

---

# 微信广告系统介绍

Introduction of WeChat Advertisement System

腾讯公司-微信开放平台创新部



---

wechat: liangjiamin



# Contents

---

- 第一部分 | 微信相关介绍
  - 第二部分 | 微信广告-公众号部分介绍
  - 第三部分 | 微信广告-朋友圈部分介绍
  - 第四部分 | 微信广告精选案例
-



# 微信 WeChat

3年

上线至今

发布超过110个版本  
覆盖六种手机系统

11.2亿

累计注册

全球累计注册  
账户数

4.4亿

月活跃

每月合并  
活跃账户数

20种

语言版本

覆盖200多个  
国家及地区

No.1

社交应用  
排名

在70多个国家和地  
区社交类应用排行



2012年8月份推出微信公众平台，  
目的实现人与人、人与设备、人与服务的连接。  
当前，公众号数据情况：

853万

公众号总数

2.5万

每日新增

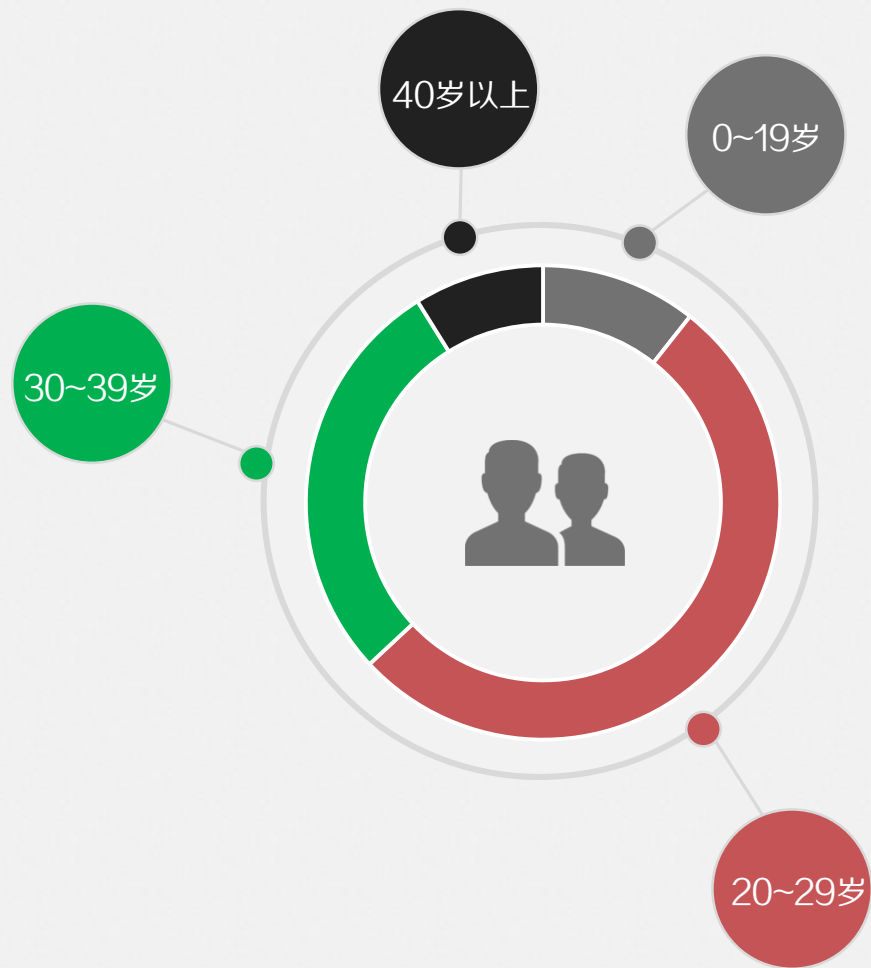
## 第一部分 | 微信相关介绍



朋友圈是基于微信社交关系链的更丰富的  
信息内容分享与原创的平台。  
当前，每天朋友圈内仅分享链接内容次数已经超过30亿次。

30亿

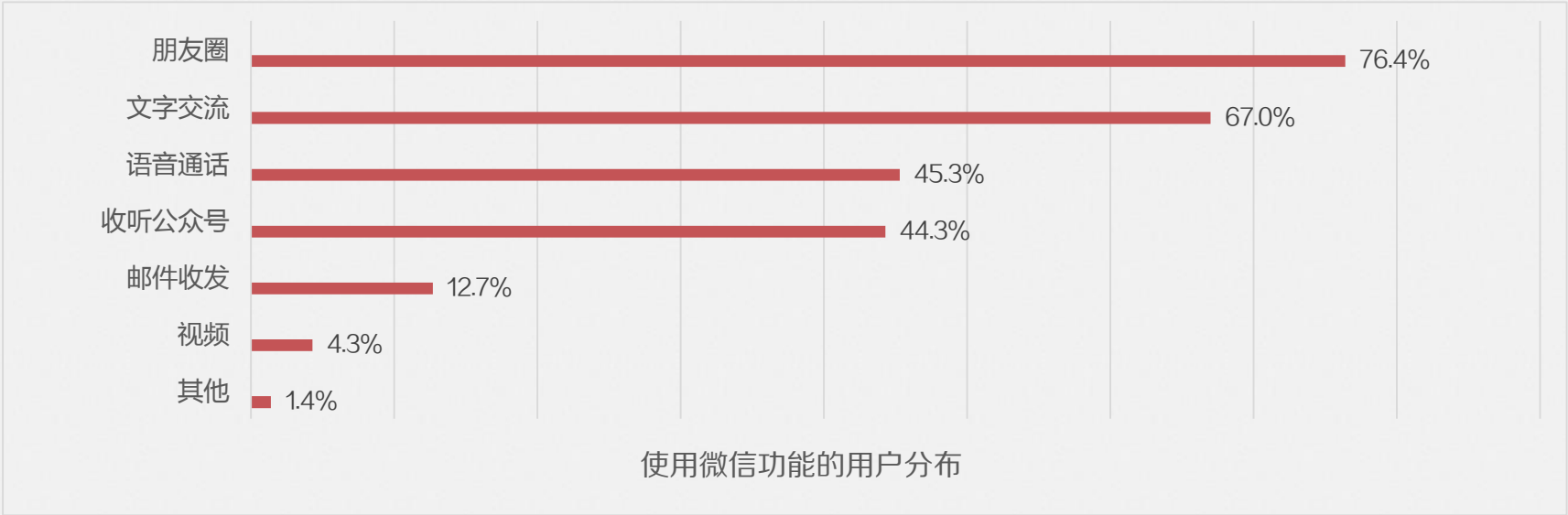
日均分享  
总次数



## 覆盖20~29岁年龄段的优质用户

微信用户的使用年龄最多集中在20-29岁；  
用户群覆盖绝大部分中高端人群，  
可以有效触达具有较强消费能力的中产阶级以上人群。

\*数据基于2014年11月微信活跃用户统计



## 高频使用

日常使用中，76.4%的用户会使用朋友圈来查看朋友动态或进行分享  
微信已经融入用户的生活，成为用户感官情感的延伸。



微信端广告投放



闭环的数据监控



精准的用户触达

微信公众号广告是一个**基于微信公众平台**，可提供给广告主多种广告形式投放，并利用专业数据处理算法实现**成本可控、效益可观、精准定位的效果广告投放系统。**





## 覆盖超过4亿活跃用户

目前已拥有7000多个流量主

整体流量已经超过4亿

