

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

教育

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

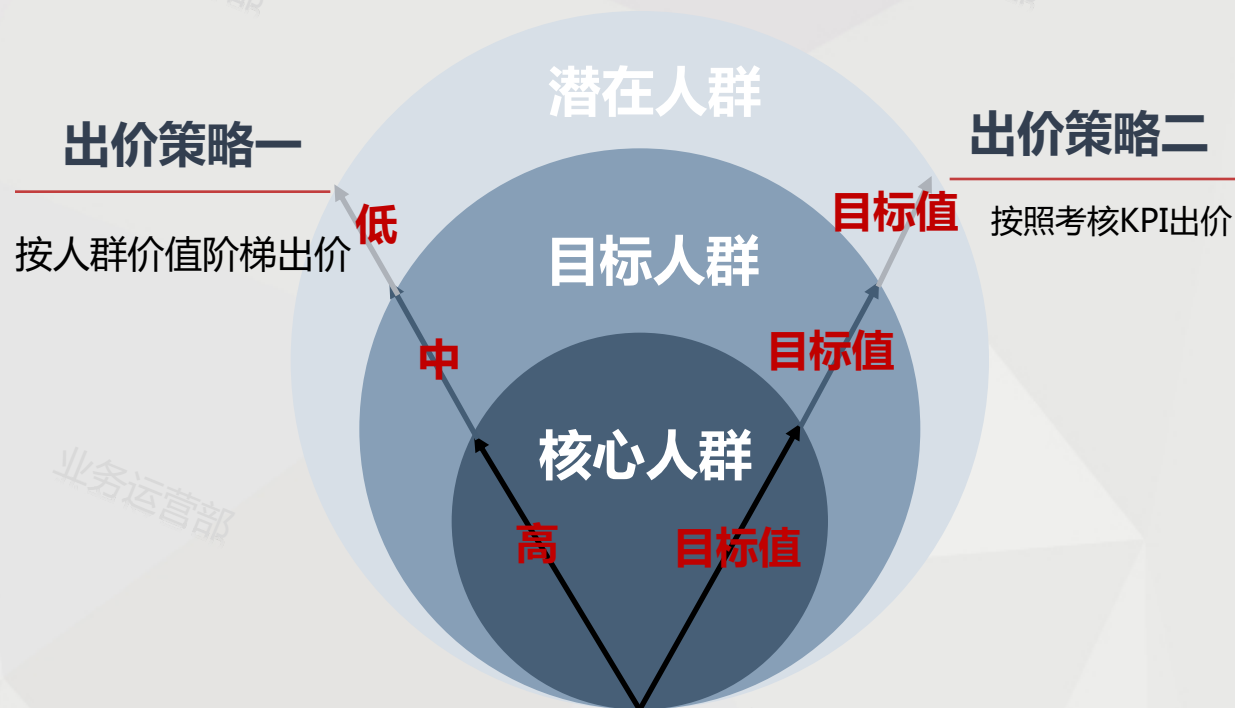
训练模型，积累数据

- 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

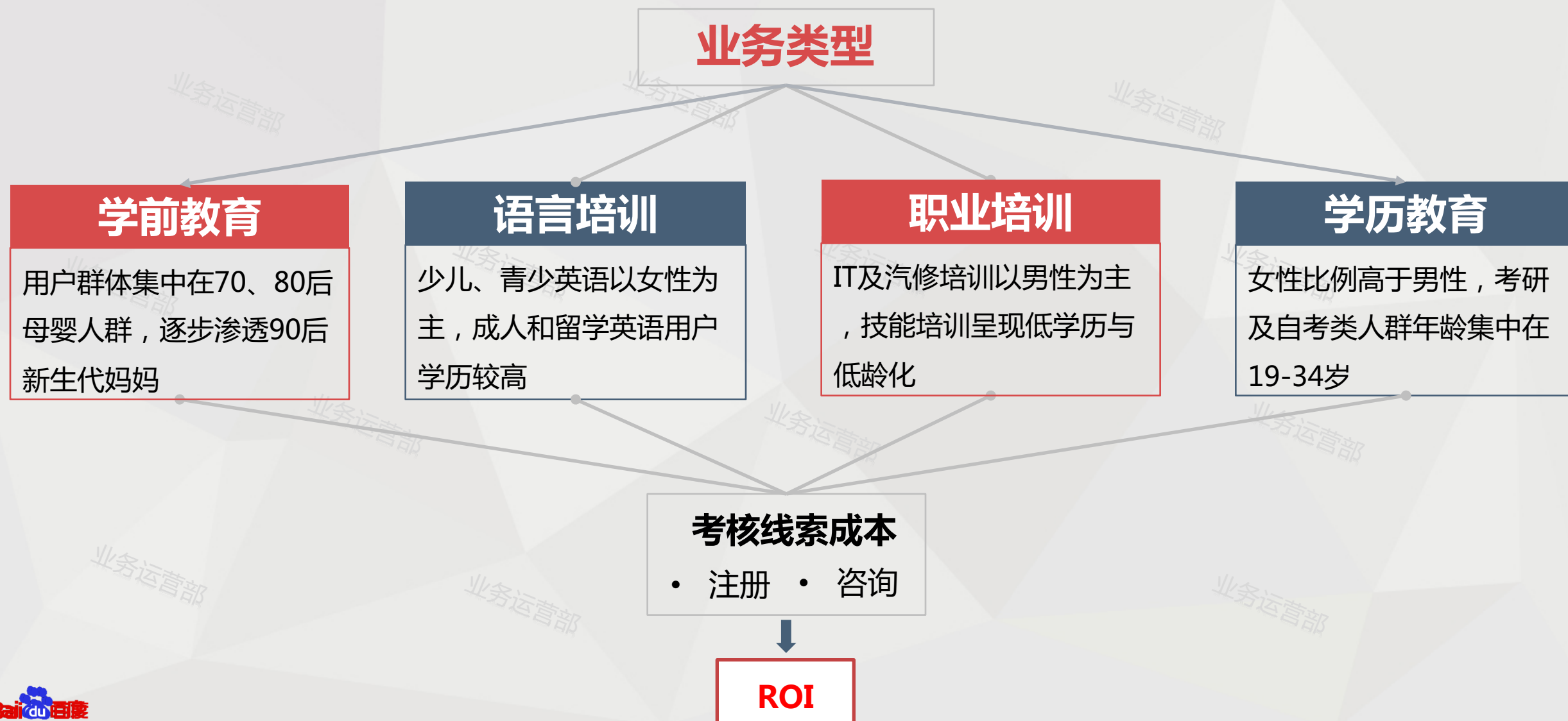
人工拓量

- 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 | 教育

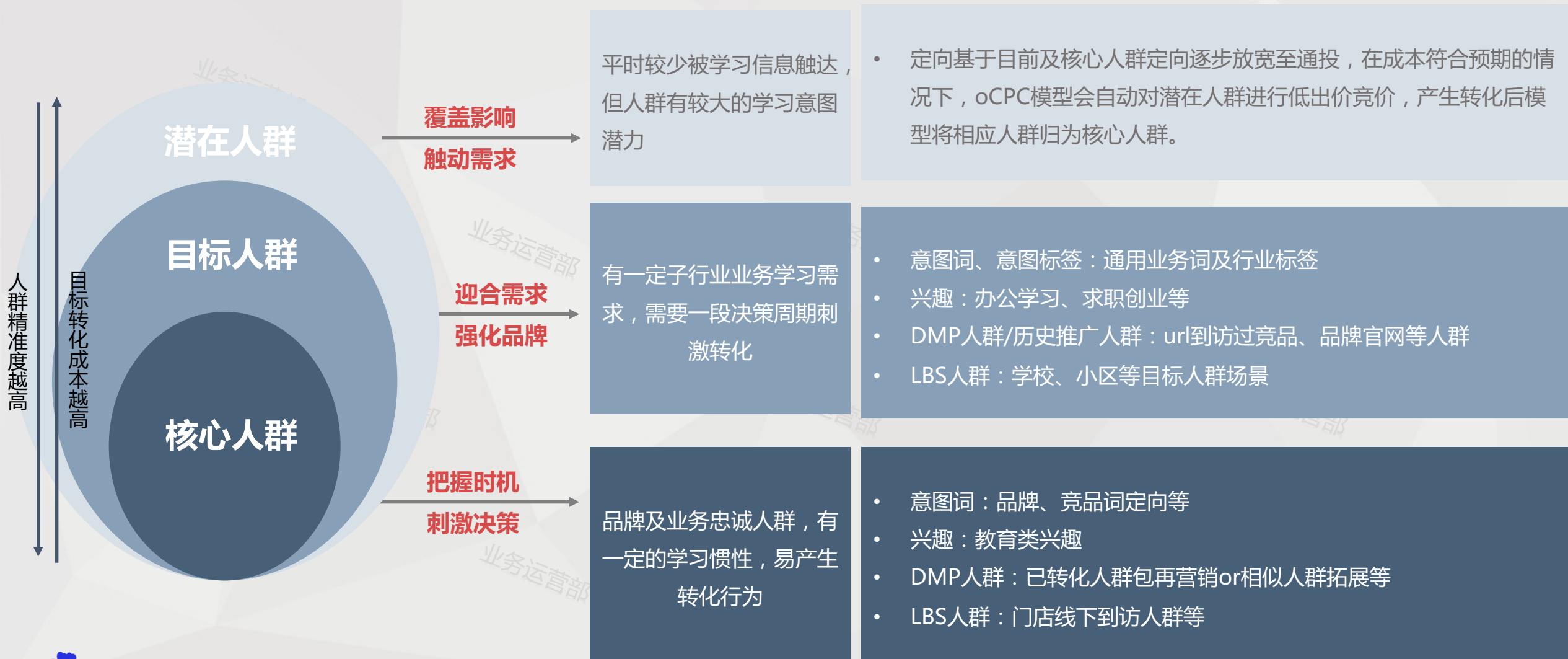
百度原生oCPC行业解决方案





