃》的广告，掀起了用户在朋友圈中围观范爷，互动讨论，最终转化为票房的爆炸点。



第2部分 | 朋友圈广告 优质案例



美
大码美衣

借由精准定向，垂直类电商产品获青睐

129万
社交互动参与次数

4万人
广告主公众号关注

3万
APP下载/激活次数

借助微信广告的大数据定向功能，垂直类电商产品“大码美衣”通过朋友圈广告，精准触达目标用户，获得目标用户的青睐。



第4部分 | 朋友圈广告 优质案例



拾墅

坤和和家园

突出产品亮点，以场景叙述使用户产生代入感

35万
社交互动参与次数

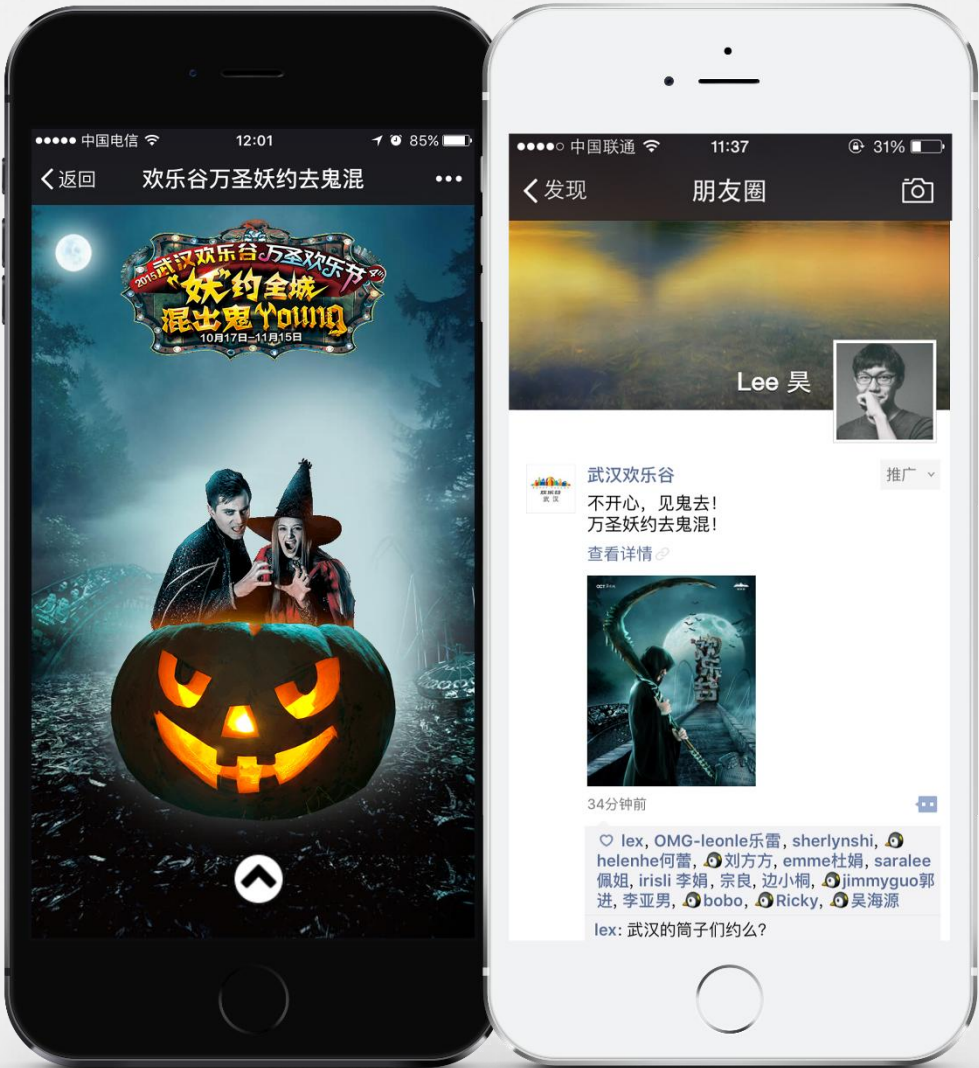
6户
千万级别墅订单*

定制LBS数据，寻找别墅产品的目标用户，向高端场所工作、居住、消费的人群精准定向投放，最小的投入换取6套别墅的销售。

* 坤和和家园别墅售价1400+万元/套；广告上线一周内，共售出6套，成交用户均表示看到朋友圈广告而来。



