

# OCPC转化目标出价 产品功能介绍

百度原生信息流  
商业产品培训

# 目录

## CONTENTS

1

产品介绍

---

2

效果分享

---

3

操作说明

---

4

常见问题

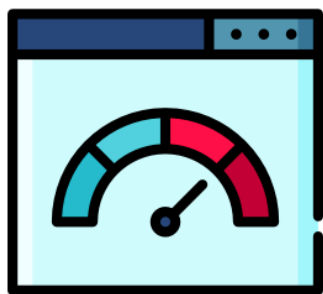
---

1

# 产品介绍

OCPC转化目标出价

# OCPC解决广告投放痛点



---

效果不稳定



转化成本高



转化数量少

# OCPC定义与投放原理

## □ 定义

目标转化出价（oCPC出价）(optimization cost per click)功能

采用更科学的转化率预估机制，帮助广告主在获取更多优质流量的同时**提升广告转化效果**

## □ 原理

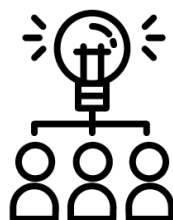
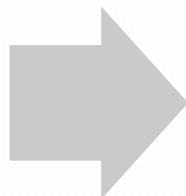
OCPC出价分为两个投放阶段



### 第一阶段

#### 数据积累

第一阶段，为获取足够的转化量（50个），以确保智能投放阶段系统准确的预测转化率



### 第二阶段

#### 智能投放

根据转化率预估进行智能投放，以转化成本为优化方向，帮助广告主提高广告转化效果

# OCPC竞价排序方式

## CPC

$$\text{ECPM} = \text{CTR} * \text{CPC} * 1000$$

点击率 \* 点击出价

## OCPC

第一阶段：  $\text{ECPM} = \text{CTR} * \text{CPC} * 1000$  (同CPC)

点击率 \* 点击出价

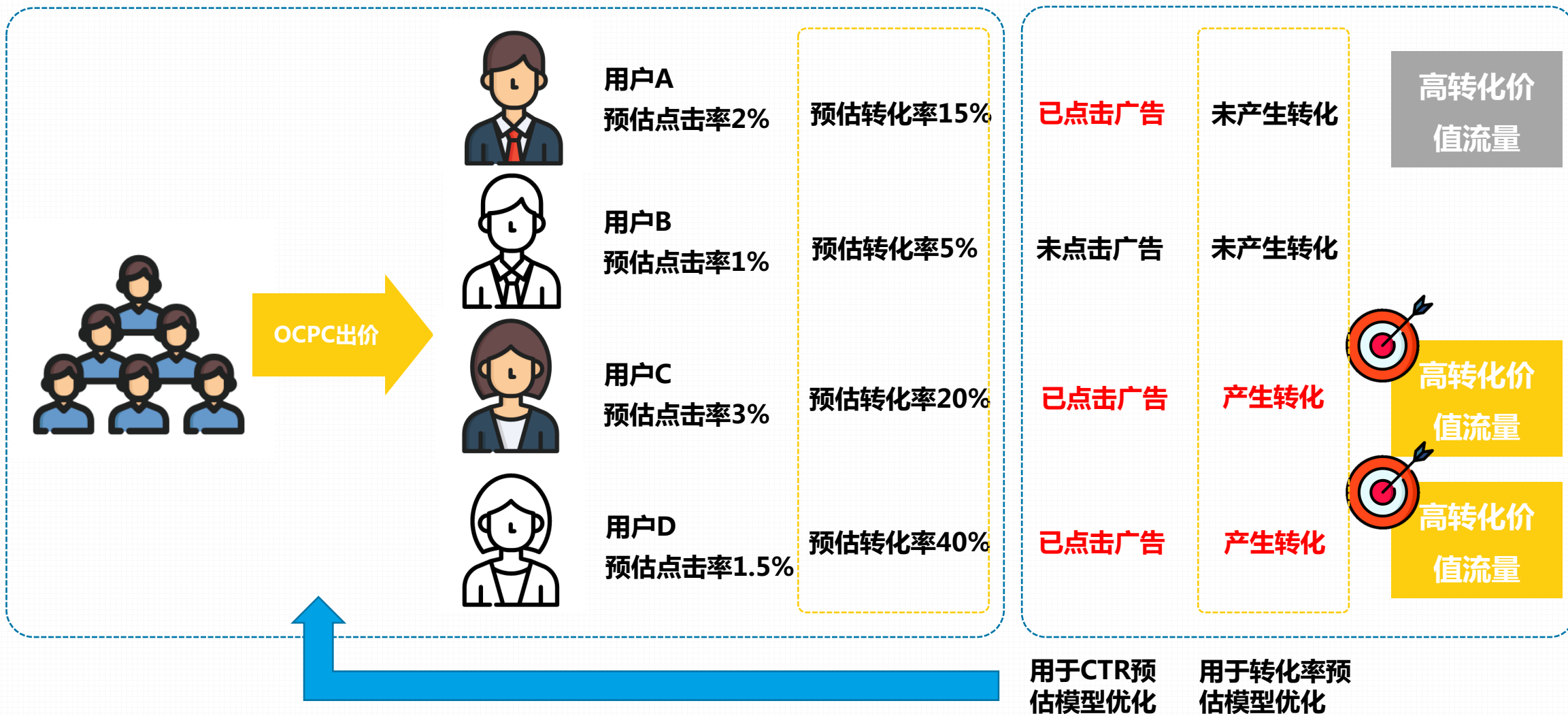
第二阶段：  $\text{ECPM} = \text{CTR} * \text{CVR} * \text{CPA} * 1000$

