

成就好营销

2019 微信广告母婴行业洞察及产品解决方案



- 1 / 微信母婴人群画像
- 2 / 微信生态及微信广告介绍
- 3 / 母婴微信广告解决方案

1

微信母婴人群画像

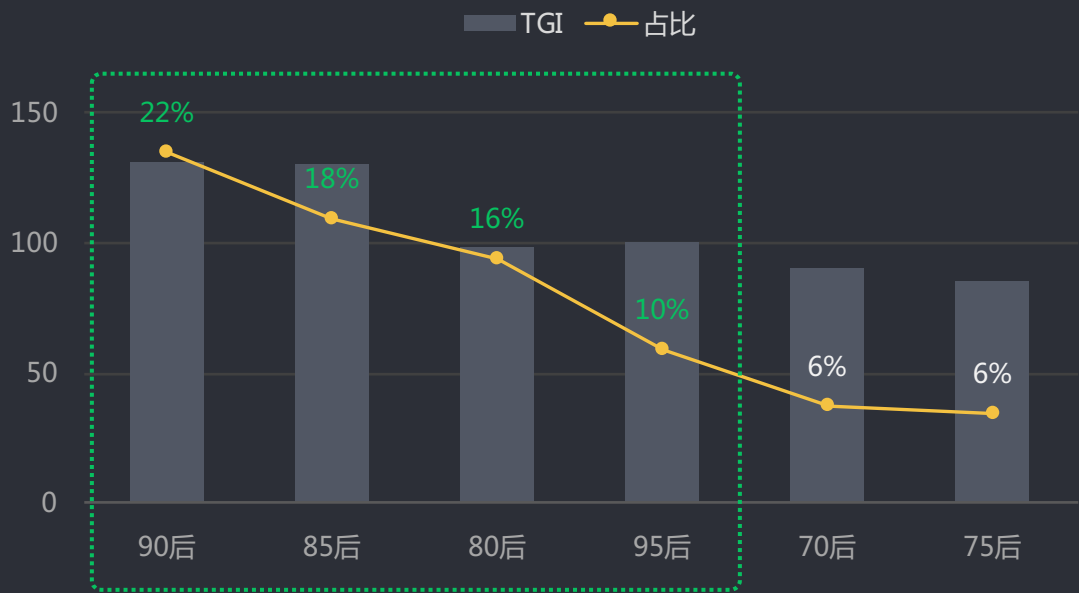
- 人群属性及趋势（性别、年龄、地域、兴趣爱好等）
- 微信使用突出特征

微信母婴人群基础画像 年龄性别

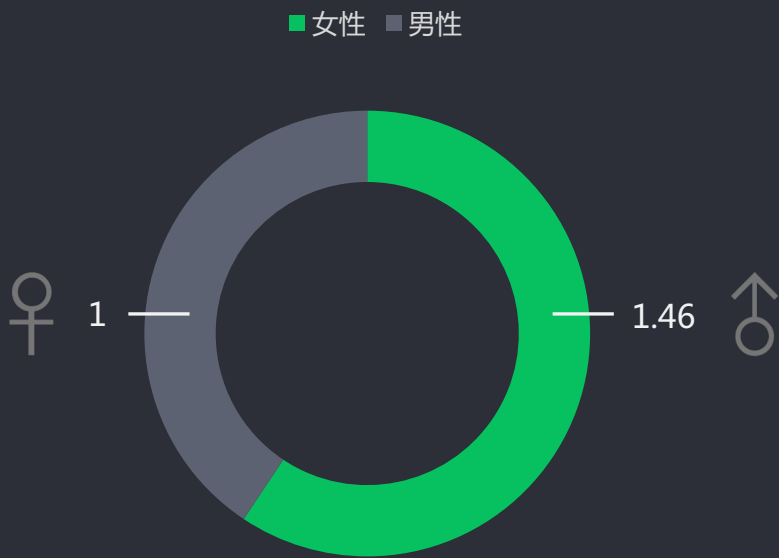
2019年，根据腾讯营销大数据+腾讯营销洞察消费者调研统计，微信母婴人群总计规模约9000万左右。

