



陌陌信息流广告产品介绍

陌陌广告部



泛社交泛娱乐

陌陌——开放式社交领域领导者



2011

陌陌公司成立，8月MOMO上线。



2014

陌陌在美国纳斯达克交易所挂牌上市，股票代码：MOMO。



2017

视频社交，就在MOMO



2018

陌陌全资收购探探，开放式社交领域领导者地位进一步巩固。



年轻、多金、活跃、消费欲旺盛
上亿80、90后，在陌陌真实展示着自我

1.133亿
月活用户



1300万
付费用户

陌陌多样化视频交友产品布局，让陌生人社交更有趣

高活跃

强互动

年轻化

快速认识

点点

附近的人

附近动态



兴趣聚合

群组

圈子



社交互动

快聊

直播

游戏

短视频

派对

狼人杀



红人影响力聚势粉丝营销

运动、美妆、游戏、音乐、宠物、时尚、旅游.....

海量原生孵化陌陌达人，引领花样创意社交

直播、短视频、转发、原创



闪灵漂移板

LV.61
运动滑板
491214



沈自然

LV.78
宠物
440312



TheBuck巴克

LV.61
极限运动
221805



孟晓智

LV.66
搞笑
496689



PowerJun

LV.50
运动
225827



迎迎Quincy

LV.8
舞蹈
122881

千万
粉丝

数亿
曝光



红人原创短视频

陌陌后台大数据，精准人群定向





陌陌广告位及素材

帮助代理商及广告主了解陌陌广告位置及素材要求

陌陌信息流广告资源展示

附近动态信息流第三位、第八位

图文信息流



品牌名称：2~9个字;
广告标签：2个字以内，可不填;
广告文案：2~38个字;
广告头像：150*150，<30kb，JPG;
广告图片：
一图版-690*345，<100kb，JPG;
三图版-250*250，<100kb，JPG;
九宫格-250*250，<100kb，JPG;

*九宫格只在第十位进行展示。

支持大图、三图、九宫格

视频信息流



品牌名称：2~9个字;
广告标签：2个字以内，可不填;
广告文案：2~38个字;
广告头像：150*150，<30kb，JPG;
视频：
分辨率480*360或640*360，mp4文件，不超过20MB（投放非WIFI人群时建议视频不要过大以免影响用户播放体验），时长5秒-5分钟（建议15秒内），视频编码为H.264，音频编码AAC
视频封面图：
分辨率480*360或者640*360，<50kb，JPG;
【注意：视频与封面图分辨率应统一】
行动卡片主标题：2~10个字;
行动卡片副标题：2~20个字;

支持竖版视频、横版视频

陌陌信息流广告资源展示

附近的人信息流第四、十二位



品牌名称：2~9个字;
广告标签：2个字以内, 可不填;
广告文案：2~38个字;
广告头像：150*150, <30kb, JPG;

陌陌信息流广告资源展示

关注-关注信息流第二位、第十位

图文信息流



品牌名称：2~9个字;
广告标签：2个字以内, 可不填;
广告文案：2~38个字;
广告头像：150*150, <30kb, JPG;
广告图片：
一图版-690*345, <100kb, JPG;
三图版-250*250, <100kb, JPG;
九宫格- -250*250, <100kb, JPG;

*九宫格只在第十位进行展示。

支持大图、三图、九宫格

视频信息流



品牌名称：2~9个字;
广告标签：2个字以内, 可不填;
广告文案：2~38个字;
广告头像：150*150, <30kb, JPG;
视频：
分辨率480*360或640*360, mp4文件, 不超过20MB (投放非WIFI人群时建议视频不要过大以免影响用户播放体验), 时长5秒-5分钟 (建议15秒内), 视频编码为H.264, 音频编码AAC
视频封面图：
分辨率480*360或者640*360, <50kb, JPG;
【注意：视频与封面图分辨率应统一】
行动卡片主标题：2~10个字;
行动卡片副标题：2~20个字;

支持竖版视频、横版视频

陌陌信息流广告资源展示

关注-推荐信息流第六位

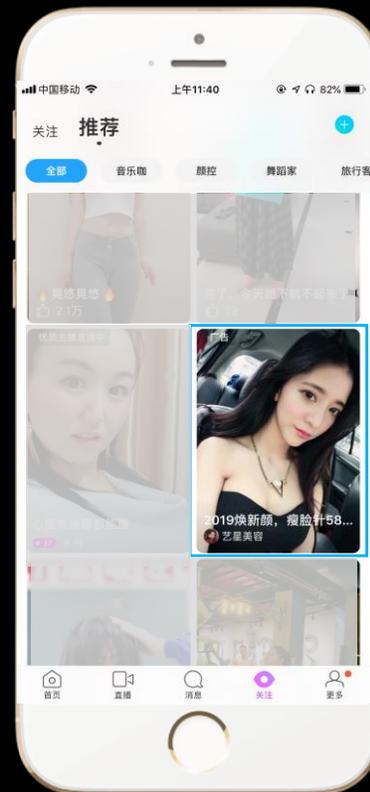
图文信息流



品牌名称：2~9个字;
广告标签：2个字以内，可不填;
广告文案：2~38个字;
广告头像：150*150，<30kb，JPG;
广告图片：
单图-360*480，jpg，<50kb;

支持竖版单图

视频信息流



品牌名称：2~9个字;
广告标签：2个字以内，可不填;
广告文案：2~38个字;
广告头像：150*150，<30kb，JPG;
视频：
分辨率480*360或640*360，mp4文件，不超过20MB（投放非WIFI人群时建议视频不要过大以免影响用户播放体验），时长5秒-5分钟（建议15秒内），视频编码为H.264，音频编码AAC
视频封面图：
分辨率480*360或者640*360，<50kb，JPG;
分辨率360*480，jpg，<50kb; (横版视频必须上传)
【注意：视频与封面图分辨率应统一】
行动卡片主标题：2~10个字;
行动卡片副标题：2~20个字;

