

知乎

效果广告 产品营销手册

客户产品运营团队出品
2021年2月

CONTENTS

目录

01

知乎十周年

2021年是知乎上线整整十周年，经历十年的升级变迁与沉淀积累，我们的社区愈发充盈和饱满。

02

效果广告体系

伴随知乎商业化的成长，知乎效果广告已历经3个年头，广告体系的羽翼日渐丰满。

03

效果广告产品

知乎效果广告支持常规信息流投放，可通过系统竞价模式，实现产品转化目标诉求。

04

广告投放工具

当前平台内若干投放工具辅助产品精准定位投放，使投放链路更加便捷和高效。



01

10周年知乎



有问题 就会有答案

让人们更好地分享知识、经验和见解，找到自己的解答。我们致力于服务那些有好奇心、有求知欲、有精气神的人，服务那些勇于探索、热爱分享、真诚交流的人。

@周源 知乎十周年演讲

44,000,000+ 问题量

210,000,000+ 回答量

发现更大的世界

十年海量积累超级话题构建多元内容生态，知乎有超过 4400 万个问题和 2.4 亿个回答。
关于如何走出困境，如何应对挑战，如何寻找乐趣，如何探寻真相。



内容覆盖垂直领域

知乎十年获得赞同票最多的 100 个回答里，出现较多的关键词有情感、体育、娱乐，更多的还有提升、坚持、发现……



数据来源：知乎内部数据，2020年2月

知乎数据持续稳定增长

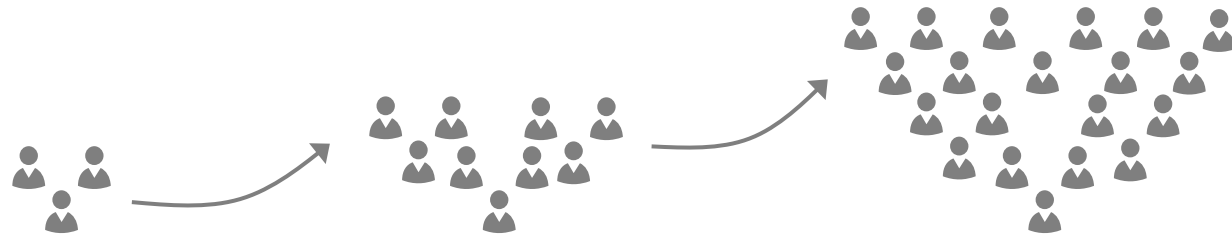
虽然互联网用户红利消退，但知乎已连续四年实现指数级增长，产品不断迭代的同时吸收更多维的用户加入活跃社区。

6700万

APP MAU

4.85亿

月使用设备数



2017年累计用户数

1亿

2019年累计用户数

2.8亿

2021年累计用户数

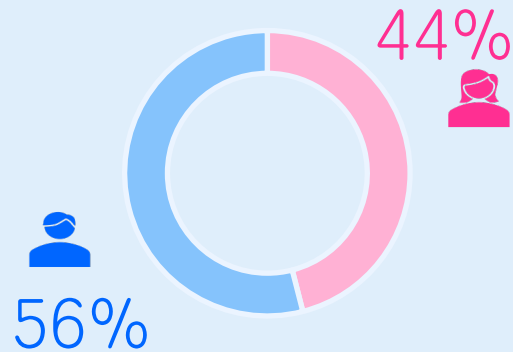
即将发布

用户存量 超过N倍 的增长速度

年轻化、消费力

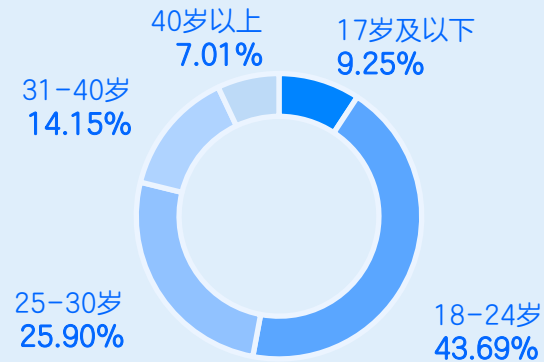
互联网用户红利消退，知乎依旧保持稳定增长，性别/年龄/地域随趋势良性发展。
85后/90后新生代消费群体成为「主力军」。

