



短直双开，跑出国庆好生意

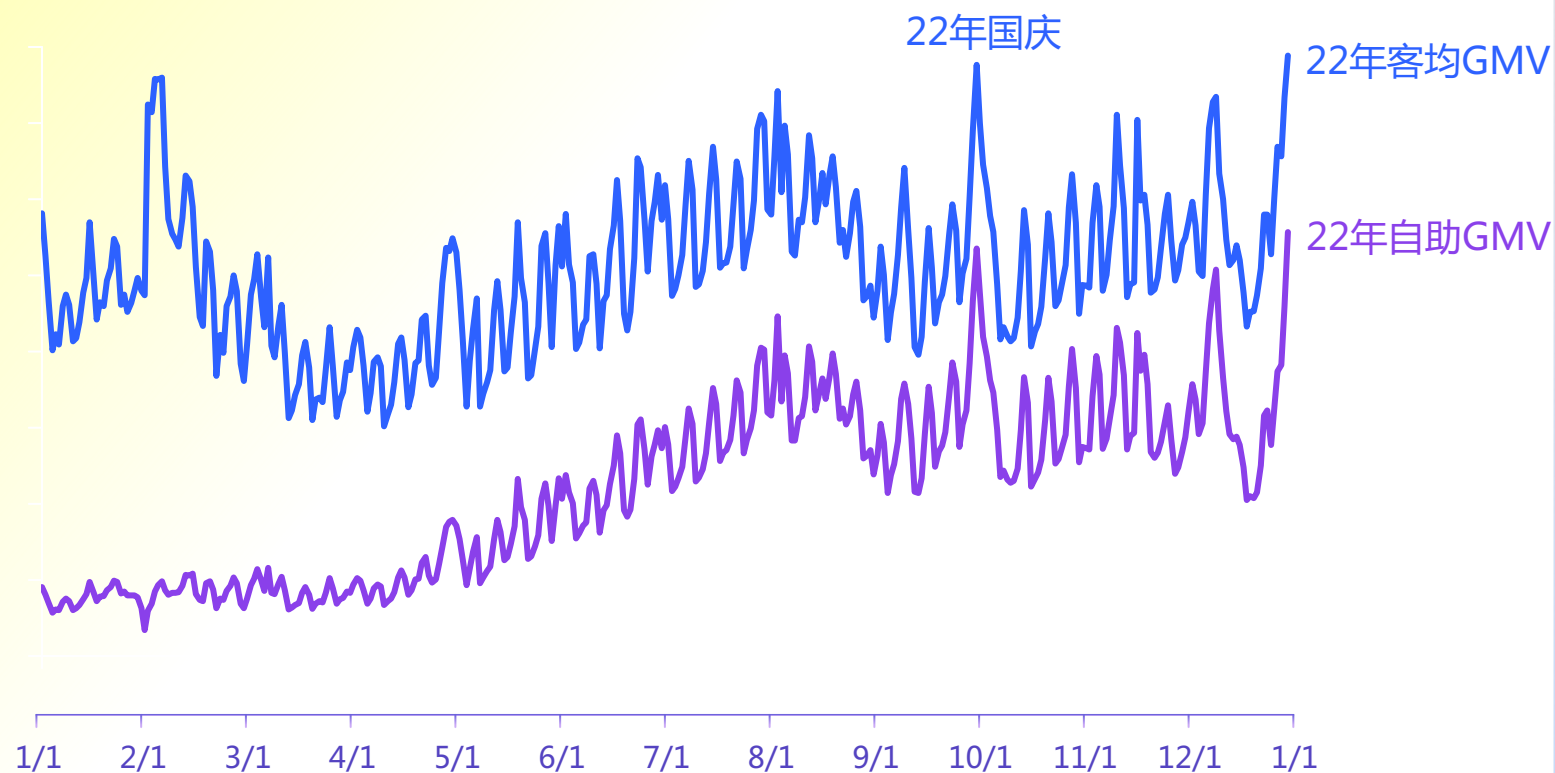
本地生活国庆投广宝典

自助客户业务中心-产品运营部-本地生活组

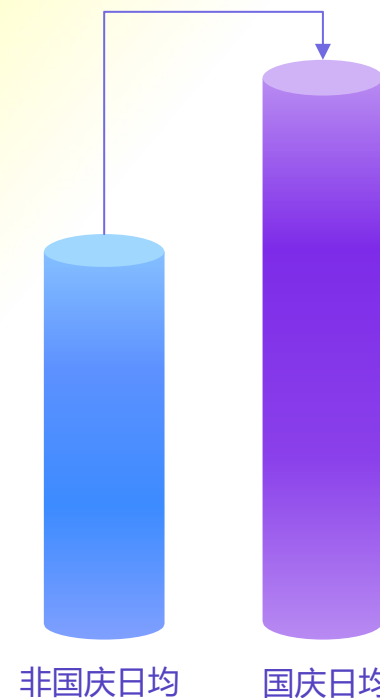


本地生活GMV膨胀系数最高的节点是国庆

国庆GMV峰值膨胀+94%，一天顶两天，日均膨胀+34%

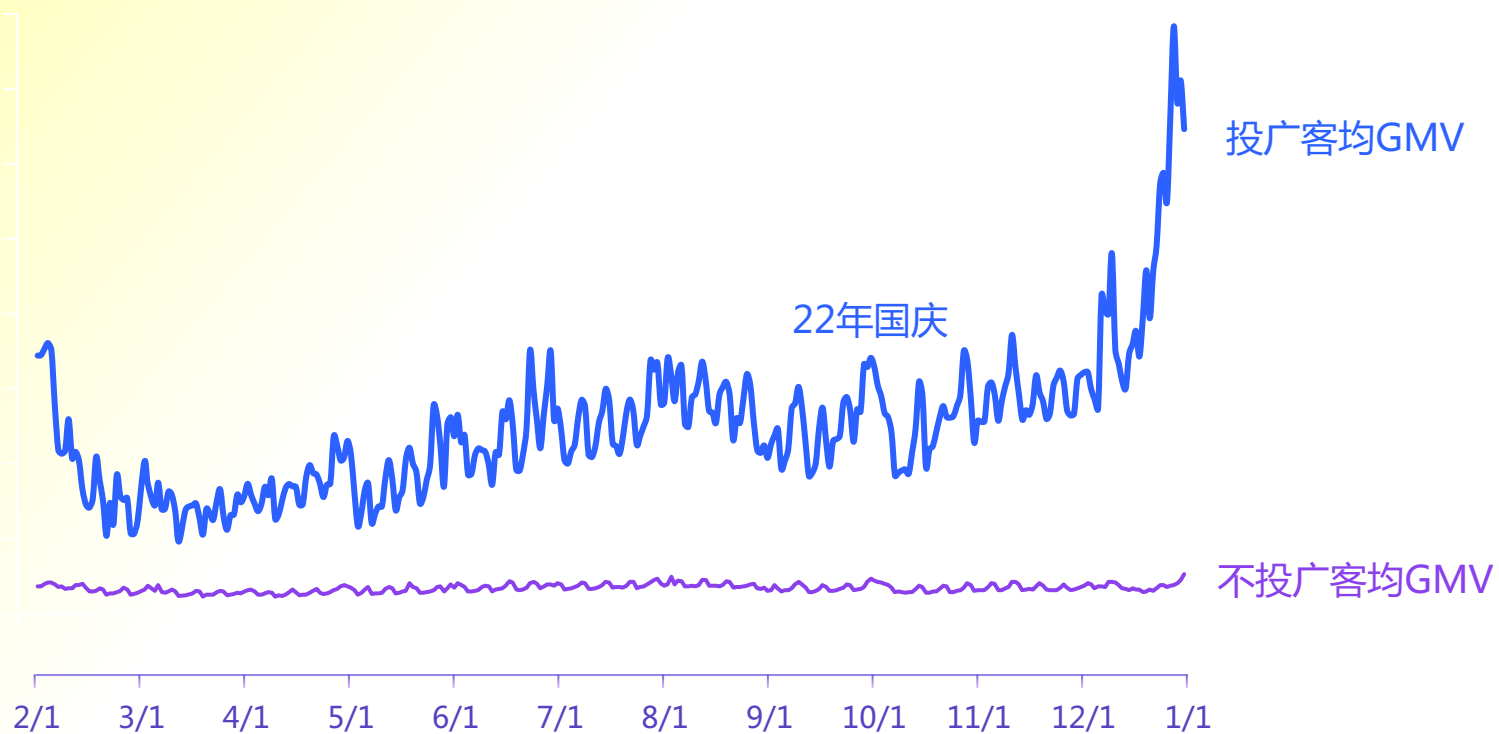


客均GMV
+34%

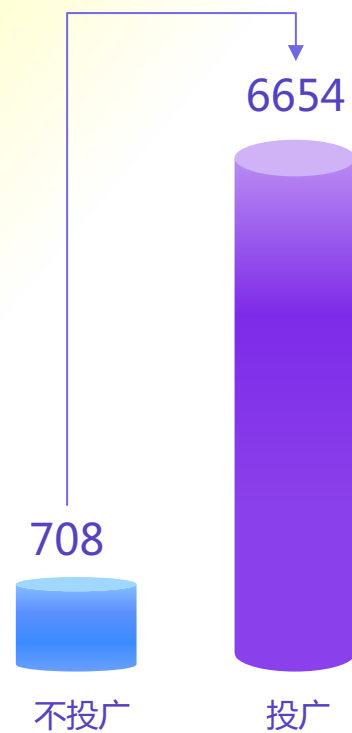


数据来源：自助客户业务中心商家数据

📍 投广VS不投广，客均GMV差7.6倍



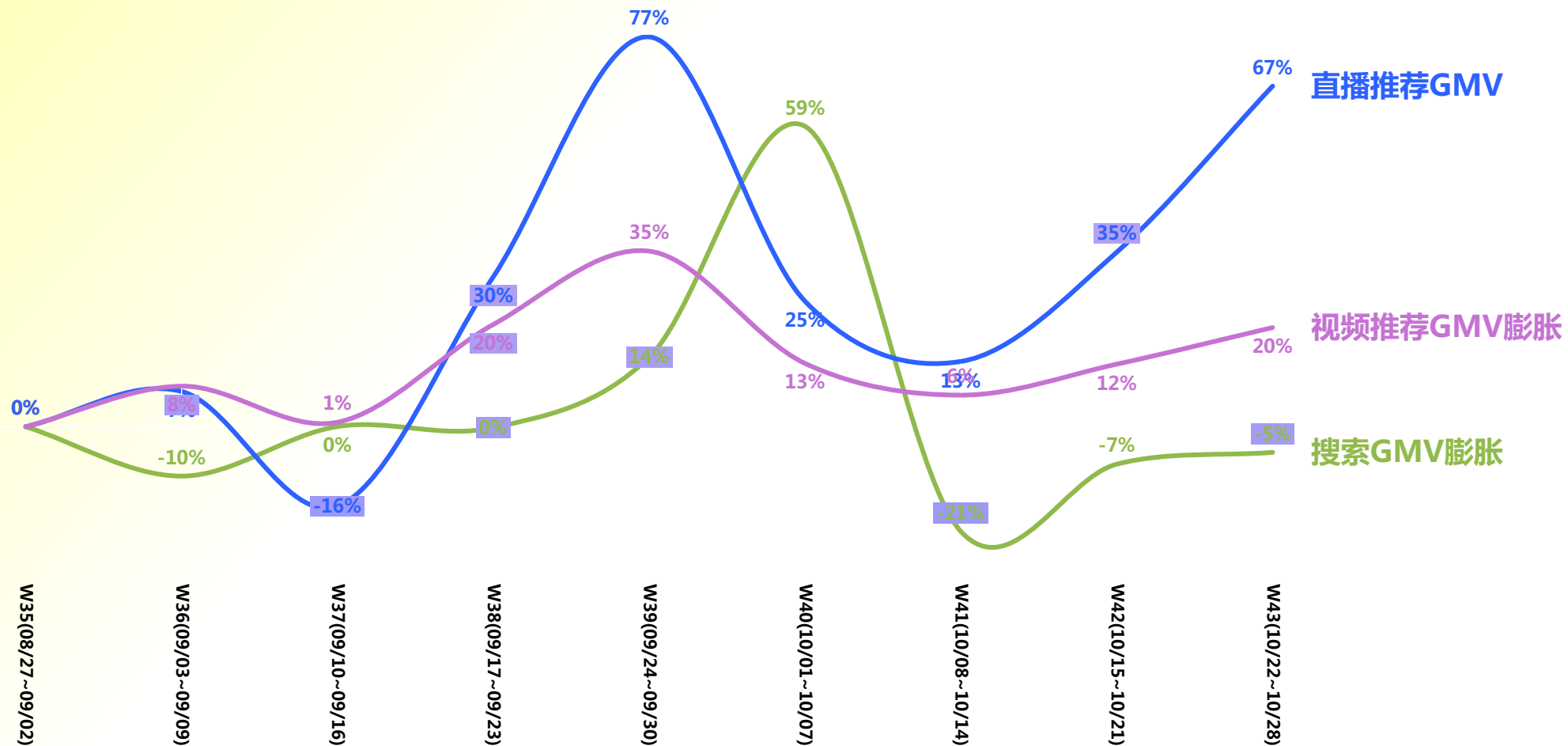
客均GMV
