

# 生意罗盘◆产品手册

Business compass Product manual

# 目录

## CONTRNT

01 项目背景

02 产品介绍

03 Q&A

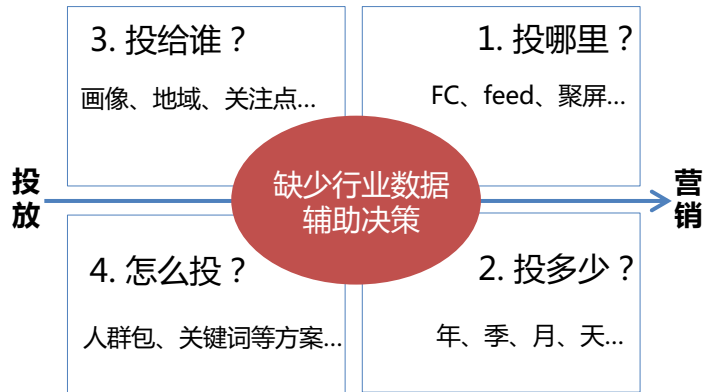
PART  
01

# 生意罗盘背景

洞察市场，决策营销

## 在营销决策的过程中，你有没有这样的困惑？

- 不知道行业大盘流量趋势
- 不知道目标人群特征，及其关注因素
- 不知道自身在行业中的市场地位，同行差距



## 生意罗盘

提供行业数据，辅助营销决策

### 流量洞察



解析各推广渠道的流量趋势和流量分布，辅助您把握营销节奏和广告投放力度。

### 人群洞察



洞察目标用户的兴趣及行为特征，帮助您在对的时间、对的地点，找到对的人。

### 业务洞察



明确自身在行业中的市场定位，了解自身与同行之间的差距，指导营销决策。

数据均来自于**百度商业广告**的搜索、曝光、点击结果，相对自然搜索结果，更能表现消费者的商业诉求。

## 多维度

地域、时间、渠道和设备等多维度的筛选条件。



## 跨渠道

支持包含搜索和信息流渠道的全渠道行业数据查询。

## 细粒度

披露数据不限于大范围的一二级行业，而是与推广业务直接相关的细粒度业务数据。

PART  
02

# 生意罗盘产品介绍

➤ 新版搜索推广后台、信息流推广后台、网址登录，百度推广客户端后期也会上线入口