支持竖版视频、横版视频



陌陌广告投放平台

帮助代理商及广告主实现产品线的广告投放、管理、出具及时、准确的统计报告，代理商可对客户进行方便快捷的统一管理。

投放说明

前期准备

- ① [权限获取&账户登录](#)>P16<
- ② [客户充值](#)>P17<
- ③ [客户审核](#)>P18<
- ④ [角色分配](#)>P19<

广告投放

- ① [关于可投放数量](#)>P21<
- ② [创建推广计划](#)>P22<
- ③ [设置排期&预算](#)>P23<
- ④ [创建广告](#)>P24<
 - 人群定向
 - 选择广告排期及出价方式
 - 上传广告素材
- ⑤ [广告审核](#)>P31<
- ⑥ [广告修改](#)>P32<
- ⑦ [广告复制操作说明](#)>P34<

上线跟进

- ① [投放数据统计](#)>P36<
 - 整体趋势分析
 - 分客户统计
 - 分推广计划统计
 - 分优化师统计
- ③ [调整出价](#)>P42<
- ④ [调整优化广告](#)>P43<

客户管理

- ① [流失客户统计](#)>P46<
- ② [潜在流失客户统计](#)>P47<
- ③ [续费分析](#)>P48<

前期准备 | 客户审核

填写客户资质信息，陌陌后台进行广告主系统审核

账户管理



客户添加记录



添加客户



选择客户类型



填写客户资质

*商家和广告主的陌陌ID需和代理商主账户的陌陌ID互相关注（陌陌APP互相添加关注即可）

日期	客户类型	陌陌ID	店铺/公司名称	授权状态	审核状态	可投放网络	优化师	操作
2017-08-22	广告主	533609787	渠道测试账号	通过授权	审核通过	陌陌+LBS联盟	--	修改 取消授权 修改优化师

添加客户

客户类型
 到店通商家 广告主

资质信息 ⓘ
*商家陌陌ID:
商家与代理商在陌陌内互相关注
*商家名称: 0/12
*所属行业: 请选择
*店铺地址: 请选择
 店铺详细地址
 地图标识
*申请人: 请填写店主真实姓名

