

视频号商业化产品能力介绍

招商

推广

变现

2021年2月 更新

目录

01 视频号招商项目-[maxren](#)

视频号UGC活动、视频号新品发布直播

02 推广我的视频号-[sofiahuang](#)

合约、竞价推广视频号

03 视频号内容合作变现-[huphenye](#)

视频号内容互选广告



01 视频号招商项目

1. 视频号招商产品能力

目前微信广告侧与视频号相关的招商项目有以下两个：

视频号活动
招商方案

CNY限定招商玩法
待确定常规开放节奏

视频号直播
招商方案

视频号直播定制玩法
目前开放合作

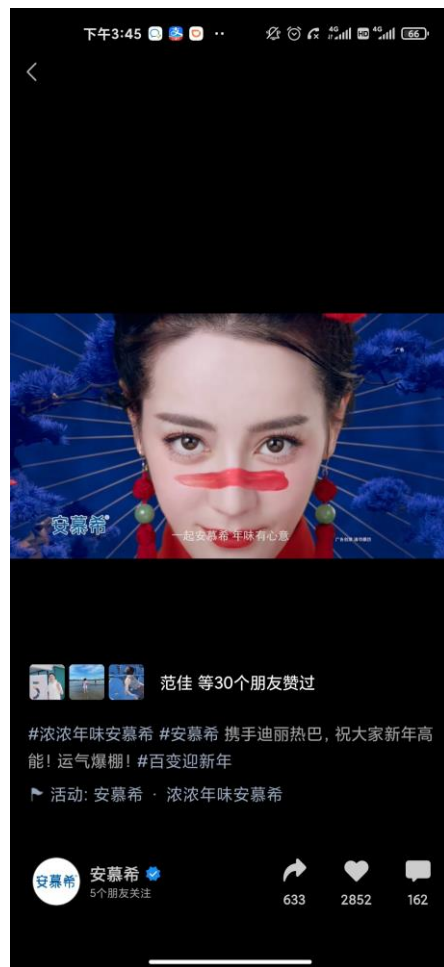
1.1 视频号活动推广全案



(视频轮播卡片广告样式)



(视频号活动页定制)



(KOL内容定制合作)

视频号活动推广全案分为三部分：

- ✓ 视频号活动定制
- ✓ 朋友圈广告合作专属推广样式
- ✓ KOL内容定制合作

1.1 视频号活动推广全案——朋友圈限定推广样式



视频号活动推广专属样式——外层视频轮播卡片

- ✓ **头像昵称**：展示为广告主的视频号的头像昵称，点击头像昵称跳转去广告主的视频号主页；
- ✓
- ✓ **外层卡片**：最多可以设置5条内容，内容展示优先级为：置顶视频>好友发表且点赞的视频>热门视频，点击外层卡片均跳转视频号活动详情页
 - 1) 优先展示置顶视频，置顶视频由广告主自定义在广告后台上传，可以在朋友圈广告外层展示视频内容，视频长度限制为3-6秒，最少需要设置1个，最多可以设置3个
 - 2) 其次展示你的微信好友发表并点赞的视频，在广告外层将自动拉取并展现该视频号内容的封面图
 - 3) 再次展现点赞数最高的热门UGC视频号内容，在广告外层也将自动拉取并展现视频号内容封面图
- ✓ **视频号卡片信息外显**：展示创作者头像昵称、点赞数
- ✓ **品牌尾巴**：展示视频号活动的名称
- ✓ **参与用户信息外显**：展示参与视频号活动的用户头像，由广告主在广告后台自定义配置（建议为合作明星或KOL的头像），最多配置两个

1.1 视频号活动推广全案——视频号活动详情页



视频号活动详情页

- ✓ **视频号活动页定制**：支持广告主自定义活动名称、活动描述、活动页背景图、活动页跳转链接
- ✓ **活动页跳转链接**：目前只支持跳转小程序
- ✓ **活动内容排序逻辑**：
 - 1) **最热**：为默认tab，优先置顶展示品牌置顶视频（最多设置3个），其他内容按照点赞数排序展示；
 - 2) **最新**：按照发表时间倒序展示；
- ✓ **活动内容**：展示视频内容封面、点赞数、视频号内容标题和详细文案；

*注：话题名称需要与品牌强相关，不可为“新年快乐”等通用词，可提案，最终由微信侧把控

1.1 视频号活动推广全案——KOL内容合作定制

视频号汇集了60个垂直领域的优秀创作者，品牌广告主可基于视频号活动的合作，定制KOL合作资源包

KOL合作，需要走微信平台，广告主可挑选合作KOL名单，由平台统一报价。不支持私下合作KOL，KOL合作不承诺曝光、不支持监测



摄影



时尚



美食



萌宠



科技

1.2 视频号直播推广全案



视频号直播推广全案分为三部分：

- ✓ 朋友圈广告推广视频号直播样式
- ✓ 视频号直播间定制能力：自定义背景图、喝彩图标
- ✓ 支持视频号直播间挂转化组件，跳广告原生页

(推广视频号直播专属样式) (视频号直播间自定义背景图+喝彩图标)

(视频号直播转化组件)

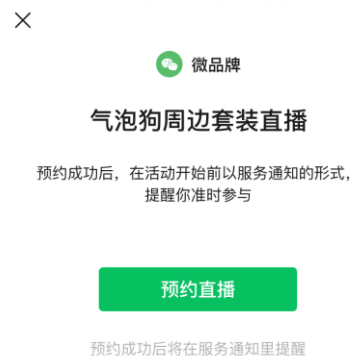
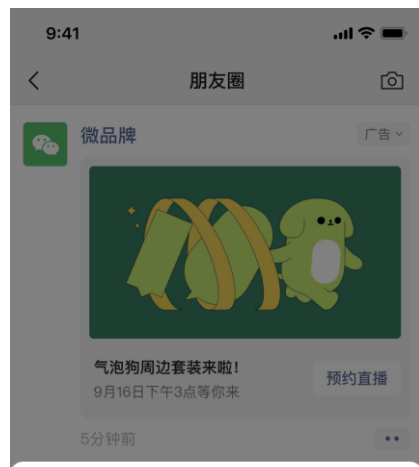
1.2 视频号直播推广全案——朋友圈广告推广视频号直播样式



视频号直播推广专属样式

- ✓ **头像昵称**：展示为广告主视频号的头像昵称，点击跳转去广告主的视频号主页；
- ✓
- ✓ **外层素材卡片**：支持图片或视频素材，点击跳转去视频号直播间；
- ✓ **行动卡片**：文案固定为“观看直播”，点击跳转去视频号直播间；
- ✓ **直播状态角标**：根据视频号直播的开播状态动态展现在广告左上角；

1.2 视频号直播推广全案——朋友圈广告推广视频号直播预约样式



视频号直播预约推广专属样式

- ✓ **头像昵称**：展示为广告主视频号的头像昵称，点击跳转去广告主的视频号主页；
- ✓
- ✓ **外层素材卡片**：支持图片或视频素材，点击跳转去简版原生页，在简版原生页中可以预约视频号直播；
- ✓ **行动卡片**：按钮文案为“预约直播”；点击按钮将打开半屏弹窗，在弹窗上可以完成预约直播；
- ✓ **直播提醒**：会在视频号直播正式开播时，通过服务通知，由视频号直播作为主体来提醒用户观看，提醒时间不可由客户自定义设置；