第4部分 | 朋友圈广告 优质案例



武汉欢乐谷

借势万圣节，本地圈子爆发获好评

35万
社交互动参与次数

6000张
线上售票

0.6+
ROI

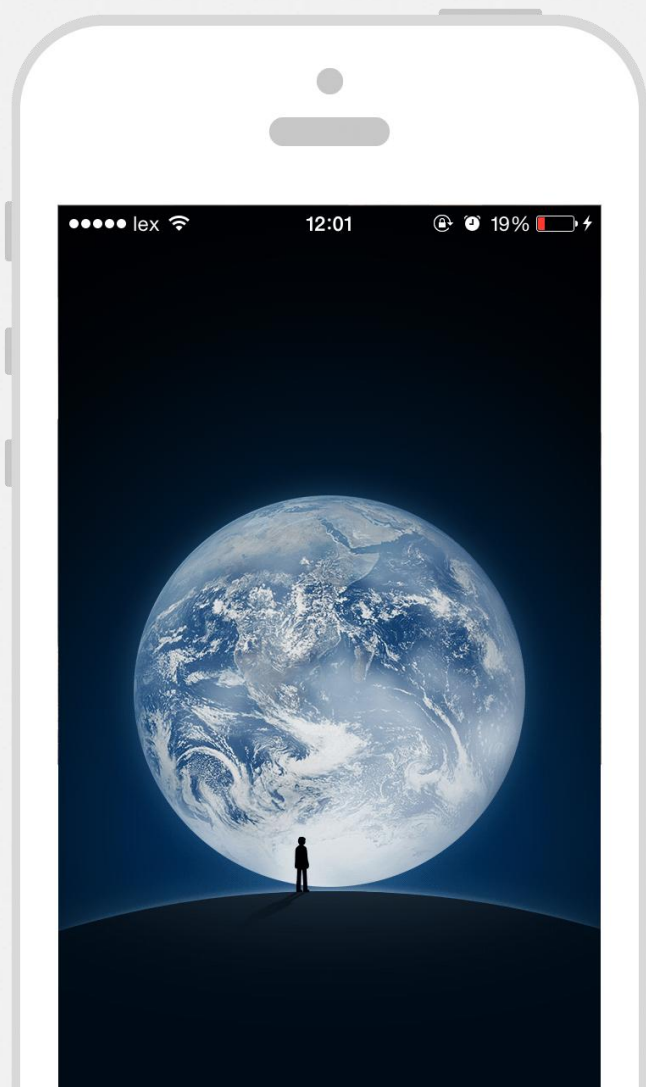
武汉欢乐谷巧妙借助万圣节契机，通过基础定向+LBS数据定制，向学生、商圈和娱乐场所爱好者精准推送“不开心，见鬼去”广告专题，在本地年轻酷玩一族爆发，获得消费者追捧，线上售票量突破预期。



5

朋友圈广告 合作流程

详细介绍朋友圈广告投放流程



了解合作流程前，请确定推广的产品在已开放的行业类目内。

当前已开放的一级行业类目：

服饰类 / 日化类 / 网络服务类 / 个人用品类 / 零售&服务类
娱乐及休闲类 / 教育出国类 / 家居装饰类 / 食品饮料类 / 交通类
IT产品类 / 消费类电子类 / 金融服务类 / 房地产类

*更新时间为2015年10月1日，[了解详细开放行业分类](#)