- 人群年龄：90后、85后人群占比最高，对比大盘浓度最高；其次为80后、95后
- 人群性别：女性：男性 = 1.46 : 1

微信母婴人群年龄对比



微信母婴人群性别对比

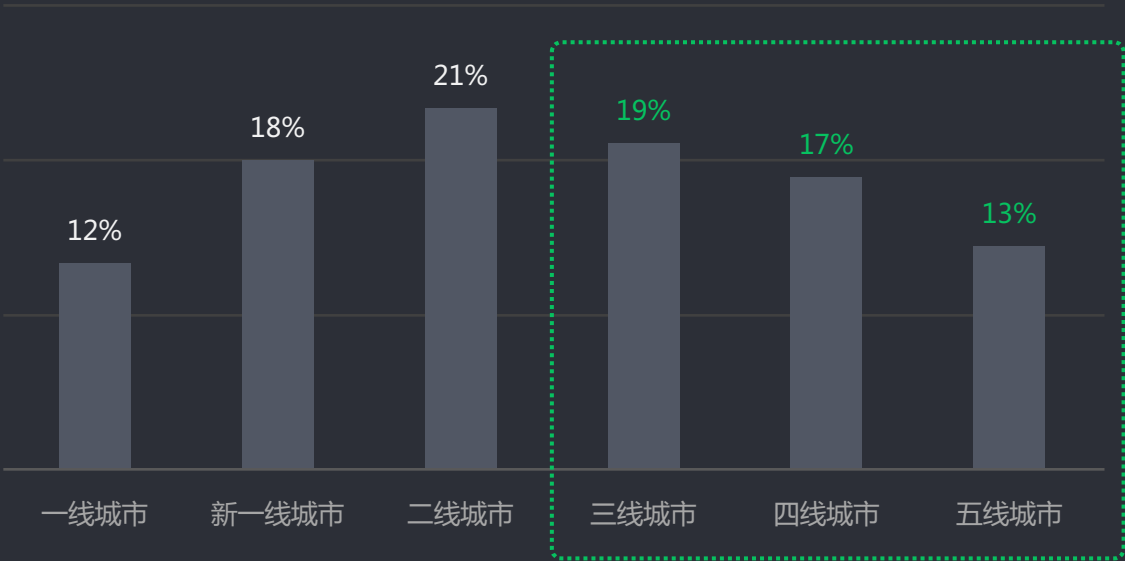


数据来源：腾讯营销大数据+调研数据。母婴人群主要由0-3岁儿童家庭的主要成员构成

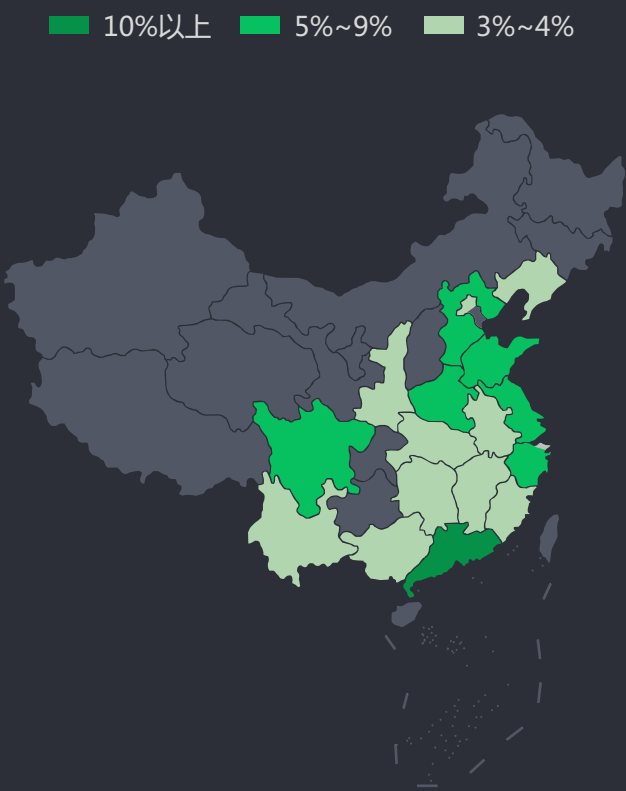
微信母婴人群基础画像 地域分布

母婴人群在三线及以下城市的人群占比接近50%。新生儿集中在东南沿海及中部地区。

母婴人群城市线级分布



母婴人群省份分布



数据来源：腾讯营销大数据+调研数据

获取更多最新资讯请加微信youzicms666

微信母婴人群基础画像 兴趣爱好

- 兴趣分析来看：育儿特征明显；喜欢摄影、追剧、注重外表（ 着装搭配、美容、减肥、瑜伽 ）和心理健康、热爱生活（ 旅游和烹饪 ）。
- 从亚文化表现看：相比大盘人群更喜欢追星、爱美、养生、科技、海淘；喜欢旅游的用户较多。
- 视频观看与媒体浏览：尤其喜欢母婴、亲子、娱乐、时尚、情感。观看电视剧、电影、新闻的人居多。

