



广告投放实操 手把手教你投放广告

www.meetsocial.cn

Ilaria Shuai

飞书互动 SMB Facebook 优化师

meel



I N D E X

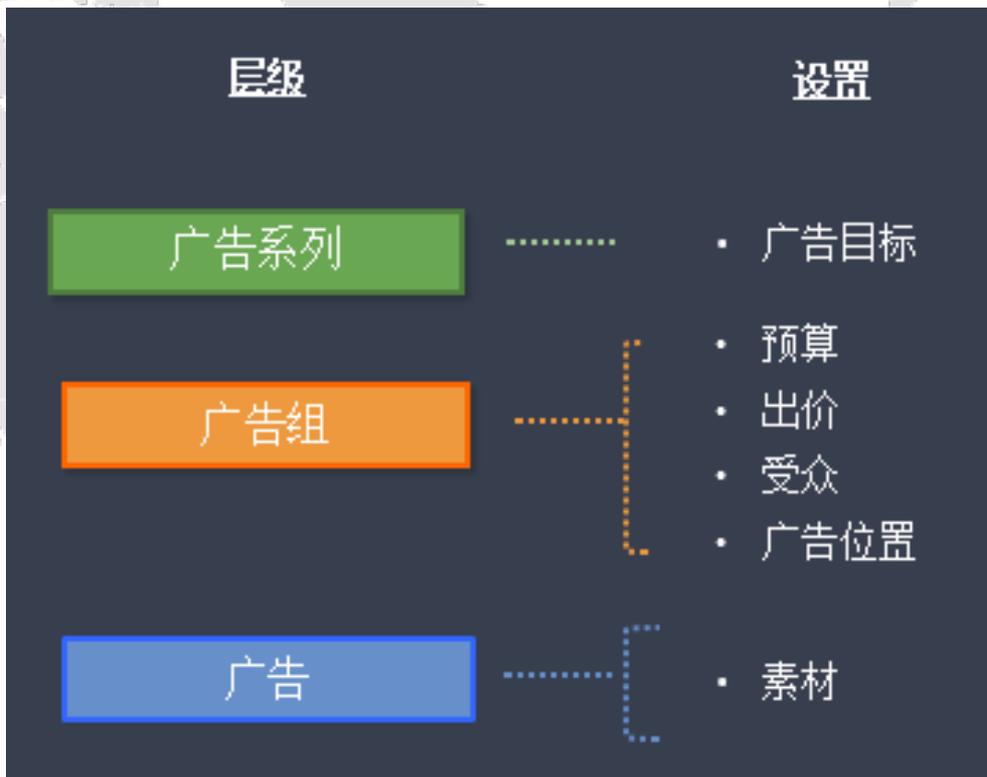
目 录

1.广告架构

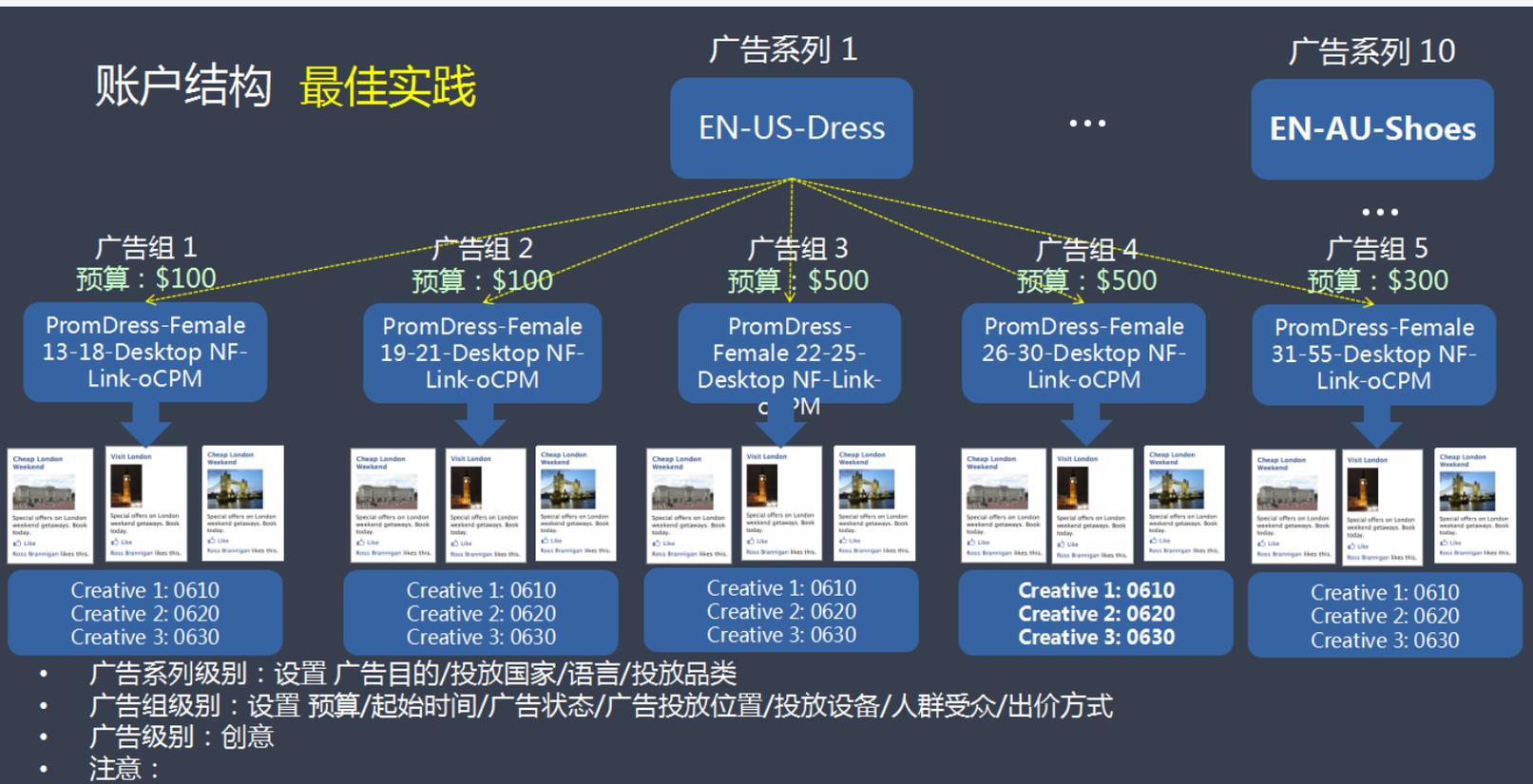
2.广告系列层级

3.广告组层级：
a.转化事件
b.优惠
c.受众
d.版位
e.预算和排期

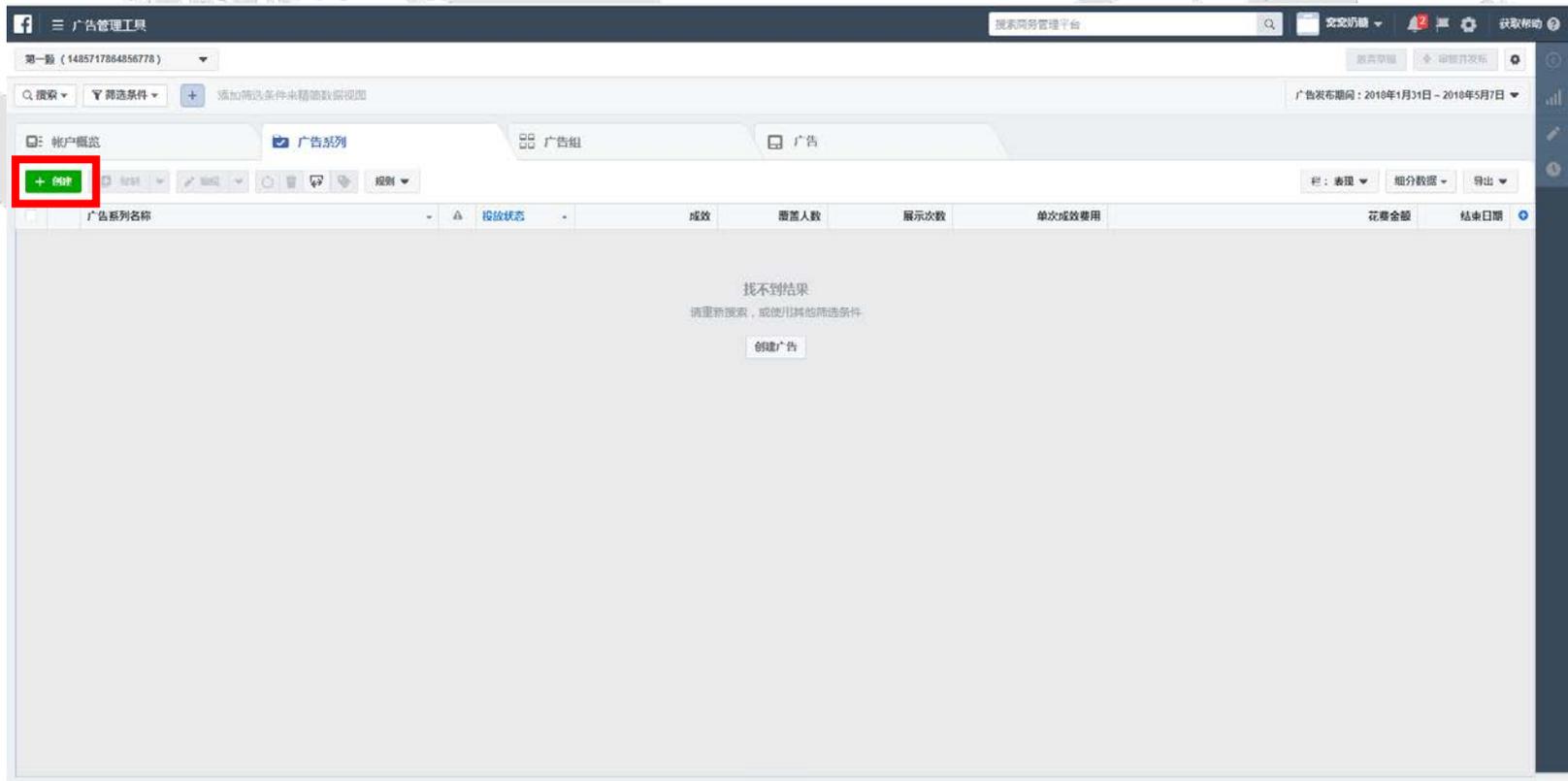
4.广告层级：
a.广告发布身份
b.格式
c.链接



账户结构 最佳实践



1. 打开“广告管理工具”，创建广告



The screenshot displays the Facebook Ads Manager interface. At the top, the navigation bar includes the Facebook logo, the text '广告管理工具', a search bar, and utility icons. Below this, the account ID '第一版 (1485717864856778)' is shown. The main content area features a search bar and a date range for the ad campaign: '广告发布期间: 2018年1月31日 - 2018年5月7日'. A navigation bar below the search bar contains tabs for '帐户概述', '广告系列', '广告组', and '广告'. The '广告系列' tab is active, and a red box