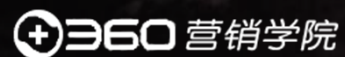




360PC优品广告 之放量全攻略

寻找营销大师 By - 大熊队 1

2019 Marketing Competition



目录

C
O
N
T
E
N
T
S

- 01 项目背景及目标
- 02 策略分析
- 03 效果评估&方法论总结



PART 01

360 营销学院

项目背景

Project Background

项目背景 - 客户简介



51游戏社区成立于2005年8月，目前注册用户已超过2亿，月独立登录用户数超过4000万，页面访问量日均超过4.4亿次

目前运营了国内最热门的100+款各类网页游戏

Slogan: 争做口碑最好的网页游戏平台-玩游戏，上51.com



项目背景-传奇页游客户放量痛点

预算有限

上亿曝光的品牌流量CPT购买很贵，预算有限购买的普通资源流量和质量无法满足游戏放量需求

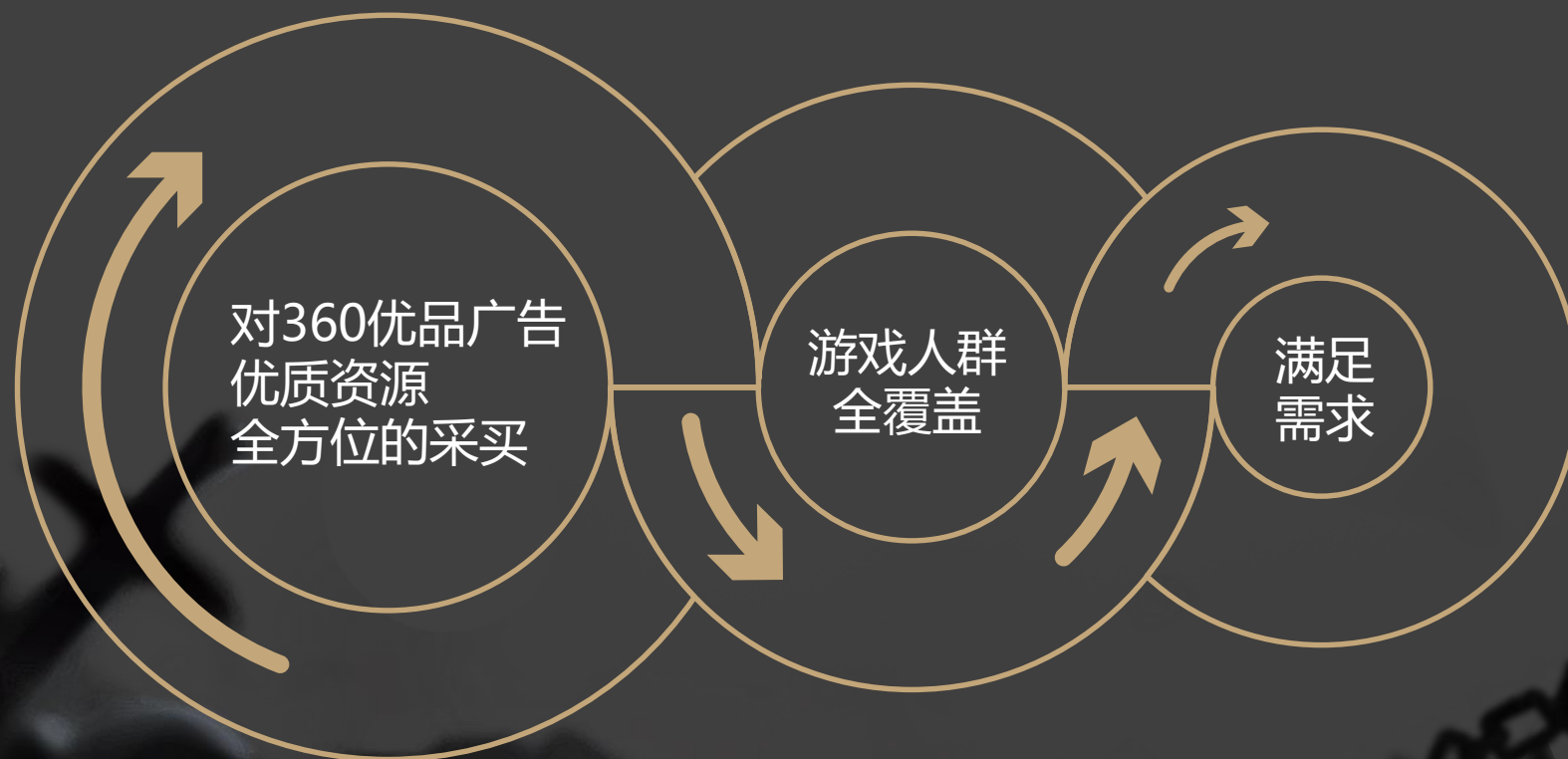
转化成本高

在放量时，转化成本经常飙高，无法进行稳定投放，持续放量

精准定位难

在茫茫人海中很难精准定位喜欢玩传奇页游的目标受众，导致转化效果达不到预期

项目背景 - 项目目标



现阶段大量的、持续性的
买量需求





PART 02

360 营销学院

策略分析

S t r a t e g i c a n a l y s i s

传奇页游投放策略分析

因为已有360优品广告量大质优的资源帮助我们**找到人**

所以我们持续放量的重点是在**找对人**和**说对话**！

在海量的媒体资源中，如何找到传奇页游的精准目标人群，是确保游戏在放量过程中后续效果稳定的重要因素，故而这个也是页游客户敢持续放量的核心所在。

找对人

说对话

找到目标人群后，我们会利用不同风格的创意针对不同阶段的人群进行展示，突出亮点，吸引玩家进入游戏且进行充值行为，所以说对话，是我们降低投放成本及提高转化的关键要素。

找对人

Find the right person

© 2020 某某公司



找对人-360DMP量身定制51游戏的高价值目标受众

01



51游戏精准人群

