

微信广告上线朋友圈橱窗广告 可满足广告主更丰富的素材诉求

12月12日消息，今日，微信广告宣布上线朋友圈橱窗广告，满足广告主更丰富的素材展示诉求。朋友圈橱窗广告广告支持配置一个主素材和三个副素材，组合形式突破原生形态，更易吸引用户停留点击。



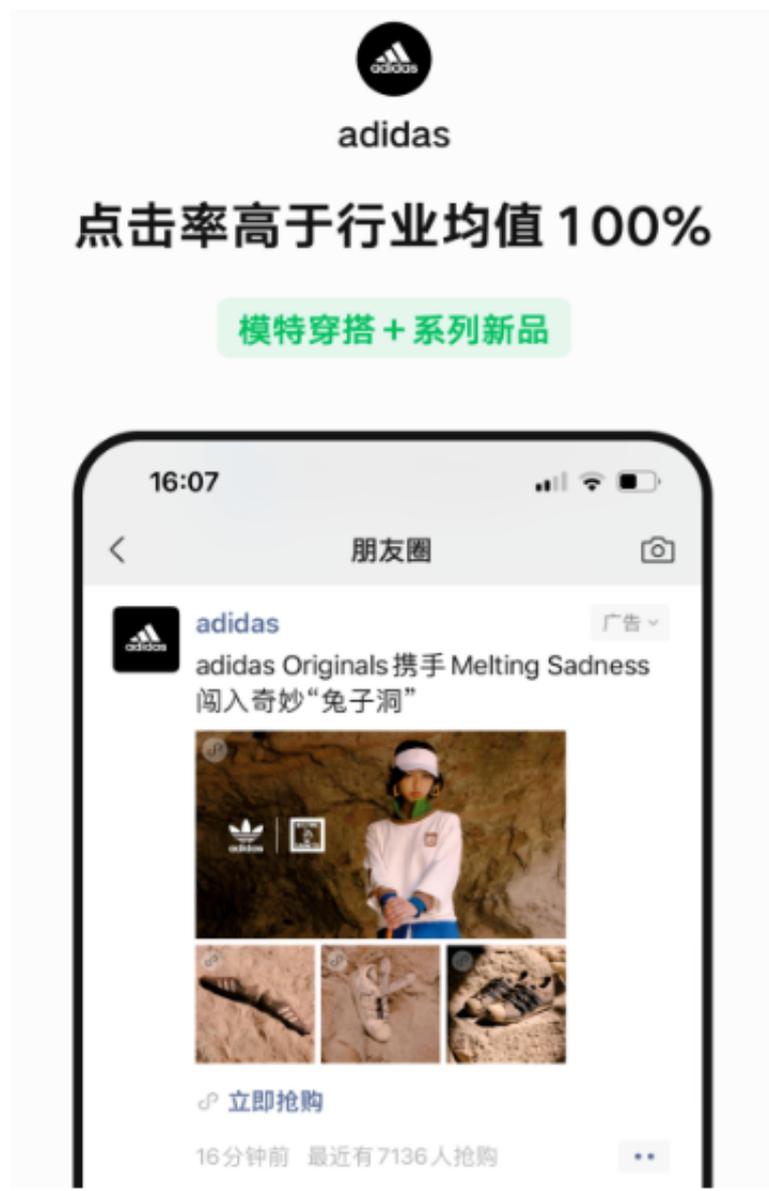
其中，橱窗广告支持视频和图片混合投放，主素材区支持视频素材，副素材区可同步展示系列SKU，用户观看品牌视频的同时能够直观看到商品信息，更易被转化。



主素材和副素材区支持分开单独配置跳转落地页（落地页类型需一致），可选择原生推广页、微信小程序、简版原生页或原生推广页小程序版。如落地页选择小程序，副素材区的三张图还支持多图多链，即点击不同图片可直达对应的小程序商品详情页，有效缩短用户购买路径，进一步提升后端转化。

以产品推广为例，主素材展示产品功能，副素材展示不同颜色、口味。

服饰等品类可在主素材突出模特穿搭效果，副素材展示系列商品。



节点营销为例，主素材突出营销利益点，如大促海报、活动视频，副素材展示营销商品。



另外，朋友圈橱窗广告竞价推广能力现已全面开放。

本文链接：<https://dqcm.net/zixun/16708951412738.html>