微信母婴人群亚文化表现占比



微信母婴人群视频观看与媒体浏览占比



数据来源：腾讯营销大数据+调研数据

微信母婴人群基础画像 微信使用突出特征

公众号关注活跃 ①

1. 母婴人群人均关注 4个母婴类公众号，主要关注类型为：

- 自媒体类（及垂媒）：如丁香妈妈、凯叔讲故事、年糕妈妈，妈妈网育儿等
- 品牌官方类：如飞鹤星妈会、惠氏妈妈俱乐部、美赞臣中国等
- 医疗健康类：如广州妇儿中心、华大基因医学、育苗通等
- 早教机构类：如巧虎乐智小天地、小步在家早教、幼儿园互联网服务平台等
- 智能设备类：如AI宝贝乐园、米兔故事机、智伴育儿说等
- 零售及电商类：如爱婴岛官方、贝贝、孩子王等

2. 不同级别城市关注行为的不同表现：

- 关注自媒体账号差别较大，医疗机构与零售商根据地理分布出现不同
- 越下沉，关注的品牌账号与传统媒体越多，说明用户越相信权威

3. 育儿类公众号产生的日阅读量接近 3000万

母婴人群社群活跃度高，影响力强 ②



约3个

母婴人群人均加入
母婴类群聊数量



约5个

妈妈人均加母
婴群的数量



46%

在微信妈妈群/爸爸群/亲
友群内分享育儿或母婴信
息占比，居各渠道之最



46%

用户会加入母
婴产品购物群

朋友圈活跃度 ①



30%+

母婴用户朋友圈
活跃度高于大盘

数据来源：① 腾讯大数据+调研数据，其中公众号举例不分先后，按名称首字母排序 ② 《2019母婴人群洞察报告》调研数据

获取更多最新资讯请加微信youzicms666

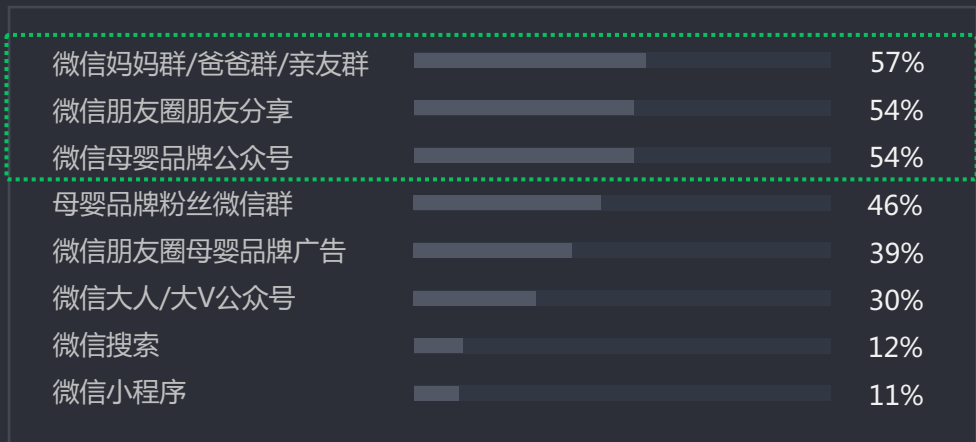
微信母婴人群基础画像 微信使用突出特征

母婴人群孕育过程，微信起到了全方位的辅助作用，帮助用户完成资讯获取→种草购买→分享全链路。

1. 育儿过程中母婴人群使用微信不同行为表现



2. 母婴用户从微信了解母婴产品的新资讯渠道占比表现



3. 不同人群获取母婴资讯的不同表现



数据来源：《2019母婴人群洞察报告》调研数据

获取更多最新资讯请加微信youzicms666

2

微信广告能力介绍

- 多元推广目标
- 微信广告形态
- 微信广告数据及投放能力

微信广告一览 全方位覆盖母婴用户场景



多种营销目标，丰富广告样式，多场景覆盖

- 营销目标：品牌/关注/表单/本地推广/卡券等
- 朋友圈：常规图文/视频广告
基础式/选择式/投票式/全幅式卡片广告
明星送祝福/视频轻互动/全景式卡片/话题广告
- 公众号：底部Banner/优雅大图/优雅视频
文中广告/视频前贴
互选广告/行业定投/关键词广告
- 小程序：Banner/插屏广告/小游戏激励式视频



