

网易麦穗效果营销平台

操作手册

2021

目录

01. 广告主平台操作说明
02. 优化建议



01.

广告主平台操作说明

登录

1. 打开麦穗官网<http://maisui.netease.com>
2. 点击右上角登录
3. 使用已审核通过的广告主账号登录

注意!

代理商账号需为网易163、126邮箱，
开户后不可更改，建议注册新的公共邮箱；



平台功能总览

● 首页

查看账户金额、花费等投放数据及趋势
在投广告投放数据趋势

● 推广

查看推广计划/广告/创意的投放设置
编辑/删除/预览推广计划/广告/创意

● 报表

效果数据报表
受众报表

● 财务

查看账户金额
查看账户收入、支出记录

● 工具

自定义人群
转化跟踪
关联云音乐账号
查看操作日志
APK包管理

● 账号管理

管理品牌信息
查看账户详细信息



首页

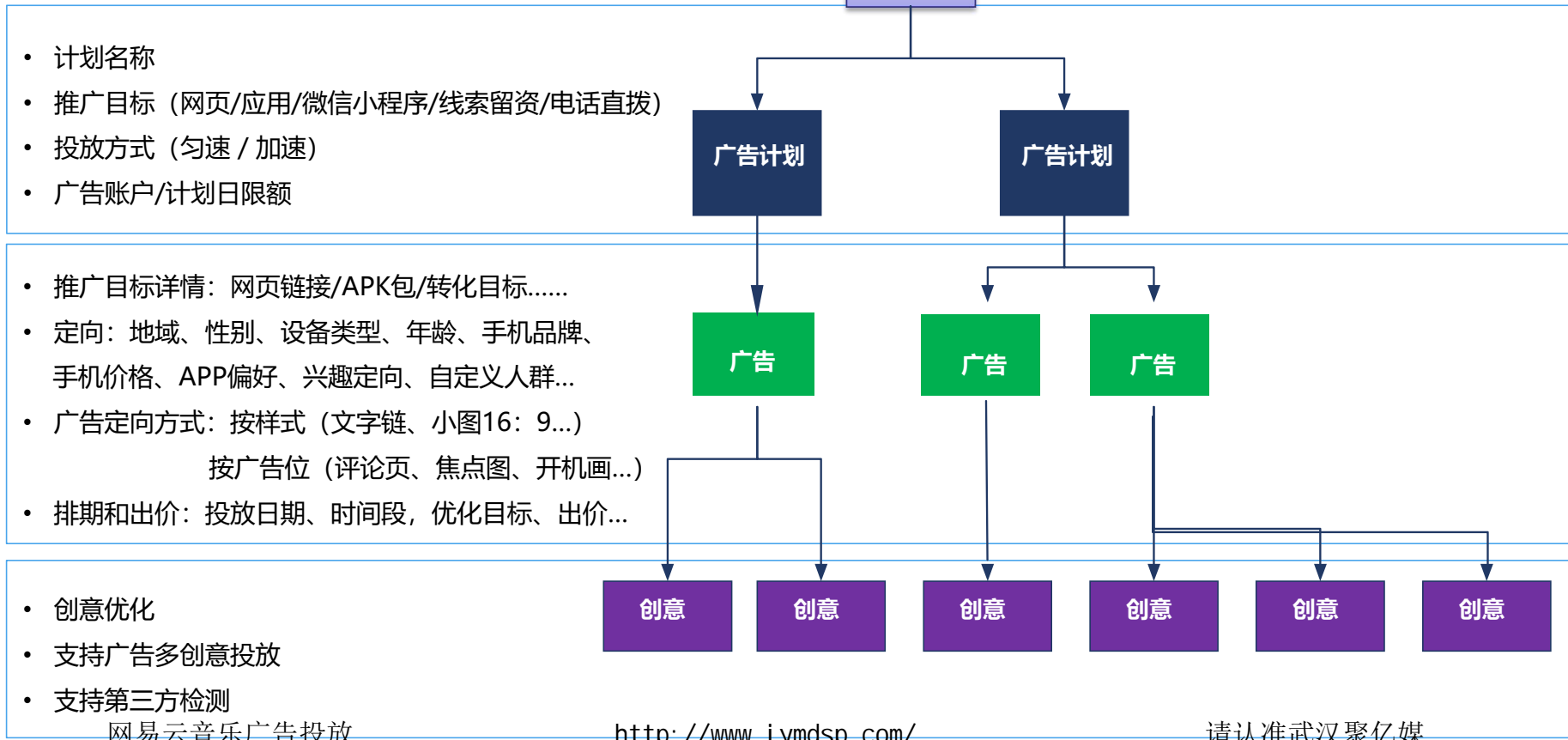
说明:

- ① **现金账户**: 查看当前**账户资金**情况;
- ② **账户/在投广告**, 分日/分时投放情况;
- ③ **今日消费**: 今日账户消费金额;
- ④ **余额可用 (天)**: 账户余额预计可用天数;
- ⑤ **【新建广告】**, 开始进行**新建广告**投放;