点击率 \* 转化率 \* 转化目标出价

# OCPC出价对比CPC出价原理

## 广告投放

## 广告效果



# OCPC已支持转化类型

推广对象	APP下载	网站链接
适用样式	下载样式	图文样式 / 视频样式
转化目标	应用激活	表单 / 电话 / 咨询 / 应用激活
转化回收方式	API回传	移动营销页 / 代码监测 / API回传
覆盖资源	手百列表页 / 详情页	手百列表页 / 详情页



# OCPC已支持转化类型

## APP下载

推广目标选择app下载，使用手百下载样式推广应用，转化目标为激活



点击立即下载按钮，下载完成后完成激活，即完成一个转化



点击图文区域，进入百度手机助手中间页，点击下载，下载完成后完成激活，即完成一个转化

# OCPC已支持转化类型

## 网站链接

推广目标为网站链接，所有手百资源模板均可使用，  
支持转化目标：表单提交成功、电话、咨询、表单提交、应用激活



教育让世界无界

从哑巴英语到全英文会议！  
我是怎么做的到？  
每天5分钟，教你说流利英语！

填写体验 免费无压力英语学习法

姓名

19-22岁

手机号码

邮箱

省份

城市

立即领取

The image shows a mobile form for an English learning course. The form includes fields for name, age (19-22), phone number, email, province, and city. A red dashed box highlights the '立即领取' (Get it now) button at the bottom.

