

# 短视频流量“告急”

## 快手极速版开辟流量新赛道

极速版应用上线，腾讯广告助力快手实现高效拉新

品牌名称：快手极速版

所属行业：短视频应用

执行时间：2020.01.01-06.30

参选类别：效果类-效果广告



PART.01



# 背景洞察

快手极速版投放

BACKGROUND INSIGHT





# 短视频APP流量“内忧外患”

短视频App无论是外部流量空间还是内容买量竞争程度上看，压力都非常巨大



## 短视频内部赛道

**短视频行业玩家众多且来势汹汹**

快手虽与抖音占据“龙头”地位，但其余短视频App的买量同样“来势汹汹”，不甘示弱。



## 社交类应用大盘

**社交品类应用疫情期间整体发力**

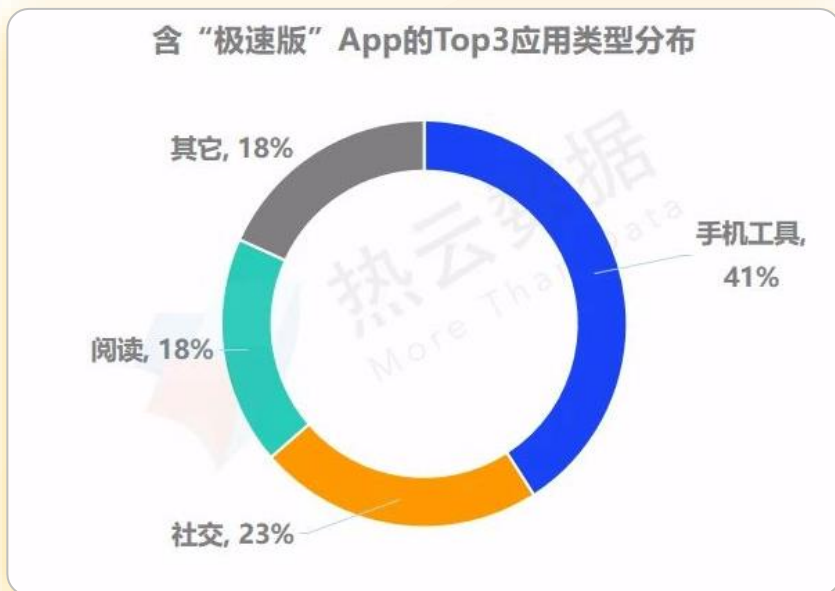
短视频App虽在社交App类型中的投放产品数量占比不高，且疫情期间，社交类应用整体流量竞争更为激烈。



