

飞书互动营销学院



飞书&Facebook培训交流群

(扫描二维码添加销售微信)

- 1.本次课程将在15:05正式开始；
- 2.课程过程中画面切换会有一些的延迟，我们会配合大家，尽量放慢节奏；
- 3.课程过程中如有听不到声音的情况，请及时在提问栏反馈给我们，并尝试重新连接课程。
- 4.课程过程中有疑问可以在提问栏中提出，我们会在最后的Q&A环节为大家一一解答。

你必须了解的Facebook广告 投放功能与优化策略

www.meetsocial.cn

Janet Huang

飞书互动 Facebook优化师

meel



I N D E X

目 录

- 分组测试
- 广告测试向导
- 广告系列预算优化（新功能）
- 总结



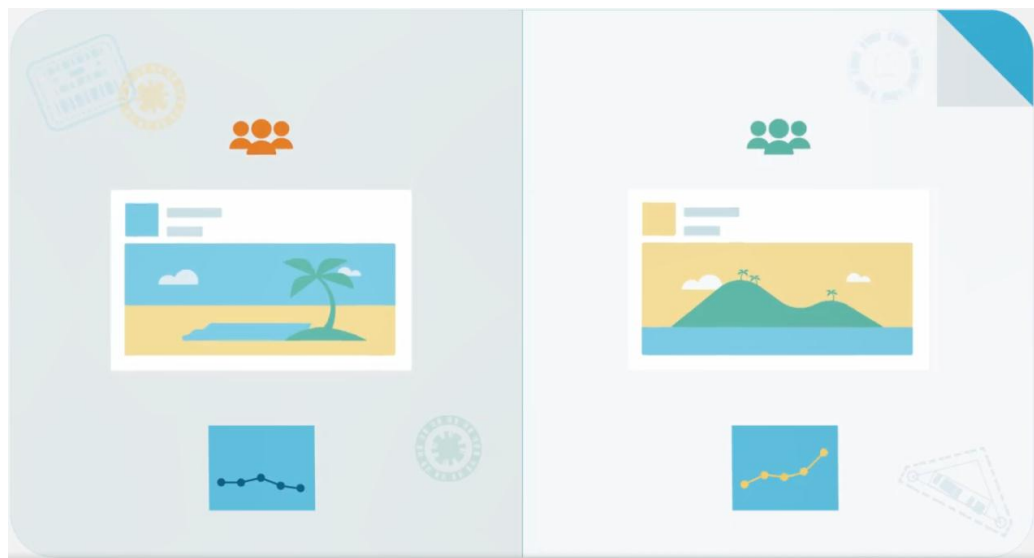
分组测试

分组测试简介

支持分组测试的
广告目标和变量

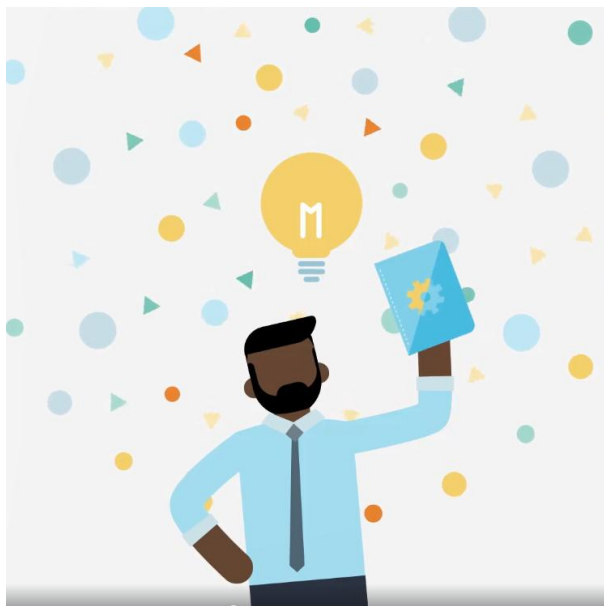
如何创建分组测
试

1. 分组测试简介---什么是分组测试？



建立多个广告组合并将这些广告组合互相配对以了解采取哪种广告策略可获得最佳成果

1. 为什么要做分组测试？ → 专治Campaign优化疑难杂症



测试是优化广告不可或缺的流程



1. 分组测试简介---为什么要做分组测试？

广告系列

目标

广告组

访问量

优惠

受众

版位

预算和排期

广告

广告发布身份

格式

链接

投放优化：

不太了解哪种优化类型能够产生更好的成效

受众：

不太清楚兴趣A和兴趣B的广泛受众中，哪组受众对我的素材较感兴趣并带来的更好的效果

版位：

我觉得只选Facebook版位比选自动版位（全版位）带来的成效更好？

素材：

我觉得15秒短片无法改善我的CPA？

文案：

文字太多的文案可以为我带来更高的CTR？

meel



2. 支持分组测试的广告目标和变量

支持分组测试的广告目标：

- ✓ 覆盖人数
- ✓ 访问量
- ✓ 参与互动
- ✓ 应用安装量
- ✓ 视频观看量
- ✓ 潜在客户开发
- ✓ 消息互动量
- ✓ 转化量
- ✓ 目录促销

品牌认知	购买意向	行动转化
 品牌知名度	 访问量	 转化量
 覆盖人数	 参与互动	 目录促销
	 应用安装量	 潜在客户开发
	 视频观看量	
	 潜在客户开发	
	 消息互动量	





2. 支持分组测试的广告目标和变量

四种变量可选择测试，科学分组实验找出最优方案

拆分对比测试变量

[详细了解](#)

了解不同策略对广告表现的影响。拆分对比测试让你通过以下方式清楚了解测试结果：



- 无重叠受众：潜在覆盖人群将随机拆分至各广告组，确保测试的准确性
- 测试单一变量：使用相同广告组，只有你希望测试的变量不同
- 测试结果通知：测试结束后，你将收到测试结果的邮件通知

受众 ▼

创意

投放优化

✓ 受众

版位



2. 支持分组测试的广告目标和变量

投放优化变量

投放优化 (变量)