注: 余额可用 (天) 是依据近期广告消耗、账户余额预估得出; 请关注此数据, 避免账户无余额暂停。



广告投放概览



计划-投放设置

1. 计划

2. 广告

3. 创意

4. 提交



- 1 推广计划
选择计划
- 2 广告
目标详情
定向
广告版位
排期和出价
- 3 广告创意
添加创意

选择已有广告计划 **新建广告计划**

推广目标

网页
推广网页, 增加网页的访问量

android应用
推广Android应用, 增加应用下载

ios应用
推广iOS应用, 增加应用下载

电话直拨
推广电话营销, 增加电话咨询量

线索留资
提升评论区广告位点击率

微信小程序
推广小程序, 增加访问量

计划设置

* 日限额 请输入日限额-此计划内所有广告的每日最高总花费, 不能小于50元:

元/天

投放方式:

加速投放 匀速投放

计划名称 请输入推广计划名称, 40个字以内:

下一步

也可直接选择过去创建的广告计划

4种推广目标: 网页、安卓下载、iOS下载、电话直拨、线索留资、微信小程序

限额范围: 50~40,000,000元
单个计划预算建议≥500元

匀速投放: 预算分布在一天投放时段内, 匀速消耗;
加速投放: 尽快获取曝光, 消耗预算;
投放初期, 建议使用加速投放

计划名称: 40字以内; 建议根据投放位置、设备、素材类型等命名, 方便账户管理

说明: 选择已有广告计划时, 不能更改推广目标、日限额、投放方式。

广告投放-目标详情

1. 计划

2. 广告

3. 创意

4. 提交

- 推广
- 计划
- 广告
- 创意
- 报表
- 财务
- 工具
- 账号管理

- 推广计划 选择计划
- 2 广告 目标详情 定向 广告版位 排期和出
- 3 广告创意 添加创意

① 此处仅支持选择已在【工具-转化跟踪】建立且状态为已激活的线索转化或应用转化；
 ② 该选项为必选项，当广告主暂时没有已激活的转化目标时，可以选择“无”。

广告名称
 请输入广告名称，40个字以内

目标详情

链接: 请输入落地页地址

动作文案: 请输入动作文案，选填

转化目标:

转化名称:

计划的推广目标不同，目标详情按如下规则填写：

- ① 网页：需为http或https开头的网址
- ② 安卓下载：上传APK文件包
- ③ iOS下载：填写APP ID
- ④ 电话直拨：格式 13966668888 或 010-66668888
- ⑤ 微信小程序：小程序ID、小程序Path



广告投放-广告位定向

1. 计划

2. 广告

3. 创意

4. 提交

➤ 此后广告主需要为其推广选择投放位置，此处可支持两种投放方式：① 按广告样式投放 ② 按广告位投放

定向

广告位定向方式 按广告样式 按广告位

系统将根据您所选的广告样式，将广告投放适配该样式的优质广告位中，并获得较多流量

广告样式

选择广告样式

- 文字链
- 小图16:9
- 大图16:9
- 视频16:9
- 开机静态大图
- 移动端焦点图

说明

- ① 根据素材类型选择不同广告位或样式；
- ② 建议增加各类广告位或样式测试，加快效率、测出最匹配的位置和创意；
- ③ 版位选定后，不能修改。

网易云音乐广告投放

<http://www.jymdsp.com/>

定向

广告位定向方式 按广告样式 按广告位

系统会将广告投放再您指定的广告位上，但建议您按广告样式投放，否则会减少覆盖，导致广告失去部分优质展示机会

广告位

选择广告位

- 评论页
- 信息流
- 视频后贴
- 视频相关推荐
- 开机画
- 移动端焦点图
- PC焦点图
- 搜索页

广告样式

选择广告样式

- 文字链
- 小图

请认准武汉聚亿媒

广告投放-定向

1. 计划

2. 广告

3. 创意

4. 提交

- ① 可根据广告主产品类型选择相关性较强的兴趣标签
- ② 目前支持17个一级兴趣标签、100+个二级兴趣标签、若干教育行业三级标签

选择已有定向包

地域



支持【城市等级】快捷定向

性别



年龄段



建议根据产品、用户特点，自定义年龄段定向

设备类型



手机品牌



手机价格



如广告主有用户付费能力筛选诉求、精细化投放，建议使用此功能测试

兴趣定向



APP行为



- ① 目前仅支持安卓端；
- ② 支持分类别or具体APP定向/排查定向投放，建议依据产品特点、投放诉求选择定向

网络环境



- ① 建议根据投放诉求决定网络环境定向；
- ② 如包体≤100M，可尝试不定向；
- ③ WiFi环境下，视频可自动波动，视频创意建议定向WiFi

运营商



自定义人群



保存为定向模板，下次创建时可直接选择

可勾选“保存为定向模板”功能，对本次定向进行命名设置。以便下次投放广告时，可直接在已有定向包中选择已保存的定向模板。

1. 计划

2. 广告

3. 创意

4. 提交

自定义人群

定向投放人群

排除投放人群

支持定向和排除人群包同时选择，但同一人群包不可即定向又排除

定向人群 (1)