1.2 视频号直播推广全案——视频号直播间定制能力



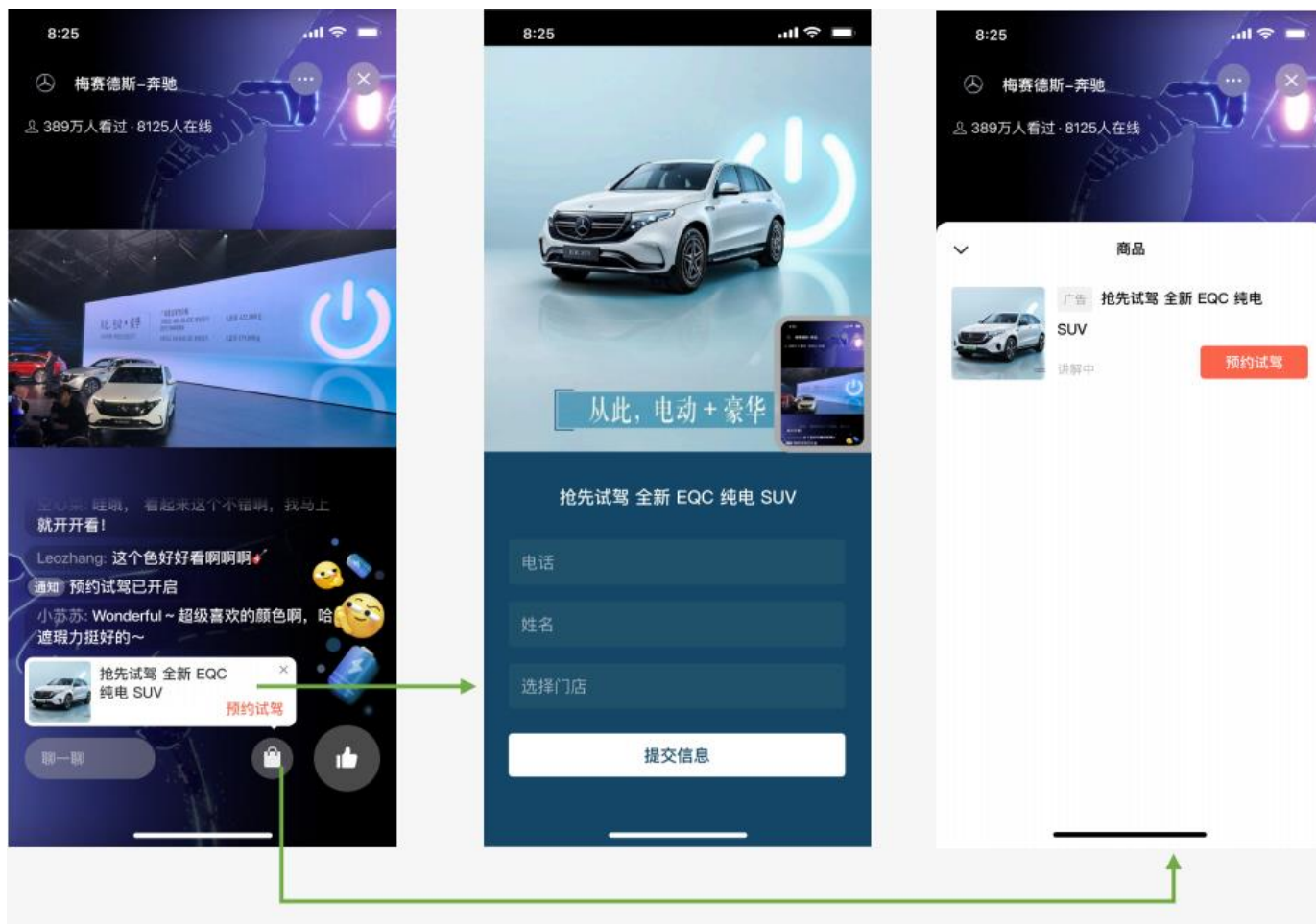
直播间背景

喝彩图标

视频号直播间定制能力

- ✓ **视频号直播间背景图定制**：广告主可以自定义视频号直播间的背景图，提升用户沉浸式观看体验，营造品牌质感；
- ✓ **喝彩图标定制**：广告主可以自定义视频号直播间的喝彩图标，提升品牌广告主的直播表现力和品牌氛围。其中喝彩图标8个元素为一组，循环播放，广告主可以定制其中1-4个喝彩图标，未定制的元素图标使用微信官方图标展示；

1.2 视频号直播推广全案——视频号直播间转化组件



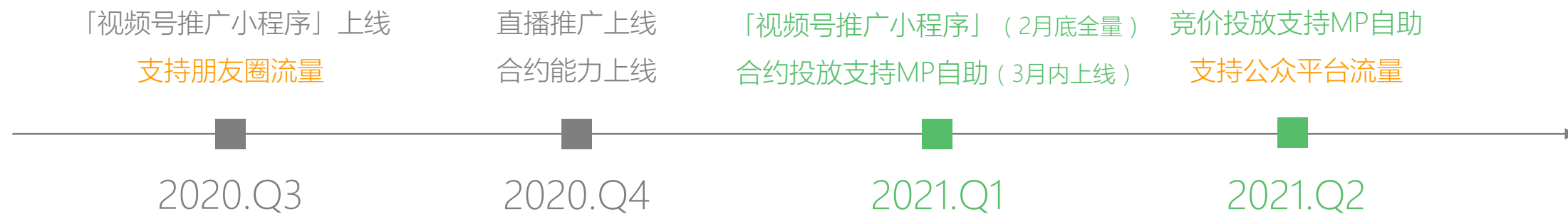
视频号直播间转化组件

- ✓ 购买类转化需求，可通过接入【小商店开放组件2.0】跳转至客户自有小程序
- ✓ 非购买类转化需求，如留咨、加企微支持广告主定制视频号直播间转化组件，提升直播广告后链路转化效果
- ✓ 广告主可创建原生落地页关联在直播间，开播后可对广告进行讲解，C端用户点击气泡可打开原生页完成转化

The background features light green abstract shapes, including a large speech bubble-like shape in the upper left and a curved line in the lower right.

02 推广我的视频号

视频号推广能力介绍：核心能力上线节奏



「视频号推广小程序」仅支持竞价投放，类似「抖+」，2月内全量

「MP投放端」可支持合约投放，当前需要运营配置，3月自助化

视频号推广能力介绍

当前可以通过以下2种方式，推广视频号动态&直播：

推广小程序
「竞价」

「视频号推广小程序」仅支持竞价投放，类似「抖+」，**2月底全量**

MP投放端
「合约」

MP投放端支持合约投放，目前需运营配置，**3月自助化**

视频号推广小程序「竞价」

1

样式介绍&投放流程概览

2

投放操作详细流程说明

3

附录 & 其他常见问题

样式介绍 & 总体流程概览

1

样式介绍——视频号动态推广样式



朋友圈外层曝光



视频播放页



视频号主页

点击素材
跳转详情页

点击头像/昵称
跳转主页

① 关注按钮一直展现 (非广告
推广场景仅播放完成才会展现
关注按钮)

② 往下刷自动排除其他帐号内容, 仅推荐本帐号其他内容
(非广告场景往下刷会推荐相关的其他帐号的视频内容)

