

搜索推广oCPC

聚焦AI打造新生态



1

产品介绍

2

数据对接

3

投放指南

4

优化指导



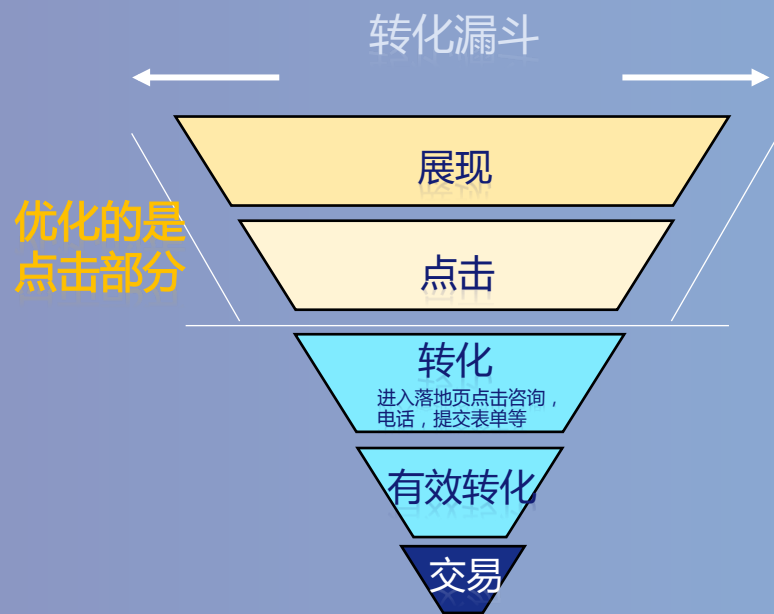
01 搜索推广升级—oCPC

传统 cpc 投放困局？



「1.0 人工CPC投放

线索获取**成本高**？高价值新客**获取难**？转化效果**不稳定**？



投放：关键词投放，高低流量都买

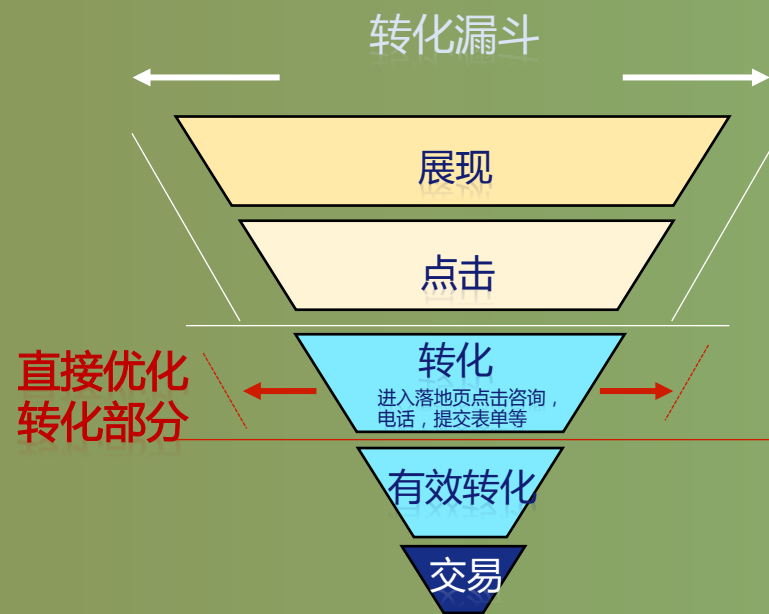
成本：提高了，因为钱也花在了低转化流量上

计费：CPC计费

「2.0 智能oCPC投放

(优化漏斗越靠下环节，越能提升最终转化！)

✓ **控制转化成本** ✓ **识别优质流量** ✓ **提高转化率**



投放：按每一次检索投放，投放在高转化流量上

成本：提优，因为钱也花在了刀刃上

计费：CPC计费

1

oCPC营销价值

“ oCPC：基于**目标转化**，实现**拓量及提效**的**智能**解决方案

基于更科学的转化率预估机制，帮助广告主实现智能出价，获取更多优质流量的同时提高转化完成率。

”