highlights the '+ 创建' (Create) button. Below the navigation bar, a table header is visible with columns: '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', '花费金额', and '结束日期'. The main content area is currently empty, displaying a message: '找不到结果' (No results found), '请重新搜索, 或使用其他的筛选条件' (Please search again, or use other filter conditions), and a '创建广告' (Create Ad) button.

2. 广告系列层级

广告管理工具 搜索广告管理平台 提交订单 获取帮助

第一屏 (148517864856778) 新建广告系列 广告系列：选择目标。 切换到快速创建

你的营销目标是什么？ 帮助：选择目标

a.

| 品牌认知 | 购买意向 | 行动转化 |
|-------|--------|---|
| 品牌知名度 | 访问量 | <input checked="" type="checkbox"/> 转化量 |
| 覆盖人数 | 参与互动 | 目录促销 |
| | 应用安装量 | 店铺访问量 |
| | 视频观看量 | |
| | 潜在客户开发 | |
| | 消息互动量 | |

b.

转化量

吸引用户在你的网站、应用或 Messenger 中执行更多有价值的操作，例如：添加支付信息或购物、使用 Facebook 像素或应用事件来追踪并衡量转化量。

创建新对比测试：对你的广告创意、展位、受众和投放优化策略进行 A/B 测试。

广告系列名称

[设置广告账户](#)