样式介绍——视频号直播间推广样式



朋友圈外层曝光

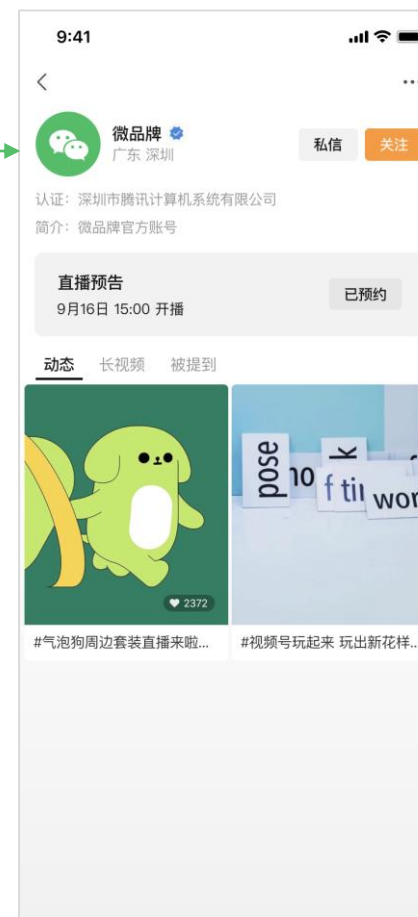
点击头像昵称跳转视频号主页

点击图片跳转直播间

点击按钮跳转直播间

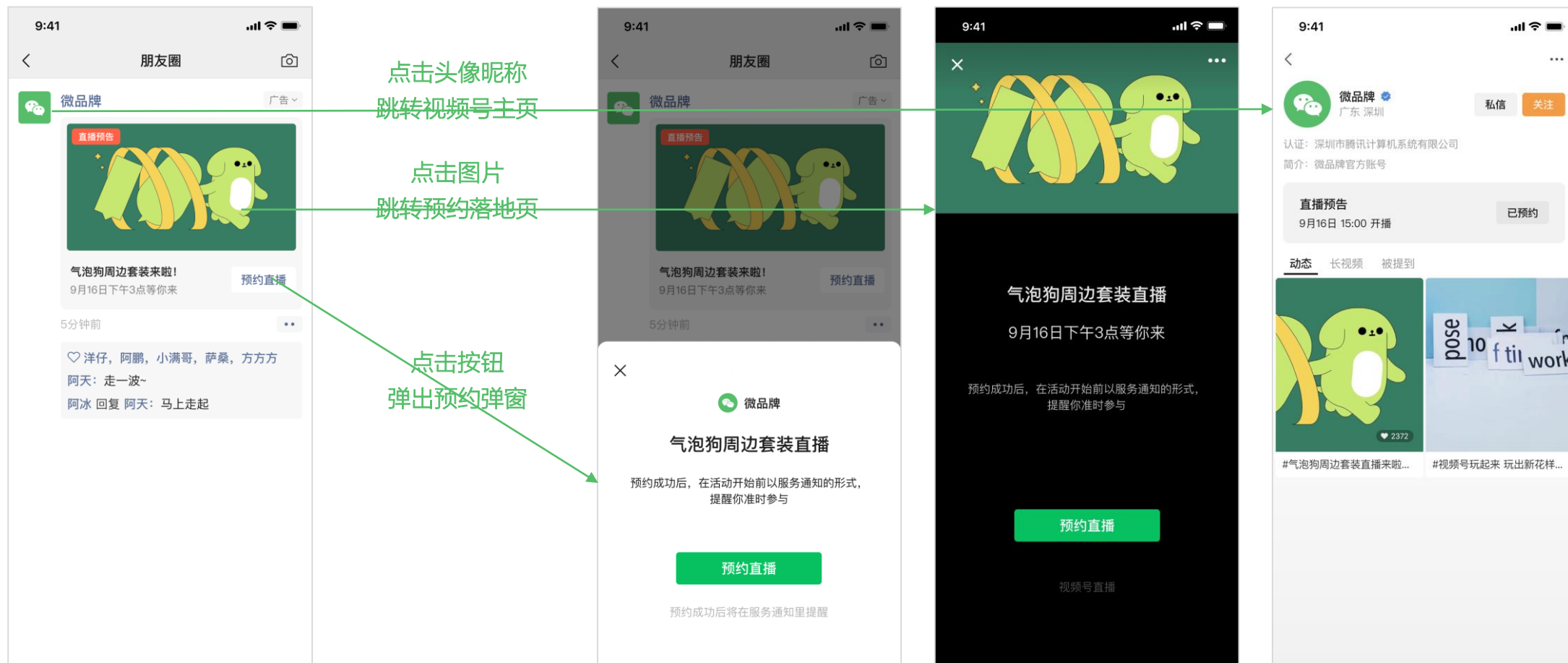


直播间播放



视频号profile页

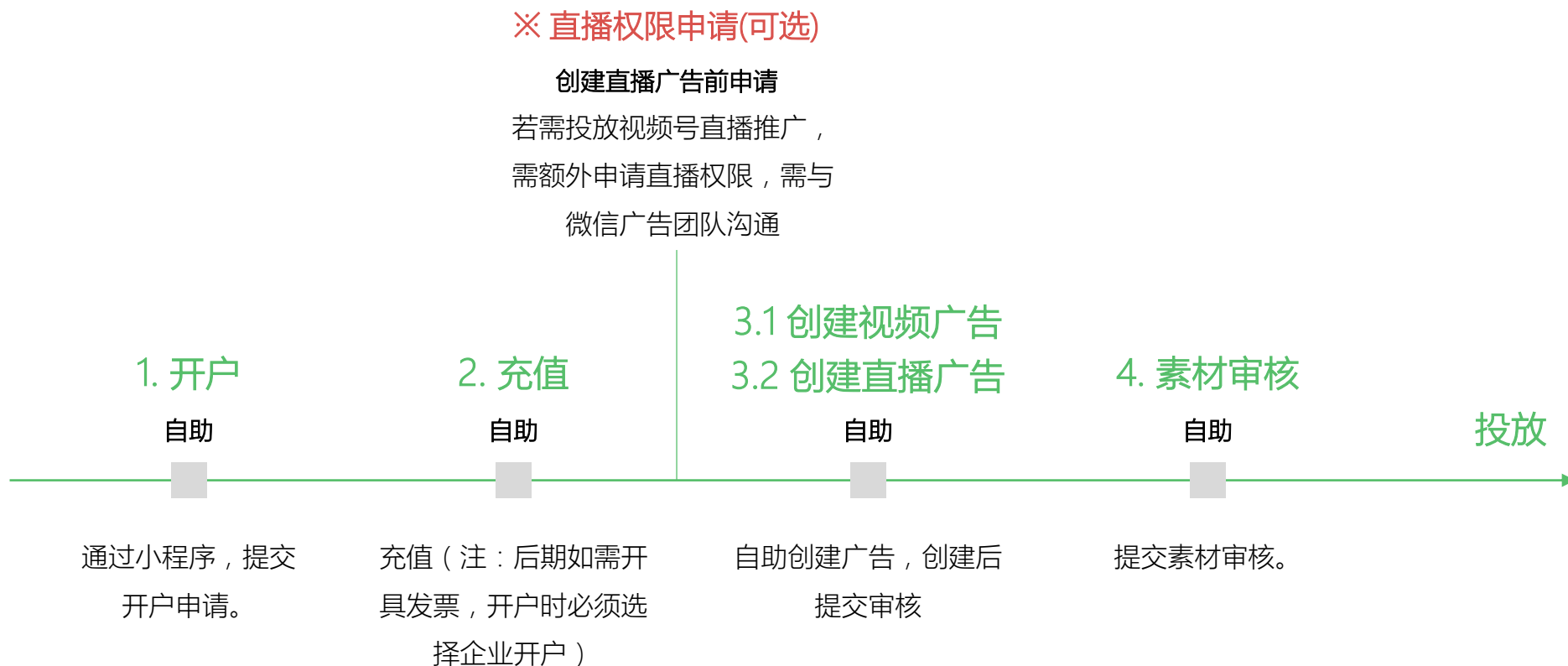
样式介绍——视频号直播预约推广形式



总体流程概览



扫码进入【视频号推广】小程序





2

投放操作详细流程说明

开户 >> 充值 >> 创建广告 >> 审核 >> 投放

1. 开户流程



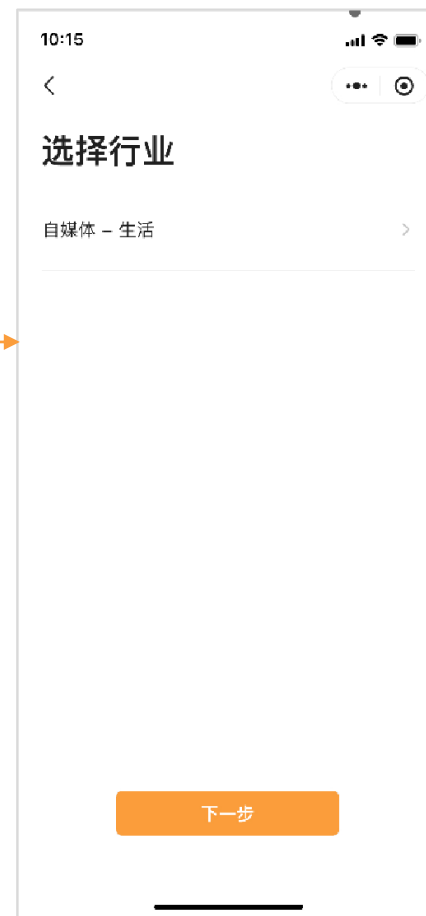
首次进入



类型选择

重点关注

1. 广告账户类型（个人/企业）与视频号本身的属性无关，仅决定广告账户的属性。
2. **后续充值如需开发票，则必须选择企业账户**，提供营业执照需与开票主体一致；如选择个人帐号，则不支持开具专票。