用户群名称 请输入用户群名称

支持按人群包名称或ID模糊搜索

<input checked="" type="checkbox"/>	用户群名称	ID	覆盖数量	状态
<input checked="" type="checkbox"/>	[模糊]	[模糊]	4,003,837	成功
<input type="checkbox"/>	[模糊]	[模糊]	5,109,841	成功
<input type="checkbox"/>	[模糊]	[模糊]	5,109,841	成功
<input type="checkbox"/>	[模糊]	[模糊]	11,405,362	成功

新增人群 管理人群 刷新

排除人群 (1)

用户群名称 请输入用户群名称

<input type="checkbox"/>	用户群名称	ID	覆盖数量	状态
<input type="checkbox"/>	[模糊]	[模糊]	4,003,837	成功
<input checked="" type="checkbox"/>	[模糊]	[模糊]	5,109,841	成功
<input type="checkbox"/>	[模糊]	[模糊]	5,109,841	成功
<input type="checkbox"/>	[模糊]	[模糊]	11,405,362	成功

新增人群 管理人群 刷新

编辑人群

人群名称*

人群描述

号码包类型* IMEI号 IDFA号 IMEI-MD5 IDFA-MD5

号码包文件* 已上传

提示: 1.将号码写在txt格式的文档中,一行一个号码
 2.支持上传txt格式文件,或对单个多个txt文档进行压缩或Zip格式上传
 3.文件大小不超过200MB且不小于5KB
 4.txt或zip文件的命名须为字母或数字。(不可用文字)
 5.号码包上传后需进行审核,最长1个工作日可用于广告投放。
[查看格式规范需求](#)

跳转至【工具-自定义人群】可添加或修改人群包
支持IMEI、IMEI-MD5、IDFA、IDFA-MD5设备号类型

请认准武汉聚亿媒

广告投放-排期与出价

1. 计划

2. 广告

3. 创意

4. 提交

投放日期

长期投放

某日期范围内投放

选择投放日期：
① 长期投放
② 选择投放日期范围

投放时间

全天 特定时间段

① 选择投放时间段，建议依据产品特点定向
② 晚间、节假日为流量峰值，可重点投放

①支持曝光量、点击量、转化量三种优化目标，对应CPM\CPC\oCPC三种付费方式

②在目标详情时，选择相应转化目标后，才可选择以转化量为优化目标，即oCPC智能出价

优化目标： 曝光量 点击量 转化量

付费方式： CPC

点击出价：最低出价：0.1元

第一阶段 元/点击

目标转化出价：最低出价：5元

第二阶段 元/激活

②

启用转化优化，系统会分为两个阶段进行优化

第一阶段：普通投放。系统会根据设置的点击出价参与竞价，计费不会高于点击出价，直到数据积累达到二阶段门槛，将自动开启第二阶段。

第二阶段：智能投放。系统会根据目标转化出价进行智能优化出价，尽可能争取更多转化量，并控制转化成本接近目标转化成本。当不满足第二阶段门槛时，该广告单将自动返回到第一阶段。

