

微信广告小程序 | 2021年第三季度

广告招商合作计划

WeChat Moments Ads Investment Plan

2021年6月最后更新

目录

01 平台数据与小程序广告基础介绍

微信的优势是什么？平台的能力有哪些？

02 小程序 Banner 广告

什么是小程序 Banner 广告，如何使用它达成推广目标？

03 激励式广告

什么是激励式广告，如何使用它达成推广目标？

04 小程序插屏广告

什么是小程序插屏广告，如何使用它达成推广目标？

05 小程序格子广告

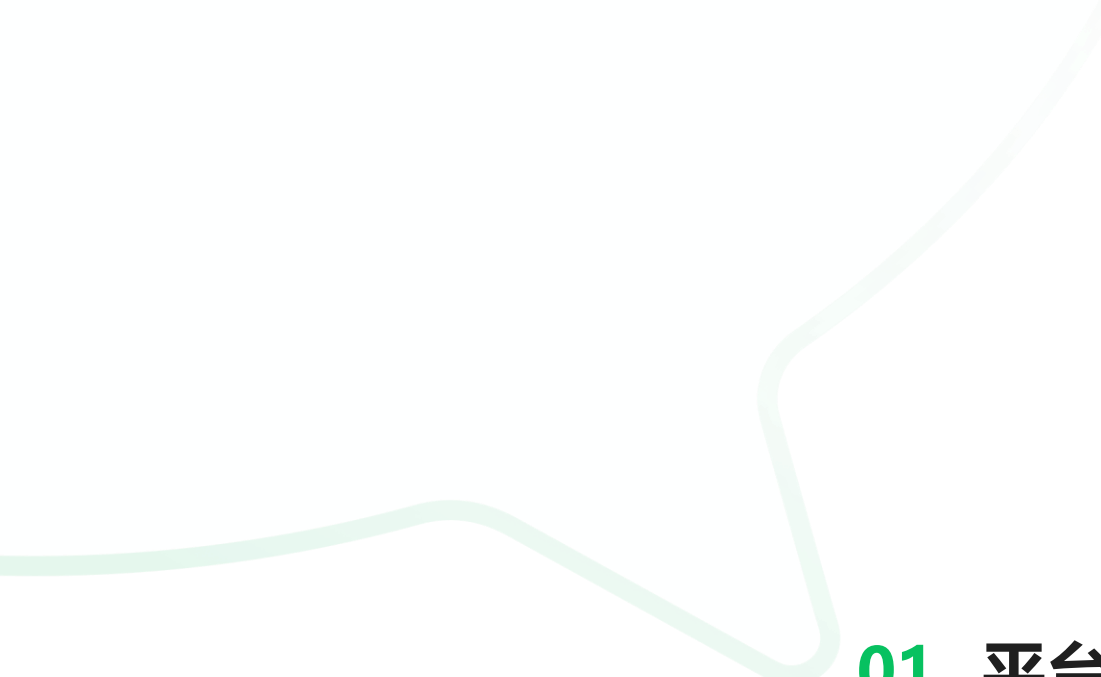
什么是小程序格子广告，如何使用它达成推广目标？

06 定向能力介绍

有哪些定向能力，如何精准触达目标用户？

07 数据投放能力

有哪些投放能力，使投放更有效、更有保障？



01 平台数据与小程序广告基础介绍

微信的优势是什么？平台的能力有哪些？什么是微信小程序广告？



超10亿用户

微信月活跃

微信 & WeChat
月合并活跃用户数

15-40岁

用户年龄

微信用户年龄主要
集中于 15-40 岁

93%

渗透率

一线城市渗透率
覆盖核心用户群体

100万+

小程序数量

微信公众平台
小程序数量

4亿+

小程序日活跃

微信小程序
日活跃用户数



海量用户

几乎覆盖全量中国移动互联网用户



精准触达

精准定向，有效触达目标人群



闭环生态

基于微信生态，提供公众号关注、卡券发放、LBS、小程序等闭环解决方案



系统投放工具

平台提供完善、可视化的效果评估数据，助力广告主跟踪分析投放情况

平台产品的每一次优化，都致力于为广告运营者 **提供最佳的运营方案**



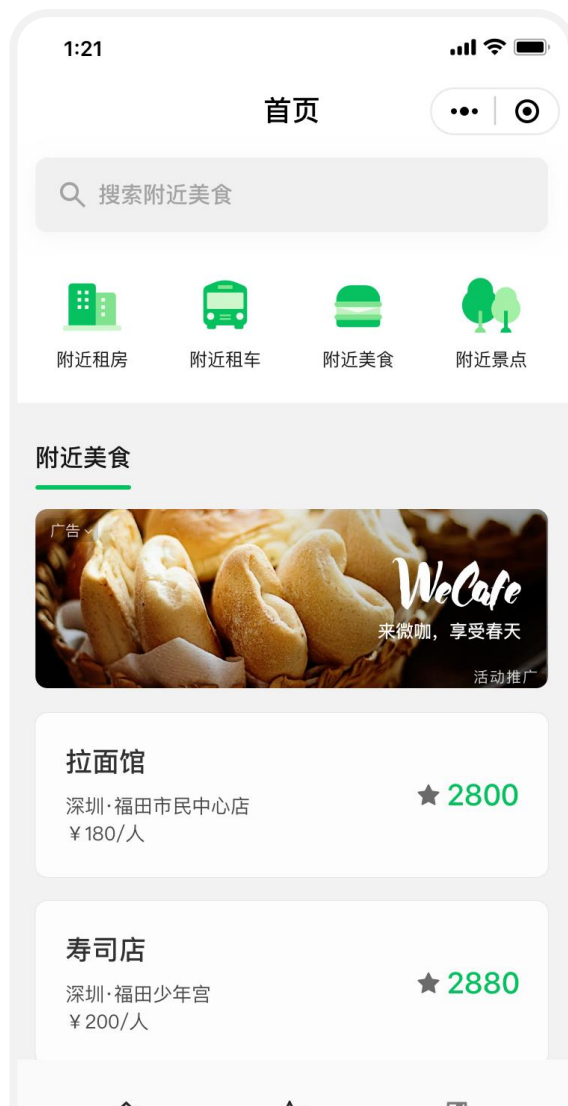
什么是微信小程序广告？

是一个基于微信小程序与小游戏生态，利用专业数据处理算法实现 **成本可控、效益可观、精准触达** 的广告投放效果。

微信小程序广告包括小程序 Banner 广告、激励式广告、小程序插屏广告、小程序格子广告 4 个广告位。

02 小程序Banner广告介绍

什么是小程序 Banner 广告，如何使用它达成推广目标？



小程序 banner 广告:



左上角为广告角标, 右下角角标根据推广目标展示不同

* 注: 若点击后推广页为小程序, 则右下角标展示小程序图标 

广告位置

广告位在小程序页面内, 由小程序流量主决定实际展示位置, 流量场景丰富、多样。

素材规格

图片大小为960像素x334像素, 支持bmp, png, jpeg, jpg格式, 不超过100KB



可进入三类推广页



原生推广页

官方提供的简单易组合的推广页



小程序

已有的小程序可以作为推广页



自定义链接

功能丰富、更自由的自定义链接

小程序广告banner

点击 banner 跳转推广页

小程序 banner 广告 助你高效达成不同推广目标

小程序 banner 广告支持**六种推广目标**

接下来，将结合各个不同推广目标，
逐一举例展示小程序 banner 广告如何使用达成广告成效。



推广品牌活动
品牌宣传或活动推广



推广公众号
推广订阅号及服务号



推广应用
推广安卓或 iOS 移动应用



收集销售线索
收集意向客户商机

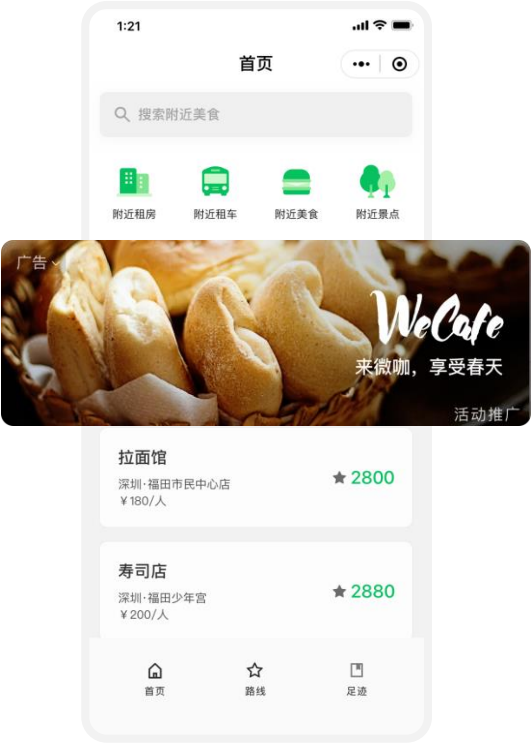


推广商品
推广商品或线上商城



推广小游戏
推广微信小游戏

 **推广品牌活动** 点击卡片任意区域进入原生推广页、小程序、或自定义链接



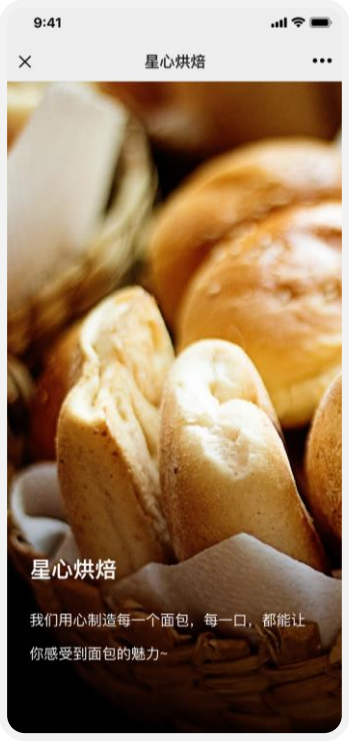
小程序 banner 广告
推广品牌活动



原生推广页
推广品牌活动



小程序
推广品牌活动



自定义链接
推广品牌活动



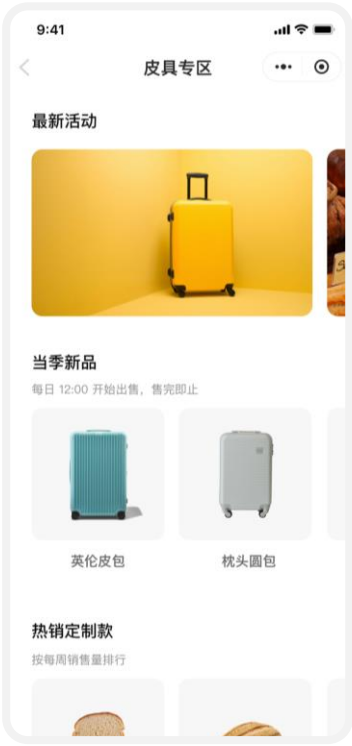
点击卡片任意区域进入原生推广页、小程序、或自定义链接



小程序 banner 广告
推广商品



原生推广页
推广商品



小程序
推广商品



自定义链接
推广商品

 **收集销售线索** 点击卡片任意区域进入原生推广页、小程序、或自定义链接



小程序 banner 广告
收集销售线索



原生推广页
收集销售线索



小程序
收集销售线索



自定义链接
收集销售线索

推广公众号

点击关注按钮：弹出确认框，点击“关注”完成关注

点击关注卡片非按钮区域：进入公众号历史消息页或原生推广页



小程序 banner 广告
推广公众号



确认关注弹窗
推广公众号



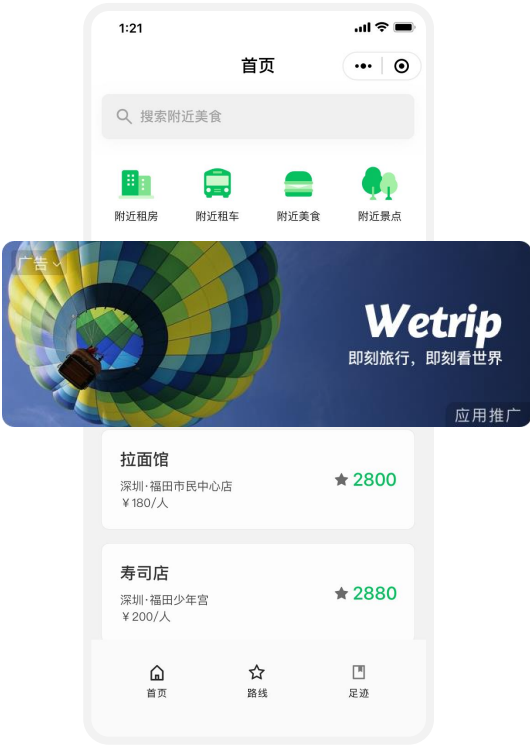
公众号历史消息页
推广公众号



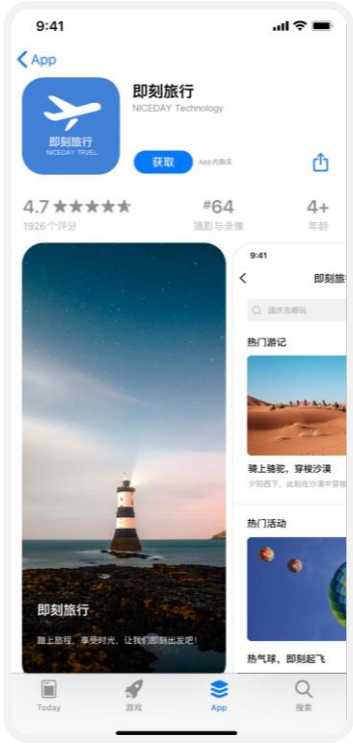
原生推广页
推广公众号

推广应用

iOS 用户 点击卡片任意区域跳转 App Store 应用下载页或原生推广页或自定义链接
Android 用户 点击卡片任意区域，进入应用下载页或原生推广页或自定义链接，用户需手动点击下载



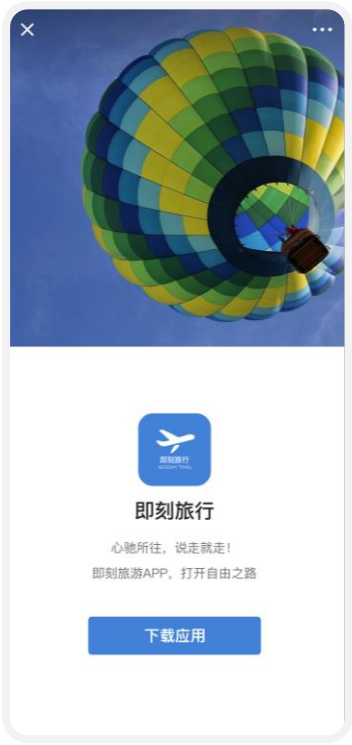
小程序 banner 广告
推广应用



App Store 应用下载页
推广应用



Android 应用下载页
推广应用



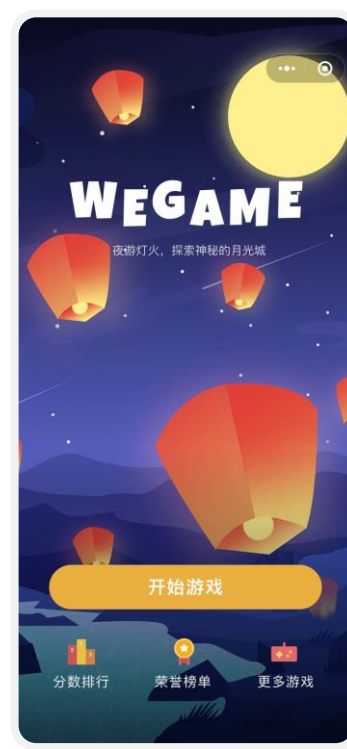
自定义链接
推广应用

 推广小游戏

点击卡片任意区域进入小游戏推广页



小程序 banner 广告
推广小游戏



小游戏推广页
推广小游戏



合约购买

支持提前预定未来 1-28 天内流量，按 CPM 扣费，优先保量
按城市阶梯定价：核心/重点/普通 (25元/20元/15元)