根据你的业务目标，选择广告投放的方式。 [详细了解](#)。

广告组A

广告投放优化方式 ⓘ

链接点击量 ▼

竞价金额 ⓘ

自动 - 让 Facebook 为你设置竞价，以最优价格获得最多链接点击量。

手动 - 自行设置对你最合理的“链接点击”竞价

计费方式 ⓘ

展示次数

[更多选项](#)

广告组B

广告投放优化方式 ⓘ

展示次数 ▼

竞价金额 ⓘ

链接点击量

我们会向目标人群展示广告，帮助你以最低费用在 Facebook 站内站外获得最多目标位置链接点击量。

落地页浏览量

我们会把你的广告投放给更可能点击广告链接并加载落地页的用户。你需要在落地页安装像素才能追踪浏览量。

✓ 展示次数

我们将尽可能频繁地向用户投放广告。

单日独立覆盖人数

我们将每天最多向用户投放一次广告。



2. 支持分组测试的广告目标和变量

受众变量

受众 (变量)

根据你的业务目标，确定广告的目标受众。 [详细了解。](#)

广告组A

受众：

地区： 美国

年龄： 18 - 65+

兴趣扩展： 关

广告组B

受众：

地区： 美国

年龄： 18 - 65+

性别： 男性

兴趣扩展： 关



2. 支持分组测试的广告目标和变量

版位变量

版位 (变量)

根据你要达成的目标来设置广告要面向的目标人群。 [详细了解](#)。

广告组A

自动版位 (推荐)

系统将自动选择最有利于广告表现的版位，向受众营销。为实现这个目标，版位应包括 Facebook、Instagram、Audience Network 和 Messenger。 [详细了解](#)。

编辑版位

移除版位可能会减少覆盖人数，导致你无法完成预期目标。 [详细了解](#)。

广告组B

自动版位 (推荐)

系统将自动选择最有利于广告表现的版位，向受众营销。为实现这个目标，版位应包括 Facebook、Instagram、Audience Network 和 Messenger。 [详细了解](#)。

编辑版位

移除版位可能会减少覆盖人数，导致你无法完成预期目标。 [详细了解](#)。

设备类型

所有设备 (推荐) ▼

素材定制 ⓘ

选择支持素材定制的所有版位

2. 支持分组测试的广告目标和变量

素材变量

 广告A	
— 广告发布身份	✓
— 格式	✓
— 链接	✓
 广告B	✓
 测试其他广告	



3. 如何创建分组测试---以受众为变量为例

Facebook Ads Manager interface showing the 'Ad Series' tab. A red box highlights the '+ 创建' (Create) button, and a red arrow points to it from the right. The table below shows columns for Ad Name, Status, Performance, Reach, Impressions, Cost per Result, Budget, and Spend.