点击广告，完成表单提交 / 电话 / 咨询，即完成一个转化目标



点击广告，完成代码设置的行为，即完成一个转化目标

2

# 效果分享

OCPC转化目标出价

# 优秀案例分享

## 游戏行业客户

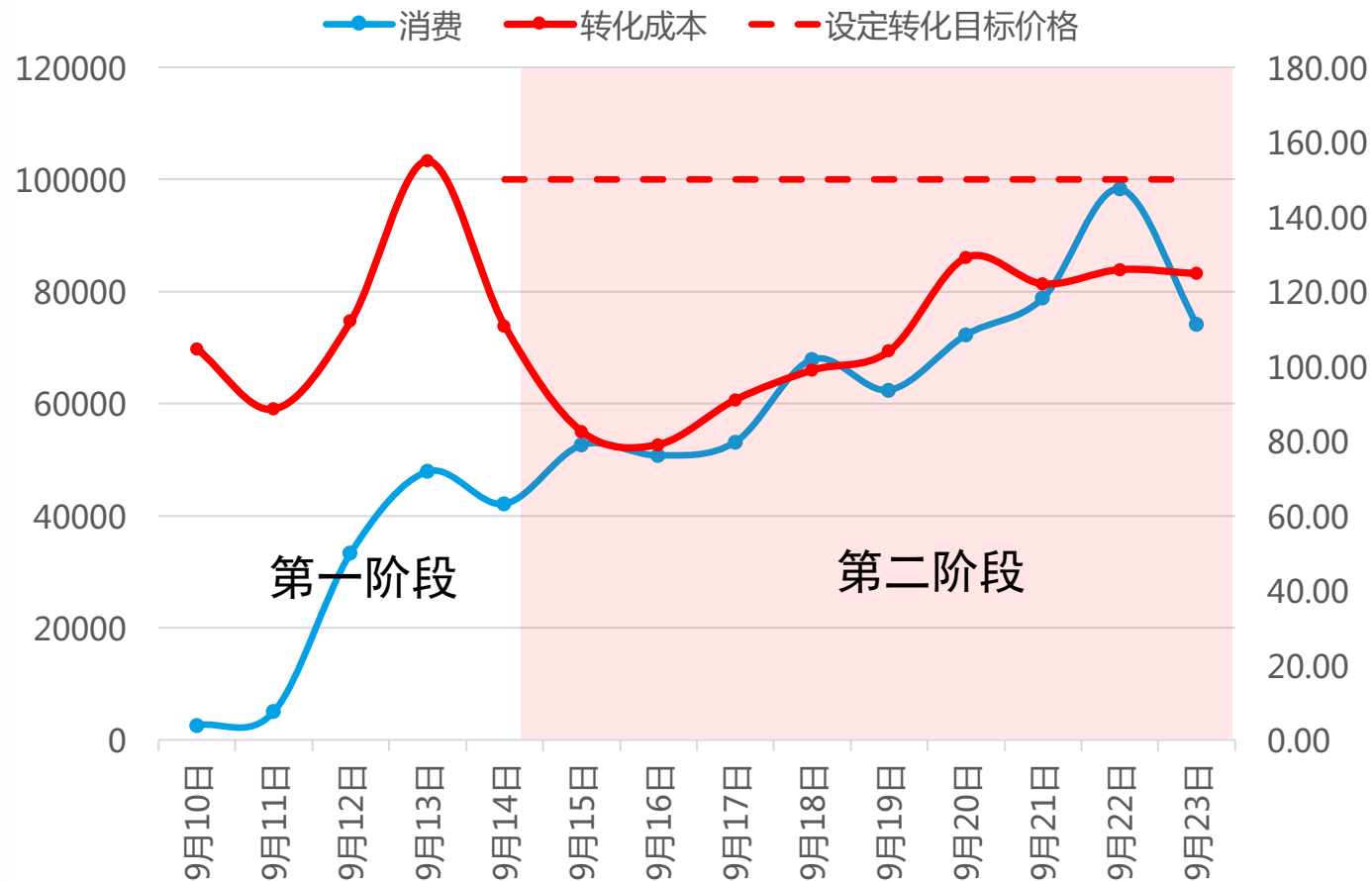
日消费量级：10万元

数据回收方式：API数据回传

转化目标：应用激活

客户期望转化目标成本：150元

实验效果：第一阶段实际转化成本波动明显，最高达到155元，进入第二阶段后广告主设定成本150元，在达成广告主目标成本的同时，消费增长明显



# 优秀案例分享

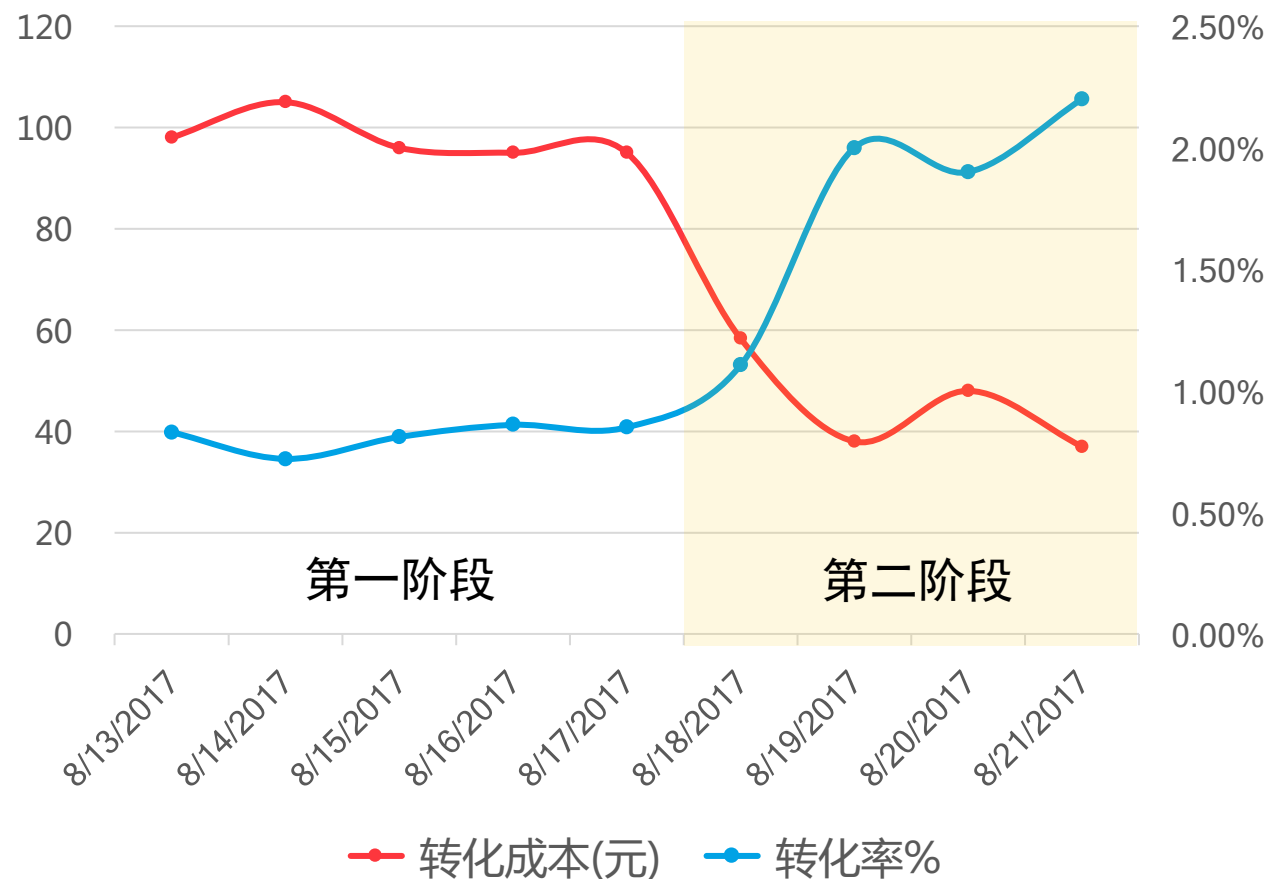
## 实验客户B

数据回收方式：移动营销页

转化目标：表单提交

客户期望转化目标成本：60元

实验效果：第一阶段实际转化成本为50元左右，进入第二阶段后转化成本下降至50元左右，低于客户目标成本，**转化成本下降40+%，转化率提升100%**



3

# 操作说明

OCPC转化目标出价



# 操作说明-转化目标设置-网站链接

- 【代码监控-元素添加】

Baidu推广 | 信息流推广

推广管理

推广报告

资产

工具中心

优化中心

帮助中心

历史操作记录

云图-账户搭建

转化追踪工具

闪投批量工具

推广实况

元素添加

点击查看帮助文档

转化名称：

推广页面

推广URL：

http://baidu.com

生成代码

返回

元素添加帮助技术文档

输入尚未使用过代码监测的推广url，如已进行过埋点（包括元素添加和可视化），无法进入下一步



# 操作说明-转化目标设置-网站链接

• 【代码监控-元素添加】

Baidu推广 | 信息流推广

推广管理

推广报告

资产

工具中心

优化中心

帮助中心

历史操作记录

云图-账户搭建

转化追踪工具

闪投批量工具

推广实况

元素添加

点击查看帮助文档

转化名称：

推广页面

推广URL：

http://baidu.com

<script>var \_bdSiteToken="EXTRA-624F7B620FF51D3B9D9ADC8F1C8C3362";var \_bdSite=document.createElement('script');\_bdSite.src='https://site.baidu.com/static/statv2.min.js?EXTRA-624F7B620FF51D3B9D9ADC8F1C8C3362&r='+Math.floor((+new Date())/864e5));var \_s=document.getElementsByTagName('script')[0];\_s.parentNode.insertBefore(\_bdSite, \_s);</script>