核心城市 (2个)：北京、上海

重点城市 (20个)：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

普通城市：包含除以上 22 个城市之外的其他城市



竞价购买

按 CPC 扣费，实际扣费与广告出价和广告质量有关
流量按广告竞争力分配，广告竞争力公式如下：



广告出价

广告出价由广告主
基于出价范围设置
最低 出价为0.1元/点击

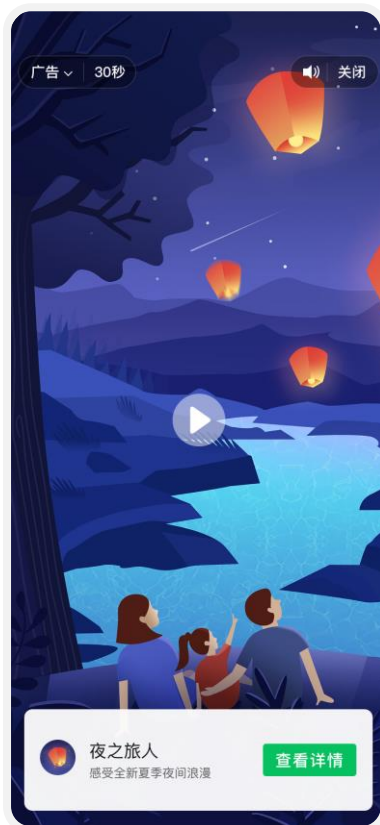


广告质量

广告质量主要取决于广 告点击
率和社交互动率

03 激励式广告介绍

什么是激励式广告，如何使用它达成推广目标？



激励式视频广告

用户观看视频完成后获得奖励



激励式浏览广告

用户浏览页面15秒后获得奖励

激励式广告

用户在小程序中主动触发激励式广告。

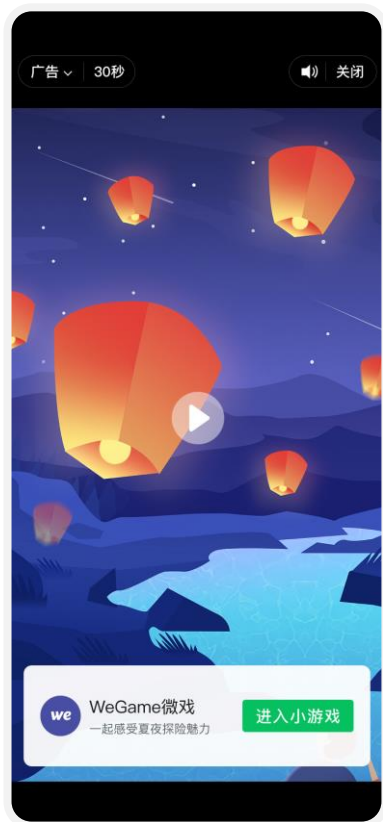
观看视频完成后（激励视频样式）或浏览页面15秒（激励浏览样式）且被用户主动关闭后，用户将获取该小程序提供的对应激励（如复活/加分等）

广告位置

广告触发场景与奖励内容均由小程序开发者（流量主）自定义

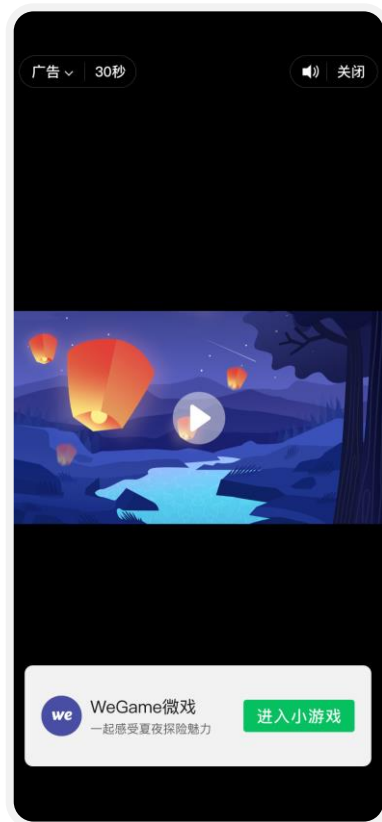
视频规格

通过动态视频传达广告创意，外层支持配置时长 6~60 秒 的短视频
视频比例为横屏视频16:9或竖屏视频9:16（即960 px × 540 px、750 px × 1334 px或720 px × 1280 px）两种规格



竖屏小程序

支持投放 9:16 视频



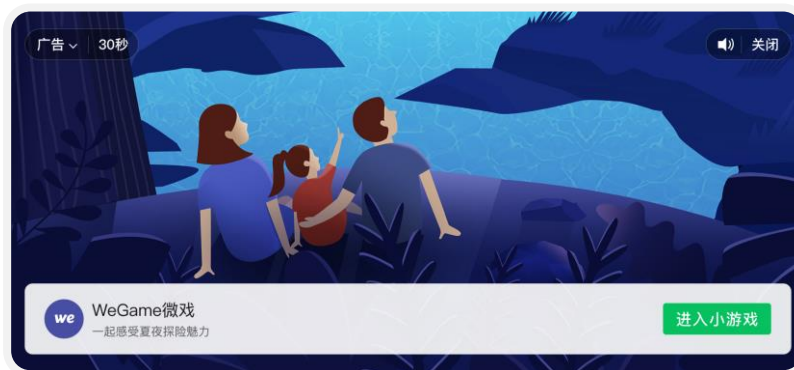
竖屏小程序

支持投放 16:9 视频

激励式广告 - 激励视频：

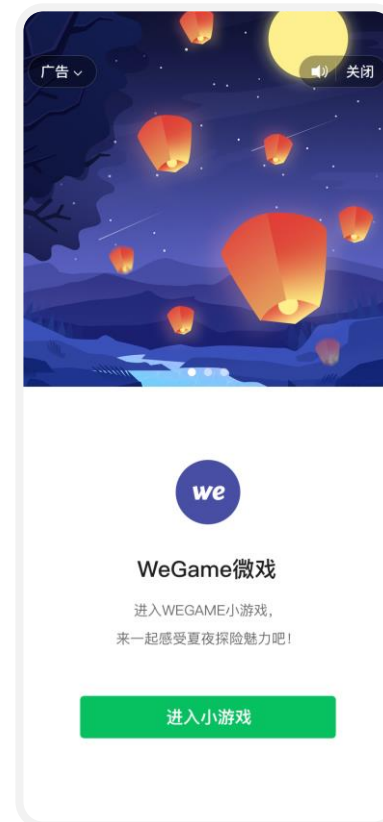
【视频播放】视频默认有声播放，支持6-60秒视频素材，支持普通竞价CPM与智能投放oCPM

【点击跳转】广告结束页按钮，根据推广目标跳转至推广页
*原生推广页或应用下载页/自定义链接/小程序/小游戏/公众号历史消息页)



横屏小程序

支持投放 16:9 视频



广告结束页

可以选择设置

激励式广告 – 激励浏览：

【触发】用户在小程序（游戏）中主动触发直接进入原生推广页，原生推广页由广告主自由设计，仅支持智能投放oCPM

【点击跳转】点击页面内按钮，可以进入深层推广页（进入自定义链接/关注公众号/下载应用/进入小程序/进入枫叶推广页等）

原生推广页组支持多种转化能力：

 跳转链接	 关注公众号	 下载应用	 在线咨询	 枫叶推广页
 进入小程序	 进入小游戏	 领取卡券	 添加商家微信	 悬浮按钮
 表单	 图文复合组件	 一键拨号	 商家二维码	