<input type="checkbox"/>	广告系列名称	投放状态	成效	覆盖人数	展示次数	单次成效费用	预算	花费金额
<input type="checkbox"/>		投放中						
<input type="checkbox"/>		投放中						
<input type="checkbox"/>		投放中						
<input type="checkbox"/>		投放中						
<input type="checkbox"/>		投放中						
<input type="checkbox"/>		投放中						



3. 如何创建分组测试---以受众为变量为例

- 选择适用于分组测试的目标
- 开启拆分对比测试按钮

快速创建 切换到导览式创建 ×

新建广告系列 ▾

广告系列名称

购买类型 竞拍 ▾

营销目标 访问量 ▾

拆分对比测试

创建新广告组 ▾

广告组名称

新建广告 ▾

广告名称

正在创建：1 个广告系列、1 个广告组和 1 条广告

取消 保存草稿



3. 如何创建分组测试---以受众为变量为例

开启拆分对比测试按钮

快速创建 切换到导览式创建

新建广告系列

广告系列名称

购买类型 竞拍

营销目标 访问量

拆分对比测试

变量 受众

广告组数量 2
你可以测试多达5个广告组，对比相互之间的差异，每个广告组只能包含一条广告。

广告组

广告

广告组

广告

最多可同时对**5个**

广告组

正在创建：1个广告系列、2个广告组和2条广告

取消

保存草稿





3. 如何创建分组测试---以受众为变量为例

受众（变量）

受众（变量）

根据你的业务目标，确定广告的目标受众。 [详细了解。](#)

广告组A

受众： 创建或选择保存的受众 ▼

地区： 美国

年龄： 18 - 65+

兴趣扩展： ⓘ 关

编辑

广告组B

受众： 创建或选择保存的受众 ▼

地区： 美国

年龄： 18 - 65+

性别： 男性

兴趣扩展： ⓘ 关

编辑



3. 如何创建分组测试---以受众为变量为例

预算和排程设定

拆分对比测试预算和排期

预算 ▼
¥200 JPY
每日花费的实际金额可能有所不同。 ⓘ

拆分 ▼

广告组A	<input type="text" value="¥100"/>	50.00%
广告组B	<input type="text" value="¥100"/>	50.00%

开始日期
东京时间

结束日期
东京时间

判断出优胜广告组，即可提前结束测试 ⓘ

拆分 ▼

- ✓ 平均拆分
- 加权拆分对比

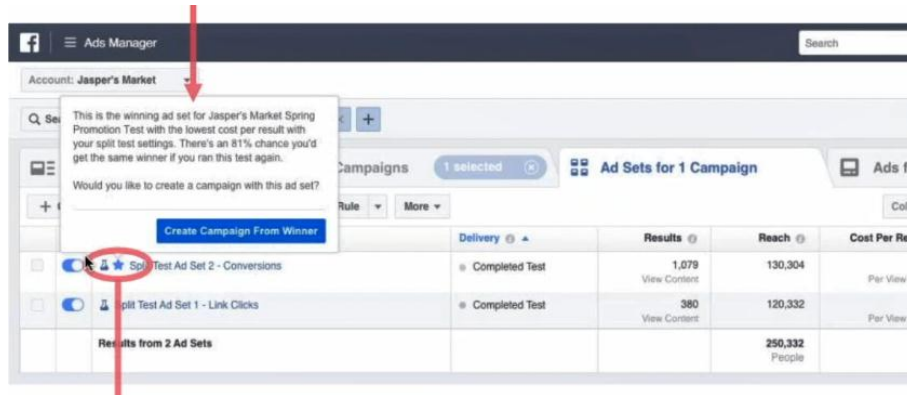
小贴士：

- 建议最少要3天，最多14天
- 三天以下无法提供精准的测试结果
- 14天以上可能导致未有效使用预算

衡量和对比广告表现

测试将根据广告目标去衡量每个广告组成功与否，并记录和对比成效。表现好的广告组胜出。测试结束后，你将收到测试结果的邮件通知。使用成效分析来优化你的广告策略、设计下一个广告系列并测试新变量。

