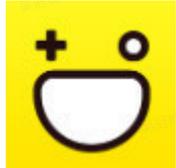
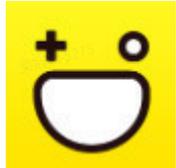


素材创意方向及案例

 在对游戏、电商、社交、视频娱乐四个行业的13个测试方向进行了280组实验测试后，得出显著正向（CTR提升10%以上）26组，本文档总结出的创意方向和案例数据均来自该26组实验

icon

- 动态icon:** GIF格式的动态图相比静态图更容易吸引用户的注意力，从而提高点击率和后链路数据；
- icon角标:** 结合产品自身特点（如体现免费或其他福利、周年庆、热点活动、产品特有功能、最新版本等），设计带有角标的icon可以提高素材点击率，为广告争取到更多曝光机会。

| 广告样式 | 数据表现 | 对照组 | 优秀素材 |
|--------|-----------------------------|--|---|
| 动态icon | ID CTR: +102% (0.23%→0.47%) |  |  |
| | IN CTR: +20% (0.76%→0.91%) |  |  |
| icon角标 | ID CTR: +63% (0.23%→0.38%) |  |  |
| | RU CTR: +38% (0.36%→0.49%) |  |  |
| | ID CTR: +13% (0.84%→0.95%) |  |  |

信息流图片

- 手势引导：**适当的、与图片内容融合度高的手势引导（如卡通手、中性手、女性手等的选择）点击率更高，电商和游戏行业有显著正向案例；
- 本地化：**图片里的文案（不单指语言，还包括翻译后的本地语符合当地人使用习惯）、人物、背景色等的本地化可以提高点击率；
- 人物：**除人物本地化外，在帅哥、美女、情侣或KOL的选择上也会对素材点击率产生很大的影响，还有游戏行业和产品有关的卡通、人物IP形象等；
- 福利：**结合产品特点通过宣传免费/限时免费使用、新人奖励、推荐有奖、签到奖励等利益点提高点击率，另外常见于电商行业的有免费配送、折扣、满减、返现、送代金券等，游戏行业的免费领道具皮肤、免费升级、限时主题活动等；
- 宫格（组图）：**通过设计精良的宫格形式，向用户传达更多产品信息，但也需注意避免元素太多太乱，焦点建议不超过2个；
- 品类：**主要指电商行业，在印尼地区已验证的显著正向品类有美妆、服饰、食品三个方向，其它地区品类效果不显著，建议结合产品特点先测试下全品类与单品类的效果，之后再根据数据表现选择重点优化方向；
- 其他：**除上述方向，还可以通过重点突出图片内容、变更图片里的广告文案、宣传产品不同功能来测试出点击率高的素材。

| 广告样式 | 数据表现 | 对照组 | 优秀素材 |
|-------|----------------------------|--|---|
| 手势引导 | ID CTR: +71% (0.31%→0.53%) |  |  |
| | ID CTR: +11% (1.17%→1.30%) |  |  |
| 文案本地化 | ID CTR: +37% (1.12%→1.53%) |  |  |
| | ID CTR: +23% (2.17%→2.73%) |  |  |

| | | | |
|------|--|--|---|
| 人物 | ID CTR: +10% (1.54%→1.69%) |  |  |
| | ID CTR: +13% (1.16%→1.31%) |  |  |
| | BR CTR: +42% (1.07%→1.52%) |  |  |
| 福利 | ID CTR: +38% (1.04%→1.43%) 免费配送vs送代金券 |  |  |
| 宫格 | ID CTR: +15% (1.19%→1.37%) |  |  |
| 电商品类 | ID CTR: +17% (1.08%→1.26%) 无品类vs食品类 |  |  |
| | ID CTR: +43% (0.35%→0.50%) 无品类->服饰 |  |  |
| 其他 | ID CTR: +13% (1.53%→1.73%) 重点突出产品logo |  |  |