

3.1 认知网络广告

知识目标：

掌握微信朋友圈广告的策略

能力目标：

能合理运用微信朋友圈开展广告活动

情境导入

小明为日照大米科技有限公司在朋友圈发布广告

技能学习

一、微信朋友圈广告实战——流程

实战的第一步，得先了解下流程、周期等等，才能未雨绸缪。

首要当然是开户，有些人没有提前开户，到要投放才临时抱佛脚，各种找关系加速审核，搞得十分被动，建议可以先开户了。不投也可以自己先熟悉下后台设置和要求。

（如果是你自己已经有实操过，可以跳过这一部分直接看——六、基于数据关于微信朋友圈的几点思考）

1 开户

请先行注册和开通所需账号与功能：

投放朋友圈广告前需申请开通相应广告投放资质，主要包含注册公众账号、申请微信认证、开通广告主功能三个步骤，平均耗时 5 个工作日。

2 创建广告

明确推广目标：

品牌活动、应用下载、还是公众号推广；选择广告形式：图文广告或视频广告；选择本条广告的购买方式：排期购买或竞价购买。系统将根据广告主的不同投放目的推荐合适的投放设置。

3 方案审核

微信写的是 24 小时内反馈审核意见，注意是工作日。加上可能的修改和重新提交审核，建议至少提前三个工作日。

4 广告上线

审核通过后你就可以安心了，广告上线前，你可以配置一些预览白名单，保证让某些人 100%看到这次朋友圈广告，添加这些人的微信号到后台白名单，比如老板，比如重要的合作渠道负责人，不超过 40 人即可。另外需要注意的是预览白名单仅限常驻国内用户，须提交微信号，不支持手机号或者 QQ 号；预览白名单用户须关注投放账户公众号。

5 效果追踪

支持在线实时监控各项数据

广告投放过程中，广告主可在线实时监控各项数据指标。广告投放结束 3 个工作日内，广告主即可在线查看结案报告，全面了解广告投放效果，并基于数据优化后续的广告投放策略。

二、微信朋友圈广告收费怎样？

说完流程，还是先来聊聊钱，毕竟这个极可能就是老板第一个问的问题。微信多少钱才能投，怎么收费，如何监测，一个 CPM 多少钱啊？实际上微信朋友圈广告 5 万就能投，并非某些报道提及的动不动就得 1000 万。但是真要投个 5 万，可能也就是一眨眼就没了。

微信朋友圈广告主要按 CPM 来核算，单次投放最低预算为 5 万元，单价由广告投放地域决定。投放地域目前主要分成三档：核心城市、重点城市和普通城市，各档所包含的具体城市及对应的曝光单价如下所示：

1. 核心城市：每千次曝光收费图文广告为 150 元，视频广告为 180 元
包含北京和上海。

2. 重点城市：每千次曝光收费图文广告为 100 元，视频广告为 120 元

包含广州，成都，深圳，杭州，武汉，苏州，重庆，南京，天津，西安，沈阳，长沙，青岛，宁波，郑州，大连，厦门，济南，哈尔滨，福州等 20 个高活跃城市

例如：某广告主定向广州、深圳两个地区投放朋友圈图文广告，预算 30 万元，则该广告主的广告至少在两个地区总共可获得 300 万次曝光。

3. 普通城市：每千次曝光收费图文广告为 50 元，视频广告为 60 元包含除以上 22 个城市之外的其他城市。

例子：某广告主定向东莞、漳州两个地区投放朋友圈图文广告，预算 30 万元，则该广告主的广告至少在两个地区总共可获得 600 万次曝光。

另外根据情况有些曝光是不收费的，微信定义为赠送曝光：投放期间，同一个用户在 5 分钟内查看广告超过 1 次，或整个投放期内累计查看超过 8 次。

三、不同的投放额度不同的展现形式

这个确实是个坑，很多公司在决定投放朋友圈的时候，一开始也是斗志昂扬准备策划个比宝马还牛逼的 H5 方案，最后发现小于 100 万，微信只给你一张外层图。所以呢，通过外层图基本上可以估计出投放情况。

1. 普通客户：单次投放预算小于 100 万

- * 广告支持配置 1 张外层图片

- * 详情页支持使用公众号图文消息或者固定模板样式 H5 页面

- * “查看详情”文字链支持更多选择：查看详情、下载应用或者预约活动

2. 高级客户：单次投放预算 100 万至 500 万

- * 广告支持配置 1 张、3 张或者 4 张外层图片
- * 支持投放视频广告：外层小视频为 6 秒，完整视频在 300 秒以内
- * 详情页支持使用公众号图文消息、固定模板样式 H5 页面或者自定义 H5 页面（自定义 H5 页面最多支持 2 页内容）
- * “查看详情”文字链支持更多选择：查看详情、下载应用或者预约活动

3. VIP 客户：单次投放预算超过 500 万

- * 广告支持配置 1 张、3 张、4 张或者 6 张外层图片
- * 支持投放视频广告：外层小视频为 6 秒，完整视频在 300 秒以内
- * 详情页支持使用公众号图文消息、固定模板样式 H5 页面或者自定义 H5 页面（自定义 H5 页面最多支持 6 页内容）
- * “查看详情”文字链支持更多选择：查看详情、下载应用或者预约活动

竞价购买

竞价购买方式适合需要灵活设置投放时间，并预留空间不断优化广告投放内容的广告主。

1. 核心城市&重点城市：暂不支持竞价购买
2. 普通城市：最低出价为 30 元/千次曝光

竞价购买目前所支持的服务标准如下：

- * 广告支持配置 1 张外层图片
- * 详情页支持使用公众号图文消息或者固定模板样式 H5 页面
- * “查看详情”文字链支持更多选择：查看详情、下载应用或者预约活动

四、微信朋友圈广告实战——种类及设置

目前朋友圈广告的展现形式主要为图文广告和视频广告两种，CPM 视频比图文收费高。

1. 朋友圈图文广告

（为避免广告嫌疑就不放游戏公众号了，这个是微信官方图）

缩进朋友圈图文广告由五个部分的内容构成：

包含①广告主头像&名称、②外层文案、③外层图片、④“查看详情”链接详情页、⑤用户社交互动等。

广告主头像&名称

拉取投放广告的广告主公众号的头像&名称，用户点击可直接跳转广告主公众号介绍页。

外层文案

广告外显创意非常重要的一部分，文案应当简洁、友好、易理解，字数限不超过 40 个字，不超过 4 行。

外层图片

广告创意直接触达用户的重要组成部分，用于通过丰富的视觉元素阐述创意，支持配置 1 张、3 张、4 张或者 6 张图片。

链接详情页

链接详情页主要用来详细描述广告创意，进一步向感兴趣的用户传递诉求的重要部分。查看详情页支持跳转公众号图文消息、公众号详情页、应用下载落地页、模板 H5 页面或者自定义 H5 页面。

用户社交互动

允许用户对广告创意进行点赞和评论，让用户“参与”到广告中。

详情页，后台的设置就是这样子

2. 朋友圈视频广告

朋友圈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、用户社交互动等。

广告主头像&名称、外层文案、用户社交互动要求都是一样的，不多说。

外层小视频

通过动态视频传达广告创意，外层支持配置 1 个时长 6 秒的小视频，点击进入可查看完整视频，时长限 300 秒以内。