行业选择

1. 开户流程



开户材料提交（按照实际指引提交资料即可）

提交成功进入审核中

驳回时，可按要求进行修改

审核通过，进入主页

※ 部分行业需要额外补充资质，请按实际要求提交

2. 充值流程



主页点击余额



选择充值金额



如无合适套餐，也可以自定义金额

唤起微信支付

注意：
现阶段自助充值仅支持微信支付，若需对公转账，请与行业经理联系；若对公转账，则退款无法走自助退款，也需要走线下申请退款流程。

3. 创建广告



3.1 推广视频动态

3.2 推广直播&预约

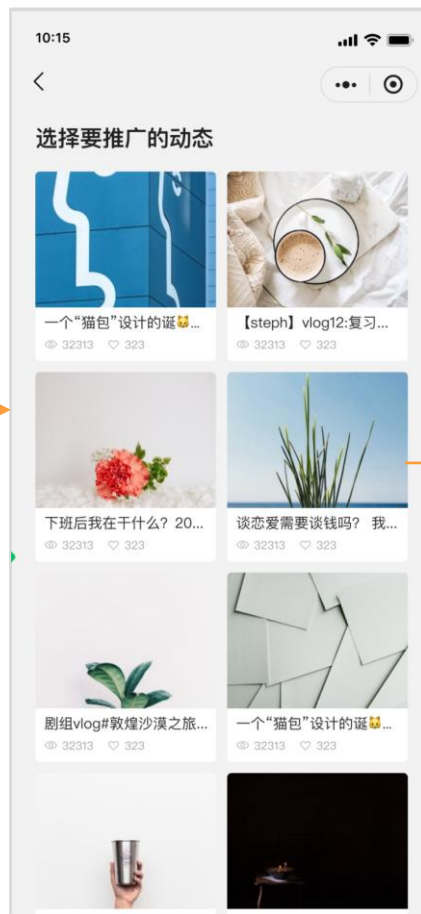
※ 推广直播需额外申请直播权限，需与微信广告团队沟通，否则该入口无法进入

3.1 创建视频动态广告

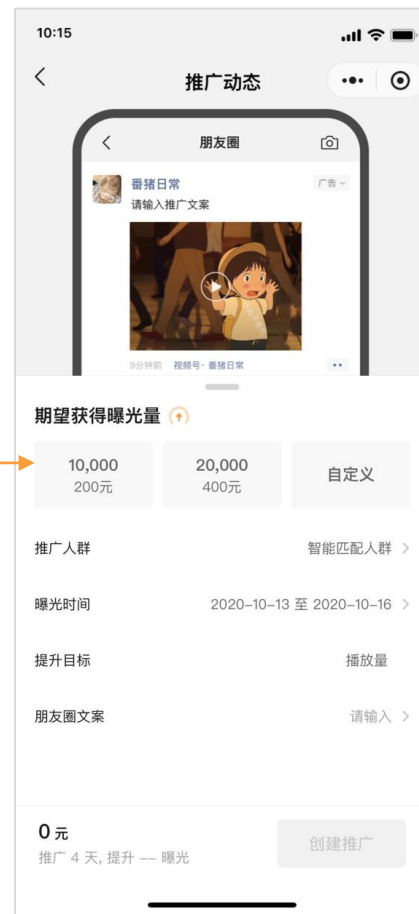
注：若仅投放视频号直播广告，可跳过这部分，直接进入3.2部分



点击【推广动态】



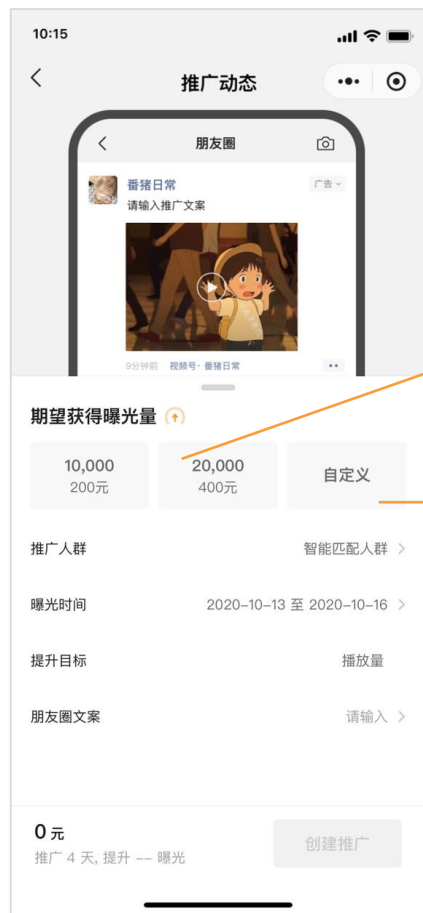
选择要推广的动态



进行基础设置

开始推广

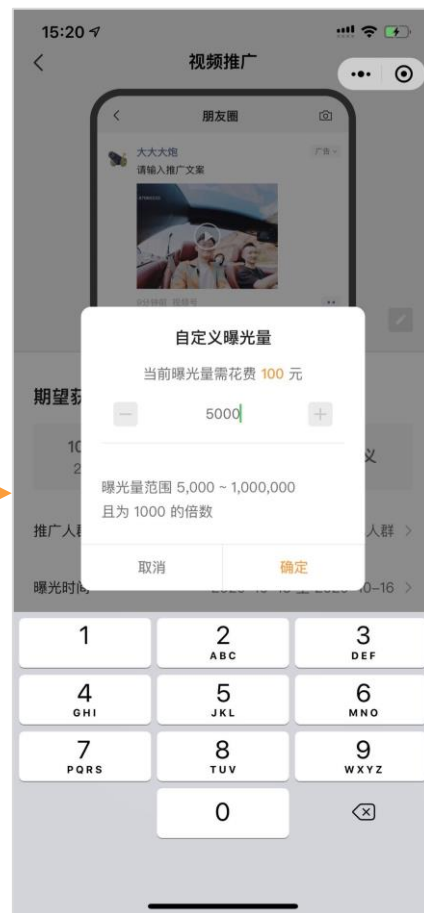
3.1 创建视频动态广告：广告设置简介 – 投放金额的设置方式



选择出价套餐

可以选择套餐出价

也可以选择自定义出价



自定义出价

注意：

1. 曝光量级为朋友圈广告的外层曝光量，非内层播放量；实际视频播放量可在投放的广告详情页面查看；
2. 创建页面显示的曝光量为期待值，仅提供参考，非最终会获得的实际曝光；
3. 投放中预算可追加或调整。

3.1 创建视频动态广告：广告设置简介 – 定向的设置方式



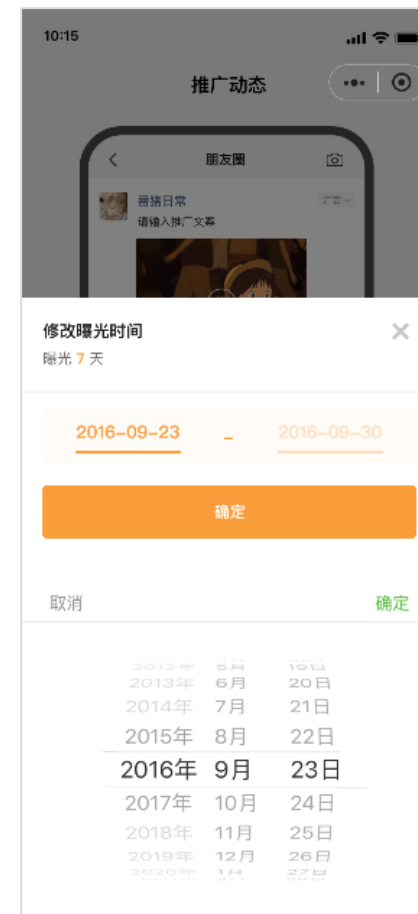
选择定向模式



自定义定向人群选择

注：

1. 若兴趣相对垂直，或有明确的性别或地域要求，建议进行自定义定向人群选择，否则选择“智能匹配人群”即可
2. 目前暂时只支持年龄，性别，地域维度的定向



曝光时间选择

3.1 创建视频动态广告：广告设置简介 – 封面图&文案的设置方式

重点
关注

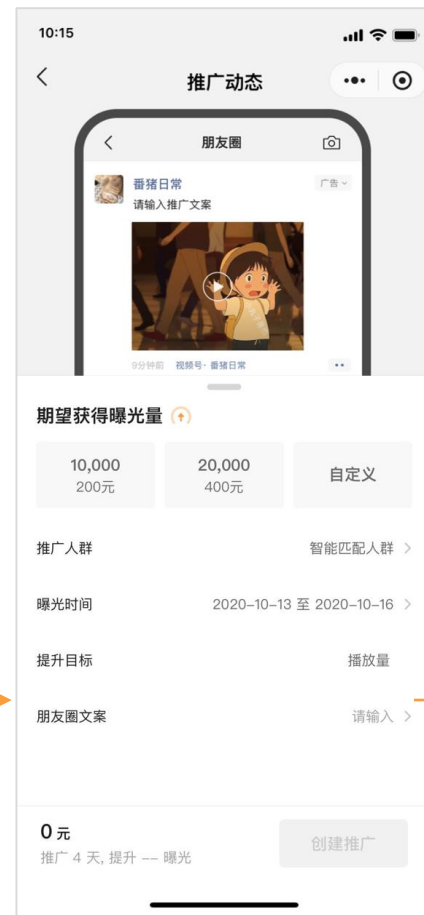


②视频封面图



点击此处设置视频封面图，
否则使用默认封面，可能会出现
清晰度不足，图片模糊的情况

①外层文案



朋友圈外层曝光样式

朋友圈外层图片设置★
(图片可上传后自助裁切，裁切 后尺寸为：
竖屏960*1280，横屏 1280*960)

案例参考



头部公众号夜听刘筱在进军视频号之后, 选择通过视频号推进行宣传推广, 收获大批用户点击关注, 预约直播。广告外层点击率高达4+%, 远超行业平均水平。用户进入视频号成本低至0.2元, 还额外产生了多视频观看、主页浏览和关注。

3.1 创建视频动态广告：视频推广优化Tips

投放过程中可能出现的问题及解决策略

曝光量级很小：

- 检查定向是否选择过窄，例如只选了很窄的年龄段或只选了个别几个城市；
- 检查外层封面图及文案是否吸引力很一般，需要重点优化（主要看点击率是否过低）；
- 检查投放时间是否分散在太多天，建议集中在几天内投放完成。

投放成本较高：

- 尽可能选择前端数据表现好的视频进行投放，**例如如果为了拉粉，则选择转粉率高的素材进行投放**；不同视频素材的关注转化率差异非常大。
- 目前转化链路为从朋友圈跳转至视频号播放页面，跳转链路较长，建议尽可能设置合理引导，如外层封面图或文案引导鼓励用户关注，视频内容引导用户关注等；
- 尽可能积累到一定的转化量级，引擎系统找用户会越找越准，建议预算适当集中，保障每日预算不低于200元，避免散落成过多广告。

3.2 创建直播广告 (注:直播目前需额外申请白名单,具体请与步骤1申请白名单的对接人沟通申请)



3.2 创建直播广告：设置预算



注意：

1. 此处观众数仅为参考值，不作为最终实际进入关注数的评判，与推广预算、行业、人群等均有关系；
2. 若推广预算较大时，可能会出现预算金额无法花完的情况；
3. 推广结束会有少量回流曝光扣费，属于正常情况。

3.2 创建直播广告：设置直播推广结束时间



直播设置界面



预约设置界面



选择时间

推广当前直播注意：

1. 建议在投放结束时间设置在实际计划结束直播的时间稍前，可以较大限度地减少直播结束后的回流曝光量级；
2. 若在设定的直播推广结束时间之前提前结束了直播间的直播，广告也会自动结束；