关闭

2a. 如何选择广告目标

| | 广告目标 | 适用情况 | 支持平台 | 支持的广告格式 |
|------------------------------------|-----------|---|---|--------------------|
| 品牌认知 激发受众对商品或服务的兴趣。 | 1. 品牌知名度 | 面向更可能回想起广告的用户推广，提高品牌知名度。 | facebook, instagram | 单图片 单视频 轮播 幻灯片 |
| | 2. 覆盖人数 | 向尽可能多的受众展示广告。 | facebook, instagram | 单图片 单视频 轮播 幻灯片 |
| 购买意向 吸引受众开始考虑您的业务，并进一步了解业务详情。 | 1. 访问量 | 增加网站的访问量，或吸引更多用户使用应用。选择访问量目标可以：吸引更多网站访客，提高应用使用率 | facebook, instagram, AudienceNetwork, Messenger | 单图片 单视频 轮播 幻灯片 精品栏 |
| | 2. 应用安装量 | 吸引用户前往应用商店下载应用。 | facebook, instagram, AudienceNetwork, Messenger | 单图片 单视频 轮播 幻灯片 |
| | 3. 参与互动 | 吸引更多用户查看帖子或主页，并参与互动。选择参与互动目标可以： 1. 速推帖子（帖文互动） 2. 推广主页（主页赞） 3. 吸引用户领取主页上的优惠（优惠领取） 4. 增加主页活动的参与人数（活动响应） | facebook, instagram | 单图片 单视频 幻灯片 |
| | 4. 视频观看量 | 建议通过推广展示幕后花絮、产品发布或客户故事的视频来提高品牌知名度。 | facebook, instagram, AudienceNetwork | 单视频 轮播 幻灯片 |
| | 5. 潜在客户开发 | 收集对业务感兴趣的潜在客户的信息，例如电子邮箱。 | facebook, instagram, Messenger | 单图片 单视频 轮播 幻灯片 |
| | 6. 消息互动量 | 吸引更多用户与您的业务展开对话，以便开发潜在客户、提升交易量、回答用户问题或提供支持。 | facebook, instagram, Messenger | 单图片 单视频 轮播 幻灯片 |
| 行动转化 吸引对您的业务感兴趣的客户购买或使用您的商品或服务。 | 1. 转化量 | 吸引更多用户使用网站、Facebook 应用或移动应用。要追踪和衡量转化量，可使用 Facebook 像素或应用事件。 | facebook, instagram, AudienceNetwork, Messenger | 单图片 单视频 轮播 幻灯片 精品栏 |
| | 2. 目录促销 | 根据目标受众展示目录中的商品 | facebook, instagram, AudienceNetwork | 单图片 轮播 |
| | 3. 店铺访问量 | 向多家分店周边的人群推广业务 | facebook | 单图片 单视频 轮播 幻灯片 精品栏 |

2b. 如何为广告命名

| Country | Targeting Type | Campaign Name |
|---------|----------------|---------------|
| US | WCA | US_WCA |
| US | Email CA | US_Email CA |
| US | Lookalike | US_Lookalike |
| US | Interest | US Interest |

区分不同的定位类型

| Mobile/PC | Product | Country | Targeting Type | Campaign Name |
|-----------|---------|---------|----------------|-----------------------|
| M | Dress | US | WCA | M_Dress_US_WCA |
| M | Dress | US | Email CA | M_Dress_US_Email CA |
| M | Dress | US | Lookalike | M_Dress_US_Lookalike |
| M | Dress | US | Interest | M_Dress_US Interest |
| PC | Dress | US | WCA | PC_Dress_US_WCA |
| PC | Dress | US | Email CA | PC_Dress_US_Email CA |
| PC | Dress | US | Lookalike | PC_Dress_US_Lookalike |
| PC | Dress | US | Interest | PC Dress US Interest |

- 区分不同的定位类型
- 区分PC和Mobile
- 区分产品类别

3.广告组层级

第一颗 (1485717864856778) ▾

广告系列
目标 ✓

广告帐户
新建

广告组

- 转化事件 a
- 优惠 b
- 受众 c
- 版位 d
- 预算和排期 e

广告
广告发布身份
关闭

新建广告组 ⓘ 批量新建广告组 ⓘ

广告组名称 ⓘ 18+ 高级选项 切换到快速创建

转化事件
选择希望推广的网站或应用，然后选择转化像素或应用事件。如果你还没有像素或应用事件，系统将向你显示创建说明。

网站 ⓘ

Facebook 像素
你可以创建像素来进行追踪、优化、再营销。详细了解。
创建像素

应用
 Messenger ⓘ

受众规模
受众信息不可用。
具体 广泛

Potential Reach : 无法预估 ⓘ
你的细分定位条件目前设为允许兴趣扩展。 ⓘ

预估每日成效
无法获得成效。 ⓘ

优惠
创建目标客户可以收藏并获得提醒的优惠，最终提高转化量。 详细了解。 关

3-a.转化事件

用户点击广告即可打开 Messenger 并和你的业务主页开始对话。你的广告将显示给更可能打开 Messenger 的用户。

转化事件

选择希望推广的网站或应用，然后选择转化像素或应用事件。如果你还没有像素或应用事件，系统将向你显示创建说明。

网站

请选择转化事件。

应用

Messenger 

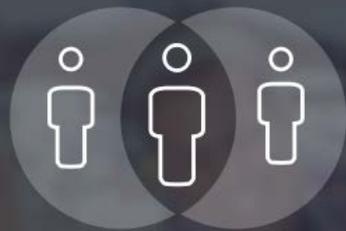
3-b.优惠

优惠是指您在 Facebook 与客户分享的折扣。如果您是 Facebook 主页的管理员或编辑，可以创建优惠广告，吸引用户前往您的网店和实体店购物



Audiences
核心受众

——细分/精准定位受众



Custom
Audiences
自定义受众

—— 已知客户FB追踪，
再营销 (remarketing)



Lookalike
Audiences
类似受众

—— 种子客户发散式/扩
散追踪

3-c.受众-核心受众

核心受众是营销者根据人口统计数据、地区、兴趣和关系网络制定的受众。是获取新客户的主要方式



3-c.受众-自定义受众

自定义受众(Custom audience) 是根据广告主提供自己数据库中的信息（网站、移动应用、客户名单、互动自定义受众），系统Facebook用户中进行匹配寻找到现有受众。

每个广告帐户最多可创建 500 个自定义受众。





3-c.受众-自定义受众

视频用户再营销

参与互动 ①

选择内容类型

浏览

过去 ②

视频观看时间达 3 秒的用户

视频观看时间达 10 秒的用户

受众名称

People who have watched at 25% of your video

People who have watched at 50% of your video

People who have watched at 75% of your video

People who have watched at 95% of your video

3-c.受众-自定义受众

主页互动用户再营销

创建自定义受众

包含符合以下 任意 条件的用户：

主页：Coverage

与你主页互动的所有用户 过去 365 天

与你主页互动的所有用户

任何访问过你主页的用户

与任意帖子或广告互动的用户

点击任意行动号召按钮的用户

向主页发送用户消息的用户

收藏主页或主页帖的用户

包含更多 排除

50 显示描述

返回 创建受众

3-c.受众-类似受众

利用已生成的自定义受众，创建与现有客户相似的类似受众，相同或相似特质可能体现在：地区、年龄、性别、兴趣和行为等等，这样广告就可以覆盖更多关注您业务的用户。

复制你最有价值的用户



重度型玩家

购买过的用户

安装过app的用户

3-c.受众-类似受众

來源



网站访客

客户邮箱/电话

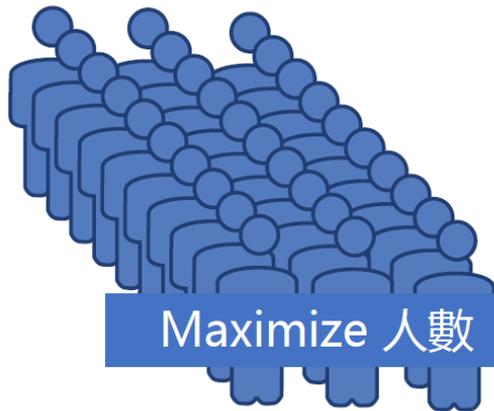
- 主页粉丝
- 互动用户
- 视频用户

类似受众
Top 1%



Maximize 相似度

类似受众
Top 10%



Maximize 人數

3-c.受众-类似受众

创建类似受众

找到 Facebook 上与现有受众相似的新受众。 [详细了解。](#)