广告的平均点击率为2%



第二部分 | 微信广告-公众号部分介绍 广告形态

多种广告形态挑选：

中国移动 19:23

<返回 微信团队

物，一个产品，一个网站，一场活动，不限于此，我们从万物中为你精选科技好物。

关于 iChoice：微信新酷品牌联盟，聚焦品质生活，提供价值资讯，优选精致产品，传播个性品牌。申请加入，请查找公众号「iChoice」了解更多详情。

阅读原文 2 举报

推广

天天跑酷

天天跑酷主题曲全民竞猜  
不过，对于郭敬明[微博]的粉丝者是钟情什么剧情的公。

中国移动 19:23

<返回 微信团队

物，一个产品，一个网站，一场活动，不限于此，我们从万物中为你精选科技好物。

关于 iChoice：微信新酷品牌联盟，聚焦品质生活，提供价值资讯，优选精致产品，传播个性品牌。申请加入，请查找公众号「iChoice」了解更多详情。

阅读原文 2 举报

推广

天天跑酷

天天跑酷主题曲全民竞猜  
9月9日-11日登录天天跑酷

17:22 100%

<返回 图文消息

图文消息标题

图文消息内容

阅读原文 举报

推广

广告文字链：点击跳转推广页 →

中国移动 19:23

<返回 微信团队

物，一个产品，一个网站，一场活动，不限于此，我们从万物中为你精选科技好物。

关于 iChoice：微信新酷品牌联盟，聚焦品质生活，提供价值资讯，优选精致产品，传播个性品牌。申请加入，请查找公众号「iChoice」了解更多详情。

阅读原文 2 举报

推广

天天跑酷

天天跑酷  
关注天天跑酷公众号  
获取更多精彩。

关注

中国移动 19:23

<返回 微信团队

物，一个产品，一个网站，一场活动，不限于此，我们从万物中为你精选科技好物。

关于 iChoice：微信新酷品牌联盟，聚焦品质生活，提供价值资讯，优选精致产品，传播个性品牌。申请加入，请查找公众号「iChoice」了解更多详情。

阅读原文 2 举报

推广

天天跑酷

天天跑酷  
下载天天跑酷游戏获取更多精彩。

下载

图文

图片

文字链

关注卡片

下载卡片

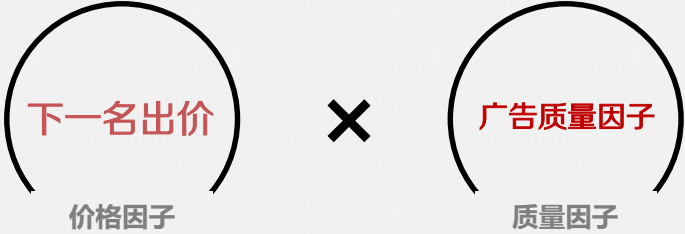


## 高效精准传播

精准定向，释放商业新价值  
更多精准定向，正在开发中...



