



# Facebook 试玩广告

[www.meetsocial.cn](http://www.meetsocial.cn)

Meetsocial

meel



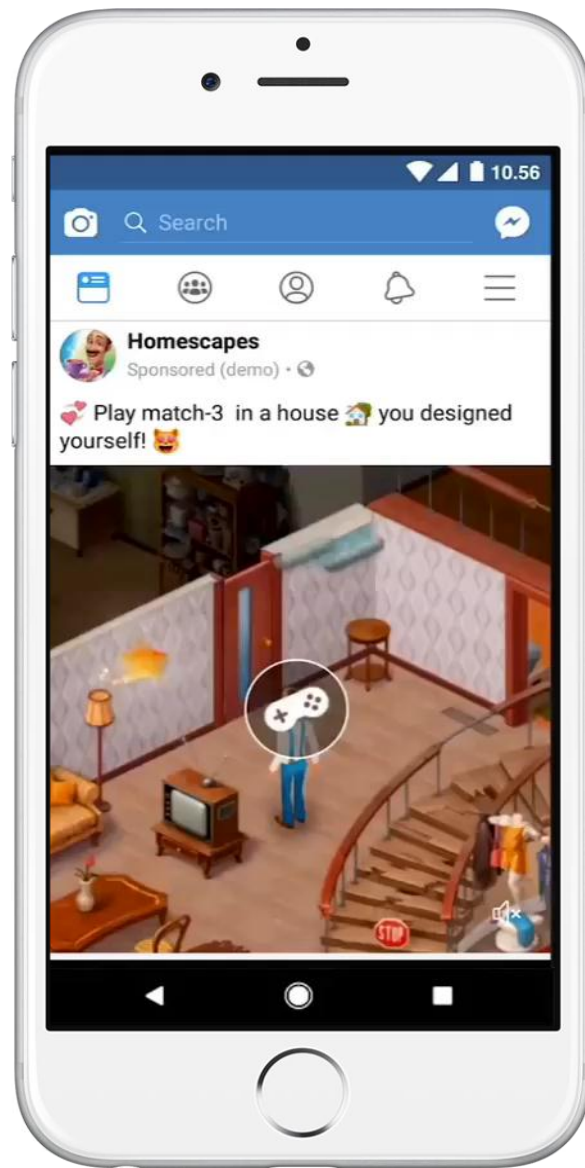


## 试玩广告介绍

Facebook将推出试玩广告，帮助您的广告在Newsfeed中脱颖而出，并让您应用安装广告系列中获得更多价值。**借助试玩广告，用户可以在安装应用前感受游戏体验，并了解您的游戏。**同时在Facebook上推广试玩广告，帮助了广告主寻找更有价值的安装用户。

试玩广告有以下几点优势：

- ❑ 真正进入游戏的体验
- ❑ 在安装前感受游戏的玩法
- ❑ 为广告主寻找对游戏更感兴趣的用户



<https://www.facebook.com/business/ads/playable-ad-format>



## 试玩广告介绍

对于广告主来说，在方便创建的同时也为用户提供了游戏体验。

试玩广告包含以下三部分

### □ 引导界面：

当用户浏览Newsfeed时，会看到一段引导界面，每个视频中会有一个游戏控制器的图标以及“Tap to try”的提示。

### □ 游戏试玩：

点击视频后，一个简短的交互式演示可以让用户在安装之前体验您的应用。

### □ 号召安装：

试玩结束后，号召性用语可让用户点击按钮从App Store或Google Play商店安装应用。



引导界面

游戏试玩

号召按照





# 试玩广告创建

创建以安装为目的的广告系列，在广告层级选择单视频，并勾选添加试玩广告素材。



<https://www.facebook.com/business/ads/playable-ad-format>



# 试玩广告创建

## 引导视频要求：

- 导入视频应该是针对Facebook的高质量优化视频，或者是针对试玩广告本身的教程
- 1080x1080 / 720x720或1920x1080 / 1280x720