激励浏览



推广页

激励式广告

助你高效达成不同推广目标

激励式广告支持**七种推广目标**

接下来，将结合各个不同推广目标，
逐一举例展示激励式广告如何使用达成
广告成效。



推广品牌活动
品牌宣传或活动推广



推广公众号
推广订阅号及服务号



推广应用
推广安卓或 iOS 移动应用



收集销售线索
收集意向客户商机



推广商品
推广商品或线上商城



推广小游戏
推广微信小游戏



推广视频号
推广视频号

 推广品牌活动 点击卡片任意区域进入原生推广页、小程序或自定义链接



小程序/小游戏页面
推广品牌活动



激励式广告
推广品牌活动



原生推广页
推广品牌活动



小程序
推广品牌活动



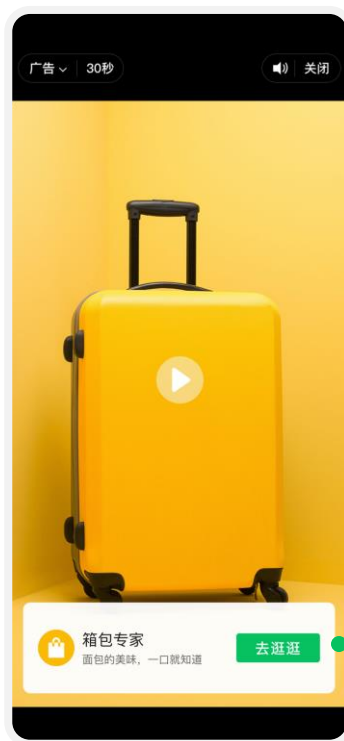
自定义链接
推广品牌活动

推广商品

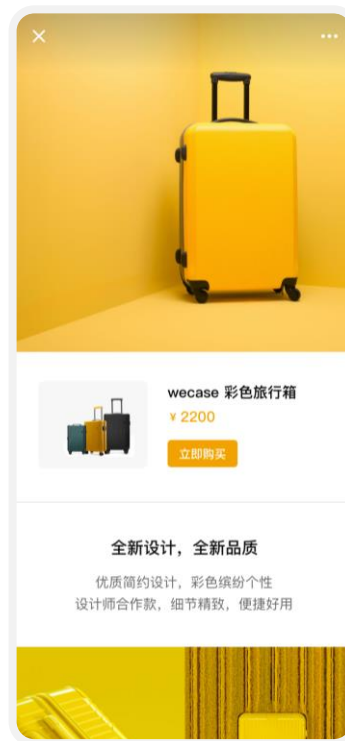
点击卡片任意区域进入原生推广页、小程序或自定义链接



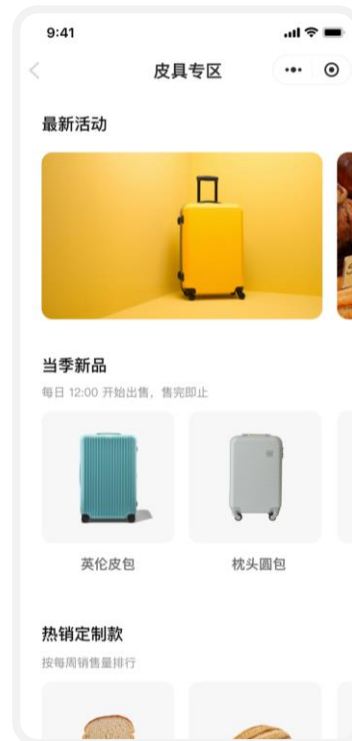
小程序/小游戏页面
推广商品



激励式广告
推广商品



原生推广页
推广商品



小程序
推广商品



自定义链接
推广商品

 收集销售线索 点击卡片任意区域进入原生推广页、小程序或自定义链接



小程序/小游戏页面
收集销售线索



激励式广告
收集销售线索



原生推广页
收集销售线索



小程序
收集销售线索



自定义链接
收集销售线索

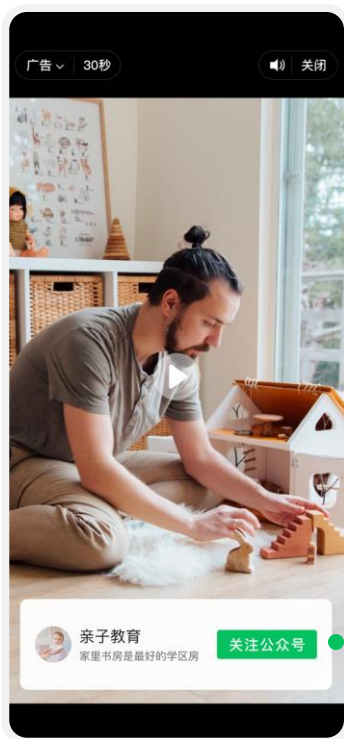
推广公众号

点击关注按钮：弹出确认框，点击“关注”完成关注

点击关注卡片非按钮区域：进入公众号历史消息页或原生推广页



小程序/小游戏页面
推广公众号



激励式广告
推广公众号



确认关注弹窗
推广公众号



公众号历史消息页
推广公众号



原生推广页
推广公众号

推广应用

iOS 用户 点击卡片任意区域跳转 App Store 应用下载页或原生推广页或自定义链接

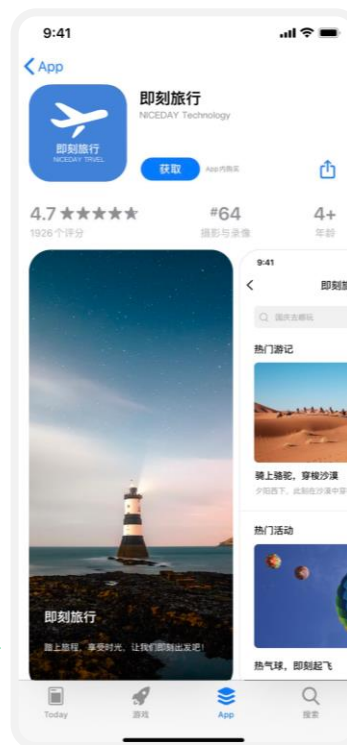
Android 用户 点击下载按钮，进入应用下载页并直接下载应用；点击非按钮区域，进入应用下载页或原生推广页或自定义链接，用户需手动点击下载



小程序/小游戏页面
推广应用



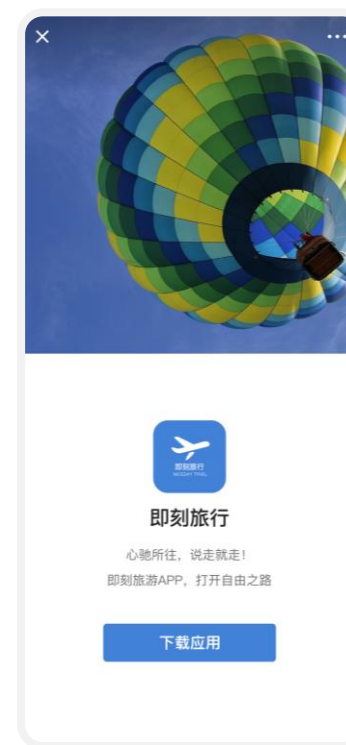
激励式广告
推广应用



App Store 应用下载页
推广应用



Android 应用下载页
推广应用



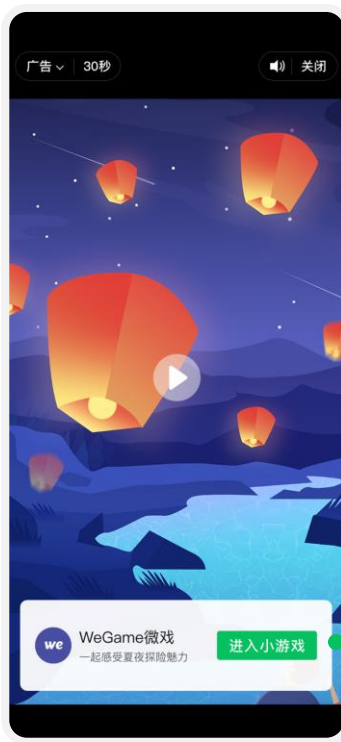
自定义链接
推广应用

 推广小游戏

点击卡片任意区域进入小游戏推广页



小程序/小游戏页面
推广应用



激励式广告
推广应用



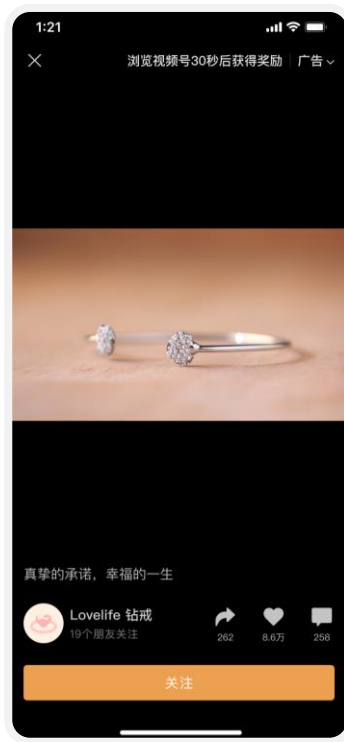
小游戏推广页
推广小游戏

推广视频号

关注视频号



小程序/小游戏页面
推广应用



激励式广告
关注视频号



视频号
推广视频号



竞价购买

出价范围



竞价CPM (按千次曝光出价)