## 新版搜索推广后台

**入口1: 新搜索推广平台-工具-生意罗盘**

**入口2: 新版搜索推广后台-底边工具栏-生意罗盘**

## 信息流推广后台

**入口4: 信息流推广平台-底边工具栏-生意罗盘**

**入口3: 地域设置旁边 (新建计划、编辑计划、地域设置)**

**入口5: 域名登录, 浏览器中输入 [luopan.baidu.com](http://luopan.baidu.com) (客户账号)**

抓商机

大盘流量上涨，竞争热度下降，提醒黄金投放机会，制定预算有依据

Step1: 选择业务点，如商务英语培训

业务点: 商务英语培训

投放渠道: 搜索推广

地域: 已选择

设备: 全部

跨渠道、多维度

Step2: 从4个维度查看流量变化趋势



Step3: 发现商机，提高预算

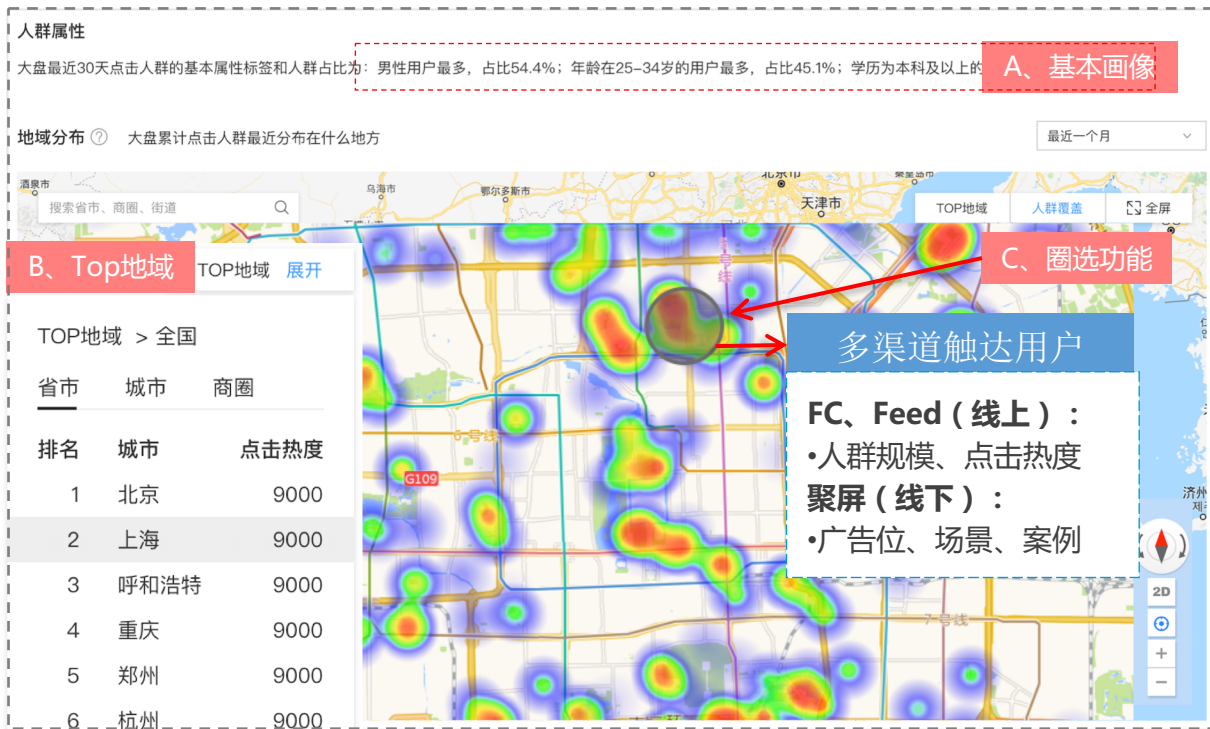




## 开渠道

通过线上指导下线，线上线下打通进行整合营销，提升网民回搜率。

### Step1: 查看人群地域分布



### Step2: 选择热点区域，增加投放线下渠道

#### D、线下营销

##### 圈区域的信息

您可以通过百度线上媒体触达该区域人群 (搜索和信息流推广)

该区域点击过“汽车维修”业务相关广告的人: 2000个  
该区域的点击热度为: 2000

您可以通过百度线下媒体触达该区域人群 (百度聚屏推广)

该区域聚屏广告数量: 20个  
覆盖场景: 家庭、高校、商场、写字楼、电影院、居民楼

屏幕广告案例

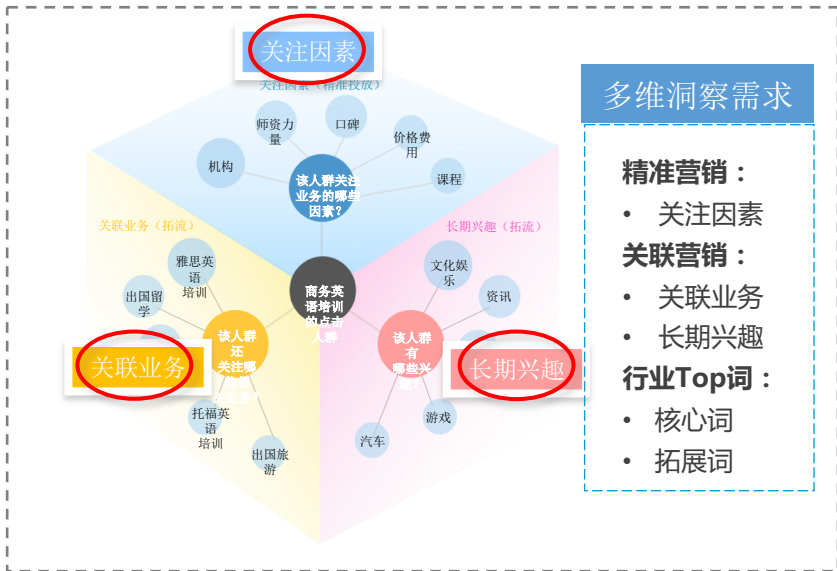
[了解聚屏广告](#)