到店通商家 需填写资质

资质信息
商家陌陌ID
商家名称
所属行业
店铺地址
申请人
联系电话
营业执照号
营业执照正面照
法人身份证正面照

商家信息
商家简介
店铺推广语
商家电话
营业时间
商家头像

广告主 需填写资质

广告主信息
广告主陌陌ID
公司名称
品牌名称
所属城市
落地页链接

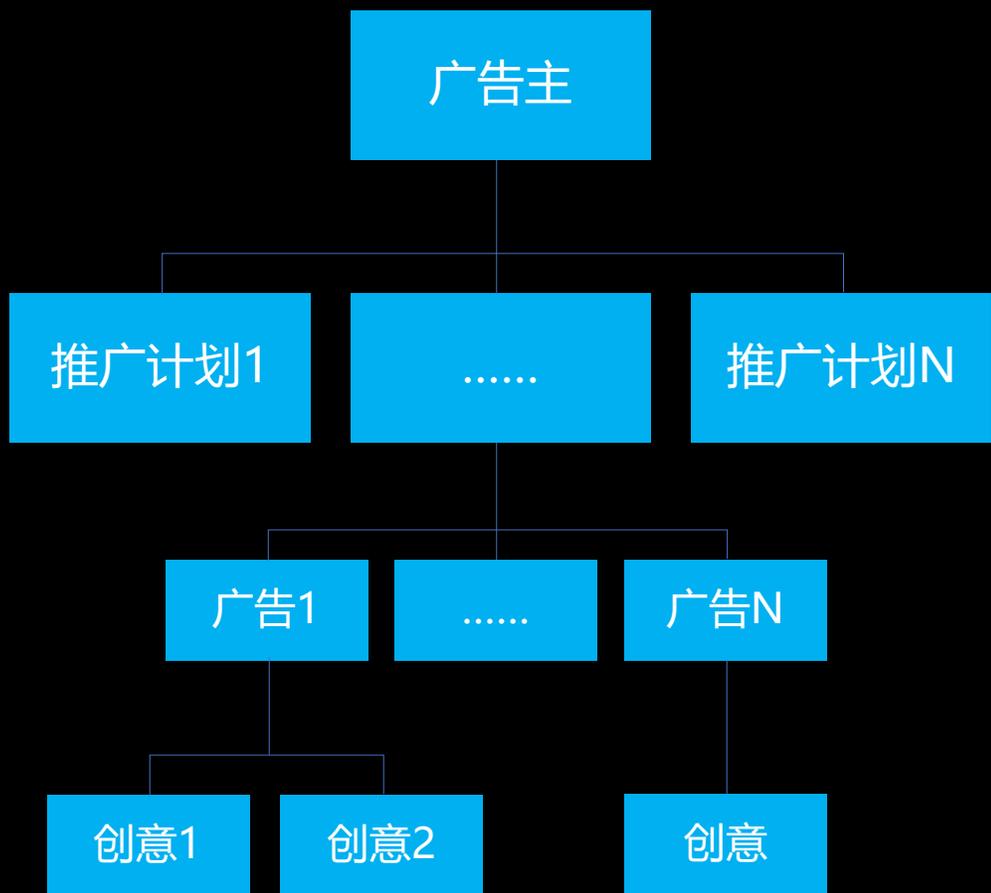
资质信息
营业执照号
营业执照正面照
所属行业
联系人姓名
联系人手机

*【取消客户授权】操作说明

在【客户添加记录】页面点击【取消授权】，确认删除即代理商与客户的代理关系终止，客户账户内余额不退还至代理商账户，需在取消授权前完成退款操作。

广告投放 | 关于可投放数量

广告主根据业务需求，可创建多个推广内容



*推广计划上限：1000个

例如“新品上市”、“节日促销”等客户不同传播项目的整体推广计划

*每个推广计划下广告数量上限：100个

用于传播推广计划的多条广告内容，广告人群定向、出价方式、广告位置、广告素材、落地页地址等可差异化设定

*每条广告下广告创意上限：5个

每条广告可上传差异化广告图片、标题、文案广告素材，人群定向、出价方式、广告位置、落地页地址等保持不变

陌陌代理商广告投放数量说明

广告投放 | 创建推广计划

创建广告，选择此次推广计划目标

头部导航栏中【广告投放】和首页广告统计板块的【新建推广计划】和均可进入到创建广告计划页面。

The screenshot shows the '广告投放' (Advertising) section of a dashboard. At the top, there's a navigation bar with '广告投放' highlighted. Below it, there are two summary boxes: one for account balance (账户余额) and another for campaign statistics (投放中的推广计划, 投放中的广告, 被驳回创意). The main area features a table with columns for '推广计划', '广告', and '创意'. A date range '2019-01-02 - 2019-01-02' is selected. Below the table, there are various filters and a search bar. A blue button labeled '+ 新建推广计划' is highlighted in a red box.

营销目的

确定推广计划目标，然后创建广告

推广到店通

吸引用户关注店铺 / 加入商家群组

推广落地页

吸引用户浏览主页 / 产生互动

推广手机应用

吸引用户下载APP

广告投放 | 设置排期&预算

填写推广计划目标内容

陌陌 new

首页 广告投放 数据统计 账户管理 工具箱 陌陌明星

第一步: 选择本次推广计划目标 第二步: 创建广告 第三步: 提交审核

推广到店通
吸引更多用户关注你的店铺或加入你的商家群组

推广落地页
吸引更多用户浏览你的主页或通过主页产生互动

推广手机应用
吸引用户下载你的App

推广动态
吸引更多用户读取你的动态信息并互动

根据推广类型进行选择

推广计划名称 i 针对整个推广计划设置的名称，用于标识每次推广计划，不会外露展示

广告主陌陌ID

行业类型

排期 至

预算 i 总预算 每日预算

投放网络 陌陌 LBS联盟 i

下一步

- 推广计划名称
- 广告主陌陌ID
- 行业类型
- 排期
- 预算
- 投放网络

广告投放 | 创建广告 Step1: 人群定向

填写计划投放人群范围

客户可创建个性化人群包，也可选择已生成的人群包。

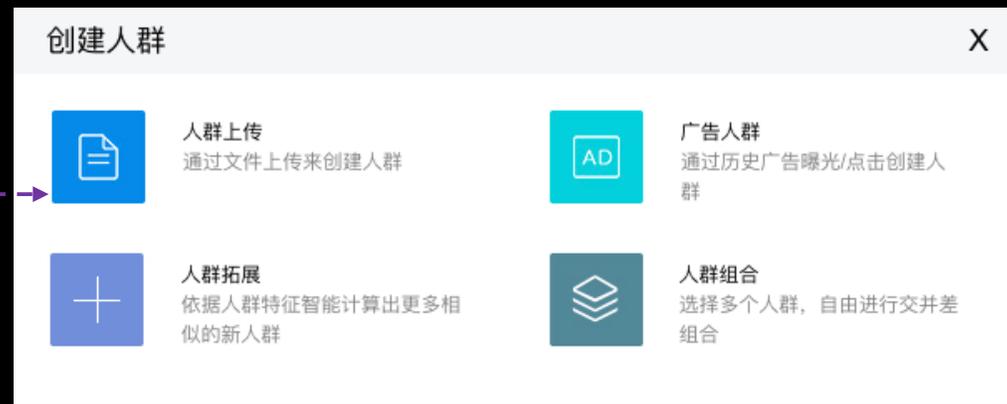


点击“管理定向人群包”按产品偏好，设置目标人群定向条件，让投放更精准。

以差异化广告名称区分广告计划下的多个广告（不外露展示）

点击“管理自定义人群”后选择“+创建人群”，可根据需求创建合适的人群包实现精准投放。

设置定向人群包



广告投放 | 创建广告 Step1 : 人群定向

填写计划投放人群范围

支持多维度定向选择选择。

多维度定向可选

- 性别
- 年龄
- 地区
- 操作系统
- 网络环境
- 收集品牌
- 运营商
- 职业
- 兴趣
- 付费能力

广告投放 | 创建广告 Step2 : 选择广告排期及出价方式

填写广告投放排期及优化目标

设置广告出价

投放排期 至 无结束日期
推广计划排期: 2018-12-27 -- 无结束日期

投放时间 全时段投放 按特定时段
单击方格【可选中/取消时间点】 单击拖动方格【可选中/取消某一连续时间段】

时间 / 星期	上午											下午												
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23
星期一	选中																							
星期二	选中																							
星期三	选中																							
星期四	选中																							
星期五	选中																							
星期六	选中																							
星期日	选中																							

清除所有选择 未选中 点击态 选中态

已选时间: 星期一 00:00-8:00 16:00-24:00
星期二 00:00-8:00 16:00-24:00
星期三 00:00-8:00 16:00-24:00
星期四 00:00-8:00 16:00-24:00
星期五 00:00-8:00 16:00-24:00
星期六 00:00-8:00 16:00-24:00
星期日 00:00-8:00 16:00-24:00

优化目标 转化量 点击量 曝光量

广告投放排期开始时间需晚于或等于推广计划开始时间；
广告投放排期结束时间需早于或等于推广计划结束时间

可选择全天投放，也可选定特定时间段投放

系统将向更有可能达成目标的用户投放广告

广告投放 | 创建广告 Step2 : 选择广告排期及出价方式

填写广告投放排期及优化目标

OCPC

优化目标 转化量 点击量 曝光量

转化类型 建站工具行为 落地页行为

仅支持落地页为建站工具站点，且站点中包含至少一个转化组件
建站工具转化包括表单提交、拨打电话、在线咨询、网页跳转

付费方式 CPC

第一阶段

CPC出价

第二阶段

转化出价

[查看当前大盘实际竞价平均CPM](#)