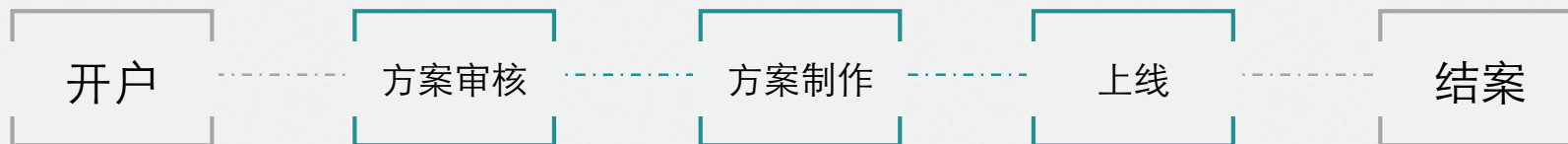


第5部分 | 朋友圈广告 合作流程



投放朋友圈广告，从开始到结案需经历3个步骤，
即方案**审核**、**制作**和**上线**。

*综合各方面因素，上线一个朋友圈广告所需时间，一般为3~15个工作日不等。



一般需耗时
5个工作日



投放朋友圈广告前，须[开通微信广告主账户](#)

包含[公众号开户](#)、[微信认证](#)、[开通广告主功能](#)三个步骤

平均耗时5个工作日，建议马上开通。

[了解详细开户流程](#)

开户

方案审核

方案制作

上线

结案



- 基于推广诉求，广告主可自行按照规范进行方案创意
- 方案包含广告投放计划、外层方案（外层图片+外层文案）、详情页内容、分享文案等四项内容
- 完成方案设计后，按照方案模版填写，邮件至 wxad@tencent.com 提交审核