## 游戏体验要求：

- 玩家视角
- HTML5
- 不需要mraid.js
- 单个文件大小应该小于2MB
- 对于任何CTA，可执行的代码都应该调用Javascript函数
- 可播放的HTML5不应该包含任何JS重定向

<https://www.facebook.com/business/help/412951382532338>



## 试玩广告创建

您的可玩式广告的试玩部分会以 HTML 文件的形式创建，并会上传至您的广告帐户。如要按照下方所述的流程创建可玩式广告，您需要以下内容：

- 要在动态消息中显示的介绍视频。
- 包含在广告中的 HTML 文件。
- 用于区别当前广告与广告帐户中其他可玩式广告的名称。
- 一个访问口令。此访问口令可以通过图谱 API 探索工具生成。
- 广告帐户编号。

[https://developers.facebook.com/docs/marketing-api/mobile-app-ads/?locale=en\\_US](https://developers.facebook.com/docs/marketing-api/mobile-app-ads/?locale=en_US)



# 试玩广告创建

具体步骤：

## 1. 将可玩式 HTML 文件上传至广告帐户

使用以下 CURL 语句，将您的广告上传至广告帐户。将 {ad\_name}、{source\_location}、{access\_token} 和 [account\_id] 替换为您的相应值。

```
curl \ -X POST \ -F "name={ad_name}" \ -F "source={source_location}" \ -F "access_token={access_token}" \
https://graph.facebook.com/v2.10/act\_{account\_id}/adplayables
```

如果此调用成功，您将收到 JSON 响应，其中包含您的可玩式素材编号。此编号将用于下一步

## 2. 在广告帐户中创建广告

首先，请将广告版位设置为仅 Facebook 动态消息，然后设置预算和时间安排。然后，使用以下 CURL 语句并通过此 API 创建可玩式广告创意，同时将大写的标识符替换为您的相应值：

```
curl \ -F 'name=Sample Creative' \ -F 'object_story_spec={ "page_id": "PAGE_ID", "video_data": { "call_to_action":
{"type":"INSTALL_MOBILE_APP","value":{"application":APP_ID,"link":"APP_STORE_URL"}}, "image_url":"THUMBNAIL_URL",
"link_description": "try it out", "video_id":"VIDEO_ID" } }' \ -F 'playable_asset_id=PLAYABLE_ASSET_ID' \ -F
'access_token=ACCESS_TOKEN' \ https://graph.facebook.com/v2.10/act\_AD\_ACCOUNT\_ID/adcreatives
```

如果此调用成功，您将收到 JSON 响应，其中包含您的可玩式素材编号。使用以下 CURL 语句并通过此编号创建广告，同时将大写的标识符替换为您的相应值：

```
curl \ -F 'name=MY_AD_NAME' \ -F 'status=ACTIVE' \ -F 'adset_id=AD_SET_ID' \ -F
'creative={"creative_id":"CREATIVE_ID"}' \ -F 'access_token=ACCESS_TOKEN' \
https://graph.facebook.com/v2.10/act\_AD\_ACCOUNT\_ID/ads
https://developers.facebook.com/docs/marketing-api/mobile-app-ads/?locale=en\_US
```