3 大优势 让广告主把钱，花在最有可能转化的流量上！

精准

人群画像积累
与客户共建深度转化数据
依托DNN模式深度学习
帮广告主优化转化

拓量

突破关键词匹配/出价限制触发广告
在更大范围内
甄选优质高转化流量

高效

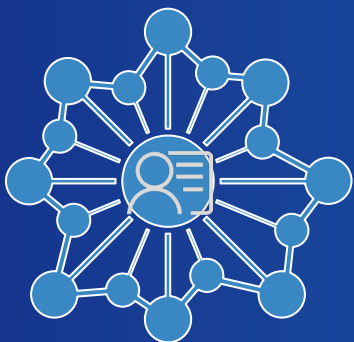
根据广告主表达目标转化成本进行投放
减少低效花费 控制转化成本



消费者行为深度解析 精准匹配TA

捕捉

< 捕捉用户行为 >

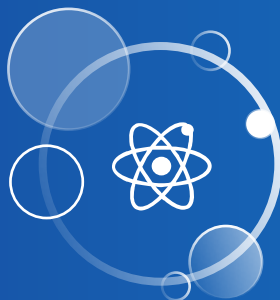


10亿活跃用户 200万级细分标签

- 用户基础特征：性别、年龄、兴趣、地域
- 用户无意识行为信息：滑过、停留
- 用户主动行为：搜索、点击、分享

模型学习

< DNN模型深度学习 >



从百度用户大数据中 找到TA

- 与客户数据对接，共建转化数据
- 依托DNN模型，深度学习潜在TA

精准匹配

< 提高转化 >



依据模型学习 智能匹配TA

- 通过用户数据收集，判定潜在TA
- 智能投放 匹配TA 提高转化



识别优质流量，拓展高转化人群



针对高转化流量，提升出价，提升排名，最大化转化量



根据广告主表达目标成本进行投放



针对低转化流量，降低出价，降低排名或不展现，最小化无用成本

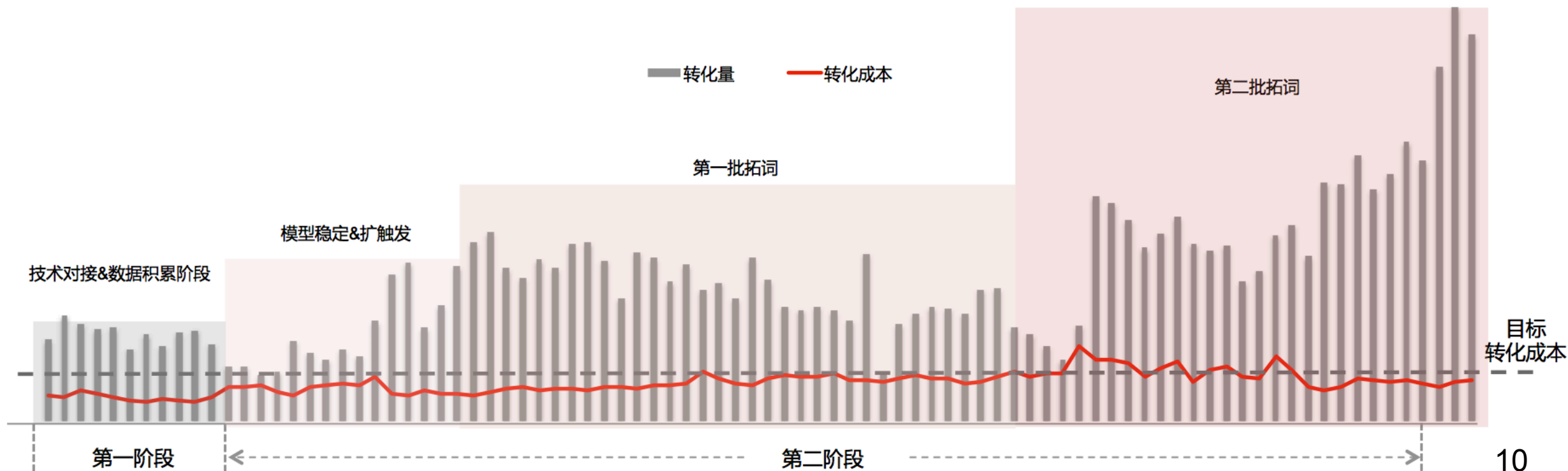
oCPC案例一：某教育行业客户

1 投放背景

- * 行业：教育行业客户
- * 对接方式：api对接
- * 投放层级：全账户
- * 转化类型：注册表单提交成功

2 产品效果

- * 投放近3个月
- * 转化成本稳定可控，转化量3.7倍增长



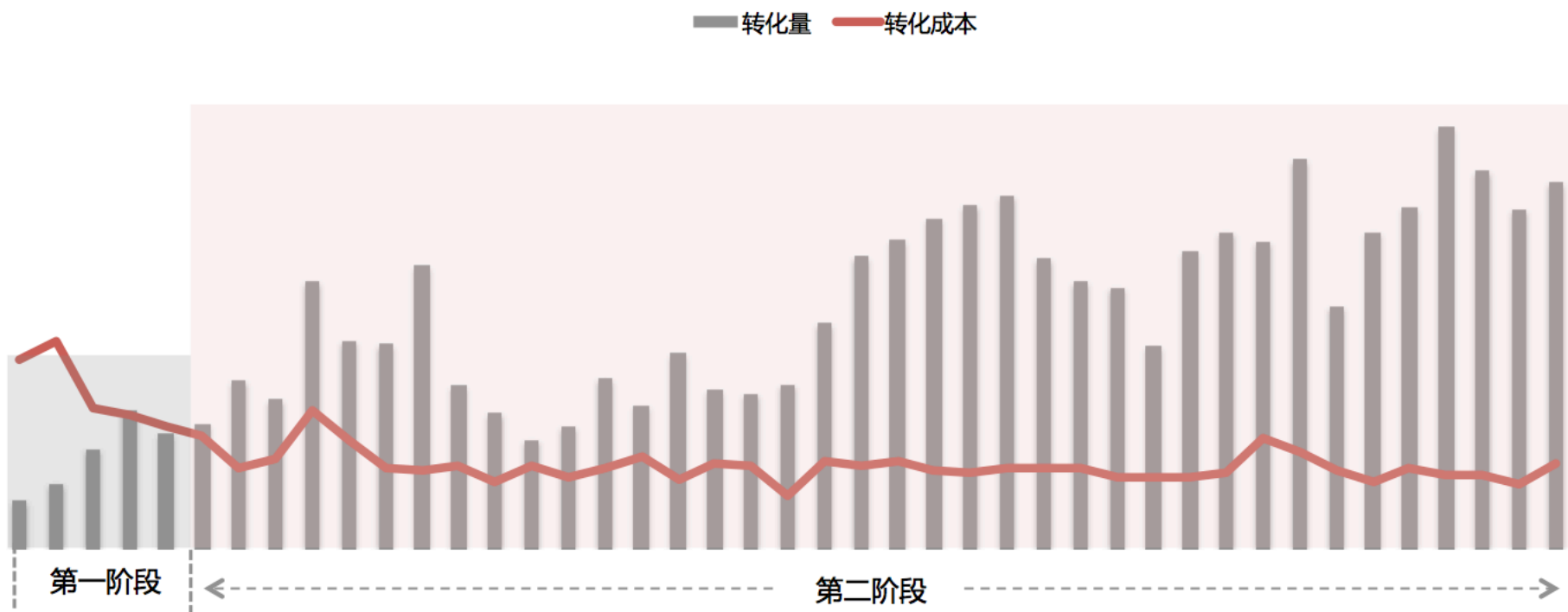
oCPC案例二：某家居行业客户

1 投放背景

- * 行业：家居行业客户
- * 对接方式：api对接
- * 投放层级：全账户
- * 转化类型：注册表单提交成功

2 产品效果

- * 投放近5个月，在投账户6个
- * 转化成本低于CPC投放且稳定，转化量4倍增长



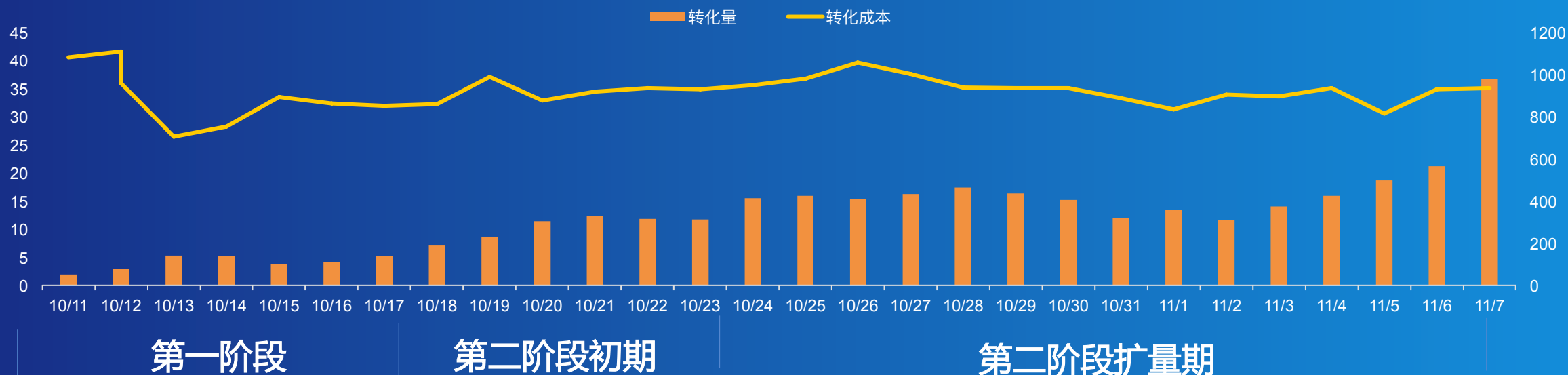
oCPC案例三：某金融行业客户

1 投放背景

行业：金融网贷
对接方式：JS代码监测
转化类型：表单提交成功
投放诉求：实现量级的大幅提升

2 产品效果

通过OCPC计划投放测试下来，低成本计划转化量最高增长18倍，成本基本持平，占比账户消费逐步提升到50%以上。



操作：观察成本和量级，前期少动
效果：转化量逐步最高增长540%

操作：增加资质类相关词和单元，逐步扩展TOP转化词匹配，适当控制成本高一倍词的匹配或者暂停该词
效果：转化量再次最高增长200%

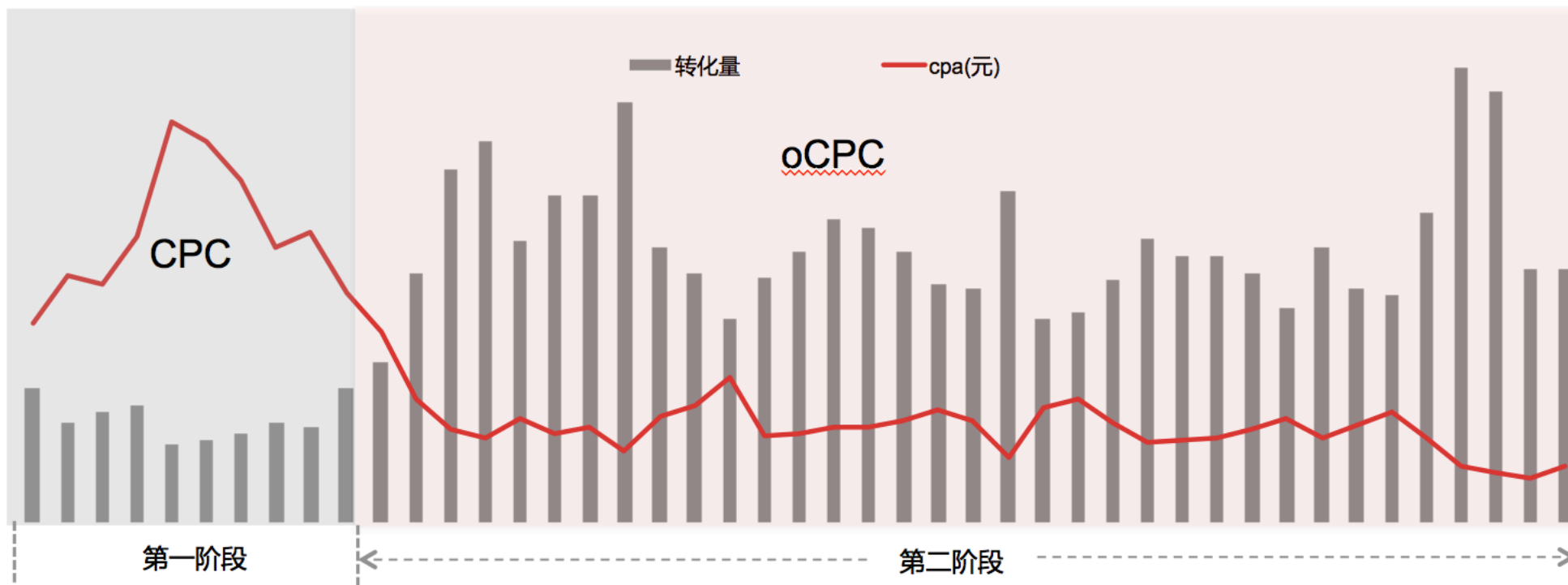
oCPC案例四：某汽车平台客户

1 投放背景

- * 行业：二手车行业客户
- * 对接方式：api对接
- * 投放层级：全账户
- * 转化类型：注册表单提交成功

2 产品效果

- * 投放五周后
- * 转化成本持续优化，转化量3倍+增长
- * 客户持续增加投放账户，多账户在投中



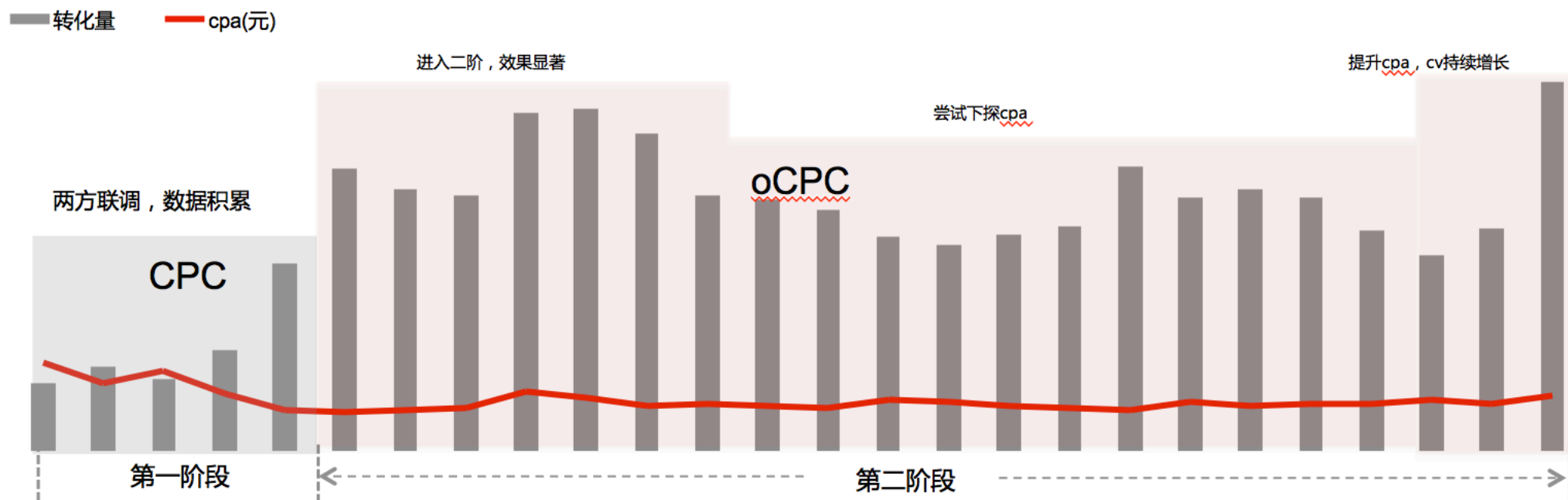
oCPC案例五：某游戏行业客户

1 投放背景

- * 行业：传奇游戏
- * 对接方式：api对接-app激活
- * 投放层级：全账户
- * 转化类型：app激活

2 产品效果

- * 投放三周后，转化成本持续优化，转化量3倍+增长
- * 客户持续增加投放账户，目前4个账户在投



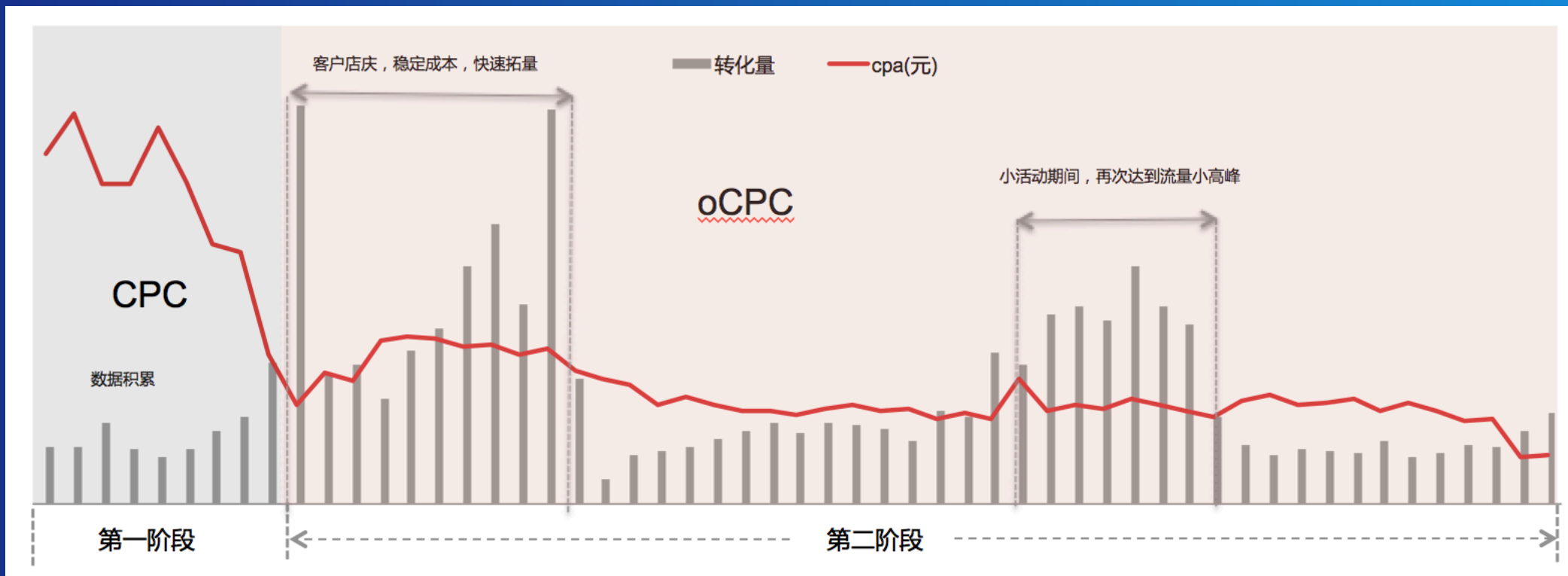
oCPC案例六：某电商行业客户

1 投放背景

- * 行业：电商
- * 对接方式：api对接
- * 投放层级：全账户
- * 转化类型：深度页面访问

2 产品效果

- * oCPC投放两个月后
- * 转化成本持续优化，转化量稳定增长
- * 在客户的活动期间，为其冲量提供了强有力的保障



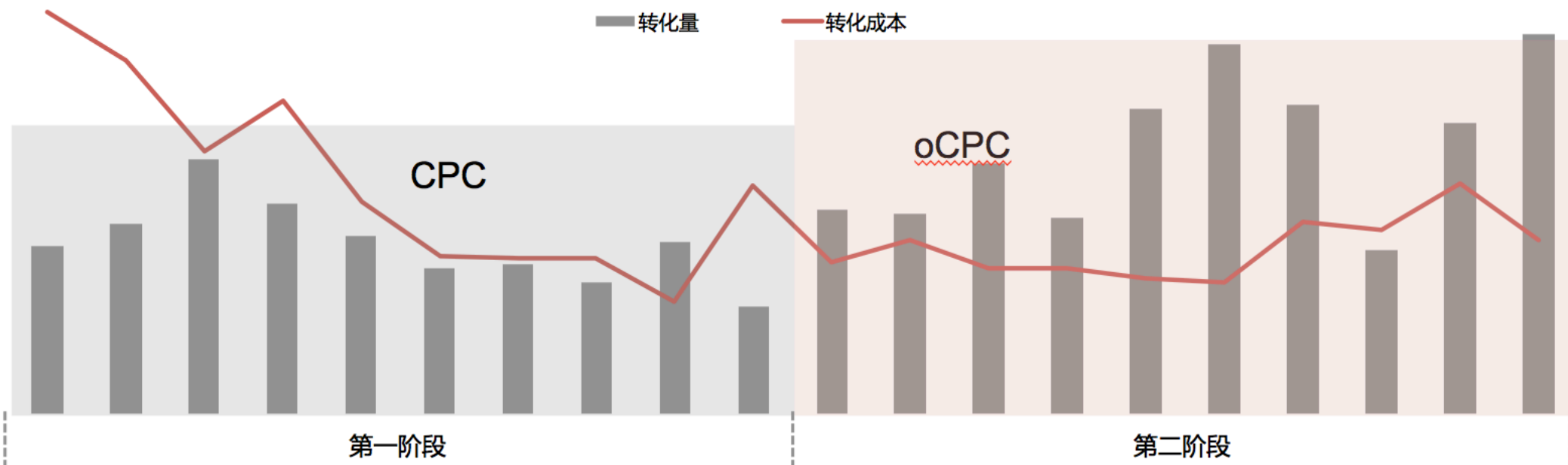
