

贪玩蓝月

千淘万漉虽辛苦，吹尽黄沙始到金

360矿海掘金记

贪玩蓝月

属性:传奇类页游

玩法:打怪升级

版权:贪玩游戏

玩家身份:

战士、法师、道士

 返回顶部

公司介绍

《贪玩蓝月》是一款多人在线的大型即时制角色扮演类 (ARPG类型) 网页游戏。由古天乐、陈小春和刘烨等名人代言, 游戏以奇幻为题材, 集合了锻铸系统、组队系统、社交系统、行会系统、PK系统等经典却又贴合创新的特色玩法。

贫玩蓝月

团队的力量

我有三宝，
一曰勤，
二曰细，
三曰敢，
为天下先

◆ 勤源自于素材生命周期曲线



◆ 最勤奋的团队

有消费的PC展示账户

超过**20个**

每周新增素材

100+

每周新增推广组

1000+

— **70%** 的消费来自新建物料 —

◆ 新物料方向

游戏
元素

突出游戏玩法

新手
福利

新玩家优势

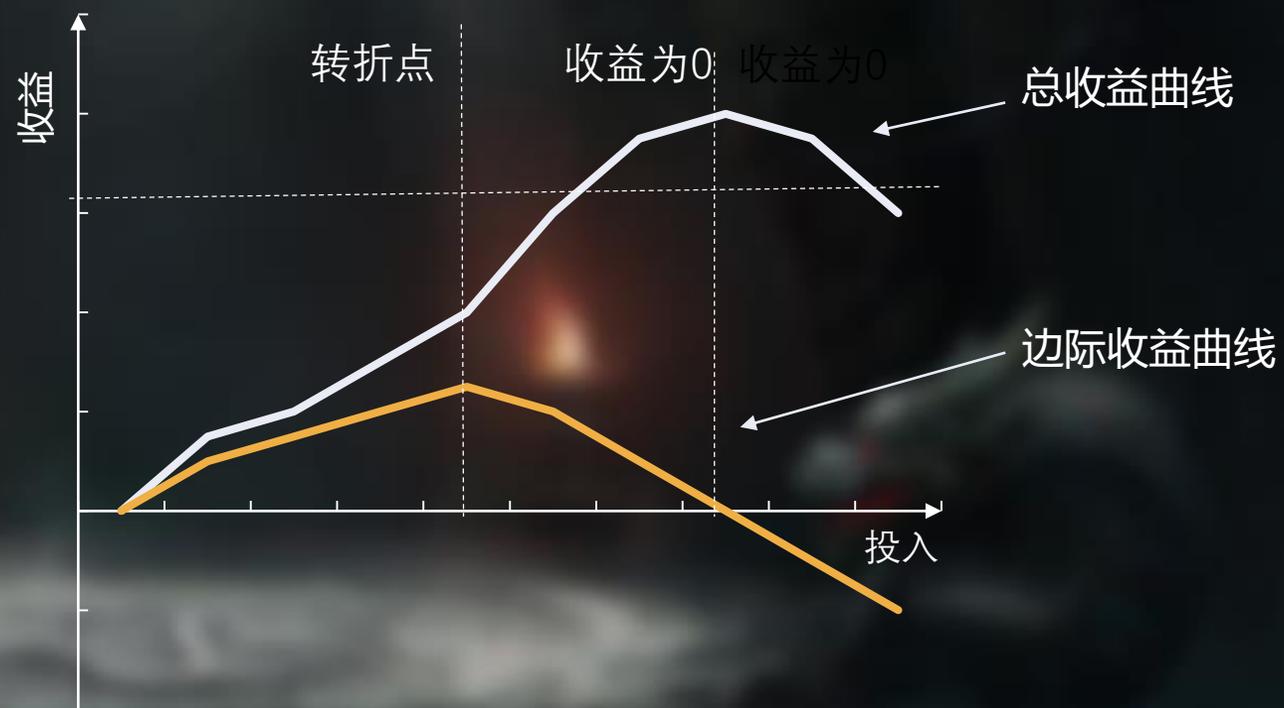
明星
代言

明星效应

心理
冲击

夸张的广告词

◆ 细因为边际效益曲线



◆ 最细致的团队

人群包来源：

关键词、URL定制

已注册人群相似人群扩展

行业人群包 (360协助定制)