算法综合考虑点击率、转化率，锁定最终产生行动的高转化人群，转化成本可控

CPC

优化目标 转化量 点击量 曝光量

转化数据统计 不收集 收集

转化类型 建站工具行为 落地页行为

仅支持落地页为建站工具站点，且站点中包含至少一个转化组件
建站工具转化包括表单提交、拨打电话、在线咨询、网页跳转

付费方式 CPC

CPC出价

[查看当前大盘实际竞价平均CPM](#)

考虑点击率，锁定高点击人群，转化成本不可控，联调后选择【收集】可披露转化成本情况

CPM

优化目标 转化量 点击量 曝光量

转化数据统计 不收集 收集

付费方式 CPM

CPM出价

[查看当前大盘实际竞价平均CPM](#)

单纯考虑曝光消耗，转化成本不可控，联调后选择【收集】可披露转化成本情况

广告投放 | 创建广告 Step3 : 上传广告素材

选择待投放广告位置，并填写&上传广告文案、图片等广告创意素材

(每创建一条广告可支持上传5组广告创意)

选择目标投放广告位：全站通投即所有信息流广告位随机展示；还可选择特定某一广告位展示

广告创意名称可以修改，便于记录每组广告创意目的，不会外露展示

编辑推广描述时，
点击“使用动态词包”，
选择需要的
替换词，广告文案
可进行关键字差异
化呈现

根据编辑内容，右侧实时呈
现广告视觉效果DEMO

动态词包展开示意

词包名	通用词	替换词示例	操作
月份	本月	一月、二月、三月、四月、五...	查看 插入
省份	本地	北京市、天津市、河北、山西...	查看 插入
地级市	本市	石家庄市、唐山市、秦皇岛市...	查看 插入

词包默认长度为3-5个字，请注意文案字数!

注：以上预览的广告位仅供参考，实际可投放位置取决于素材质量级别

支持多广告创意，进行投放效果对比

广告投放 | 创建广告 Step3 : 上传广告素材

落地页地址添加及监测 (提供自有页面添加及建站工具预览两种服务)

* 落地页地址

自有落地页 建站工具站点

直接添加落地页链接

应用推广请投放应用下载广告，不要投放落地页广告。
落地页地址不允许填写直接跳转或间接跳转App Store的链接

监测链接

展示监测

请输入第三方展示监测链接地址1

请输入第三方展示监测链接地址2

点击监测

请输入第三方点击监测链接地址

保存

提交审核

按需添加曝光&点击
监测链接

广告主端使用建站工具建站，
配置广告时可在线扫码预览

* 广告图片



* 落地页地址

监测链接
展示监测

扫描二维码进行预览



站点地址

http://h5.immomo.com/site/page?site_

注：以上预览的广告位仅供参考
位置取决于素材质量

广告投放 | 创建广告 Step4 : 转化前置功能

在原有三图或大图样式基础上，增加转化组件，形成转化组件前置样式。将转化按钮前置并配以文案引导可降低流失率，提升转化率。

素材形式: 三图样式 | 大图样式 | 单图样式 | 图标样式 | 横版视频 | 竖版视频

* 广告标题: 请输入广告标题

广告标签: 请输入广告描述...

* 推广描述: 请输入广告描述...

+ 使用动态词包

* 广告头像: 图片素材要求: 150*150, jpg

* 广告图片: 图片素材要求: 250*250, jpg (三图版);
 自动提取图标样式投放

转化组件: **转化组件默认收起，点击可展开进行设置**

注: 以上预览的广告位仅供参考，实际可投放位置取决于素材质量级别

创意1

素材形式: 三图样式 | 大图样式 | 单图样式 | 图标样式 | 横版视频 | 竖版视频

* 广告标题: 请输入广告标题 0/9

广告标签: 请输入广告描述... 0/2

* 推广描述: 请输入广告描述...

+ 使用动态词包

* 广告头像: 图片素材要求: 150*150, jpg

* 广告图片: 图片素材要求: 250*250, jpg (三图版);
 自动提取图标样式投放

转化组件:

- * 组件标题: 请输入组件标题 0/10
- * 组件描述: 请输入组件描述 0/16
- 组件类型: 查看详情

展开后填写，支持多种组件类型选择

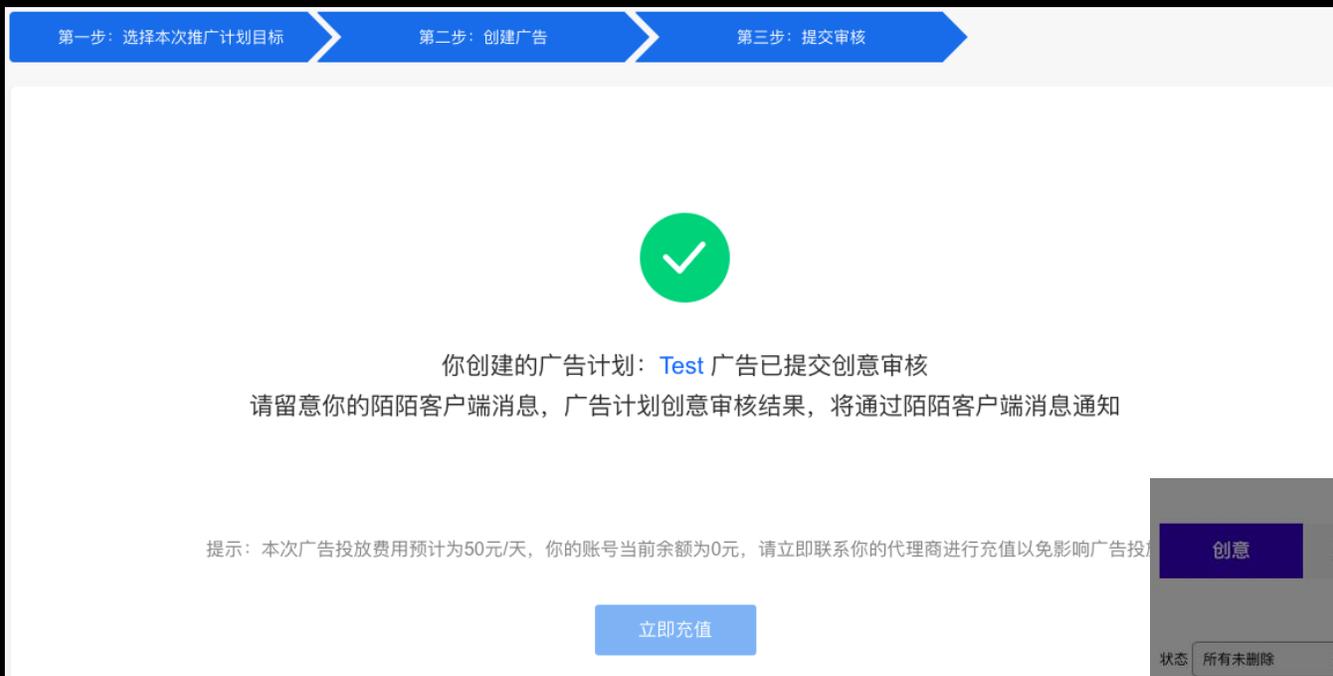
实际可投放位置取决于素材质量级别

推广计划	Button文案	组件类型
推广手机应用	立即下载	下载类
	试玩下载	下载类
推广落地页	电话咨询	拨打电话
	陌陌咨询	陌陌APP内咨询 (陌陌号必须开通营销号)
	查看详情 即刻体验 即刻咨询 立即打开	跳转落地页

广告投放 | 广告审核

广告计划创建完成提交后需等待审核，如被驳回请参考驳回理由修改广告素材，再次提交审核

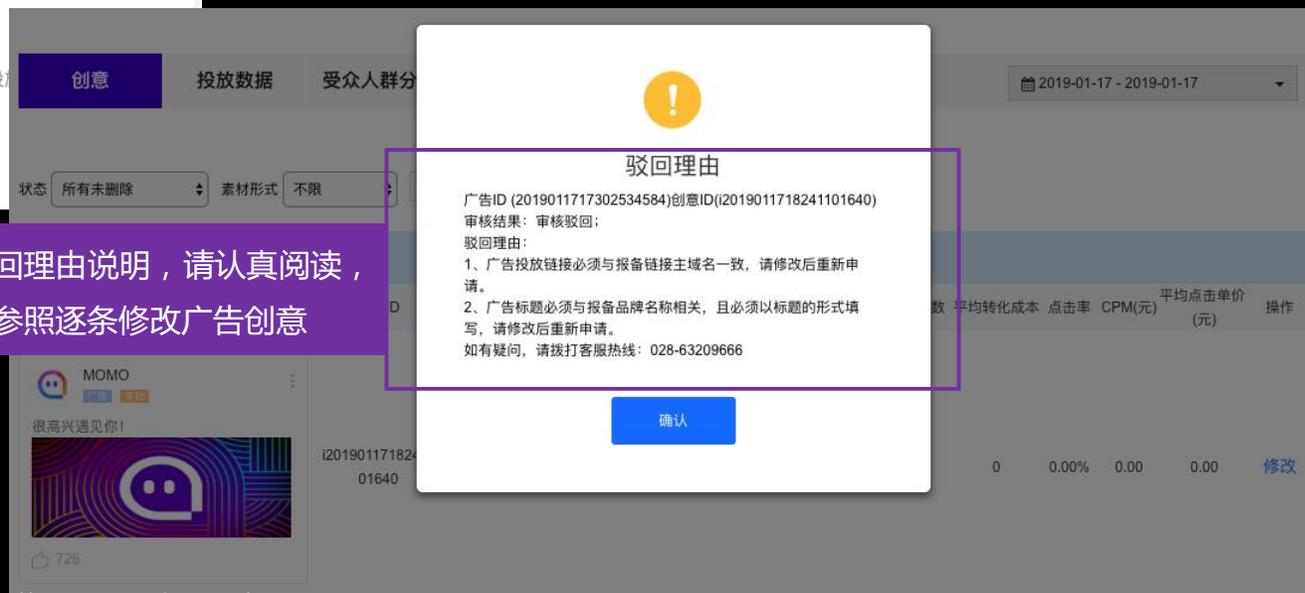
已提交的广告计划会在首页【广告统计】板块以及【数据统计】页面显示



- ✓ 提交广告计划，等待陌陌运营进行审核，审核结果直接通过陌陌客户端消息下发通知
- ✓ 审核通过的广告会按照所选的时间及要求进行广告展示
- ✓ 如广告被驳回，请在推广计划详情页内点击【审核驳回】、根据驳回理由修改推广计划并重新提交

***如只修改广告受众以及出价，广告不会重新二次审核，请认真参考驳回理由进行修改**

驳回理由说明，请认真阅读，并参照逐条修改广告创意



广告投放 | 广告修改

修改广告内容的入口有以下三种

*每日每条推广计划最多可下调预算（总预算/日预算）两次

方法一

在首页的推广计划列表中找到需修改的计划（或在广告列表中选择相应广告、创意列表选择相应创意），点击【修改】按钮

账户余额 0.00元 | 今日消耗 0.00元 | 昨日消耗 0.00元

投放中的推广计划 0个 | 投放中的广告 0个 | 被驳回创意 1个

推广计划 | 广告 | 创意

2019-01-17 - 2019-01-17

开关 请选择 | 状态 所有未删除 | 推广类型 请选择 | 推广投放网络 请选择 | 请输入推广计划名称/ID | 筛选

批量修改 | 过滤无消耗推广计划 | + 新建推广计划

开关	推广计划名称	状态	推广类型	排期	预算	消耗(元)	展示量	点击量	点击率	CPM(元)	平均点击单价(元)	操作
<input type="checkbox"/>	测试	余额不足	推广落地页	2019-01-1 7-无结束日期	50元/每日	0.00	0	0	0.00%	0.00	0.00	修改 新建广告 日志

