

360金融行业视频案例

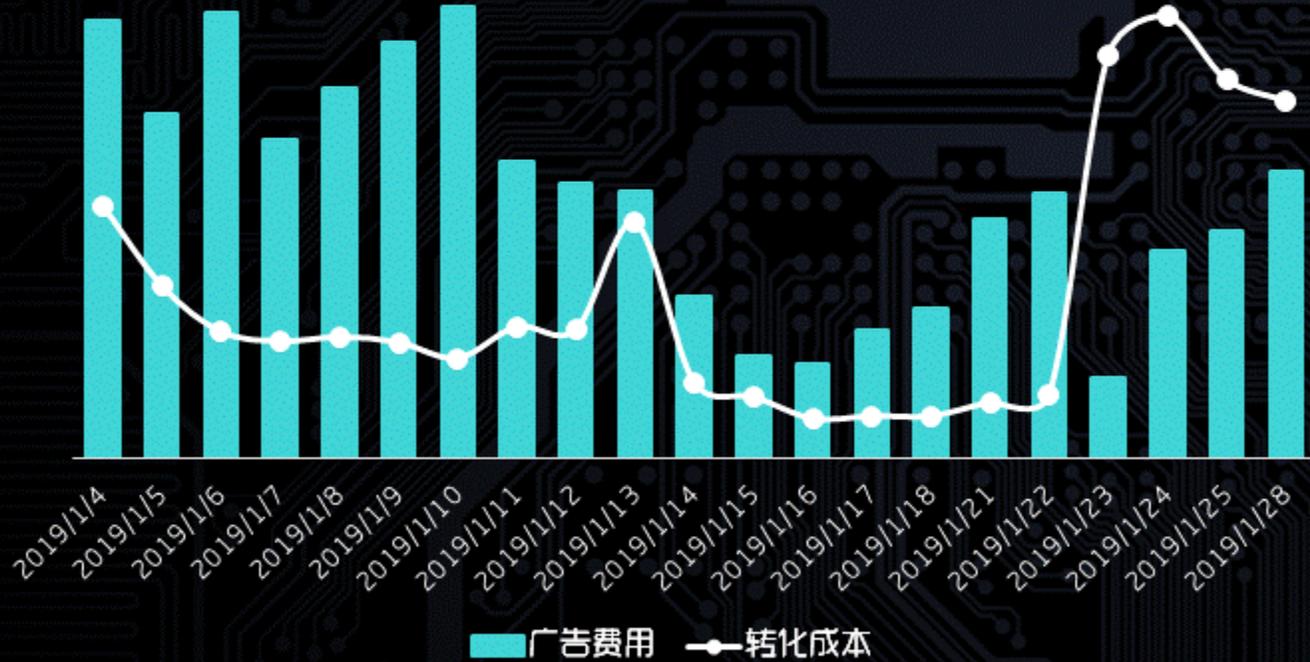
流量的播▶放者

360数字营销部金融组



信息流+常规定向 不是效果“担当”