下载代码和说明

请您将以上代码粘贴在</body>标签前即可（特别注意是</body> 不是<body>）

请在添加好埋点代码后，点击开始检测

开始检测

返回

生成与推广url匹配的代码，支持复制

支持下载代码和说明，可提供给相关技术人员操作埋点

检测推广url是否埋点成功，埋点成功后进入下一步

# 操作说明-转化目标设置-网站链接

- 【代码监控-元素添加】

Baidu推广 | 信息流推广

推广管理

推广报告

资产

工具中心

优化中心

帮助中心

历史操作记录

云图-账户搭建

转化追踪工具

闪投批量工具

推广实况

元素添加

[点击查看帮助文档](#)

转化名称：

推广页面

推广URL：

http://baidu.com

监控转化类型：请填写页面的元素id,并选择对应的转化类型

元素id：

请选择转化类型

添加

2

表单提交成功

删除

如果您的推广URL页面对应多个URL,请一并在下方添加

附加URL：

http://baidu.com/1

添加

提交

返回

输入页面元素id，并选择该元素id对应的转化类型。（注意：表单提交成功需要回调预置的Js方法，具体方法参见帮助文档）  
下载按钮点击暂不支持OCPC

如果同一页面对应多个url（客户自有监控），请在此处输入附加URL，并添加



# 操作说明-转化目标设置-网站链接

## • 【代码监控-可视化圈选】

Baidu 推广 | 信息流推广

推广管理

推广报告

资产

工具中心

优化中心

帮助中心

历史操作记录

云图-账户搭建

转化追踪工具

闪投批量工具

推广实况

可视化圈选

转化名称：

推广页面

推广URL：

http://baidu.com

生成代码

返回

输入需要埋点的URL，页面埋点状态及对应情况如下：

- 1、该页面未进行任何埋点。  
点击生成代码进入第二步；
- 2、该页面已进行过元素添加埋点。  
无法进入下一步，同一个页面只能用一种埋点方式；
- 3、该页面已进行过可视化圈选埋点，但该页面有多个URL（客户自有监控）。  
输入同一页面的不同URL，点击生成代码直接进入第三步，获取该页面设置好的功能名称和转化类型。