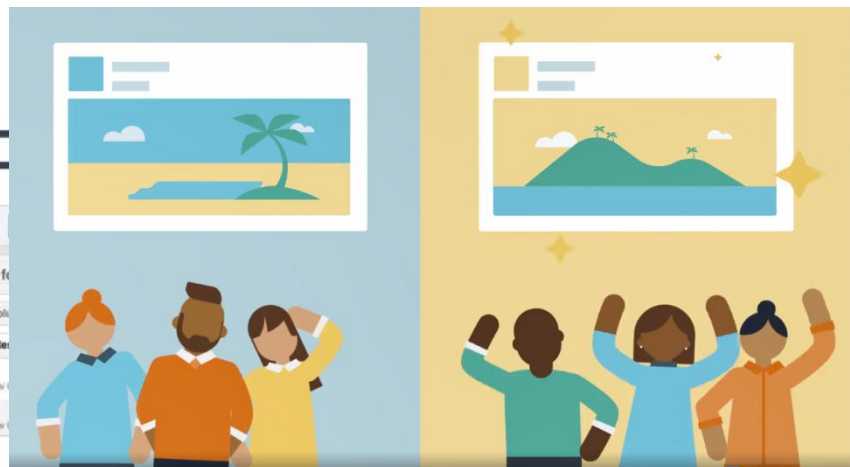
直接从胜出的广告组建立新的广告组



The screenshot shows the Facebook Ads Manager interface. A red arrow points to a notification box that says: "This is the winning ad set for Jasper's Market Spring Promotion Test with the lowest cost per result with your split test settings. There's an 81% chance you'd get the same winner if you ran this test again." Below this, a red circle highlights a star icon next to the winning ad set, and a red arrow points to the "Create Campaign From Winner" button.

Delivery	Results	Reach	Cost Per Result
Completed Test	1,078 View Content	130,304	Per View
Completed Test	380 View Content	120,332	Per View
Results from 2 Ad Sets		250,332 People	

胜出的广告组合将会以星星作为标签



分组测试---筛选条件

1

透过筛选“分组测试”
更容易地分析成效



2

能够对在投放中的分
组测试进行编辑



分组测试---实际操作

主推产品：棉麻类连衣裙

推广国家地区：美国

广告目标	访问量
投放方式	分组测试
优化方式	链接点击量
目标受众	广告组A: 女性; 35-55岁; 裙子 广告组B: 已保存的受众 (女性; 35-55岁; 观看视频95%以上)
创意	图片轮播



广告测试向导

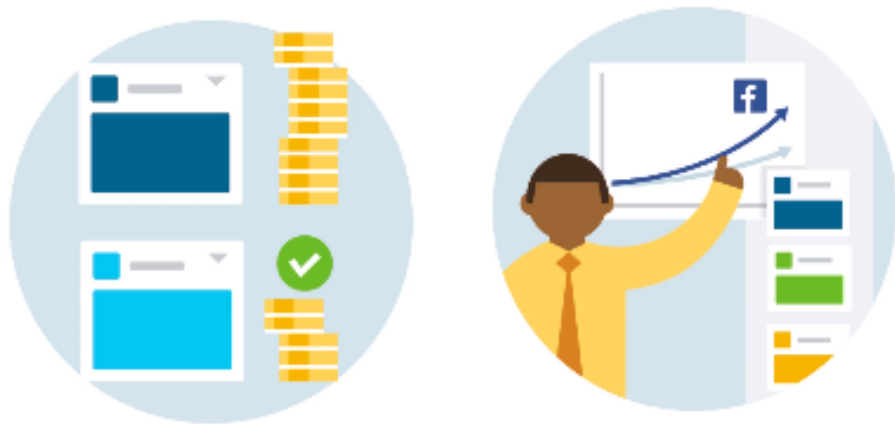
广告测试向导功能简介

系统测试原理

如何进行测试



1. 广告测试向导功能简介---什么是广告测试向导？



测试广告策略，找出最有效的策略，了解Facebook广告对业务的总体影响



1. 广告测试向导功能简介---什么是广告测试向导？



Ad Campaign: 哪个广告活动可带来花费最低的转化？



哪类Facebook广告效果最好？



Ad Account: 整个广告账户透过Facebook广告能带来多少转化？



Facebook广告有什么X用？



2. 系统测试原理---Facebook广告有什么X用？





3. 如何进行测试

Step 1

进入测试向导

The screenshot shows the Facebook Ads Manager interface. At the top, there is a search bar and a notification bell. Below the header, the interface is divided into five main sections: 广告策划 (Ad Planning), 创建和管理 (Create and Manage), 成效衡量与报告 (Performance Measurement and Reporting), 资产 (Assets), and 设置 (Settings). The '成效衡量与报告' section is expanded, showing a list of options including '广告报告' (Ad Report), '广告测试向导' (Ad Testing Wizard), 'Analytics', '事件管理工具' (Event Management Tools), '像素' (Pixels), '线下事件' (Offline Events), '应用事件' (App Events), '自定义转化事件' (Custom Conversion Events), and '合作伙伴集成' (Partner Integrations). The '广告测试向导' option is highlighted with a red box, and a red arrow points to it from the left. At the bottom of the page, there is a small information icon and the text: '将鼠标悬停在任意链接上进一步了解。' (Hover over any link to learn more.)