来源 ⓘ

新建 ▾

地区 ⓘ

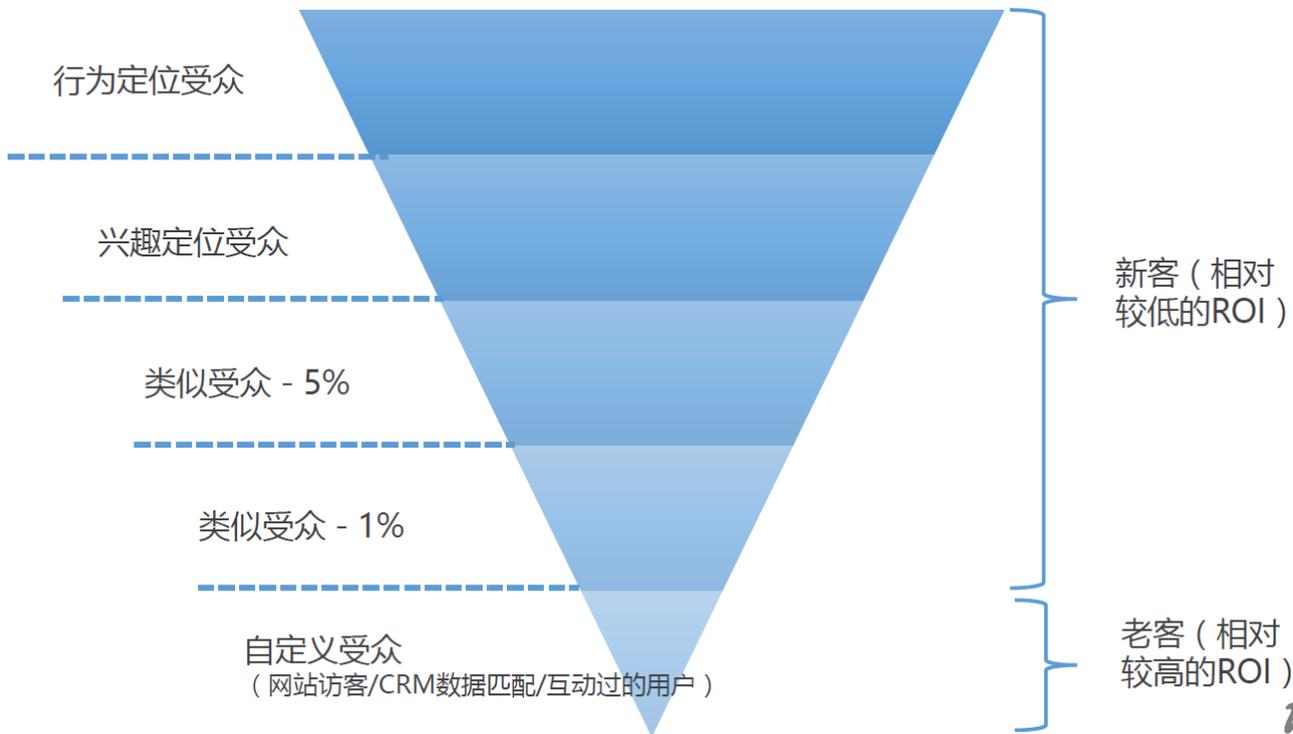
受众规模 ⓘ

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 % 的国家/地区

你可以选择国家/地区总人口的 1% 到 10% 作为广告受众规模，1% 代表最接近受众来源的规模。

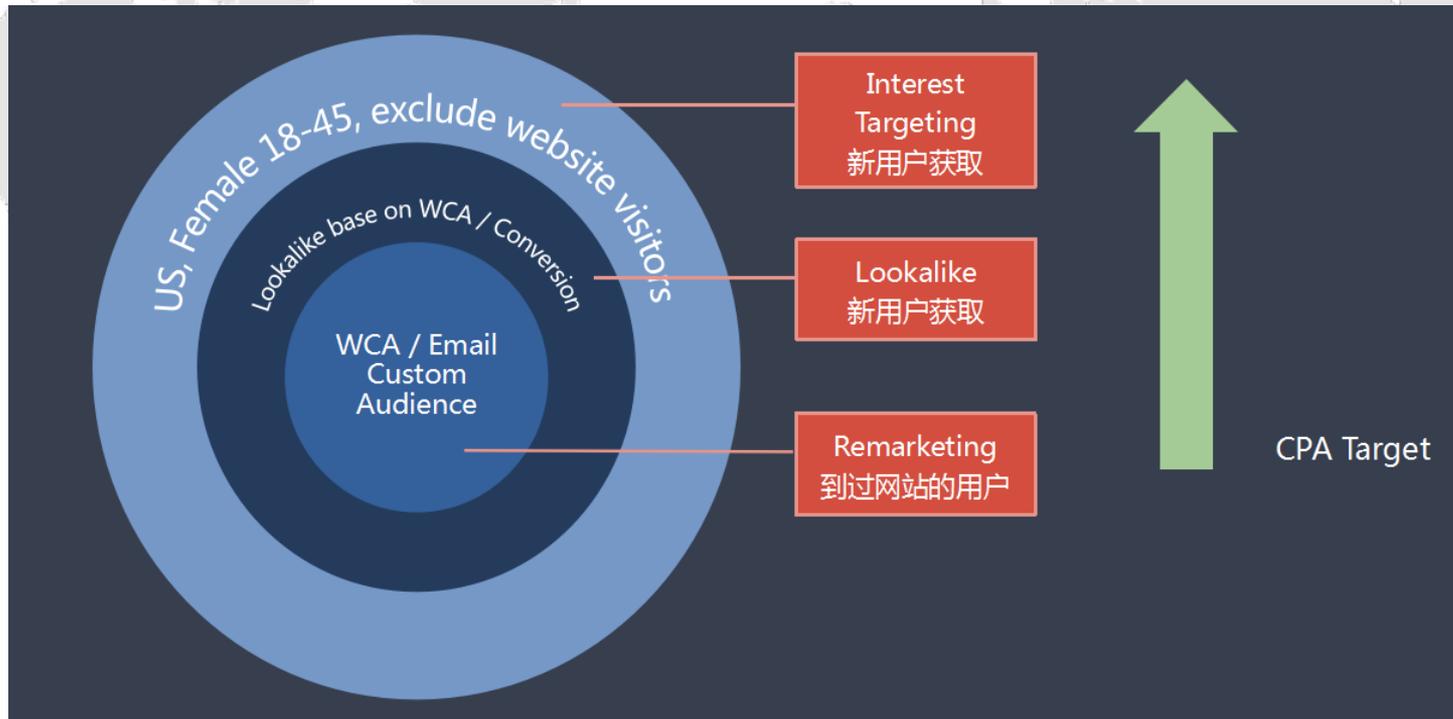
显示高级选项 ▾

3-c.受众-如何选择用哪种受众



3-c.受众-如何选择用哪种受众

三类不同的定位方式，针对不同受众，达到的目标不同



3-c.受众

- c1-自定义受众
- c2-地区
- c3-地区选择
- c4-语言
- c5-细分定位
- c6-关系

受众
设置广告的目标受众。详细了解。

新建受众 使用保存的受众

c1— 自定义受众

c2— 地区

c3—



批量添加地区

年龄 -

性别

c4— 语言

c5— 细分定位

排除用户

当能够以更低的单次转化费用提高转化量时，系统就会扩展兴趣范围。

c6— 关系

受众规模



目标受众定位范围过广。

Potential Reach : 19,000,000人
你的细分定位条件目前设为允许兴趣扩展。

预估每日成效

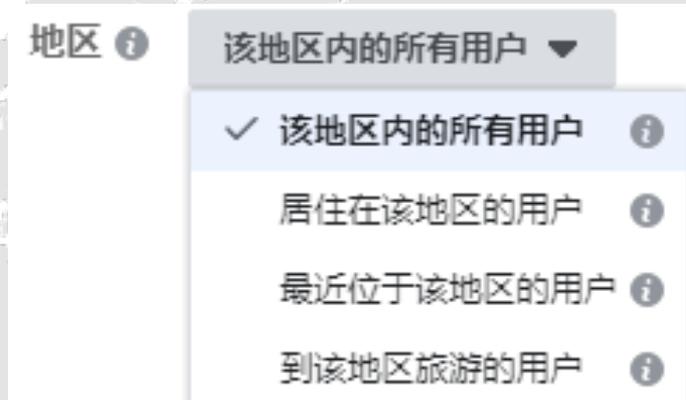
覆盖人数
2,700 - 15,000

预计数据的准确性受往期广告系列数据、所输入预算和市场数据等因素影响。这些数据将根据你的预算提供大致的广告表现，但只是预计值，并不保证实际成效。

这些预计数据是否有帮助？

3-c. 受众

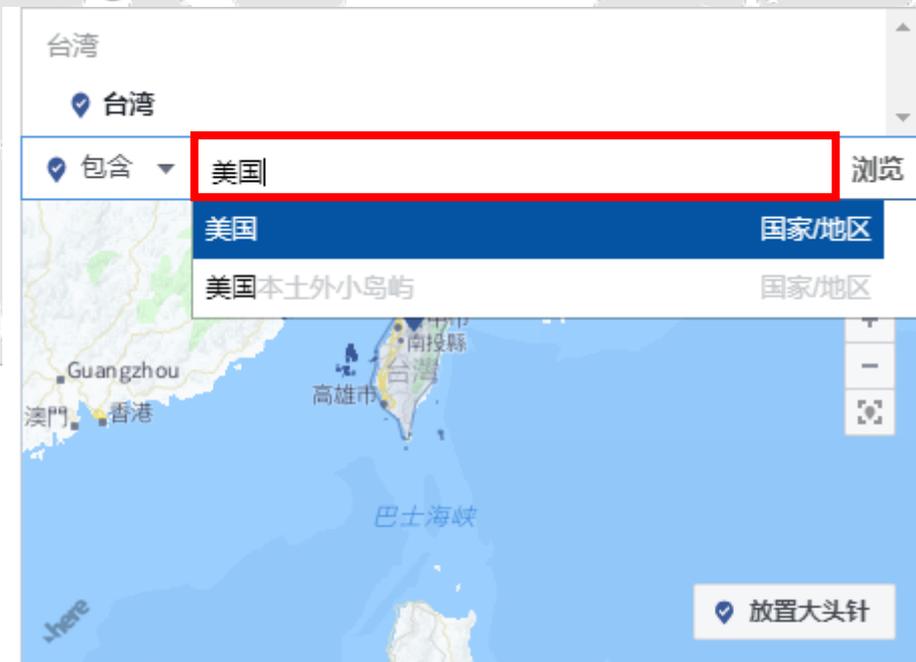
- C2-地区 :**
1. 该地区的所有用户
 2. 居住在该地区的用户
 3. 最近位于该地区的用户
 4. 到该地区旅游的客户



3-c.受众

C3-地区选择：广告投放地区的选择共有三种方法，如下：

方法1：直接在检索框（图内红框位置）输入国家或地区名称



批量添加地区

3-c.受众

C3-地区选择：广告投放地区的选择共有三种方法，如下：

方法2：点击“浏览”（图内红框位置），直接选择国家