用户性别更均衡



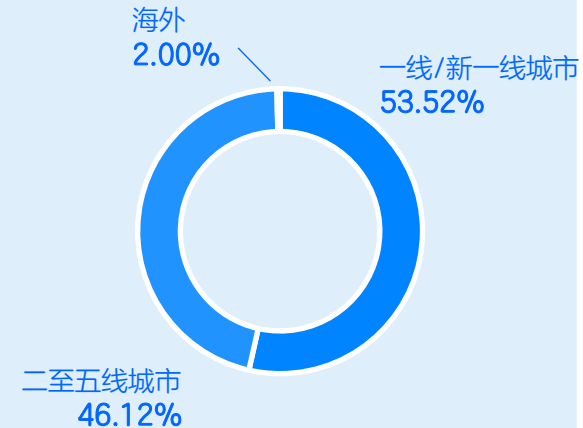
数据来源：知乎内部数据，2020年9月。

年龄更具消费力



数据来源：知乎内部数据，2020年9月。

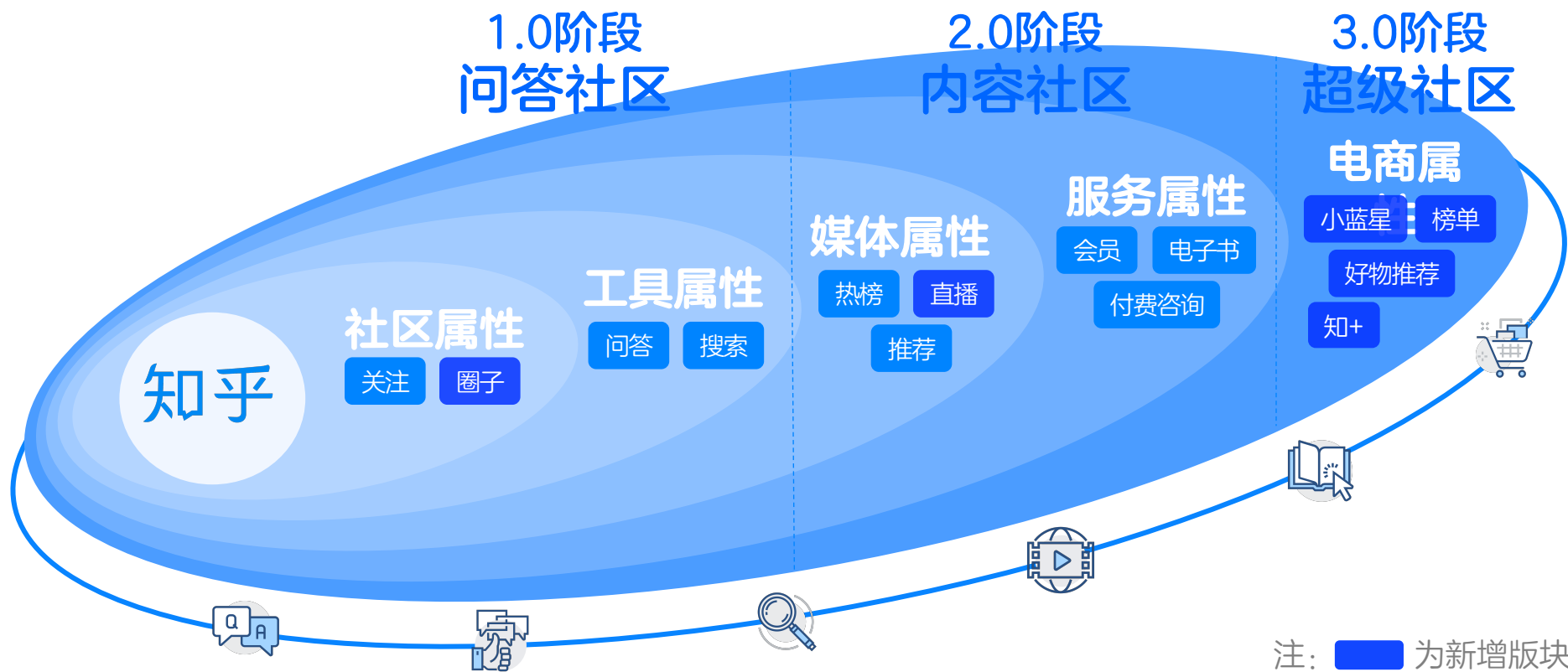
地域人群全覆盖



数据来源：知乎内部数据，2020年9月。

以社区为起点发展，覆盖更多远场景

梯度阶段式的成长，独特的文化来自于社区，有反过来滋养社区，让知乎能够不断升级，持续发展，逐步融入媒体、服务、电商等众多属性。



知乎商业化大事件

知乎内容独特文化来自于社区，又反过来滋养了社区，让知乎能够不断升级，持续发展。而社区流通沉淀下来的海量内容与用户，承载和记录了商业化的变迁。

商业化入场

2017年1月，知乎逐渐入场商业化；Milestone：用户过亿。

平台上线

2018年年中，知乎效果营销平台上线。

平台升级

2018-19年平台重点搭建信息流资源链路，上线DMP、画报、创意灵感库等工具功能。

产品迭代

2020年12月，上线对比实验工具、RTA、游戏预约等工具功能，迭代原有产品；同时，涌现出三国志、幻想大陆、Marry U、货拉拉等一系列客户收获红利。

展望未来

2021年伊始，oCPM已开启内测、Ad Stotry等等众多营销产品即将与广告主们见面，值得共同期待。

02

效果广告体系

效果广告平台体系

- 高效覆盖 -

用户覆盖

- 客户端
- WAP端
- WEB端

创意展现

- 开屏样式
- 文字链样式
- 图文样式
- 图片样式
- 视频样式
- 全屏视频样式

路径资源

- 开屏
- 信息流
- 视频流
- 内容页
- 评论页
- 游戏预约

- 精细定向 -

基础定向

- 人口基本属性
- 人生所处阶段
- 消费水平
- 平台设备
- 关键词定向

个性定向

- 用户APP行为
- 用户内容行为
- 兴趣分类
- 所属兴趣偏好
- 广告互动行为

工具化

- 智能定向
- 第三方人群
- 自定义人群
- RTA

- 多样互动 -

自助创意

- 知乎画报
- 灵感库

投放辅助

- 应用包
- 转化追踪
- 账户推广诊断
- 对比实验工具
- API服务
- 应用商店直投

承接落地

- 应用下载
- 线索收集
- 商品购买
- 小程序
- 文章
- 外链

- 售卖方式 -

CPC

- 按点击计费: $eCPM = bid_click * eCTR * 1000$

oCPC

- 按点击计费, 根据转化目标自动智能出价

CPM

- 按展现计费: $eCPM = CPM$ 出价

- 数据模型与闭环 -

海量数据源

- 社区/广告/环境特征等大量数据
- APP使用和消费等行为关联

算法技术

- 神经网络等多种Ai相关技术
- 数据挖掘能力/自然语言处理技术

营销模型

- 诸多维度统计营销模型

广告预估模型

- 行为及投放广告预估模型

基于深度神经网络的预估模型 (CTR、CVR)

