

# 搜索动态商品广告

# ——旅游行业解决方案



2018年12月

业务运营部 IMO



# 目录

1

## 投放方法概述

普通计划 | 商品计划

2

## 行业优化思路

3

## 细分行业玩法

酒店 | 票务 | 旅游路线 | 旅游租车

4

## 优秀案例解析





# 投放方法概述

## 普通计划 | 商品计划

1

# 动态商品广告-AI 驱动千人千面精准营销

## 各行各业



零售



旅游



房产家居



车辆物流



教育培训



金融



游戏



商务服务



日化奢侈



生活服务

## 结构化数据

### 商品中心：对接商品数据

	商品名称	iPhone X
	商品价格	8656元
	颜色	黑色
	商品名称	宝马X3
	商品价格	35.2万元
	级别	SUV

### DMP：对接用户数据

#### 用户行为

设备ID：xxxxxx

浏览：宝马X3

收藏：大众迈腾

咨询：宝马X3

#### 用户画像

男 高收入

本科以上学历

30-40岁

爱好旅游 已婚

## 全流量全场景，千人千面精准营销

搜索

上「京东」查看更多御泥坊面膜

京东臻品行货,精选品牌等你来!购爽,购嗨! 京东购物,211 送达,全国联保!

御泥坊小迷糊 黑 米润肤亮颜... 99.9元起

御泥坊 深层补水 保湿面膜套装... 109.9元起

御泥坊 美白嫩肤 矿物润肤乳... 99元起

m.jd.com 商品橱窗

信息流

上海孕妈休假在家,开了个早教中心,半年赚够宝宝奶粉钱!

Feed三图

网盟

「11.11京东全球好物节」尖货疯狂开抢

广告 京东全球好物节 百意@猎豹

2017中环一号真实二手房信息,房源查看/ 预约看房,尽在链家网



价格: 55581元/平米  
房源数量: 42套  
介绍: 上海中环一号位于宝山,近一个月带看302次,随时随地,实房实拍!