oCPC案例七：某医疗行业客户

1 投放背景

- * 行业：医疗-眼科
- * 对接方式：咨询工具授权
- * 投放层级：计划层级
- * 转化类型：一句话咨询

2 产品效果

- * oCPC投放3周后，成本逐渐降低并趋于稳定，转化量1.5倍增长
- * 客户正在持续增加账户接入oCPC





数据对接

- ✓ 前期沟通
 - 转化类型
 - 技术对接方式
- ✓ 技术开发

第一阶段

- ✓ 数据对齐
- ✓ 选择投放层级
- ✓ 模型学习&推荐cpa

第二阶段

- ✓ 稳定成本
- ✓ 阶段拓量：
智能出价、拓匹配、拓词



满足客户多样化转化类型

多种技术对接方式，打通转化数据通路

推广目的

应用下载类

线索类

订单类

转化目标

下载
唤起

下载
完成

安装
完成

激活

注册

付费

按钮
点击

电话
拨打

在线
咨询

抽奖

投票

表单
提交
成功

有效
拨打

有效
咨询

注册

购买

到店

注册
登录

商品
浏览

加入
购物车

提交
订单

支付

技术对接

API回传

- 有API开发能力、转化数据归因能力的客户；
- 数据回传稳定，可优化深层转化

API回传-APP激活

- 有API开发能力的APP投放客户
- 优化APP激活或其他APP转化类型

JS代码检测

- 适合落地页较少变动不频繁的客户
- 需要网站前端开发人员支持

咨询工具授权

- 使用在线咨询工具的客户，无需技术开发
- 支持商务通、快商通、商桥2016版、53KF、美洽、乐语、全时易聊、螳螂咨询

商家号-移动营销页

- 适合页面简单，愿意使用百度自建站投放的客户，无需技术开发
- 客户可以通过商家号进行移动营销页创建



不同接入方式 支持的转化类型不同

转化维度	转化类型	定义	API回传	咨询工具授权	APP激活	JS代码检测	移动营销页	
浅层转化	表单按钮点击	点击页面表单按钮	√	-	-	√	√	
	咨询按钮点击	点击页面咨询按钮	√				√	
	电话按钮点击	点击页面电话按钮	√				√	
	购买按钮点击	点击页面购买按钮	√				√	
	下载按钮点击	点击app下载按钮	√				-	
	短信咨询按钮点击	发送一条咨询短信	√				√	
	加入购物车按钮点击	点击页面加入购物车按钮	√				√	
	地图按钮点击	点击按钮吊起地图页面	√				-	
	QQ按钮点击	点击按钮吊起QQ咨询	√					
	投票按钮点击	点击页面投票按钮使用投票功能一次	√					-
	微信复制按钮点击	点击按钮复制推广的微信号	√					
深层转化	表单提交成功	成功提交表单内容	√	√	√	√		
	一句话咨询	一次咨询对话中，用户发出大于等于1条内容	√			√		
	APP激活	激活APP	√	-		-		
	购买成功	产生一次购买	√			√		
	深度页面访问	网民经由搜索推广进入客户推广落地页，访问深度≥3	√			-		



数据积累

累积数据，用于模型学习哪些流量对您的账户价值更高。在这一阶段，系统根据您的CPC点击出价参与竞价，和之前的传统投放方式没有区别，仅累积数据。

oCPC积累数据

目标转化成本模式：

门槛：持续3-5天单日转化量达20个

点击出价系数模式：

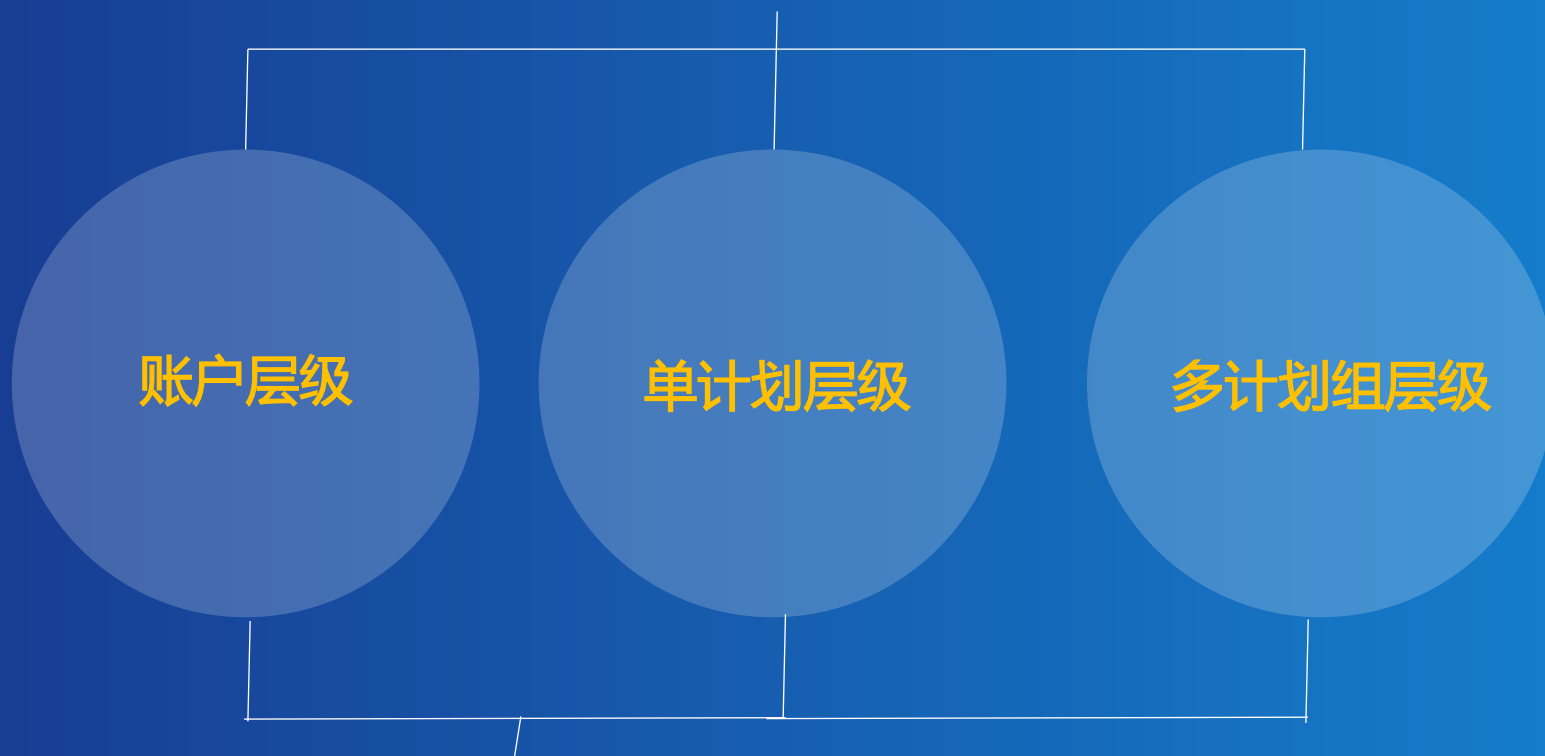
门槛：一周内，连续3天 单日转化量达10个以上



投放层级设置

投放包层级设置

目标转化成本模式支持三种方式



点击出价系数模式仅支持账户层级/单计划层级



智能投放



目标转化成本模式：
适用于转化数据充足，足以
能够跑进二阶段优化的客户

数据对接

API、代码监测、咨询工具
授权、营销页

点击出价系数模式：
适用于转化数据少，转化成本
和转化量波动大，难以使用以
上模式进入二阶段的客户

- 客户：定义转化类型、设置**目标转化成本**
- 系统：通过对转化率的学习，自动优化出价和流量分配，**在客户设定的目标转化成本下**，提升转化量

- 客户：定义转化类型、**设置点击出价系数**
- 系统：通过对转化率的学习，为客户推荐点击出价调整系数，**基于客户设置的点击出价系数自动优化出价和流量分配**，提升转化量

数据报告

转化量、转化成本、转化
率、消费.....