# 操作说明-转化目标设置-网站链接

- 【代码监控-可视化圈选】

Baidu推广 | 信息流推广

推广管理

推广报告

资产

工具中心

优化中心

帮助中心

历史操作记录

云图-账户搭建

转化追踪工具

闪投批量工具

推广实况

可视化圈选

转化名称:推广页面

推广URL:http://baidu.com

<script>

window.\_agl = [];

(function () {

\_agl.push(

['production', '\_f7L2XwGXjyszb4d1e2oxPybgD'],

['ext', {userid: 630152, url: 'http://baidu.com'}]

}

</script>

下载代码和说明

请您复制以上代码，粘贴到您想要分析页面中的<head>与</head>标签之间，并重新发布代码

请在添加好埋点代码后，点击开始检测

开始检测

返回

生成与推广url匹配的代码，支持复制

支持下载代码和说明，可提供给相关技术人员操作埋点

检测推广url是否埋点成功，埋点成功后进入下一步

# 操作说明-转化目标设置-网站链接

- 【代码监控-可视化圈选】

Baidu推广 | 信息流推广

推广管理

推广报告

资产

工具中心

优化中心

帮助中心

历史操作记录

云图-账户搭建

转化追踪工具

闪投批量工具

推广实况

圈选 ?

中国移动

16:49

34%

设置城市展示天气

Baidu 百度

点麦克风，百度一下

推荐 热点 小说 汽车 买票

圈子怡把女儿交给她姥带，醒醒从此画风改变，喝粥的碗比脸大！

小伙打开快递后发现是个“iphone7”，再打开后网友都要笑了

提交

返回

功能名称

转化类型

操作

222

下载（暂不支持OCPC）

删除

123

咨询按钮点击

删除

新增圈选

转化类型：请选择该功能的转化类型

咨询按钮点击

电话按钮点击

表单按钮点击

下载（不支持OCPC）

说明：

1.如果页面发送改动，请重新进行圈选，否则可能导致数据回收异常。

2.在使用过程中，如果出现问题，请加hi群1575331提问。

开启圈选开关，才可在下方进行圈选，如需圈选二级功能（例如下拉框里的选项），可关闭圈选，点开二级功能再开启圈选

圈选状态下，鼠标移至需要选择的区域，该区域变红，点击变红区域，出现设置页面，用户需选择该区域对应的转化类型及功能名称，注意事项如下：

- 1、下载按钮点击暂不支持OCPC；
- 2、可视化圈选不支持表单提交成功；
- 3、圈选区域内的所有点击都视为转化
- 4、如页面结构发生改动，请重新圈选。



# 操作说明-转化目标设置-应用下载

- 【应用下载-API】 API接口-IOS（网站链接与应用下载相同流程）

APP下载

点击查看API接口帮助文档

API接口技术文档

返回列表

转化名称\*：

App类型\*：

☒ iOS

☐ Android

下载URL\*：

转化类型：

激活

转化方案：

API

监测地址\*：

http://

akey：

提交

广告主设置转化唯一标识

IOS填写APP store地址

示例: <https://itunes.apple.com/cn/app/id12345>

默认为通过API方式回传激活

监测地址为文档中接口一,用于回传激活数据；AKEY：广告主回传密钥，同一广告主唯一，具体配置见API接口技术文档



# 操作说明-转化目标设置-应用下载

- 【应用下载-API】API接口-Android（网站链接无需添加docid）

APP下载

[点击查看API接口帮助文档](#)

API接口技术文档

[返回列表](#)

转化名称\*：

App类型\*：

☐

iOS

☒

Android

Docid：② 请选择用于转化追踪的Docid

账户下可选Docid

[Redacted]

+

[Redacted]

+

已选Docid

您可以选择一个或多个Docid

[全部添加](#)

已选择条目：0/2

[全部删除](#)

转化类型：

激活

转化方案：

API

监测地址\*：

http://

akey：

[Redacted]

[提交](#)