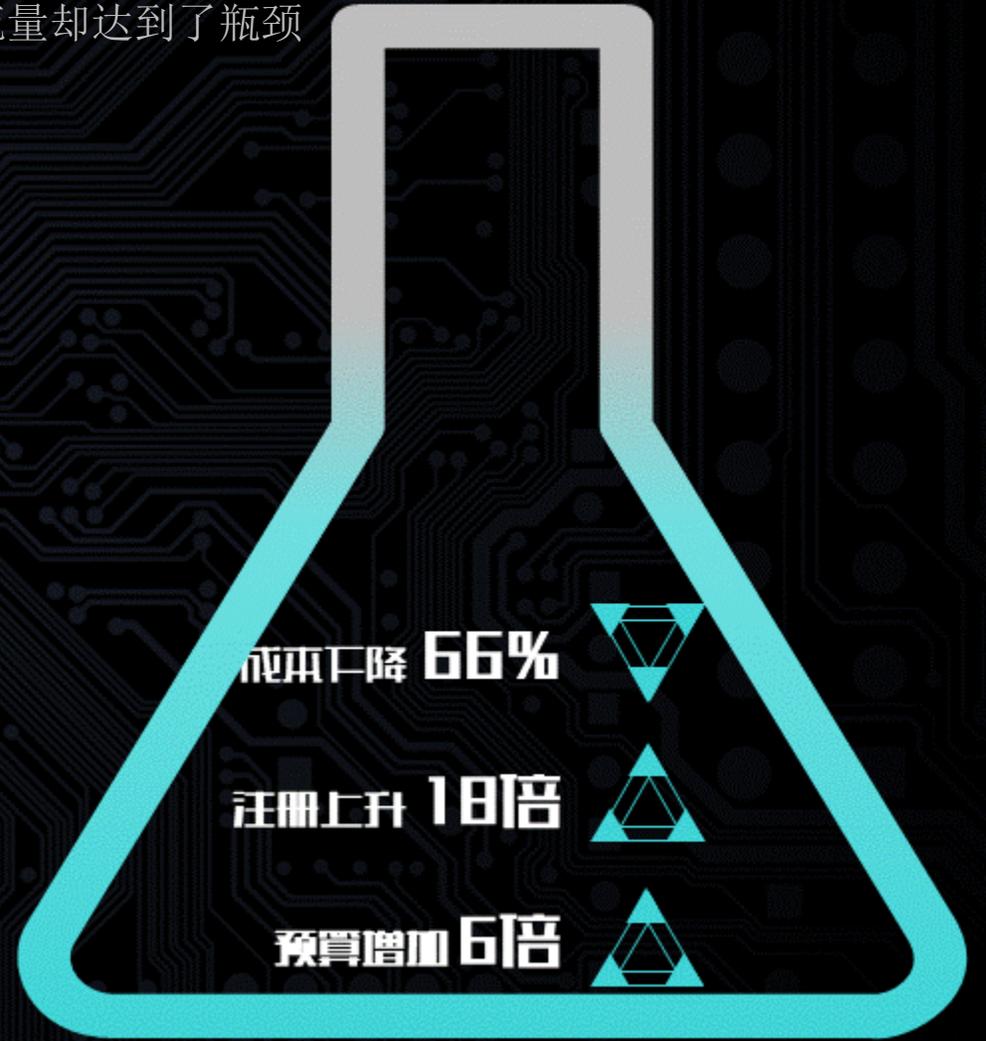
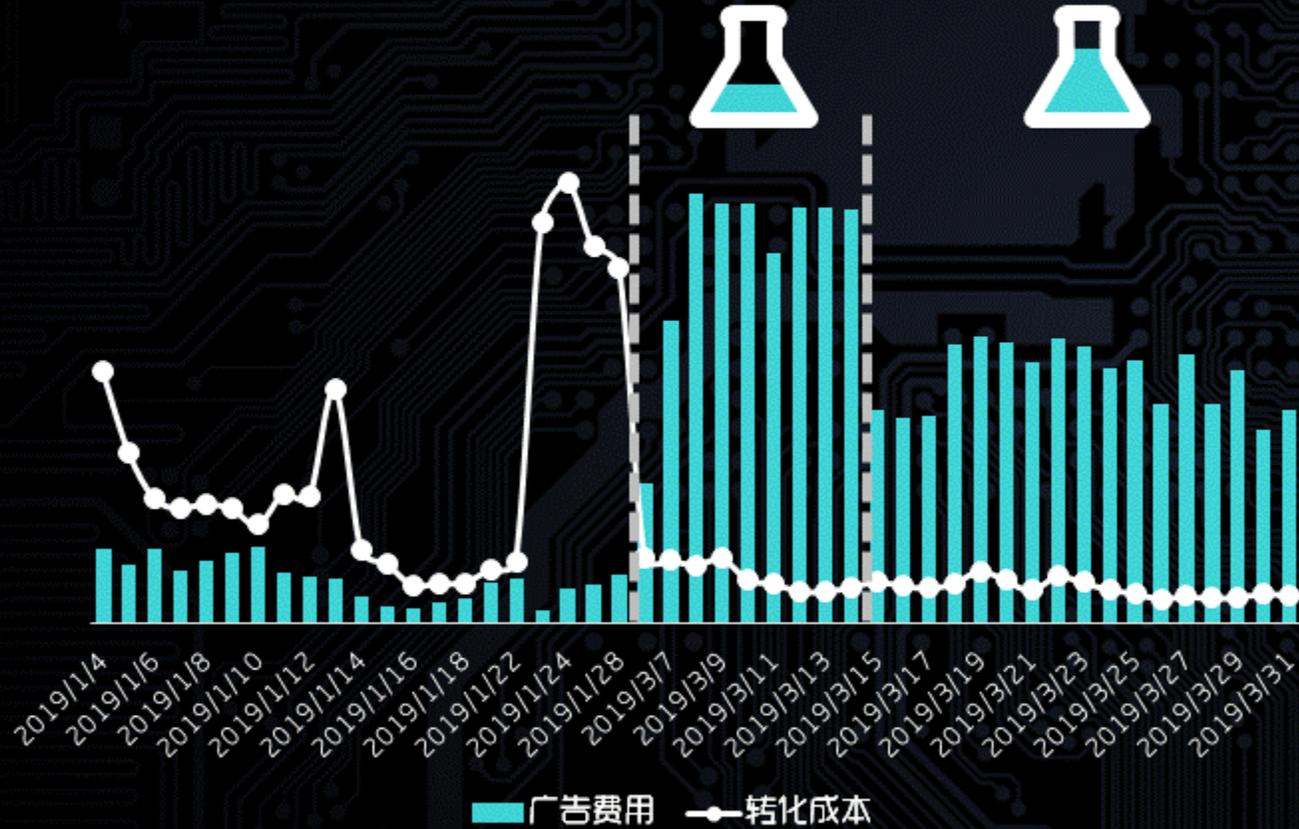
需要通过数据对接、大数据挖掘提升信息流的流量价值