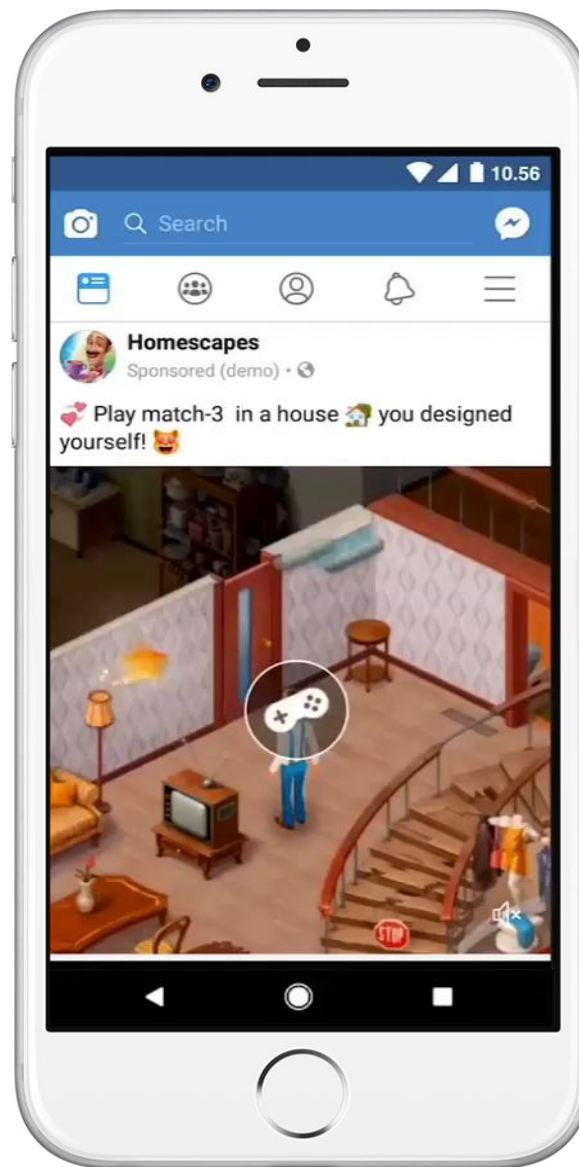
## 试玩广告案例-Playrix



**公司背景：**Playrix是全球领先的移动游戏开发商之一成立于2004年。其游戏梦幻家园、梦幻花园、梦想小镇以及梦幻水族箱自发布以来一直是App Store和Google Play的前50应用程序之一。

**客户诉求：**通过新颖的广告形式吸引更多有价值的玩家，提升游戏营收。

<https://www.facebook.com/business/success/2-playrix/>

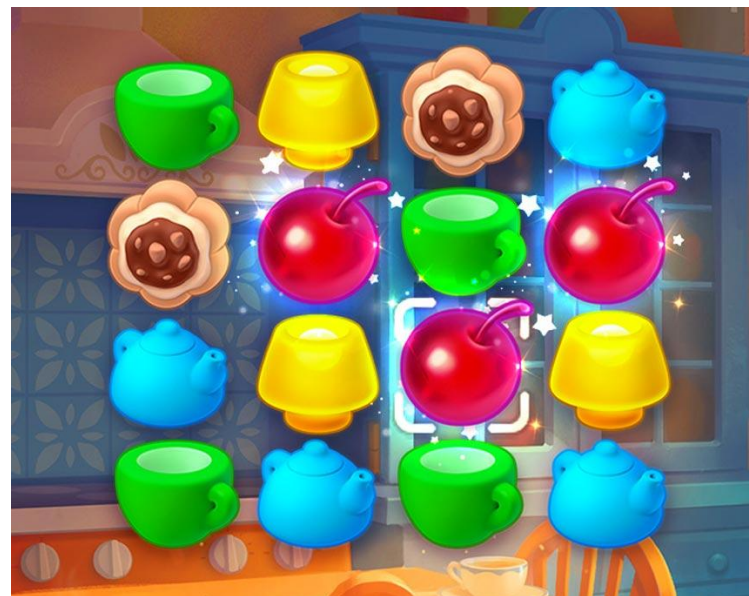






## 试玩广告案例-Playrix

**投放方式：**在Homescapes match-3益智游戏中，Playrix将新试玩广告与之前效果最佳的数字广告创意进行比较。测试在News Feed中投放了14天。试玩广告的移动应用安装量相比其他广告有一个显着的提升。



Homescapes match-3