高效覆盖用户

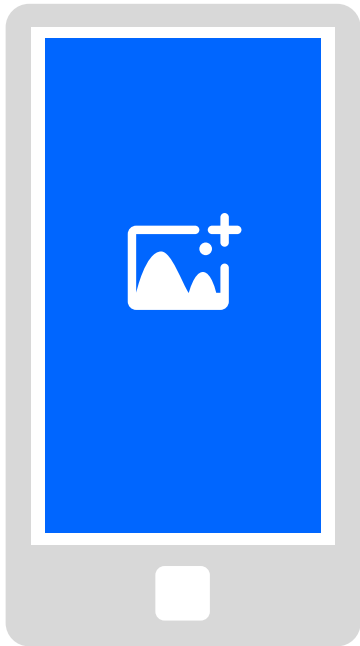
效果广告已实现「三端」打通、跨端连屏，多元场景帮助广告主全面覆盖核心用户路径。
精选流量资源、更优性价比开拓广阔的创意空间。



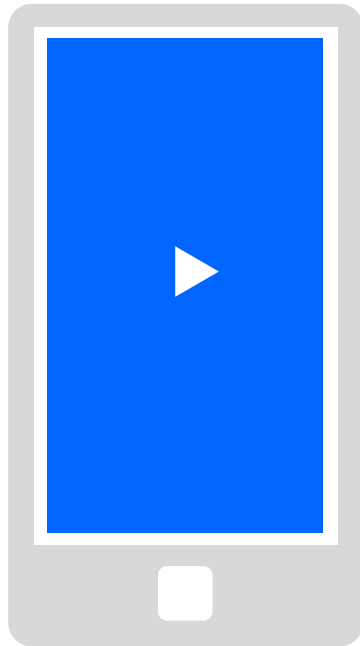
多样创意展现

知乎内容独特文化来自于社区，又反过来滋养了社区，让知乎能够不断升级，持续发展。而社区流通沉淀下来的海量内容与用户，承载和记录了商业化的变迁。

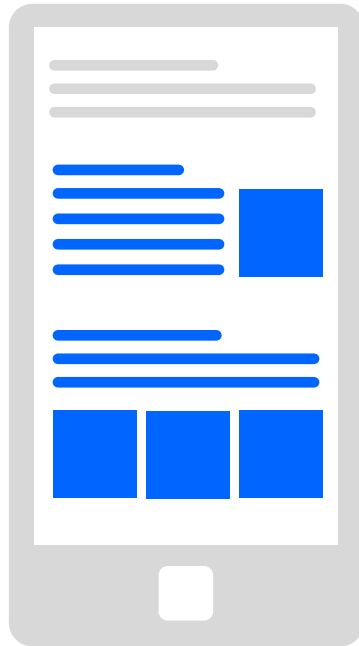
开屏图片样式



开屏视频样式



图文样式



图片/视频样式

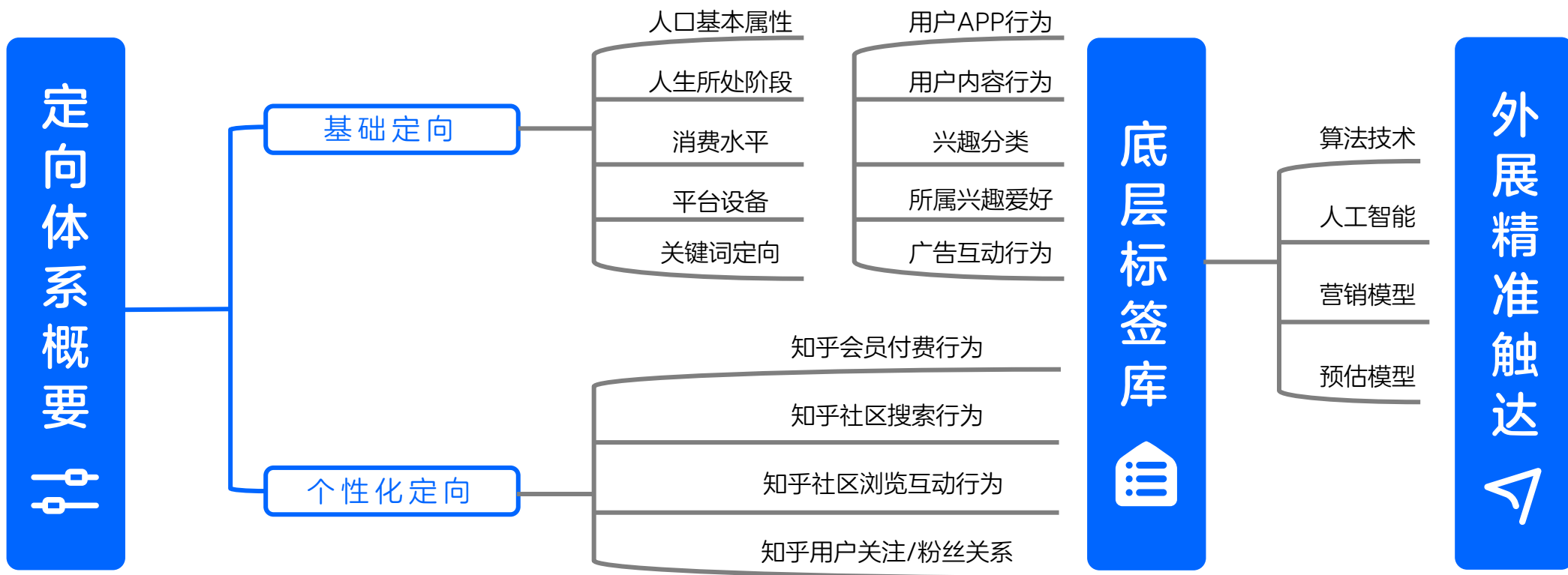


文字链样式



精细化定向体系

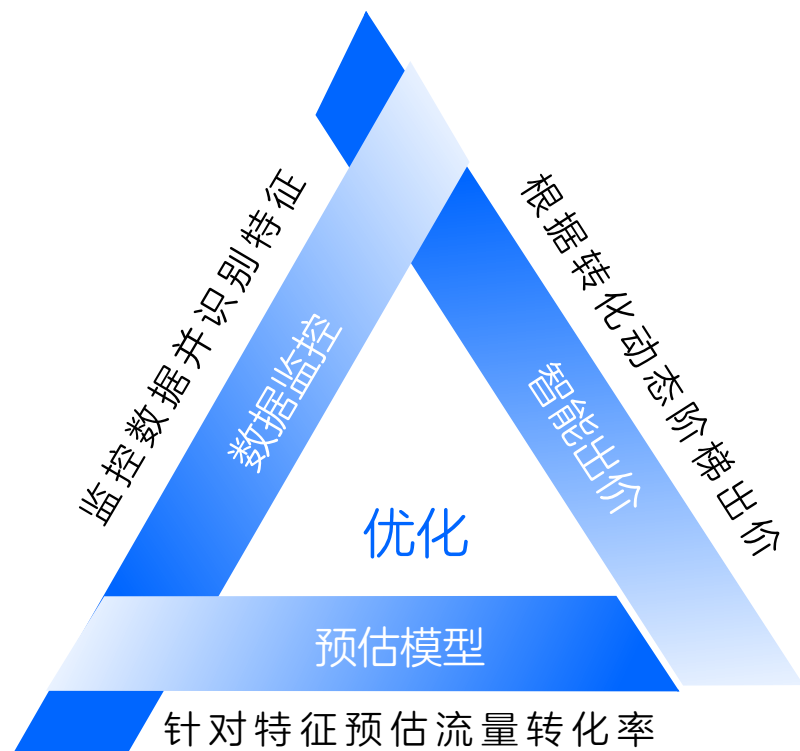
通过灵活的组合，充分利用全流量广告的广泛覆盖能力、以及定向广告对目标人群的集中投放能力，精准触达潜在用户人群。



综合出价方式

以人群为核心，根据所处的时间节点、投放的广告位置和样式、定向条件等因素进行调整出价方式和价格，获取目标人群的关注。

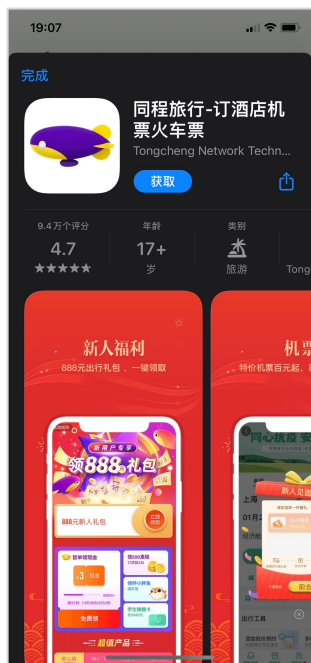
- 根据转化目标和需求不同，结合资源选择和优化出价。
- 「CPC」按点击计费： $eCPM = bid_click * eCTR * 1000$
CPC计费适用于App端/PC端/WAP端投放选择均可。
- 「CPM」按展现计费： $eCPM = CPM$ 出价
CPC计费适用于App端投放选择为主。
- 「oCPC」按点击计费，根据转化目标自动智能出价
