**抖音三域合一流量管道和運營**

* 抖音三域行銷原則拆解
  + 第一步：短路徑，快轉化，大流量建造大影響;商域流量→私域流量
  + 第二步：使用者內容行銷變現，刺激創作裂變;公域流量→私域流量
  + 第三步：內容&amp; 行為沉澱抖音行銷陣地搭建;私域流量
* 應用層
  + 展示
    - 落地頁、話題、直播、掃一掃
* 轉化
  + 即時引導
    - POI、小程式、抖音小店、商品櫥窗、購物車
* 轉化提升
  + 卡券、APP下載、表單直達、電話撥打
* 公域流量
  + 內容創作\激發
    - 明星內容
    - 達人內容
    - 用戶內容
* 挑戰賽
  + 品牌挑戰賽
    - 經典挑戰賽互動玩法，更高合作性價比
* 超級挑戰賽
  + 多種超挑互動玩法，全新推薦資源升級來襲
* 區域挑戰賽
  + 區域定向資源鎖定目標用戶，傳播更加精準高效
* 貼紙
  + AI技術加持
    - 基於手勢識別、分三屏、面部識
    - 別、3d技術、表情識別等技術，
    - 海量趣味貼紙產生
* 高使用者使用熱度
  + 跨越圈層，跨越年齡性別的全民參與
  + 型內容，使用率高，互動性強
* 創新商業模式
  + • 紅包貼紙
  + • AR貼紙
  + • 貼紙道具師平臺
  + ...更
* 音樂
  + 達人帶動，用戶傳播
* 強話題引導，帶動用戶互動
* 貼紙趣味互動激發使用者使用興趣
* 品牌+音樂創作行為，共創熱點發酵傳播
* 商域流量
  + 硬廣
    - 開屏
      * CPT（按照投放時間購買收費）/GD/聯屏
  + 資訊流
    - CPT（全時域）/GD/DTV
* 創新非標
  + 搜索類
    - 預置搜尋字| 熱搜話題熱搜榜| 品牌專區| 明星專區| 彩蛋
* 話題類
  + 搜話題| 熱搜預置詞| 挑戰賽話題位置| 發現頁聚合挑戰賽TAG| 話題廣場
* 曝光類
  + 熱搜頂部Banner| 發現頁banner
* 直播類
  + 天窗| 直播首頁banner | H5直播集合頁
* 定製類
  + 頭像掛件| 視訊掛程式| 使用者紅包| 手勢紅包| 使用者貼紙| POI網頁客製化| 挑戰賽頁面定製| 直播H5客限| 掃一掃
* 音樂
  + 音樂入庫| 音樂榜單
* 消息類
  + 站內信
* 智慧化流量經營，品效合一的廣告行銷服務體系
  + 廣泛流量觸達
    - 黃金曝光
      * 開屏廣告：靜態開屏3s | 動態開螢幕 4s | 視訊開螢幕 5s
      * 固定位：發佈成功頁| 視頻分享頁 | 熱搜榜主榜
      * 廣告案例
        + 百威啤酒-快消