3. 如何进行测试

Step 2

选择测试问题

What question do you want to answer?



Which campaign causes the lowest cost conversions to occur?

What you'll get: We'll calculate and compare the cost per incremental conversion of 2 campaigns. [详细了解。](#)

What you'll need:

- A Facebook ad account with active campaigns.
- Events that are being tracked via a Facebook pixel, app or an offline data source.

Set Up Test



How many conversions are all my Facebook ads causing?

What you'll get: We'll tell you how much your Facebook ad account increases the rate at which people convert or purchase your product or service. [详细了解。](#)

What you'll need:

- A Facebook ad account with active campaigns.
- Events that are being tracked via a Facebook pixel, app or an offline data source.

Set Up Test



3. 如何进行测试

Step 3

设置并运行测试

Set Up Test

Ad account: [redacted]
Which campaign causes the lowest cost conversions to occur?

Test Name
Give your test a name so that you can easily find its results later.
Test Name

Campaigns
Select 2 campaigns to compare in this test. [详细了解。](#)

Campaign 1

Campaign 2

Conversion Events
Add up to 10 events to be used as conversions in this test. You'll be able to see results per event. [详细了解。](#)

Facebook Pixel

Events

App Events

Offline Events

Schedule
Choose a date range for your test. [详细了解。](#)

Start

End

Your test will start on 2018-6-27 and will run for 28天, ending on 2018-7-25.

You need at least 100 conversions before you can see results.



3. 如何进行测试

Step 4

学习成果并分析

Facebook Ads interface showing the 'Test' section. The header includes the Facebook logo, '广告测试向导', a search bar with '搜索', and navigation icons for notifications, flags, settings, and help ('获取帮助 ?'). Below the header, there are tabs for 'Test' and '学习'. The main content area contains a 'Create New Test' button and a 'Cancel Test' button. A table lists the test details:

<input type="checkbox"/>	Name	Test Question	Status	Test Schedule
<input type="checkbox"/>	111	Which campaign causes the lowest cost conversions to occur?	Planned	2018年6月27日 15:04 – 2018年7月25日 15:04