第一阶段： $eCPM = bid_click * eCTR * 1000$
第二阶段： $eCPM = bid_action * eCVR * eCTR * 1000$



优化转化闭环

助力产品完善在多种场景、不同诉求的转化链路组合，高效承接广告创意，深度转化精准目标用户，支持多样组件加持。

应用下载



表单收集



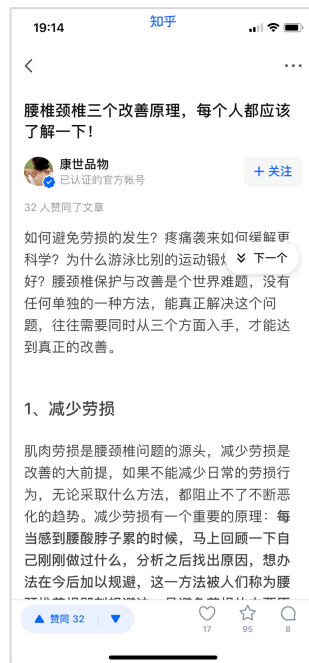
商品推广



微信小程序



内容文章



外部链接





03

效果广告产品

核心信息流投放

聚焦用户日常路径，根据产品形态选择适宜流量入口，实现广告投放效果最大化。

推荐流



回答页



问题页



评论页



相关推荐



高曝光产品投放

通过布局站内超级入口，扩大曝光量及传播效应，丰富形态触达优质流量。

开屏



热榜



品牌专区



搜索预置词



商业圆桌



WEB/PC适宜产品投放

适宜WEB/PC的产品选择投放，展示效果更宽幅、用户跳转操作更便捷。

首页推荐流

首页跟随矩形

回答页固定矩形 / 跟随矩形



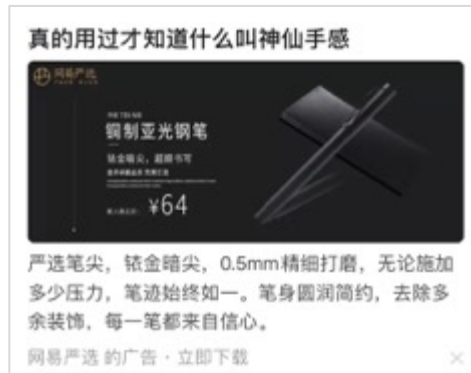
优选移动端流量

选择「优选移动端流量」投放模式，通过算法模型预估及智能转化出价，将不同模版下的素材智能投放到不同的广告位，提升对精准优质流量的采买能力。

操作效率 × 投放效率

优选移动投放模式的「三把利刃」

- 「提效」一方面协助广告主省去大量重复性操作成本，另一方面智能优选创意投放，提升投放效率。
- 「拓量」基于大量历史数据，在不同流量位上实现更智能化的出价，提升对优质流量的获取能力。
- 「控成本」模型大数据自动优化调控成本，拓量同时成本更可控。