广告主设置转化唯一标识

**网站链接**：无需添加docid，直接填写应用包下载地址

**应用下载**：可批量添加多个一应用的docid，生成同一个监测URL

默认为通过API方式回传激活

监测地址为文档中接口一,用于回传激活数据；AKEY：广告主回传密钥，同一广告主唯一，具体配置见API接口技术文档

# 操作说明-转化目标设置-应用下载

- 【应用下载-API】设置完成后点击提交进入API联调

手机推广APP 最新版本支持扫码  
联调功能（android 4.25.3；iOS  
4.25.1及以上版本）



第一步：使用未激活过应用的手机，使用百度推广APP扫描二维码，下载APP并点开激活后点击下一步



第二步：等待数据传输验证接口通常（大约需等待2分钟左右）



失败提供错误原因  
点击“返回”重新联调



联调成功

# 操作说明-创建转化目标

- 【创建转化】工具中心-转化追踪工具

Baidu推广 | 信息流推广

推广管理

推广报告

资产

工具中心

优化中心

帮助中心

历史操作记录

云图-账户搭建

转化追踪工具

闪投批量工具

推广实况

转化追踪工具

+ 新建转化

2017.11.14 - 2017.11.20

转化名称	状态	站点域名	转化对象	转化URL	代码安装状态	转化类型	记录方式	转化次数	操作
可视化-11	开启	-	落地页 - 可视化代码监测	http://10.99.199.40:8030/...	代码安装成功	电话按钮点击	-	0	编辑 删除 查看
可视化1	开启	-	落地页 - 可视化代码监测	http://10.99.199.40:8030/...	代码安装成功	咨询按钮点击下载	-	0	编辑 删除 查看
元素添加-删除1	开启	-	落地页 - 元素添加代码监测	http://10.99.199.40:8030/...	代码安装成功	表单提交成功	-	0	编辑 删除 查看
元素添加-删除	开启	-	落地页 - 元素添加代码监测	http://10.99.199.40:8030/...	代码安装成功	表单按钮点击	-	0	编辑 删除 查看
元素添加-1	开启	-	落地页 - 元素添加代码监测	http://10.99.199.40:8030/...	代码安装成功	表单提交成功	-	0	编辑 删除 查看

# 操作说明-创建广告

## • 【创建单元】网站链接

投放出价

优化目标： ☐ 点击 ☒ 转化

付费模式： OCPC 按照每次点击计费

启用转化作为优化目标后，系统投放会分为两个阶段：  
第一阶段：普通投放，积累数据用于分析出转化概率更高的流量。系统根据您设置的点击出价参与竞争，计费不会高于点击出价；  
第二阶段：智能投放，当转化量积累到50时进入该阶段，系统对高转化概率的流量提高出价，对低转化概率的流量降低出价或不竞价，以最大化您的转化，并控制转化成本接近目标成本。

转化监控方式： ☐ 移动营销页 ☒ 转化追踪工具-API ☐ 代码监测

推广URL：

转化类型：

转化名称：

监测URL：  请选择与推广URL监测地址相同的转化名称，如不匹配，可能造成无法正常获得转化数据

调起URL：  选填

可以到[转化追踪工具](#)设置更多网页API下载转化

第一阶段点击出价：  元/点击 建议出价：1.33~2.55元/点击

进入第二阶段的单元不能修改第一阶段点击出价

第二阶段目标转化成本   元/转化

选择优化目标为“转化”

目前仅支持移动营销页、代码监测、API回传

转化类型支持：电话、表单提交成功、表单提交、咨询

第一阶段出价：为CPC出价，  
第二阶段出价：为广告主能接受的目标转化成本；注：目标转化成本不宜设置过低，需结合广告主真实投放成本理性出价

# 操作说明-创建广告

- 【创建单元】APP下载

## 投放出价

优化目标： ☐ 点击 ☒ 转化

付费模式： OCPC 按照每次点击计费

启用转化作为优化目标后，系统投放会分为两个阶段：

第一阶段：普通投放，积累数据用于分析出转化概率更高的流量。系统根据您设置的点击出价参与竞争，计费不会高于点击出价；

第二阶段：智能投放，当转化量积累到50时进入该阶段，系统对高转化概率的流量提高出价，对低转化概率的流量降低出价或不竞价，以最大化您的转化，并控制转化成本接近目标成本。

转化类型： 激活 ▾

转化名称： tinghui\_test3 ▾

监测URL：

可以到[转化追踪工具](#)设置更多App下载转化

第一阶段点击出价：  元/点击 建议出价： 1.33~2.55元/点击

进入第二阶段的单元不能修改第一阶段点击出价

第二阶段目标转化成本 ②  元/转化

选择优化目标为“转化”

转化类型支持：应用激活

转化类型下拉选择您设置的转化，监测URL会自动填写对应转化的监测URL，若该推广应用没有对应转化目标需前往“转化追踪工具”设置

第一阶段出价：为CPC出价，  
第二阶段出价：为广告主能接受的目标转化成本；注：目标转化成本不宜设置过低，需结合您真实投放成本理性出价

- OCPC数据报表

1111

账户报告

计划报告

单元报告

创意报告

定向分析报告

推广URL报告

对比分析

OCPC报告

OCPC报告

过去7天

更多条件

汇总单位：合计分日分周分月

推广对象：全部网站链接APP ( iOS )APP ( Android )

OCPC状态：全部第一阶段第二阶段

单元筛选：全部

使用ocpc单元数目 0个	ocpc第一阶段单元数目 0个	ocpc第二阶段单元数目 0次	总转化数 7665361次	总转化率 122.15%	总转化成本 0.03元/次
------------------	--------------------	--------------------	------------------	-----------------	------------------