信息流渠道放量后，转化量与流量的增长不成正比，无法成为流量“担当”

信息流+oCPC 是效果“担当”

oCPC解决了效果转化问题，但流量却达到了瓶颈



解析oCPC的营销贡献

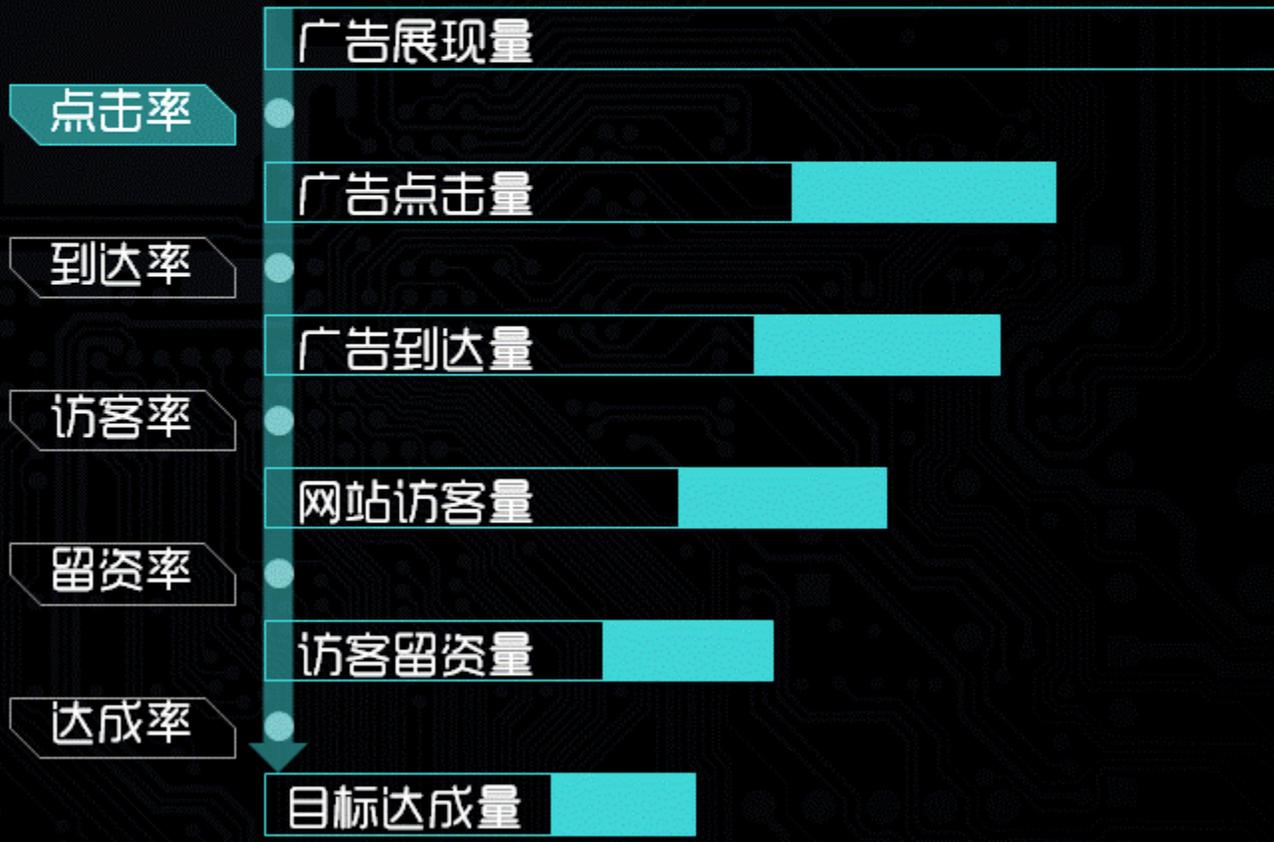
oCPC直观感受
提升了访客的留质量
提升了目标达成量

oCPC深度理解
精准了受众人群
精准了广告展现

oCPC只是营销流程的其中一环
oCPC精准了广告展现, 也限制了展现量

让oCPC框定的广告展现更有价值

点击率的高低决定获取优质流量的多少