The screenshot displays the Meel targeting interface. At the top, a search bar contains '台湾' (Taiwan). Below it, a dropdown menu is open, showing options: '国家/地区' (Country/Region), '区域' (Region), and '保存的地区' (Saved Regions). A red box highlights the '浏览' (Browse) button. A red arrow points from this button to a list of regions on the right. The list includes: '国家/地区' (Country/Region), '非洲' (Africa) - selected with a blue checkmark and '全选' (Select All) button, '亚洲' (Asia), '加勒比地区' (Caribbean), '中美洲' (Central America), '欧洲' (Europe), '北美洲' (North America), '大洋洲' (Oceania), and '南美洲' (South America). To the right of the list, a detailed description for '非洲' is shown, including a list of countries and a '放置大头针' (Place Pin) button on a map.

台湾

台湾

包含 输入更多地区名称 **浏览**

国家/地区 区域 保存的地区

国家/地区 非洲 亚洲 加勒比地区 中美洲 欧洲 北美洲 大洋洲 南美洲

国家/地区 > 非洲

描述：定位非洲的所有国家。

国家/地区：中非共和国, 乌干达, 乍得, 佛得角, 冈比亚, 几内亚, 几内亚比绍共和国, 刚果共和国, 刚果民主共和国, 利比亚, 利比里亚, 加纳, 加蓬, 南苏丹, 南非, 博茨瓦纳, 卢旺达, 厄立特里亚, 吉布提, 喀麦隆, 圣多美和普林西比, 圣赫勒拿, 坦桑尼亚, 埃及, 埃塞俄比亚, 塞内加尔, 塞拉利昂, 塞舌尔, 多哥, 安哥拉, 尼日利亚, 尼日尔, 布基纳法索, 布隆迪, 摩洛哥, 科威特, 毛里塔尼亚, 毛里求斯, 苏丹, 刚果(金), 利比亚, 利比亚