小区详情

最新房源

更多热门楼盘

sh.lianjia.com 商品全息



联想乐檬 K3 Note 4G手机 双卡双待 典雅黄 (K50-T5)  
京东商城 广告

Feed单图

换季穿啥? 来试试这款,修身显瘦又百搭

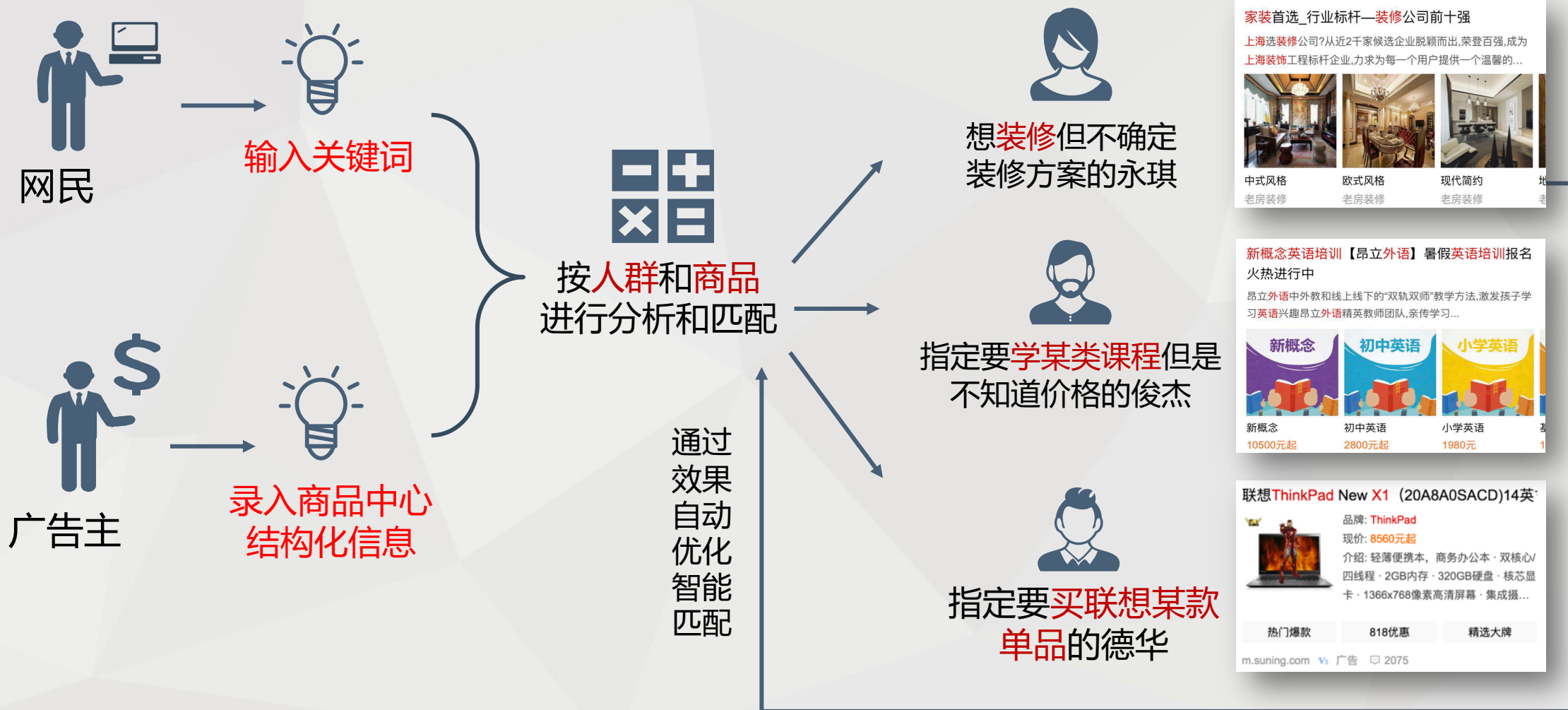


百度 广告

百意@趣头条



# 搜索动态商品广告-用户触达过程



# 搜索动态商品广告的适配

➤ 广告主可以根据投放需求和人力配置，结合动态商品广告的优势和分产品特点，选择适配的投放方式

## ✓ 结构化数据

围绕商品为核心展开结构化数据对接和投放管理

## ✓ 强样式

独有的高级感样式，高度更高同时支持滑屏，在搜索结果中脱颖而出

## ✓ 匹配精准

基于用户搜索词、用户历史行为等，定向推送，让最有需求的人看到最适合的商品广告

## ✓ 商品前置

核心推广信息从落地页前置到广告创意，缩短转化路径，有效提升转化效率

## ✓ 高效管理

一次上传商品，所有样式自动拼装生成，告别繁琐的手工物料配置

		普通计划	商品计划	
投放需求	提升效果	√	√	商品前置，缩短转化路径
	扩展流量		√	流量不受限于关键词，覆盖长尾流量
触发方式	关键词	√		关键词触发→商品前置→目标用户群体
	商品		√	商品触发→商品→精准用户群体
商品上传	后台	√		百级以下商品数可直接在后台上传
	商品中心	√	√	支持手动上传对接和自动文件对接
商品数量	百级以下	√		
	百级~不限	√	√	
搭建账户	复用凤巢计划	√		绑定凤巢账户的计划单元，复用创意文案
	创建新计划		√	搭建DSA专属计划
优化方式	关键词	√		凤巢关键词优化方式
	商品		√	利用“效果工具”优化商品



# 商品中心-概念

- 商品中心是以结构化方式，根据产品/服务内容、推广需求进行数据存储的平台；
- 存储包含图片、落地页、产品/服务标签、信息字段等投放所需产品信息；
- 商品中心作为动态商品广告的**投放基础**，理解商品中心在投放中的作用，**完善商品数据和字段信息是达成投放效果的前提**；

字段  
信息

完善  
丰富  
规整



多种样式选择



触达更多流量



便于筛选商品



减少返工次数

商品中心对接  
<http://product.baidu.com>

商品1		商品2	
name	上海外滩悦榕庄	name	上海华尔道夫
price	2098起	price	3500起
discount	8.8折	discount	8折
star level	5星级	star level	5星级
district	虹口区	district	黄埔区
.....	.....	.....	.....