2X

降低安装成本

1.7X

提高回收

1.5X

更多的应用内购买

<https://www.facebook.com/business/success/2-playrix/>



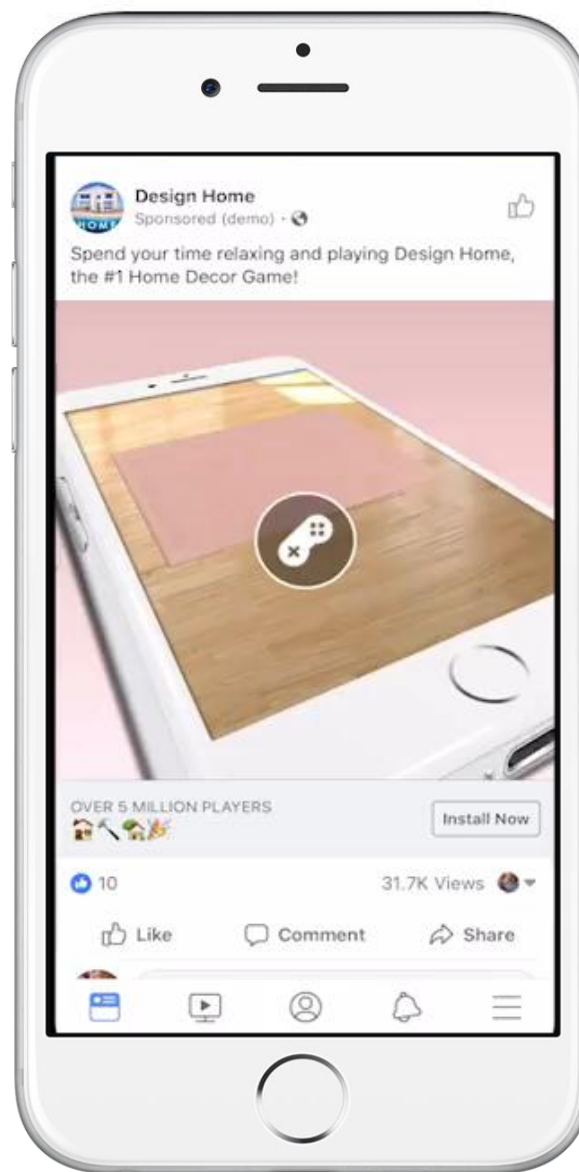
## 试玩广告案例-Glu Mobile



**公司背景：**成立于2001年。凭借十多年的历史 and 一流的互动体验，Glu的多元化产品一直位于各大排行榜的畅销榜单其中包括App Store和Google Play。

**客户诉求：**对于此广告系列，Glu希望吸引更多潜在玩家来最有效地优化其广告支出。

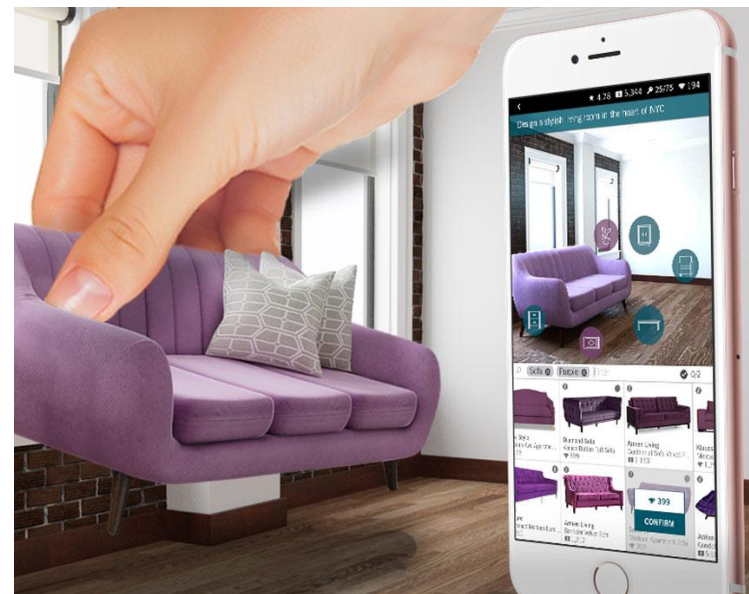
<https://www.facebook.com/business/success/glu-mobile/>