人群分析 | 教育

百度原生oCPC行业解决方案





投放策略 | 教育

百度原生oCPC行业解决方案

第一阶段

数据积累期

优先选取核心、及目标人群定向方式，如：

- **关键词单元**：品竞词、课程词、业务词
- **兴趣单元**：教育培训、办公学习等二级强相关兴趣
- **意图标签单元**：高等教育、培训类等二级强相关标签

定向策略

出价策略

- **CPC出价**：如新增定向单元，建议参照历史cpc投放出价；如复制原定向单元，建议相比原单元适当提高出价；

第二阶段

模型稳定期

- 如一阶段成本稳定，维持定向不变，可进入放量阶段
- 如一阶段波动，可适当收窄定向；待数据稳定后进入放量期。

- **oCPC出价**：根据人群价值设置阶梯出价，不要频繁调整目标出价。

转化提升期

待核心、目标人群模型稳定，逐步覆盖潜在人群，如：

- **关键词单元**：场景意图词如院校词、专业词等（高阶玩法：**结合闪投拓量**）
- **兴趣单元**：文化娱乐、旅游等弱相关兴趣
- **意图标签单元**：游戏类等弱相关标签

- **oCPC出价**：可适当提高出价获取更多流量



投放策略 | 教育

百度原生oCPC行业解决方案

闪投

✓ 打破单元触发词的量级限制

+

oCPC

✓ 基于稳定成本的数据模型，智能投放

闪投商品示例

Name
钢琴培训哪儿好
成人钢琴教学教材
钢琴培训需要多少钱
学钢琴钢琴
老年钢琴培训班
成人钢琴培训中心
哪有成人钢琴培训
成人学零基础学钢琴
.....

定向示例

意图词模板

$\${Name}$

+

oCPC

- 先将核心人群词包灌入商品库用于一阶数据模型稳定积累；
- 进入二阶后逐步调优，待成本稳定后再逐步在商品库中灌入目标人群词包等