品效结合，精准营销

- 丰富的定向：基础定性、兴趣与行为定向、标签市场、再营销等，支持定向挖掘人群包
- 目标人群专属定向：针对相关人群，提供婚恋定向、孕产育儿相关兴趣与行为定向、电商购买垂直行业定向
- 竞价广告：通过oCPX精准捕捉人群，为广告主蓄水品牌CRM人群
- 合约广告：常规广告实现人群覆盖，提升SOV；长效社交通过KOC种子人群辐射实现波纹式投放提升用户好感及广告效果

多元推广目标 全流量支持 8 大推广目标

品牌活动宣传



推广品牌活动
(含推广小程序)
品牌宣传或活动推广

微信生态闭环



推广我的公众号
推广订阅号及服务号



推广我的小游戏
推广小游戏



派发优惠券
推广商家优惠卡券

专项效果转化



收集销售线索
收集意向客户商机



推广我的商品
推广商品 或 线上商城



推广我的门店
推广本地门店
(不适用小程序流量)



推广我的应用
推广安卓或 iOS 移动应用

广告形态 朋友圈产品形态及能力

常规图文/视频广告



基础式卡片广告



选择式卡片广告



全幅式卡片广告



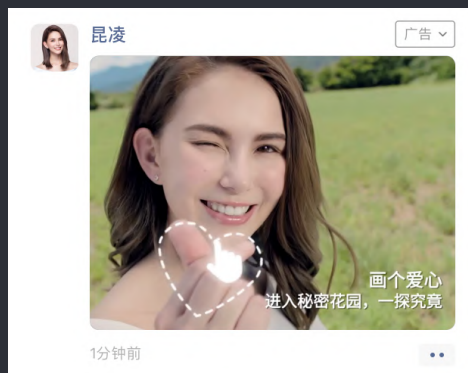
标签式卡片广告



明星送祝福



视频轻互动



话题广告



全景式卡片广告



常规图文广告-多图




公众号及小程序广告 品牌组合投放资源

母婴品牌长期在公众号内精准触达母婴人群，在阅读场景长效曝光，聚焦口碑提升，从人群、场景多维触达潜客；同时配合竞价投放，实现加粉及CRM转化。



公众号优雅大图/视频，文中/视频贴片广告，支持合约广告



公众号互选广告



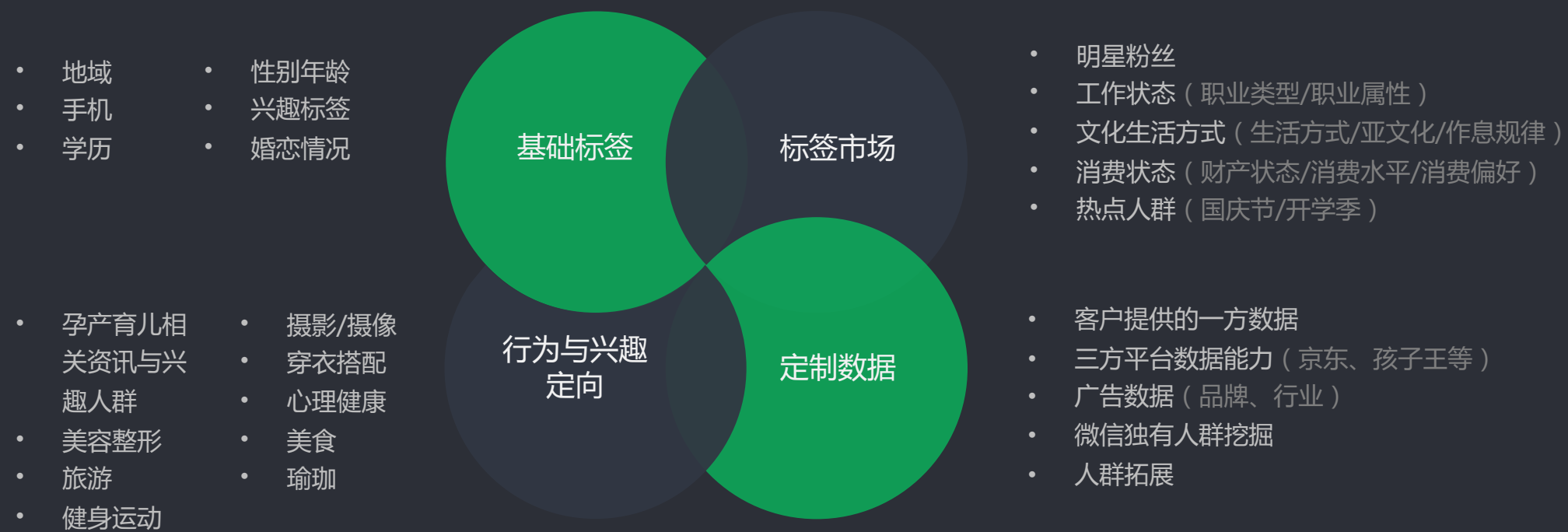
公众号关键词/行业定投广告



公众号底部/文中广告 (CPC竞价) 小程序Banner (竞价)