扣费公式



实际扣费低于广告出价  
广告质量越好，广告因子值越小

CPC广告

底价为0.5元/一次点击，自由竞价  
曝光免费，每次点击按上述公式扣费



质量得分取决于素材点击率和历史投放累积质量度。  
广告曝光量，取决于广告质量得分和您的出价。  
素材点击率越高or历史累积质量度越高，曝光越多。

CPM广告

底价为15元/千次曝光，自由竞价  
每千次可视曝光按出价扣费一次  
优先展示出价高的广告

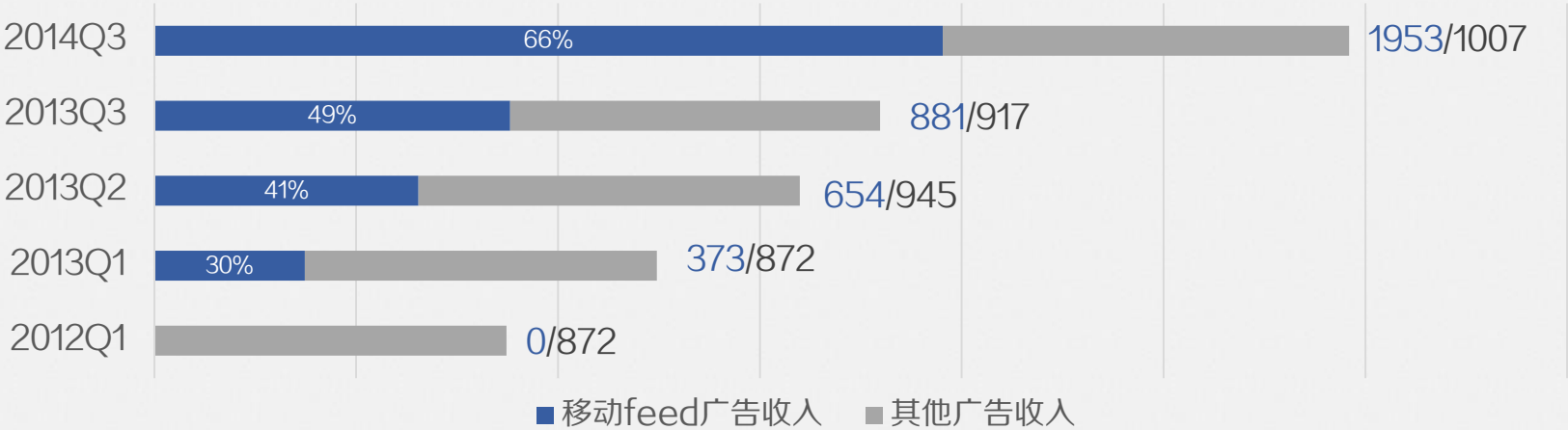


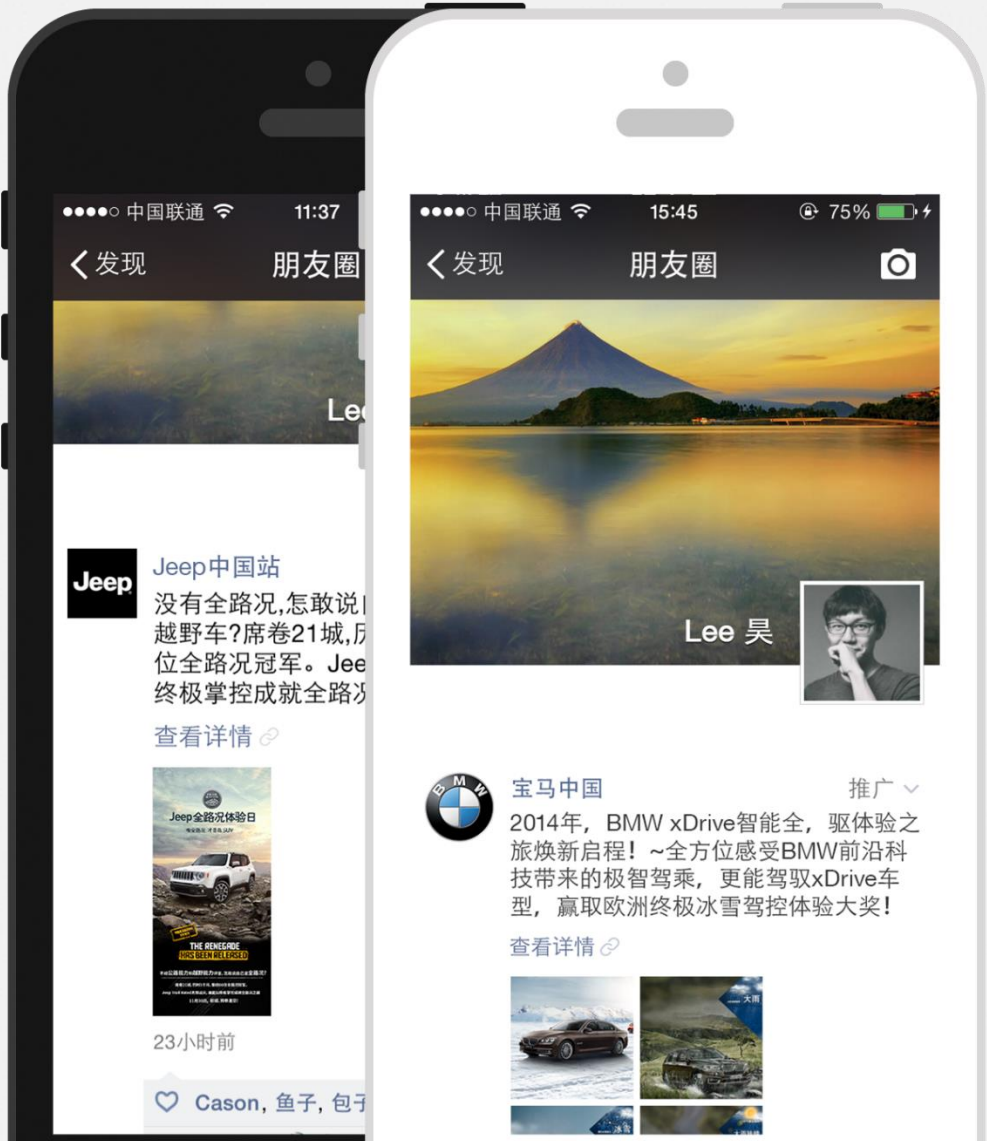
可视曝光：广告完全加载并出现在用户屏幕中。  
一天内，同一广告对同一用户，最多收费6次。  
一周内，同一广告对同一用户，最多收费10次。



移动Feeds广告已是Facebook收入的主要来源，由此可看出，企业对Feeds广告的高度认可。

Facebook 收入结构 (单位: 百万美元)





朋友圈广告将会通过微信广告系统进行投放和管理，广告本身内容将**基于微信公众账号生态体系，以类似朋友的原创内容形式进行展现**，在基于微信用户画像进行定向的同时，通过**实时社交混排算法，依托关系链进行互动传播。**