广告投放 | 广告修改

修改广告内容的入口有以下三种

*每日每条推广计划最多可下调预算（总预算/日预算）两次

方法二

在首页的推广计划列表中点击需修改的计划名称，进入该推广计划详情页的广告列表，点击【修改推广计划】或【修改】皆可。

测试 (c201901171730852039)

修改推广计划

广告主: 佛山米兜网络科技有限公司 状态: 余额不足 推广类型: 推广落地页 投放网络: 陌陌 推广计划预算: 50.00元 | 每日预算

推广计划排期: 2019-01-17 至 无结束日期

累计投放数

累计消耗: 0(元)	累计展示量: 0(次)	累计点击量: 0(次)	点击率: 0	CPM: 0(元)	点击单价: 0(元)
------------	-------------	-------------	--------	-----------	------------

广告 创意 投放数据 受众人群分析

2019-01-17 - 2019-01-17

开关 请选择 状态 所有未删除 出价方式 请选择 请输入广告名称/ID 筛选

批量修改 自定义表头 过滤无消耗广告 + 新建广告

开关	广告名称	广告ID	状态	推广计划	广告排期	出价	消耗(元)	展示量	点击量	转化数	平均转化成本	点击率	CPM(元)	平均点击单价(元)	操作
<input type="checkbox"/>	Test	2019011717302534584	余额不足	测试	2019.01.17-无结束日期	0.5元/CP	0.00	0	0	0	0	0.00%	0.00	0.00	修改 日志 复制

方法三

点击广告名称，进入该条广告下的创意列表，点击【修改】即可进行修改操作。

测试 - Test (2019011717302534584)

状态: 余额不足 推广类型: 落地页广告 投放网络: 陌陌 广告出价: 0.50元 | CPC 广告排期: 2019-01-17 至 无结束日期

落地页地址: https://www.immomo.com/ 查看更多设置

累计投放数

累计消耗: 0.00(元)	累计展示量: 0(次)	累计点击量: 0(次)	点击率: 0	CPM: 0(元)
---------------	-------------	-------------	--------	-----------

创意 投放数据 受众人群分析

2019-01-17 - 2019-01-17

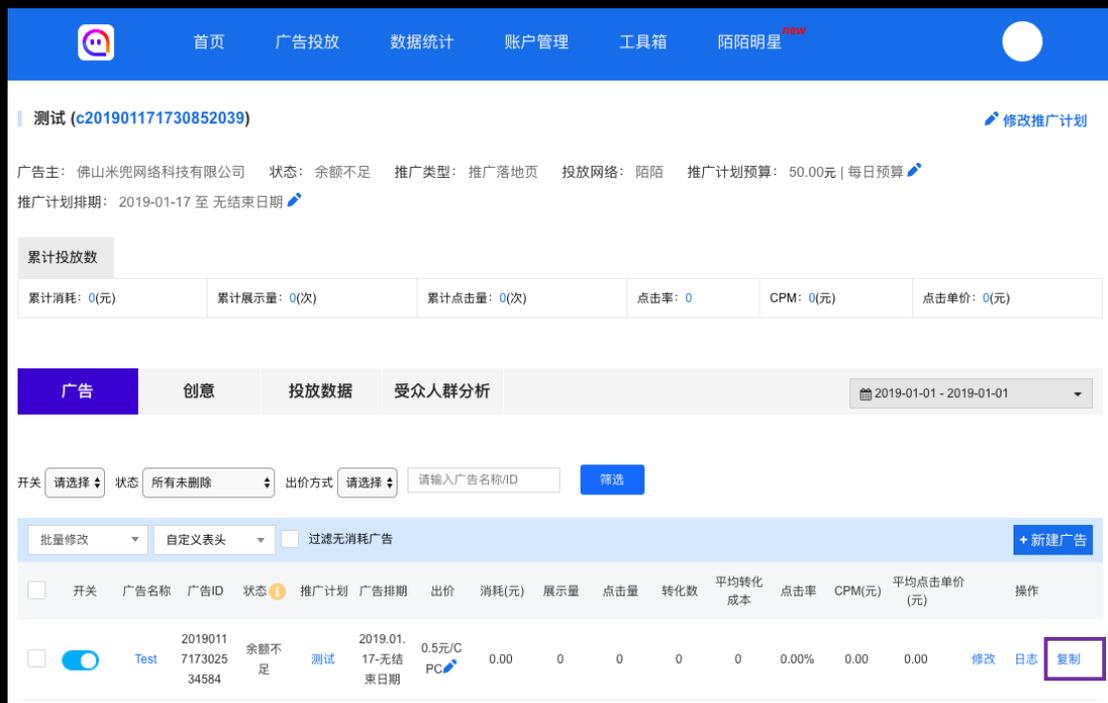
状态 所有未删除 素材形式 不限 请输入广告名称/ID 请输入创意名称/ID 筛选

自定义表头 过滤无消耗创意

创意预览	创意ID	素材形式	状态	广告名称	推广计划名称	消耗(元)	展示量	点击量	转化数	平均转化成本	点击率	CPM(元)	平均点击单价(元)	操作
	i2019011718241101640	大图样式	审核驳回	Test	测试	0.00	0	0	0	0	0.00%	0.00	0.00	修改

