

# 效果和量级并行，成就买量帝国

- ◆ **品牌名称**：腾讯游戏
- ◆ **所属行业**：游戏行业
- ◆ **执行时间**：2022.02.10-06.20
- ◆ **参选类别**：网络平台及服务类

## 产品背景

《重返帝国》是腾讯天美工作室研发，与微软联合打造的一款依托《帝国时代》的IP，以多国文明、天气策略、万人同屏、联盟玩法等多卖点的全自由即时策略手游。



《重返帝国》游戏于2022年3月上旬开启预约，3.29开启不删档上线，首发期急需通过买量快速导入游戏用户，提升产品市场热度、扩充游戏用户大盘以及提升付费流水。

## 产品竞争优势背景

腾讯品牌背书，《帝国时代》IP，主打多国文明、联盟玩法、实时天气等多卖点的全自由即时策略手游。

### 品牌背书

腾讯天美工作室出品《帝国时代》正版授权手游

### 代言人/KOL

首席战略指挥官：罗永浩；同时合作PDD、田雨、王志飞、以及“政委”金灿荣

### 经典人物

关羽、花木兰、贞德、亚历山大、项羽、虞夫人、尤利乌斯

### 玩法

联盟社交与战争兼具的SLG手游



## 游戏人群背景

### 性别

主要以男性玩家为主，女性玩家为辅，性别占比约为8:2，  
素材创意要以男性玩家视角为主，多产出男性玩家感兴趣的内容。

### 年龄

年龄圈层主要是30-39岁为主的人群，其次是25-29岁为主的人群，接下来是40-49岁为主的人群。年龄层青年偏大。

### 兴趣爱好

对标用户对金融服务、数码科技、游戏、医疗健康、教育培训、及房产等内容较为感兴趣。



## 营销目标：

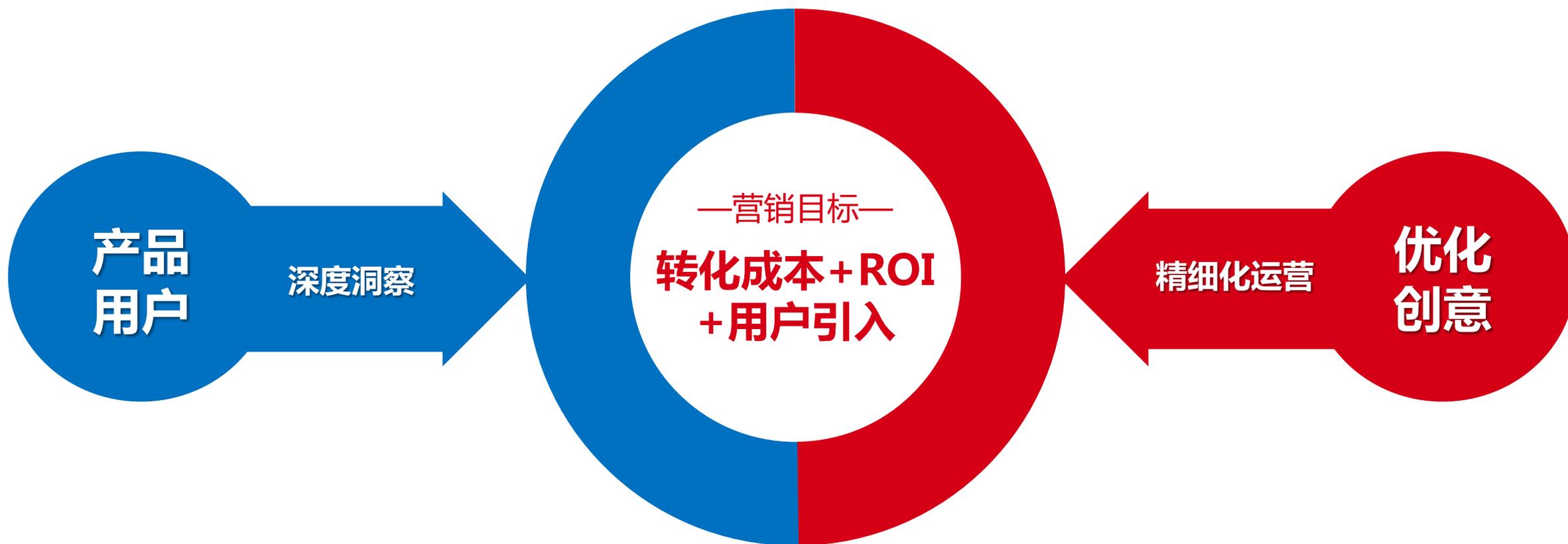
- 通过效果类媒体投放，以转化成本以及ROI效果为主。
- 确保KPI的前提下，尽量多引入游戏用户。