支持多位置投放：
视频/大图/小图/文字链/多图

游戏预约投放

游戏上线前，可在知乎投放游戏预约，通过投放过程收集预约诉求的用户信息。游戏首发时，第一时间多方资源通知预约用户游戏上线，在预约期参与的用户将会引导安装。

系统消息

系统推送

顶部通知

短信

微信推送

浮层通知

信息流

游戏预约投放

游戏预约结合出价以及定向进行组合投放，通过在线投放已实证产品效果，能够快速降低表单成本，目前召回率最高达90%。



多款预约效果示例
游戏上线前投放



多位置投放示例
前期资源布局



04

常用投放工具

效果自建站工具

平台工具「知乎画报」已历经三次迭代精进，一站式自建站，**优化路径提升转化**，场景还原保障用户体验，重体验、传达更精确的产品信息。

表单收集



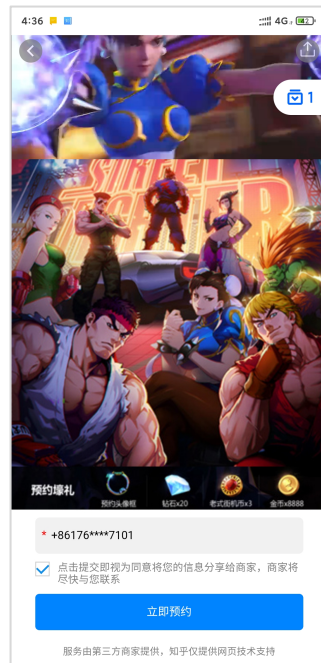
客户端下单



添加微信



游戏预约



在线咨询



创意灵感工具

通过效果营销投放平台，获取最新、最广的创意文案，为投放创作和优化提供参考。拓场景、追热点，多场景优质内容满足多行业搜索需求、打造垂直内容。



105,487 条

问题灵感库存

340,123 条

Ai文案库存

3,438 条

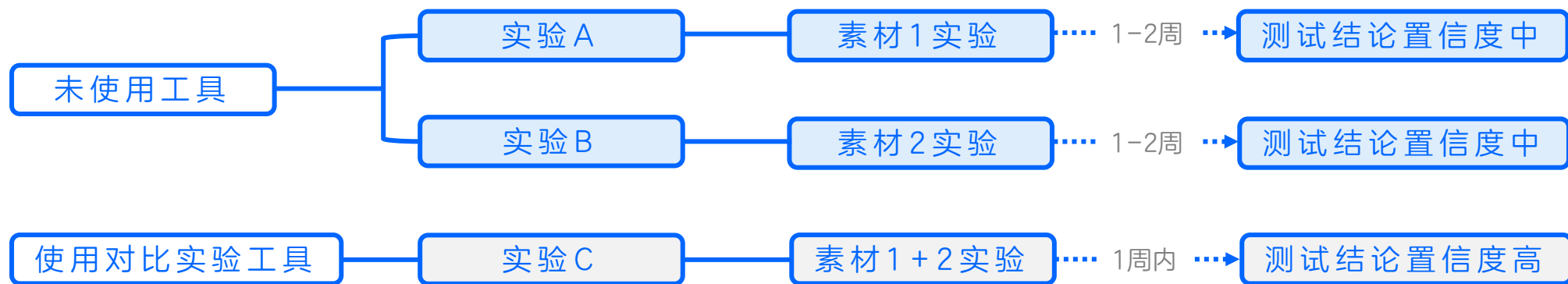
广告灵感库存

- 「创意灵感库」目标是帮助产品快速获取创意灵感、掌握行业投放创意。整个工具是以将站内海量广告素材进行筛选的为基础进行挖掘，激发无限创意灵感。同时具备Ai文案创作能力，实现自动化创意撰写。
- 「问题灵感」平台原生内容文案参考，辅助感受知乎体的创作。。
- 「广告灵感」获得同行授权同意的优秀广告创意参考。
- 「Ai文案」应用前沿 Ai + NLP 技术，提取站内百万量级优质内容进行学习，攻克自然语言生成和理解的难点，高效生产符合产品特色的创意文案。

对比实验工具

在效果营销平台中，可通过新建实验计划/实验单元/实验创意三种方式，可对出价、定向、位置、创意等维度进行对比实验。

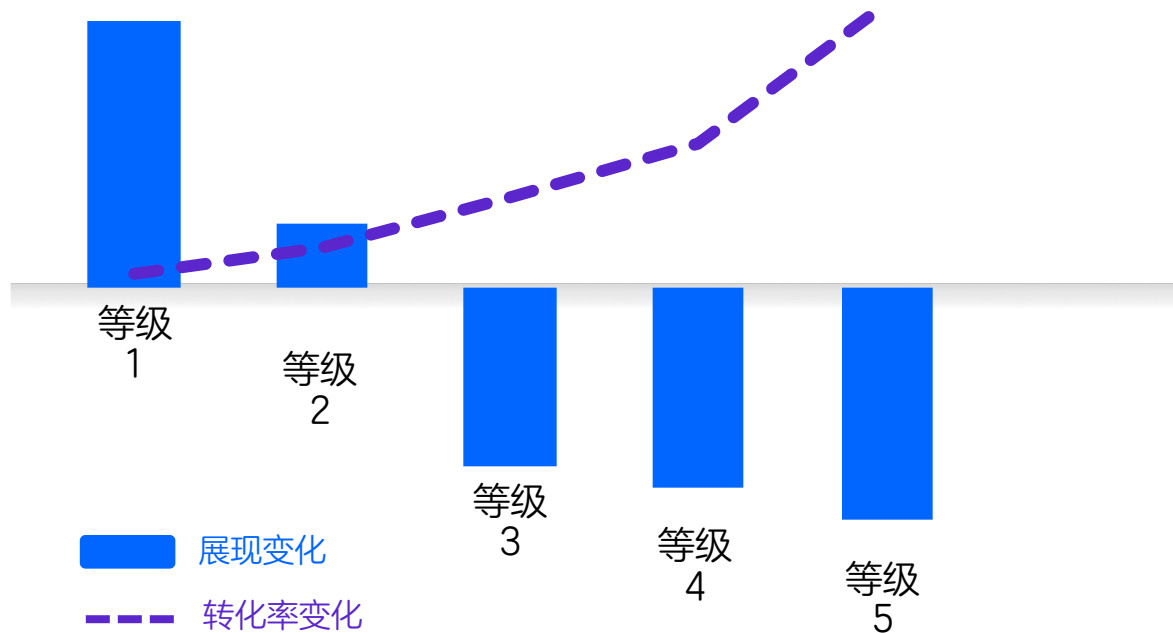
- 使用对比实验工具之前，素材1和素材2会存在竞争关系，需长时间积累数据才可得出置信的对比结论。
- 使用对比实验工具之后，素材1和素材2会分别针对不同的用户做曝光，不存在竞争关系，可短时间得出置信的结论。