基于用户访问行为，定制广告转化人群，智能人群，关键词重定向、及URL重定向人群，精准圈定51游戏传奇页游游戏人群

02



扩展人群

基于51游戏账户内已有的优质人群作为种子人群，利用数据挖掘技术匹配出全网具有相似特征的人群，达到快速、优质拓量的目的

03



游戏主题人群

通过360DMP数据市场的主题人群，快速为51游戏在放量及优化中选取高价值游戏人群

找对人-不同人群测试数据对比-开机小助手

开机小助手	人群类型	人群名称	展现	点击	点击率	转化率
	自定义人群	付费关键词短语-60天	3865382	19361	0.50%	2.90%
		付费关键词精确-60天	1259773	5912	0.47%	4.10%
		黑桃访问URL人群	136601	1413	1.03%	5.50%
	游戏主题人群	潜在游戏用户	5196406	43391	0.84%	1.90%
		游戏氪金族	2199683	13105	0.60%	2.30%
	智能人群-扩展人群	转化人群50W	2281500	29470	1.29%	5.90%
		转化人群100W	6616323	63612	0.96%	4.05%
		转化人群200W	7144179	57714	0.81%	2.50%

- 一般情况下在相同条件下，点击率越高人群越精准，转化率越高；
- 基于种子用户的共性，系统扩展出来的人群转化率比客户自身游戏网站转化率高，并且人群扩展在200w以内的转化率是可以媲美关键词定向的转化

找对人-不同人群测试数据对比-浏览器调活提示

浏览器调活	人群类型	人群名称	展现	点击	点击率	转化率
	自定义人群	付费关键词短语-60天	220339	7298	3.31%	0.43%
		付费关键词精确-60天	103737	5190	5.00%	0.68%
		黑桃访问URL人群	50417	2097	4.16%	1.05%
	游戏主题人群	潜在游戏用户	3116682	146764	4.71%	0.41%
		游戏氪金族	296122	12586	4.25%	0.55%
	智能人群-扩展人群	转化人群50W	36757490	1370663	3.73%	1.20%
		转化人群100W	2908053	164328	5.65%	0.86%
		转化人群200W	146147	5445	3.73%	0.60%