推广直播预约注意：

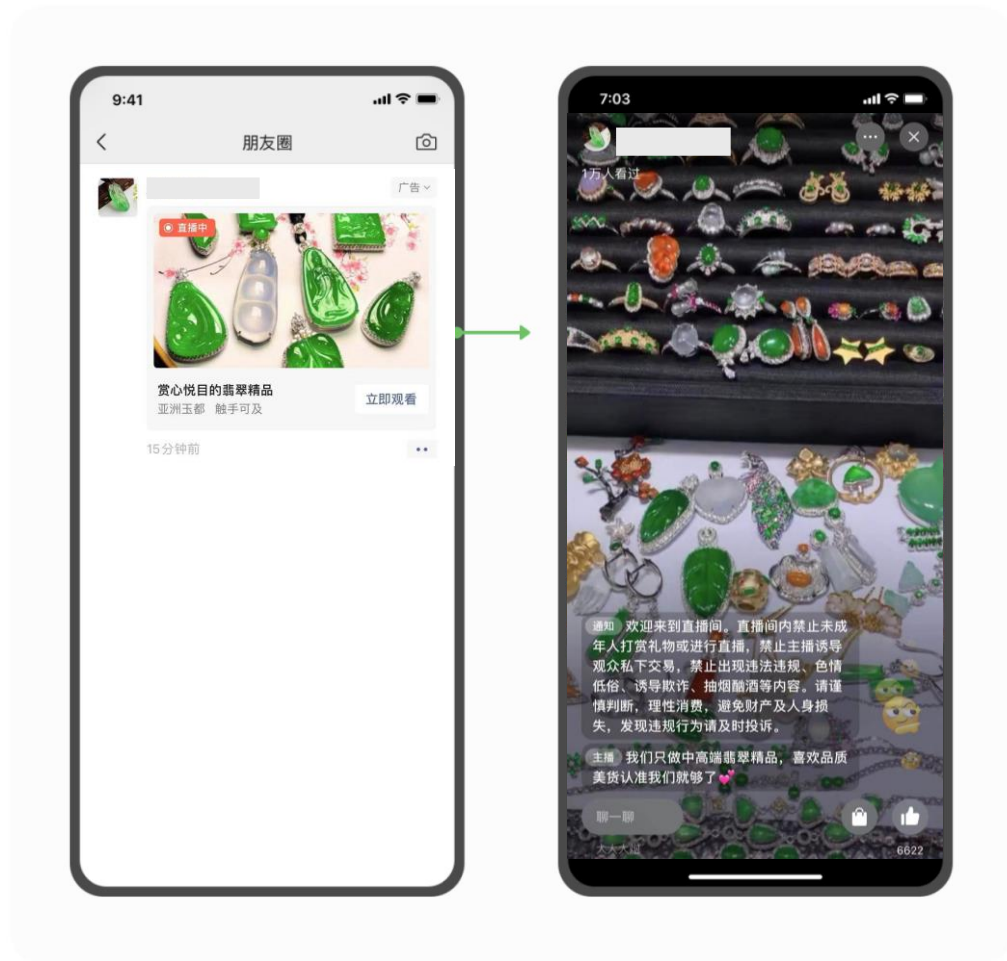
1. 投放预约推广时，若当前直播已经开始，则预约直播的广告会自动下线；
2. 预约广告不会自动切换为推广当前直播广告，需要重新创建广告。

3.2 创建直播广告：设置推广标题、描述及外层图片



(图片可上传后自助裁切，
裁切后尺寸为800*450)

视频号推广案例（竞价部分）——推广直播



某电商客户开通视频号后，通过朋友圈广告助推视频号社交曝光，强化品牌认知。持续多天的广告投放，累计带来数十万观看量，直播间引流成本1元，社交关系裂变引发万级免费播放量、万级点赞评论及分享，实现了目标人群圈层的精准扩散。

3.2 创建直播广告：推广优化Tips

直播广告注意事项【重要】：

1. 由于直播间开播后才能创建广告后，建议[提前做好投放外层素材图片及文案，并第一时间与我们沟通预审核](#)。预审核确认后，我们先配置优先审核策略支持，提高审核效率；若未进行预审核沟通，请[提交广告审核后第一时间与我们沟通，以提高审核效率](#)；
2. 当前审核通过后，仍有一段时间的广告准备时间，帐号实际花费时间会有一段时间的延迟（20分钟左右），后续会持续优化；若直播时间小于2个小时的直播间，建议优先采用推广直播间预约的方式进行投放；
3. 预约直播广告不与推广当前直播广告打通，因此预约广告会在直播间开始之后自动下线；
4. 直播广告会在直播下线时自动下线，且暂不支持广告重启。因此若直播中断后重新开播，如需推广，需重新创建广告；投放问题
5. 直播结束后，仍有少量曝光扣费，属于正常情况；

一些直播广告投放的优化策略：

1. 在预算能接近花完的情况下，若提高预算，能带来更大的曝光量级，但成本也会稍微提高；
2. 在条件允许的情况下，尽可能将直播时间（投放时间）拉长，可以获得相对更好的投放效果；
3. 可先用预约投放测试素材方向，挑选较优的广告素材进行直播投放，以尽可能最大化效果；

4. 素材审核

整体审核要求可参考微信广告素材审核要求：

1. 详细审核规范可参考<https://ad.weixin.qq.com/guide/term/627>
2. 具体驳回原因可点开广告，在详情中查看；
3. 具体审核沟通时，可在详情页找到推广id，以具体推广id联系行业经理沟通；

审核常见问题整理（持续更新ing）

1. 外层图片模糊建议修改
 - 可能是视频本身的封面图截图的封面画面偏模糊，可参考外层图片设置步骤修改视频封面图；
2. 推广内容与行业不符合
 - 可能是帐号开户行业匹配度的问题，建议及时与行业经理联系定位问题；

A decorative graphic consisting of a horizontal line. On the left side, there are two overlapping circles: a larger light gray one behind a smaller green one. The number '3' is centered within the green circle. The line extends to the right, ending with a small green diamond shape.

3

附录 & 其他常见问题

常见问题&注意事项

帐号问题：

- 目前仅支持视频号对应微信号进行投放，暂不支持其他管理员投放或服务商投放；暂无PC投放端；
- 每个视频号对应一个广告投放帐号，广告投放帐号可以以企业名义或个人名义申请；
- **投放过程暂不支持修改视频号名称及头像**，若需修改需提前人工告知，否则可能出现异常；

财务问题

- 若需开票，需按企业名义开户，主体需与视频号的广告主帐号主体（即提供的营业执照）一致。
- 开票、退款流程参考附录；

投放问题

- **投放过程中，不能设置视频为仅自己可见，也不能设置视频号私密账号**，否则落地页无法正常读取展示；
- 暂不支持授权其他微信号登录投放后台；
- 暂停广告可能因回流问题产生后续曝光，造成继续扣费，因此建议合理设置金额；

附录：

如何开局发票：

- 仅支持企业开户的主体开专票，个人开户暂不支持开专票；
- 开票后，若已开具发票的部分金额需要退款，则需要退票后才可支持退款；
- 开票需提供以下信息，与行业运营经理联系申请开票（预期7个工作日）：
 - 帐号信息：充值帐号id（线下打款充值的需额外提供打款回执）
 - 发票字段：发票类型，纳税识别号，企业地址，企业电话，开户银行，开户银行账号；
 - 邮寄信息：邮寄地址，收件人，收件联系方式；

广告协议

腾讯广告 - 广告主合作协议 <https://mp.weixin.qq.com/promotion/readtemplate?t=apply/agreement>

附录：

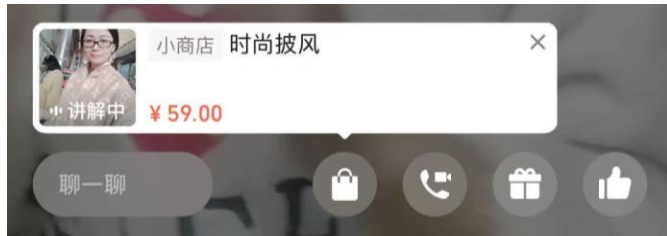
如何退款：

- 若投放结束仍有余额，且后续不再需要投放，充值金额可进行同主体划账，也可支持退款；
- 特别注意：若已开发票，需要退票；
- 自助充值的退款可以在充值页面自助退款；
- **若充值出现过线下打款充值，或充值时间超过10个月**，则需人工申请退款，退款需提供以下信息（**预计30个工作日**）：
 - **邮件正文信息**：退款的id，视频号名称，退款的金额，退款理由
 - **邮件附件信息**：营业执照扫描件；申请人身份证扫描件；充值凭证；退款银行账户证明；退款申请书；
 - **邮件发送至** wxad@tencent.com，抄送zefanzhuang@tencent.com
 - 退款银行账户证明、退款申请书的模板请联系行业经理沟通获取；