智能定向工具

智能定向共分为5个等级，由低到高逐步提升转化率，由高至低逐步提升曝光量。在拓量的基础兼顾转化率，实现满足「流量拓展」和「转化提升」的两大效果需求。

- 智能定向助力投放更均衡，流量与效果轻松可控。右图可见公测期产品使用智能定向投放后效果变化。
- 「拓量」定义解读：帮助广告主进行自动化的定向选择，依托定向模型算法帮助广告主探索更多精准的目标受众，降低广告主定向探索的成本。
- 「效果」定义解读：通过智能算法，根据平台上全部的投放数据，确定符合某个单元定向的受众人群，进行智能地定向选择。



智能定向工具

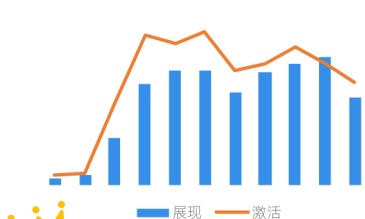
智能定向共分为5个等级，由低到高逐步提升转化率，由高至低逐步提升曝光量。在拓量的基础兼顾转化率，实现满足「流量拓展」和「转化提升」的两大效果需求。



助力客户快速拓量

- 投放背景：「什么值得买」产品是一家内容类导购平台，双十一节点期量级增长需求强烈。
- 当前诉求：快速提升量级，拉新激活成本考核不能有太大波动。

智能定向展现&激活量级走势图



放量工具	消耗量级	成本变化	点击率变化	激活率变化
智能定向2级	10倍+	10%+	稳定	10%-
不使用工具	5倍+	50%+	稳定	50%-

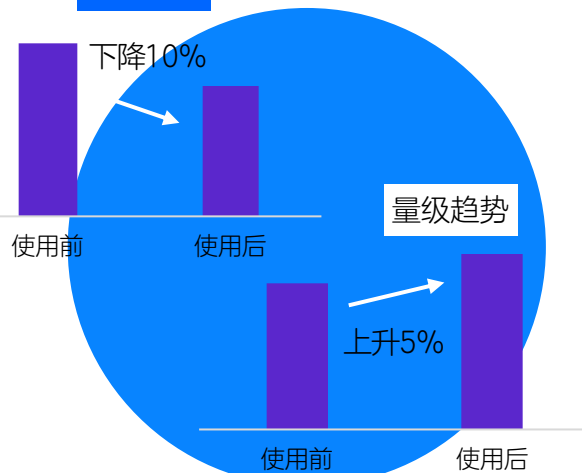
智能定向2级放量投放，消耗增长10倍，成本上涨仅10%



助力客户降低成本

- 投放背景：「测测星座」是一款性格分析、情感咨询类App，属于生活服务类产品。
- 当前诉求：知乎用户群体年轻且愿意接受新鲜事物，在知乎平台获取更多的年轻新用户。