通过对8个不同属性的人群进行测试，结合点击率及转化效果进行游戏放量和效果提升

扩展人群50w>黑桃访问URL人群>扩展人群100w>关键词精确60天>游戏氪金族

人群测试数据总结

- ◆ 点击率最高，转化效果最好的不是访问过客户网站的人群，而是**利用系统对已有转化种子人群扩展**在50w内的人群；
- ◆ 系统依据种子人群扩展在200w以内的效果都是非常精准的，那么在投放初期如果自己精准转化人群数量不够的时候，就可以放心的**利用DMP大数据进行人群扩展**，从而快速进行人群放量；
- ◆ 系统推荐的主题人群，虽然转化效果一般，但是点击率还是非常高的，在放量时候，可以帮助我们**撒网捉到玩游戏的潜在用户**；
- ◆ 媒体资源特性不同，游戏不同，人群投放效果都会有差异，故而每个资源上线，所有人群都需单独测试，**不能将效果混淆在某个特定的资源上**

说对话

Say the right thing

©2020 陈鹤生



说对话-传奇页游创意&LP优化要素

CTR维度

CVR维度

传奇类人物、装备外观、装备属性、传奇文案组合：
吸引核心传奇用户

创意卖点源于游戏，广告内容与游戏内容高度统一：

类传奇人物+唯美画面+传奇文案组合：
吸引准传奇用户

转化精准用户



说对话-千人千面&针对不同阶段的用户投放对的创意



免费装备-召唤新客户



游戏用户体验-延长用户留存



回收赚钱-提高转化效果

说对话- 3D素材展示对用户形成强烈视觉刺激



点击率：1.6%



点击率:2.2%

- ◆ 相同素材下，3D素材的点击率比普通开屏素材CTR提升20%，转化率CVR提升25%。
- ◆ 从而我们可以得知，传奇页游用户，高级装备是玩家需求和关注点之一，我们可以将装备道具3D立体化展现，从而刺激用户，提升点击率和转化效果

说对话-素材与LP的统一，避免流失，转化精准用户

开机小助手-对应落地页1



开机小助手-大图素材



点击率：0.4%

转化率：4.2%

说对话-素材与LP的统一，避免流失，转化精准用户

开机小助手-对应落地页2



开机小助手-大图素材



点击率: 0.4%

转化率: 2.9%

结论-相同素材，使用不同的落地页，转化效果不同



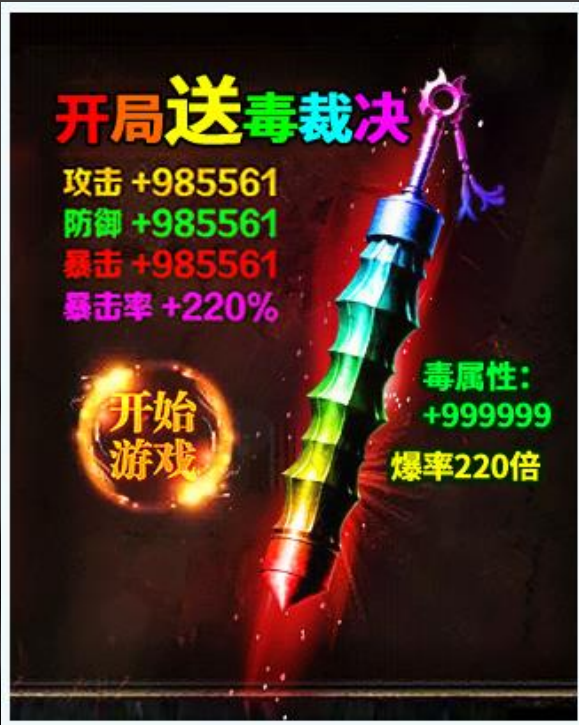
开机小助手-大图素材



根据对比可以看到，
落地页越相似转化
率越高，故而我们
可以通过落地页调
整不断优化和提升
转化效果！

说对话-创意CTR及CVR生命周期的数据对比

开机小助手-大图素材1



	Day1	Day2	Day3	Day4	Day5	Day6	Day7
CTR	0.61%	0.53%	0.49%	0.35%	0.30%	0.26%	0.21%
CVR	3.60%	3.10%	2.70%	2.20%	1.70%	1.50%	1.40%