oCPC二阶段门槛：满足以下任一条件，广告单进入oCPC二阶段。

1. 该广告单所选转化目标近25天（不含当天）总转化 ≥ 30 ；2. 本账户内所有与该广告单相同转化目标近25天（不含当天）总转化 ≥ 70 ；

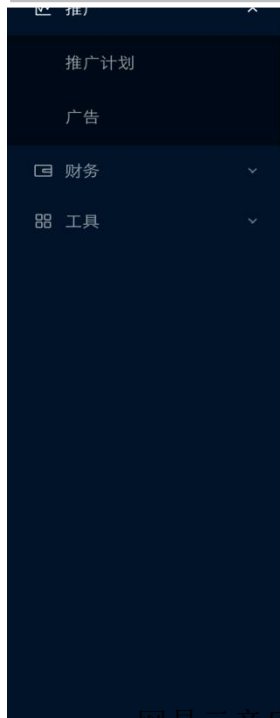
广告投放-创意上传

1. 计划

2. 广告

3. 创意

4. 提交



- 推广计划
选择计划
- 广告
目标详情
定向
广告版位
排期和出价
- 3** 广告创意
添加创意

创意1
+ 添加创意

创意名称

上传创意

1080x603
创意1

- 支持:
- 1) 最多5个创意
 - 2) 支持多链接、监测
 - 3) 支持创意名称自定义
 - 4) 多创意投放能有效提升测试效率

广告投放-视频创意

1. 计划

2. 广告

3. 创意

4. 提交



新建、修改广告 新建广告需要先有广告计划

推广计划

选择计划

广告

目标详情

定向

广告展位

创意1 添加创意

上传创意

规格: 1080x603
文件大小限制: <20M
支持文件类型: jpg,jpeg,png,bmp

宽高比: 16: 9, 时长: 不少于5秒
文件大小限制: <500M
支持文件类型: mp4

上传视频素材前, 需绑定云音乐账号, 绑定步骤详见Page34

广告投放-应用直达&创意分类

1. 计划

2. 广告

3. 创意

4. 提交

需选择与创意内容相匹配的创意分类，以便系统进行精准广告分发，提升效果

应用直达

创意分类

3C家电 / 商用电器



曝光监测链接

选填

点击监测链接

选填

监测链接需与平台对接完API后方可使用

创意展现模式

优选模式

轮播模式

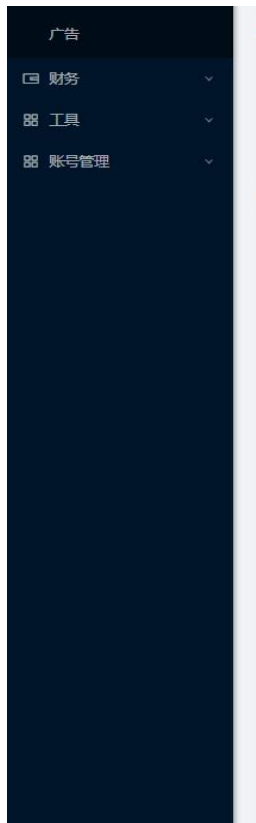
若选择优选模式需创建2个以上的创意

使用轮播模式，系统将平分各创意曝光量，便于广告主比较各创意投放效果

- ① 可填写Deeplink或universal link地址，点击附加创意区域，可通过DP或ULK跳转
- ② 须向媒体确认DP-scheme是否在媒体DP白名单中，如未在白名单，则创意无法提交；

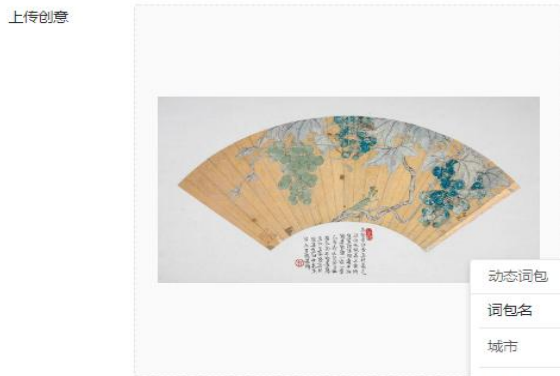
同一广告单的多个创意需选择相同的创意分类标签

广告投放-动态词包



- 广告
- 目标详情
- 定向
- 广告版位
- 排期和出价
- 3 广告创意**
- 添加创意

创意名称



动态词包：现提供【省份】、【城市】、【时间】、【设备类型】、【网络环境】5类动态词包可添加至标题文案中；

注：若替换不成功，例如无法获取设备地域信息等，则显示“默认词”。

文案落地页

创意主标题
{节日}马上就要到，吃喝玩乐在{城市}，快来领取你
② 动态词包 城市 日期 设备类型 节日 **更多**

词包名	默认词	替换词	操作
城市	本市	北京,上海,天津,重庆,台...	添加
日期	今日	【示例：12月31日】	添加
设备类型	手机用户	苹果用户,安卓用户	添加
节日	节日	春节,元宵节,清明节,端...	添加
月份	本月	一月,二月,三月,四月,五...	添加
网络环境	wifi	手机流量,wifi	添加
省份	本省	贵州,河南,山东,四川,江...	添加
星期	周末	星期一,星期二,星期三...	添加

点击“更多”触发弹窗展示所有词包，可供需添加。

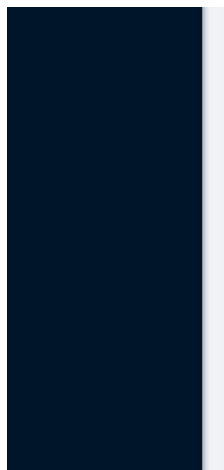
广告投放-链接填写

1. 计划

2. 广告

3. 创意

4. 提交



文案落地页 *必填 点击创意内容后跳转落地为http/https开头的网址, 不能填写[直接下载链接](#)

创意主标题 请输入描述文案, 25个字以内

曝光检测链接 *非必填, 正式使用前, 请先进行预览测试, 保证数据正常上报
 目前支持第三方监测: 热云、talkingdata、adjust、友盟、
 点击检测链接 growingio 支持监测: 考拉、热云、talkingdata

广告投放-创意轮播/优选

1. 计划

2. 广告

3. 创意

4. 提交

推广计划

广告

财务

工具

账号管理

3 广告创意
添加创意

发现创意 × 创意 1 ×

创意名称 发现创意

上传创意

曝光检测链接 请选择

创意检测链接 请选择

支持监测: 夸克, 悦三, lakingdata, 友盟

创意展现模式

优选模式 轮播模式

使用优选模式, 系统会自动对效果好的创意进行曝光量倾斜, 创意效果越好曝光量越高

系统默认为【轮播模式】

填写完毕后, 提交

Copyright © 网易公司版权所有©1997-2017 ICP证B2-201511021

计划管理

➤ 广告计划页可以查看所有创建过的广告计划，默认依据计划创建时间来排序，即最迟创建的广告计划数据将显示在首行。

说明:

- ① 点击【**下载列表**】，导出当前推广计划数据；
- ② 左键或右键点击【**计划名称**】，可进入当前计划的广告列表页，对该计划进行相应修改和删除操作；
- ③ 点击自定义列【**自定义列**】可查看计划维度各类数据指标；