时间趋势

2017-08-14至2017-08-20转化成本

转化成本/元

日期	转化成本/元
2017-08-14	6
2017-08-15	0
2017-08-16	0
2017-08-17	11
2017-08-18	0
2017-08-19	0
2017-08-20	0

详细数据

下载报告发送报告

时间	单元名称	计划名称	OCPC阶段	第二阶段开始时间	点击	展现	消费	转化类型	单元总转化数	单元总转化率	单元总转化成本
2017-08-14至2017-08-20	43545	ocpcandroid22222	第一阶段	-	4625	143964	7876.05	激活	2566220	554.86%	0.03
2017-08-14至2017-08-20	我忘了了	OCPCAndroid1	第二阶段	2017-08-19	7472	159570	15950.22	激活	369899	49.50%	0.03
2017-08-14至2017-08-20	3435	OCPCIOS2	第二阶段	2017-08-17	8135	242463	19200.45	激活	1778014	218.56%	0.03
2017-08-14至2017-08-20	ce1	han ce1-OCPC	第一阶段	-	5349	236357	15525.62	激活	364992	68.24%	0.03

4

# 常见问题

Q&A



# 常见问题

**Q：使用OCPC会不会导致投放量下降？**

A：首先建议使用OCPC的投放单元，定向条件需要尽量放宽，不必要的定向限制会导致广告主错过目标转化人群，进入第二阶段如果流量突然下降，说明广告主设定的目标价格不合理，请理性的设置转化目标成本

**Q：单元OCPC投放进入第二阶段后，CPC价格是否可以调整？**

A：当单元投放进入第二阶段时，系统将不再使用广告主第一阶段设置的最高点击出价，而是根据预估转化完成率与目标转化完成成本自动优化出价，最大化的提高转化量，同时使转化完成成本接近目标；所以此时，第一阶段的CPC出价不会真正生效，无需修改，第二阶段点击价格有可能高于设置的CPC价格



# 常见问题

**Q：使用OCPC后广告主是否需要创建多个单元来对比效果？**

A：不建议广告主创建过多单元区别投放；

1. 由于策略会根据每个单独单元进行数据累积，我们需要一定数量的转化之后才可以进行优化投放，所以广告主如果把预算分为10个单元投放，每个单元每天活的5次转化，一共获得50次转化，但10个单元并未分别获得足够的数据，因此无法进入第二阶段智能投放；
2. OCPC出价方式的目标就是帮助广告主找到转化率较高的人群投放，所以广告主单独创建不同定向设置其实意义并不大，最好在一个定向较为宽泛的单元投放OCPC，这样我们可以在更大范围内挑选优质人群。

# 常见问题

**Q：为何单元一直在第一阶段，无法进入第二阶段？**

A：转化达到一定数量之后单元才会进入第二阶段，所以如果广告主的转化数量很少，将无法进入策略优化的第二阶段，请检查广告主的单元是否存在CPC出价设置过低、创意的点击率不好、定向过窄等原因，都会导致ECPM值低、竞争力差，导致数据累计过慢无法进入第二阶段

**Q：为什么我的转化数据达到50了却还在第一阶段？**

A：转化数据在系统进行分析时会有大概一天左右的延迟，请广告主耐心等待

**Q：联调是否存在时间限制？**

A：是的，联调扫码开始有30分钟支持客户操作应用下载、激活，激活完成之后点击下一步后有5分钟时间限制，超出5分钟未返回转化数据，会显示超时。

# 常见问题

**Q：元素添加代码监测的方式如何支持表单成功提交？**

A：表单提交成功需要回调预置的Js方法，具体方法参见元素添加代码监测帮助文档。如果未按文档内方法进行回调预置，会造成转化数据回收为0的问题。

**Q：同一单元是否可以支持多个转化目标**

A：不支持，同一目标增加预估转化率的准确性。

**Q：同一个URL可以使用两种代码监测的方式么？**

A：不可以的，同一个url只能使用一种代码监测方式。

# 常见问题

**Q：已埋点可视化圈选的页面发生了更改，需要重新埋点吗？**

A：已埋点可视化圈选的页面发生更改后，是需要重新埋点的。如果页面改动后没有重新埋点，可能会导致圈选区域不准确，回收数据不准确。

**Q：如果用户的页面有用iframe嵌入了其它页面，嵌入的页面可以用可视化圈选么？**

A：可视化圈选无法回收在落地页内使用iframe嵌入其它页面的数据，所以暂时不支持落地页内iframe嵌入页面的圈选。

# 常见问题

**Q：一个页面有多个URL的时候怎么办？需要多次埋点么？**

A：这种情况是不需要多次埋点的，两种监控方式的解决方案如下：

元素添加：编辑已埋点的URL转化设置，在附加URL内可以添加与该URL同一页面的其它URL。

可视化圈选：系统会校验您输入的URL所对应的页面是否已经做过可视化圈选埋点，如果已经埋点成功，会把该页面已经设置好的圈选内容拉取出来，不需要再对同一页面的不同URL进行多次埋点。