附录：

关于视频号直播的一些商业化建议：

- 视频号直播的主要商业化形式包含赠送礼物，购物车等；具体均可在开播页面设置开通；可重点关注购物车能力；



购物车 连麦 赠送礼物 点赞

- 购物车跳转至视频号对应的小商店，具体如何开通小商店以及小商店相关资料 >> <https://shop.weixin.qq.com/>

关于视频号的一些规范要求：

- 视频号运营规范 >> https://weixin.qq.com/cgi-bin/readtemplate?lang=zh_CN&t=wx_agreement&s=video
- 微信视频号直播行为规范 >> https://weixin.qq.com/cgi-bin/readtemplate?t=finder_live_up_privacy
- 视频号直播功能禁止发布的营销信息列表 >> https://weixin.qq.com/cgi-bin/readtemplate?t=finder_live_forbidden_list&lang=zh_CN
- 视频号直播功能使用条款 >> https://weixin.qq.com/cgi-bin/readtemplate?t=finder_live_privacy&lang=zh_CN

视频号推广要求简述

1、视频号推广相关要求：

①微信视频号运营规范：<https://docs.qq.com/doc/DWkt6Y0pVdEVtU1la>

②广告侧准入要求对齐朋友圈准入门槛

2、视频号直播相关要求：

①微信视频号直播行为规范：https://weixin.qq.com/cgi-bin/readtemplate?t=finder_live_up_privacy

②小商店运营规范：

<https://developers.weixin.qq.com/doc/ministore/minishopspecification/introduction.html>

③补充：金融行业特殊要求

- 规范3.5.5，主播不得通过本功能发布以下违规信息或内容：投资、融资类的直播内容（如荐股、网贷、推销金融产品、证券或期货有偿咨询等）

- 规范解读：不支持推销金融产品，尤其是理财、网贷、证券股票等；可以出现非理财性质的保险如意外险、重疾险

视频号推广能力介绍

当前可以通过以下2种方式，推广视频号动态&直播：

推广小程序
「竞价」

「视频号推广小程序」仅支持竞价投放，类似「抖+」，**2月底全量**

MP投放端
「合约」

MP投放端支持合约投放，目前需运营配置，**3月自助化**

产品体验流程——1. 推广视频号动态产品体验流程



朋友圈外层曝光

视频播放页

视频号主页

② 往下刷自动排除其他帐号内容, 仅推荐本账号其他内容 (非广告场景往下刷会推荐相关的其他账号的视频内容)

产品体验流程——2. 推广视频号直播产品体验流程



朋友圈外层曝光

点击头像昵称跳转视频号主页

点击图片跳转直播间

点击按钮跳转直播间

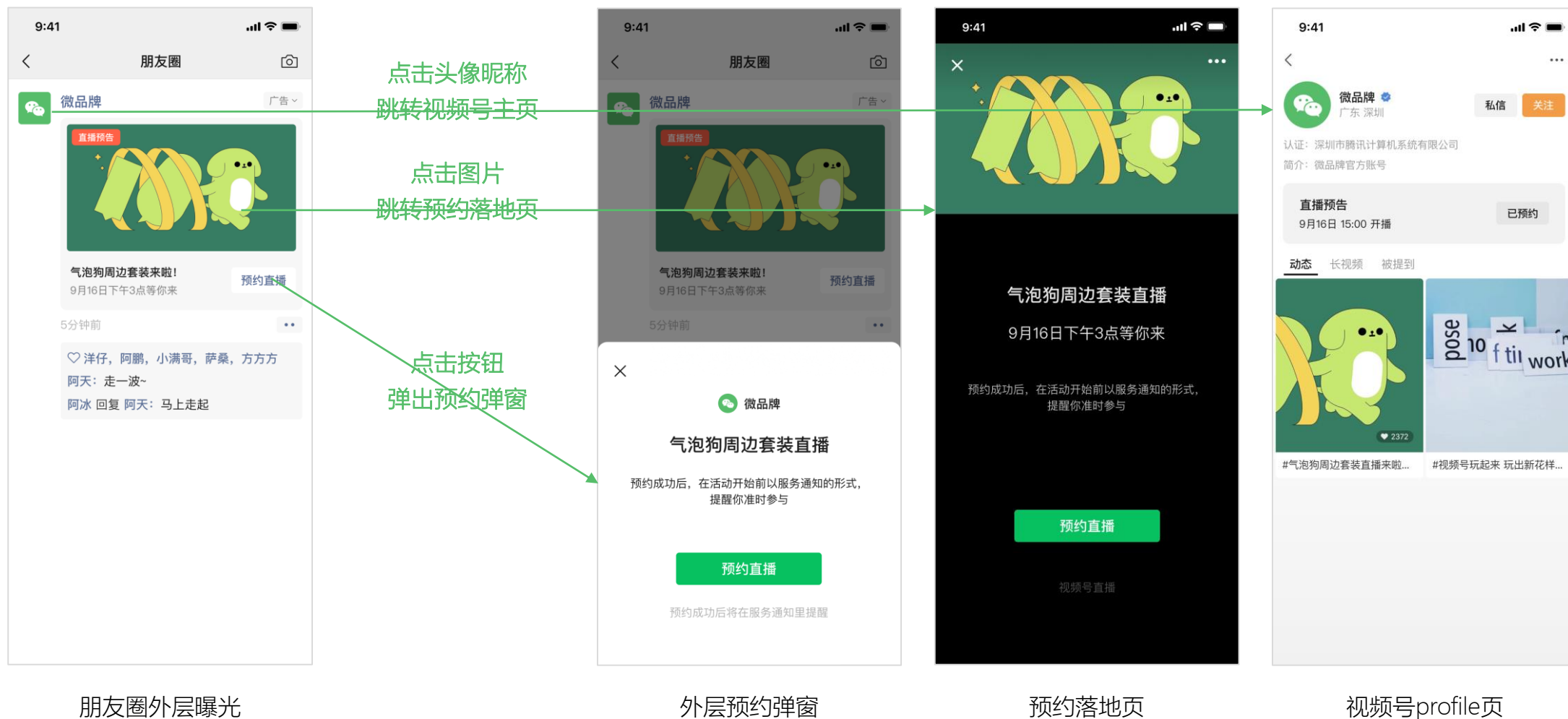


直播间播放



视频号profile页

产品体验流程——3. 推广视频号直播预约体验流程



投放方案概述

朋友圈广告推广视频号内容和视频号直播能力，目前有两套投放解决方案可选——MP合约投放解决方案、视频号推广小程序解决方案

MP合约投放解决方案

适用对象：品牌广告主

优势：保量曝光，更能满足品牌推广的曝光量级需求

投放端：MP投放端

账户要求：需要有公众号账号，并开通广告主权限

投放主体：可以为自己的视频号进行推广，也可以推广合作的视频号

投放门槛：合约单次投放金额100万起

投放模式：目前仅支持合约投放模式

* 若没有开通广告主权限的公众账号，且无需短时间内大量曝光，可通过视频号推广小程序，进行投放，详细内容可参考文档：

https://ad.weixin.qq.com/pdf.html?post_id=U2FsdGVkX1+nKGIFawGhPn3W3LSj8937efAF+TrcDBE=

总体流程概览

本文档主要介绍在MP合约投放的流程和操作规范，主要分为两个部分：**推广视频号视频**、**推广视频号直播**

注：MP合约投放视频号推广，目前需要开发手工支持，因此需严格按照操作指引文档自助创建广告，并将必要信息同步给微广侧用于开发手动修改广告，并支持上线

※ 权限申请（可选）

若需投放视频号直播推广，
需要提前开通“卡片式广告”
权限，如需使用其他能力，
请也在本阶段申请



1&2 开通MP账户及充值

1. 如何开通公众号：

可参考官方操作指引：<https://kf.qq.com/product/weixinmp.html#hid=87>

2. 如何开通微信广告广告主：

可参考官方操作指引：<https://ad.weixin.qq.com/guide/116>

3. 如何进行MP账户充值：

可参考官方操作指引：<https://ad.weixin.qq.com/guide/114>

3. 创建广告-推广视频号内容

请务必严格按照操作指引自助创建

广告

创建广告 [批量创建广告](#)