Feeds样式，降低骚扰



严选50个品牌广告主  
合作预算在1000万以上



CPM按曝光计费



促进广告在好友间传播



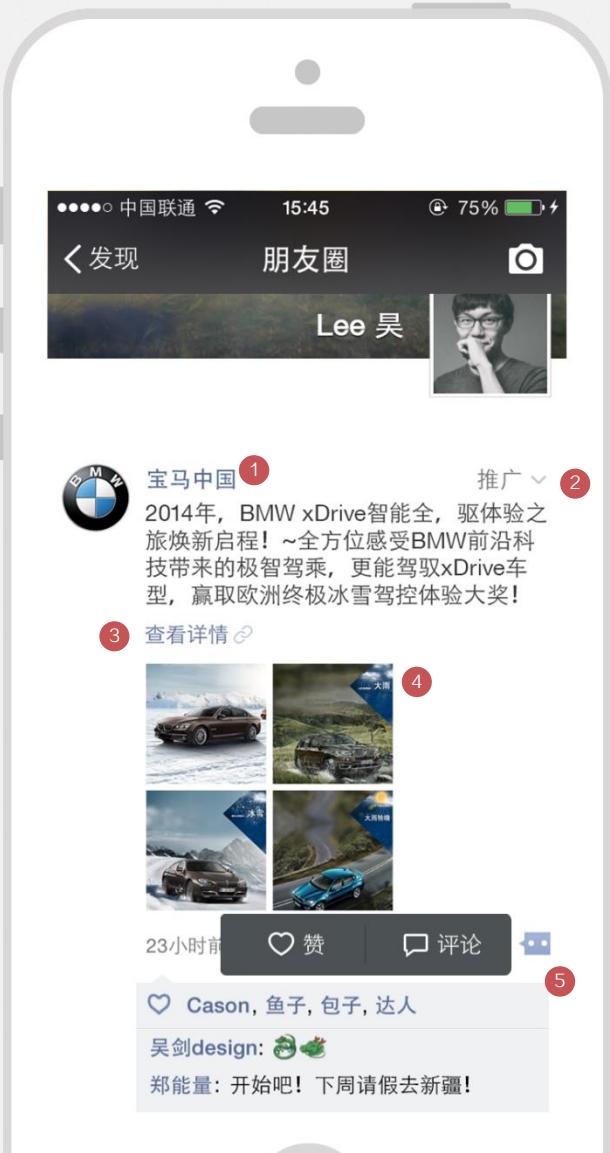


**头像+名称**  
用户可点击头像、名称自主关注

1

**详情外链**  
支持广告主按需在投放端自由配置  
(外链页暂不支持转发)

3



2

**推广标签**  
易辨识标签，引起用户注意

4

**推广图片**  
支持最多配置9张图片  
点击可查看大图

5

**社交互动**  
可点赞，可评论  
仅用户好友可见