+661%





怎么投？短直双开，跑出国庆好生意

短&直节前2周开始膨胀，节前一周达到峰值，节中也比平时好
搜索节前1周开始膨胀，节中达到峰值，节后回落





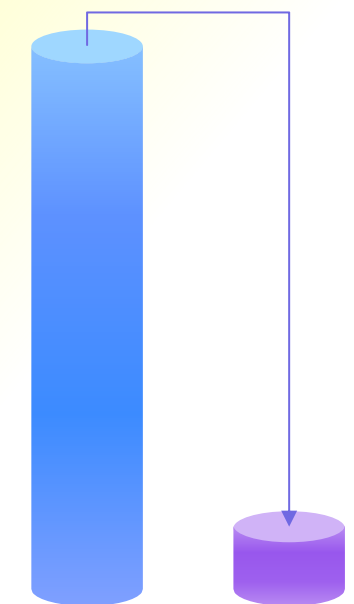
基建搞的好，跑量效果没烦恼

单计划预算>200，投放时长>6H，智能出价

基建达标商家少

活跃客户数

-85%

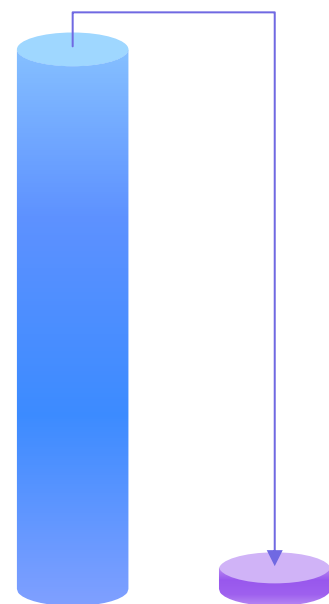


基建未达标

基建达标

有消耗计划数

-93%



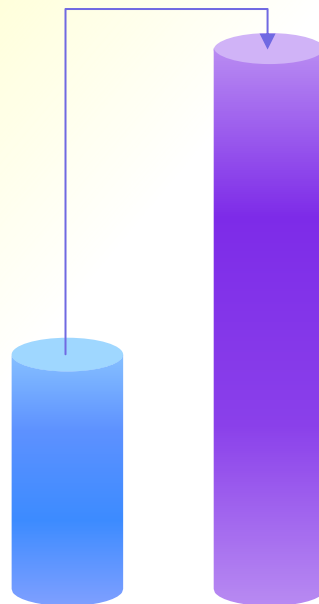
基建未达标

基建达标

基建达标效果好

计划arpu

+122%



基建未达标

基建达标

ROI

+13%



基建未达标