广告主可通过计划名称、ID搜索目标计划。

计划ID	计划名称	开关	状态	限额	花费	曝光量	点击量	点击率	点击
223002	线索	启用	● 正常有效	¥100.00	--	--	--	--	--
222647	电话直播	启用	● 正常有效	¥100.00	--	--	--	--	--
222646	微信小程序	启用	● 正常有效	¥100.00	--	--	--	--	--
222287	麦穗优化验收	启用	● 正常有效	¥100.00	¥0.00	0	0	0.00%	¥0.0
221633	直播推广	启用	● 正常有效	¥100.00	¥0.00	0	0	0.00%	¥0.0

基本信息 限额: 100.00元 状态: 正常有效 投放方式: 匀速投放 加速投放 操作 启用 删除

广告ID	广告名称	状态	出价	开关	操作	计划名称

广告单管理

说明:

- 选中广告单，点击【批量操作】，可对广告单进行批量【删除】【暂停】【启动】等操作；
- 点击【预览】【编辑】【复制】【删除】，对当前广告进行操作；
- 点击广告单【+】，可查看广告单设置详情，修改单个广告单的【名称】【出价】【日限额】。

效果营销平台

广告 账户日限额: 不限制

批量操作 已选 3 项

广告ID	广告名称	状态	出价	开关	操作	计划名称
279932	焦点图视频测试	审核不通过	¥1.00 / CPC	启用	预览 编辑 复制 删除	麦穗优化验收
278180	主播184830122	审核不通过	¥0.10 / CPC	启用	预览 编辑 复制 删除	直播推广
277059	焦点图携程下载测试	暂停中	¥1.00 / CPC	暂停	预览 编辑 复制 删除	ios下载测试

广告名称: 焦点图携程下载测试
 广告ID: 277059
 广告版位: 移动端焦点图
 投放日期: 长期投放 2021-01-21
 投放时间: 星期一

定向条件: 定向人群: 游戏Android人群、b站人群包imei
 排除人群: b站人群包、keep扩展人群包0119_ios
 广告出价: CPC 1.00 元
 日限额: 99,999.00 元

配置广告预览 ✕

输入需要预览该广告的用户 ID，每行一个，最多输入 10 个用户

保存并开启预览

预览: 详细使用说明见下一页

预览工具



广告名称	状态	出价	开关	操作
爱彼迎注册转化测试-Q A	暂停中	¥0.50 / CPC	<input type="checkbox"/> 暂停	预览中 编辑 复制 删除



- 3&4. 保存并开启预览后，广告单进入“预览中”状态
- 5. 预览开启后，可在所填写ID对应的客户端的广告单设置投放的版位上看到实际预览效果
- 6. 预览的关闭和开启可在弹框的左下角按钮处设定，状态为“预览中”时，对应广告位上会一直展现该广告（预览完毕后请及时关闭）

创意管理

说明:

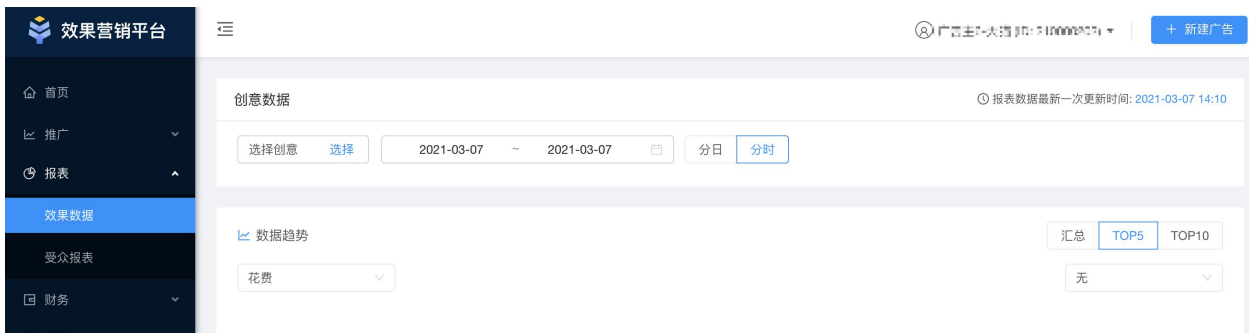
- 选中创意，点击【批量操作】，可对创意进行批量【暂停】【启动】【编辑监测链接】等操作；
- 可筛选不同状态创意，包括已删除创意；
- 鼠标悬浮在【?】处，可查看审核未通过原因，**工作日17:00点前**提交的素材当天审核完毕。审核通过后，开始上线投放；
- 点击【编辑】【删除】，对当前创意进行操作，点击【数据】可跳转至报表模块，查看该创意的详细数据；



