

行业解决方案

通用方案 | 营销诉求

人群分析 | 投放策略

游戏

通用方案 | 投放流程

百度原生oCPC行业解决方案

数据对接

应用下载类

应用激活

API
(直接下载)

网页API
(网链下载)

线索收集类

表单提交

电话

表单提交成功

咨询

JS代码监测
(自主建站)

移动营销页
(百度建站)

广告投放

创建转化

创建广告→投放

第一阶段

目标**点击**
成本出价

第二阶段

目标**转化**
成本出价

通用方案 | 投放思路

百度原生oCPC行业解决方案

1 准备阶段

归因周详，目标合理

- 多维度识别转化人群
- 转化深度匹配转化目标

2 第一阶段

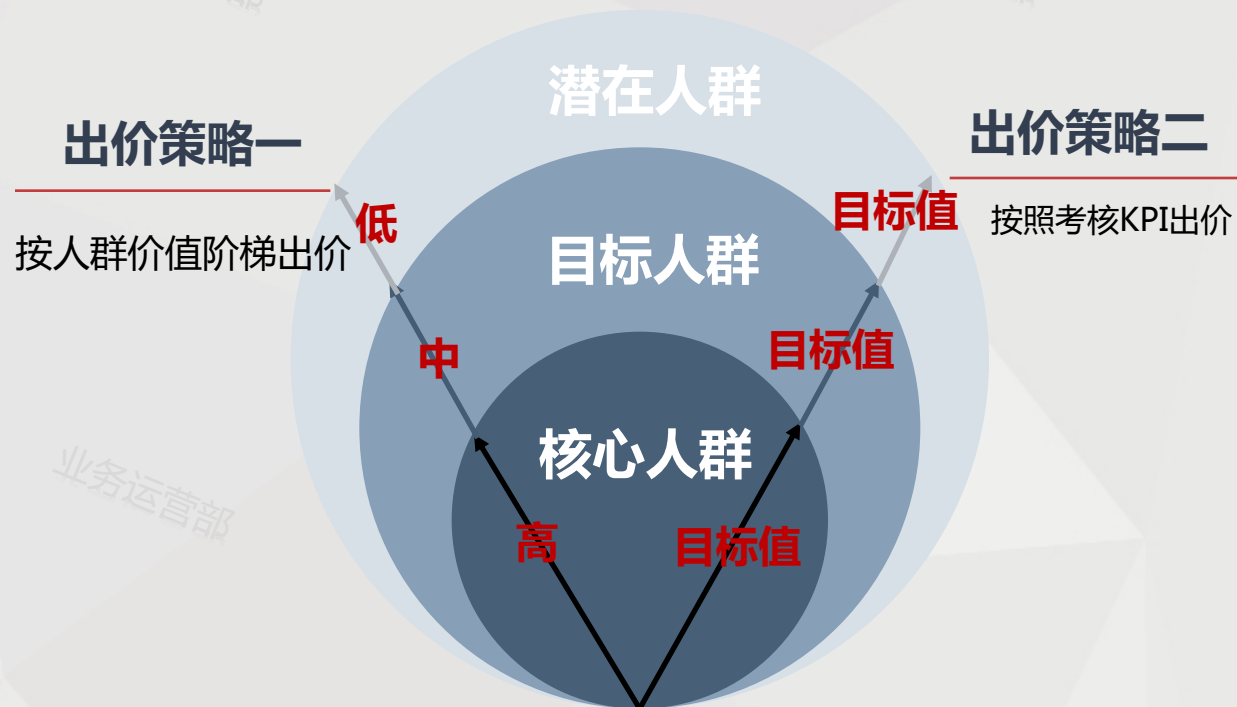
训练模型，积累数据

- 人群圈选适当精准
- 转化出价匹配实际成本

3 第二阶段

控制成本，调优放量

- 关注CTR、CVR健康度
- 多方式拓量增加转化量



系统拓量

- oCPC实验室

人工拓量

- 原单元：增加触发定向，调整过滤定向
- 新单元：区别人群定向新建单元

营销诉求 | 游戏

百度原生oCPC行业解决方案

业务类型

业务类型

传奇

仙侠

魔幻

SLG

卡牌

养成

投放诉求

公测期

推广初期

推广中期

推广后期

全面曝光
造势宣传

曝光
快速放量

稳定导量
拉回收

拉回收

考核重点

• 展现量

- 点击量
- 点击率

• 转化量

- 展现量
- 点击率
- 转化成本

• 付费回收

- 转化成本
- 转化数量



人群分析 | 游戏

百度原生oCPC行业解决方案





投放策略 | 游戏

百度原生oCPC行业解决方案

定向策略

第一阶段：合理搭建账户，精准定向，稳定成本，积累数据

- **意图词**：游戏通用词、品牌词、竞品词、游戏类型词（常规游戏）；小说影视IP词（仙侠游戏、养成游戏）；不选择游戏词选轻度娱乐词（小游戏）
- **意图标签**：游戏通用标签、品牌标签、竞品标签、游戏类型标签（相关词人群包含在上述标签中）
- **兴趣叠加**：游戏表现良好的兴趣（可先全选测试）
- **人群定向**
 - 自定义人群拓展
 - 历史推广人群

出价策略

- **CPC出价**：结合不同游戏类型在不同端的大体出价进行合理出价，出价时要参考自己的历史ctr，用科学的出价来维持高竞价能力、稳定成本。

第二阶段：优先保证效果稳定，在效果稳定的前提下，逐步拓宽定向

- **意图词**：加入更多游戏相关词去测试，经常分析意图词报告，剔除低PV、0点击的词，优化高PV、0点击的词。保证定向有源头活水引入
 - **意图标签**：细分标签投放，控制成本
 - **兴趣**：二阶放量，可以在原兴趣基础上增加更多兴趣叠加，直至兴趣选满
 - **人群定向**：根据投放不断扩充样本范围，增加数据源的准确性，再进行拓展投放
-
- **oCPC出价**：转化目标出价要以实际单元（定向区分人群）转化价格为准，转化价格受点击价格和转化率影响较大，所以要保证合理性并维持账户质量稳定。