测试考量



参与测试的广告系列要有相对应的测试金额



保持测试变量不同而其他变量一致



如在测试期间需调整任何变量，另一个系列也调整相应变量



广告系列同时开始和结束



在测试之前，您需要有：

- Facebook广告账户，且有活跃的广告
- 安装Facebook像素或SDK记录相应事件



新功能

广告系列预算优化

meel 



1. 什么是广告系列预算优化？



访问量

让更多用户前往 Facebook 站内站外的目标位置，例如网站、应用或 Messenger 对话。

广告系列名称 ⓘ

访问量

创建拆分对比测试 ⓘ



对你的广告创意、版位、受众和投放优化策略进行 A/B 测试。

预算优化 ⓘ



全盘优化广告组预算

继续

广告系列预算优化用于优化广告系列预算在各广告组之间的分配

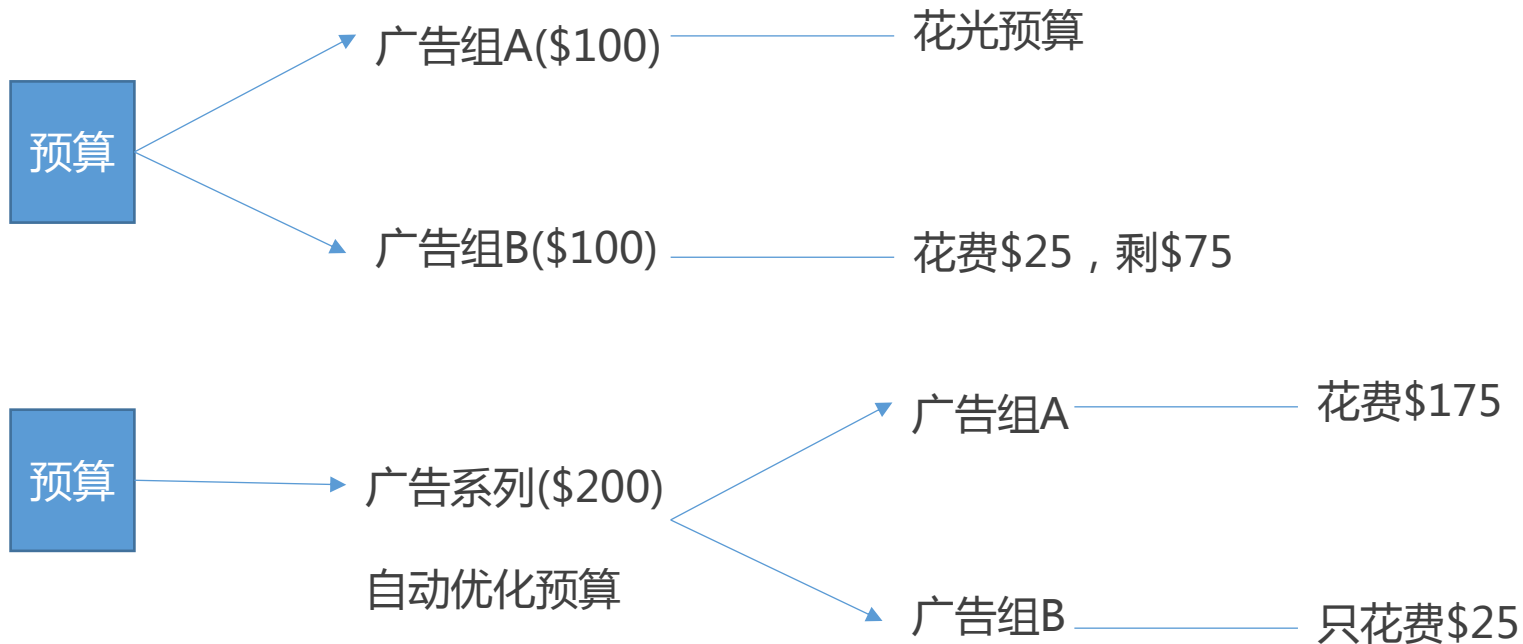


2. 广告系列预算优化的优势

- ✓ 逐一评估各个成效实现机会，实时优化您的广告系列预算。
- ✓ 在广告系列层级设置预算，并允许在一定程度上灵活调整预算在各广告组间的分配
- ✓ 通过广告系列取得尽可能多的成效
- ✓ 减少要手动管理的预算数量来简化广告系列的设置以及达到省时省力的目的



2. 广告系列预算优化的优势





3. 如何设置广告系列预算优化

广告系列名称 ⓘ

访问量

创建拆分对比测试 ⓘ



对你的广告创意、版位、受众和投放优化策略进行 A/B 测试。

预算优化 ⓘ



全盘优化广告组预算

广告系列预算 ⓘ

单日预算 ▾

\$100.00

每日花费的实际金额可能有所不同。 ⓘ

广告系列竞价策略 ⓘ



最低费用 - 在广告组层级充分利用预算。



设置竞价上限



目标费用 - 当你提高预算时，将每个广告组的单次成效费用稳定在平均值。

继续

总结

meel 



为啥用FACEBOOK测试工具



Random
Sampling

系统随机分组
避免客群重叠



People-based

以人为本衡量
规范测试变量



API

可利用FB API
自动化规模化



Actionable
Result

统一测试口径
结果容易解读



FACEBOOK测试工具如何选择

	分组测试	广告测试向导	广告系列预算优化
定位	优化（通过测试快速找到优化变量的最优解）	快速证明（通过测试快速证明FB有用）	预算分配（通过优化广告系列预算，以获得最大成效）
测试变量	<ul style="list-style-type: none">• Campaign level• 共4个测试变量，每次最多测试一个变量，最多创建5个广告	<ul style="list-style-type: none">• Campaign level/Account level	<ul style="list-style-type: none">• Campaign level• 竞价上限



谢谢

www.meetsocial.cn

Janet Huang

飞书互动 Facebook优化师



飞书线上课程问卷
(提交后即可获得本次课程的课件)



公众号：飞书逸途

meel



联系我们

Contact Us

电 话

Call Us

021-1234567

邮 件

Email Us

021-1234567

公 众 号

Follow Us

021-1234567