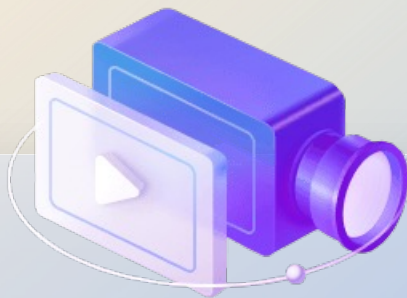
基建达标

国庆投广三板斧



短视频

「成单宝」+「优选视频」
限时无单必赔



直播

「直播全域推广」
撬动广告+自然



搜索

「团购卡」
门槛低+更精准

成单宝

- 为了让中小商家投得更简单
这是一款**自动化托管产品**
- 不需要依靠代理
不需要依靠服务商
- 商家**一键投放**
系统自动优化

以前
投深七步
下单

第 1 步

第 2 步

第 3 步

第 4 步

第 5 步

第 6 步

第 7 步
下单



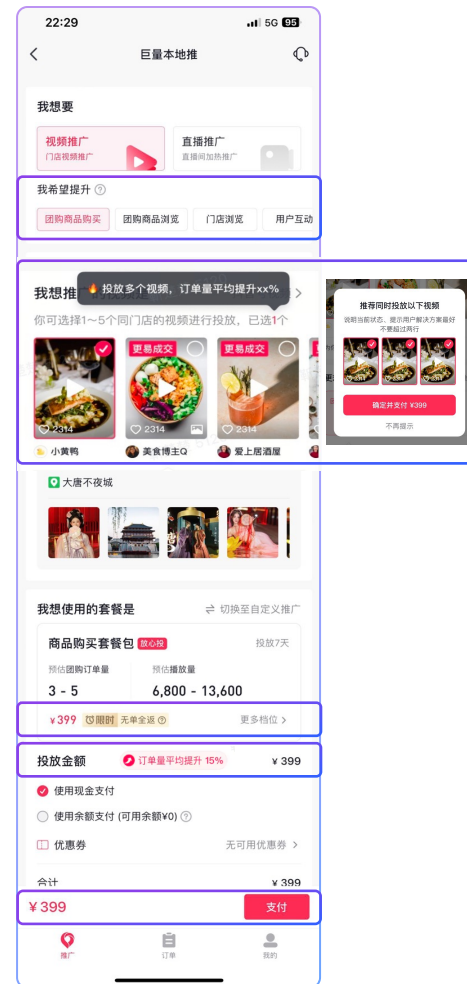
现在
成单宝
一键下单

默认投深

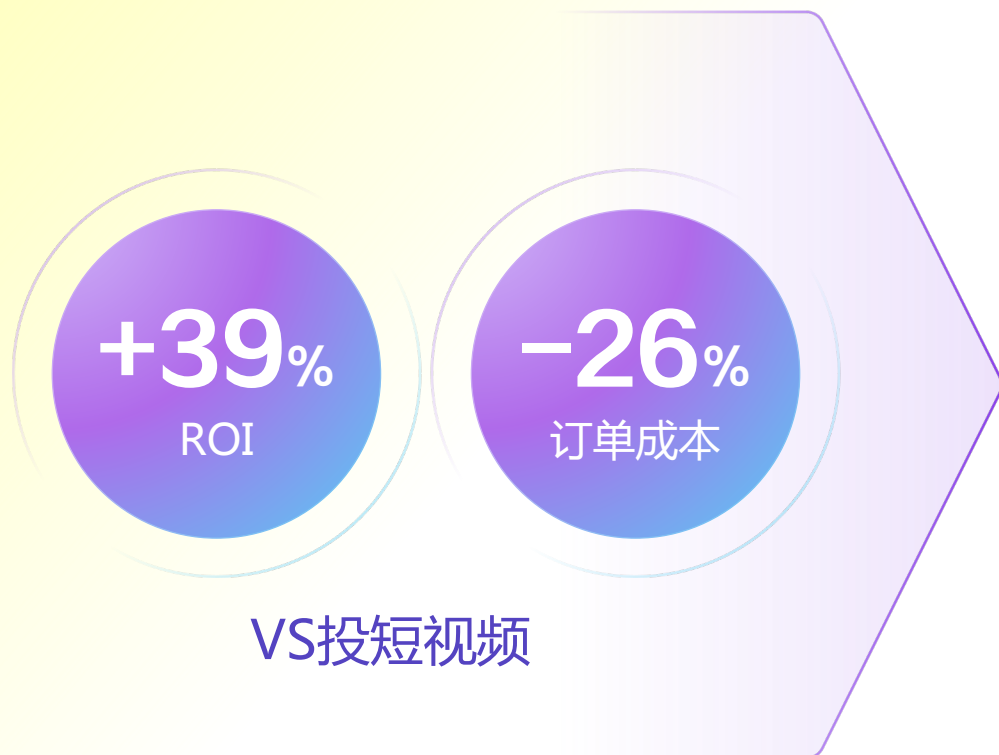