从数据可以看出，随着时间的推移，创意时间越久，CTR及CVR效果会逐步下滑，第7天的效果只有第一天的三分之一。

说对话-创意CTR及CVR生命周期的数据对比

开机小助手-大图素材2



	Day1	Day2	Day3	Day4	Day5	Day6	Day7
CTR	0.55%	0.51%	0.48%	0.39%	0.35%	0.31%	0.26%
CVR	3.90%	3.60%	3.20%	2.60%	2.20%	1.80%	1.30%

同样，可以看出第三天开始，CTR及CVR效果逐步下滑，这个时候就需要补充新鲜素材，保持创意新鲜度。

说对话-创意CTR及CVR生命周期的数据对比

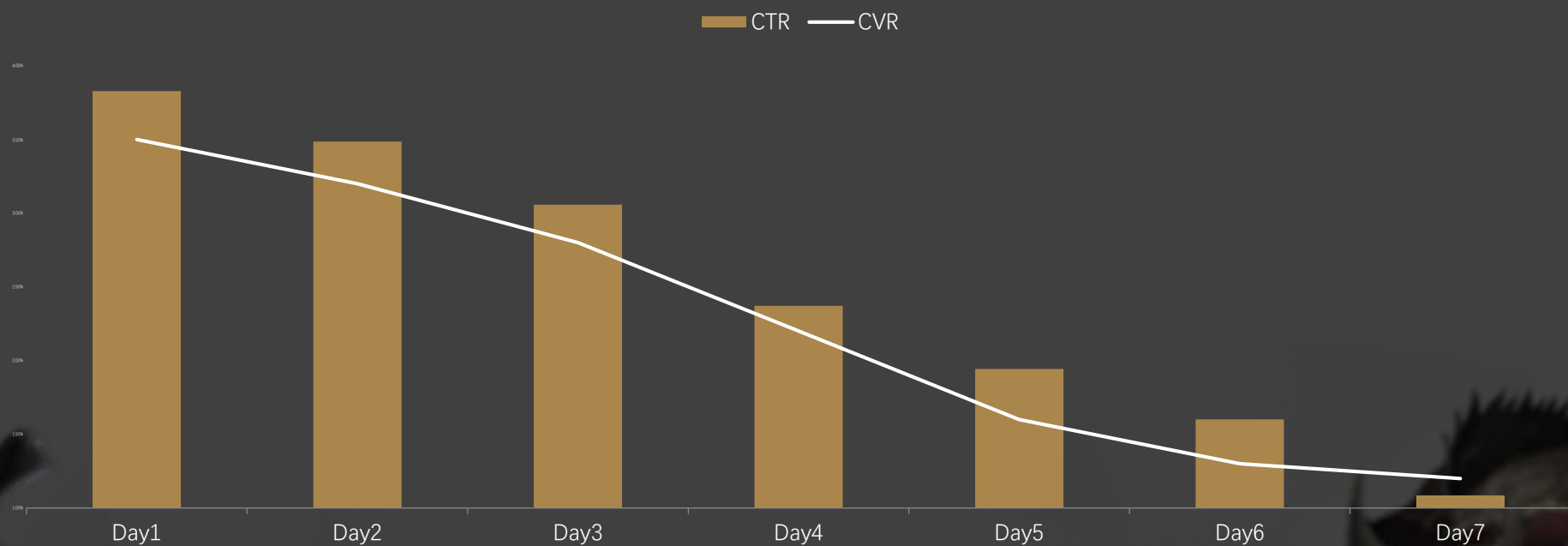
开机小助手-大图素材3



	Day1	Day2	Day3	Day4	Day5	Day6	Day7
CTR	0.53%	0.49%	0.44%	0.36%	0.31%	0.27%	0.21%
CVR	3.50%	3.20%	2.80%	2.20%	1.60%	1.30%	1.20%

同样，可以看出，随着时间的推移，用户视觉疲劳，素材的CTR及CVR效果明显下滑。

说对话-定期更换素材可保持创意新鲜度避免转化下降



结论：

- 我们可以根据素材CTR及CVR的生命周期，定期更换素材创意，时刻保持用户体验，避免视觉疲劳，造成投放成本增高及转化效果下滑。
- 一个账户中，需多套素材同时投放，避免只有一套素材效果下滑后无素材替补，影响整体账户效果。



