



# 2017.9 月 Facebook 广告产品更新

## 1. DABA (Dynamic ads for broad audience)新增工具

扩大受众广告 100%推出，对于电商行业的广告主，CPA 下降 20%以上。

### • Overlays

添加 Overlays 广告时，用户可以看到动态广告中的每个产品的价格或者百分比信息。Overlays 可供选择的选项有：价格、形状、字体、颜色、位置。

※ **注意**：Overlays 仅适用于价格为 5 位数以下且仅限英文的产品目录。

### • Offers

Offers 是向用户分享折扣的一种方式，当广告主向动态广告添加 Offers 时，优惠将作为一张轮播图卡显示，CTA 按钮会变成 Get Offer,用户可以与图卡互动，领取优惠。

※ **注意**：动态广告添加 Offer，广告主只能用轮播作为广告格式。

### • 素材元素自动排列组合根据表现调整投递

动态广告素材是 Power Editor 和 Ads Manager 中的一种工具，可自动提供广告素材资源的最佳组合。通过拍摄广告组件（图像，视频，标题，说明，CTA 等）并在受众群体中运行这些资源的不同组合，可以找到最佳的广告创意组合。



## 2. Instagram Stories 格式更新及推广应用

Instagram 作为 facebook 旗下的明星产品，Instagram 的 Stories 一直广受好评。为了强化创意和投放的灵活性，Instagram Stories 推出三种新功能。

### • 全景画布 ( Canvas )

为了给用户沉浸式的体验，IG Stories 加入 Canvas 全屏体验广告样式，所有广告主都可以在任何广告中添加 Canvas，通过即时加载全屏体验，用于讲述一个 deeper story。

### • 9:16 工具 ( 可上传的竖版广告素材 )

广告主可以将互动表现好的自然帖文上传到 Ads Manager 进行广告投放，以吸引更多用户。Canvas 广告样式对图片的规格要求是 9:16，新增的 9:16 截图工具可以直接将图片裁剪成该比例，目前暂不支持视频的裁剪。

### • Instagram Stories 版位优化

同创建 facebook 的 Newsfeed、Instagram、Messenger、Audience Network 版位广告一样，创建广告时将可以选择 Instagram Stories 版位。可通过 API、Ads Manager 和 Power Editor 进行相应版位选择操作。

※ **注意**：IG Stories 版位目前需要单独购买，接下来会添加到自动版位实现一键购买所有版位。

## 3. Value Optimization 优化选项开放给更多广告主使用

Value Optimization 是系统的一个优化选项，借助强大的 facebook 像素，能帮助广告主去优化 total value/ROAS，以往更多是帮助广告主去优化 reach 增加更多覆盖，或者优化 CPC。

### 适用此功能的广告主

比较关注 ROAS，拥有较全的 facebook 像素，系统能够收集到更多的数据去优化，具体条件：( 1 ) 在过去 28 天，拥有 100+ 个购买；( 2 ) 购买价值有一个比较大的范围；( 3 ) 使用自动出价。

### 工作原理

**PapayaMobile Inc.**

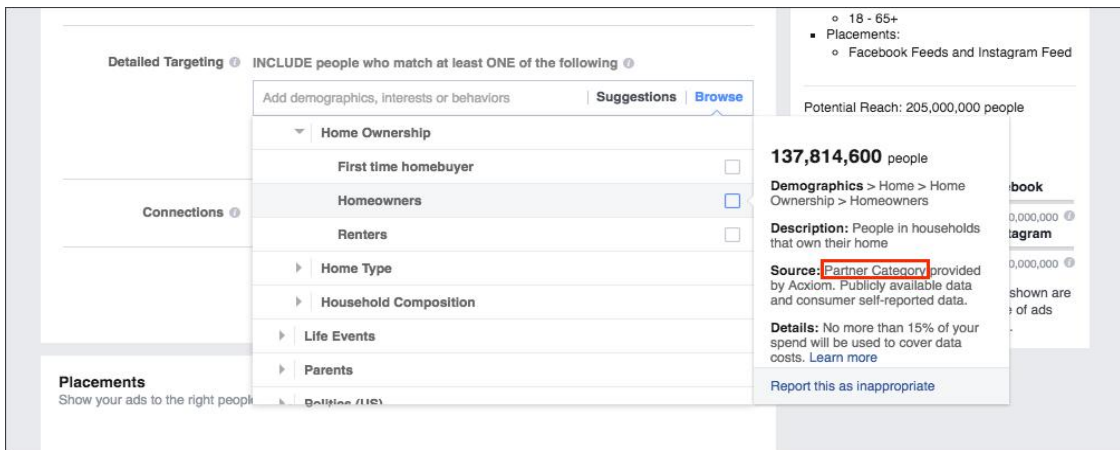
Beijing • Hongkong • Shenzhen • San Francisco • Bangalore