广告引擎

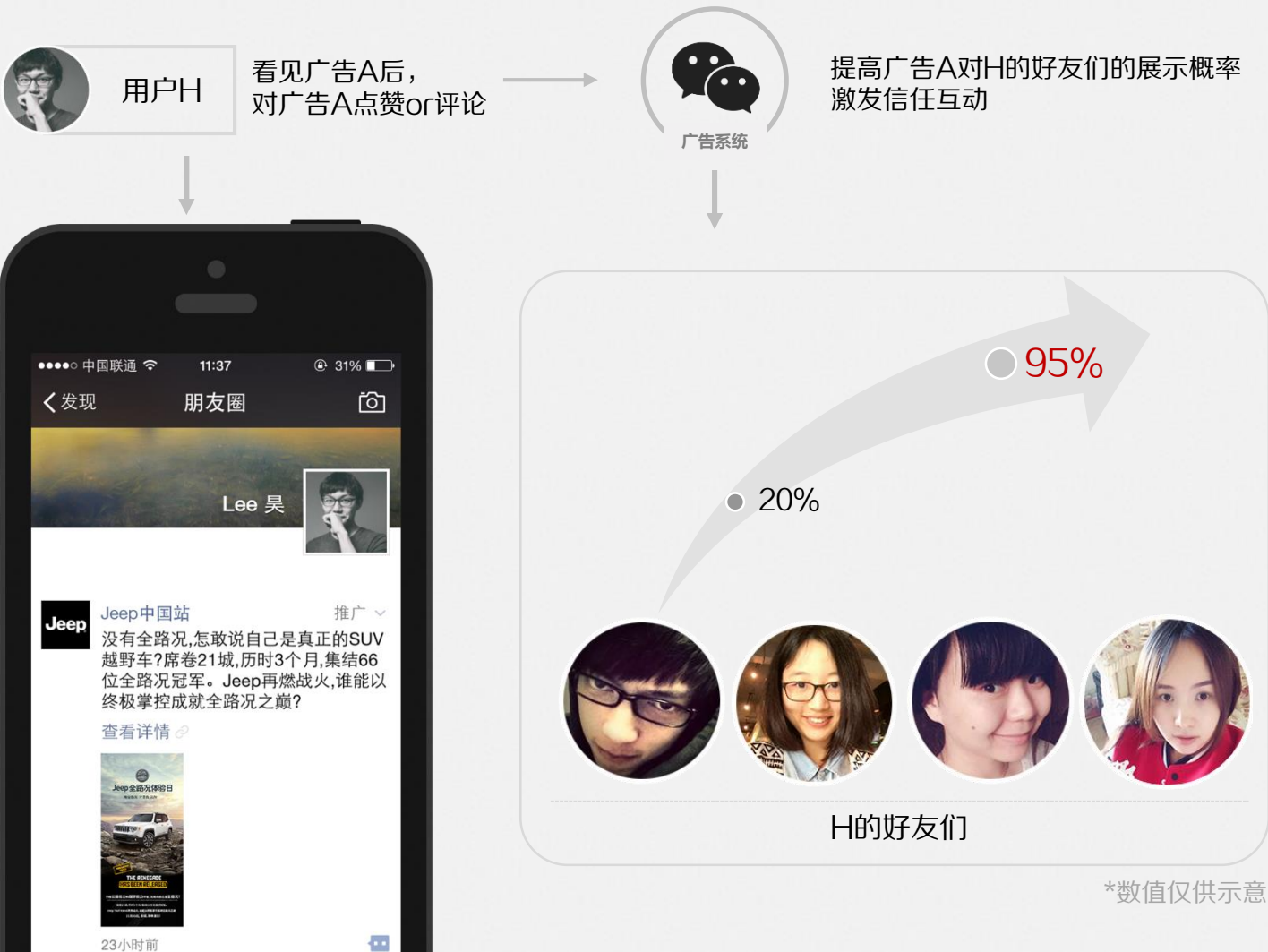
深度挖掘  
用户数据库



高质量种子用户

## 精选第一批高质种子用户

广告引擎从“高活跃度”、“常参与广告互动”两个评分维度  
精选了一批高品质种子用户作为广告的第一批的曝光对象  
以他们为点，挖掘出一批和他们兴趣相同的较高质量好友



# 让好友为广告主“代言”

好友看到广告A，若对广告A点赞或评论，  
你看到广告A的概率提升，  
好友与广告的互动会有无法替代的信任感



4条以上

请求策略

有4条以上新Feeds时  
请求拉取广告  
(内测期间可能调整)