广告视频化——提升360信息流CTR的捷径

视频作为一种更有效的传播方式逐渐成为营销一种趋势



随着玩法不断迭代成熟，视频化广告具备丰富多元的营销形式，注重内容与用户的互动性，可以直接转化引流，且拥有社交的属性。

360视频化广告通过现象级的产品让广告的触达打破媒介终端界限从而更加有效。

横竖视频CTR相比图文物料优势明显

优秀的视频物料CTR高低决定优质流量的多少

图片



360借条 | 360集团唯一授权消费信贷服务

最长免息30天

360送钱啦 **万元**

最快5分钟到账

视频



免息30天

图片: CTR=0.8%

视频: CTR=2.2%

图片



图片: CTR=0.9%

视频



视频: CTR=3.8%

CTR的提升引领目标成本下降45%

CTR和CPA的双赢



视频物料CTR提升200%+



视频物料CPA下降45%

开场黄金3秒直击痛点

用心制作一部“良心”剧



品牌力展示，提升决策影响力

用心制作一部“良心”剧



总有一个打动你的理由

用心制作一部“良心”剧



号召，赶快行动吧

用心制作一部“良心”剧



视频广告依然需要“图片”封面

Wifi环境下自动播放，蜂窝环境下仍以点播为主



视频广告依然需要“图片”封面