上线时间

结束时间

优化方式 择优投放 加速触达

优化目标 点击 表单预约 关注 下单 激活

批量设置定向人群
所选的不同城市，会拆分成不同广告，所选定向对所有城市生效；同一向下多选后会取并集，不同定向取交集

地域 默认定价相同的城市合并生成广告，如不同城市需自定义预算，请按城市继续拆分广告

年龄 -

性别 全部 男 女

兴趣行为

更多人群信息

自定义人群
 未启用

种子人群

微信版本

1. 计划层级：

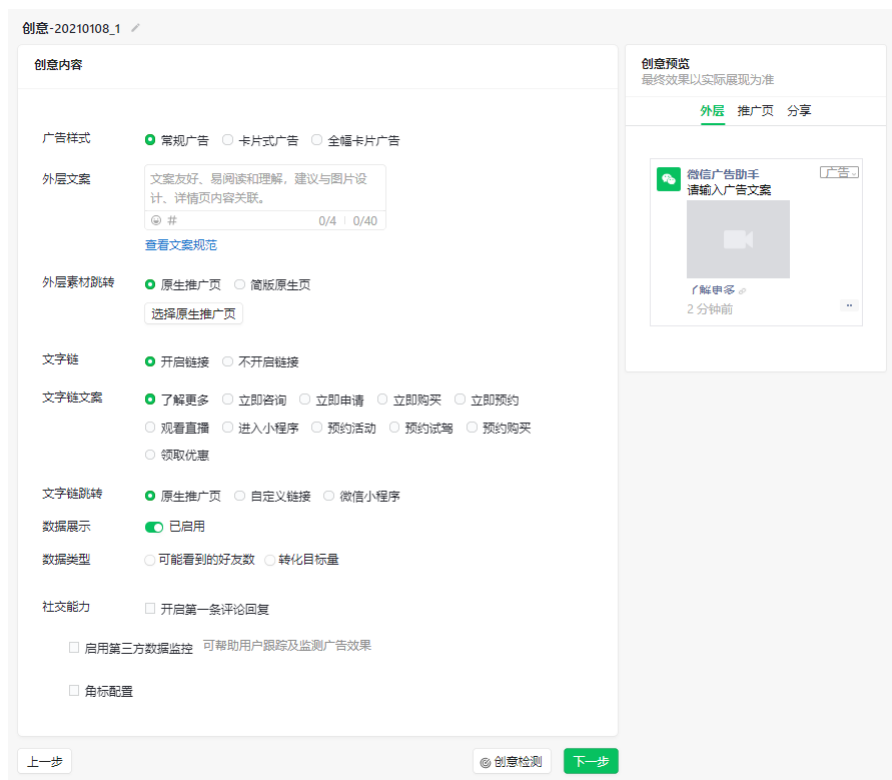
- ① 推广目标：品牌活动（开发后续将手动改成视频号推广）
- ② 广告位：朋友圈
- ③ 推广模式：合约广告（支持常规合约 / 限时推广 / 长效社交）
- ④ 素材格式：仅支持图片创建

2. 广告层级：（仅支持按照核心、重点、其他三档拆分三条广告进行锁量）

- ① 投放时间：均支持，根据需要选择
- ② 优化方式：均支持，根据需要选择
- ③ 优化目标：仅支持按照广告外层点击进行优化
- ④ 定向人群：均支持，根据需要选择
- ⑤ 版本过滤：仅支持选择“视频号推广”的版本过滤条件
- ⑥ 锁量金额：根据需要选择（需要自行锁量）

3. 创建广告-推广视频号内容

请务必严格按照操作指引自助创建



3. 创意层级：

- ① 广告样式：选常规广告（实际展示为视频号推广的特殊样式）
- ② 外层文案：根据需要选择（最多不超过40个字，支持外层文案使用emoji表情和#字符）
- ③ 外层素材跳转：简版原生页—默认模版（开发后续手动调整为对应视频落地页）
- ④ 外层图片：选择1张，随便上传一张图片即可（开发会默认使用该视频封面图，如果需要使用别的素材图片，则需要提供符合规格的图片，竖版视频提供960*1280的图片，横版视频提供1280*960的图片）
- ⑤ 文字链：不支持开启
- ⑥ 简版原生页分享设置：可随意填写，不会生效
- ⑦ 数据展示：不支持开启
- ⑧ 头像昵称及跳转：跳转公众号（开发后续将手动调整为对应视频号个人页面）
- ⑨ 社交能力：支持第一条评论

注意：不支持明星样式、xx好友可见、转化数据外显

3. 创建广告-推广视频号直播

请务必严格按照操作指引自助创建

广告

创建广告 [批量创建广告](#)

上线时间

结束时间

优化方式 择优投放 加速触达

优化目标 点击 表单预约 关注 下单 激活

批量设置定向人群
所选的不同城市，会拆分成不同广告，所选定向对所有城市生效；同一定向下多选后会取并集，不同定向间取交集

地域 默认定价相同的城市合并生成广告，如不同城市需自定义预算，请按城市继续拆分广告

年龄 -

性别 全部 男 女

兴趣行为 根据用户兴趣或行为表现，将广告定位到这些用户。[查看使用引导](#)

更多人群信息

自定义人群 未启用
使用后，将只向所选人群曝光。若同时添加了种子人群，则在此基础上优先曝光。

种子人群
使用后，系统将优先向种子人群曝光广告。

微信版本

1. 计划层级：

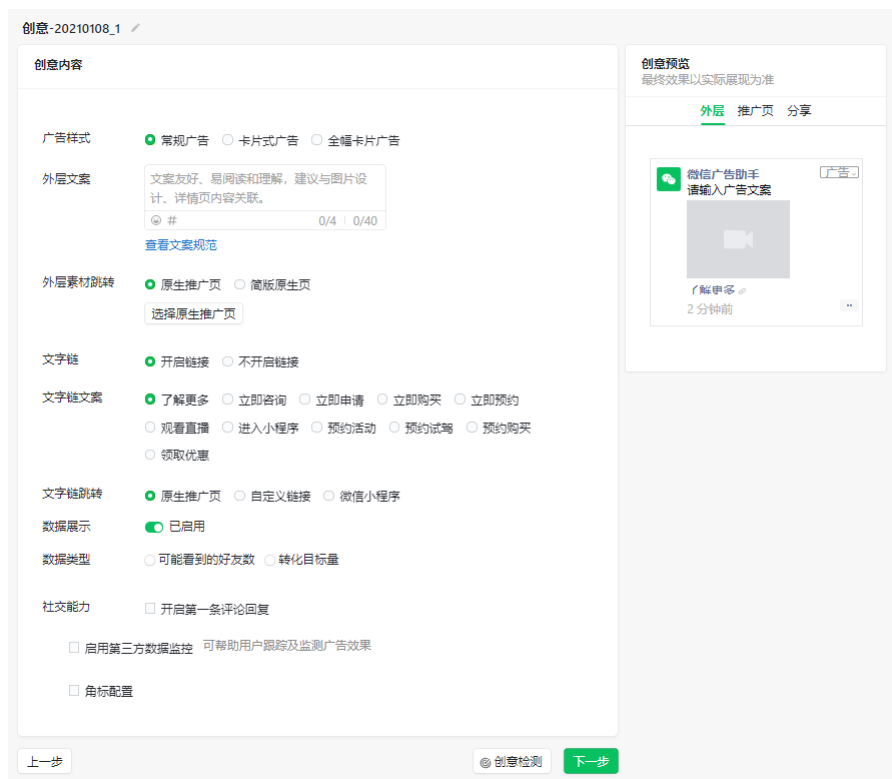
- ① 推广目标：品牌活动（开发后续将手动改成视频号推广）
- ② 广告位：朋友圈
- ③ 推广模式：合约广告（支持常规合约 / 限时推广 / 长效社交）
- ④ 素材格式：支持图片和视频两种外层素材格式

2. 广告层级：（仅支持按照核心、重点、其他三档拆分三条广告进行锁量）

- ① 投放时间：均支持，根据需要选择——注意：直播广告开始时间不早于直播开始时间，直播广告结束时间不晚于直播结束时间
- ② 优化方式：均支持，根据需要选择
- ③ 优化目标：仅支持按照广告外层点击进行优化
- ④ 定向人群：均支持，根据需要选择
- ⑤ 版本过滤：选择“常规多图支持跳小程序”的版本过滤条件
- ⑥ 锁量金额：根据需要选择（需要自行锁量）

3. 创建广告-推广视频号直播

请务必严格按照操作指引自助创建



3. 创意层级：

① 广告样式：卡片式广告

② 外层素材：广告主需要直接上传最终版图片或视频，图片尺寸为800*450像素，视频为640*360像素

③ 外层文案：根据需要选择（标题不超过10个字，详情不超过30个字，支持外层文案使用emoji表情和#字符）

④ 外层素材跳转：广告主先选择跳转原生推广页（随便创建即可），开发后续会手动修改为视频号直播间

⑤ 文字链：选择不开启链接

⑥ 卡片组件：行动按钮

按钮文案：“观看直播”（开发会手动改为“立即观看”，系统默认，不支持客户修改）；

按钮跳转：广告主先选择跳转原生推广页（任意一个原生页即可），开发后续会手动修改为视频号直播间；

⑦ 数据展示：不开启

⑧ 直播状态外显：无需客户配置，外层会自动生效（直播中展示“直播中”，直播结束则展示“直播结束”）

⑨ 头像昵称及跳转：跳转公众号（开发后续将手动调整为对应视频号个人页面）

⑩ 社交能力：支持第一条评论，评论仅自己可见

注意：不支持明星样式、xx好友可见、转化数据外显

3. 创建广告-推广视频号直播预约

请务必严格按照操作指引自助创建

广告

创建广告 [批量创建广告](#)

上线时间

结束时间

优化方式 择优投放 加速触达

优化目标 点击 表单预约 关注 下单 激活

批量设置定向人群
所选的不同城市，会拆分成不同广告，所选定向对所有城市生效；同一定向下多选后会取并集，不同定向间取交集

地域 默认定价相同的城市合并生成广告，如不同城市需自定义预算，请按城市继续拆分广告

年龄 -

性别 全部 男 女

兴趣行为 根据用户兴趣或行为表现，将广告定位到这些用户。[查看使用引导](#)