02 oCPC数据对接

- APP激活
- API回传
- JS代码监测
- 咨询工具授权
- 移动营销页

数据对接-入口



入口一：推广->oCPC->转化追踪->新建转化追踪

推广

报告

共享库

工具

帮助

zliu

searchlab

推广业务

营销目标

未填写推广业务

云图-男科计划1234-2

性功能障碍

发送到发送大发

吉安市交警撤

是哒是哒

11

云图-男科计划123

云图-男科计划1

云图-minecraft

搜索词报告

实时报告

推广实况

历史操作记录

商盾

生意罗盘

优化参谋

账户-searchlab

客户权益: 状态: 正常生效 余额: 10240.4元 充值 预算: 不限定预算 地域: 北京 设置

数据概览

新建转化追踪

计划

单元

词和网址

人群

创意

线索通

oCPC

转化追踪

oCPC投放

设置

转化名称	监测范围	状态	转化类型	接入方式	监控地址	操作
hxxhxbcp	全账户	正常	有效线索	咨询工具授权		查看 编辑 删除
12345	全账户	正常	表单提交成功	代码检测		查看 编辑 删除
hxapi1	全账户	正常	表单提交成功	API 回传		查看 编辑 删除
hxapi11	全账户	正常	有效线索	API 回传		查看 编辑 删除
hx0118	全账户	正常	三句话咨询	咨询工具授权		查看 编辑 删除
hxapi	全账户	正常	三句话咨询	API 回传		查看 编辑 删除
hxbcp	全账户	正常	一句话咨询	API 回传		查看 编辑 删除
hxbcp	全账户	正常	一句话咨询	API 回传		查看 编辑 删除
33ehejr	全账户	正常	申请小额贷款	API 回传		查看 编辑 删除
123	3个计划	联调失败	APP 激活	APP 激活 - IOS和Android	http://12.com?{CALLBACK_URL...	查看 编辑 删除

01

数据对接-新建转化追踪

新建转化追踪

鼠标移动到接入方式区域，展示对应转化追踪支持的转化类型

新建转化追踪

1 新建转化追踪

2 oCPC投放设置

选择接入方式

当前接入方式支持的转化类型有：

表单提交成功，有效线索等。

代码监测

将监控代码手动添加到页面中，用于精准监测转化，需要您对网页开发有所了解。

立即使用

API回传

通过 API 方式把转化数据传给百度，需要您有开发API的技术能力和自行监控转化的能力。

立即使用

咨询工具授权

通过在咨询工具官网进行数据授权，以完成与百度的转化数据对接。
适用于主要转化来自于咨询方式，且使用“商桥”、“快商通”、“商务通”、“53KF”、“美洽”、“乐语”、“全时易聊”7种IM工具的客户。

立即使用

APP激活

此方式仅用于接入APP激活数据，需要您有开发API接口的技术能力。

立即使用

查看在线协议

点击“立即使用”进入新建转化追踪流程

数据对接-新建转化追踪

新建转化追踪

温馨提示

百度转化追踪工具在线协议

本协议系由百度与所有使用百度转化追踪工具（以下简称“工具”）的百度推广客户（以下简称“用户”）针对百度转化追踪工具的使用及相关服务订立的有效合约。本协议适用于任何百度转化追踪工具相关服务，包括本协议期限内的用户使用的各项服务或技术的升级、调整及更新。

本协议是工具用户应当遵守的基础条款，用户同意在工具和/或双方约定的其他网站上开展与工具相关联业务时应遵循本通用条款。本协议与《百度推广服务合同》（<http://e.baidu.com/accept>）及其附件、及所有百度已经发布各类线上/线下规则构成一个完整的合同，对用户与百度均具有约束力。

用户在点击onClose确认本协议或者开始使用工具之前务必审慎阅读、充分理解各条款内容，对于本协议中以加粗字体显示的内容，用户应重点阅读。如用户对本协议有任何疑问的，应向百度咨询。用户点击确认本协议或者开始使用工具即表示接受本协议的全部条款，届时用户不应以未阅读本协议的内容或者未获得百度对用户问询的解答等理由，主张本协议无效，或要求撤销本协议。

用户承诺接受并遵守本协议的约定。如果用户不同意本协议的约定，用户应立即停止使用工具。

使用须知

1. 工具通过API数据回传、在用户自有网站嵌入代码、或将用户自有网站预加载到百度服务器的方式，帮助用户获取页面优化能力及优质数据分析，便于指导用户在百度推广系统优化投放，提升效果。
2. 工具提供的技术模块包括但不限于API数据回传、代码生成、网站预加载、页面检测、数据分析等，用户可以自行使用相关技术模块进行数据和效果追踪。
3. 当用户选择将自有网站预加载到百度服务器上时，主域会变更为aipage.cn（例如：www.XXXX.com会变为www-XXXX-com-XXXX-aipage.cn），除IP地址外，用户网站的内容、样式、用户自主输入的第三方统计代码等都不会因为使用工具而发生任何改变。

☐ 同意以上条款 不同意安全协议将删除转化追踪中的所有数据，并且后续无法使用 oCPC

确定

返回

首次新建转化追踪时，弹出相关协议弹窗，勾选“同意以上条款”，即可继续新建转化追踪流程



数据接入方式——API回传-APP激活

适用客户群：

此方式仅用于接入APP激活数据，需要您有开发API接口的技术能力

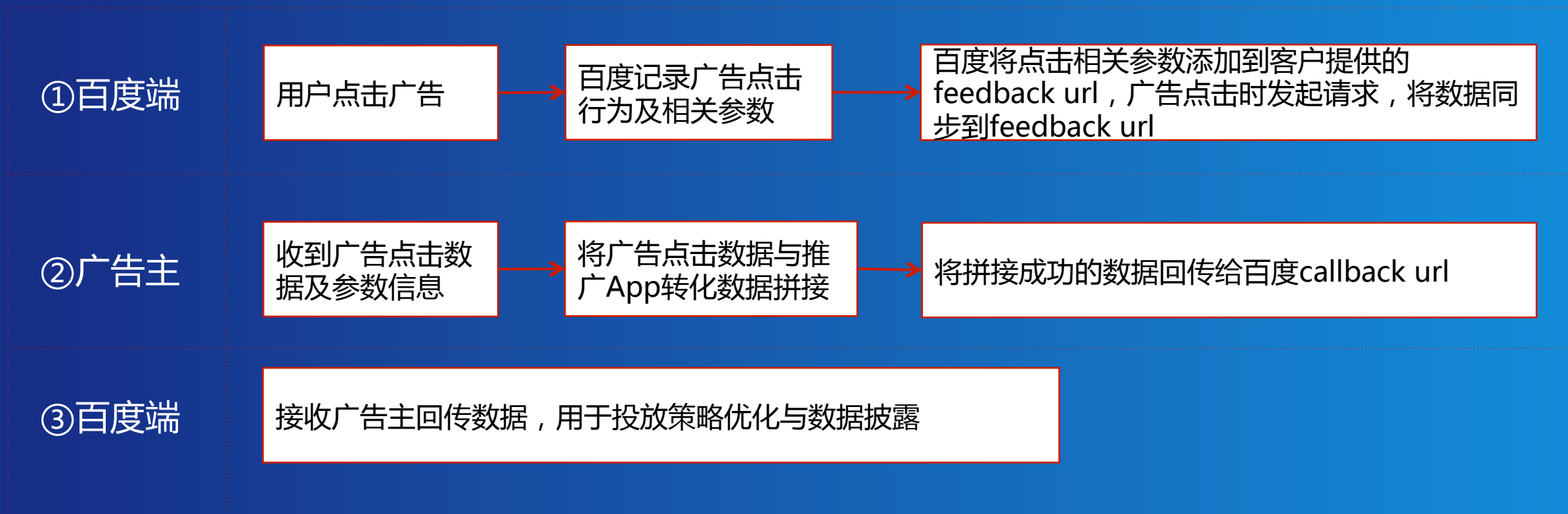
注：如果您没有APP激活的API开发能力，也可以联系第三方监测平台热云/友盟/talkingdata/ appsflyer与我们进行合作

APP激活-数据对接流程

oCPC-对接流程

全面支持App激活转化类型投放，支持平台在线配置联调

在线技术文档：<https://fc-yule.cdn.bcebos.com/fc-oCPC-api-app-activate-doc.pdf>



APP激活-操作说明

APP激活入口

点击“新建转化追踪”后，选择APP激活，点击“立即使用”



APP激活

此方式仅用于接入APP激活数据，需要您有开发API接口的技术能力

立即使用

APP激活-操作说明

转化追踪设置

(3) 下载URL: 仅用于联调过程 (如果APP类型选择了”iOS和Android”, 则可填写任意端的下载URL用于联调)

(4) 计划名称

选择当前监测地址作用的计划列表。

为了保证投放效果，如果您的计划有增删改的操作时，请及时更新转化追踪列表

- 全账户开启：所有计划都需要有至少一条转化追踪
- 计划组/计划开启：所涉及到的计划都需要有至少一条转化追踪

The screenshot displays the 'oCPC投放包' (oCPC Package) configuration page. At the top, there are input fields for '转化名称' (Conversion Name), '监测地址' (Monitoring Address), 'APP类型' (App Type), and '下载URL' (Download URL). Below these is a section for '适用计划' (Applicable Plans), which includes a search bar and two lists: '可选计划 (65)' (Selectable Plans) and '已选计划 (0/65)' (Selected Plans). The '可选计划' list contains several plan IDs and names, each with a '+' icon to select it. At the bottom left, there is an 'akey' field. On the right side, there is a large blue area representing the '投放计划' (Placement Plan).

(1) 转化追踪名称：不能重复，最多10个字

(2) 监测地址和APP类型：
同一计划至多设置两条转化追踪，一条为iOS对应的监测地址，一条为Android对应的监测地址。
如果该计划的iOS和Andorid的监测地址相同，可选择“iOS和Android”同时设置完成

点击【保存】或【保存并新建oCPC投放包】完成新建

点击【保存】或【保存并新建oCPC投放包】完成新建

APP激活-操作说明

转化追踪联调

转化追踪点击提交后，会进入oCPC联调页面

第一步

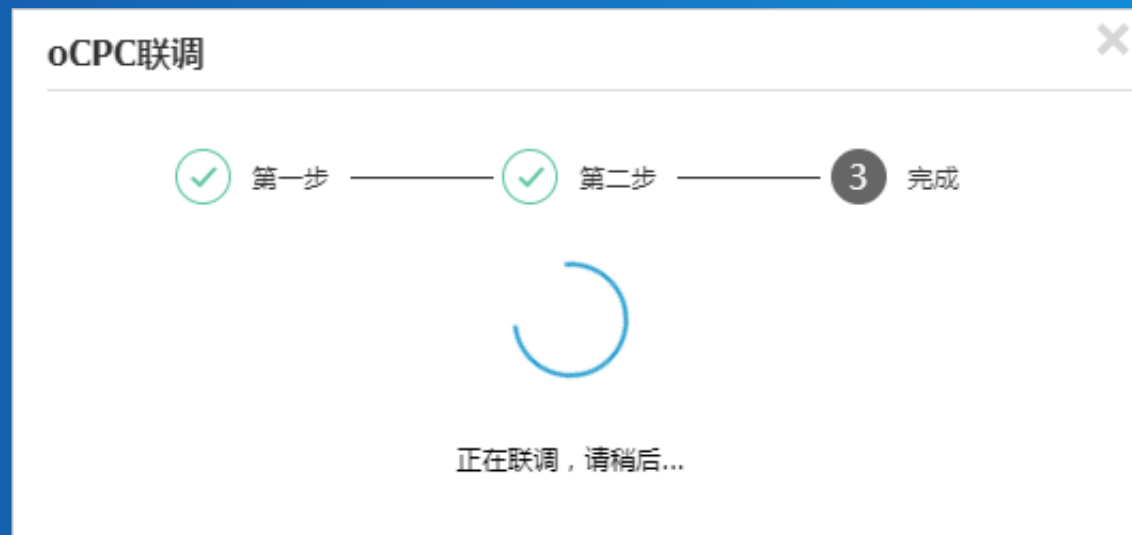
下载/打开百度推广APP，扫描二维码下载应用



未扫描二维码，直接关闭联调窗口的“×”，会返回到转化追踪列表页，转化追踪状态为“联调失败”。点击“联调失败”可重新联调

第二步

联调中，等待。联调成功后，该转化追踪正式生效



等待过程中，直接关闭联调窗口的“×”，会返回到转化追踪列表页，转化追踪状态为“联调等待”。点击“联调等待”可查看联调结果



数据接入方式——API回传

适用客户群：

具备API开发能力和转化归因能力，能够把每一次转化归因到具体的导入流量上，且能够通过程序化的方式自动回传

API回传-数据对接流程



①广告主

推广平台上设置“API回传”类型转化追踪，TOKEN码给到技术

SEM

转化追踪设置三小时后，bd_vid配置生效

②百度端

用户点击广告

百度会在落地页url中自动增加bd_vid

原落地页：<https://m.baidu.com>
新落地页：https://m.baidu.com&bd_vid=***

③广告主

识别广告点击是否发生转化行为

技术

通过API接口，将有转化标记为“1”，连同其他字段回传给百度

技术

推广平台查询数据，核对正确后，开启oCPC投放

SEM

④百度端

接收广告主回传转化后，利用大数据和机器学习技术来学习具体网民行为，优化客户后续流量

API回传-操作说明

API回传入口

点击“新建转化追踪”后，选择API回传，点击“立即使用”

1. API 回传



有 API 开发能力的客户



API回传

通过 API 方式把转化数据传给百度，需要您有开发API的技术能力和自行监控转化的能力。

立即使用

API回传-操作流程

1、新建转化追踪，完成新建后，落地页链接中会自动添加bd_vid标识

API 回传 ?