不再区分城市等级出价，范围统一为1.5元-999元。

竞价机制：

流量按广告竞争力分配，广告竞争力公式如下：



广告出价

广告出价由广告主
基于出价范围设置

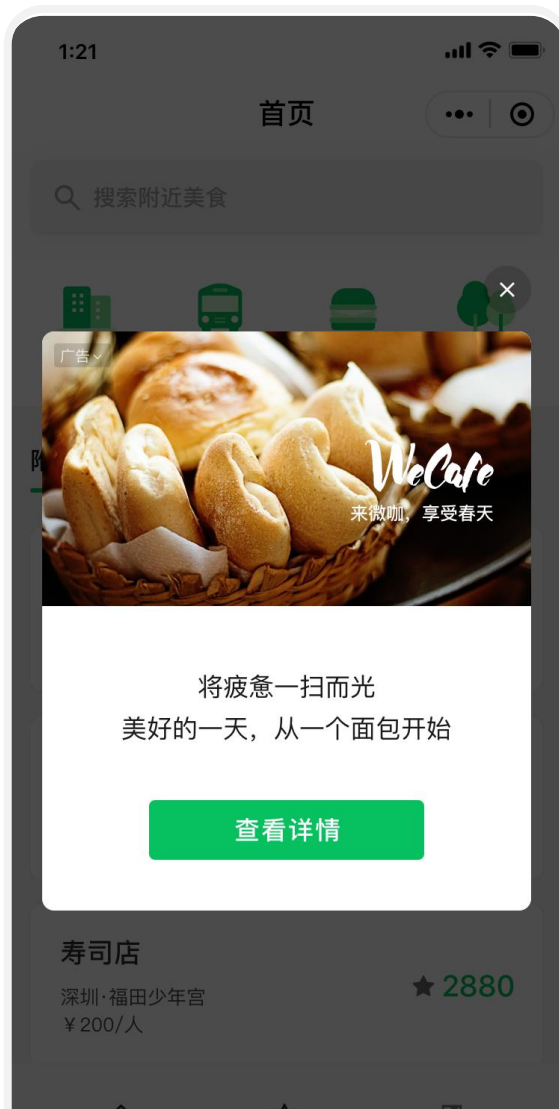


广告质量

广告质量主要取决于广 告点击
率和社交互动率

04 小程序插屏广告

什么是小程序插屏广告，如何使用它达成推广目标？



小程序插屏广告

用户触发小程序插屏广告时，插屏广告将自动向用户展现，用户可以随时关闭插屏广告。

广告位置

开发者在小程序中[自定义广告场景](#)（如回合结束/流程结束）

素材规格

图片大小为960*540像素，支持bmp, png, jpeg, jpg格式，不超过200KB

视频素材为16：9视频，时长6-30秒，具体规范详见投放端



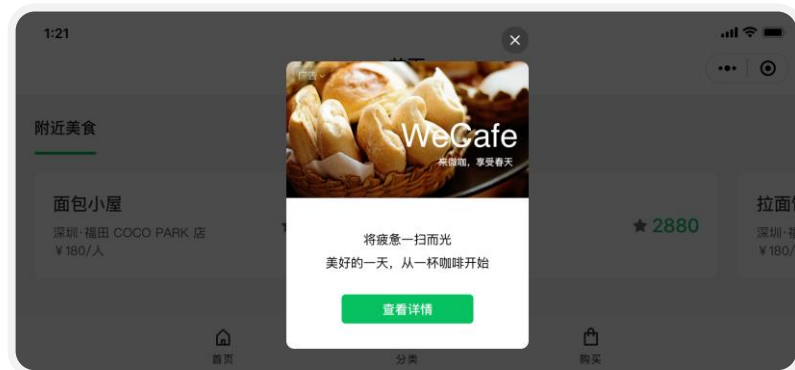
竖屏小程序

小程序插屏广告（图片）

小程序插屏广告（图片），支持普通竞价CPM与智能投放oCPM

【点击跳转】广告结束页按钮，根据推广目标跳转至推广页

*原生推广页或应用下载页/自定义链接/小程序/小游戏/公众号历史消息页)



横屏小程序



点击关闭广告按钮，
随时关闭广告

点击广告按钮或视频素材区域，
跳转广告推广页
推广页返回小程序时
广告自动关闭

点击蒙层任意区域
广告关闭

竖屏小程序

小程序插屏广告（视频）

仅支持智能投放oCPM，
选择按形态投放 “沉浸式横版视频”
广告位投放

【点击跳转】广告结束页按钮，根据
推广目标跳转至推广页
*原生推广页或应用下载页/自定义链接/小程序/小游戏/公众号历史消息页)