账户搭建

<http://shantou.baidu.com>

账户  
结构

流量管理

样式选择

监控  
优化

- 搜索词报告
- 商品报告
- 样式报告

- 扩量效果
- 点击效果

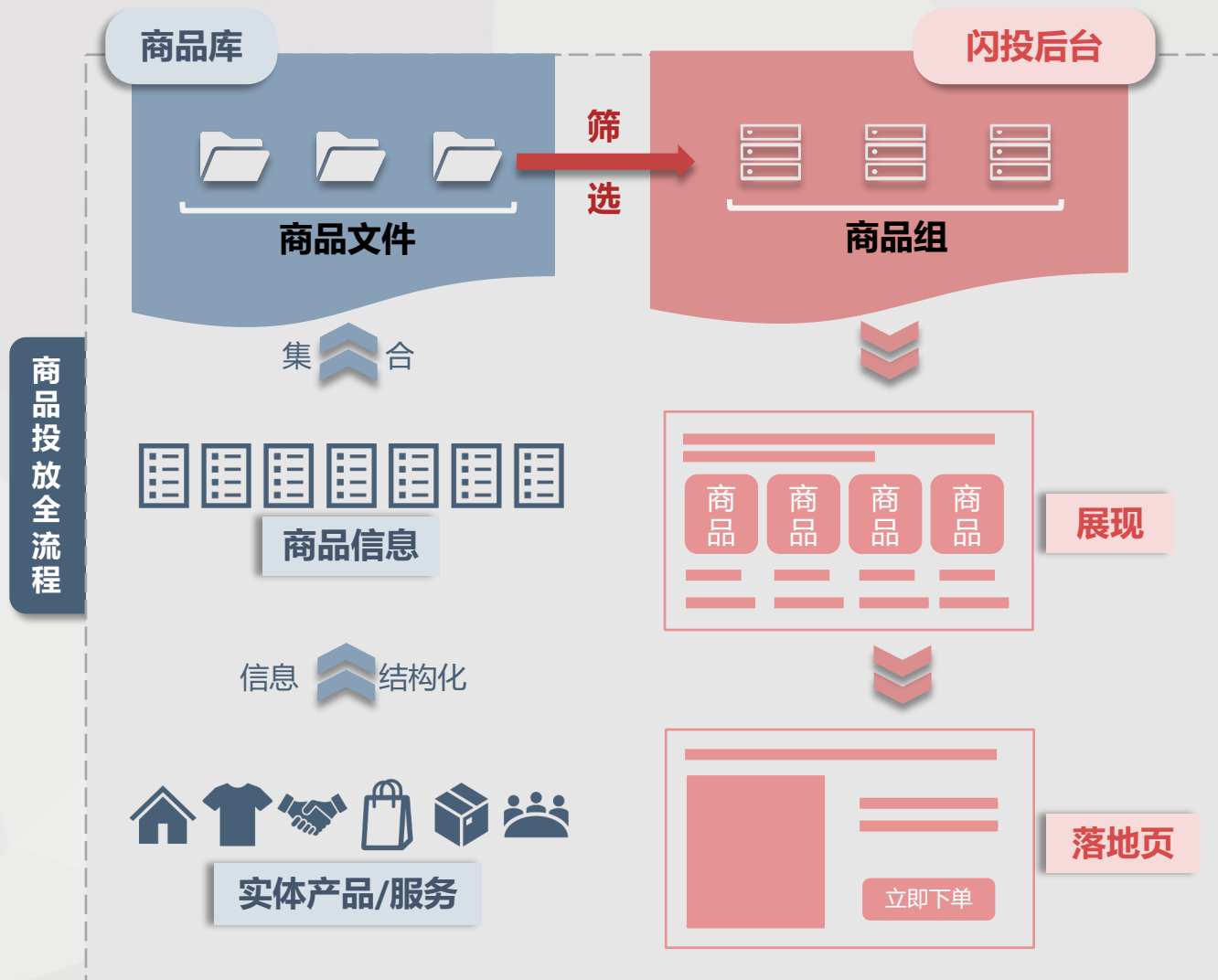
- 转化效果
- ROI效果

重要  
工具

- 效果诊断



# 商品文件、商品组与商品的关系



## 商品文件

是商品中心中存放商品数据的文件，一个商品文件可包含若干商品，商品数据以商品文件的形式对接

## 商品组

是通过筛选商品文件中的部分或全部商品形成的分组，用于投放

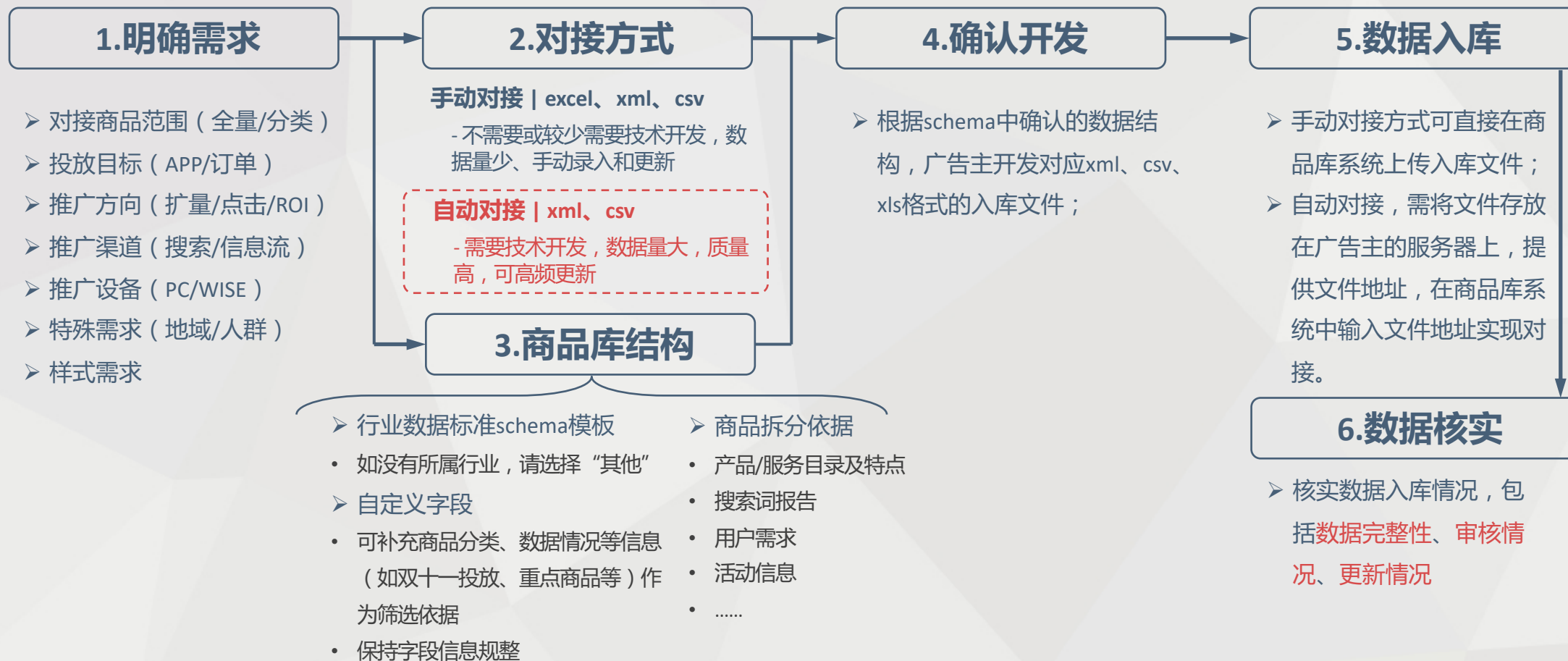
## 商品

是商品文件中的每一条结构化信息，可以是实体商品或服务中任何能够被若干属性结构化描述的内容

注：普通计划如商品数量小于100可在账闪投户后台直接添加



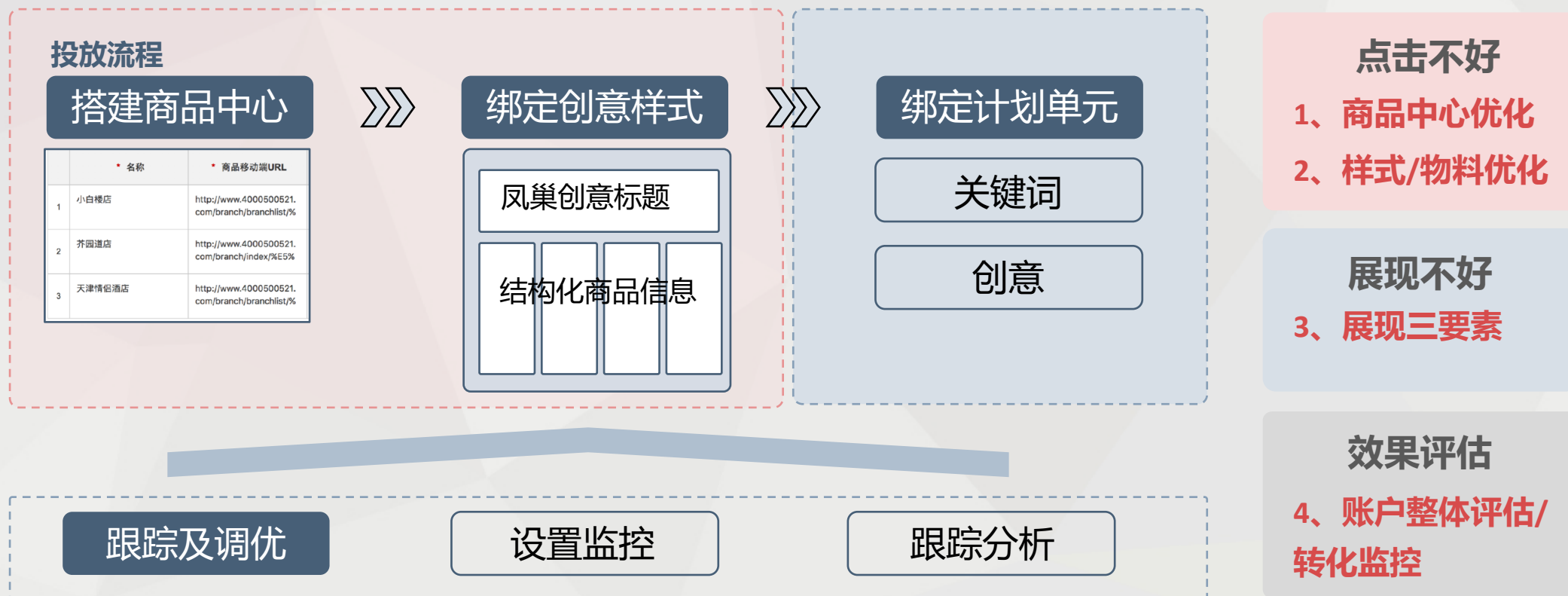
# 商品中心-对接流程





# 普通计划-优化思路

- 闪投普通计划通过商品信息前置缩短从产品/服务到用户的触达路径，从而提升CTR和整体转化率；
- 商品中心的优化是普通计划的优化核心；







# 普通计划-商品中心优化

## 基本要求

- 商品中心商品要全面、多样；
- 商品属性的要完整、准确；

## 使用原则

- 不同纬度商品可建立不同商品文件，相同商品条目（名称+属性）不建议重复上传；
- 商品属性设置具有吸引力或受众关心的内容展现；

### 商品文件：

商品名称	商品URL	商品图片	.....	• 条件筛选 • 勾选