投多个优质素材

默认投399元档，保障提醒
效果提醒

一键下单



成单宝



一次投7天

- 399元档，**限时无单必赔**
- 999元档，**限时<5单必赔**



优选视频

测

系统自动识别最优视频

授权

达人素材免授权

投

一键投放多个达人素材

+12%
ROI

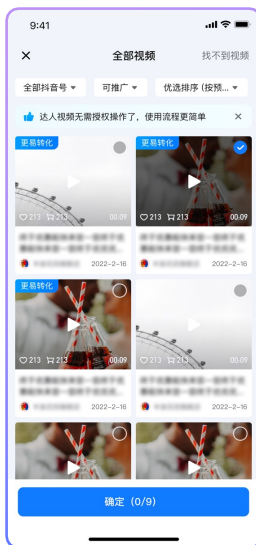
VS不使用

85%
使用率

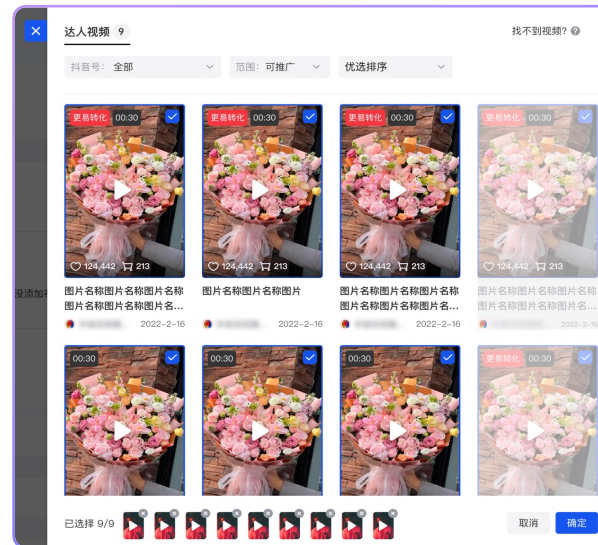
分母=投广商家



抖音端



来客端

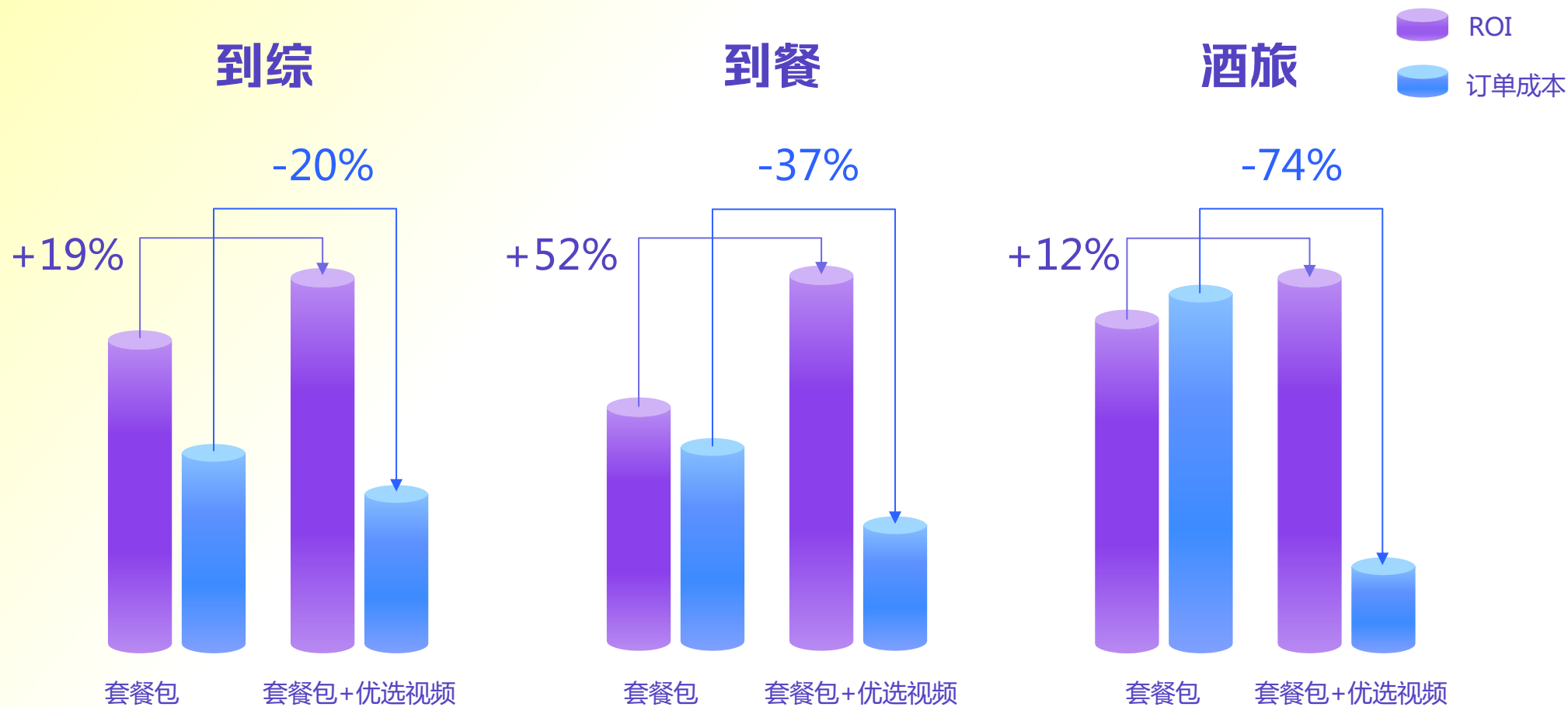


PC端



短视频王炸组合：成单宝+优选视频

ROI更高、订单成本更优





成单宝还需要注意什么？

三提倡、五禁止

提倡

禁止

创意

投多素材

投3-5条素材 **ROI+31%** VS 单一素材

素材单一

商品/视频关联性差

视频设私

组品

货品丰富

四品率达标 **ROI+100%** VS 不达标

货品单一

客单价过高或过低

投门店推广锚点

ROI+39% VS 商品锚点



成单宝+优选视频的几个案例

类目	美甲	美发	DIY手工坊	孕婴童摄影
客单价	80元	115元	230元	182元
创意	默认优选视频	默认优选视频	默认优选视频	默认优选视频
投广锚点	门店POI	门店POI	门店POI	门店POI
订单成本 VS过去投短视频	-21%	-53%	-74%	-9%
ROI VS过去投短视频	4.1 +66% ↑	1.7 +50% ↑	2.1 +272% ↑	2.3 +29% ↑