数据能力 捕捉行业潜在人群

基于腾讯强大的人群覆盖与多元产品组合，数据资产涵盖社交、支付、娱乐、搜索、LBS、购物等全类型，以及孩子王、京东等第三方平台合作数据，奠定了大数据能力基石，得以为母婴行业定制垂直精准人群。



投放能力 智能优化

在竞价广告投放中，广告主可以按实际推广需求，选择相应优化目标（如销售线索等），告诉系统期望的转化成本，系统会根据广告主的转化数据，利用机器学习算法预估每一次曝光的转化价值并智能出价竞拍，其中oCPM按曝光扣费，oCPA按点击扣费。



截止2019年9月，朋友圈广告位已全量的优化目标能力（母婴行业重点关注类别）如右图：
（其他广告位详见[微信广告官网](#)，对应能力逐渐测试与放开中，可联系行业销售及运营经理进行测试）

- 母婴行业需重点关注的其他白名单灰度中的相关深度优化目标如下：
- 推广我的公众号 - 公众号内阅读/发消息
 - 推广我的公众号 - 关键页面访问
 - 推广我的公众号 - 下单
 - 收集销售线索 - 在线咨询/有效在线咨询
 - 收集销售线索 - 电话拨打/有效电话拨打

广告位	智能优化类型	推广目标	优化目标	智能优化转化指标
朋友圈	智能优化 (oCPM)	推广我的公众号	点击	可转化点击次数
			关注	公众号关注次数
			关注后注册	公众号内注册人数
		推广我的商品	点击	可转化点击次数
			下单	下单量
		收集销售线索	点击	可转化点击次数
			销售线索	销售线索人数
			有效销售线索	有效销售线索人数
		推广我的门店	点击	可转化点击次数
			跳转按钮点击	原生推广页跳转按钮点击人数

投放能力 长效社交模式，用好种子人群

使用长效社交模式投放时，除可选定系统推荐4类人群外，还可通过原有人群挖掘方式（一方数据、关键词、历史正向、Lookalike、LBS挖掘等），或精选标签市场人群，圈定种子人群用于投放，提升效果。

* 长效社交”模式的原理为：广告投放前期，系统优先为客户选择高匹配人群作为种子人群投放，随后利用升级后的算法，更全更准的扩散触达更多潜客。广告投放期间，算法不断调优，最终收获更好的广告效果及社交影响力，平台样本数据显示，使用长效社交模式投放的广告较使用前点击率可提升80%以上。（支持选择婚恋状态）。

KOC+社交扩散，品效结合

适合节日营销、品牌活动等长时间、高互动投放需求



7-30天



朋友圈KOC



高互动表现

种子人群效果凸显

对品牌更认可、更爱分享

86%

广告分享率高出大盘

138%

点击率高出大盘

400%

评论率高出大盘

733%

点赞率高出大盘

3

母婴行业微信广告解决方案

- 塑认知：全方位创意曝光，打造品牌社交影响力
- 聚潜客：智能投放，建阵地聚拢品牌潜客
- 促转化：广泛生态伙伴促进全渠道品效转化
- 巧引流：多样化方式串联线上引流到店链路

解决方案一览 微信全链营销

针对母婴人群特性，品牌应从社交媒体建设、数据驱动、内容沟通三方面，建设微信营销全链路，从而实现用户留存。



微信营销 “三字经” 品效合一 全能营销

朋友圈，强曝光；
讲故事，造影响；
公众号，深种草；
多创意，强推广。

塑认知

全方位创意曝光
打造品牌社交影响力



零售商，全渠道；
发卡券，耕社群；
导电商，走京腾；
全链路，看品效。

促转化

广泛生态伙伴
促进全渠道品效转化



聚潜客

智能投放
建阵地聚拢品牌潜客



拢粉丝，收Leads；
oCPX，效果佳。
测素材，多位置；
五步走，提转化。

巧引流

多样化方式
串联线上引流到店链路



显地址，引门店；
填表单，闪获客。

1. 塑认知 巧用形态，抓住节点，朋友圈大曝光占领用户心智

品牌希望建立用户认知，提升好感度以及市场声量，最好的方法是在合适的节点，选择合适的广告形态，呈现创意，与目标人群进行沟通。
结合朋友圈广告合约模式升级（长效社交模式），也可以更好地提升垂直人群的投放效果。