# 常见问题-API接口自查方法

## 1. 监测URL中的必须归因参数是否正确完整

示例：

IOS：

`http://xxxx.xxx.com?idfa={{IDFA}}&os={{OS}}&ip={{IP}}&ts={{TS}}&pid={{PLAN_ID}}&uid={{UNIT_ID}}&aid={{IDEA_ID}}&click_id={{CLICK_ID}}&callback_url={{CALLBACK_URL}}&sign={{SIGN}}`

Android：

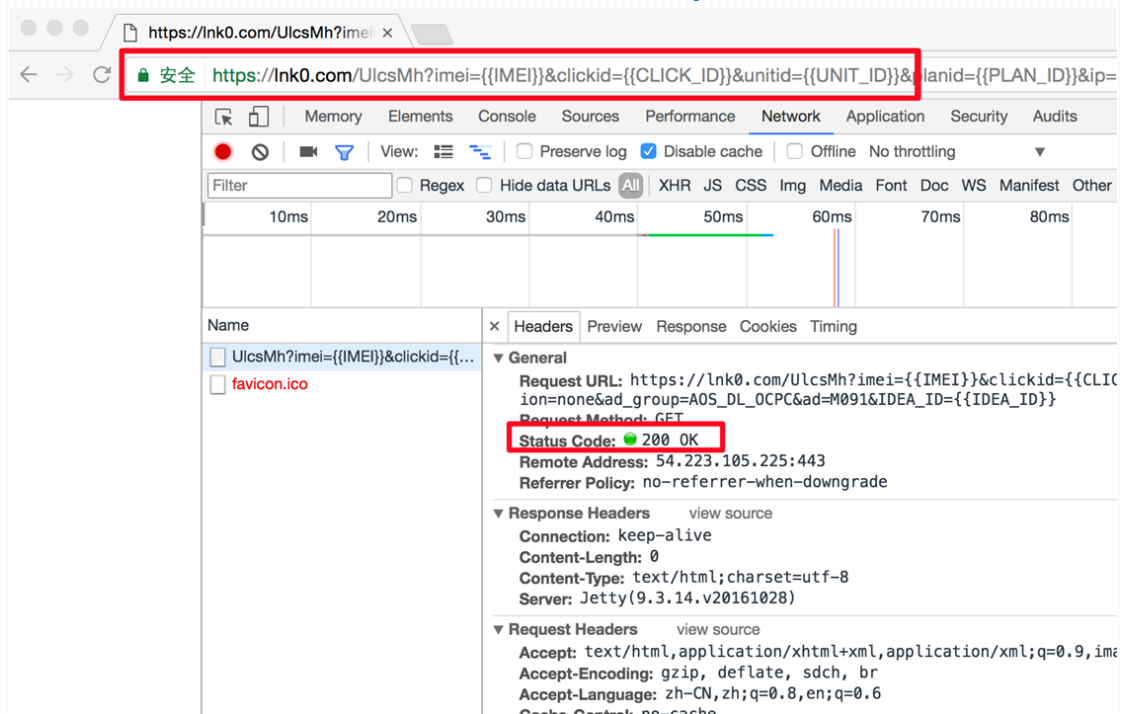
`http://xxxx.xxx.com?imei={{IMEI}}&os={{OS}}&ip={{IP}}&ts={{TS}}&pid={{PLAN_ID}}&uid={{UNIT_ID}}&aid={{IDEA_ID}}&click_id={{CLICK_ID}}&callback_url={{CALLBACK_URL}}&sign={{SIGN}}`

详见API对接技术文档

# 常见问题-API接口自查方法

## 2. 监测URL返回状态码

在浏览器中输入监测URL地址，看http请求返回的状态码是否 < 400



自查没有发现问题仍无法联调成功，请联系运营单独排查问题

## 3. 检查是否回传成功

回调url是否被截断，如果截断请调整url长度限制（建议长度限制1024）

## 申请 权限

KA: [imsfeed@baidu.com](mailto:imsfeed@baidu.com)

直销: [liuxiaomin@gz.baidu.com](mailto:liuxiaomin@gz.baidu.com)

大渠道: [QD-yuansheng@baidu.com](mailto:QD-yuansheng@baidu.com)

## 问题 反馈

邮件格式: **【OCPC】** + 问题描述

问题反馈HI群: 1575331



# THANK YOU!

# 感谢聆听！

百度原生信息流  
商业产品培训