成单宝+优选视频的几个案例

商家信息

连锁美甲品牌
低价单品引流+
到店升单消费，
注重引流获客

24单

月投套餐包

+20%

广告团购订单量

组品策略

金牌门店商家

相册+商品+美甲款式+服务全组件配置，
描述清楚，图片清晰，样式新潮

货品丰富，注重引流

SKU=12，包含美甲、美睫、卸甲、刮
眉等全链路商品，引流品数目多（7
个）

统一化风格设计

商品统一设计，绿色背景+大字加粗，
简约时尚



素材策略

图文+短视频双推

图文效果展示+视频细节呈现

视频脚本多样

达人探店+美甲攻略+低价速览

达人视频+自产视频，都投

预算 投达：投自产 = 6:4



广告预算配比

（使用套餐包前）

浅	深
互动/门店浏 览	商品购买
7	3
广告 订单成本	77
广告 团购订单	542个
广告 ROI	1.3

（使用套餐包后）

浅	深	包
互动/门店浏 览	商品购买	放心投套餐包
3	3	4
25	-67%	↓
651个	+20%	↑
2.7	+40%	↑

成单宝+优选视频的几个案例

金牌门店商家

相册+商品+发型作品
图片清晰，推荐品醒目

选择丰富

SKU=16，套餐丰富
价格阶梯明显

团购页清晰

项目清晰，价格透明
特惠、爆款、修护标
签吸引力十足



美发店

达人视频

探店+优惠+质优+环境+效果

痛点明确

价高质劣，售后服务、
不满退款、30天包修

真实效果呈现

护理前+护理流程全纪录，
室内、室外效果全呈现



达人探店

投自产 投达人

订单量/每单	9	13	+44%	↑
GMV/每单	2K	3K	+50%	↑
订单成本	44	19	-60%	↓
广告ROI	5	12	+130%	↑

投套餐包



直播全域推广

极简操作

托管式操作，仅需创建一次计划
表达“全域支付ROI目标”，系统自动全局优化

稳定获客

保证ROI2的前提下，最大化GMV

流量协同

打通自然+广告，跑量能力更优

80%

ROI2达标率

+15%

全域GMV

注：广告ROI=广告GMV/消耗；全域支付ROI = 全域推广产品投放期间对应抖音号下直播间 内产生的全部成交订单金额 / 消耗

直播带货：控制全域支付ROI稳定，追求更高GMV



用于开播的抖音号 ?

饭饭饭的官方测试账号

官方

全域支付ROI目标 ?