商品1	XXX	XXX	.....	
商品2	XXX	XXX	.....	
商品3	XXX	XXX	.....	
商品4	XXX	XXX	.....	
商品5	XXX	XXX	.....	
.....	.....	.....	.....	

### 创意组：

#### 商品组：

商品名称	商品URL	商品图片	.....
商品1	XXX	XXX	.....
商品3	XXX	XXX	.....
商品5	XXX	XXX	.....
.....	.....	.....	.....

#### 样式：

- ☐ 文本横滑
- ☐ 商品列表
- ☐ 结构化列表
- ☐ 商品橱窗
- ☐ 全息

#### 计划/单元：

- ☐ 计划-1
- ☐ 计划-2
- ☐ 计划-3
- ☐ 计划-4
- ☐ 计划-5

## 优化技巧

### 1. 商品拆分依据：

- 产品/服务目录
- 搜索词报告
- 计划/单元
- 用户需求

### 2. 建立商品组对商品文件中的不同类别商品进行分类；

### 3. 可采用勾选和商品属性条件筛选的方式进行商品筛选；

### 4. 注意商品组与计划/单元的匹配性；



# 普通计划-样式/物料优化

## 样式的选择

- 普通计划样式一键拼接而成，选择多种样式不会增加太多人力及时间成本；
- 建议初期选择尽量多的普通计划样式参与样式PK，从而提高普通计划的展现概率；
- 在普通计划投放一段时间后，可根据实际表现关闭CTR低的样式类型，从而提升整体账户预估CTR；
- 不同样式的CTR受商品数据、相关性、物料质量等影响，优化CTR应考虑多方面因素。