效果好的人群包扩展

近
百
个人群包

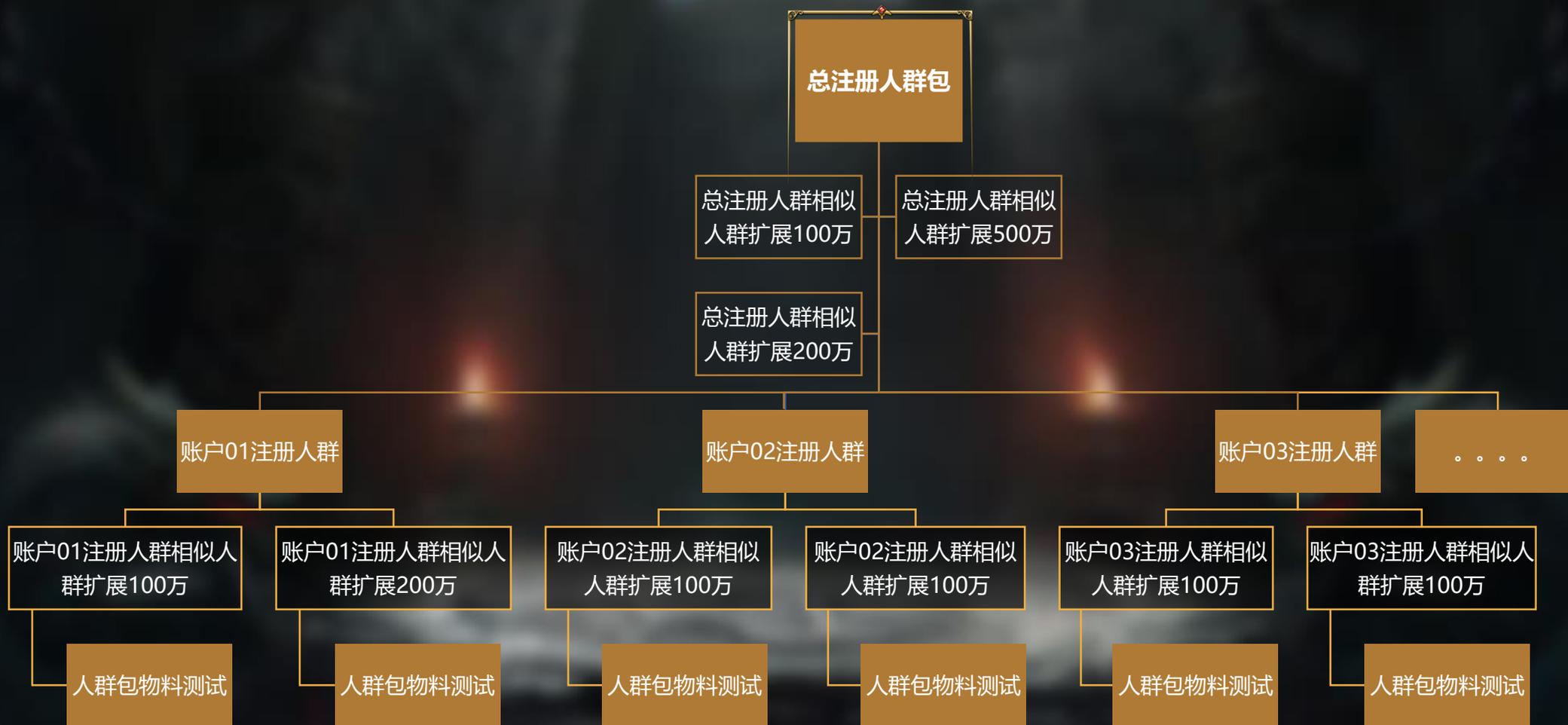
覆盖数
亿
人群

新增
10
个人群包

每月

覆盖
1000
万人群

注册转化人群的细分投放



◆ 人群包的边际收益点

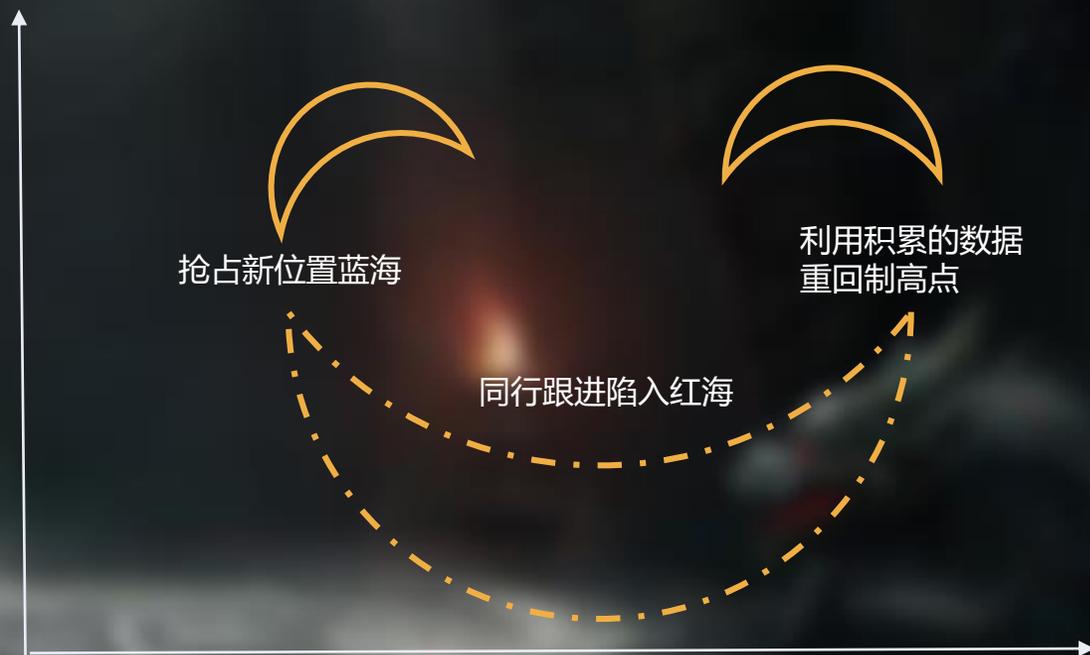
同一素材	人群数	出价	展示点击率	落地页转化率
通投		底价	0.41%	2%
人群包1	50万	50倍底价	0.70%	22%
人群包2	100万	10倍底价	0.85%	16%
人群包3	200万	5倍底价	0.75%	13%
人群包4	500万	2倍底价	0.60%	10%
人群包5	1000万	1.5倍底价	0.52%	4%

人群越精准后续转化越好，竞争也越激烈；

精准人群无法满足客户流量需求，通过低成本+大流量策略可有效满足流量需求；

实践证明人群包扩展超过500万，后续付费效果不如通投。

◆ 敢来自广告位竞争的微笑曲线



◆ 最敢于试错的团队

账户总预算的**20%**
新素材/新定向的测试



账户中超过**50%**
计划和素材属于测试项目

测试流程:

测试计划中**80%**计划明显不达到预期，直接停掉；

直接停投

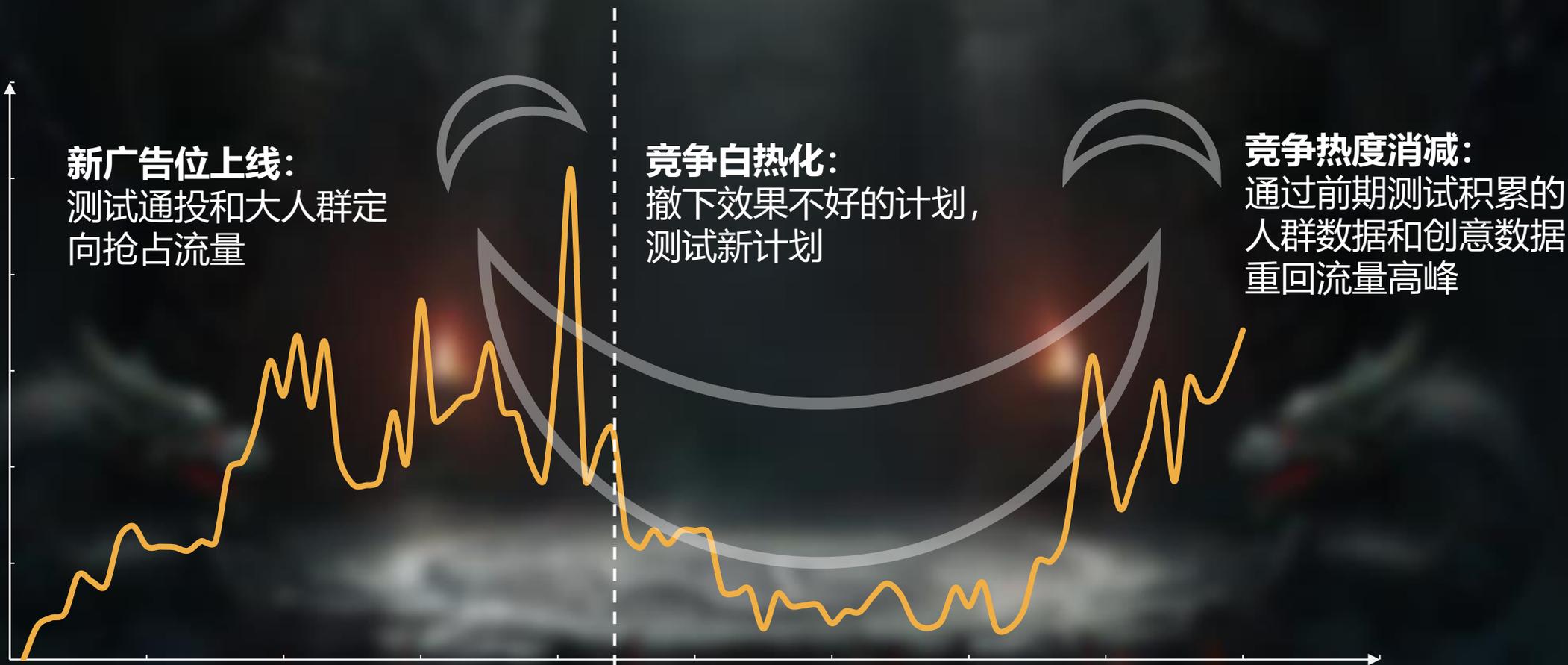
提升预算

剩余20%观察三天，再筛选出占比**不超过10%**优质计划，提升预算，加大投放；

对于**效果较好**的计划持续增加预算，直到效果下降为止

持续增加

◆ 调活弹窗的微笑曲线



负玩蓝月

360的技术

君子生非异也，善假于物也

◆ oCPC极大的解放了人力

oCPC总流量的

60%

总预算的

55%

总注册数的

65%

工作时长占用

25%

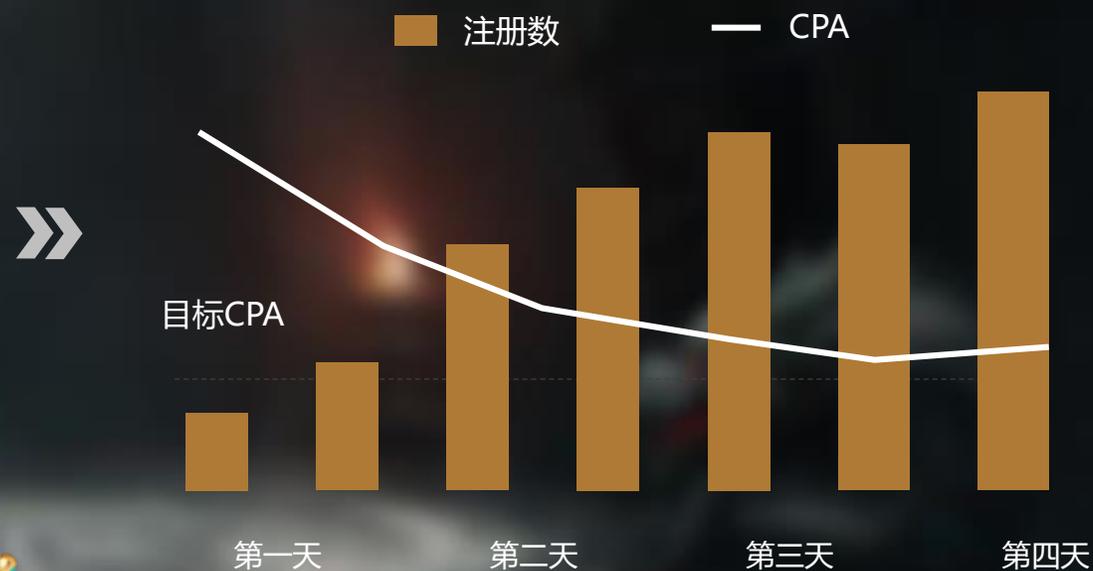
◆ 一张图演示 360 展示广告 oCPC 模式

把要求告诉我，
剩下的都交给我

- 广告创意
- 投放时段
- 投放预算
- 投放目标 (CPA)

360点睛实效平台
e.360.cn

- 系统自动投放，最大化接近投放目标，完全不用操心



◆ oCPC方法论-预算分配

——基于媒体流量和行业流量特征分配预算——

<p>oCPC信息流</p> <p>性价比高</p> <hr/> <p>预算占比70% 注册数量占比75%</p>	<p>oCPC PMP</p> <p>后续好</p> <hr/> <p>预算占比20% 注册数量占比12%</p>	<p>oCPC场景橱窗</p> <p>注册成本低</p> <hr/> <p>预算占比10% 注册数量占比13%</p>
--	--	--