成本趋势

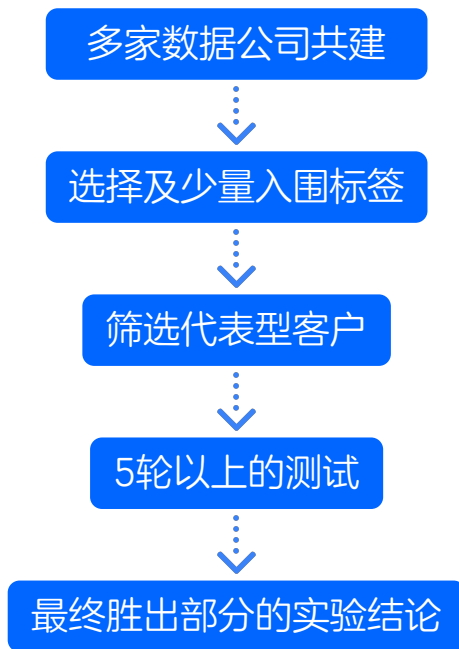


oCPC二阶搭配智能定向3级使转化成本下降10%，流量更精准

第三方人群定向工具

经过严格的AB实验，使用人群包的单元成本通常可降低30%左右，但消耗也会有较大波动，建议使用人群包的单元逐步放开定向，适当提升出价，获取更多优质转化。

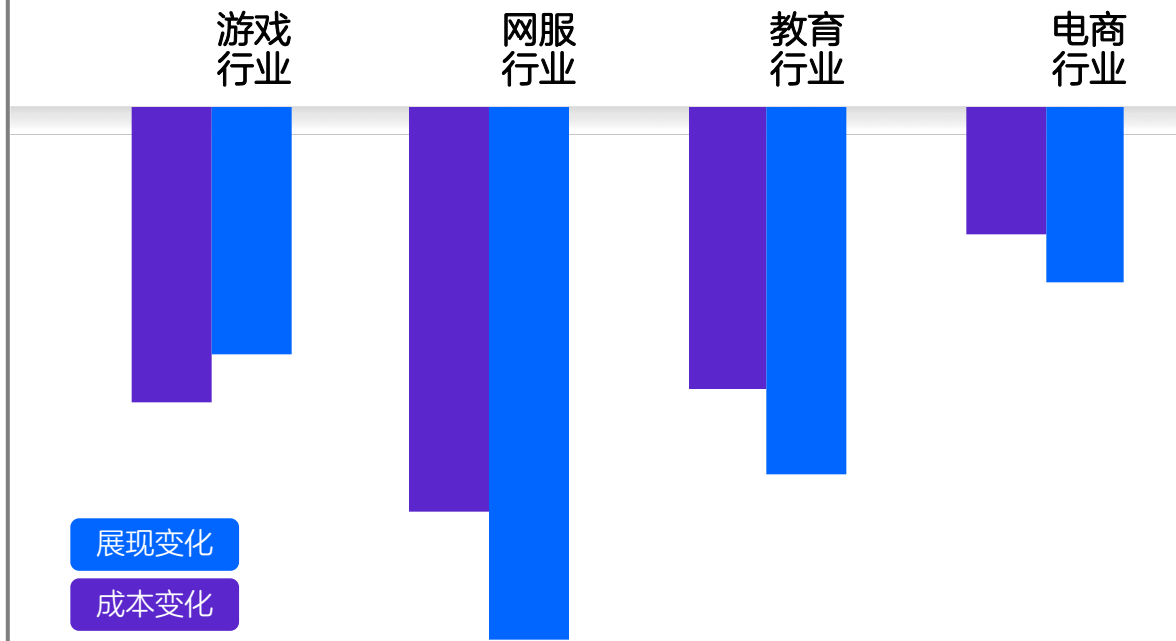
- 与多家专业大数据平台合作，拥有百度海量受众数据筛选和测试，为客户提供新的人群定向营销场景解决方案，提升客户定向设置时目标人群覆盖度和精准度。
- 通过提供不同营销场景下人群包，解决广告主维持转化成本稳定，提升转化量的投放诉求。
- 第三方人群包已经过多行业测试均为正向结果，对于有精准人群投放目标需求的产品可与运营/销售沟通申请人群包进行使用，通过产品各维度分析匹配符合人群进行定向投放，提升前后端转化率，达成预期效果目标。



第三方人群精细筛选
漏斗模型示例

第三方人群定向工具

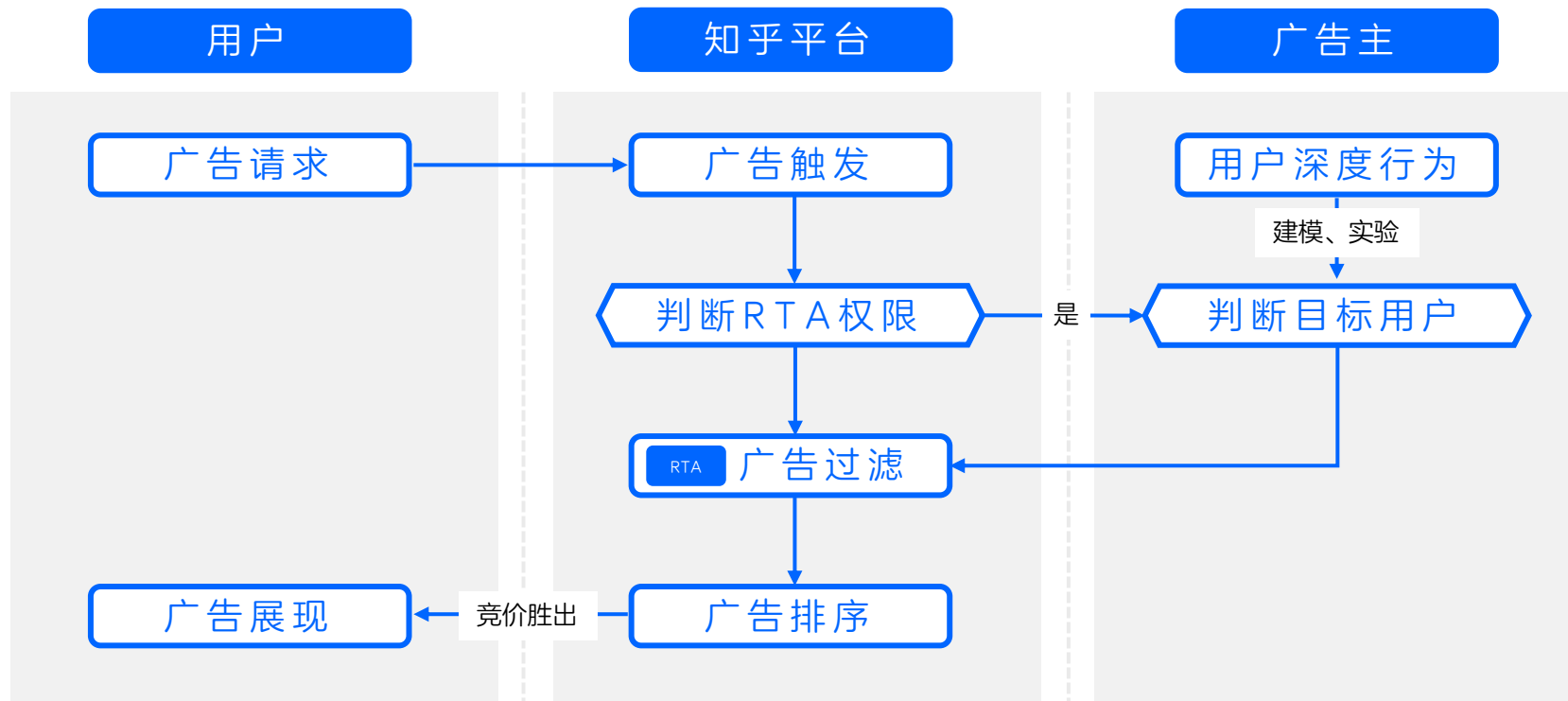
经过严格的AB实验，使用人群包的单元成本通常可降低30%左右，但消耗也会有较大波动，建议使用人群包的单元逐步放开定向，适当提升出价，获取更多优质转化。