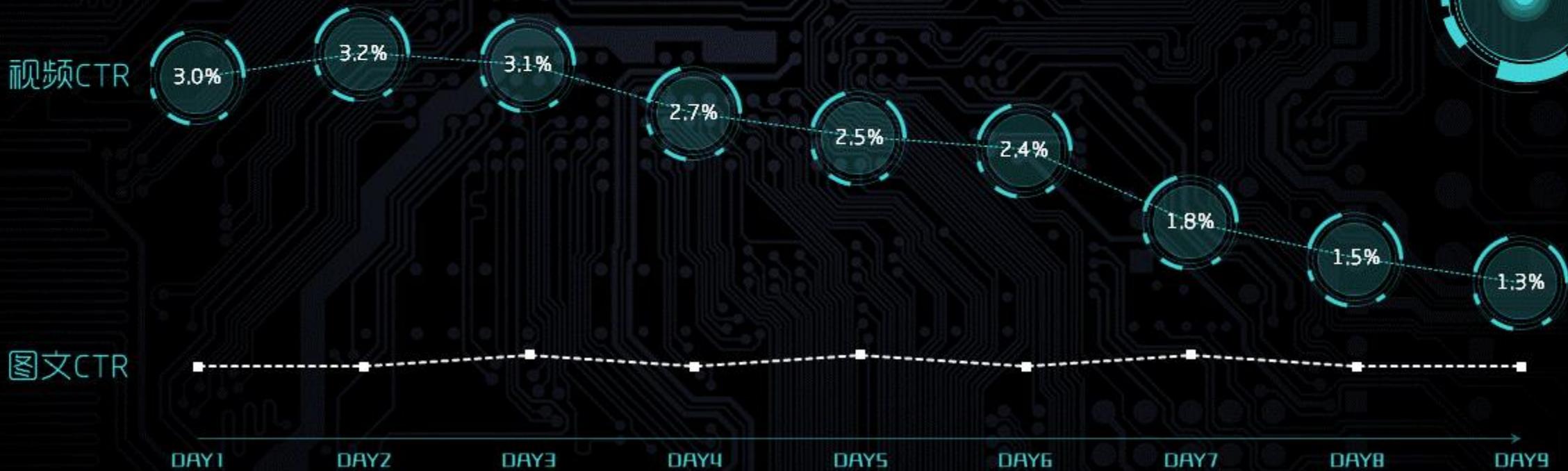
Wifi环境下自动播放，蜂窝环境下仍以点播为主

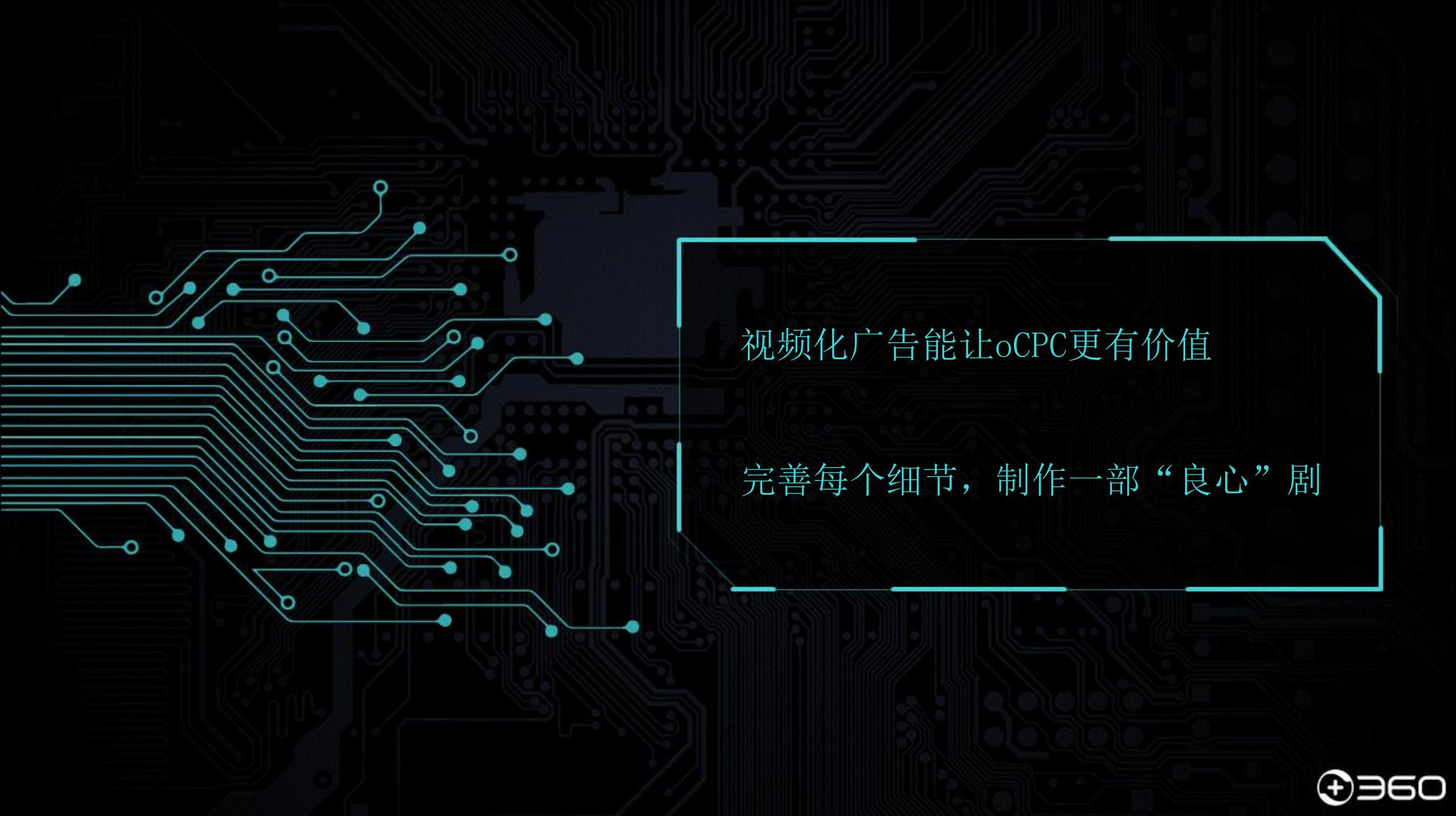


视频广告“太吃”素材

视频物料CTR的衰变期相对于图文素材较短

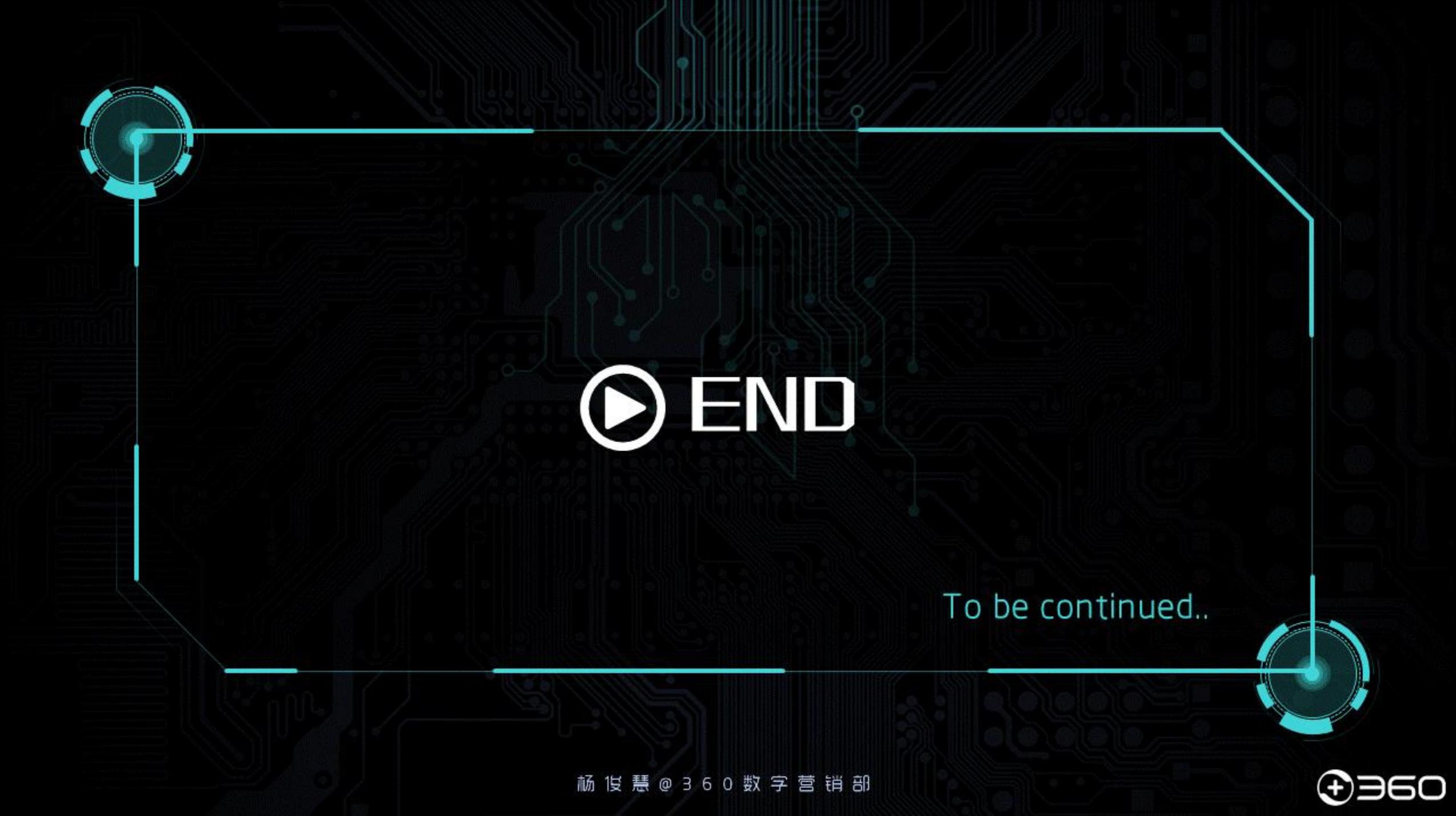
应对策略：
创意在线数量
创意更新频率





视频化广告能让oCPC更有价值

完善每个细节，制作一部“良心”剧



▶ END

To be continued..