* 转化名称: 可输入10个字

* 转化类型: 请选择 每个转化类型只能建立一个转化追踪策略

转化对接方式: ☒ 您具备搜索推广 API 对接能力 ?

[下载接口文档](#)

☐ 您不具备 API 对接能力，需要手动上传文件对接 ?

Token: [重置](#)

4hDXU26BGFvxPZgHxy6j7qMCSpQVL0u
s@FF69EGCEH6oKseRGDGKI6ai6WqTQ
ajqq

[保存](#) [保存并新建oCPC投放包](#) [取消](#)

1) 填写名称，并选择目标转化类型

2) 下载接口文档，参照进行API接口开发

3) 接口调用需要用到token，token在这里
(本账户登陆，不可用代账号或管家账号)

4) 点击『保存』或『保存并新建oCPC
投放包』完成新建

2、在该页面获取API接口文档，和token，用于API开发及联调



数据接入方式——JS代码检测

适用客户群：

客户不具备API开发能力或转化归因能力，但是能够在指导下将监控代码安装到网页中

代码监测-操作说明

代码监测入口

点击“新建转化追踪”后，选择代码监测，点击“立即使用”

2. 代码监测



懂JS技术的客户
或者有技术团队
可以在页面添加 JS 代码



代码监测

将监控代码手动添加到页面中，用于精准监测转化，需要您对网页开发有所了解。

立即使用

代码监测-操作说明

代码监测

2. 在您的页面埋监测代码：
(建议由您的研发人员操作)

在您的页面埋监测代码：
逐个页面添加JS代码的埋码方式。
(建议由您的研发人员操作)

第二步：在您的页面埋回调代码：
将这段代码粘贴到您对应转化页面代码的成功回调代码中。(建议由研发人员操作)

点击【保存】或【保存并新建
oCPC投放包】完成新建

为您的这条转化追踪命名

选择支持的转化类型

* 转化名称:

1-10个字

* 转化类型:

请选择转化类型

监测代码:

1 第一步 -- 基础代码: 您可以选择以下任意一种方式安装基础监测代码

手动安装

通过手动添加的方式, 将监测代码逐个添加到需要优化的落地页中添加以下监测代码到需要优化的落地页, 或您可下载[代码和说明文档.txt](#)

```
<script type="text/javascript">
  window._agf = window._agf || [];
  (function () {
    _agf.push(
      ['production', '_f7L2XwGXjyszb4d1e2oxPybgD']
    );
  })();
```

2 第二步 -- 回调代码: 请将以下代码复制并粘贴到对应转化页面代码的成功回调代码中

```
window._agf && window._agf.push(['track', ['success', {t: }]])
```

保存

保存并新建oCPC投放包

取消



数据接入方式——BCP-咨询工具授权

适用客户群：

适用于主要转化来自于咨询方式，且使用“商务通/快商通/商桥/53KF/美洽/乐语咨询”IM工具的客户

咨询工具授权-操作说明

咨询工具授权入口

点击“新建转化追踪”后，选择咨询工具授权，
点击“立即使用”

3. 咨询工具授权



以咨询工具授权的方式完成转化数据对接。

适用于主要转化来自于咨询方式的客户。
如使用“商桥”、“快商通”、“商务通”等IM工具的客户。



咨询工具授权

通过在咨询工具官网进行数据授权，以完成与百度的转化数据对接。

适用于主要转化来自于咨询方式，且使用“商桥”、“快商通”、“商务通”、“53KF”、“美洽”、“乐语”、“全时易聊”7种IM工具的客户。

立即使用

咨询工具授权-操作说明

咨询工具授权入口

★ 转化名称:

1-10个字

★ 转化类型:

请选择转化类型

咨询工具授权:

去授权

若您有多个第三方工具的账号，请全部授权。

刷新授权状态

已授权的第三方咨询工具账号:

1.BCP MOCK DATA0

2.BCP MOCK DATA1

3.BCP MOCK DATA2

4.BCP MOCK DATA3

5.BCP MOCK DATA4

6.BCP MOCK DATA5

7.BCP MOCK DATA6

☒ 同意百度oCPC产品使用我授权的咨询工具数据

保存

保存并新建oCPC投放包

取消

- 1) 填写转化名称

2) 选择转化类型

3) 勾选 “同意百度oCPC产品使用我授权的咨询工具数据”

4) 点击 “去授权” 进入「百度-商家号平台」去授权



- 5) 授权后，返回本页面点击【刷新授权状态】可查看最新授权账号列表

6) 点击【保存】或【保存并新建oCPC投放包】完成新建



数据接入方式——商家号-移动营销页

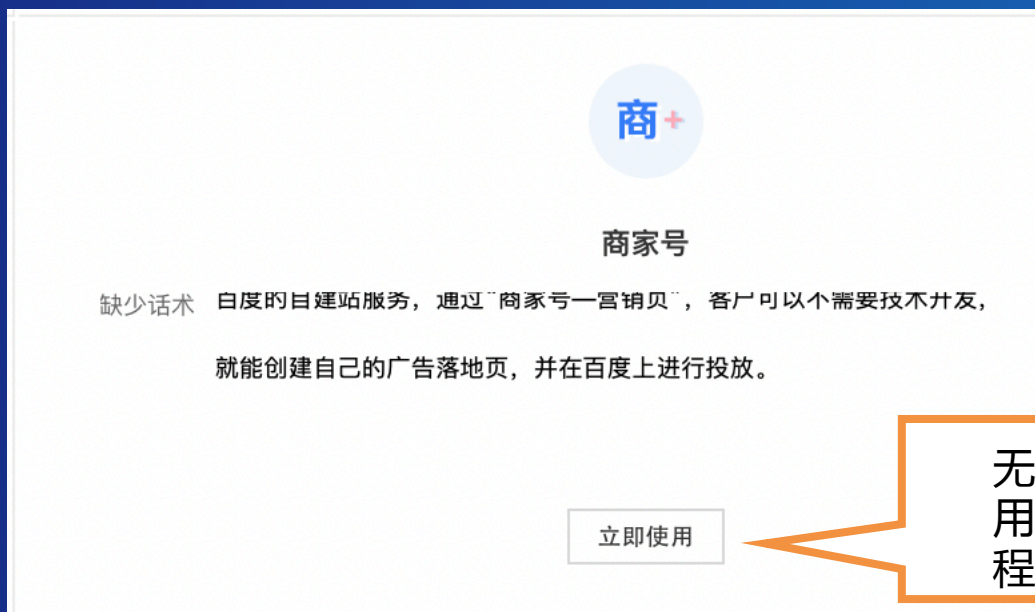
适用客户群：

不具备开发能力，且希望在百度创建广告落地页的客户

引用营销页-操作说明

使用“商家号—营销页”的入口

点击“新建转化追踪”后，选择营销页，点击“立即使用”



Q:什么是“商家号—营销页”？

即百度的自建站服务，通过“商家号—营销页”，客户可以不需要技术开发，就能创建自己的广告落地页，并在百度上进行投放。

若客户使用“商家号——营销页”创建广告落地并投放，则不需要进行转化数据对接，可以直接进行oCPC的投放设置。

无需新建转化追踪，点击【立即使用】直接进入新建oCPC投放包流程



03 投放指南

搜索推广OCPC操作说明

新建oCPC投放包入口

功能入口一：推广->oCPC->oCPC投放->新建oCPC投放包
功能入口二：新建转化追踪后，点击【保存并新建oCPC投放包】

推广

报告

共享库

工具

帮助

zliu

searchlab

推广业务

营销目标

未填写推广业务

未填写推广业务

性功能障碍

发送到发送大

西安市交警撤

是哒是哒

11

云图-男科计划123

云图-男科计划1

云图-minecraft

不孕不育-试管...

妇科计划1

账户-searchlab

客户权益: 状态: 正常生效 余额: 10226.53元 充值 预算: 不限定预算 地域: 北京

数据概览

03

该投放包当前处于转化数据积累阶段，转化数据积累达到门槛且在投放设置中设置了目标转化成本，即可自动进入oCPC智能投放阶段

新建oCPC投放包

词和网址

人群

创意

线索通

转化追踪

oCPC投放

设置

oCPC投放包	数据来源	转化类型	转化数	出价表达	生效范围	投放阶段	状态
投放包名称	API 回传	表单提交成功,三...	0	目标转化成本	57个计划	ocpc第一阶段	
2121	API 回传	表单提交成功,有...	0	目标转化成本	57个计划	ocpc第一阶段	
31222	API 回传	三句话咨询	0	目标转化成本	3个计划	ocpc第一阶段	
only one	API 回传	有效线索	0	目标转化成本	1个计划	ocpc第一阶段	
2432	API 回传	三句话咨询	0	目标转化成本	4个计划	ocpc第一阶段	
hxbxbcp	API 回传	表单提交成功,有...	0	目标转化成本	1个计划	ocpc第二阶段	

每页显示 20

* 转化名称: 1-10个字

* 转化类型: 请选择转化类型

监测代码: 1 第一步 -- 基础代码: 您可以选择以下任何一种方式安装基础监测代码
手动安装
通过手动添加的方式，将监测代码逐个添加到需要优化的落地页中添加以下监测代码到需要优化的落地页，或您可下载代码和说明文档.txt
2 第二步 -- 回调代码: 请将以下代码复制并粘贴到对应转化页面代码的成功回调代码中

保存

保存并新建oCPC投放包

取消

入口二

搜索推广OCPC操作说明

新建oCPC投放包——投放设置

设置投放包名称

* 投放包名称: 1-10个字

- * 数据来源:
- ☐ 代码检测
 - ☒ API 回传
 - ☐ 咨询工具授权
 - ☐ 商家号
 - ☐ APP 激活

* 出价类型: ☒ 目标转化成本 ☐ 点击溢价系数

目标转化成本: 元

转化成本过低时, 将无法进入第二阶段

☐ 使用数据积累阶段的转化成本
ocpc计算转化成本(cpa) = 消费 / 转化数 (N / M)