更多人群信息

自定义人群 未启用
使用后，将只向所选人群曝光。若同时添加了种子人群，则在此基础上优先曝光。

种子人群
使用后，系统将优先向种子人群曝光广告。

微信版本

1. 计划层级：

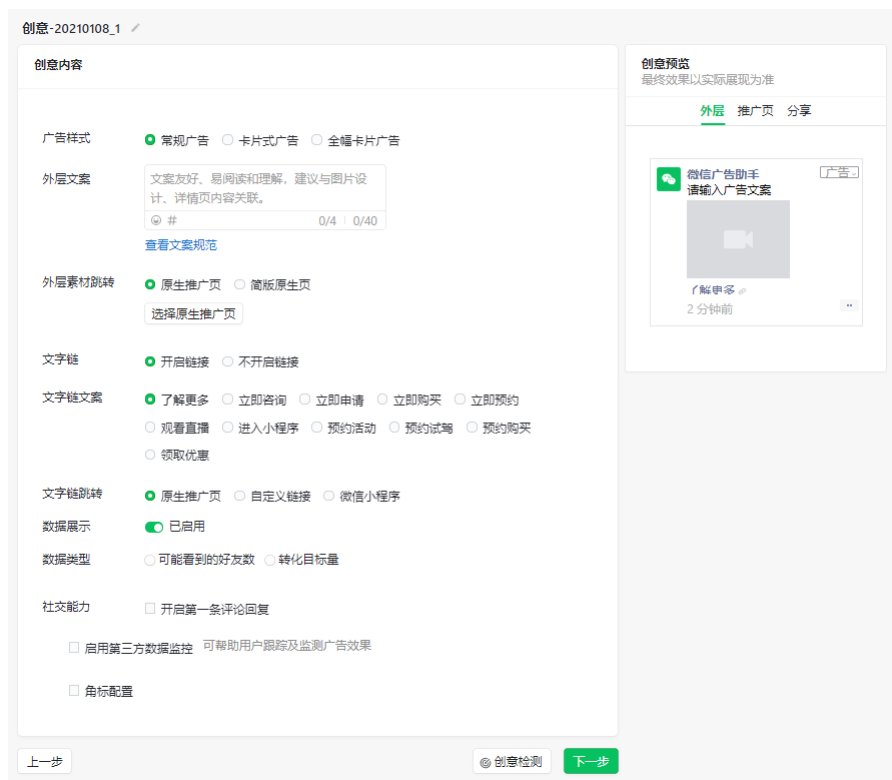
- ① 推广目标：品牌活动（开发后续将手动改成视频号推广）
- ② 广告位：朋友圈
- ③ 推广模式：合约广告（支持常规合约 / 限时推广 / 长效社交）
- ④ 素材格式：支持图片和视频两种外层素材格式；

2. 广告层级：（仅支持按照核心、重点、其他三档拆分三条广告进行锁量）

- ① 投放时间：均支持，根据需要选择——**注意：直播预约的时间要晚于直播预约广告的结束时间**
- ② 优化方式：均支持，根据需要选择
- ③ 优化目标：仅支持按照广告外层点击进行优化
- ④ 定向人群：均支持，根据需要选择
- ⑤ 版本过滤：仅支持选择“视频号直播广告”的版本过滤条件；
- ⑥ 锁量金额：根据需要选择（需要自行锁量）

3. 创建广告-推广视频号直播预约

请务必严格按照操作指引自助创建



① 广告样式：卡片式广告

② 外层素材：默认拉取视频号直播的封面图，也可以自定义设置，图片尺寸为800*450，视频尺寸为640*360

③ 外层文案：根据需要选择（标题不超过10个字，详情不超过30个字，支持外层文案使用emoji表情和#字符）

④ 外层素材跳转：简版原生页，简版原生页内有预约直播按钮，点击可预约直播

⑤ 卡片组件：行动按钮

按钮文案：“立即预约”（默认文案，不支持客户自定义修改）

按钮跳转：预约面板

⑥ 数据展示：不支持开启

⑦ 头像昵称及跳转：跳转公众号（开发后续将手动调整为对应视频号个人页面）

⑧ 社交能力：支持第一条评论

注意：不支持明星样式、xx好友可见、转化数据外显

3. 创建广告-推广视频号直播预约

请务必严格按照操作指引自助创建

预约面板与提醒通知

预约面板标题 0/12

预约面板文案 0/20

提醒通知时间

预约内容 0/32

备注说明 0/30

提醒通知跳转 原生推广页 微信小程序 自定义链接 H5推广页

原生推广页

预约面板设置

预约面板标题：可支持自定义设置，不超过12个字

预约面板文案：可随意输入，不超过20个字（开发后台会修改为统一文案“预约成功后，在活动开始前以服务通知的形式，提醒你准时参与活动”）

提醒通知时间：必须等于视频号直播的开播时间（如果不按照直播开播时间设置，系统也只会视频号直播正式开始时给预约用户发放消息）

预约内容：可随意输入，不超过32个字（实际服务通知会是统一模板，不会包含预约内容，可查看如下demo）

备注说明：：可随意输入，不超过30个字（实际服务通知会是统一模板，不会包含预约内容，可查看如下demo）

提醒通知跳转：可选择自定义链接，链接可随便填写（开发会手动修改为视频号直播间）

4. 开发手动配置广告-推广视频号内容

在自助创建广告完成后，请将以下信息邮件提供给微信广告侧行业运营经理，由微信广告侧开发手动配置广告

需提供的信息包括：

1. 公众号名称；
2. 公众号appid；
3. 代理商名称；
4. 代理商spid；
5. 推广的视频号名称；
6. 推广的视频号对应的微信号；
7. 客户自助创建的广告的cid和aid；
8. 投放广告的类型：推广视频号内容、推广视频号直播、推广视频号直播预约。

5. 广告审核

整体审核要求可参考微信广告素材审核要求：

1. 详细审核规范可参考<https://ad.weixin.qq.com/guide/term/627>
2. 具体驳回原因可点开广告，在详情中查看；
3. 具体审核沟通时，可在详情页找到推广id，以具体推广id联系行业经理沟通；

6. 优秀案例



故宫视频号全新上线，朋友圈助推快速出圈

- ✓ 故宫博物院首次入驻视频号，朋友圈广告高速引流，引发用户关注；
- ✓ 借助朋友圈广告推广视频号内容全新样式，广告互动点击率远超行业均值；
- ✓ 借助视频号“朋友喜欢”逻辑社交裂变传播，带来巨量曝光溢出，引爆新年社交话题；

123%+

总互动点击率 > 行业均值

636%+

评论率 > 行业均值

200w+

广告带来的视频曝光量

附录：广告结案

视频号

视频号视频播放

视频号视频评论

视频号视频分享

视频号直播观看

视频号直播分享

视频号直播预约

视频号视频点赞

视频号关注

视频号直播点赞

视频号直播评论

视频号直播商品点击

1. 可在投放端直接查看结案报告，但视频号落地页内容暂时不会展示在结案报告中，可先通过自助投放端的数据进行结案；

2. 可通过自助投放端查看数据指标：在当前指标基础上增加视频号视频播放、视频号视频点赞、视频号视频评论、视频号关注、视频号直播观看、视频号直播点赞、视频号直播评论、视频号直播分享、视频号商品点击、视频号直播预约（如右侧所示）

附录：注意事项

- 1、提前卷入审核同学，进行素材预审（建议微信群，方便转发视频号内容）
- 2、直播广告审核通过后，先操作暂停广告，避免直播开始，在手动修改直播间信息期间，广告播放出去了，后台同学修改直播间信息的同时会顺便开启广告
- 3、投放中不支持修改广告
- 4、若广告暂停后将无法重新开启广告
- 5、投放过程中不能修改头像昵称
- 6、投放过程中不能设置视频仅自己可见，不能设置为隐私账号，不能删除视频
- 7、直播预约的时间要晚于直播预约广告开始和结束时间；直播广告开始时间不早于直播开始时间，直播广告结束时间不晚于直播结束时间；否则可能会导致广告不保量；



03 视频号内容合作变现

视频号互选广告的开售节奏

2021年Q1

项目
跑通

结合视频号活动招商，跑通视频号内容合作

- CNY营销：与安慕希、Nike合作两席视频号活动+KOL内容
- KOL拓展及视频号合作经验沉淀

2021年Q2

案例
打造

把握营销节点，打造视频号内容合作标杆案例

- 结合4月上海车展，探索汽车行业+视频内容场景营销解决方案
- 结合618电商营销节，探索效果类任务合作空间及收益

2021年H2

行业
渗透

完善互选平台能力，进行重点行业客户预算渗透

- 品牌行业（如3C、汽车等）完成预算渗透并输出垂直行业解决方案
- 效果行业（如游戏、本地、教育等）找到与内容贴合的标类合作模式

现阶段内容互选合作流程



广告，也可以是生活的一部分。