投放目標：有效展示和點擊

廣告類型：地域CPT（靜態全螢幕）

廣告受眾：（地域限制，其它不限）

CTR：7.69%

* + - * 北京現代-汽車
        + 投放目標：有效展示及點擊
        + 廣告類型：全國CPT （動態半螢幕）
        + CTR：8.23%
    - 卡姿蘭-美妝護膚
      * 投放目標：有效展示及點擊
      * 廣告類型：開屏CPT （全螢幕視訊）
      * CTR：12.57%
* 原生觸達
  + 資訊流體系
    - CT1
      * 5S有效播放，以實際完成5s播放計費，同等預算下實現曝光價值最大化
  + 優量通
    - 優量觸達
    - 優選位置
    - 優選觸達
* CPT（優質位置 霸屏可見）
  + 全時域（展現位置：抖音APP推薦串流上劃第四位）
    - 總量（獨家頸部印刷、全日列印總量壟斷）
      * 優勢：黃金位置海量曝光，可見性強，
      * 滿足客戶BIGDAY行銷訴求
      * 顯示位置： 抖音APP建議串流上劃第四位
      * 行銷場景：品牌BIGDAY行銷訴求、品牌電
      * 商雙十一大促、新品上市強造勢
      * 售賣方式： 按天購買
  + 全時（時段定向，全天4個時段，以連續2小時為售賣單位，
  + 分時購買）
    - 優勢：滿足客戶特定時間場景需求，達
    - 到短時內規模化曝光
    - 展現位置： 使用者在對應的小時時段內首次打開抖音APP，第1
    - 刷第4個位置展現廣告。
    - 行銷場景： 對時間場景有強烈需求的品牌產品（如肯德基早餐
    - 適合7-8早高峰時間段）
    - 售賣方式： 以連續2小時為售賣單位（若購買4小時，需下單
    - 兩個連續的2小時，不可購買單數小時），00：00-06：59該時
    - 段僅支援0-2點售賣，其他時段需走非標申請流程;
    - 廣告類型： CPT首刷產品目前僅支援抖音原生/單頁廣告落地
    - 頁投放，不支援應用下載投放類型。
* 全域（地域定向，支援地域定向+地域&amp; 時段雙重定向，粒
* 度細化到省市、區縣）
  + 優勢：滿足品牌精細化市場運營需求
  + （市場區隔、市場下沉等）
  + 顯示位置：抖音APP建議串流上劃第四位
  + 行銷場景：有細分重點市場的品牌產品（重點拓展市場攻佔、
  + 薄弱市場加強）
  + 售賣方式：按天地域指定購買
* CPV（只為使用者選擇的有效觀看付費）/CPM（優質流量 個人化推薦）
  + DTV（5S有效播放，以實際完成5s播放計費，同等預算下實現曝光價值最大化）
  + 優量通
    - 優量觸達
      * 展現規則：品牌廣告展現在使用者當天瀏覽的前60個影片內
      * 售賣方式：CPM售賣，定向方式：支援定向城市、性別、年齡、平台、興趣、雲圖人群包，按溢價規則加收;
      * 互動方式：支援跳轉到註頁/應用程式下載/抖音首頁/抖音頁（應用程式下載）
  + 優選位置
    - 展現規則：用戶流覽抖音推薦流時，廣告展現於當日首次上劃刷新第四位。
    - 售賣方式：CPM售賣，定向方式：支援定向城市、性別、年齡、平台、興趣、雲圖人群包，按溢價規則加收;
    - 投放方式：支援跳轉落地頁/應用下載/抖音主頁/抖音首頁（應用下載）
* 優選觸達
  + 產品說明：以提高廣告對使用者的觸達頻率為投放目標，在廣告投放期間，實現觸達次數等於客戶目標的UV最大化
  + 展現規則：品牌廣告展現在使用者當天瀏覽的前60個影片內
  + 頻控規則
  + ●投放週期2- 7天，頻控設置範圍1- -7次，則1&amp; lt; =頻次&amp; lt; =天數
  + ●投放週期7- -14天，期頻控設置範圍4- 14次， 則4&amp; lt; =頻次&amp; lt; =天
  + ●投放週期14- -28天， 頻控設置範圍6- -28次， 則6&amp; lt; =頻次&amp; lt; =天數
  + 投放類型：落地頁/應用下載/抖音主頁/抖音主頁（應用下載）
* 精準覆蓋
  + 抖音DMP
    - 全平台數據引導
      * 廣告主第一方資料
        + 企業官網數據
        + 企業APP資料
        + 企業CRM資料
        + 企業線下門店WiFi探針
        + 企業線下門店卡券核銷數據
    - 數據融合系統
      * 數據清洗
      * 節點處理
      * 脫敏保護
      * 資料Mapping
  + 數據應用
    - Dashboard 視覺化分析
    - 位元組跳動廣告投放平臺
    - 行銷 API
* 視訊+社交特色
  + 體現作者資訊（產業/身份）
    - 作者：個人資訊（昵稱、年齡、性別、星座、
    - 個性簽章、認證資訊）
* 體現內容消費興趣
  + 消費者：個人資訊（昵稱、年齡、性別、星座、
  + 個性簽章、認證資訊）
* 多維度人群定向
  + 內容（定義興趣）
    - 21類別標籤
      * 創意
  + 101類別標籤
    - 手動 /繪畫/多米諾骨牌
* 400類別標籤
  + 陶藝/縫纫/剪紙/木雕......
* 粉絲（觀看/傳播）
  + 關注人群
    - 品牌粉/明星粉/達人粉
* 互動人群
  + 點讚/評論/下載/分享/挑戰賽參與
* 內容流覽人群
  + 視訊播放/挑戰賽觀看
* 高效驅動引導
  + 互動展示
    - 抖音搜索矩陣：打通使用者主動探索場景，影響高關聯使用者
      * 預置搜尋詞/明星專區/品牌專區/搜尋彩蛋
  + 頭像掛件固定應用，吸引使用者廣泛參與
    - 自行設定掛件/掛件選擇/掛件呈現/一鍵置換
* 掃一掃：線. 上線下聯動掃出行銷花式玩法
  + 呼叫掃一掃功能+ar識別功能，與使用者產生趣味互動
  + 定製品牌專屬ar貼紙，刺激用戶參與、激發二次傳播
* 即時引導
  + 直播
    - 品牌側直播
    - 達人共創直播
* 然後
* 抖音小店
  + 快閃店：行銷產品全新形式，引流使用者無損落地
* 小程式
* 購物車
  + 購物車：聯動多維資源創建抖音電商新場景
* 轉化提升
  + 卡券
  + 表單直達
  + 下載
  + 電話撥打
* 高效縮短用戶決策鏈條，提升轉化
* 私域流量
  + 內容創作
    - 內容共創：達人合作-星圖
    - 創意製作：創意中心
* 流量獲取
  + 演演算法分發
  + 內容加熱裂變分發◼ Dou+
* 營銷轉化
  + 場景轉化-打通線上線下◼ POI
  + 行為轉化-內容提升決策◼ 抖音小店\商品櫥窗\小程式
* 經營沉澱
  + 資料沉澱◼ 私信\CRM