广告投放 | 广告复制操作说明

广告后台支持复制已有的广告，节约操作成本，但禁止同时投放完全相同的多条广告



测试 (c201901171730852039) 修改推广计划

广告主: 佛山米兜网络科技有限公司 状态: 余额不足 推广类型: 推广落地页 投放网络: 陌陌 推广计划预算: 50.00元 | 每日预算

推广计划排期: 2019-01-17 至 无结束日期

累计投放数

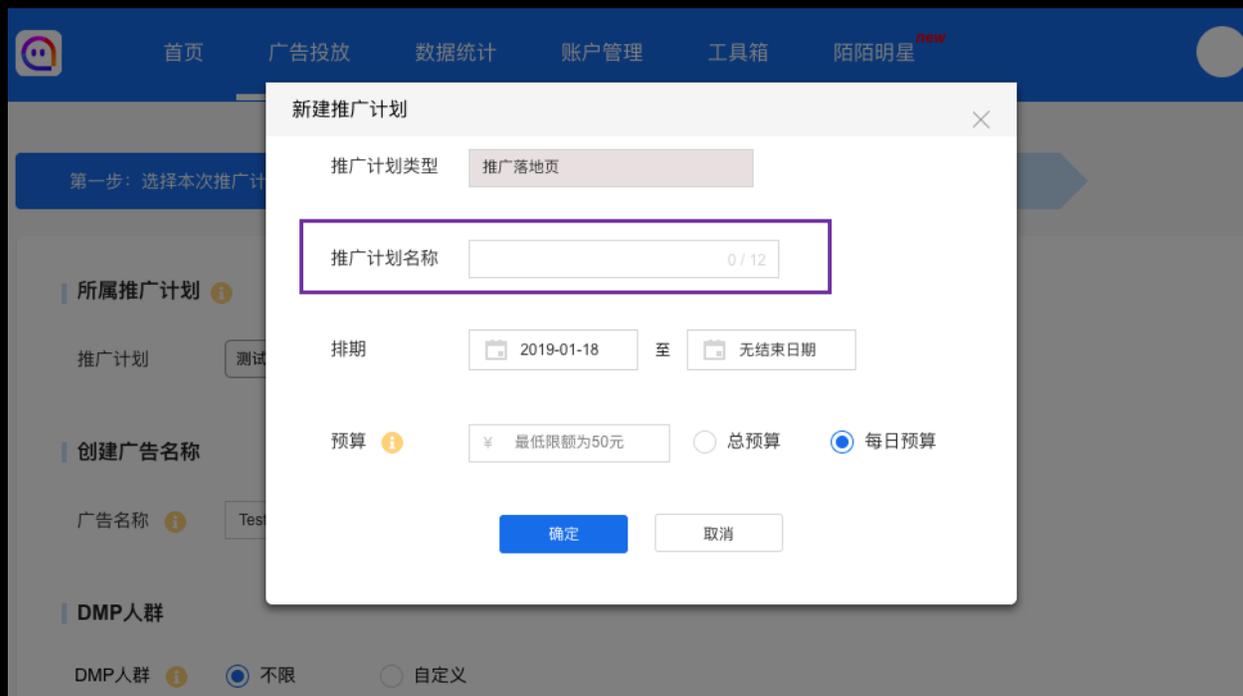
累计消耗: 0(元)	累计展示量: 0(次)	累计点击量: 0(次)	点击率: 0	CPM: 0(元)	点击单价: 0(元)
------------	-------------	-------------	--------	-----------	------------

广告 创意 投放数据 受众人群分析 2019-01-01 - 2019-01-01

开关 请选择 状态 所有未删除 出价方式 请选择 请输入广告名称/ID 筛选

批量修改 自定义表头 过滤无消耗广告 + 新建广告

开关	广告名称	广告ID	状态	推广计划	广告排期	出价	消耗(元)	展示量	点击量	转化数	平均转化成本	点击率	CPM(元)	平均点击单价(元)	操作
<input type="checkbox"/>	Test	2019011717302534584	余额不足	测试	2019.01.17-无结束日期	0.5元/CPC	0.00	0	0	0	0	0.00%	0.00	0.00	修改 日志 复制



新建推广计划

推广计划类型: 推广落地页

推广计划名称:

排期: 2019-01-18 至 无结束日期

预算: 总预算 每日预算

确定 取消

- ✓ 在推广计划详情页的广告列表中，点选复制按钮，进入广告复制页面；
*复制出来的广告将拷贝原有广告的所有设置，并默认放置在原推广计划
- ✓ 通过调整下拉菜单将广告迁移在已有的推广计划中，或点击新建推广计划，将复制出来的广告放置到新的推广计划中。
*系统禁止同时投放完全相同的多条广告，复制广告至少做一项修改（定向/创意等）才可提交成功。

上线跟进 | 投放数据统计

陌陌代理商后台提供多维度的投放效果数据监控



上线跟进 | 调整出价

创建广告页面内在出价设置处，有出价建议提示，可参考提示调整广告出价

OCPC

优化目标 转化量 点击量 曝光量

转化类型 建站工具行为 落地页行为

仅支持落地页为建站工具站点，且站点中包含至少一个转化组件
建站工具转化包括表单提交、拨打电话、在线咨询、网页跳转

付费方式 CPC

当前投放阶段：第二阶段

第一阶段

CPC出价

第二阶段

转化出价

当前大盘实际竞价平均CPM: 2.51 元
您的广告平均点击率: 0.30%、平均转化率: 13.34%
建议您二阶段至少出价: 7.37元左右 (出价建议仅根据历史数据计算, 竞价环境实时变化, 请及时关注并适当调整出价)