- 通过左图可明显看出，使用第三方人群定向的投放效果能有效降低成本。
- 经过至少4次以上的验证，针对7家数据提供商多轮筛选，最终采用的数据如左侧展示，成本降低的同时，伴随着曝光的缩减，故建议大家使用的过程中，配合一些提量操作，可取得更理想的效果。

RTA (RealtimeAPI) 工具

结合广告直投及标准程序化方式探索的基础功能，在效果平台直投模式的基础上，下发请求并返回决策信息，平台结合信息进行优选，最终提升广告投放效果。

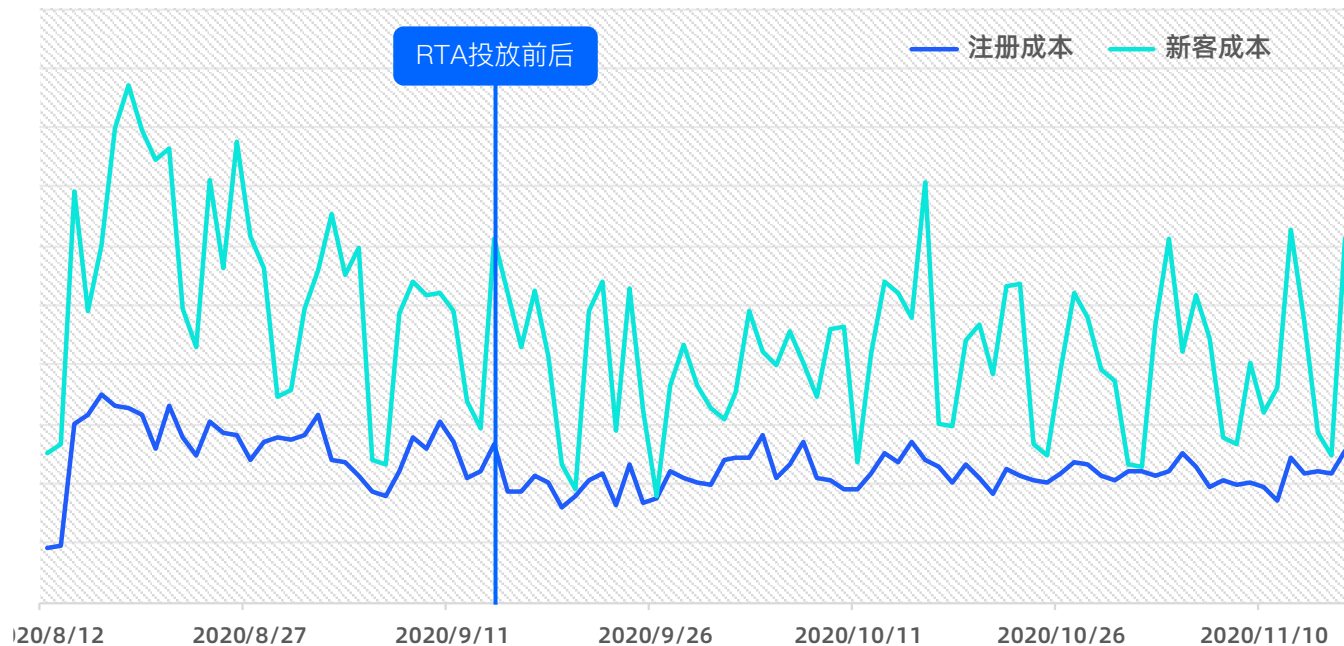


左图：RTA工具模型

更智能的广告投放方式、更硬核的技术支持，以及更精细化的客户服务。

RTA (RealtimeAPI) 工具

结合广告直投及标准程序化方式探索的基础功能，在效果平台直投模式的基础上，下发请求并返回决策信息，平台结合信息进行优选，最终提升广告投放效果。



- 左图是网服行业广告主投放情况，从数据趋势可以明显看到对接RTA前后，通过RTA优化后端转化人群，实现后端注册成本下降情况。
- 与广告主对接RTA主要排除已在产品内完成订单的用户。
- 从数据上可以明显看出，对接后注册成本和新客成本均呈现下降趋势，有效降低投放后端成本。

应用商店直投

投放安卓端应用推广广告时，通过应用商店直投功能，可实现用户点击广告/落地页中的下载按钮直接跳转到系统应用商店App详情页进行下载和安装。

现有落地页跳转路径



应用商店直投路径



- 应用商店直投能够明显缩短用户下载安装路径，跳转至应用商店App详情页后，可一键实现「下载和安装」，减少中间冗余步骤、以及用户等待时间过长造成的用户流失。

API工具

实现多种数据对接方式，便于广告效果监控。可在平台内依托追踪工具，发挥数据价值，反哺广告投放行程营销转化闭环。

- 效果平台已对接主流第三方监测平台，可通过平台直接回传数据，涵盖热云、友盟、AppsFlys、Talkingdate、Admaster、秒针、神策等。
 - 01 应用下载类产品可按应用下载API技术文档对接。
 - 02 落地页类推广可以通过Js布码、落地页API、Xpath方式对接，可按文档对接。
- 自行监测可通过调用数据报告接口，获取广告投放的报表数据，实现代理商及广告主构建自定义报表需求，以助广告主能够更好的分析投放数据，提升投放效果。
- 通过人群管理接口，可在线上进行人群包创建和管理。
- 通过画报线索管理接口，广告主可以实时获取通过画报取得的线索与表单信息，便于广告主及时跟进，并对线索进行统计与跟踪管理。

应用下载



落地页



The image features a solid blue background. Scattered across the background are several speech bubbles of varying sizes and shades of blue. Some are solid, while others are outlined. In the center, the Chinese characters '知乎' (Zhihu) are written in a large, white, serif font. Below the characters, the tagline '有问题 就会有答案' (If there is a question, there will be an answer) is written in a smaller, white, sans-serif font.

知乎

有问题 就会有答案