### 1. 选择所有样式

- 普通计划投放初期，不知如何选择样式；
- 选择所有样式 → 查看分样式数据 → 保留高CTR样式

### 2. 选择多个重点样式

- 有一定样式偏好，或者有样式效果数据参考；
- 选择偏好样式 → 查看分样式数据 → 保留高CTR样式

### 3. 对样式进行溢价

- 偏好某样式，希望其能高优、稳定展现
- 可对不同的样式设置不同的溢价系数；
- 系统推荐“最优溢价系数”

## 物料的优化

- 尽量提升商品图片质量，采用更清晰、优质的图片；
- 样式组内图片虽不同，但要保持图片风格的一致性，从而提升样式的整体质量；
- 除商品名称外，商品属性也要体现差异化，体现产品的优势或明确服务内容不同；
- 持续优化文案和更新素材；



## 普通计划-展现要素

### 预估CTR

- 提升创意和样式质量
- 停止创意组下低CTR样式

### 相关性

- 买词（流量）和创意的相关性
- 创意和商品信息的相关性
- 买词（流量）和商品信息的相关性
- 买词（流量）和样式的相关性
- 创意和落地页的相关性

### 价格

- 出价不低于闪投高级样式
- 分样式溢价工具





# 普通计划-效果评估

- 普通计划的展现样式是由凤巢计划中的标题文本和调用结构化数据拼接而成；
- 评估方式一：**使用前/使用后全账户效果评估**
- 评估方式二：**添加完整的转化监控；**

复用凤巢已有标题文本

调用结构化数据生成

## 新东方网\_学英语首选\_一站式学习服务平台

新东方官方网站!专注英语培训23年,中国十大影响力外语培训品牌,口碑好,提升快!北京新东方学校,师资强大的新...