设置较高的计划预算**上限和CPA**，尽快进入S2阶段

CPA设置，**PMP高于信息流20%**，**信息流高于橱窗20%**

◆ oCPC方法论-搭建计划

搭建 oCPC 计划

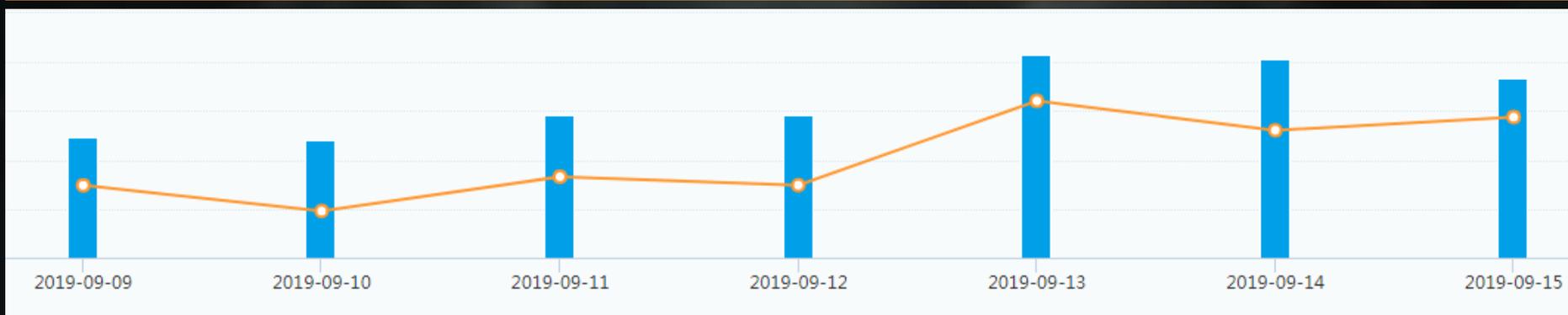
在人工计划
较好的账户

每个账户不能超过
5个oCPC推广组

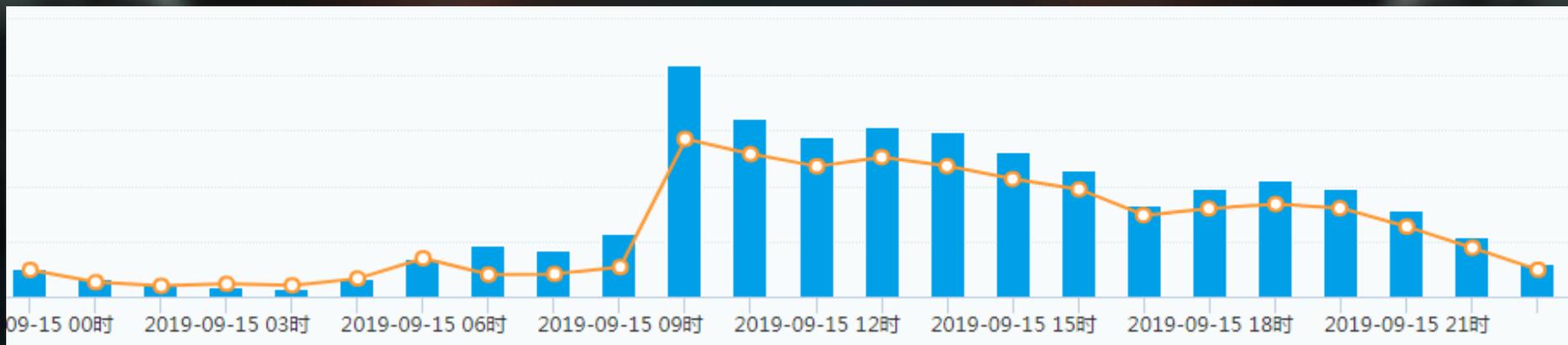
oCPC信息流对比	平均点击率	平均点击价格	平均千次展现成本	胜出率
有人工计划oCPC信息流	0.16%	¥ 2.09	¥ 3.44	8.78%
无人工计划oCPC信息流	0.10%	¥ 5.21	¥ 5.09	2.40%

oCPC方法论-时段控制

每周节假日优先，每日高峰时间优先



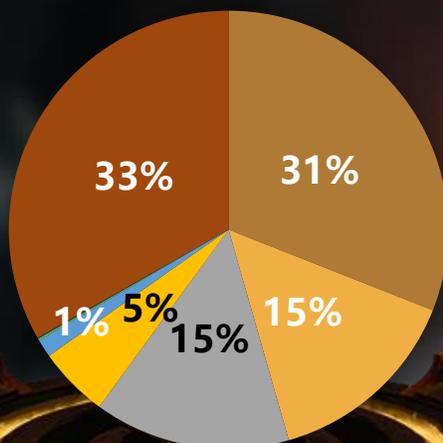
每日高峰时间优先



oCPC方法论-创意尺寸

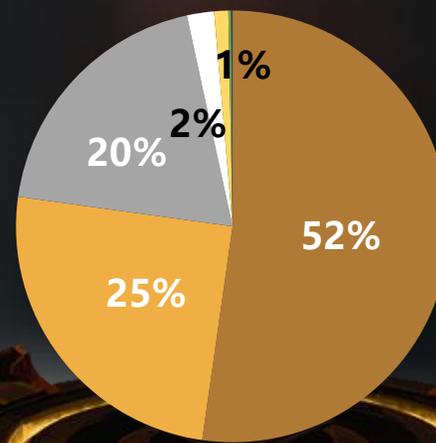
除场景橱窗流量 (500*500) 利用较少外, 贪玩流量占比符合游戏行业主体流量分布, 创意新增数量根据流量占比分配

游戏行业oCPC各尺寸流量占比



- 180x100
- 660x220
- 300x300
- 1280x720
- 1000x430
- 120x120
- 1904x360
- 500x500

贪玩oCPC各尺寸流量占比



- 180x100
- 660x220
- 300x300
- 1280x720
- 1000x430
- 1904x360
- 500x500

◆ oCPC方法论-创意设计原则

◆ 信息流：动图优于静态图

信息流小图 (180x100) (gif)

平均：CTR 0.24% CPC 1.7元

◆ 视频素材：代言人+游戏内容效果好

信息流视频 (1280x720)

平均：CTR 1.56% CPC 0.4元

◆ 场景橱窗：内容突出升级成长

场景橱窗 (300x300) (gif)

平均：CTR 0.3% CPC 0.54元

总结

◆ 贪玩PC展示团队通过PMP和oCPC保证65%以上产品用户数 ◆





THANK YOU

360 矿海掘金记