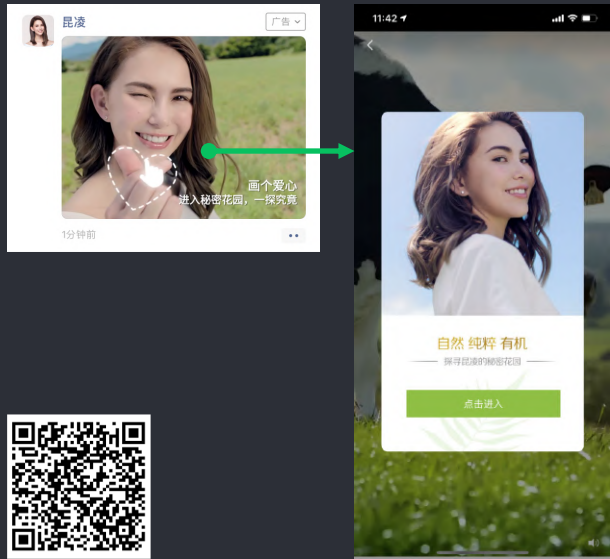
品牌：美素佳儿

- 投放形式：朋友圈选择式卡片视频广告
- 投放策略：提供多种选择探讨宝宝成长之路，引发用户更多的参与与互动，用户与品牌的互动性和参与度显著提升
- 数据亮点：点击率高同期大盘均值 **55%**



品牌：惠氏

- 投放形式：朋友圈明星送祝福+视频轻互动广告
- 投放策略：使用朋友圈新能力，打造昆凌的朋友圈邀请妈妈们来比心，送给宝宝天然有机好礼，拉近品牌与受众距离
- 数据亮点：点击率高同期大盘均值 **6倍**



品牌：金领冠

- 投放形式：朋友圈明星送祝福广告
- 投放策略：春节期间，谢娜代表品牌送去春节祝福，在特殊节点与人群进行亲密互动
- 数据亮点：点击率高同期大盘均值 **88%**



1. 塑认知 公众号广告Always-on长期影响阅读场景母婴人群

公众号合约广告，可支持和朋友圈一样的定向，支持图片/视频样式，价格具有优势，且优雅视频点击率效果佳，是朋友圈广告的有效补充，建议使用多套素材进行长期在线投放。

* 素材创意建议：使用适合公众号阅读场景的内容，如故事、科普、内容类；素材建议使用视频素材，画面色泽温暖饱满，视觉冲击力强；本土明星代言，提升好感度；促销卖点清晰（突出优惠/申领）；可使用多套素材投放。

品牌：嘉宝

- 投放资源：公众号多资源位，合约+竞价Always-on投放
- 投放策略：长期投放公众号多素材广告，视频吸睛提升品牌影响力；配套投放公众号体系多广告位竞价Banner、公众号视频前贴等资源
- 数据亮点：平均 2-3% 点击率



公众号优雅视频



公众号Banner广告

公众号合约视频多元素材呈现



爱他美-孩子王促销



美赞臣-关爱妈妈



雀巢-奶粉成分讲解



好奇-明星妈妈带娃

1. 塑认知 互选/关键词/行业定投，多元KOL模式实现种草

继与KOL深度对接定制的互选广告之后，2019年微信广告继续深挖垂类KOL精准、高效覆盖的方式，上线关键词广告、行业定投模式。帮助母婴行业客户利用内容，通过精准的垂类KOL，触达并影响潜在人群，从而实现种草。

品牌：爱他美

- 投放策略：互选广告覆盖50+母婴垂直大号，KOL内容定制+广告推荐深度种草
- 数据亮点：平均广告点击率 10.78%



科学家庭育儿



宝宝呵护



天空树

多品牌

- 投放策略：品类、品牌、育儿行为关键词广告捕捉最精准母婴内容阅读人群，行业定投高效覆盖母婴育儿垂直行业KOL
- 数据亮点：品牌、品类关键词点击率表现出色



金领冠-关键词
(垂类与植入IP捕捉)



海普诺凯-关键词
(垂类与植入IP捕捉)



惠氏-行业定投
(超值覆盖顶尖KOL)

