
XX

XX

快手短视频广告形式与投放课件

小无名 DOCS



快手短视频平台简介及发展现状

快手短视频平台的发展历程

**2011年：快手成立，最初定位为GIF
图片分享平台**

- 2012年：快手转型为短视频平台
- 2013年：快手推出短视频功能，用户开始大量上传短视频
- 2014年：快手用户突破1亿，成为当时最受欢迎的短视频平台之一

**2015年：快手开始快速
发展，吸引大量明星
和网红入驻**

- 2016年：快手推出直播功能，进一步拓展业务领域
- 2017年：快手举办首届“快手短视频节”，影响力进一步扩大
- 2018年：快手获得腾讯领投的3.5亿美元融资，估值达到200亿美元

**2019年至今：快手持
续优化产品功能，加强
内容监管，提升用户体
验**

- 2020年：快手启动“快手短视频创作者扶持计划”，加大对内容创作者的扶持力度
- 2021年：快手在香港联交所上市，成为全球最大的短视频平台之一

快手短视频平台的核心特点

普惠价值观：快手始终坚持“每个人都有机会成为网红”的理念，为普通用户提供展示自己的平台

去中心化内容分发：快手采用去中心化的内容分发机制，让优质内容得到更多的曝光机会

浓厚的社区氛围：快手用户之间互动频繁，形成了独特的社区文化和氛围

多样化的内容类型：快手涵盖了搞笑、美食、旅行、教育等多种类型的短视频内容

快手短视频平台的市场份额与用户规模

市场份额：快手在国内短视频市场中占据领先地位，与抖音形成竞争格局

- 根据艾瑞咨询数据，2020年快手在国内短视频市场的份额为25.2%
- 在全球范围内，快手也具有较强的竞争力，市值一度超过抖音

用户规模：快手拥有庞大的用户群体，且用户活跃度较高

- 快手日活跃用户数超过2亿，月活跃用户数超过4亿
- 快手用户的平均每天使用时长超过60分钟，具有较高的用户粘性

