

再营销广告

降低客户获取成本的关键手段



再营销广告的作用

合理运用再营销是对流量的再利用，通过将您的产品反复展示客户的面前，加深客户的印象，帮助您与新客户建立信任，提高流量的转化率，并为您的品牌在互联网中树立网络形象。



提升广告回报率

让您的商品信息再次出现在之前访问过您网站的客户面前，激活他们的购买欲望，刺激他们向您购物。

建立新客户的信任

影响客户购买的因素，除兴趣、价格外，还有信任感。让新客户有更多的机会接触了解您的网站，是建立信任的基础。

树立品牌的网络形象

通过再营销广告，让您的品牌经常出现在访问过您网站客户的面前，无论他们是否已经成为您的客户，都会加深他们对您品牌的印象。



如何做好再营销广告

再营销广告并非一味地进行投放，当您对流有一定的认知后，您可以制定个性化策略，进一步提升营销效果。



再营销的广告渠道

很多线上的广告平台都有再营销的受众定位，对于做跨境电商或出口贸易的商户，最常用的是谷歌 DSP 和 Facebook 再营销。



推陈出新

对于曾被转化的访客，他们的转化成本远远低于新客户。所以，当您有新的产品时，请先推送给您的老客户。



降低门槛

在您已经知道原来的策略无效时，您不妨降低门槛，通过折扣等形式，吸引那些未能被转化的客户。



做个性化

当您对客户有了更多的了解，您可以根据客户所想来优化您的再营销广告，让您的广告更容易吸引客户的眼球。



另辟蹊径

如果客户在原有的着陆页未能被转化，那么，您不妨试试让客户在新的页面着陆，也许会获得不错的效果。

Google

谷歌 DSP

谷歌 DSP 又称展示广告，它可以把到访过您网站的用户定位为一类受众，当这些受众在日常浏览与谷歌有广告合作的网站时，就会看到您的图片或者文字广告。

Facebook 再营销

在 Facebook 里，创建的再营销受众的广告样式与其他的广告一样。不同的是广告只会出现在设置的条件范围里，例如只展示给到访过您的网站的人群。



总结

再营销是利用客户在互联网上的行为进行精准定向的广告策略，是对流量资源的再利用，只要您运营恰当，可以大大降低整体营销投入的转化成本，以更低的成本获取新客户。



PayPal 外贸一站通

每月更新外贸知识、行业趋势及业务管理技巧，满满的干货，全部免费下载，助您更好地拓展外贸业务。
www.paypal.com/c2/information-hub