2. 聚潜客 竞价oCPA加粉+注册，持续优化实现高效蓄水

喂养类 - 爱他美

母婴客户注重CRM经营，通过平台能力实现公众号精准加粉、公众号内注册转化CRM、Leads试用转化，促进新用户转化。

- 投放目标：1. 精准加粉，为公众号蓄水；2. 公众号内注册，转化CRM；3. 尝试Leads发放提升转化
- 投放资源：投放公众号底部/文中Banner+小程序竞价Banner（新资源）
- 定向人群：（沉淀品牌广告正向人群）+（视频相关曝光数据）+（一方数据+母婴兴趣人群）
- 数据亮点：oCPA持续优化，3个月内，品牌公众号加粉成本CPF总体下降 60%，品牌公众号新增粉丝 10万+；开启深度优化测试CRM转化、Leads领取等目标



2. 聚潜客 优质内容+商城运营+广告加粉，打造顶级自媒体

自媒体 - 年糕妈妈

母婴类自媒体，抓住母婴人群在微信体系活跃及获取信息的特点，运营内容+爆款商品，通过多广告位加粉获客，实现变现。

- 投放资源与能力：朋友圈广告oCPM+公众号广告oCPA
- 投放策略与人群：持续通过组合投放+oCPX优化获取粉丝，不断优化素材，利用新人福利、优惠券、限时专项等，打造母婴爆品。定向1-3线25-40岁潜在妈妈群体
- 数据亮点：公众号月均成交千万+，当月 ROI达3，粉丝留存 90%，成长为母婴行业顶级自媒体



朋友圈广告



公众号广告



公众号内容运营



商城带货

2. 聚潜客 长期线上收集客资进一步转化

早教类 - 巧虎乐智小天地

早教类客户巧虎，通过微信广告，精准定位目标家长人群，通过体验商品，带动留资，进一步获得潜在客户转化的机会。

- 投放策略：通过免费的早教品牌礼品，让用户留下客资获取教材体验，再进行后续转化
- 投放能力：竞价oCPM投放，以原生页点击外跳为优化目标，精准找到填写Leads的家长
- 定向人群：基于巧虎目标人群提取公众号粉丝的拓展包、种子用户拓展包、关键词拓展包和行业精准人群包来提升广告营销效果
- 数据亮点：广告总互动点击率高出行业 12%，评论率高于行业 63%



朋友圈广告



原生落地页



H5领取Leads

3. 促转化 零售三方联动为品牌提供品效联动解决方案

腾讯广告与零售三方联动合作，借助数据与场景的连接，实现母婴行业线上广告到全渠道转化的全场景解决方案。用户链路三步走，全场景数字化升级。



3. 促转化 三方合作线上线下整合营销，实现超高ROI

孩子王+爱他美（奶粉）

爱他美联合孩子王**错峰促销**，抓住妈妈换季囤货周期，2019年投放公众号底部广告，进行发券，投放获得突出的全链路效果，实现超高ROI。

- 投放资源：公众号底部广告（合约）
- 投放策略与人群：促销节点发券，针对3段4段主力产品进行促销，配合商城活动；定向孕产育儿兴趣与行为人群，并使用孩子王爱他美品牌、相关品类数据进行投放；配套孩子王自有资源共同提升促销活动流量与转化。同时利用孩子王门店的线下能力，导购把广告的信息分享到朋友圈与群，实现广告、社群、线下门店营销全渠道营销
- 数据亮点：ROI高于行业 **50%**以上

新客用券占比和总核销率均高于行业水平

孩子王全渠道营销资源配套



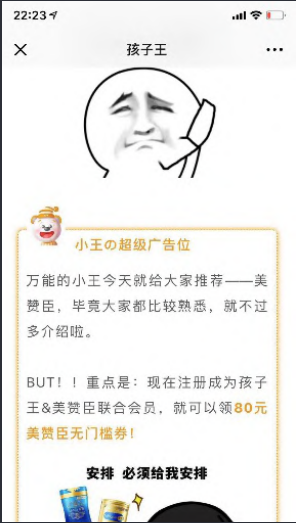
公众号优雅大图



落地页领券



官旗承接转化



孩子王公众号
图文推送



孩子王自有母婴微信
群及员工朋友圈传播



门店支持

数据来源：由孩子王统计，在指定投放核销期间基于促销券带来的销售转化情况。ROI=用券销售额/广告花费
获取更多最新资料请加微信youzicms666

3. 促转化 反复影响用户，提升转化效果

孩子王+家化（洗护）

家化集团联动孩子王，通过多品牌单品广告投放及发券，以及不同广告位多波次重复触达消费者，提升转化效果。

- 投放资源：朋友圈广告+公众号底部广告
- 投放策略：通过六神、启初等洗护类单品的“新品上市”“国货节”主题投放，引流到孩子王小程序的综合卖场，引导用户领取多品牌优惠券，通过线上商城、门店、微信群等多种方式促进用户核销，联合投放取得良好效果
- 数据亮点：多次投放ROI在 5左右，且购买新客占比高达 6-7成