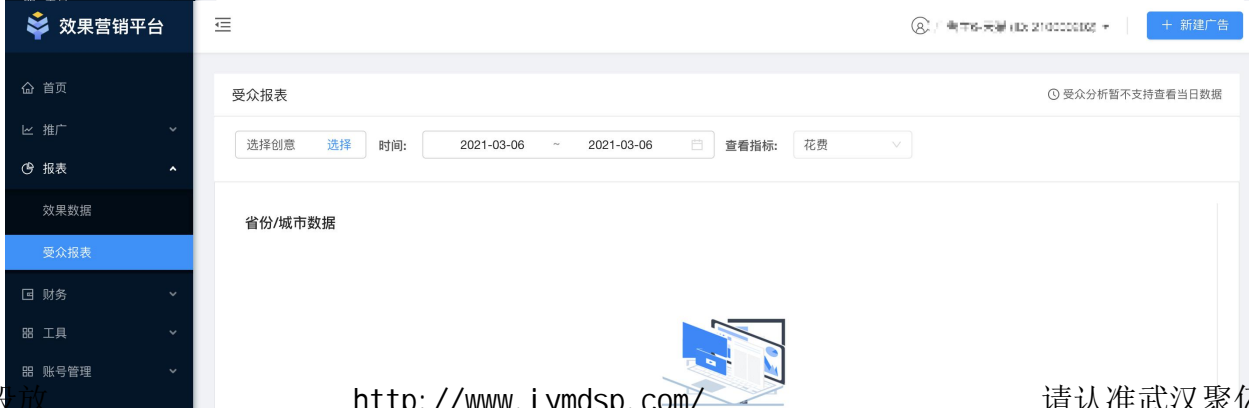
报表模块

- 效果数据报表：选择具体计划/广告/创意后，可实时查看相应分日或分时数据，支持下载
- 受众报表：选择具体计划/广告/创意及查询指标后，可查看T-1日该指标的地域、年龄、设备等定向信息，支持下载

效果数据报表



受众数据报表



财务页

说明:

- ① **财务信息:** 可查看账户余额、今日花费;
- ② **财务记录:** 查看每日收入、投放支出金额;

注: 财务支出, 包括消费支出、财务退款, 对账时注意区分



The screenshot shows the 'Financial Information' page with a modal dialog for setting a daily limit. The modal has two options: '不限制' (No limit) and '每日' (Daily) with a value of 5000. A red dashed box highlights the '1,650.00' value in the '日限额' field on the main page, with a red arrow pointing to the modal.

账户日限额: 设置后可控制账户每日花费总额度的上限, 即当日总花费 \leq 日限额; 若选择“不限制”, 则在“推广计划”维度控制额度, 以具体所设限额为准.



The screenshot shows the 'Financial Record' page. It includes a filter for '账户类型' (Account Type) set to '现金账户' (Cash Account) and a date range from 2018-09-25 to 2018-09-25. Below is a table with columns for '编号' (Number), '日期' (Date), '存入 (元)' (Deposit (Yuan)), '支出 (元)' (Expenditure (Yuan)), and '备注' (Remarks). The table content is currently blank, with a note '暂无数据' (No data).

工具-自定义人群

- 自定义人群页页面布局如下图：由查询框、新增人群按钮&列表区构成。

自定义人群

请输入查询内容

ID	人群名称	人群描述	类型	号码包类型	有效数据量 ②	状态	创建时间	操作
1000041	游戏Android人群		上传	IMEI号	4003837	成功	2019-08-15 11:51:17	编辑 删除

使用说明：

- ① 点击“新增人群”按钮，出现右图弹框，依次输入人群名称、人群描述、号码包类型、号码包文件后即可提交。
- ② 创建成功后系统将自动分配人群包ID，并在列表区新增人群包信息行，支持后续编辑。
- ③ 广告单创建时，审核成功的人群包将自动出现在自定义人群功能区中，支持定向投放或排除投放。

自定义人群

定向投放人群

排除投放人群

<input type="checkbox"/>	用户群名称	ID	人群包覆盖数量	状态 ②
<input type="checkbox"/>	游戏Android人群	1000041	4003837	成功

新增人群 ×

人群名称 *

人群描述

号码包类型 * IMEI号 IDFA号 IMEI-MD5 IDFA-MD5

号码包文件 * 仅支持UTF-8格式

提示：1.将号码写在txt格式的文档中，一行一个号码
2.支持上传txt格式文件，或对单个/多个txt文档进行压缩或Zip格式上传
3.文件大小不超过500MB且不小于5KB
4.txt 或 zip文件的命名须为字母或数字。（不可用文字）
5.人群包上传后需进行系统校验，预计5分钟后可用于广告投放。
[查看格式规范要求 ②](#)

工具-转化追踪

说明:

- ① **跟踪线索:** 适用于网页推广类型的转化数据回传上报;
- ② **跟踪应用:** 适用于应用推广类型的转化数据回传上报;

注: 详细使用方式参考对应操作文档和技术对接文档

效果营销平台

- 🏠 首页
- 📄 推广
- 📊 报表
- 📁 财务
- 🔧 工具
- 自定义人群
- 转化跟踪
- 云音乐账号
- 操作日志
- APK包管理
- 👤 账号管理



广告主6-天猫 (ID: 210000202)

+ 新建广告

①
跟踪线索

②
跟踪应用

同一落地页,同一转化目标,只能选择一种转化追踪方式,否则影响数据正确上报

新建线索跟踪JS转化
需要技术人员多次埋码/多种事件自主选择

[查看使用说明](#)

新建线索跟踪API转化
需要技术人员大量支持/配置API回传数据/获取深度转化数据

[查看使用说明](#)

转化ID	转化名称	状态	跟踪方式	转化目标	创建时间	转化代码/密钥	操作	浏览联调广告
104360	中联通测试	未激活	JS布码	表单提交	2021-02-28 11:56:49	获取	编辑 删除	<input type="checkbox"/>
81495	高顿教育测试	未激活	API回传	付费次数	2020-10-27 10:57:02	获取	编辑 删除	<input type="checkbox"/>
81358	潭州播音主持测试3	未激活	JS布码	表单提交	2020-10-27 10:52:25	获取	编辑 删除	<input type="checkbox"/>