第5条

广告位置

不少于4条新Feeds时  
广告放在第5条

6小时

广告消失

曝光无互动，6小时后，广告消失  
曝光有互动，广告不消失

7天有效

广告个数

一个广告持续7天有效  
对单个用户每48小时内只推送一个广告



完整展现

可视曝光

广告图片完整出现在屏幕中为可视曝光

3种

曝光形式

朋友圈信息流曝光、  
消息详情页曝光、传播曝光

10分钟

时间保护

信息流曝光，每10分钟内最多计费1次，  
消息详情页曝光，每次打开feed计费1次

最多4次

上限保护

7天内单个广告订单在消息流、  
详情页曝光各分别累计最多扣费4次  
转发动作单独申请和扣费



采取CPM方式售卖，定价如下图：



H5外链转发单独申请，价格\*20%



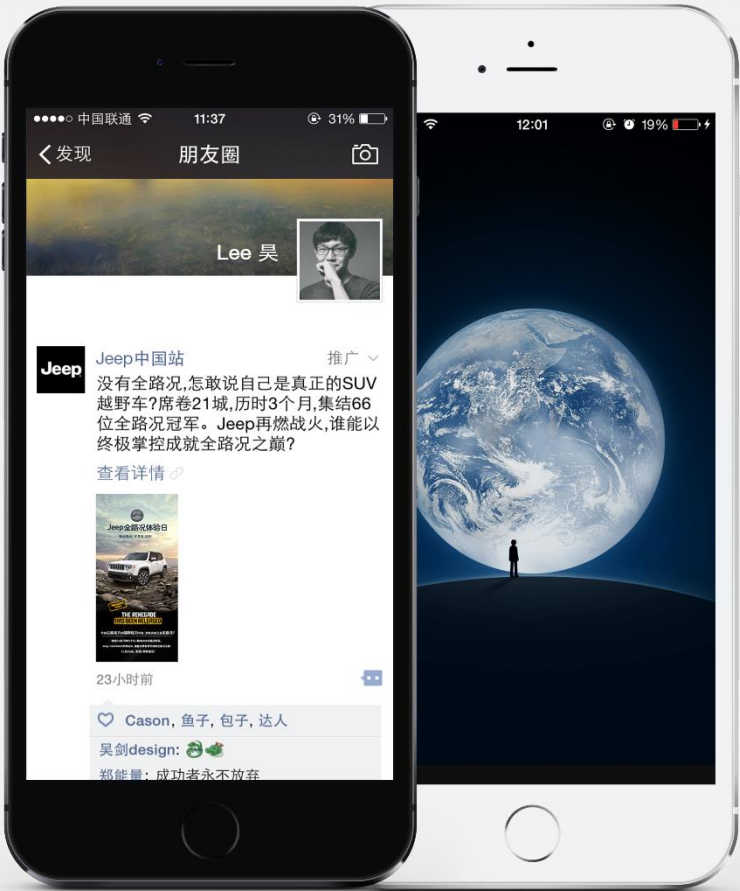
定向/通投流量预估（万）\*仅供参考，流量以实际为准

	定向类型	具体条件	流量
定向	城市	核心城市	2k+
		重点城市	9k+
不定向	-	全国总量	30k+

目前微信朋友圈定向纬度为：地域、性别  
为了鼓励和支持合作一期大客户，我们将免费赠送两个新定向纬度，从以下四个中任选两个，  
赠送纬度包括：年龄、学历、网络环境、操作系统