请输入期望的全域支付ROI目标

☒ 按展示付费(oCPM)，根据 保障规则 提供保障福利，请谨慎修改全域支付ROI目标，以免失去保障资格

投放设置

日预算

¥100

¥300

¥500

¥1000

¥2000

自定义

投放时间

从今天起长期投放

设置开始和结束日期

用户定向



智能定向已开启

根据选择的抖音号、行业人群、门店附近等智能匹配和扩展定向人群

创意内容



直播间画面推广已自动开启

直播期间，系统将推广直播间画面，并展示相关推广卡片

☒ 我已阅读并同意 《全域推广协议》

创建全域推广

取消

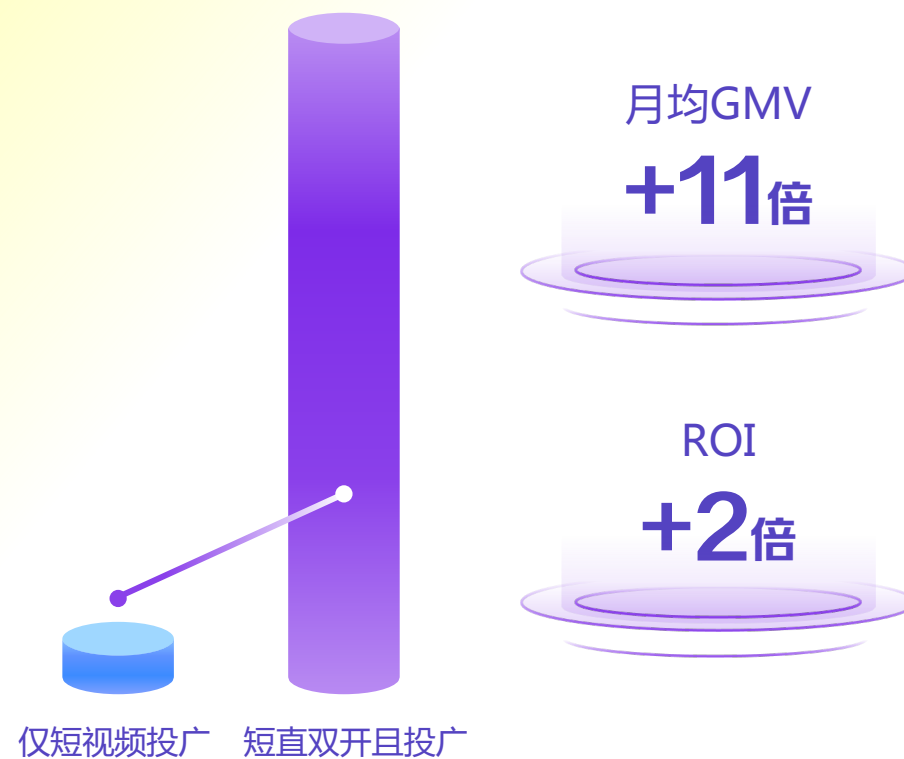
数据出处：中国销售业务平台-自助客户业务中心

直播+全域，生意加速器

门槛高 开播率低



成长好 爆发力强



全域推广需要注意什么？



投放建议

有耐心

持续投放3日以上

准确表达预期

基于历史整体ROI或系统推荐设置ROI预期
准确表达投放预算

少调整

调整间隔需大于1h，调整幅度
<20%，非必要不调整

直播+全域推广的案例

专题内容，稳定日更

页面配置/团购信息/
地址设置突出账号主题

主题系列：婚宴/婚礼

视频封面设计，
内容结合直播预告

标题善用#热点标签

#富茂大饭店 这样的
中式婚礼，你爱了
吗？
#肥西富茂大饭店
#婚宴酒店



周均3-5场，9小时/日，实景坐播

实景直播

前台/餐厅实景切换

商品种类齐全，主推
超低价代金券+1元福
袋引流

团品：716代1000
1元双人餐（福袋）



用全域推广

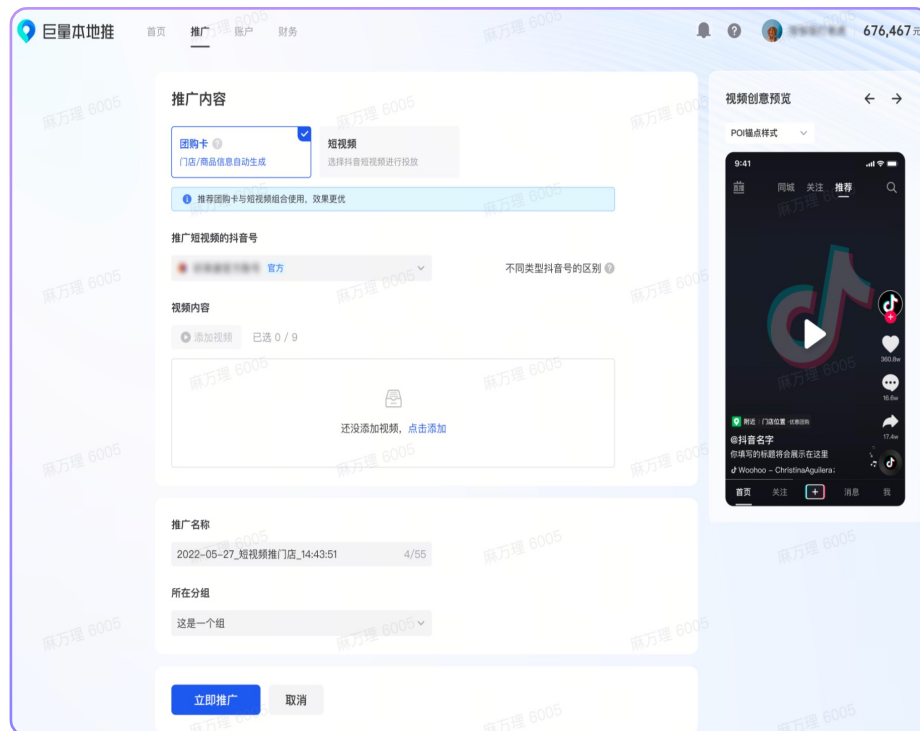
使用全域推广后

日均消耗	200	5700	
场均GMV	5000	10w+	+20倍
TR	1.6%	5.5%	
ROI	2.1	18.2	+8.7倍

团购卡

- 智能匹配合适的人群与地域
- 拓展生活服务专属流量
