

信息流oCPC

行业解决方案

通用方案 | 营销诉求

人群分析 | 投放策略

汽车



# 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

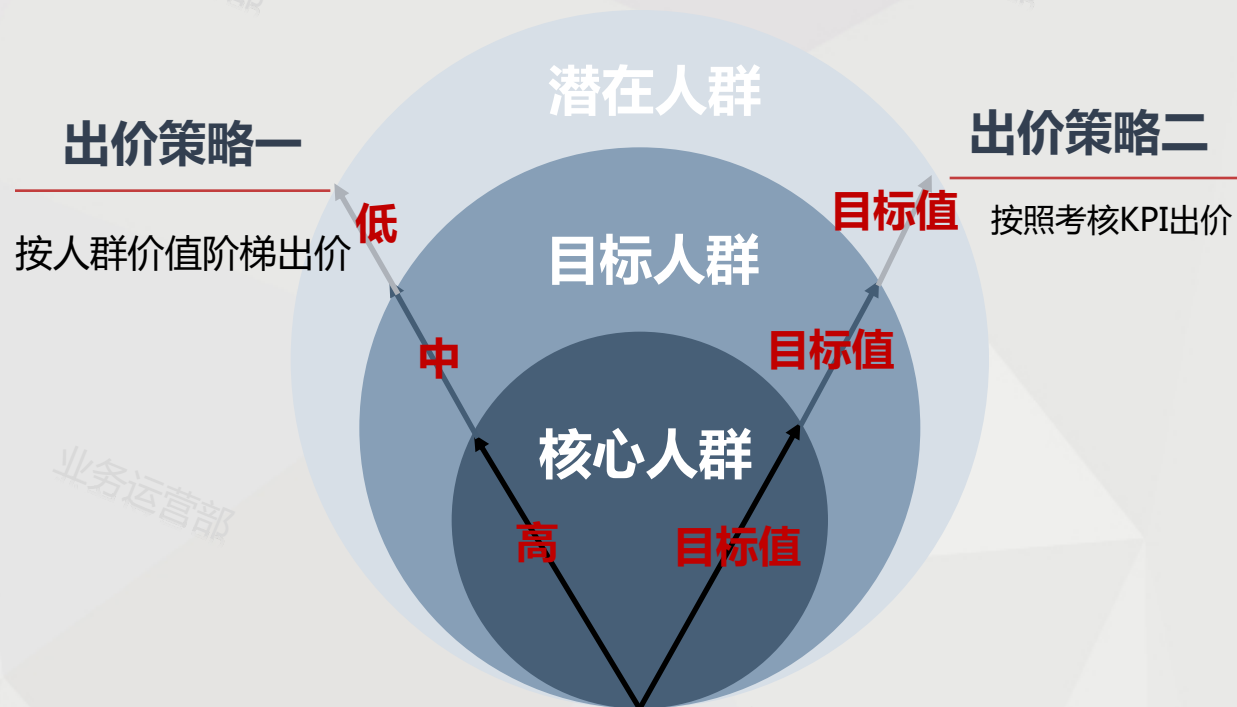
### 训练模型，积累数据

- 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 | 汽车

百度原生oCPC行业解决方案

## 业务类型

### 「卖车」新车、二手车

**广告主卖车，用户买车：**用户多为年轻新贵、新手爸爸为代表性人群，年龄主要以90后、80后为主，对汽车品牌忠诚度高

### 「收车」二手车

**广告主收车，用户卖车：**用户多为80后、70后为主力人群，典型代表二胎人群。有一定经济实力且消费理性

## 考核线索成本

- 注册
- 咨询



# 人群分析 | 收车业务

百度原生oCPC行业解决方案

潜在人群

目标人群

核心人群

看

经常浏览跟汽车资讯相关的信息、新闻，无明显品牌喜好。

- 分析汽车类**人群**，性别以24岁以上男性为主
- **兴趣**喜好从汽车行业辐射到房产、金融、居家旅游、学生及MBA高端职场教育行业
- **关键词**范围宽泛，从二手车行为词到汽车测评类信息

选

浏览且搜索跟汽车相关的信息，会搜索跟某品牌、车型新闻。

- **意图词、意图标签**：行业通用词、二手车相关词、汽车服务或保养类词多方位刺激用户
- **宽泛兴趣+精准意图词/精细化兴趣+宽泛通用词组合形式**，既保证流量又保证精准度
- **线下人群**：加油站、4S店、车主场所、高档小区、育儿机构等覆盖用车人群

比

搜索对比同品牌、同价位、同车系等新闻，且浏览频率高，时间长，转化意向高。

- **意图词**上按热销品牌车型、按照价位划分
- **意图标签**：从新车、二手车、汽车服务等子品类中，选择热门车型相关标签
- 搭配关注汽车**兴趣人群**
- **数据利用**：排除历史已转化人群



# 投放策略 | 收车业务

百度原生oCPC行业解决方案

**第一阶段：合理搭建账户，精准定向，积累数据。**

**第二阶段：观察效果手动调优，稳定期逐步放量。**

## 定向策略

- **意图词**：买车通用词、品牌词、竞品词、二手车通用词
- **意图标签**：选择热门品牌、车系的标签
- **意图词+兴趣**

精准意图词搭配泛汽车兴趣人群

通用意图词搭配精准汽车兴趣人群

- **人群定向**

排除已转化人群、相似人群扩展

- **意图词**：数据如有波动，可在现有单元中根据各关键词流量表现进行优化。单元进入稳定期后，逐步放量如增加行业热词、知识类词等。
- **意图标签**：调整意图标签强弱和数量增加流量
- **兴趣**：尝试定向汽车、金融、房产等高净值人群
- **人群定向**：尝试行业通用人群包如车主人群等，扩宽人群覆盖范围。

## 出价策略

- **CPC出价**：结合定向范围和后台提示设置CPC出价，不断调优使转化成本达标。新单元可适当提高出价增加单元的竞争力。

- **oCPC出价**：转化目标出价要以实际转化价格为准，进入第二阶段的前三天重点关注成本及流量情况，待成本稳定后，可适当提高转化目标单价已增加更多流量。