播放完成后，自动展示



点击关闭广告按钮，
随时关闭广告

点击广告按钮或视频素材区域，
跳转广告推广页
推广页返回小程序时
广告自动关闭

点击蒙层任意区域
广告关闭

插屏广告（视频）

6 – 30秒视频默认静音播放

结束页

播放结束后，展现结束页

小程序插屏广告

助你高效达成不同推广目标

小程序插屏广告支持**六种推广目标**

接下来，将结合各个不同推广目标，
逐一举例展示小程插屏广告如何使用达
成广告成效。



推广品牌活动

品牌宣传或活动推广



推广公众号

推广订阅号及服务号



推广应用

推广安卓或 iOS 移动应用



收集销售线索

收集意向客户商机



推广商品

推广商品或线上商城



推广小游戏

推广微信小游戏

 **推广品牌活动** 点击按钮或图片/视频区域，进入原生推广页、小程序、或自定义链接



小程序插屏广告
推广品牌活动



原生推广页
推广品牌活动



小程序
推广品牌活动



自定义链接
推广品牌活动

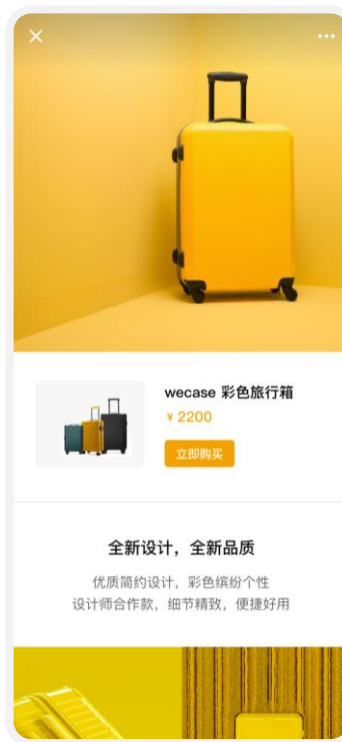


推广商品

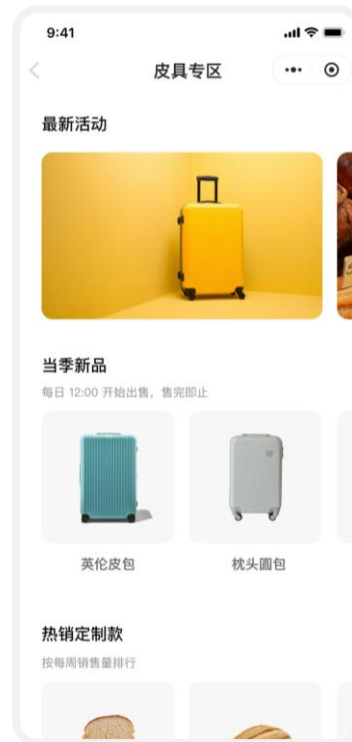
点击按钮或图片/视频区域，进入原生推广页、小程序、或自定义链接



小程序插屏广告
推广商品



原生推广页
推广商品



小程序
推广商品



自定义链接
推广商品

 **收集销售线索** 点击按钮或图片/视频区域，进入原生推广页、小程序、或自定义链接



小程序插屏广告
收集销售线索



原生推广页
收集销售线索



小程序
收集销售线索



自定义链接
收集销售线索



推广公众号

点击按钮或图片/视频区域，进入公众号历史消息页或原生推广页



小程序插屏广告
推广公众号



公众号历史消息页
推广公众号

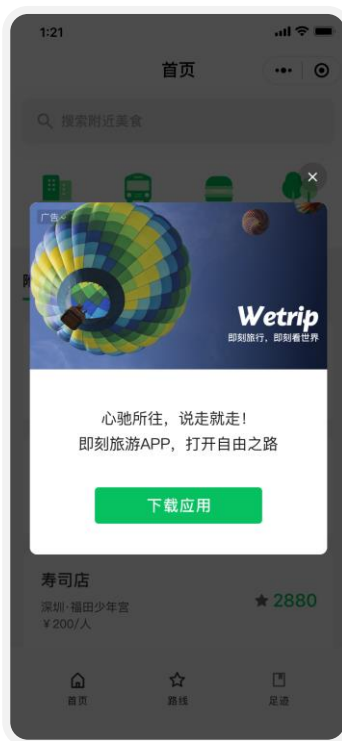


原生推广页
推广公众号

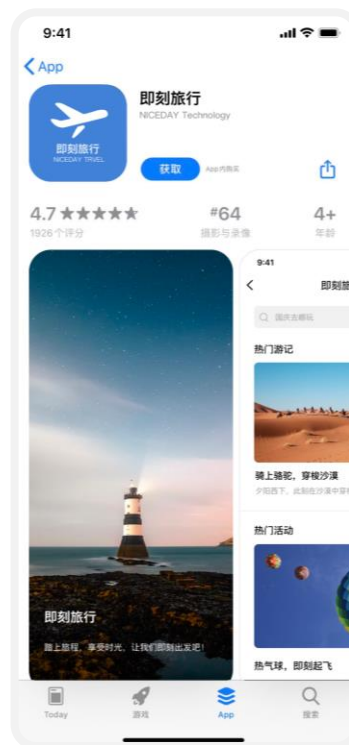
 推广应用

iOS 用户 点击按钮或图片/视频区域，进入App Store 应用下载页或原生推广页或自定义链接

Android 用户 点击按钮或图片/视频区域，进入应用下载页或原生推广页或自定义链接，用户需手动点击下载



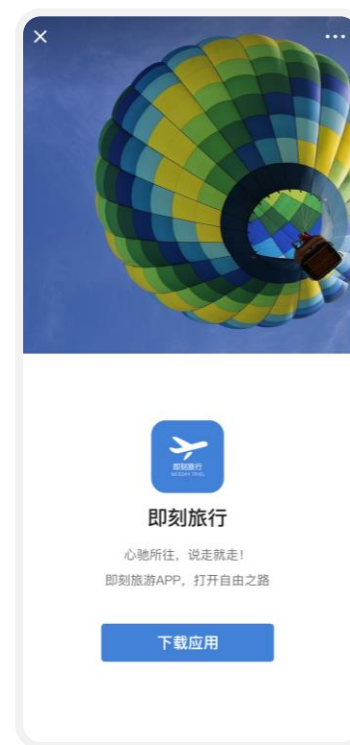
小程序插屏广告
推广应用



App Store 应用下载页
推广应用



Android 应用下载页
推广应用



自定义链接
推广应用



推广小游戏

点击按钮或图片/视频区域，进入小游戏推广页



小程序插屏广告
推广小游戏



小游戏推广页
推广小游戏



合约购买（图片）

支持提前预定未来 1-28 天内流量，按 CPM 扣费，优先保量
按城市阶梯定价：核心/重点/普通（60元/65元/70元）

核心城市（2个）：北京、上海

重点城市（20个）：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

普通城市：包含除以上 22 个城市之外的其他城市



竞价购买

按 CPM 扣费，实际扣费与广告出价和广告质量有关
流量按广告竞争力分配，广告竞争力公式如下：



广告出价

广告出价由广告主
基于出价范围设置
最低 出价1.5元/CPM



广告质量

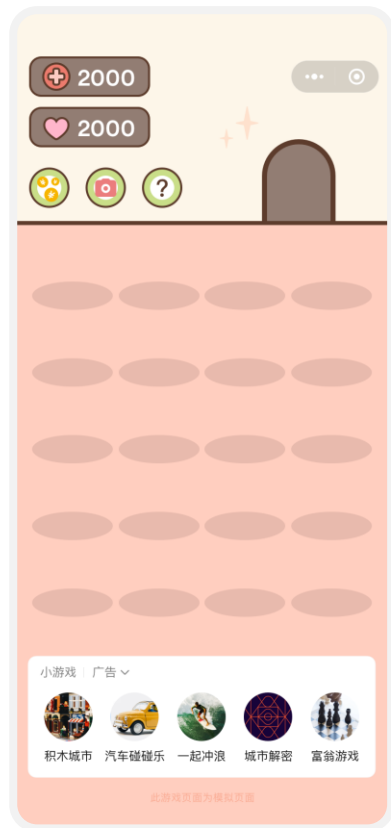
广告质量主要取决于广 告点击
率和社交互动率

05 小程序格子广告

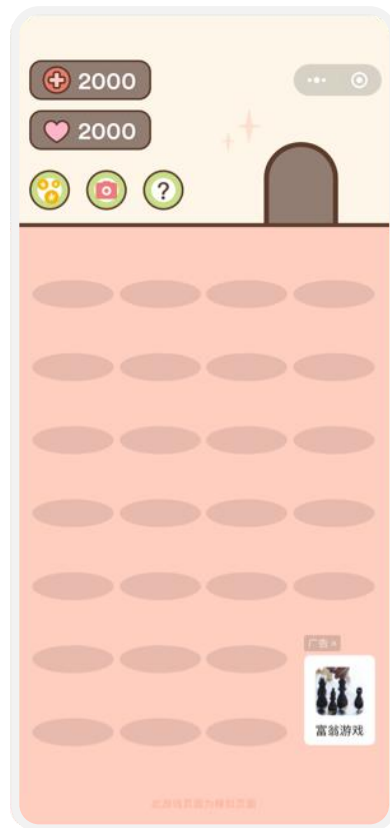
什么是小程序格子广告，如何使用它达成推广目标？



八宫格广告



五宫格广告



单格子广告

小程序格子广告：

格子广告（包含1个或多个头像及昵称，开发者设定），不支持用户进行关闭。

广告位置

广告位在小程序页面内，由小程序流量主决定实际播放位置

尺寸：512 × 512 px，小于 120 KB；格式：支持 jpg、jpeg、png、bmp

素材规格

方形头像，尺寸：512 × 512 px，小于 120 KB；格式：支持 jpg、jpeg、png、bmp

推广目标

格子广告为推广小游戏专属定制。

小程序格子广告，仅支持智能投放oCPA，选择按形态投放“横版聚合格子”广告位投放。



推广小游戏
推广微信小游戏

 推广小游戏

点击小游戏头像，进入对应的小游戏推广页



小程序格子广告
推广小游戏



小游戏推广页
推广小游戏



竞价购买

按 **CPC 扣费**，实际扣费与广告出价和广告质量有关
流量按广告竞争力分配，广告竞争力公式如下：



广告出价

广告出价由广告主
基于出价范围设置
最低 出价为0.1元/点击



广告质量

广告质量主要取决于广 告点击
率和社交互动率

06 投放能力介绍

可以使用哪些定向能力，助你精准触达目标用户？



性别年龄

支持按性别、自定义年龄定向



婚恋情况

支持按用户当前婚恋状态定向



地域

支持按行政区/城市/商圈/指定 POI
点自定义0.5千米 ~5千米辐射半径

数据来源于用户近一个月的常用地点信息



手机系统

支持按手机系统 (iOS、Android) 定向
支持按Wi-Fi、4G、3G、2G等联网环境定向
支持手机品牌、型号、价格定向



学历

支持按用户的最高学历水平定向
包含博士/硕士/本科/专科/高中/初中/小学



常住地（境内）

支持按省、市、区、商圈不同地域精度投放。数据来源于微信用户近一个月常驻地点信息。



差旅出行（境内）

差旅定向支持朋友圈/小程序/公众号全流量，可投放给在当地出差或旅游的用户。



常住地（境外）*

支持定位在境外某国家或地区常住用户，覆盖中国香港、泰国、新西兰等 6 个国家与地区。



差旅出行（境外）*

支持定位目前在境外国家或地区到访的用户，共支持中国香港、新西兰、柬埔寨等 20 个国家与地区。

行为定向

来源于腾讯用户产品矩阵，经大数据分析定义的标签，
强调用户曾经展现过行为

18 个一级标签

教育、旅游、金融、交通、房产、家居、服饰鞋帽
箱包、餐饮美食、生活服务、商务服务、美容/个护、
互联网/电子产品、体育运动、医疗健康、孕产育儿、
游戏、娱乐休闲、新闻资讯