< 1 2 3 4 ... 10 >

营销赋能 通过网民关注因素及TOP词指导精准营销，通过上下游关注业务点及TOP词、兴趣偏好指导关联营销。

Step1: 查看人群的需求与兴趣



Step2: 根据关注因素、关联业务，区分精准营销、关联营销

客户每周下载关注“培训机构”等TOP词，对这群不同人群设置不同创意，进行精准投放

关注因素 (点击商务英语的人群): 培训机构

点击热度: 1194

关注词 (点击商务英语人群)

序号	关注词	搜索热度	点击热度
1	商务英语在线学习	685	211
2	商务英语培训	1042	205
3	商务英语课程	790	103
4	商务英语学习	584	87
5	商务英语培训班	645	72

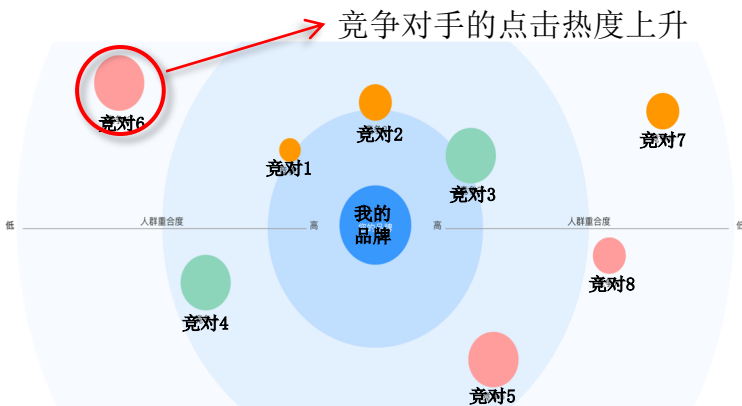


营销赋能

分析不同业务点的大盘竞争情况，了解竞争变化，发现投放差距、人群差异，调整预算或优化方向等

## Step1: 查看业务竞争图谱

● 点击热度上升 ● 点击热度下降 ● 点击热度平稳 圆圈大小代表该品牌点击热度大小

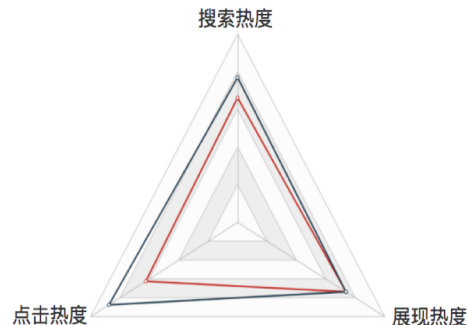


- 圆圈越大，说明竞争对手的点击热度越高；
- 距离中心越近，说明竞争程度越高。

## Step2: 分析竞争对手情况，调整方向

关注到竞争对手投放上升，分析差距

■ 竞对 ■ 我



投放差距

	搜索热度	展现热度	点击热度
竞对	4658 ↑	2434 ↑	1434 ↑
我	3658	2434	534 ↓

人群差异

	竞对	我
性别:	男性 (71%)	男性 (60%)
年龄:	25-40 (75%)	25-40 (56%)
学历:	本科及以上学历 (89%)	本科及以上学历 (67%)
长期兴趣:	科技、互联网、理财、运动、运动2、兴趣5、兴趣6、兴趣7、兴趣8、兴趣9、兴趣10	社会新闻、新闻娱乐
覆盖城市:	北京、上海、广州、深圳、城市5、城市6、城市7、城市8、城市9、城市10	合肥、长沙、郑州

展现热度低于竞对明显，建议加大投放预算  
点击热度低于竞对明显，需要进行账户优化

## 投哪里

- 对比流量趋势，决定是否投放信息流广告：



**展现热度** 信息流：搜索 = 3:2

该业务有近一半的曝光量分布在信息流，有必要拓展投放渠道。

## 投多少

- 分析大盘波动规律，决定预算分配策略：

[去年]