* 自助投放平台即将上线，届时将不需要邮件审核。

方案模版下载

收到方案后，我们将安排运营经理在 2 个工作日内进行审核，并安排销售跟进签订合同、充值等工作

*审核耗时因广告创意不同而异，由于涉及双方沟通，平均耗时 2~10 个工作日不等

请务必按照规范设计创意，减少修改创意所需时间





方案审核通过后，进入方案制作阶段。依据落地页形式：

- 选择H5页面，请按照开发规范进行开发，并按要求完成自测。

*为保证访问体验，建议H5页面部署于腾讯服务器，请按前端工作流程使用前端通用库基于规范进行开发，并完成自测。

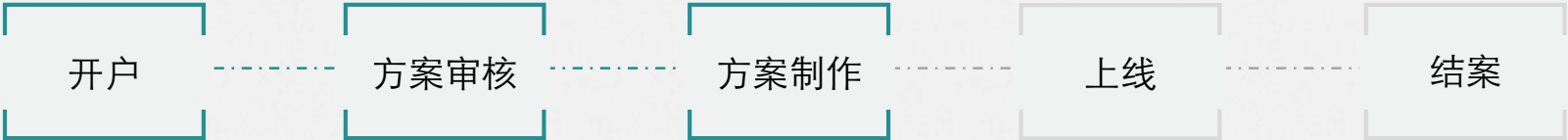
H5页面开发规范
前端 workflow

前端通用库

测试要求

- 选择公众号图文消息，只须进行排版并提交发布后的链接。

公众号图文消息
规范



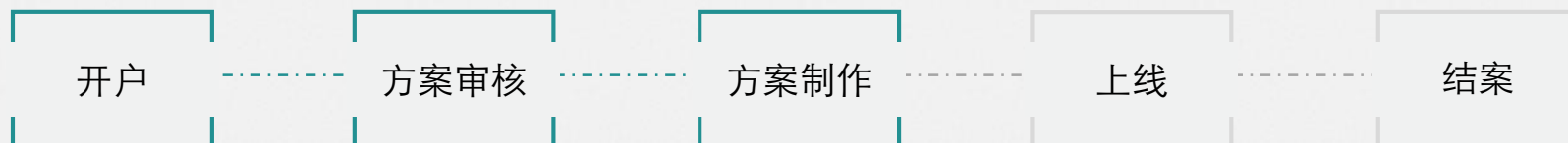


开发完成后，广告主提交以下内容：

1. 外层方案：外层图片（jpg/png文件，限300kb内）和外层文案（word文件）
2. 详情页内容：H5页面代码包+自测表/公众号图文消息正式链接

由广告运营经理进行页面部署验收，通过后将配置广告demo由广告主进行确认
由销售进行协助广告主进行锁定排期、充值等流程

*验收耗时由H5页面开发质量决定；使用公众号文章耗时最低。





验收通过后，等待广告最终上线。

广告上线时间点由广告主确定，

基于历史运营经验，我们建议 11:00 或者 17:00 上线。

上线前，广告主可提供一个不超过50个人的预览白名单

*预览白名单：广告上线前作最后确认之用，仅限常驻国内用户，须提交微信号，不支持手机号或者QQ号。

上线前一个小时，预览白名单用户将收到广告。

预览确认无误后，广告按时正式上线。

开户

方案审核

方案制作

上线

结案



广告投放后，
微信团队将提供广告效果数据报告。

开户

方案审核

方案制作

上线

结案



想了解更多？！



访问朋友圈广告官网
访问ad.weixin.qq.com
全方位了解朋友圈广告



关注“微信广告助手”公众号
随时随地了解最新资讯
专人客服解答各种问题



邮件至微信广告中心
邮箱地址：wxad@tencent.com