每期广告推广结束后，  
系统将针对效果评估体系向广告主提供 《品牌广告效果分析报告》



- 1

### 意向沟通

线下沟通投放朋友圈内测广告意向  
签署【保密协议】
- 2

### 查询资源

达成意向，使用【代运营系统排期  
管理】查询广告排期资源
- 3

### 内容评审

确定资源后，广告主准备相关素材  
递交【邮件审核】
- 4

### 排期下单

审核通过，代运营接口人使用  
【代运营系统排期管理】下单
- 5

### 运营审核

查看下单，代运营接口人使用  
【代运营系统-申请管理】审核
- 6

### 生成合同

审核通过  
【代运营系统-排期管理】生成合同
- 7

### 进行投放

签署执行合同  
【代运营系统-广告管理】执行投放
- 8

### 数据监控

【代运营系统-广告管理】定期生成  
数据报告





## 第四部分 | 微信广告精选案例 精选高点击率CPC图片广告



简单

构成

干净

颜色

突出中心

文案

易懂

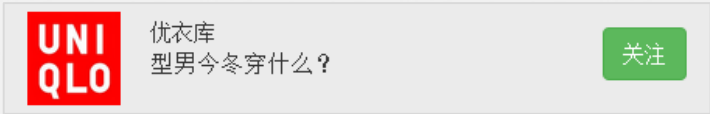
寓意





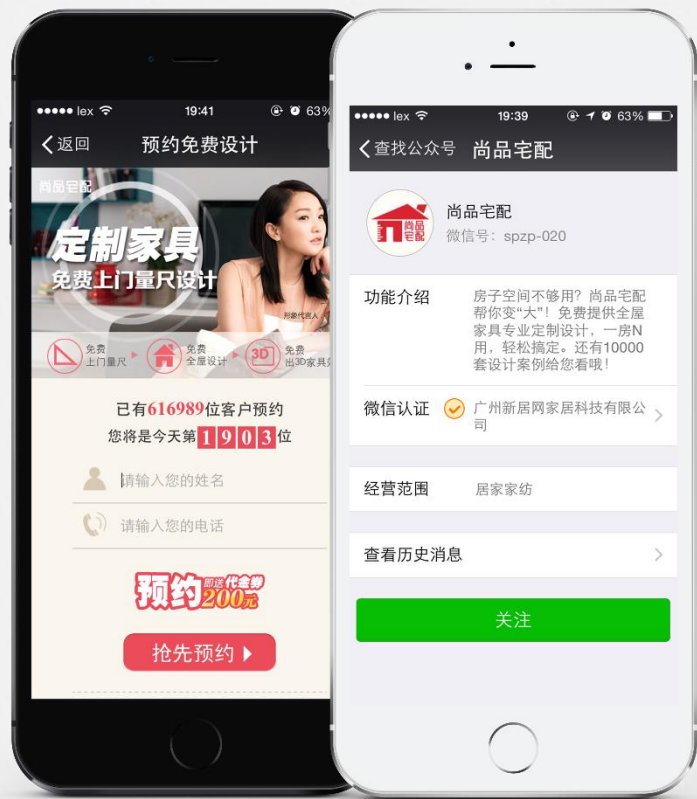


部分高品质素材：