工具- 云音乐账号绑定

➤ 云音乐账号页如下图所示：广告主可以在该页面绑定属于其自己的云音乐账号。

云音乐账号

修改绑定的云音乐账号

账号绑定记录

绑定日期	云音乐登录账号	云音乐账号名称	状态
2020-04-09 13:49:34	4929c_____	康师傅-	● 已绑定
2020-03-18 14:33:56	12982_____	ccbestv	● 已解绑

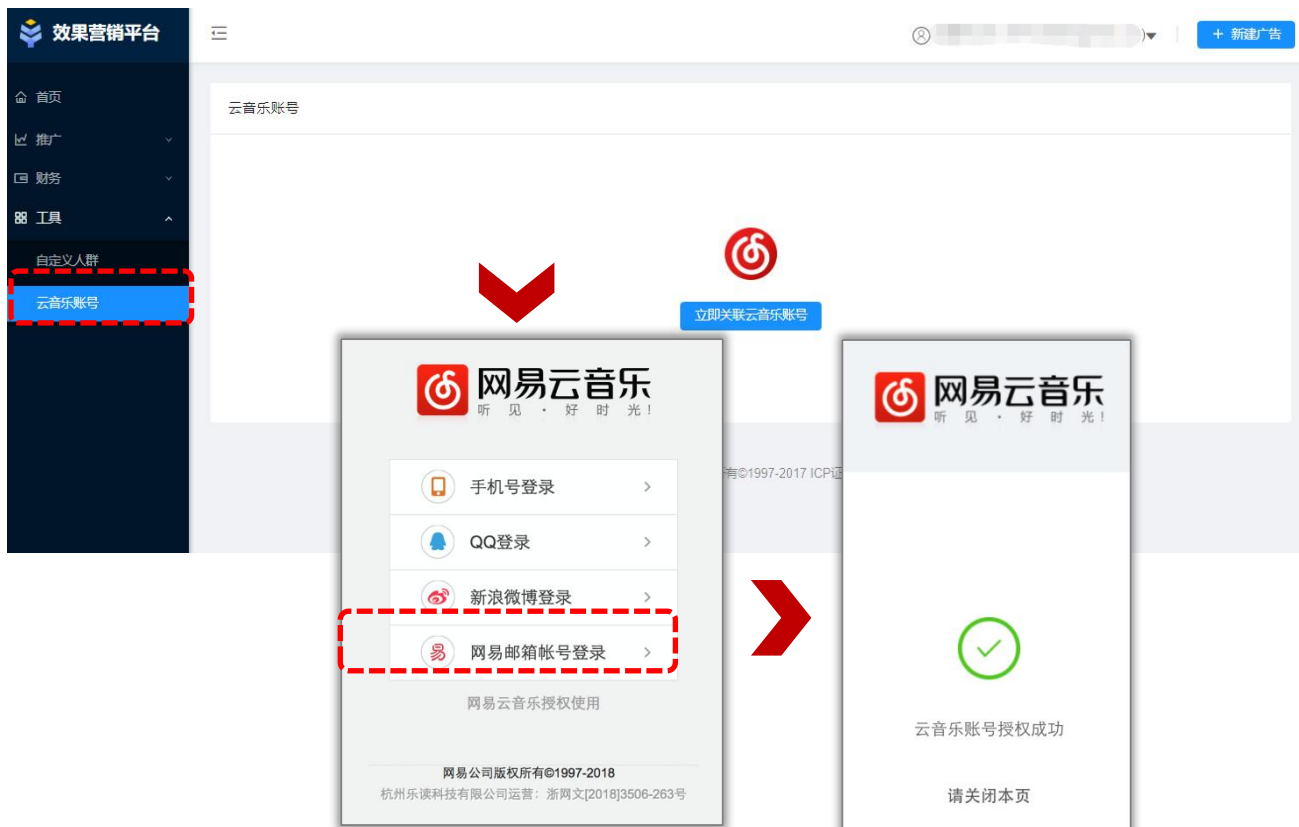
➤ 使用说明：

- ① 同时期仅支持绑定一个账号，若广告主想修改绑定的云音乐账号，点击左上角“修改绑定的云音乐账号”按钮即可，修改后原有的账号状态更换为“已解绑”；
- ② 绑定云音乐账号后，在转化跟踪页进行转化数据联调测试时，广告主将可直接在其绑定的云音乐账号的歌曲评论区中看到联调测试广告。

工具页-云音乐账号绑定

【绑定步骤】


- ① 点击【工具】，点击【云音乐账号】；
- ② 选择“网易邮箱账号登录”，使用广告主账号密码登录，绑定成功后右图所示；



工具-操作日志

说明:

- ① **操作者:** 支持系统/用户主/代理商操作筛选
- ② **操作对象:** 支持按广告计划、广告单、创意、自定义人群、账户筛选;
- ③ **操作类型:** 支持按新增、删除、修改筛选;
- ④ 支持按照计划/广告单/创意**搜索**。