# 极速版应用成为下沉用户拉新利器

各大应用均开辟流量新赛道

## 极速版在各应用赛道遍地开花



## 极速版广告创意占比最高超过40%



\* 数据来源: More Than Data 数据研究中心



# 快手极速版蓄势待发 目标直指下沉用户拉新

快手极速版考核KPI

实现放量

100w

每日消耗考核

用户拉新

70%

周用户新增环比考核

提高留存

50%

用户留存率考核



# 广告投放面临哪些挑战？

将最终目标拆解到不同广告阶段

投放初期

## 难点：广告起量

核心阶段，进行广告测试

模拟用户画像挖掘利益点

大量测试广告创意素材

实现广告快速起量

投放后期

## 难点：用户质量

调优阶段，进行广告投放优化

不断提升广告精度

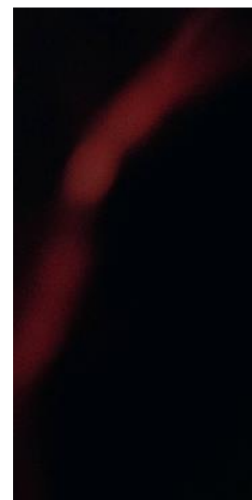
保障拉新用户质量

# PART.02

## 媒介执行

快手极速版投放

MEDIA EXECUTION





# 快手极速版聚焦下沉用户，挖掘广告创意点

洞察下沉用户特征，为广告素材提供创意思路



**基本用户属性**  
20-50岁，男性比例略高

**受教育程度**  
高中及以上，受教育程度整体偏低

**消费能力**  
工资3000-5000，价格敏感，生活必需品开销为主

**生存状态**  
工作压力小，空闲时间多，热衷较低花费的娱乐活动

## 美女演员为主

广告素材选角思路

年轻美女

职场形象

## 现金红包诱惑

产品核心利益点

赚零花钱

微信提现

操作简单

## 品牌背书+真实原生

更能打动用户信赖产品

场景原生

贴近生活



# 快手下沉拉新3步曲



启动阶段

阶段目标

## 实现快速放量

快速触达用户，搭建账户模型

阶段策略

- 媒体资源：优量汇+腾讯内广资源测试
- 投放执行：前期通投拿量，10+素材，多计划同步测试
- 素材创意方向：多素材测试

明星代言



常规口播



跑马灯图片



原生情景剧



1月达成快速起量目标



调参阶段

阶段目标

## 优选素材方向

根据测试结果筛选素材

阶段策略

- 媒体资源：优量汇+XQ为主
- 投放模式：从点击到激活再到留存逐个环节优化
- 素材创意方向：淘汰较差素材，拓展优质素材方向

常规口播

原生情景剧

街头采访类

NEW

产品对比

NEW

2-3月明确跑量素材方向



放量阶段

最终目标

## 最大限度拉新

优化前后端成本，稳定模型

阶段策略

- 媒体资源：主投优量汇+XQ，并向其他媒体测试拓展
- 投放模式：放宽定向，集中预算在潜力素材投放，培养账户跑量计划