放置大头针

3-c.受众

C3-地区选择：广告投放地区的选择共有三种方法，如下：

方法3：点击“批量添加地区”（图内红框1位置），直接（红框2位置）批量输入地区名称

包含 输入更多地区名称 浏览

北美洲 欧洲 亚洲
北大西洋 非洲 印度洋
南美洲 南大西洋 大洋洲

放置大头针

批量添加地区 1

批量添加地区

选择地区类型
你每次只能添加一种类型的地区（例如：国家）。

地区类型：**选择**

- 选择
- 国家/地区
- 州/省/区
- DMA（指定营销地区）
- 城市
- 邮编
- 地址

取消 匹配地区

放置大头针

批量添加地区

添加地区
请在下方输入或粘贴地区。你可以每行添加一个地区，也可以用逗号或分号把地区分隔开。详细了解。

地区类型：**国家/地区**

例如：
美国
法国
新加坡，加拿大
英国；墨西哥

2

取消 匹配地区

3-c. 受众

C3-地区选择：排除无用的地区的。如图中（红色框位置）所示，选择排除选项后，在搜索栏中输入需要排除的地区，然后选择。



3-c.受众

C4-语言：如果目标受众使用的语言是以上所选地点的通用语言，请将此项留空

年龄 ⓘ

18 ▼

-

65+ ▼

性别 ⓘ

不限

男性

女性

语言 ⓘ

输入语言...

3-c.受众

C5-细分定位简介：

- 1.细分定位一个定位选项，在此细化广告的受众群。使用额外的人口统计数据、兴趣和行为来实现这一操作。
- 2.也可以不设置任何兴趣词，进行泛投

细分定位 ⓘ 包含至少符合一项条件的用户 ⓘ

添加人口统计数据、兴趣和行为

| 建议 | 浏览

排除用户

3-c.受众

C5-细分定位：有两种方法找到受众

方法1：
如右图，在红色框位置，输入兴趣词

方法2：
如右图，点击“浏览”，红色框位置，
选择兴趣词

细分定位 ⓘ 包含至少符合一项条件的用户 ⓘ

添加人口统计数据、兴趣和行为 | 建议 | 浏览

排除用户

当能够以更低的单次转化费用提高转化量时，系统就会扩展兴趣范围。 ⓘ

细分定位 ⓘ 包含至少符合一项条件的用户 ⓘ

添加人口统计数据、兴趣和行为 | 建议 | 浏览

- ▶ 人口统计数据 ⓘ
- ▶ 兴趣 ⓘ
- ▶ 行为 ⓘ
- ▶ 更多类别 ⓘ

3-c.受众

C5-细分定位 — 排除用户与扩展兴趣范围

1.排除用户：选择新条件，排除受众中的部分用户。（每添加一个选项，受众的规模就会缩小）

细分定位 ⓘ 包含至少符合一项条件的用户 ⓘ

添加人口统计数据、兴趣和行为

1

排除用户

细分定位 ⓘ 包含至少符合一项条件的用户 ⓘ

添加人口统计数据、兴趣和行为

| 建议 | 浏览

排除符合以下至少一项条件的用户 ⓘ

×

添加人口统计数据、兴趣和行为

| 浏览

你可以通过排除用户来细化目标受众。在选择排除用户时，请记得我们的广告发布政策禁止不当歧视行为。 [详细了解](#)。

2

当能够以更低的单次转化费用提高转化量时，系统就会扩展兴趣范围。 ⓘ



3-c.受众

C5-细分定位 — 排除用户与扩展兴趣范围

2.扩展兴趣范围：定位扩展功能简介

如果我们认为扩展目标受众会为您带来更好的成效，就会使用定位扩展功能扩展目标受众。借助此功能，我们可以帮您调整兴趣定位条件，面向更多可能助您获得更多或更便宜成效的用户投放广告。

3-c.受众

C6-关系

覆盖与你的主页、应用或活动存在指定关系的用户。这样将会把受众缩小至有指定关系、符合其他定位类别的用户

添加关系类型 ▼

Facebook 主页

主页点赞用户

主页点赞用户的好友

排除主页点赞用户

应用

应用用户

应用用户的好友

排除应用用户

活动

对活动作出回应的用户

排除已回应活动的用户

高级组合



3-d.版位

版位

正确选择版位，高效展示广告。

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。](#)

3-d.版位

展示广告的不同位置称为“版位”。可用的版位包括：

Facebook

动态
即阅文
视频插播位
右边栏
推荐视频
Marketplace

Instagram

动态
快拍

Audience Network

原生、横幅和插屏版位
视频插播位
奖励式视频广告

Messenger

首页
赞助消息

注意：每个版位都可能不可用，具体视广告类型和创意设计而定。详细了解各个广告目标分别适用哪些版位。

3-d.版位

素材定制

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

3-d.版位

通过素材定制，同一条广告在不同的版位可以使用不同的图片或视频。

Facebook Marketplace 为用户发现和购买本地社群及商家出售的商品提供了一个便捷的平台。

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

平台

Facebook

动态

即阅文

视频插播位

右边栏

推荐视频

Marketplace

Instagram

动态

快拍

3-e. 预算和排期

预算和排期

设置预算以及广告展示时间。

1 预算 ⓘ

单日预算 ▾

\$20.00

\$20.00 USD

每日花费的实际金额可能有所不同。 ⓘ

2 排期 ⓘ

从今天开始长期投放

设置开始和结束日期

每周花费将不会超过\$140.00。



3-e.预算和排期

1.预算

单日预算：

设置的单日预算是一个平均值。也就是说，facebook会尽力每天为您带来价值接近单日预算的成效。

总预算：

表示您愿意在整个广告组投放期间花费的金额。广告组的成效费用不会超过总预算。如果您选择匀速投放（建议大多数广告主使用），则系统会在整个广告组投放期间匀速使用预算。

3-e. 预算和排期

2.排期：选择分时间段投放。注意选择排期是您的广告帐户的时区，还是使用受众所在的时区。（如红色框所示）

- 排期 ⓘ
- 从今天开始长期投放
 - 设置开始和结束日期

开始 2018-5-8

16:12

结束 2018-6-8

16:12

(北京时间)

3-e. 预算和排期 — 高级选项

- 1 广告投放优化方式 ⓘ 转化量 ▼
- 2 转化时间窗 ⓘ 点击后的7天或浏览后的1天 ▼
- 3 竞价金额 ⓘ
 - 自动 - 让 Facebook 设置竞价，帮助你以最低花费获得最多转化量。
 - 手动 - 设置单次转化量的预期费用 ⓘ
- 4 计费方式 ⓘ 展示次数
- 5 投放时段 ⓘ
 - 全天投放广告
 - 分时间段投放
- 6 投放类型 ⓘ
 - 匀速 - 在排期内匀速展示你的广告（推荐）
 - 加速 - 尽快展示广告