 效果营销平台

☰

🔍 计划ID/广告ID/创意ID
+ 新建广告

操作日志



全部操作者

全部操作对象

全部操作类型

2021-03-02 ~ 2021-03-05

计划ID/广告ID/创意ID

操作时间	全部操作对象	操作对象	操作类型	变更项	变更前	变更后
2021-03-05 19:33:39	推广计划 广告单 创意 自定义人群 账户	推广计划-线索 (223002)	新增	全列	--	--
2021-03-05 19:33:22		推广计划-电话直 播(222647)	新增	全列	--	--
2021-03-05 19:32:39	系统操作	推广计划-微信小 程序(222646)	新增	全列	--	--
2021-03-03 15:15:26	系统操作	创意-创意 1(289252)	修改	图片		

工具-APK包管理

➤ APK包管理页如下图所示：广告主可以在该页中上传APK包并在未来应用于安卓应用广告的广告单编辑中。

APK包管理

新建APK包

包ID	渠道	应用名	包名	版本	更新时间	审核状态	操作
160201			com.netease.yanxuan		2020-03-23 11:14:30	审核不通过	下载 关联广告单 删除

➤ 使用说明：

① 创建好apk包后将在列表区生成一条记录，此时广告主可以使用快捷按钮改动“应用名” & 版本，其上传的apk包经审核通过后即可应用于广告单编辑页，如下图：

目标详情

APK包下载链接: [率土之滨](#)

[选择APK包](#)

② 广告主也可以通过点击“关联广告单”超链接查看该APK包已关联的广告单。

账号管理

- 平台账号管理模块涉及**品牌管理&账户信息**版块，品牌管理页面可方便广告主管理品牌信息，账户中心页面可方便广告主查看账号注册信息。

品牌管理

广告主可在品牌管理页面上传自己的品牌名称 & logo，设置的品牌信息将在云音乐客户端部分广告位中展现（如可作为评论页名称及头像）

品牌管理

品牌名称:

品牌Logo:



账户信息

广告主可在账户中心页面看到自己的账户详情，包含账户名、账户ID、公司名、所属行业等有效信息。

账户信息

产品名称	麦穗广告投放平台
账户ID	210020402
公司名称	网易云音乐科技有限公司
所属代理商	网易云音乐科技有限公司
所属行业	娱乐/音乐
登陆账号	XXXXXXXXXX@163.com

02.

优化建议

前期准备工作

- 确定好广告主测试预算及测试周期，合理分配计划预算和计划量，以免发生测试周期过长，或者短时间测试预算花完，风险极高、
- 提前一天准备好广告主投放素材，按照设计的承载量合理分配图片+视频比例，给予后面缓冲时间
- 确定链路是否通畅，可以在站内信进行连接测试
- 明确广告主指标，制定阶段性的指标，有利于优化方向的侧重
- 对于投放视频的广告主，需要提前进行绑定账号及icon和昵称的修改
- 投放产品功能模块分析，找出核心及特色功能，能够有效从创意表达出来，从而更好的拉新和后续指标

定向分析

首先，明确投放产品和媒体人群重合度，其次判断产品目标人群属性，及投放目标

- 根据投放app/h5产品或者根据投放位置（开机）决定投放直下还是落地页形式
 - 根据各位置的流量大小及转化决定投放速度，匀速模式/加速模式
 - 根据情况选择投放广告版位，例如：开机位误点较高，比较适合曝光及优质素材及落地页的搭配效果广告主
 - 根据客户情况选择地域，通常下去除港澳台，西藏，新疆，内蒙古
- 核心目标人群定向大多在性别和年龄做区分，根据你的实际需求做出判断
- 兴趣定向可以尝试些游戏类客户，后续行业兴趣定向待添加

创意分析

- 根据广告主现有素材进行小幅度调整，例如：不破坏整体风格的前提下，增加文案点
- 根据产品的现有功能去通过文案和图片元素去放大
- 根据广告样式的不同，去进行切分，拼合等手段来实现基础素材的改变
- 视频广告为主流的导向下，可以多元化的发展视频展现形式，例如：情景实拍，或者CG镜头剪辑包装等
- 切分图片进行分析对比试验

各维度建议

- 云音乐网络定向精准，便于根据推广类型定向，尤其是下载类广告
- 下载类广告细分领域多，可拓展空间大。
- 视频在WiFi环境可自动播放，定向WiFi效果更佳，尤其是游戏。
- 数据监测问题：建议API对接，避免由于数据丢失引起效果评估不准等问题
- 数据延迟问题普遍，建议稳定投放，关注周期成本与成本波动情况
- 地域定向窄的广告，建议高价投放、提升优先级/量级

数据总结

- 数据报表要做的清晰明了，各项定向指标最好都写进广告单名称内
- 避免数据干扰项太多，建议使用AB test，定向固定，测试创意方向或者创意固定，测试定向区别（年龄，性别，app行为测试）
- 避免数据混乱，建议账户结构是一计划，多广告单，一创意，以广告单层级进行分析
- 报表数据按照一周为单位进行上下周对比分析，考虑品牌占量等因素，可得出性价比最高的广告位置



网易麦穗广告

助力效果营销 实现大“麦”目标