IELTS 5.5分班



雅思冲5.5分中型班

¥4500

TOEFL精讲精练班



TOEFL精讲精练班

¥5500

GRE 冲330分班



GRE冲330分班

¥5800

showurl.com V3 广告

## 标题及描述区域监控

监控配置位置	关键词访问URL处（凤巢投放平台）
监控颗粒度	媒体-计划-单元-关键词-样式
监控方式	维持原关键词监控代码不变，再增加一个监控字段： 字段名：自由命名，比如命名为yangshi 字段值：通配符，{pa_mt_id}，线上触发时将返回一个数值代表一个样式
配置举例	?utm_campaign=英语-品牌词&utm_adgroup=英语 &utm_source=baidu_zcsf&utm_medium=cpc&sem_source=sem_baidu_zcsf&utm_adkeyword=英语培训&yangshi={pa_mt_id}
备注	据以往经验数据，标题和描述区域占整体点击的约60%

## 商品区域监控

监控配置位置	推广组监控配置入口（闪投投放平台） 或：商品URL字段里直接配置（PC URL和wise URL）
监控颗粒度	媒体-计划-单元-关键词-样式
监控方式	采用通配符的方式进行监控，通配符说明请见附件
配置举例1	?utm_campaign={planid}&utm_adgroup={unitid}&utm_source=baidu_zcsf&utm_medium=cpc&sem_source=sem_baidu_zcsf&utm_adkeyword={keyword}&yangshi={pa_mt_id}
配置举例2	?utm_campaign={pa.utm_campaign}&utm_adgroup={pa.utm_adgroup}&utm_source={pa.utm_source}&utm_medium={pa.utm_medium}&sem_source={pa.sem_source}&utm_adkeyword={pa.utm_adkeyword}&yangshi={pa_mt_id}
备注	据历史经验数据，商品区域占整体点击的约40%

# 商品计划-投放流程

1

- 商品中心对接是商品计划的投放基础；
- 根据产品/服务内容、推广需求进行商品库的对接；

## 1.商品中心对接

商品1		商品2	
name	上海外滩悦榕庄	name	上海华尔道夫
price	2098起	price	3500起
discount	8.8折	discount	8折
star level	5星级	star level	5星级
district	虹口区	district	黄浦区
.....	.....	.....	.....

## 2.账户搭建

账户  
结构

流量管理

样式选择

2

- 在商品中心的基础上进行账户搭建实现精细化管理；
- 结构、流量、样式的匹配探索

4

- 根据数据报告和目标效果进行账户的优化；

监控  
优化

- 搜索词报告
- 商品报告
- 样式报告

- 扩量效果
- 点击效果

- 转化效果
- ROI效果

重要  
工具

- 效果诊断

3

- 利用工具对账户投放情况进行账户搭建分析；



# 商品计划-账户的搭建

## 1. 账户结构



- 通过商品中心 (BMC) 对接、管理的数据文件；
- 在商品中心商品文件的基础上通告筛选、勾选的方式形成匹配计划/单元的商品组；
- 在计划/单元中进行投放、出价、创意、搜索词设置，以满足总体需求；

### 根据精细化管理需求进行账户搭建

- 价格精细
- 流量精细
- 创意精细

### 根据投放监控需求部署监控代码

- By 账户
- By 单元
- By 商品

→ 精细度



## 2. 流量管理

### 1. 商品中心字段触发

- 通用词
- 地域词

- 品牌词
- 价格词

- 产品词
- 需求词

### 2. 添加搜索词触发

- 竞品词
- 人群词
- 疑问词
- .....

### 3. 添加搜索词剔除流量



## 3. 样式&创意

- 在满足投放需求、商品中心字段完整的前提下，建议**选择所有可投放的样式**进行投放，从而增加广告展现的胜出率；
- 根据旅游行业推广特点及特色，匹配设置相关创意内容和图片；