155 个二级标签

对应18个一级标签，总共下分155个精细化定向标签

363 个二级标签

对应155个二级标签，总共下分363个精细化定向标签

兴趣爱好定向

来源于腾讯用户产品矩阵，经大数据分析定义的标签，
强调长期稳定且愿意花费成本的兴趣爱好

12 个一级标签

旅游、交通、家居、餐饮美食、生活服务、美容/个
护、互联网/电子产品、体育运动、医疗健康、游戏、
娱乐休闲、新闻资讯

58 个二级标签

对应12个一级标签，总共下分58个精细化定向标签

115 个二级标签

对应58个二级标签，总共下分115个精细化定向标签

LBS定向：细致颗粒度

朋友圈竞价购买广告支持颗粒度更细化的地域定向功能：除了支持全国 300 多个城市、2800 多个区县的选项外，支持 4400 多个商圈选项，以及 5800 多万个POI 点辐射定向。

LBS定向：差旅定向

差旅定向，支持朋友圈/小程序/公众号全流量。覆盖境内范围，投放给当地出差或旅游用户

省级行政区	31个	直辖市 4	省 22	自治区 5	
地级行政区	331个	地级市 285	地区 22	自治州 30	盟 3
县级行政区	2809个	直辖区 873	县级市 341	县 1431	自治县 110
		旗 49	自治旗 3	特区 1	林区 1
商圈	4400+个				
POI 点	5800w+	支持 0.5 千米 ~ 5 千米半径辐射			

不含港澳台地区

再营销：持续影响真正对你的感兴趣的用户

- + 当前关注你**公众号**的粉丝
- + 及最近一个月内**取消关注**你公众号的粉丝
- + 当前已**安装你应用**的用户：
支持Android 下载用户的排除与再营销，IOS暂不支持(该选项仅在推广我的应用推广目标下展示)
- + 最近 1 年对你的**微信广告**感兴趣的用户：
包括公众号（含小程序）与朋友圈广告位；包含点击广告、广告详情页、对朋友圈广告点赞或发表正面评论行为用户
- + 最近 1 年曾领取**微信广告卡券**的用户
- + 最近1年在被投放小游戏上已**注册**的用户
(该选项仅在推广我的小游戏推广目标下展示)
- + 曾经添加过你**企业微信客服**的用户
(目前仅支持广告账户维度排除，添加后又删除的用户也会被排除)

再营销 ?

☐ 不启用

☒ 自定义

向与你的业务有过关联的用户投放广告

☐ 已关注你的公众号

☐ 曾领取你的微信卡券

☐ 曾对你的公众号广告感兴趣

☐ 曾对你的朋友圈广告感兴趣

排除营销 ?

☐ 不启用

☒ 自定义

排除与你的业务有过关联的用户

☐ 已关注你的公众号

☐ 曾领取你的微信卡券

☐ 曾对你的公众号广告感兴趣

☐ 曾对你的朋友圈广告感兴趣

☐ 已添加过企业微信

MP 投放端中的再营销和排除营销选项

07 数据投放能力

小程序广告有哪些投放能力，使投放更有效、更有保障？

自定义人群：精准触达定向人群和排除特定人群

广告主可使用自定义人群定向功能进行精准的广告投放。具体使用方法为：

- + 创建广告时使用自定义人群定向功能，并选择“定向人群”或“排除人群”，从而使用号码文件进行精准投放
- + 在MP投放端的“人群管理”界面内上传号码文件，并等待号码文件生效，从而创建自定义人群。
- + 标签广场：选用腾讯推荐的人群包

自定义人群

已启用

定向与排除人群选择的上限为 200 个，已选共 0 个

定向人群

选择人群

排除人群

选择人群

选择定向人群

我的人群 历史广告人群 标签广场

标签地图 热点人群 标签推荐

功能说明

☐	人群名称	预估覆盖人数
☐	财产状态-有车人士 个人或家庭名下可能拥有一辆或多辆小型汽车所有权或长期使用权的用户	99,025,982人
☐	财产状态-有房人士 个人或家庭名下可能拥有一套或多套房产所有权或长期可自主装修使用权的用户	78,108,467人
☐	消费类型-实物电商 近一个月内有实物电商商品的购买行为的用户。实物商品具有物质实体或实体服务，包括实体商品和线下服务。例如门票、加油卡、机票、酒店订单、理财保险、彩票、外卖、O2O、生活缴费、电商平台交易等	182,232,723人
☐	虚拟商品 商品的购买行为的用户。虚拟商品不依赖包括非实体物品和非线下服务。例如话游戏点卡、电子书、软件、APP、在线直播打赏等	273,405,117人
☐	国用户中占后30%的用户	93,204,321人
☐	国用户中占最前20%的用户	107,099,691人

<

1 / 16

>

页码

跳转

MP 投放端中的自定义人群功能

标签广场功能

什么是智能优化？

智能优化（含智能优化oCPM/智能优化oCPA）是微信广告的一种出价方式，你可以根据实际的推广需求，自定义广告的优化目标，并对优化目标设定出价。广告系统将对投放进行智能优化，精准触达高转化率用户。

选择优化目标

根据实际推广需求，选择相应的优化目标。

根据目标，设定出价

选择优化目标和 朋友圈oCPM 出价方式后，设定对应优化目标的出价。

按曝光次数收费

广告系统根据您的优化目标和愿意为每一次优化目标达成支付的出价，智能优化，实时竞拍，尽量触达符合您目标的用户。oCPM 和 竞价CPM 收费方式一样，仍然按曝光次数收费。

推广目标	优化目标	智能优化转化指标
推广应用-iOS 应用	点击（仅朋友圈）	可转化点击次数
	跳转按钮点击	推广页按钮点击次数
	下载	APP 下载次数
	激活	APP 激活次数
	注册	APP 注册次数
	首次付费	APP 首次付费人数
	关键页面访问	关键页面访问次数
	商品详情页浏览	商品详情页浏览次数
	表单预约	表单预约次数
	下单	综合下单次数
推广应用-Android 应用	点击（仅朋友圈）	可转化点击次数
	跳转按钮点击	推广页按钮点击次数
	下载	APP 下载次数
	激活	APP 激活次数
	注册	APP 注册次数
	首次付费	APP 首次付费人数
	关键页面访问	关键页面访问次数
	商品详情页浏览	商品详情页浏览次数
	下单	综合下单次数
	点击（仅朋友圈）	可转化点击次数
推广商品	跳转按钮点击	推广页按钮点击次数
	加企业微信客服	加企业微信客服人数
	下单	下单量
	关键页面访问	关键页面访问次数
	点击（仅朋友圈）	可转化点击次数
	跳转按钮点击	推广页按钮点击次数
	表单预约	销售线索人数
	有效表单预约	有效销售线索人数
	在线咨询	在线咨询人数
	有效在线咨询	有效在线咨询人数
收集销售线索	电话拨打	电话拨打人数
	有效电话拨打	有效电话拨打人数
	电话潜在客户	电话潜在客户人数
	综合线索收集	综合线索收集人数
	加企业微信客服	加企业微信客服人数
	下单	综合下单次数
	注册	小游戏或 APP 注册人数
推广公众号	点击（仅朋友圈）	可转化点击次数
	跳转按钮点击	推广页按钮点击次数
	关注	公众号关注次数
	公众号内注册	公众号内注册人数
	公众号内阅读	阅读粉丝量
	公众号内发消息	公众号内发消息人数
	加企业微信客服	加企业微信客服人数
推广小游戏	下单	综合下单次数
	授信	公众号内授信次数
	关键页面访问	关键页面访问次数
	点击（仅朋友圈）	可转化点击次数
	注册	小游戏注册人数
	首次付费	小游戏首次付费人数
	广告变现	广告变现人数
推广品牌活动	关键页面访问	停留大于 30s 人数
	点击（仅朋友圈）	可转化点击次数
	跳转按钮点击	原生推广页跳转按钮点击人数
推广门店	点击（仅朋友圈）	可转化点击次数
	跳转按钮点击	原生推广页跳转按钮点击人数
	表单预约	销售线索人数
	领券	领券次数
派发优惠券	点击（仅朋友圈）	可转化点击次数