* 扩量模式: 转化质量最优 ☐ 转化量最大 ☒

oCPC智能加词: ☐

- 请选择转化类型
- 三句话咨询
 - 有效线索
 - 表单提交成功
 - 一句话咨询
 - 申请小额贷款
 - 小额贷款放款
 - 地图按钮点击

设置数据来源&转化类型

设置目标转化成本
方法一: 直接填写
等数据累积充足, 可以参考“建议值”再来修改
方法二: 勾选【使用数据积累阶段转化成本】使用“建议值”进入第二阶段
第一阶段数据累积充分, 此处才会展示建议值
请放心, 没有填写目标转化成本 (或勾选建议值) 不会进入第二阶段

设置出价类型:
目标转化成本/点
击溢价系数

进入第二阶段后的
扩量模式, 可
自主选择转化质
量最优/转化量最
大

进入第二阶段后的
扩量方式

点击【保存并设置生效范围进入生效范围选择】

保存并设置生效范围

取消

搜索推广OCPC操作说明

新建oCPC投放包—选择生效范围

★ 生效范围：☒ 账户层级 ☐ 计划层级

保存 取消

★ 生效范围：☐ 账户层级 ☒ 计划层级

选择计划

可选计划 (57) [全部添加](#)

ywl2193852	+
ywl1111789	+
ywl4428693	+
ywl8409763	+
ywl1023604	+
车票reids	+
ywl1402310	+
xueqiong-test	+
testplan832056	+
ywl6998679	+

保存 取消

选择【账户层级】即为账户层级开通oCPC投放，投放包设置对全账户生效

选择【计划层级】即为计划层级开通oCPC投放，可选择单个计划/多个计划，投放包设置对选择计划生效

点击保存后，完成oCPC投放包新建流程

搜索推广OCPC操作说明

oCPC投放包管理-入口

在【推广】->【oCPC】->【oCPC投放】中，可对已经新建的oCPC投放包进行管理

推广

报告

共享库

工具

帮助

zliu

推广业务

营销目标

未填写推广业务

未填写推广业务

云图-男科计划1234-2

性功能障碍

发送到发送大发

西安市交警撤

是哒是哒

11

云图-男科计划123

云图-男科计划1

云图-minecraft

不孕不育-试管...

妇科计划1

账户-searchlab

客户权益: 状态: 正常生效 余额: 10220.69元 充值 预算: 不限定预算 地域: 北京

数据概览

计划

单元

词和网址

人群

创意

线索通

oCPC

转化追踪

oCPC投放

设置

02

您已完成新建转化追踪，点击oCPC投放，去进行oCPC投放设置吧，设置完成后即可开始积累转化数据进入oCPC投放第一阶段

新建oCPC投放包

2019.01.22 - 2019.01.22 自定义

<input type="checkbox"/>	oCPC投放包	数据来源	转化类型	转化数	出价表达	生效范围	投放阶段	状态	展现	点击	消费	平均点击价格	目标转化成本
<input type="checkbox"/>	投放包	API 回传	三句话咨询	0	目标转化成本	-	ocpc第一阶段	!	0	0	0	-	123
<input type="checkbox"/>	31222	API 回传	三句话咨询	0	目标转化成本	3个计划	ocpc第一阶段	!	0	0	0	-	未设置
<input type="checkbox"/>	only one	API 回传	有效线索	0	目标转化成本	1个计划	ocpc第一阶段	!	0	0	0	-	12
<input type="checkbox"/>	2432	API 回传	三句话咨询	0	目标转化成本	4个计划	ocpc第一阶段	!	0	0	0	-	暂无推荐值
<input type="checkbox"/>	hxhxbcp	API 回传	表单提交成功,有...	0	目标转化成本	1个计划	ocpc第二阶段	!	0	0	0	-	10 (推荐100)

每页显示 20

< 1 >

搜索推广OCPC操作说明

oCPC投放包管理

在【推广】->【oCPC】->【oCPC投放】中，可对已经新建的oCPC投放包进行管理

推广业务

营销目标

未填写推广业务

未填写推广业务

性功能障碍

发送到发送大发

吉安市交警撤

是哒是哒

11

云图-男科计划123

云图-男科计划1

云图-minecraft

不孕不育-试管...

妇科计划1

账户-searchlab

客户权益: 状态: 正常生效 余额: 10220.69元 充值 预算: 不限定预算 地域: 北京

数据概览

计划

单元

词和网址

人群

创意

线索通

oCPC

转化追踪

oCPC投放

设置

02

您已完成新建转化追踪, 点击oCPC投放, 去进行oCPC投放设置吧, 设置完成后即可开始积累转化数据进入oCPC投放第一阶段

已选1行 批量编辑

	oCPC投放包	数据来源	转化类型	转化数	出价表达	生效范围	投放阶段	状态	展现	点击	消费	平均点击价格	目标转化成本
	投放包	API 回传	三句话咨询	0	目标转化成本	-	ocpc第一阶段	!	0	0	0	-	123
	<input checked="" type="checkbox"/> 31222	API 回传	三句话咨询	0	目标转化成本	3个计划	ocpc第一阶段	!	0	0	0	-	未设置
	<input type="checkbox"/> 2432							!	0	0	0	-	12
	<input type="checkbox"/> hdxhcbp							!	0	0	0	-	

每页显示 20

展示已有投放包所处投放阶段及投放包状态

勾选投放包后, 支持对投放包进行编辑OCPC投放设置

展示已有投放包的数据情况

oCPC投放包全流程引导-数据核对功能介绍

位置 推广-oCPC-oCPC投放：头部区域

新建转化追踪

01

编辑oCPC投放
cash

02

数据核对

03

入口1

该投放包当前处于数据核对阶段

1.数据核对功能是请您核对我们接收到的转化数据是否正确
若数据正确，我们将开始用此部分转化数据进行模型训练，进入数据积累阶段

API需技术同学在接口开发过程中进行技术对数，确认后告知SEM同学（详细请技术同学参考开发者平台操作指导：ocpc.baidu.com）
请SEM同学核对百度推广平台收到的转化数

投放包新建完成24h后，可到平台进行数据核对

如何对数据

- 判断回传数据条数：若与您回传的条数误差≤10%，则本字段数据正确
- 判断含bd_vid条数：若含“bd_vid条数占比”≥90%，则本字段数据正确
- 去重后的转化量：若与您的“去重后的转化量”误差≤10%，则本字段数据正确
- 转化追踪配置的转化类型与您回传的转化类型一致，且与您回传的调试误差≤10%，则本字段数据正确

数据错误时的处理方法

- 请按排查文档内容进行自查，尝试解决问题
- 若无法自行解决，请发送邮件至fc-ocpc@baidu.com，联系我们共同排查原因

数据正确

数据错误

账户-xinfengchao

客户权益：状态：开户金未到 余额：0元 可消费—天 充值 预算：100.00元 地域：北京等52个

数据概览

03 | 该投放包当前处于数据核对阶段

新建oCPC投放包

	oCPC投放包	数据来源	转化类型	转化数	生效范围	投放阶段	状态	展现	点击	消费	平均点击价格	目标转化成本	核对状态	数据核对
计划	<input type="checkbox"/> 投放包1	API 回传	表单提交成功	0	-	ocpc第一阶段	⚠	0	0	0	-	未设置	未核对	核对
单元	<input type="checkbox"/> 投放包	API 回传	一句话咨询	0	全账户	ocpc第一阶段	正常	0	0	0	-			核对

入口2

2.在这里可以选择数据核对的时间

2019.02.27 - 2019.02.27

3.核对该时间段内投放包对应的【转化数】列展示的转化数据与您的“去重后的转化量”误差≤10%，则数据正确

4.核对数据后请点击【全局引导-数据核对】（入口1）/【投放包列表-数据核对列-核对】（入口2）进行数据核对反馈

若数据正确，则点击【数据正确】，完成数据核对进入数据积累阶段

若数据错误，请及时联系我们进行问题排查，反馈邮箱：fc-ocpc@baidu.com

OCPC开发者中心 : <http://ocpc.baidu.com/developer/m/tool/api/query/>

OCPC开发者中心 : <http://ocpc.baidu.com/developer/m/tool/api/query/>

Baidu推广

oCPC
开发者中心 - SEM 端

工具与支持 帐号管理

API 工具

回传数据查询

token归属账号选择具体账号，数据所属账号选择"不限"，表示数据是用此账号的token回传的

token归属账号选择"不限"，数据所属账号选择具体账号，表示该账号的数据有可能会被其他账号回传

数据范围②：

token 归属帐号②：

数据所属帐号②：

时间范围：

开始时间 ~ 结束时间

查询

总数据条数

原始回传数据条数：0

含 bd_vid 数据条数：0

去重后 bd_vid 数据条数：0

按转化类型统计数据条数

转化类型	来自搜索推广数据条数	来自原生推广数据条数	其他渠道数据条数

客户技术登陆开发者中心

核对API数据

核对数据

核对数据注意事项

×

如何对数据

- 判断回传数据条数：若与您回传的条数误差 $\leq 10\%$ ，则本字段数据正确
- 判断含bd_vid条数：若含“bd_vid条数占比” $\geq 90\%$ ，则本字段数据正确
- 去重后的转化量：若与您的“去重后的转化量”误差 $\leq 10\%$ ，则本字段数据正确
- 转化追踪配置的转化类型与您回传的转化类型一致，且与您回传的调试误差 $\leq 10\%$ ，则本字段数据正确

数据错误时的处理方法

- 请按排查文档内容进行自查，尝试解决问题
- 若无法自行解决，请发送邮件至fc-ocpc@baidu.com，联系我们共同排查原因

数据可用时间：

2019/3/13

起转化数据正确

请确认从数据可用时间开始至今，您的转化数据是正确的，我们将使用从您选择的时间开始的转化数据进行模型训练

数据正确

数据错误

oCPC报告-入口

[查看产品手册](#)

该投放包当前处于数据核对阶段



过去7天

更多条件

时间单位：

合计

分日

分周

分月

开启层级：

账户层级

计划层级

OCPC状态：

合计

第一阶段

第二阶段

出价表达：

合计

目标转化成本

点击溢价系数

详细数据

时间	账户	OCPC阶段	出价表达	转化类型	转化次数	展现	点击	消费
2019-01-15至2019-01-20	searchlab	OCPC 第二阶段	目标转化成本	三句话咨询,抽奖按钮点击	0	1558	0	0.00
2019-01-15至2019-01-20	searchlab	OCPC 第二阶段	目标转化成本	app激活	0	2	0	0.00
2019-01-15至2019-01-20	searchlab	OCPC 第二阶段	目标转化成本	表单提交成功	0	420	0	0.00
2019-01-15至2019-01-20	searchlab	OCPC 第二阶段	目标转化成本	咨询按钮点击,电话按钮点击	0	21	0	0.00
全部汇总								