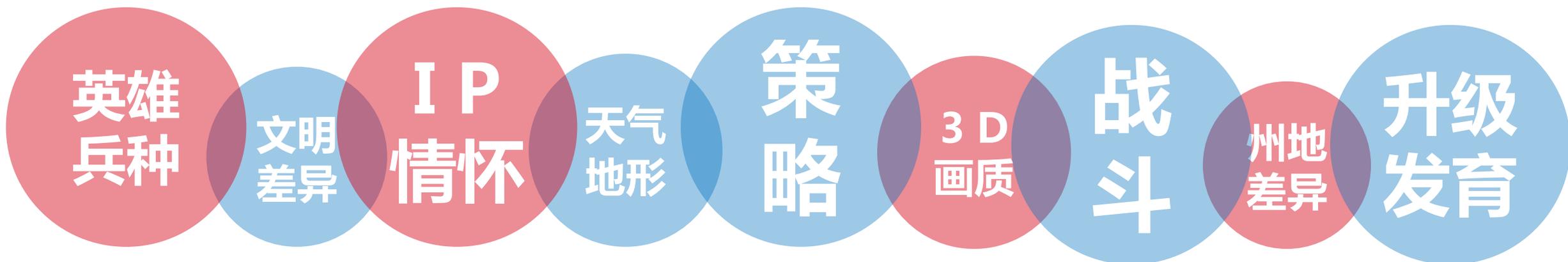
## 创意分析：SLG竞品分析



## 洞察与分析产出创意



## 素材创意



## < 让策略活起来 >

帝国时代IP、RTS即时操作、高清3D画质、真实超大城池攻防战、真实地形&天气、树林可以藏兵、无格子限制、战中实时技能释放与拉扯走位等

## 投放创意

### 准备阶段

- 账户搭建
- 投放准备

### 测试阶段

- 重点投放**信息流**快速爆量
- 培养横、竖版素材计划累积数据
- 开屏和图片资源补量

### 重点放量

- 累积数据择优放量
- 全系资源放量
- 关注数据实时调整

### 提升迭代

- 优选资源组合提升效果
- 数据分析反哺投放
- 素材创意更新迭代



#### 投放思路

#### 素材方向

- 计划测试：丰富定向方式，避免计划定向集中，减少自身竞争
- 人群包：**意向包**>**主题包**>媒体包>属性人群包=关键词包
- 素材策略：横版视频60%，竖版视频30%，图10%

#### UC素材注重展示**游戏画风和战斗场景**的素材

- 卖点：明星KOL、抽卡、攻略解说、战斗、角色背景故事
- 画面：偏沉稳怀旧的画风
- 音频：口播解说/情怀BGM

## 合作过程采用全链路、精细化运营管理，优化转化成本及量级

**CPA优化：**多样式定向组合筛选转化最优人群组合放量

**转化量级优化：**提升产品曝光量级，梯度竞价，产品转化最大化

### 上线重点期

- 多样式组合上线投放
- 多定向组合覆盖人群
- 筛选优质广告位人群

### 后期投放

- 优质广告位放量投放
- 不断测试新定向组合

### 转化量级优化：

- 多账户优化：  
双端投放账户超30个，核心跑量账户稳定10+
- 创意优化：  
主投视频，同步搭配组图和单图样式素材
- 出价优化：  
重点期高出价抢夺流量，转化稳定后小幅降价

## 合作过程采用全链路、精细化运营管理，优化转化成本及量级

### 素材数量充足

保持足够的素材储备量，利用现有爆量素材二创，便于快速在素材衰退时进行调整，减少整体数据波动、优化成本

### 账户及计划量级匹配

在投放账户超15个，核心跑量账户稳定6个，账户在投计划数30+，提升产品曝光量级，产品转化最大化，保证在流量需求大时及时保证投放

**通过测试及优化，逐步试探最大流量量级及最佳成本**

### 定向精准精细

前期激活单出价、起量后计划切换激活付费双出价，同时梯度出价、帐户细分人群定向投放，通过媒体运营获得高质量人群包持续进行测试，多样式定向组合筛选转化最优人群组合放量

### 后期优化

优质广告计划放量投放，不断测试新定向组合，根据投放节奏安排需要达到的目标，以目标为准优化

## 超预期完成客户目标

展现量

**2.3亿+**

成本低于阈值

**低于10%**

ROI优于阈值

**优于30%**