新老素材比例3:7，优质素材不断倾斜预算

6月实现用户拉新峰值



# 投放第一阶段：如何快速度过启动期？

阶段目标：广告起量，触达更多下沉潜在用户

通投定向 + 优质资源 + 腾讯产品能力

多计划多素材，测试目标用户更喜欢的素材类型

## 通投定向

- 地理位置、年龄性别、兴趣行为等均不设限
- 网络：Wifi&4G
- 应用安装：未安装用户

打开限制条件，让广告触达更多流量

积累更多广告数据，搭建账户模型

## 优质资源

优量汇 + Xq资源 + 其他资源辅助放量

## 腾讯产品能力

- 加速投放形式
- oCPM智能出价
- 自动拓量功能
- 优先拿量出价策略

单日投放计划**20+**以上，新素材**10+**以上

测试阶段内，总计测试素材**30+**以上



### ①春晚明星素材

10亿红包+春晚+明星为快手极速版进行背书



### ②真人实拍视频

通过剧情、表演突出产品“能赚钱”的利益点



### ③红包图片素材

红包、跑马灯等图片素材吸引用户点击



# 投放第二阶段：优选海量创意素材内容

创意素材内容优选

↑ 素材消耗量级

## NO.1



## NO.2



## NO.3



## NO.4



## NO.5



✓ 优胜素材：**真人实拍**竖版视频，女性形象测试效果好

✗ 较弱素材：春节明星素材/图片素材

拉取启动阶段全部测试素材，根据量级进行划分

优质素材全面倾斜预算培养，较弱素材少量辅助放量



# 视频素材创意方向优选

## ① 行业热门素材翻拍



### 家庭情景剧

- 苦情戏
- 剧情吃馄饨，贴近生活
- 悲伤bgm让用户更好进入剧情
- 产品利益点和剧情不突兀
- 录屏引导用户



### 真人口播剧

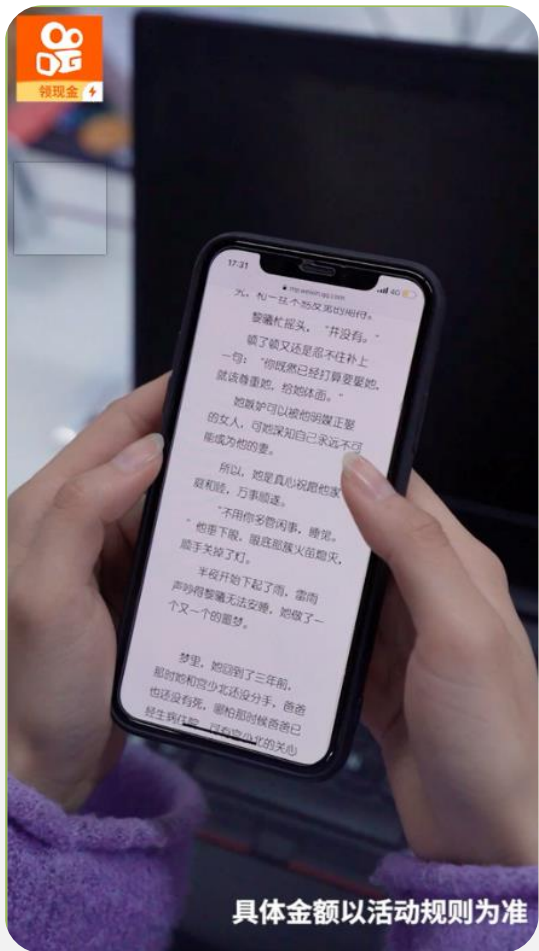
- 口播单刀直入
- 敲镜头吸引人
- 产品对比
- 剪辑节奏强





# 视频素材创意方向

## ②产品“赚钱”利益点吸引用户



具体金额以活动规则为准



### 原生职场剧

- 产品对比 (看小说赚钱)
- 剧情贴近生活 (月底没钱)
- 快手平台, 正规靠谱
- 产品利益点和剧情不突兀



### 新闻模拟剧

- 类似新闻播报
- 交待身份: 上班族
- 快手平台, 品牌背书
- 冲突引出产品利益点





## 视频素材创意方向

### ③良心老板形象为品牌背书



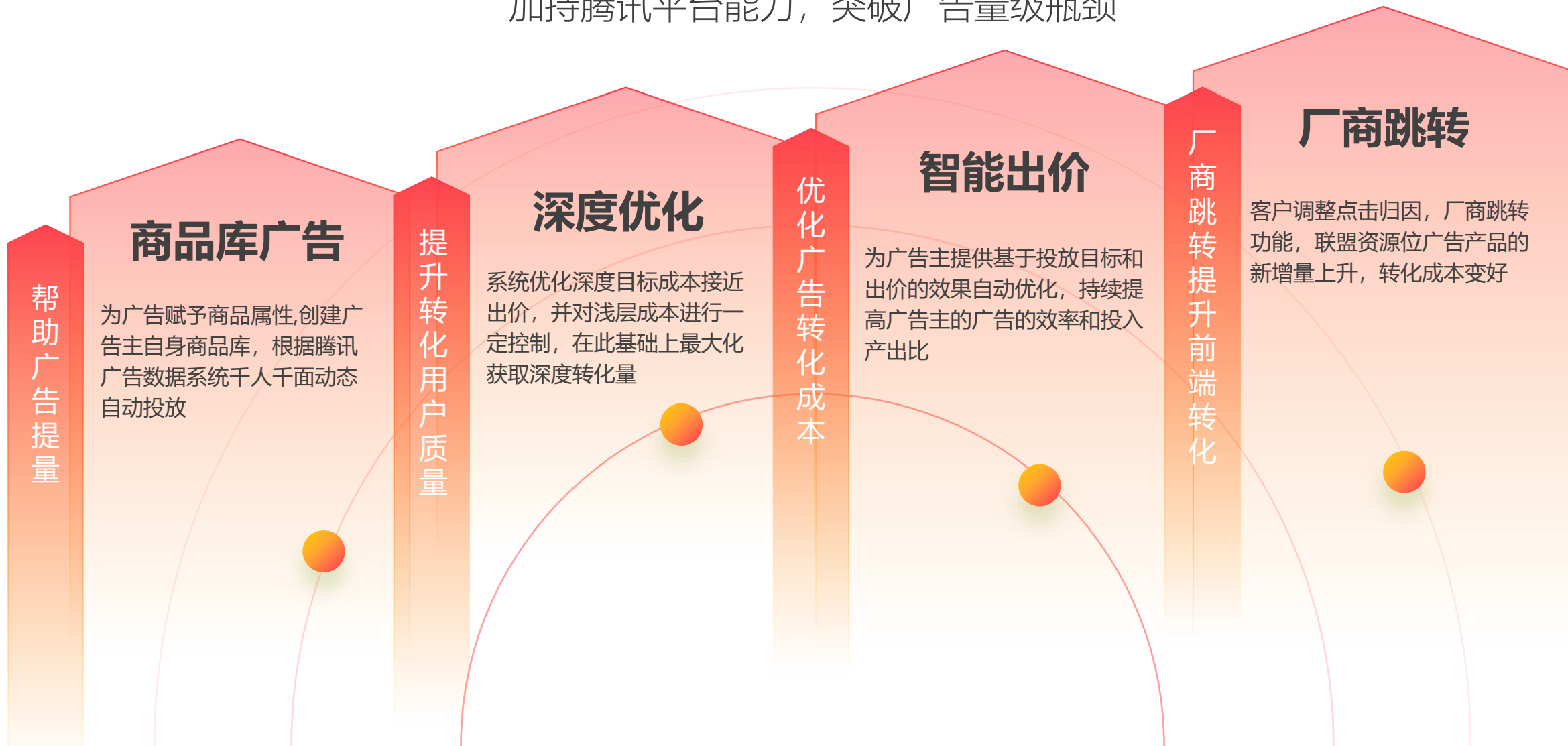
#### 创意方向：企业董事长形象

- 模拟记者采访冲突现场，引发用户好奇围观
- 董事长出镜，使得现场情势出现反转
- 董事长口播增加用户信任度