通过深入分析来估算单个用户在 7 天的时间窗内可为某个商家创造多少购物价值。随后，竞拍系统会将这个估算值乘以一个乘数，从而得到该用户的竞价。通过提高竞价来赢取有可能花费更多的用户后，进而获取最丰厚的广告花费回报。

#### 4. 受众定位中的“partner categories” 9 月底开始全面开放给跨境业务

“partner categories” 是 facebook 与他们一些营销伙伴通过受众数据提供商的专业服务提供的信息。您可以根据这些合作伙伴整理的信息进一步细化目标受众，例如房屋所有权或购买记录等线下人口统计数据和行为信息。对于无法自行获得创建自定义受众所需的客户数据的商家而言，“partner categories” 可能是绝佳的选择。目前，只要广告主的广告受众定位是美国、巴西、法国、德国、英国、澳大利亚及日本这几个国家，“partner categories” 就会出现在受众定位中。后续会有更多的国家加入。





## 5. 某些自然贴文样式不可作为广告推广

为了确保商家能从 Facebook 广告中获取最大价值，Facebook 将停止速推部分类型帖子的功能，这类帖子很少被使用且与广告主的目标关联度不高。

自 2017 年 9 月 15 日起，我们将移除以下类型的推广帖：

- ◆ 速推分享的店铺商品
- ◆ 主页分享店铺，然后速推相关动态
- ◆ 速推在地图上、在餐馆中或在某个城市的签到
- ◆ 速推分享的网志
- ◆ 速推分享的问卷投票
- ◆ 速推推荐地点
- ◆ 速推分享的各地节庆时刻
- ◆ 速推分享的评论
- ◆ 速推更换的头像
- ◆ 速推上传或分享的文件
- ◆ 速推体育赛事
- ◆ 速推通过 Facebook 相机上传的视频或图片
- ◆ 速推有关参加活动的帖子
- ◆ 速推分享的视频播放列表
- ◆ 速推关于观看电视节目、电影或其他类型节目的状态帖
- ◆ 分享某应用发布到主页时间线上的赞助帖，然后速推该动态
- ◆ 速推政治支持帖



这其中特别需要提及的是使用 vedio 的轮播形式，以 vedio view 作为营销目标的贴文不被允许作为广告推广。可以用一个单独的 vedio 作为推广，但是不能是 vedio 轮播形式。

## 6. 禁止经常分享假新闻的主页进行投放广告

为了给 Facebook 的用户提供更好的用户体验，facebook 通过第三份的监控机构对主页发布的新闻进行调查，判断新闻是否为假新闻。如果被判定为经常性发布假新闻的主页会被禁止投放广告。

对于发布了假新闻的广告会被 facebook 团队 disapprove，同时在广告管理工具中会提示广告 disapprove 的原因，及时查看原因并引起重视，如果出现次数过多，很有可能会被禁止再次投放广告。

## 7. Facebook IQ 新工具-Brand Insights to Go ( 洞察一点通 )

为了帮助广告主提升广告成效，Facebook IQ 提供了一个可以筛选、查找和下载统计数据工具-Brand Insights to Go ( 洞察一点通 )。

广告主可以使用筛选条件或搜索栏，按照地域、行业、受众、文化特征和营销规划要素（如平台、渠道、创意格式和成效衡量）筛选洞察数据。

Insights to Go 能够帮助广告主什么？

### • 帮助制定策略

利用 Insights to Go 能够帮助到使用者查找到需要的支持数据，挖掘实用的消费者细分群体或者行为洞察数据，以及为演讲搜集研究数据。

### • 激发创意灵感

按照文化特征、创意格式或媒体渠道筛选统计数据，从中吸取策略和创意灵感。阅读 Facebook 和 Instagram 广告主成功案例统计数据，借鉴经验技巧。

**PapayaMobile Inc.**

Beijing • Hongkong • Shenzhen • San Francisco • Bangalore

## • 作出明智的媒体决策

查找验证数据，为预算分配、策略建议、营销信息和渠道规划提供支持。