可选择的优化目标

微信广告oCPM为广告主在不同场景下提供不同的投放模式

模式一：均衡投放

平衡拿量速度和短期成本，帮助广告主较**稳定地消耗广告**，获取转化。平台会持续尽可能保证广告主的转化成本，适合广告主的日常投放。

模式二：优先跑量

广告上线初期激进地索，**快速度过学习期**（一般2天内）。从长期看，平台依然会尽可能保证广告主的转化成本符合出价要求，适合愿意承担短期高成本，并耐心观察的广告主。

模式三：优先成本

在获取更多转化和保护广告成本之间**优先保护广告成本**，帮助对成本敏感的广告主在投放广告时尽可能不超过预期成本。

出价方式 ?

智能优化（oCPM）出价方式下，不再限制分城市等级出价。

CPM ?

智能优化（oCPM） ?

✔ 智能优化成本保障

部分优化目标前期将获得超成本保障，可放心新建广告投放。[了解保障规则](#)

投放模式



均衡投放



优先跑量



优先成本

稳健探索，平稳度过学习期，前期超成本风险适中，低于优先跑量。[了解更多](#)

智能优化下的两种投放模式

什么是一键起量？

一键起量，是微信广告推出的一种新的oCPM广告投放方式，帮助广告主在使用后提升广告竞争力，快速拿量，探索转化，提高广告的起量概率。

平台会在广告主开启一键起量功能的6小时内尽可能花完探索预算，帮助广告积累转化数据。开启6小时或花完探索预算后，平台会基于广告主的出价对广告进行oCPM优化，尽可能使广告除探索预算外的消耗转化成本符合广告主的出价。

适合使用一键起量的场景包括

- 1、商品大促/新游大推等客户希望广告快速起量，或希望快速获取效果反馈的投放场景。平台会帮助从新广告快速起量，进而快速花费预算，探索转化量
- 2、深度优化广告，因转化率低导致广告难以积累转化数据，进而难以起量的情况
- 3、预算充分，且对新广告投放前期成本波动容忍度较高的广告
- 4、数据回流较快的广告

预算花费

每日预算

请输入

元/天

每日预算有效范围为50-40,000,000元/天

出价

请输入

元/下单

出价范围0.1~5000元/下单

如需快速起量，[查看出价范例](#)

一键起量

已启用

探索预算

请输入

元

探索预算范围：200元 ≤ 探索预算 ≤ 100000元

1.一键起量会在6小时尽可能消耗完预算，期间产生的消耗不赔付，但转化计入赔付门槛判断

2.一键起量可能导致转化成本高于预期，且起量结束后不一定能持续消耗

一键起量功能

什么是成本保障？

成本保障，指的是针对特定广告，平台承担广告前期探索成本。当广告超出成本较多时，对超额部分的消耗进行赔偿：

成本保障赔付金额 = 广告实际消耗 - 转化量 * 平均出价

- 保障的优化目标范围：激活、下单、销售线索、首次付费、注册（不含公众号内注册）、有效销售线索、关注、商品详情页浏览
- 保障的时间范围：广告首次投放的那一刻开始及其之后的 3 个自然日
- 保障的广告范围：在保障时间范围内，广告累积转化数 ≥6 个，且转化成本超过平均出价的 20% 以上，则进行赔付（均衡投放模式）
- 在保障时间范围内，广告操作限制：每天修改广告出价或者定向的次数不能超过 2 次
- 支持深度优化：平台支持对单目标、深度优化转化（两阶段）、深度优化价值（ROI）广告进行赔付，详情请查询微信广告官网 - 成本保障

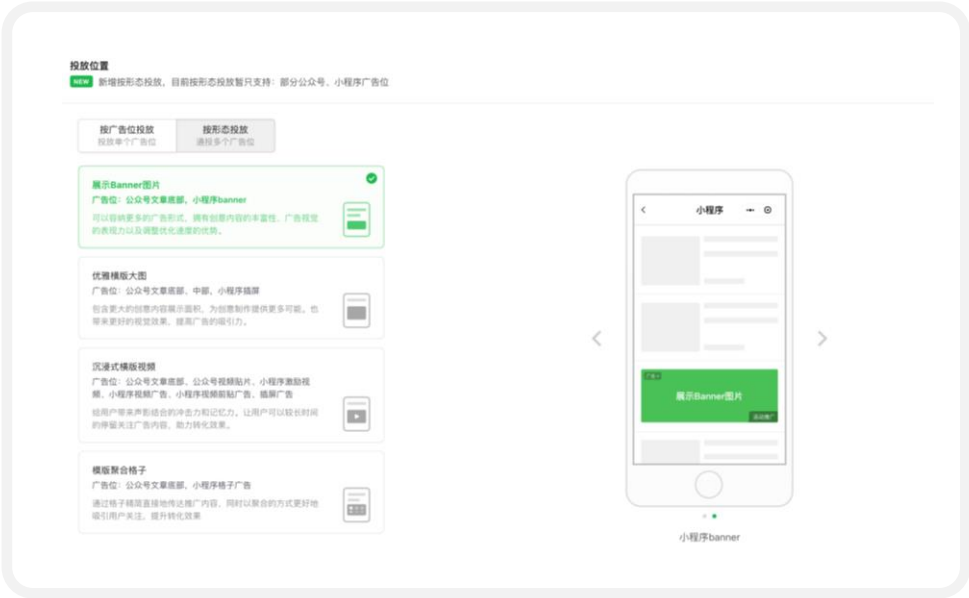


成本保障功能

按广告形态投放，系统自动分配流量，更快捷高效

选择推广目标之后，可以选择按广告位投放或按形态投放

按形态投放时，仅支持按照 oCPA/oCPM 进行出价，广告主仅需按照自己的成本出价即可，系统将自动分配流量并达成转化，目前支持展示 Banner 图片、优雅横版大图、沉浸式横版视频及模版聚合格子四种形态场景。



按形态投放	推广目标	通投广告位	通投素材样式	购买方式
展示banner 图片	收集销售线索 推广商品 推广应用 推广小游戏	公众号文章底部 小程序banner	【图片式卡片】 尺寸：960x334px 大小：<100k	竞价oCPA
	推广公众号	公众号文章底部 小程序banner	【图片名片banner】 尺寸：465x230px 大小：<30k	竞价oCPA
优雅横版大图	收集销售线索 推广商品 推广应用 推广小游戏 推广公众号	公众号文章底部 公众号文章中部 小程序插屏广告	【图片式卡片】 尺寸：960x540px 大小：<80k	竞价oCPA
沉浸式视频	收集销售线索 推广商品 推广应用 推广小游戏 推广公众号	公众号文章底部 H5视频广告 激励式广告 插屏广告 小程序视频广告 小程序视频前贴广告	【图片式卡片】 尺寸：960x540px 大小：<80k	竞价oCPM
横版聚合格子	推广小游戏	公众号底部格子广告 小程序格子广告	【图标】 尺寸：512x512px 大小：<120K 或自动拉取游戏头像	竞价oCPA

- 《微信广告开放行业》 [点击访问](#)
- 《微信广告创建指引》 [点击访问](#)
- 《微信广告定向能力介绍》 [点击访问](#)
- 《微信广告售卖策略》 [点击访问](#)
- 《微信广告服务商系统介绍》 [点击访问](#)
- 《微信广告优秀案例》 [点击访问](#)
- 《微信广告产品地图》 [点击访问](#)



关注 “微信广告助手”

随时随地了解 最新资讯，在线客服 解答各种问题

广告，也可以是生活的一部分。