

领英广告自助服务 最佳实践策略

适用于文字广告和企业推广内容

✓ 设立一个明确的推广活动名称

确保名称简洁易懂，能在整体上把握对目标客户产生的效果。

✓ 创建重点突出的定向条件

在创建推广活动时，一次只使用少数几个定向条件，以打造紧密关联的主题。开始时广撒网，扩大规模和覆盖面，然后重点针对效果不错的细分目标客户。

✓ 设定有竞争力的出价

设定比建议范围高 1-2 美元的出价，赢得更多竞价并保持竞争力。

✓ 保持预算上限高于 200 美元

500 次点击肯定比 5 次点击更能提供有用信息，因此，设置合理的预算上限有助于获得相关统计数据，再据此进行后续的优化和拓展。

✓ 添加吸引眼球的图片

清晰明确、色彩明亮的商务人士图片会让您的文字广告更有亲和力，吸引潜在目标客户。对企业推广内容(尤其是富媒体广告)来说，清新迷人的图片，会更快吸引会员的注意力。

✓ 发出有力的行动呼吁

发出直接有力的行动呼吁的广告(比如“立即登记”或“立即注册”)往往效果更好。

✓ 直接称呼目标客户

在文字广告标题或企业推广快讯的简介文字中直接称呼目标客户，吸引他们的注意力(例如，“高科技公司经理必看”或“您是 IT 总监吗?”)。尽量使用敬语“您”。

✓ 让广告与目标客户时时保持相关

面对目标客户，我们的系统会更为频繁地投放与其更为相关的广告，并限制投放他们很少点击的广告。

✓ 创建多个广告进行 A/B 测试 (A/B test)

在每个推广活动中使用 2-4 个活跃的广告变体，更多样化的向目标客户显示内容，同时了解哪个策略最成功(A/B 测试)。关闭效果不好的广告并测试新广告。

以下适用于企业推广内容

✓ 加入短链接

在您的广告中添加可点击的元素。

✓ 传递思想领导力

分享简单易懂的内容或行业洞察。采用编号列表的形式传递内容会取得不错的效果。通过内容向目标客户传递他们将如何从中受益。

✓ 针对不同设备进行优化

别忘了那些使用移动设备的目标客户。确保您的内容和着陆页面已针对不同设备进行优化。