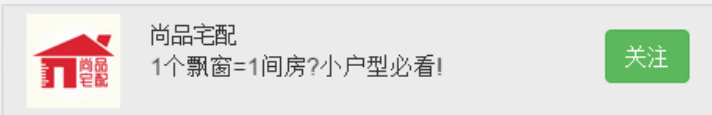
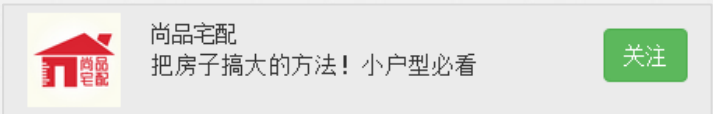




第四部分 | 微信广告精选案例 CPC O2O类广告之 尚品宅配

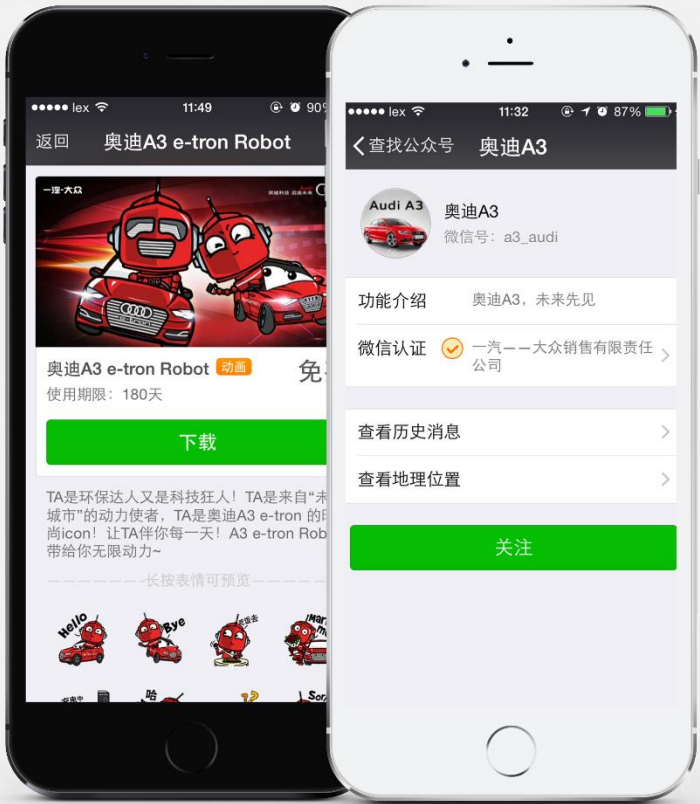


部分高品质素材：





## 第四部分 | 微信广告精选案例 CPC 品牌类广告之 奥迪A3

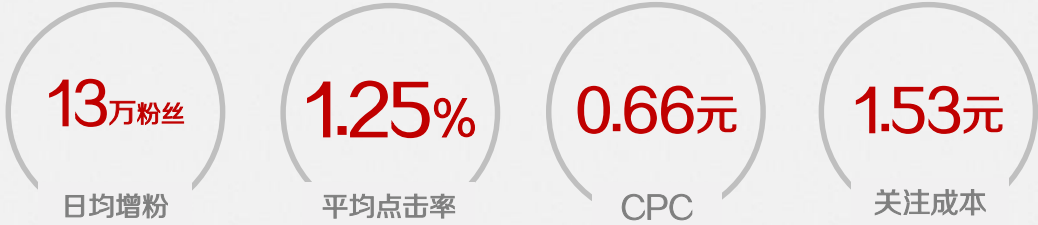


部分高品质素材：





第四部分 | 微信广告精选案例 自媒体广告之一条



部分高品质素材：

一条  
所有未在美中度过生活都是被浪费了

关注

一条  
教你怎样让朋友圈美起来

关注

一条  
审美趣味才是人与人根本的差异

关注

一条视频 | 隐世小店第一集

广告累计曝光：20720w    广告累计点击：254w







By the way | 想了解更多？！



想马上给老板汇报？想马上让市场部门了解并出具方案？

随时随地了解更多，马上扫码！

关注“**微信广告助手**”！

有码，任性！

---

# 期待合作

# Thanks

腾讯公司-微信开放平台创新部

---