04 优化指导

优化思路：oCPC+拓词+CTR优化，带来效果整体提升

$$\text{转化量} = \text{展现量} * \text{点击率} * \text{转化率}$$

展现量

1，对ocpc计划进行提价、扩匹配操作

2，新词的拓展

手动拓词

—— 主要拓展高流量短词、知识类词

工具拓词

—— 使用行业定投、关键词规划师等

点击率

1，创意：使用动态标题等创意工具

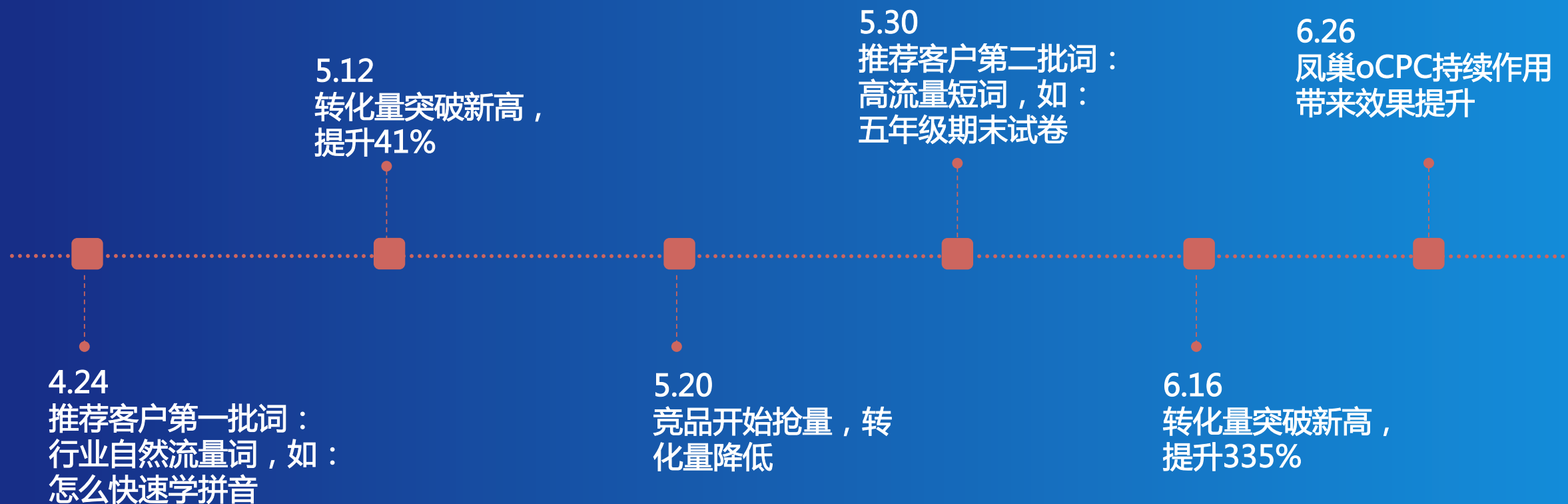
2，样式：使用信息阵列、多图样式、链客、线索通等行业高ctr样式

拓词增流量，转化量加速明显

1. **手动拓词**：新增计划买新词，购买cpc不敢买的高流量高成本词，拓展未购流量
2. **自动拓词**：开启智能拓词（或拓流）工具，如：ocpc智能拓词、小A智投、行业定投、关键词规划师、AI流量宝等

效果提升：

- ① 第一批拓词：展现量提升**46%**，转化量提升**41%**，消费提升**71%**
- ② 第二批拓词：展现量提升**212%**，转化量提升**335%**，消费提升**251%**



推动创意&样式完善，优化CTR

创意 & 样式

使用行业及竞对高CTR创意样式等

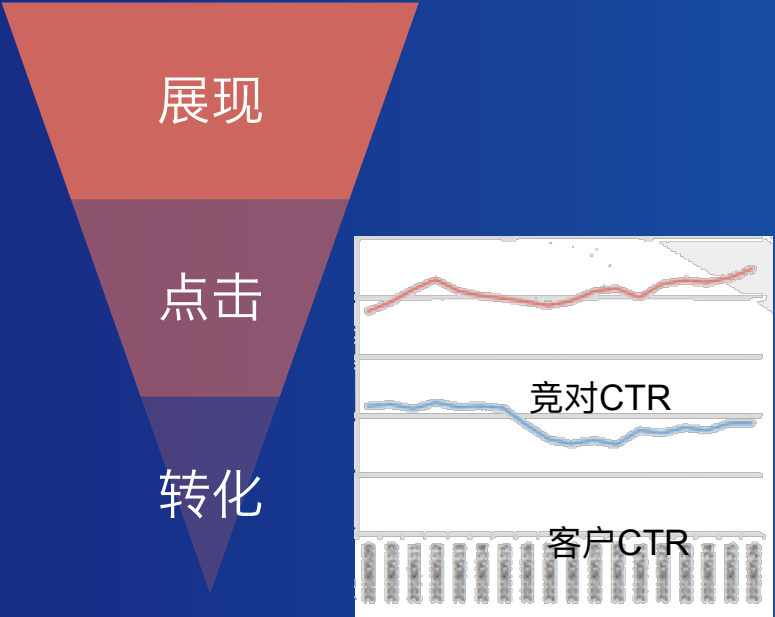
提高点击率-动态标题

提高点击率-信息阵列

提高点击率-多图样式

提高点击率-oCPC专属样式

效果提升：
点击率提升88%，转化量提升32%，消费提升38%



网校咋样?好老师1对1教出好成绩.0元试听



网校咋样,严格筛选40000名精英老师,10年教研经验,总结高效提分方法,网校咋样,初高中在线1对1辅导,好老师1...

m.zhangmen.com 广告 评价

网校咋样?_潜心专注教研_好评不断



网校咋样?-掌门1对1, 精英教师帮助孩子疏通知识点, 熟练解题技巧, 掌门1对1, 注册人数突破500万, 好老师提前抢!

初中1对1辅导	成绩高效提升	查看详情
高中1对1辅导	0元预约老师	查看详情
小学1对1辅导	在线1对1辅导	查看详情

zhangmen.org 广告 评价

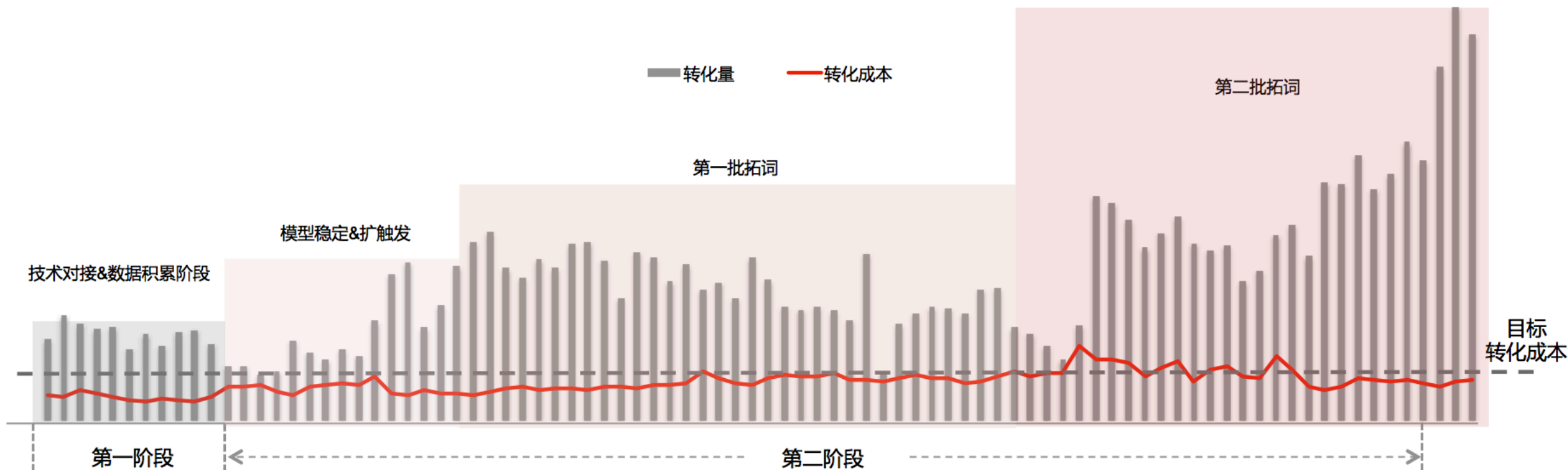
oCPC+拓词：带来1+1>2的效果

1 投放背景

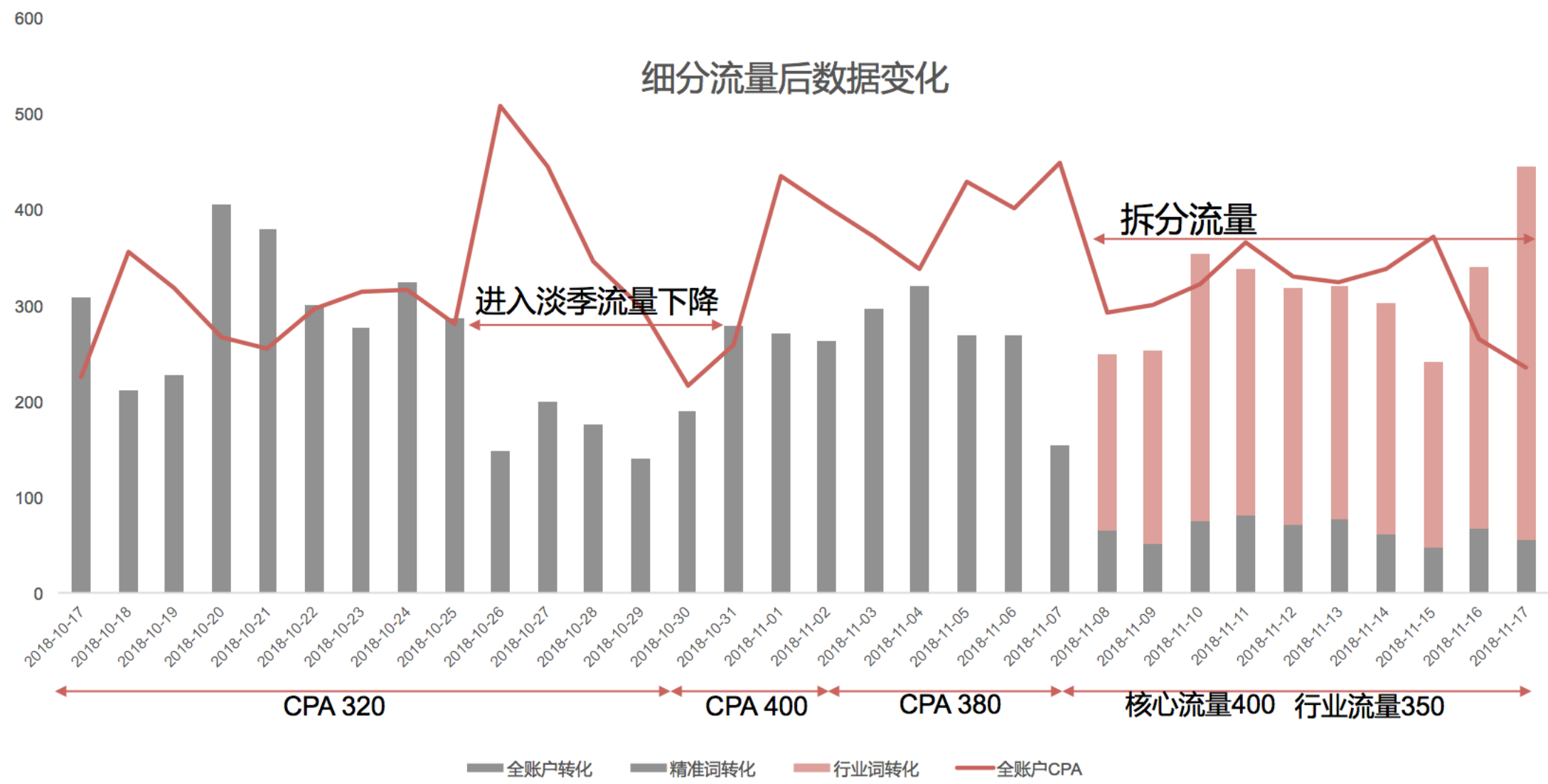
- * 行业：教育行业客户
- * 对接方式：api对接
- * 投放层级：全账户
- * 转化类型：注册表单提交成功