隐藏高级选项 ▲

3-e. 预算和排期 — 高级选项

1. 广告投放优化方式：

为广告组选择“广告投放优化方式”后，系统便会尽可能高效地为您获得尽可能多的对应成效。

广告投放优化方式 ⓘ

转化量 ▼

✓ 转化量 - 推荐

我们会向目标人群展示广告，帮助你获得最多网站转化量。

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。

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。

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

3-e. 预算和排期 — 高级选项

2. 转化时间窗：

转化时间窗的作用是帮助您告诉facebook您重视什么成效，以便facebook为您获得更多此类型的成效。

转化时间窗涉及两方面要素：

时间跨度（例如：1天、7天）

操作类型（例如：点击、查看）

重要注意事项： 时间窗以外发生的转化不会被用于优化广告投放。

转化时间窗 ⓘ

点击后的7天或浏览后的1天 ▼

点击广告后

点击后的1天

点击后的7天

点击或浏览广告后

点击或浏览后的1天

✓ 点击后的7天或浏览后的1天



3-e.预算和排期 — 高级选项

2.转化事时间窗：

确定转化时间窗时，应记住以下几点：

- 1.商品的购买周期
- 2.您的广告组每周必须获得约 50 次转化，我们的投放系统才能了解广告的最佳受众，转化量越多，越有助于系统寻找最佳受众。
- 3.转化时间窗以外发生的转化可能会显示在您的广告报告中，具体视您的统计时间窗而定。

3-e. 预算和排期 — 高级选项

3. 竞价金额与竞价策略

竞价金额 ⓘ

- 自动 - 让 Facebook 设置竞价，帮助你以最低花费获得最多转化量。
- 手动 - 设置单次转化量的预期费用 ⓘ

竞价策略 ⓘ

- 最低费用 - 根据你的预算，获得最多转化
- 费用均衡 - 当你提高预算时，将单次转化量费用稳定在平均值

\$5.00 /转化量

根据点击后的7天或浏览后的1天转化时间窗。 [详细了解](#)

计费方式 ⓘ

展示次数

访问量

转化量

4. 计费方式：

你的选项决定广告收费方式。对很多优化目标，你将为每次广告展示付费。部分优化目标还允许你选择展示或操作（例如链接点击量或视频 10 秒观看量）。

计费方式 ⓘ

- 展示次数
- 链接点击量 (单次点击费用)

访问量

计费方式 ⓘ

展示次数

转化量

计费方式 ⓘ

- 展示次数
- 观看视频达 10 秒的次数

视频观看量

3-e. 预算和排期 — 高级选项

5. 投放时段：

“分时间段投放”只适合总预算设置

投放时段 ⓘ

- 全天投放广告
- 分时间段投放

投放类型 ⓘ

- 匀速 - 在排期内匀速展示你的广告（推荐）
- 加速 - 尽快展示广告

6. 投放类型：

你可以选择匀速投放或加速投放。
建议大多数广告主选择使用匀速投放方式。

4. 广告层级

第一颗 (1485717864856778) ▼

广告帐户

新建

广告组

- 转化事件 ✓
- 优惠 ✓
- 受众 ✓
- 版位 ✓
- 预算和排期 ✓

广告

广告发布身份

格式

链接

关闭

a
b
c

广告名称 ⓘ

D

高级选项

切换到快速创建

创建广告 使用现有帖子

广告发布身份

Facebook 主页

广告的发布身份是业务对应的 Facebook 主页或 Instagram 帐户。

 QIN QIN CUCINA ▼ +

Instagram 帐户 ⓘ

选择 Instagram 帐户作为广告宣传工具，请在[商务管理平台](#)中管理现有 Instagram 帐户。

 ILARIA_SHUAI ▼

格式

选择广告格式。



4a. 广告层级-广告发布身份

广告发布身份

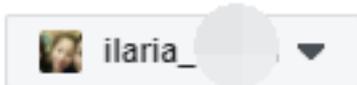
Facebook 主页

广告的发布身份是业务对应的 Facebook 主页或 Instagram 帐户。



Instagram 帐户 ⓘ

选择 Instagram 帐户作为广告宣传工具，请在[商务管理平台](#)中管理现有 Instagram 帐户。



4b.广告层级-格式

格式

选择广告格式。



轮播

选择 2 张 (个) 以上图片/视频创建轮播广告



单图片

每条广告展示一张图片，最多创建6条单图片广告，无额外收费



单视频

用单个视频创建广告



幻灯片

创建图片循环的视频广告 (最多可用10张图片)



新



精品栏

用全屏移动体验呈现精选商品。[详细了解。](#)



添加全屏体验

全屏落地页能为移动用户带来一点即开的酷炫广告体验。你可以在全屏体验中精心布置图片、视频、商品和连接网站或应用的行动号召按钮。[详细了解。](#)



4b.广告层级-格式

广告格式类型

您可以在 Facebook 平台使用不同的广告格式。根据自己的业务需求，选择最契合的广告目标。

广告目标的选择对版位也会造成影响。

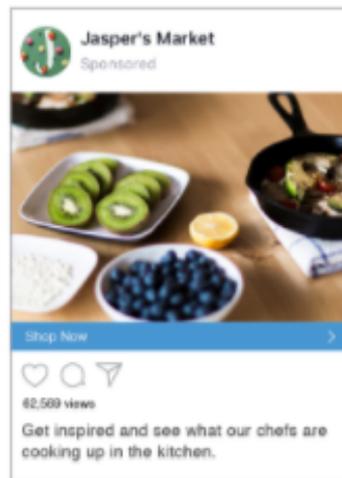
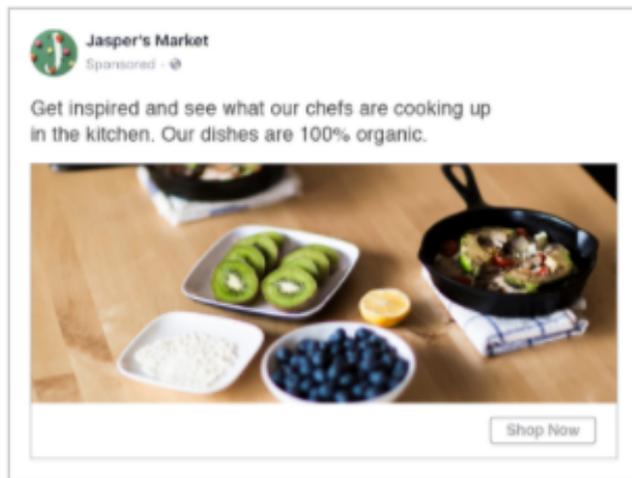
选择广告目标后，您可以选择需要的广告格式。不论是想用照片、视频还是文本，您都可以找到契合自己业务目标的 Facebook 广告格式