专业深度解答各种问题



扫一扫，马上关注



附录1

微信广告主开户流程

详细介绍在投放朋友圈广告前，如何开通微信广告主账户



注册公众号
进驻MP平台



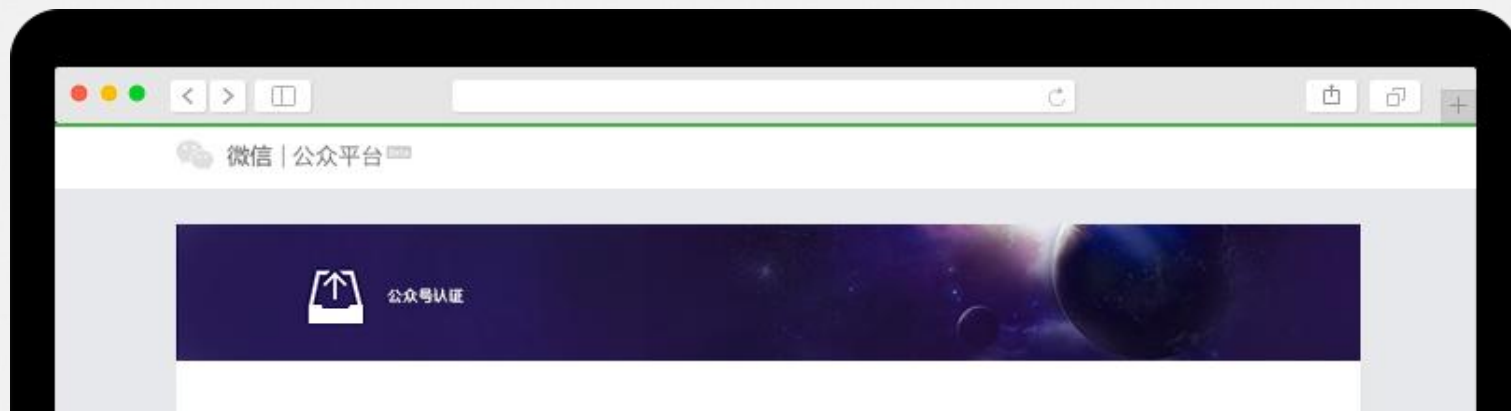
申请微信认证
提供企业认证信息



申请广告主
提供广告主行业资质



开通完成
进入微信广告系统！





注册公众号
进驻MP平台

>



申请微信认证
提供企业认证信息

>



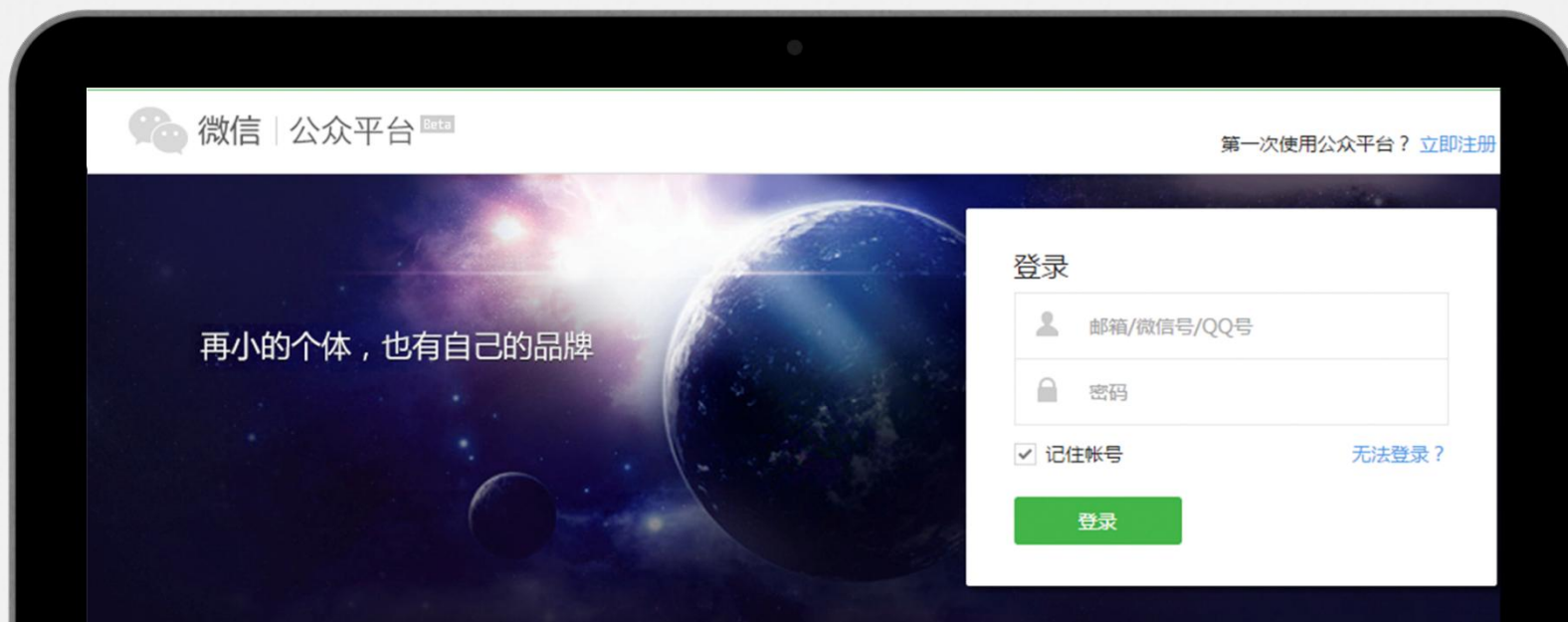
申请广告主
提供广告主行业资质

>



开通完成
进入微信广告系统！

进入微信公众平台 (mp.weixin.qq.com) 点击右上角“**立即注册**”，
按照流程填写，申请并提交相关资料并等待审核
([详细注册流程](#))





附录1 | 微信广告主开通流程



进入公众平台左侧面板“设置”中的“微信认证”页面
提交微信认证申请（[详细认证流程](#)）

认证通过取决于用户提交（补交）材料是否完整、及时，一般我们会在15个工作日内展开资质审核工作

***注：**支付审核费用阶段，通过使用企业对公账户打款到微信团队的对公账户支付审核费用，可将认证审核时间缩短至5个工作日。





附录1 | 微信广告主开通流程



进入公众平台左侧面板“推广”中的“广告主”
提交开通广告主功能申请（特殊行业需提交相关行业资质证明）
([详细申请流程](#))



附录1

|

微信广告主开通流程



平台会在3个工作日内完成开通审核，审核通过即可进入广告主页面

广告主

审核中 提交审核时间是2014年06月18日，约在3个工作日内完成审核。



广告主

报表统计 广告管理 推广页管理 财务管理 广告主帮助文档

报表统计 | 数据推送

所有广告 所有分类 最近30日 2014-11-02 至 2014-12-01

当日数据仅供参考，请以前一天数据为准。关注量、下载量数据更新于两小时前。

关键指标

曝光量	点击量	点击率	点击均价(元)	总花费(元)
660973	3519	0.53%	1.27	4455.24

它无孔不入 你无处可藏
不是它可恶 而是它不懂你
我们试图 做些改变
广告，也可以是生活的一部分。

期待与你合作 