季度	展现热度
Q1	5000
Q2	6000

去年Q2季度环比增长率=20%  
今年Q2预算=今年Q1预算\*120%

参考大盘流量环比增长率，决策Q2季度投入预算。

- 分析预估流量和竞争趋势，制定投放策略：



12月下旬：流量高、竞争低，是投放黄金期，大力度投放。

选取流量高、竞争低的12月下旬投放黄金期大力度投放。

## 投给谁

- 分析人群的需求与兴趣，决定投给哪些人：



关注“商务英语培训”的人群，还关注商务英语就业等，扩展投放人群。

分析网民的关联关注业务，决策怎么扩展。

PART  
03

# 生意罗盘 Q&A

## Q1：生意罗盘的数据，与百度指数有什么差异？与思南的差异？

- A：** 1) **生意罗盘**主要是**商业数据**，是广告展点相关的数据；查询粒度是“**业务点**”，数据更精准、更能表达网民的商业意图
- 2) **百度指数**主要是**网民搜索数据**，查询粒度是“**关键词**”
- 3) **百度思南**主要是市场分析、上下游搜索词，数据是抽样统计，无数据挖掘分析

## Q2：生意罗盘的数据，与搜索推广新平台中的数据中心、优化参谋中的数据差异？

**A：** 数据中心、优化参谋中的数据是“**账户**”主体的数据，而生意罗盘是行业大盘数据，粒度是“**业务点**”

## Q3：流量看板中的数据指标是怎么得到的？

**A：** **搜索热度** -以网民在百度的搜索量为数据基础，统计与该业务相关的总搜索量，反映了网民真实的搜索需求的变化趋势。

**展现热度** -以广告在百度的展现量为数据基础，统计与该业务相关所有广告的总展现量，反映了该业务广告的曝光程度。

**点击热度** -以广告在百度的点击量为数据基础，统计与该业务相关所有广告的总点击量，反映了该业务广告的点击程度。

**竞争热度** -综合网民搜索情况和广告主投放情况，计算平均每次网民搜索有多少条广告在竞争展现，反映了业务的竞争程度和趋势变化。

## Q4：业务点是什么层级的数据？是关键词吗？

**A：** 不是，本质上是词包，是通过业务词根，聚合出相关业务的词的集合，更能表达业务全貌；层级上，可以理解为是具体的产品或业务的表达，例如：小学英语培训、传奇游戏等。

## Q5：各业务点对应的人群是怎么计算得到的？

**A：** 统计大盘中点击该业务点相关广告的所有人群，计算出这些点击人群的基本属性、最近常访地，以及需求与兴趣

## Q6: 人群洞察中的“关注因素”背后的逻辑是怎么的？如何运用？

**A：**逻辑：系统对网民在百度的搜索、浏览和点击行为进行解析，洞察出点击人群身上的关注因素。

运用：可以迎合网民的不同需求，选择自己产品/业务的主打人群；也可以针对性的设置创意和落地页，对不同的人说不同的话。

## Q7: 人群洞察中的“关联业务”背后的逻辑是怎么的？如何运用？

**A：**逻辑：关联业务的逻辑与上下游搜索词的类似，是点击了您所搜业务的人群，他们前后还经常点击哪些其它业务的广告，我们会通过系统挖掘保证关联业务与您所搜业务的关联性。

运用：当你的核心人群覆盖足够，需要进一步拓量时，你可以使用关联业务进行拓流。

## Q8: 业务竞争分布图谱如何应用？

**A：**分了解竞争对手有哪些，分析竞争对手近期的搜索/展现/点击的环比，如果环比幅度大，需要重点关注，准备应对措施，如增加投放渠道、人群、预算。

## Q9: 生意罗盘数据，不满足您的需求，怎么办？

**A：**我们欢迎您多提产品的需求和建议，并会积极跟进，让百度的商业数据，能够促进您的生意经营，指导营销、市场、运营、广告投放等策略的制定

# THANKS

反馈邮箱：[shengyiluopan@baidu.com](mailto:shengyiluopan@baidu.com)

反馈交流群：[1615160](#)（百度hi）