## 试玩广告案例-Glu Mobile

**投放方式：**此活动的创意是由互动创意工作室和Facebook营销合作伙伴CrossInstall开发的。设有一个裸露的起居室，通过添加家具，地毯，灯具，植物和油漆使其焕发生机。然后，通过点击“立即播放”，人们可以使用一些游戏中的家具和配件来设计房间。每个广告还有“立即安装”号召性用语按钮。



Desire Home

16%

提高回收

2X

提升用户点击

33%

降低投放成本

<https://www.facebook.com/business/success/glu-mobile/>

meel  
飞书互动 SOCIAL

facebook  
中国区顶级代理商

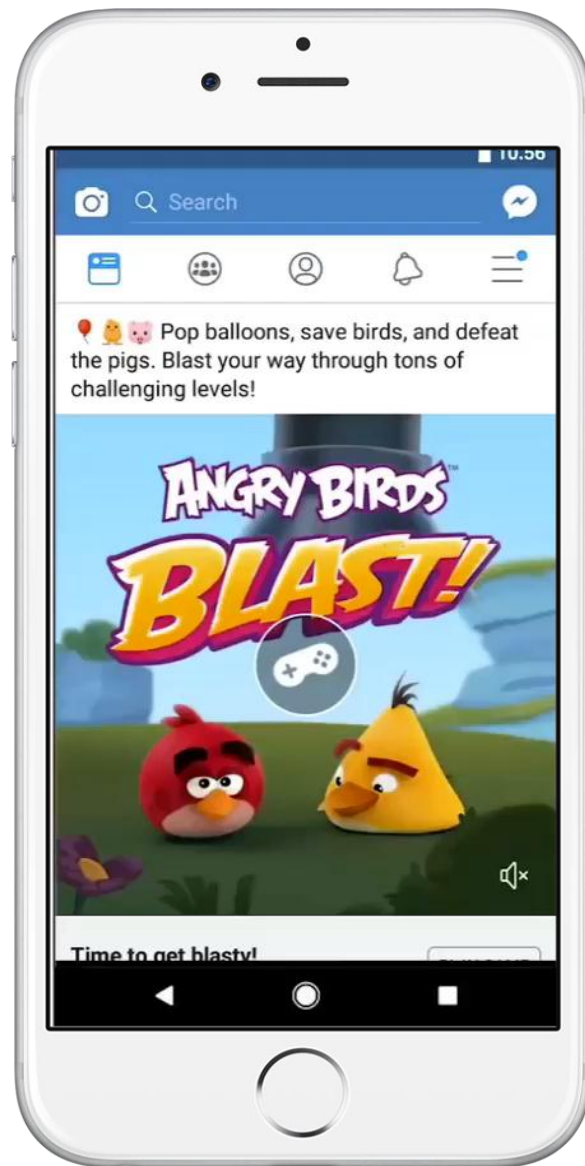


## 试玩广告案例-Rovio Entertainment



**公司背景：**Rovio Entertainment Corporation是一家芬兰游戏第一娱乐公司，创立于2009年，致力于研发和发行手机游戏。该公司以全球愤怒的小鸟品牌而闻名。

**客户诉求：**Rovio希望测试一种新的数字广告形式，看看它是否能提供比传统广告格式更好的业务成果，并增加其游戏Angry Birds Blast的应用程序安装量。



<https://www.facebook.com/business/success/rovio-entertainment-corporation>





## 试玩广告案例-Rovio Entertainment

**投放方式：**玩家的目标是弹出气球，拯救鸟类并击败猪群。观众可以继续下载安装该应用程序。在试玩广告推广之前，Rovio与Facebook营销合作伙伴Nanigans一起分别测试试玩广告与普通视频广告的功效。之后结合LAL受众，Rovio将试玩广告投放给美国前10%付费的类似受众人群



Angry Birds Blast

34%

降低投放成本

6X

提升用户点击

40%

降低付费用户安装成本

70%

提高回收（7日）

<https://www.facebook.com/business/success/rovio-entertainment-corporation>

meel  
飞书互动 SOCIAL

facebook  
中国区顶级代理商





Thank You!

[www.meetsocial.cn](http://www.meetsocial.cn)

Meetsocial

meel 