# 商品计划-账户工具 | 效果诊断

- 以商品组覆盖流量为基础，通过流量漏斗来诊断单元维度日数据的流量损失环节以及原因，并提供优化建议及入口；

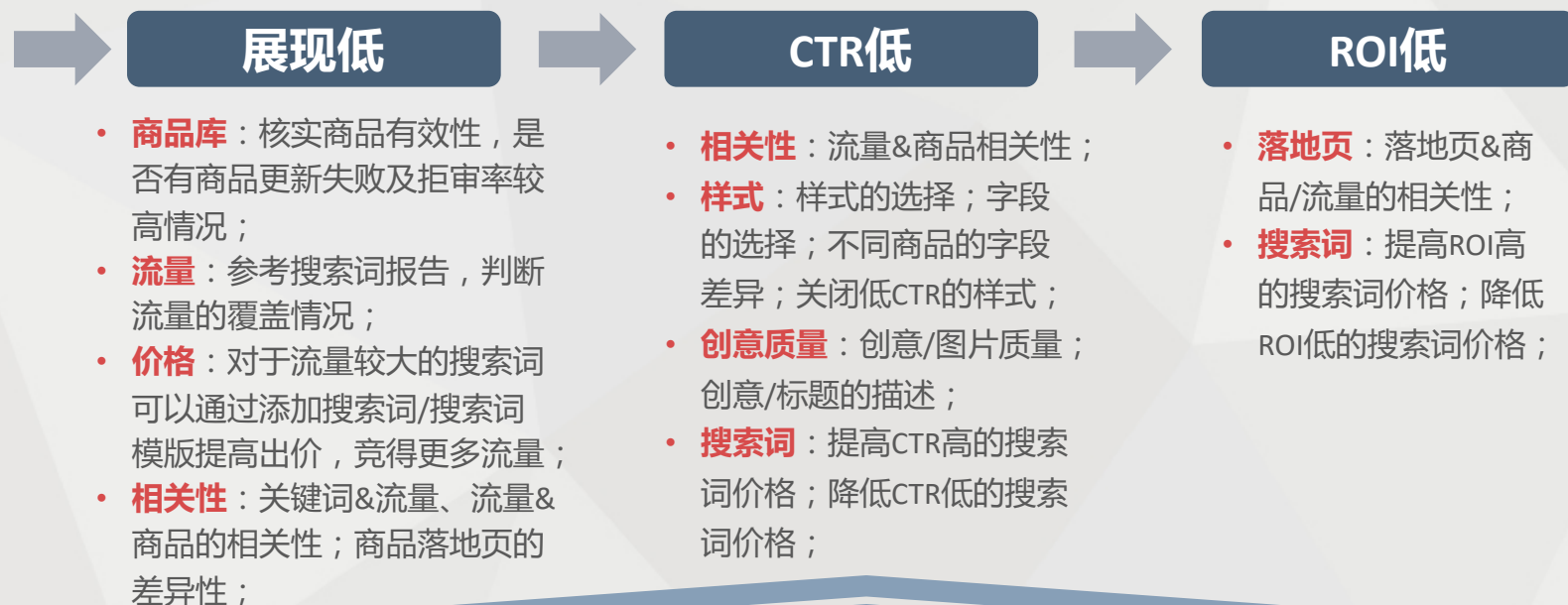


# 商品计划-效果监控及优化

## 投放初期的基本要求

- 商品库字段完整  
流量的保障
- 商品库的拼接成功率  
展现的前提
- 样式的多选/全选  
胜出率的提升

➤ 在满足投放基本要求的基础上，参考各类数据报告按以下思路进行账户优化



### 搜索词报告

**入口**：计划-单元-搜索词-搜索词报告  
**作用**：用于分析流量展点销，判断流量是否均已获得，未获得的流量可以自行增加；

### 商品报告

**入口**：计划-单元-商品数据  
**作用**：用于分析商品展点销，判断商品热门程度，判断是否针对热门商品要提价推广；

### 样式报告

**入口**：首页-数据报告-下载分样式报表  
**作用**：用于分析样式展点销，判断样式点击率高低，从而知晓样式是否需要优化



## 行业优化思路

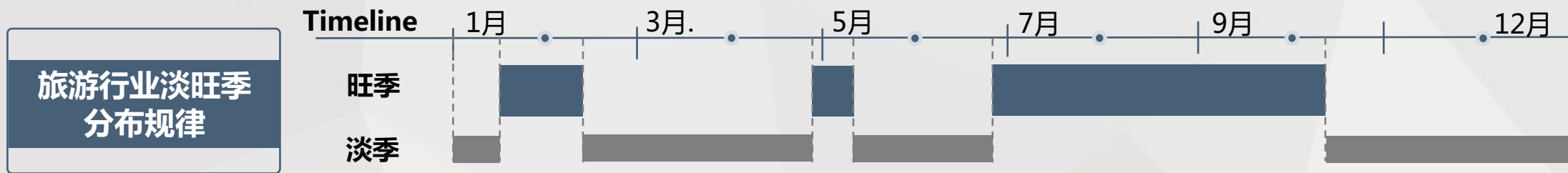
2



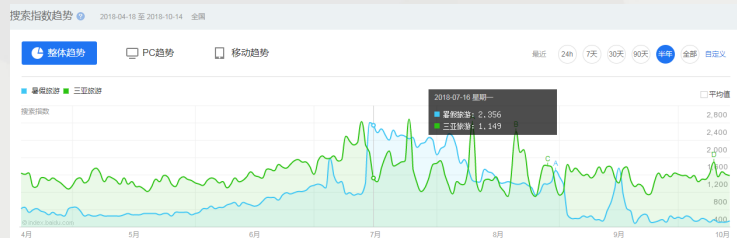


# 旅游行业特征分析

➤ 旅游行业受节假日、气候等影响较大，出现较为明显的淡旺季分布



部分网民在搜索时，会加入节日词或气候词

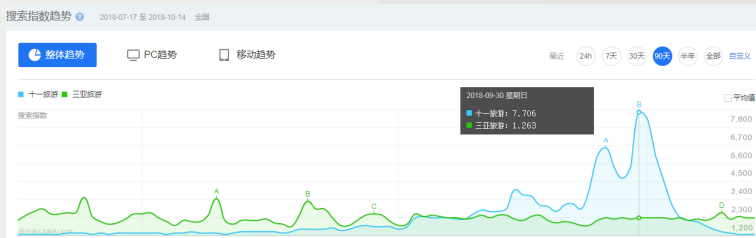


1、2018-07-16搜索指数比较：

**暑假旅游：2356**

**三亚旅游：1149**

（蓝色数据为：“暑假旅游”搜索词的  
关注趋势，在暑期时明显增加）

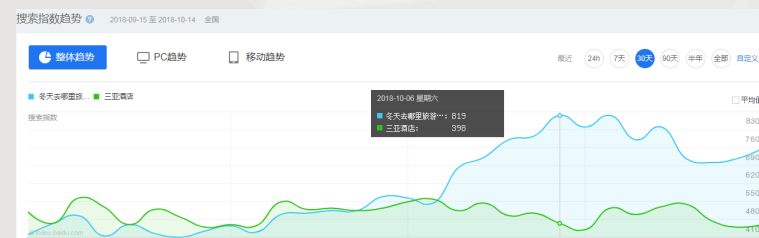


2、2018-09-30搜索指数比较：

**十一旅游：7706**

**三亚旅游：1263**

（蓝色数据为：“十一旅游”搜索词的  
关注趋势，在十一前突增）



3、2018-10-06搜索指数比较：

**冬天去哪里旅游比较好：819**

**三亚酒店：398**

（蓝色数据为：“冬天去哪里旅游比较好”搜索词的  
关注趋势，进入冬季后逐步增加）

注：百度搜索指数趋势：互联网用户对关键词搜索关注程度及持续变化情况。

算法说明：以网民在百度的搜索量为数据基础，以关键词为统计对象，科学分析并计算出各个关键词在百度网页搜索中搜索频次的加权。根据数据来源的不同，搜索指数分为PC搜索指数和移动搜索指数。



# 行业特征优化思路

➤ 根据旅游行业受节假日、气候等影响较大的特征，在投放时可进行着重的管理与优化

优化建议