PART 03

360 营销学院

效果评估& 方法论总结

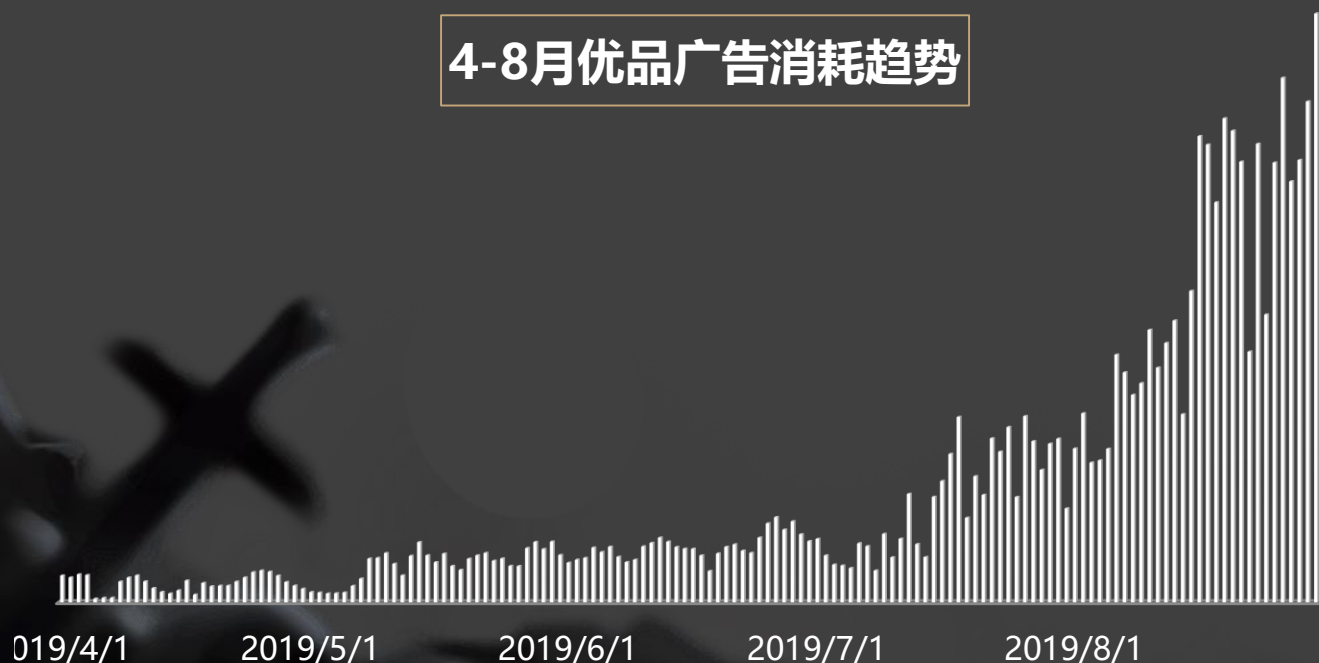
效果评估-客户游戏品牌关注趋势上升35%



数据来源: 360商易

效果评估-日均消费增长率810%!

4-8月优品广告消耗趋势



整个8月为客户带来

展现

16亿

展现

2.7千万

日均消耗

对比Q2增长

810%

PS: 相比客户初期游戏放量翻一番的期望目标, 优品广告消耗8倍的增长率为客户带来一个大大的惊喜!

360展示优品广告传奇页游放量方法论总结

如何预算灵活轻松找到人

选择360优品广告-强势曝光&品效协同

投放时媒体资源流量全面覆盖

如何茫茫人海精准导流找对人

安装转化代码收集精准人群，降低转化成本，提升ROI

利用DMP大数据系统找到高价值目标受众，提升ROI

不同媒体效果不同，所有人群都需从新单独测试

千人千面不同玩家如何说对话

针对不同的目标用户投放不同内容的游戏素材，且需定期更换新素材，提升CTR

游戏装备用3D素材立体化展现，刺激用户，提高CTR及CVR

不断优化素材与落地页，提高相似度，可提升CVR及ROI



THANK YOU

寻找营销大师 B y - 大熊队 1

2019 Marketing Competition