广告所处阶段会标注在出价框上方；
出价建议会根据历史及近期CTR、CVR以及大盘情况给出相应建议

CPC

优化目标 转化量 点击量 曝光量

转化数据统计 不收集 收集

付费方式 CPC

CPC出价

当前大盘实际竞价平均CPM: 13.72 元
您的广告平均点击率: 0.99%
建议您至少出价: 1.66元左右 (出价建议仅根据历史数据计算, 竞价环境实时变化, 请及时关注并适当调整出价)

根据广告平均CTR及大盘平均CPM提示建议出价

CPM

优化目标 转化量 点击量 曝光量

转化数据统计 不收集 收集

付费方式 CPM

CPM出价

当前大盘实际竞价平均CPM: 33.88 元

提示当前广告定向条件下的平均CPM情况

上线跟进 | 调整优化广告

根据线上投放数据&转化效果，实时跟进，对素材进行优化调整

广告图片、文案、标题、定向等优化修改



获得足够展示量建议：
优化创意，提升创意点击率
排查定向设置是否过于严格，适当放开限制

常见使用问题Q&A

Q：为什么出价类型包括CPC却勾选不了？

A：针对审核通过的广告，支持修改出价金额，但不支持修改出价类型

Q：数据监控不一致，没投放××地区，为什么有访客？

A：客户能监控到的地理位置大都基于IP统计，陌陌基于经纬度判断地理位置，会有统计差异，基于经纬度的判断会更准确

Q：为什么客户检测到的数据比平台数据还要多？

A：检测数据与后台数据不一致，普遍原因是客户的检测代码多处使用或者放错监控链接，导致检测数据比后台统计数据高

常见使用问题Q&A

Q：为什么我的广告已经下线了，还一直在产生消耗？

A：这是由于是缓存导致的，广告计划在暂停/终止/排期结束之后的缓存曝光带来的消耗将会控制在如下范围内：
若广告计划的日预算/总预算大于1333，则缓存曝光的消耗不超过日预算/总预算的15%
若广告计划的日预算/总预算小于等于1333，则缓存曝光的消耗不超过200

Q：客户定投IOS广告在Android系统的手机上刷到了，而且点击广告后打不开下载安装包，页面为空是怎么回事？

A：目前系统为了方便广告主预览自己的广告样式，广告主的陌陌号每10次就能刷到1次自己的广告，这个是一定展示的，无论系统、地点、网络环境等匹不匹配

Q：为什么广告排期选不了xxx？

A：请先检查广告所属推广计划的排期，广告排期必须在推广计划排期之内，广告排期设置不可以早于推广计划排期且不得晚于推广计划的结束日期

常见使用问题Q&A

Q：客户投放落地页广告，落地页支持下载APP，为什么下载完APP无法正常安装？

A：针对下载后无法正常安装的问题，分以下两步检查：

1. 检查mimetype类型：通过webview下载的资源，系统会回传一个mimetype，而这个资源的mimetype如果不是application/vnd.android.package-archive的话，就可能出现这个问题
2. 修改了mimetype还是有问题，需要将当前落地页链接用其它APP打开（如用QQ打开），如果还出现类似问题，说明并不是陌陌平台的问题，是客户自己的页面配置问题，需要客户技术调整配置

Q：陌陌监测链接可回传的参数有哪些？

A：监测链接支持使用宏替换的方式来获取用户的相关信息，

- 可用宏包括：
- 操作系统 - [OS]
 - 设备号-[IMEI]/[IDFA]
 - 时间戳-[TD]
 - 经纬度-[LBS]

宏	说明
[OS]	客户端操作系统的类型。0-Android，1-iOS，2-WP。
[IMEI]	用户终端IMEI（适用于Android系统）， 陌陌6.2版本以下明文，陌陌6.2版本及以上MD5加密。
[MAC]	MD5加密后的MAC地址（适用于Android系统、iOS7以下）。
[IDFA]	陌陌6.2.4版本以下为加密的IDFA，陌陌6.2.4版本及以上明文IDFA。
[UA]	陌陌自定义的User Agent。 示例：MomoChat/6.1 Android/325 (SM-G7109; Android 4.3; Gapps 0; zh_CN; 10)
[TS]	客户端触发监测的时间，UTC时间戳，自1970年起的秒数。
[LBS]	经纬度，精确到小数点后两位。经度在前纬度在后逗号分隔。示例： 130.22,90.34。
[CALLBACK]	激活数据回调地址，广告主/监测方可通过该地址将激活数据回传给陌陌。这个地址不需要进行宏替换，广告主/监测方直接请求即可。

常见使用问题Q&A

Q：推广计划的预算调整频次是否有限制？

A：为避免因预算频繁下调，造成过多缓存流量，广告系统限制的预算调整频次为：
预算上调：每日频次不限
预算下调：每日 ≤ 2 次

Q：推广计划预算调整金额有何限制？

A：每次推广计划预算调整有如下限制：
上调：上调后的预算 \geq 当前预算+50元
下调：下调后的预算 $\geq \min(\text{当前消耗金额} + 1000, \text{当前消耗金额} * 1.5)$

Q：为什么广告出价已经足够高了，还是消耗不出去？

A：系统竞价机制是基于ECPM排序展示的，针对CPC广告，广告预估ECPM取决于出价和点击率，如果出价足够高还是无法获得足够展示量建议：
优化创意，提升创意点击率
排查定向设置是否过于严格，适当放开限制

常见使用问题Q&A

Q：为什么广告还未到达投放排期，就已经产生广告曝光了？

A：目前系统为了方便广告主预览自己的广告样式，广告主的陌陌号每10次就能刷到一次自己的广告，这个是一定展示的，不管系统、地点、网络环境等匹不匹配；但是此类广告展示点击并不收费

Q：为什么客户监测到的数据比平台少？

A：陌陌的统计是点击数，广告主的统计是网页完全打开的计数；从点击广告到页面完全加载，业界正常的比例大概是100：60，如果比例相差悬殊，怀疑是页面元素过多，加载过慢，建议优化落地页



Thanks !