- 大幅降低创作门槛与成本

ROI
+200%
VS短视频





团购卡展示在哪里？

搜索

品类词：如小龙虾、咖啡、眼镜、美甲

地域词：如丽江写真、附近美食

展示

搜索结果**第二位**

搜索

品牌词：如海底捞、麦当劳、瑞幸

门店词：如肯德基石佛营店、
很久以前羊肉串合生汇店

展示

搜索结果**第一位**





搜索+团购卡，锁定精准客流



库迪咖啡 连锁咖啡品牌

近1个月抖音平台咖啡相关搜索量超千万，
库迪咖啡通过【团购卡】的拿量比例高于**4%**

商家情况

门店数：上千家

营销诉求：促进线上团单销量

其他营销动作

结合节点线下铺设了物料，
上线爆款团品，看后搜引流

推广 设置

营销目标：短视频推门店-商品购买

投放形式：短视频+团购卡

预算：3000

出价方式：手动出价
(出价略低于团单价格)

投放时间：全天推广



最后，敲黑板

短直双开
跑出国庆好生意

国庆怎么投

		节前2周	节前一周	节中	节后
基建	经营	POI质量>60，四品配置&商品丰富度达标			
	广告	单计划预算≥200，投放时长≥6h，智能出价为主			
短视频	预算	预算上浮+50%			
	定向	到餐到综：门店附近6-8KM 酒旅：本市		到餐到综：门店附近8-15KM 酒旅：本市+周边城市	
	创意	优选视频-优选排序，更易转化优先，新品适当添加最新视频			
		商品卡：所有计划打开商品卡投放			
	深浅配比	门店种草：2:8		爆品打造：6:4	
		新品试销：6:4		国庆大促：5:5	
	王炸产品	套餐包：每周每门店≥1单			
直播	预算	大场上浮+200%			
	定向	到餐到综：门店附近6-8KM 酒旅：本市		到餐到综：门店附近8-15KM 酒旅：本市+周边城市	
	创意	到餐到综：直播间画面直投为主 酒旅：短视频引流直播间为主			
	配比	深浅配比：7:3			
	王炸产品	全域推广（ROI2）：每抖音号计划数=1			