2 产品效果

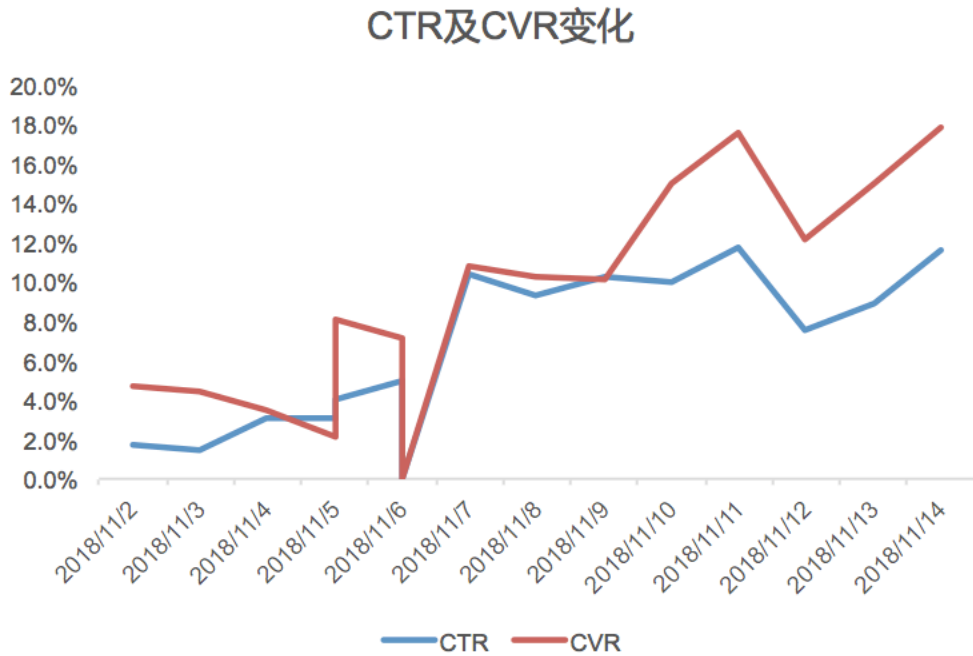
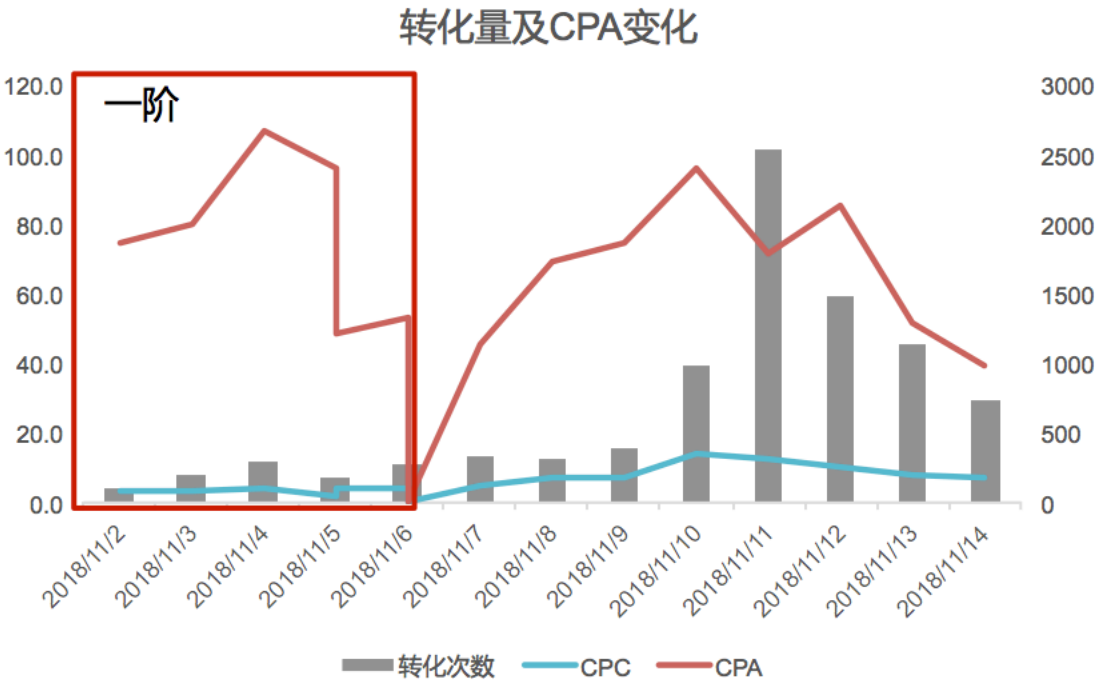
- * 投放近3个月
- * 转化成本稳定可控，转化量3.7倍增长



进阶投放-拆分流量 某教育行业客户



进阶投放-极速放量



放量动作
CPA-提高 关键词匹配-放开 关键词-新增泛流量词



附 Q&A

对接篇：常见问题及解决方法

转化类型及对接方式判断方法

转化类型	典型行业	适用场景	判断方法	对接方式
表单提交成功	教育 金融 汽车	Leads收集、用户注册、领取红包等	考核方式：客户是否有收集Leads需求，考核线索量 对接：优先推荐客户采用API对接； 页面较少可选用JS方式，需客户前端研发人员参与	JS、API、营销页
APP激活	游戏 资讯	APP下载、激活、付费等	第三方平台：热云、友盟、appsflyer、talking data等平台数据已打通，无需技术开发 已与信息流oCPC完成app激活对接，可复用接口	APP激活
深度浏览 (访问3个页面)	旅游 电商 房产 资讯平台	从百度引流到网站内，用户浏览多个页面	客户需求：引流 考核方式：实际考核指标为订单或更深层转化，但订单转化周期较长或数量较少，建议采用此方式引导	API
订单	电商 旅游	下单、购买、成交	1、客户考核订单量 2、如转化量较少，建议引导到上一层转化	API
咨询 (一句话咨询、三句话咨询)	教育 金融 汽车	在线咨询	1、客户考核咨询量 2、使用咨询工具如下：商务通、快商通、商桥、53KF、乐语、美洽、易聊通	咨询工具授权、营销页
按钮点击	通用	通用	上述类型都无法满足客户需求，则可推荐这种形式	JS、营销页

对接常见问题-API

相关问题	注意事项
Token码	获取方式：在转化追踪的API方式中查看（代登陆账号无法查看） 重置：实时生效，需更新对应的API调用代码
回传账户	多账户：可用其中一个账户的token回传所有账户数据（查询数据是也在该账户查看）
回传时效	发生转化后实时或T+1天进行回传 数据有效性：在发生广告点击的T+7天内的转化数据会被模型收集

对接常见问题-APP激活

相关问题	注意事项
是否可以判定广告点击后产生多少激活	1、无法判断产生了多少激活量，需要您的技术团队/第三方监测平台将数据回传给百度。 2、如果您对接了oCPC，百度会把点击了广告的用户信息（设备号、ip等）发送到您的feedback url，您识别出哪些点击产生了app激活，再将产生了激活的用户信息回传到callback_url
点击了广告的下载按钮，是直接下载安装包的，是否也会将点击数据发给我们	会发送，点击广告的任何位置（标题、创意、图片、按钮等），都会将点击数据发送到您的feedback url
监测地址（feedback url）是否可用于线上投放	监测地址为异步监测，该地址仅用于接收百度发送的点击数据，您无需更改线上投放url
监测地址可以配置到什么层级	支持账户层级、计划层级及分操作系统配置监测地址，您可以直接在凤巢平台的【更多设置】-【转化追踪】-【API回传-APP激活】来进行设置
如何查看数据	1、数据对接过程，数据核对需与PM进行线下核对 2、开启投放后，可以在平台【统计报告】-【产品效果报告】-【oCPC报告】查看，次日11点左右可以查看前一天的数据

对接常见问题-JS（代码监测）

相关问题	表单提交成功	其他浅层转化（按钮点击）
哪些页面需要添加代码	建议参与oCPC的推广帐号中所有页面都需要添加，以保证转化数据没有丢失	建议参与oCPC的推广帐号中所有页面都需要添加，以保证转化数据没有丢失
总共需要安装几段代码	一段基础代码，一段回调代码	只需要安装基础代码 （注意：目前隐藏了浅层点击层面转化追踪圈选的入口，需要申请权限才可见）
我马上要更换投放页面了，代码怎么处理	需要在新的投放页面上补装代码，建议先装代码，再切换投放页面，保证数据没有丢失。	需要在新的投放页面上补装代码，建议先装代码，再切换投放页面，保证数据没有丢失。

对接常见问题-咨询工具授权

相关问题	注意事项
授权说明	如一个推广帐号对应多个咨询工具帐号，则需要全部授权。 oCPC只能在您授权了的推广帐号下，使用转化数据进行模型学习，如果您多帐号都参与，则需要每个帐号上授权。
目标设定	我们强烈建议您选定“一句话”咨询为转化目标。 “三句话”或“五句话”的目标设定会导致转化数据量过于稀疏，不满足进入第二阶段门槛。 模型在优化的时候会预估流量的转化率，流量转化率更高或持平的前提下，增加一句话对话量，会间接帮您带来更多的三句话以上流量。
数据差异	oCPC目前只统计移动端产生的转化（目前oCPC只做用移动端） oCPC只统计百度搜索推广来源的数据 oCPC会对重复数据去重，会导致部分差异（差异为10%-20%之间为正常） 如果数据差异过大，请联系相关同学发起排查。

投放篇：第一阶段、第二阶段操作指导、常见问题及解决方法

投放操作-账户操作对模型的影响

第二阶段的任何账户操作都会引起模型波动，需2-3天适应调整
建议进入二阶一周后再进行账户调整

操作调整	第一阶段	第二阶段
关键词出价调整	不建议	不生效
oCPC目标成本调整	不低于系统推荐值20%	转化量会同比例变化
新增关键词	不建议	如关键词出价偏低会无展现
广告创意修改	不建议	2-3天波动
落地页更换或新增	不建议	2-3天波动
预算调整	不建议	影响较小
账户结构调整	不建议	两周左右适应
修改oCPC转化类型	重新累积数据	退回第一阶段
更换数据接入方式	重新累积数据	退回第一阶段

投放问题-一阶问题排查方法

投放问题	排查方向
流量波动	第一阶段oCPC尚未生效，流量波动按正常CPC投放的方向排查
转化数据对不上	API：回传数据是否发生延迟、断流 APP激活：是否有应用商店劫持/监测地址与app包是否对应 JS：是否账户中的落地页全部安装代码；落地页是否在其他账户投放，统计不出来
无法进入第二阶段	1、转化量是否达到要求 2、是否设置CPA（转化成本），数值较系统推荐值低于80% 3、是否完成了数据核对

投放问题-二阶问题排查方法

投放问题	排查方向
CPA波动	至少以3天或7天平均CPA来衡量效果，某1-2天CPA超出属于正常情况
转化量下降	1、确认JS代码安装正常、API回传未断流或漏传、咨询工具账户未变更 2、下调CPA会造成转化量同比下降 3、删除、暂停计划/单元，删除关键词，否词 都会造成流量下降
消费下降 展现下降	1、是否下调CPA 2、是否删除、暂停计划/单元，删除关键词，否词
平均点击价格高于关键词出价	模型根据每次检索的转化率动态出价，会高出或低于关键词出价
关键词匹配方式变乱	模型根据每次检索的转化率自动扩展匹配方式（精确扩到短语匹配） 如对某些流量需要限制，可设置否词

搜索推广 oCPC

聚焦AI打造新生态

问题反馈邮箱：fc-ocpc@baidu.com
HI群：1577461