# 投放第三阶段：腾讯广告能力赋能放量

加持腾讯平台能力，突破广告量级瓶颈



# 跑量素材一览



春晚独家互动合作伙伴

立刻下载 快手APP

明星代言素材



每天刷视频就能赚钱，随时提现  
每天刷几分钟视频，零花钱就有了  
封顶

常规口播素材



见活动详情页 奖励金额视完成情况而定

接头采访素材



每天刷刷视频，零花钱就有了  
传遍了！每天刷5分钟视频，一天到账了！

生活情景素材



刷刷视频就能赚钱，随时可提现  
传遍了！每天刷5分钟视频，一天到账了！

产品对比素材



刷刷视频就能赚钱，你还不知道吗  
东城传遍了！每天刷5分钟视频，一天到账了！

原生场景素材

# 账户消耗趋势

## 启动阶段

## 放量阶段

1月广告量级较低  
账户处于起量阶段

3月流量迅速提升  
账户整体向好

4月流量有效率骤降  
账户限制预算量级降低

6月量级达到峰值  
开始进一步放量

1/2/20 1/9/20 1/16/20 1/23/20 1/30/20 2/6/20 2/13/20 2/20/20 2/27/20 3/5/20 3/12/20 3/19/20 3/26/20 4/2/20 4/9/20 4/16/20 4/23/20 4/30/20 5/7/20 5/14/20 5/21/20 5/28/20 6/4/20 6/11/20 6/18/20 6/25/20

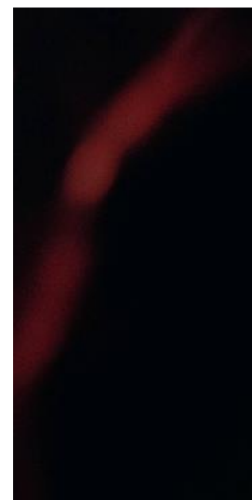


# PART.03

## 效果反馈

快手极速版投放

EFFECT FEEDBACK





# 媒体流量+创意素材+长效运营 快手极速版流量实现井喷式爆发

投放时间  
2020.01-2020.06

量级·大

↑↑ 100w+ ↑↑

放量阶段达成每日消耗

增长·快

↑↑ 70%+ ↑↑

每周保持高水平用户增长

质量·高

↑↑ 达成指标 ↑↑

转化用户留存率超高



# 效果广告，不止于用户增长

快手极速版整体效果总结

## 1 快手新用户激增

2020H1，快手极速版在疫情背景下，吸收海量新用户，整体应用日活不断实现新突破。

## 2 开辟极速版流量新赛道

快手极速版应用作为独立应用软件，同完整版应用分别进行广告投放，在社交流量赛道内广告效果成绩斐然。

## 3 建立下沉赛道用户数据库

通过上半年快手极速版广告投放，不仅为品牌形成了良好的广告投放模型，而且积累了众多广告用户数据，进而有利于快手不断丰富用户数据库。

## 4 沉淀跑量视频素材方向

本次投放中沉淀出众多优质创意素材，在后期投放中仍具有较高的投放价值，并且以此可延展更多优质素材进行投放。