4-8
投放ROI

64%-73%
新客核销购买占比



六神朋友圈广告+公众号广告



启初朋友圈广告+公众号广告



3. 促转化 京腾计划品效广告助力广告主全链路营销

京腾+金领冠（奶粉）

伊利母婴金领冠奶粉在腾讯广告横跨18-19年的推广计划，充分利用京腾计划进行品牌广告+效果广告组合触达精准母婴TA的方式，广泛吸引消费者关注，并在京东旗舰店进行消费者落地引导，完成全链条营销。



数据来源：京东，ROI口径为金领冠京东旗舰店15天下单ROI

4. 巧引流 线上多元引流线下门店

母婴客户还有大量的生意在线下实体渠道。使用本地推广，通过门店能力（LBS投放+POI露出+卡券发放等），表单能力（原生页+小程序模板），以及oCPM智能投放能力，可以帮助有线下门店推广诉求的广告主实现Leads获取与到店引流。

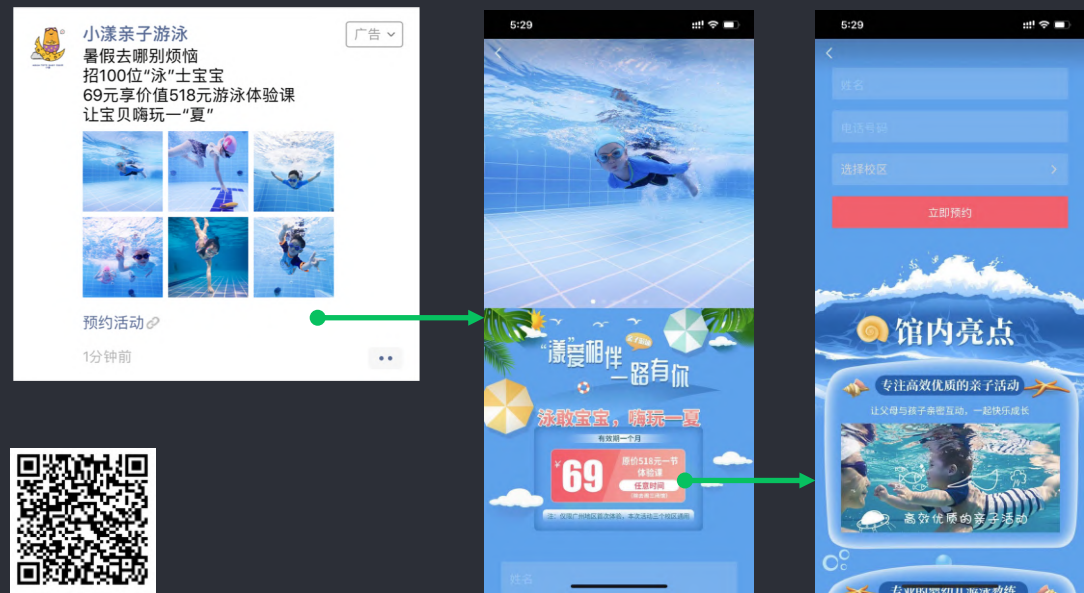
品牌：全棉时代

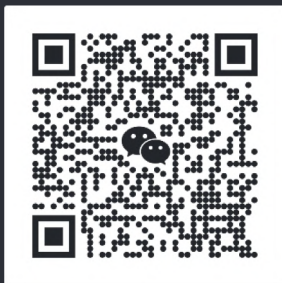
- 投放内容：新店开业门店推广发卡券
- 投放策略：1. POI露出提升广告素材点击率；2. 原生页发券一键领取，到店快速核销
- 数据亮点：素材点击率 3.64%



品牌：小漾亲子游泳

- 投放策略：暑期投放，以销售线索为优化目标的oCPM，使用原生页模板高效收集Leads
- 数据亮点：Leads平均成本 150元左右





关注 “微信广告助手”

扫一扫，马上关注

随时随地了解最新资讯，在线客服解答各种问题



获取更多最新资讯请加微信youzicms666