02

快手短视频广告形式概述



快手短视频广告的基本形式

01

信息流广告：在快手短视频内容中穿插的广告，用户观看视频时随机出现

02

视频广告：在快手短视频平台内播放的独立广告视频，通常为品牌宣传或产品推广

03

直播广告：快手主播在直播过程中播放的广告，包括口播广告、产品展示广告等

04

标签广告：在快手短视频中出现的标签，点击标签后可跳转至相应广告页面

快手短视频广告的投放策略



快手短视频广告的计费方式

01

点击计费：按照用户点击广告的次数进行计费，适合以引导用户点击为目标的广告

02

展示计费：按照广告在用户面前的展示次数进行计费，适合以品牌曝光为目标的广告

03

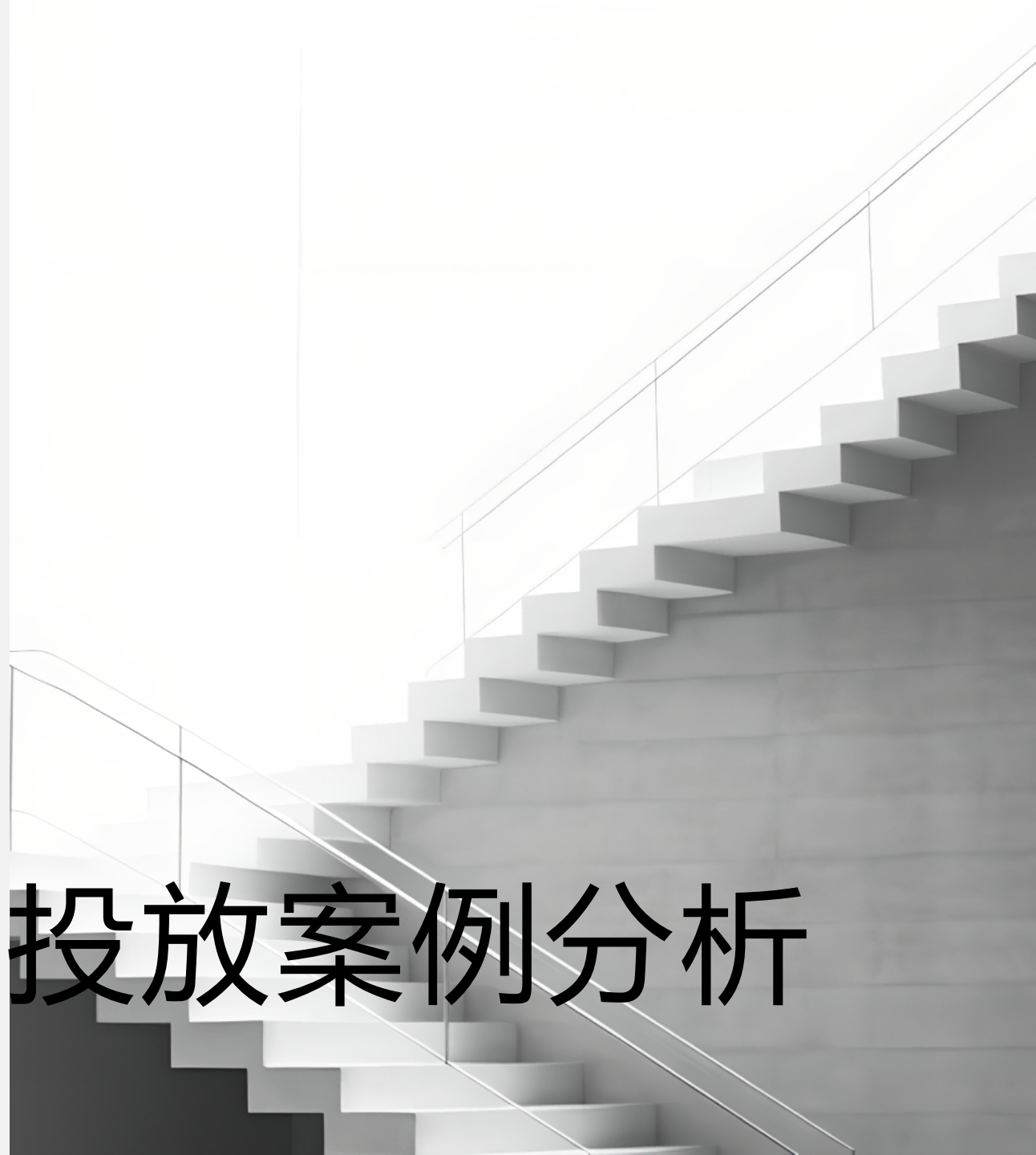
观看计费：按照用户观看广告视频的时长进行计费，适合以用户停留时长为目标的广告

04

转化计费：按照用户在点击广告后完成的转化行为进行计费，适合以销售转化为目标的广告

03

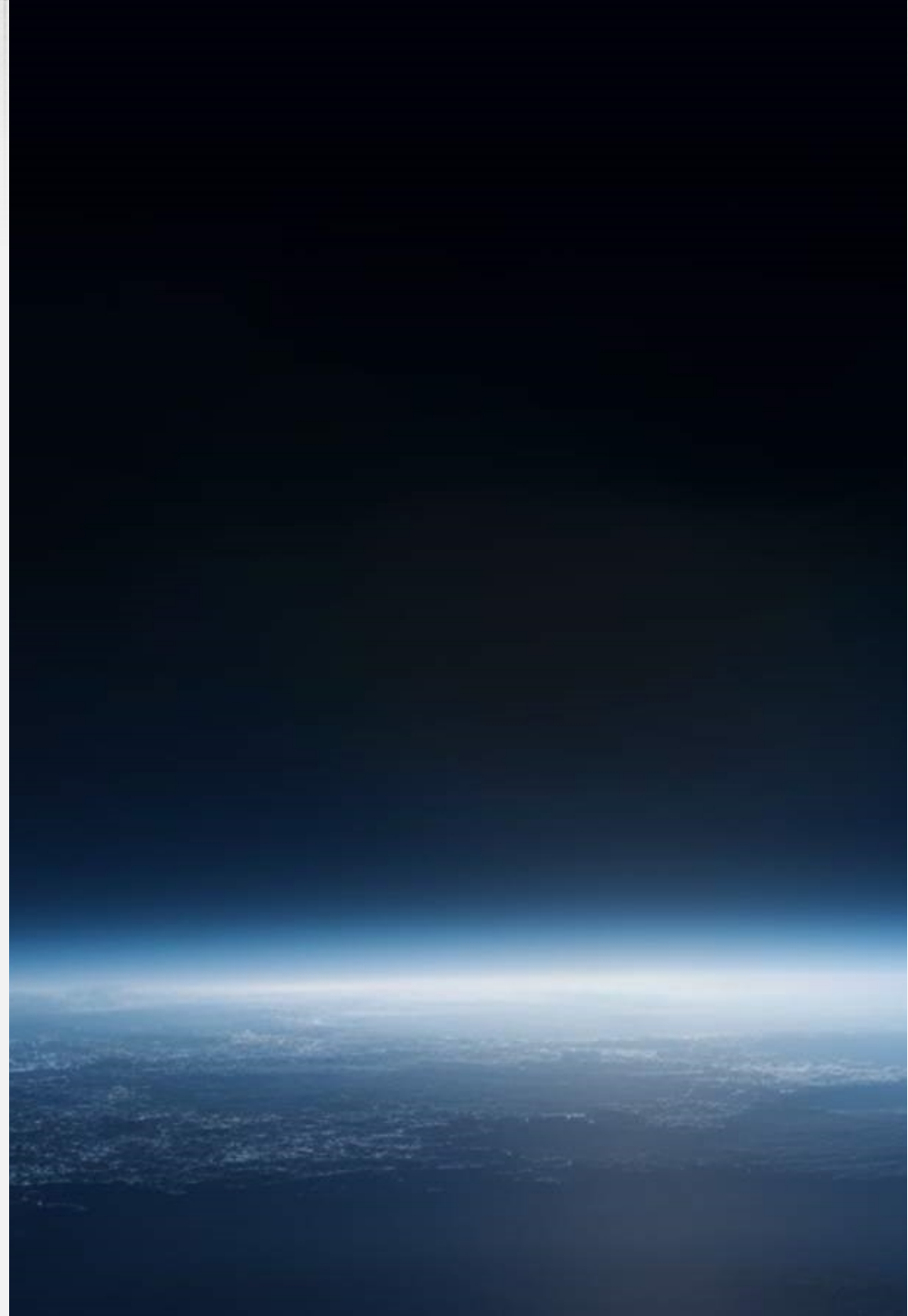
快手短视频广告投放案例分析



快手短视频广告投放成功案例

• 案例一：某品牌护肤品

- 在快手短视频中投放信息流广告，通过精准定向，将广告投放给对护肤品感兴趣的用户
- 结合快手短视频的内容场景，展示护肤品的功效和使用方法，提高用户的代入感和购买意愿
- 通过互动投放，鼓励用户参与评论、点赞等活动，提高用户的参与度和粘性
- 最终实现广告投放效果显著，品牌知名度和销售额大幅提升



以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：
<https://d.book118.com/966231033101010223>