**超级汇川平台-程序化创意**

**报送公司：**超级汇川广告平台

**参选类别：**年度最佳数字营销工具

**简介**

超级汇川平台的程序化创意工具，自去年2月起历经八轮迭代升级，形成了集合“批量化广告创意搭建”、“精细化意向人群匹配”、“系统化数据效果分析”、“动态化创意组合优选”四大核心产品能力的创意营销工具。

该工具旨在帮助广告主实现信息流投放场景下，创意丰富度和投放效果的提升；同时通过创意搭建、投放、效果监测全流程的优化，提高广告主和服务代理伙伴的人效。

上线不到一年时间，程序化创意工具服务包括游戏、电商、出版传媒、医疗、金融、教育、交通、网服等二十余个行业、三百余个信息流广告投放客户；我们仍将不断努力，为行业提供更精细、更高效、更稳定的信息流创意投放解决方案。

**使用说明**

1. **概述**

* 支持投放模式：信息流投放
* 支持推广对象：网站、iOS应用、Android应用
* 支持计费方式：oCPM、CPC、CPA
* 组合及优选逻辑：

- 针对同类样式的组合，如大图与大图、三图与三图、视频与视频， 系统会在同类样式中进行创意优选；

- 针对不同类样式的组合，系统会根据广告主的创意公用设置，优选 /轮选样式类型，进而优选最佳创意。

* Marketing API同步支持程序化创意的搭建和数据查看，便利有一定技术能力的广告主进行批量搭建

1. **审核与投放状态**

* 程序化创意每一个素材都有单独的审核状态，广告主可在问号处查看每个素材元素的审核情况。
* 当程序化创意的过审素材可以拼接为一个完整创意后，程序化创意就会开始投放；即如部分素材没有过审，不影响过审素材的正常投放。

1. **推广管理-创意列表**

* 广告主可在列表顶部按钮点击切换自定义/程序化创意。
* 新增“生成方式”列，广告主可区分程序化创意和自定义创意，并支持筛选。
* 程序化创意可提供三个图片or视频素材的预览，并展示程序化创意中所含元素（图片/视频/标题）的数量。
* 程序化创意添加了“组合数据”按钮，广告主可点击跳转程序化创意数据报告，方便进行效果跟进。

1. **行动号召**

“行动号召”是创意上的引导按钮，支持广告主自定义文案选配。

为更好引导用户点击和转化，提升广告投放效果，建议广告主使用行动号召工具。系统会将按钮文案作为素材元素纳入创意优选范畴内，从策略角度进一步促进提效。

* 行动号召审核与状态展示：

- 行动号召按钮文案需经审核通过后生效，但行动号召的审核状态不影响程序化创意整体的审核状态；即如仅行动号召未过审，创意仍可正常生效投放。

- 当创意状态异常时，鼠标悬浮在状态列的红色叹号处，展示浮层分条披露行动号召的审核状态；不宜推广状态下，问号内会披露具体原因。

* 搭建说明：

- 行动号召功能位置在程序化创意标题栏下方，为非必填项；支持选用“智能推荐”文案，或“直接输入”文案。

- 行动号召支持的创意样式：横版视频、竖版视频样式，大图、三图、小图的下载样式。

- 一个程序化创意下，最多支持设置10个行动号召；每个行动号召支持4~12个字符（即2~6个汉字）。

选用智能推荐的文案时，可多选、最多选10个；点击“添加”则将文案加入右侧栏中。

直接输入文案时，每行1个文案、最多填写10行；点 击“添加”则将文案加入右侧栏中。

- 对于之前已创建的程序化创意，行动号召设置默认为空；如有需要可编辑创意进行设置。

- 行动号召按钮样式支持预览；如有设置，在创意编辑页面右侧的预览图中可见。

1. **数据报告**

* 素材报告：提供程序化创意专有的素材元素维度（图片/视频/标题）数据情况

- 入口：数据报告->程序化创意报告->素材报告

- 广告主可筛选查看素材区域/创意整体报告

选择素材区域，则只有点击该素材区域的数据会被记录

选择创意整体，则点击该素材生成创意整体范围的数据都会被记录到这个素材下面

* 组合报告：提供程序化创意产生的每个创意组合（如A标题搭配M图片、B标题搭配N视频 形成的创意）的数据情况。

- 入口：数据报告->程序化创意报告->组合报告

- 披露组合ID（需在报告自定义列勾选展示），并支持创意组合预览；点击“预览”按钮，广告主可以快速查看创意组合的具体样式。

1. **其他亮点功能**

* 提效率：自定义计划复制一键生成程序化计划

- 当广告主点击复制自定义计划时，在是否导入创意的询问弹窗中新增“一键转换程序化”按钮；点击自动跳转广告搭建流程，在创意层级自动带入原自定义创意的图片/视频素材、标题及公用设置信息。

\*在转换过程中，系统会自动针对图片/视频素材、标题去重。

- 当原自定义计划下的创意存在程序化创意不支持的样式时，询问弹窗中会告知、并在后续转换时自动去除这些素材。

- 当原自定义计划下的创意包含的视频/图片素材、标题数量过多，即去重后仍超过程序化创意支持的数量上限时，询问弹窗中会告知、并在后续转换时自动优先保留新创建的物料。

√ 提效果：丰富样式优选

\*系统自动适配样式并进行优选，无需广告主操作。

- 支持样式优选，即通过把具体交互样式加入优选模型，使程序化创意可以更细粒度地优选素材和样式，提升优选精度。

- 支持更丰富的创意样式，进一步提升模型优选带来的效果。

**应用范围**

* 支持投放模式：信息流投放
* 支持推广对象：网站、iOS应用、Android应用
* 支持计费方式：oCPM、CPC、CPA

**应用实例**