4b. 广告层级-格式-图片广告



图片广告

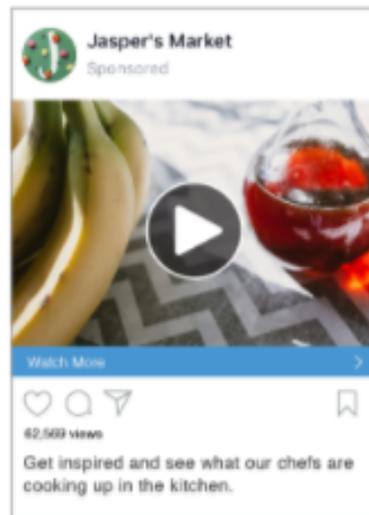
所有的 Facebook 和 Instagram 广告都需要包含图片。图片与商品或服务的相关性直接决定了广告能否获得成功。选择品牌知名度、参与互动、覆盖人数和店铺访问量作为广告目标时，您可以使用图片广告这一格式。具体而言，您可以选择单图片广告，或者通过轮播、精品栏、幻灯片或全屏格式的广告来展示多张图片或多段视频。



4b. 广告层级-格式-视频广告

视频广告

如果您的广告目标是增加覆盖人数、吸引受众参与互动、提高视频观看量或提升转化量，视频广告将是您的不二之选。视频广告可以在 Facebook 和 Instagram 投放。创建视频广告的方法主要有以下两种：直接从主页创建或选择以下一种工具创建：广告管理工具或商务管理平台。



4b. 广告层级-格式-轮播广告

轮播广告

借助轮播广告格式，您可以在单条广告中展示多达 10 张图片或 10 段视频，且每张图片或每段视频均可设置专属链接。轮播广告适用于下列广告目标：品牌知名度、转化量、覆盖人数、店铺访问量和访问量。您可以通过主页、活动、广告管理工具或广告 API 创建轮播广告。

**Jasper's Market**
Sponsored · 

Jasper's is more than just groceries! You can now find all of your cooking tools and utensils on our website.

| | | |
|---|---|--|
|  Set of Five White Ceramic Bowls jaspers-market.com |  White Ceramic Mortar and Pestle jaspers-market.com |  Set of Two Wooden Serving Utensils jaspers-market.com |
|---|---|--|

4b. 广告层级-格式-精品栏广告

精品栏广告

精品栏广告可搭配视频、幻灯片或图片来展示目录中的商品图片。这种广告格式有利于吸引用户参与广告互动，因为用户无需离开 Facebook 应用即可快速加载并全屏浏览更多商品，或详细了解某件商品的特点。对电子商务广告主而言，精品栏广告是一个不错的选择，因为这种格式让他们可以结合主打创意展示多项内容。精品栏广告可与访问量、转化量、店铺访问量或目录促销目标结合使用。



Jasper's Market

Sponsored · 

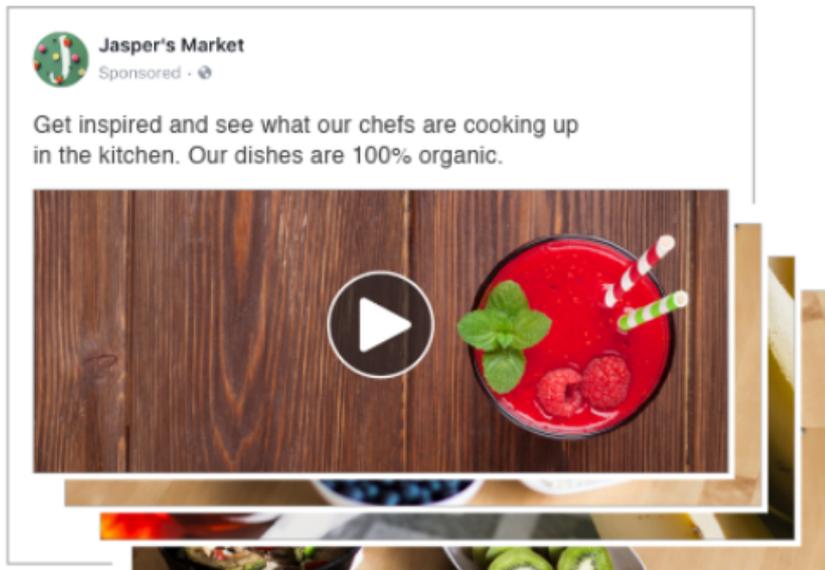
Jasper's is more than just groceries! You can now find all of your cooking tools and utensils on our website.



4b. 广告层级-格式-幻灯片广告

幻灯片广告

所有广告目标都支持使用幻灯片广告格式。您可以在幻灯片广告中结合使用多张图片（或多段视频）、文本和声音来吸引受众的注意和讲述品牌故事。借助这种广告格式，您可以轻松制作出优质的广告，而无需担忧复杂的视频制作过程或高昂成本。幻灯片广告和一般视频一样，可以在智能手机、平板电脑和电脑的 Facebook 和 Instagram 中播放，并且还提供与视频广告相同的指标。所有广告目标都支持使用幻灯片广告格式。



Jasper's Market
Sponsored · 

Get inspired and see what our chefs are cooking up in the kitchen. Our dishes are 100% organic.

4b. 广告层级-格式-全屏广告

全屏广告

全屏广告支持所有 Facebook 广告格式，包括轮播、单图片、单视频、幻灯片或精品栏格式。这是一种只能在 iOS 和 Android 移动设备上提供的广告体验。此广告格式经过优化，可帮助您展示商品、重点介绍品牌或激发消费者在移动端购物的欲望。您可以从多个地方创建自定义全屏广告：广告管理工具、主页的“发布工具”版块、主页编辑框以及广告 API。要开始创建全屏广告，请从以下广告目标中选择一个：品牌知名度、参与互动、转化量、访问量或视频观看量。



4b.广告层级-格式

多媒体素材：

尺寸：选择广告格式之后，会在右侧出现推荐尺寸（如图红色框中所示）

文字：<https://www.facebook.com/business/help/980593475366490>

图片

上传多张图片，可同时创建6条广告。 [详细了解](#)



请选择广告图片。

浏览我的图库

免费库存图片



上传图片

推荐图片参数

- 推荐图片尺寸：
1,200 x 628像素
- 图片长宽比：1.91:1
- 要优化广告投放，请使用仅含少量文字或不含文字的图片。 [详细了解](#)。

4c.广告层级-链接

链接

输入广告文本。 详细了解。

选择广告的连接类型

- 网站
- Facebook 活动

文本

输入文字说明，介绍推广的内容

活动 ?

选择你想推广的 Facebook 活动。

选择你想推广的 Facebook 活动



给图片添加商品标签 新

通过商品标签为用户展示更多信息，创建更具吸引力的广告。

无商品标签 ▼

给图片添加商品标签 新

通过商品标签为用户展示更多信息，创建更具吸引力的广告。

无商品标签 ▼

✓ 无商品标签

货到付款

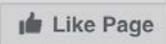
送货上门

支持银行转账

包邮

4c.广告层级-链接

 **Jasper's Market**
Sponsored · 

 Like Page

| | |
|---|---|
|   |   |
| Angular \$32.00 | Clockwork \$78.00 |

 Like  Comment  Share



谢谢

www.meetsocial.cn

Ilaria Shuai

飞书互动 SMB Facebook 优化师

meel ↗



公众号



问卷调查



交流群