## 商品库

- 完善商品字段信息：添加与节假日、气候相关的字段内容
- 如：十一、暑假、冬季

## 商品组

- 根据节假日或气候适宜的商品特性，分类创建商品组
- 如：冬季特征商品组：温泉、滑雪、2日游...

## 搜索词

- 按商品组，添加契合的节假日或气候相关搜索词，并对表现较好的词单独提高出价

## 创意

### 标题及描述

- 加入节假日词、气候词
- 如：\*\*\*\*温泉酒店，冬季旅游首选\*\*\*\*\*

### 配图

- 需融合气候及商品特点且保持风格一致
- 如：夏季以蓝色等清爽颜色为主

优化目的

➤ 提升商品覆盖流量

➤ 便于不同时期，重点商品的投放管理

➤ 提升商品触发流量  
➤ 提升商品胜出概率

➤ 最终展现创意与商品、搜索词、当前季节特征高度相关——CTR/ROI提升



# 细分行业玩法

酒店 | 票务 | 旅游路线 | 旅游租车

3



# 普通计划 | 酒店 | 商品拆分及字段列表

参考维度：

— 酒店名称	— 酒店地点	— 酒店周边	— 特色/服务		— 酒店用途	— 酒店星级	— 酒店价格
- 品牌名称	- 上海**	- **景区	- 亲子房	- 绿色庭院	- 商务	- 7星级	- **元起
- 酒店别名	- 北京**	- **商圈	- 家庭套房	- 健身房	- 旅游	- 6星级	- 200元以下
	- 广州**	- **商业区	- 民宿	- 游泳馆	- 度假	- 5星级	- 500元以下
	- 成都**	- **地铁	- 客栈	- 专属海滩	- 会议	- 4星级	-1000元以下
	- 深圳**	- **机场	- 公寓	- 行李寄存	- 酒席	- 3星级	-1000元以上
	- 三亚**	- **医院	- 蜜月房	- 会议会场	- 婚宴		
	- 境外 ( **	- **游乐园	- 网红酒店	- .....			

## — 复合维度

- 北京故宫周边酒店
- 三亚蜜月旅行酒店
- ( \*\*景区 ) 家庭亲自套房
- 广州5星级酒店
- .....

- 商品拆解维度可参考“产品/服务目录”、“用户需求”、“产品/服务特色”、“搜索词报告”、“计划/单元”；
- “产品名称”字段对商品触发和展现顺序有影响，可从不同维度进行拆解，且可采用复合维度已突出商品/服务的特点和优势；
- 创意标题撰写时，可多使用地域通配符，使展现内容更契合用户需求。

# 商品计划 | 酒店 | 行业诉求及特点

## 投放诉求

业务类型：酒店的推广

投放类型：

酒店集团 ☒ 订单

酒店平台 ☒ APP下载

阶段要求：

☐ 扩量

☐ 提升CTR

☒ 提升ROI

☐ 提升品牌

## 商品中心信息

服务量级：  
低 中 高  
酒店集团  
酒店平台

更新频率：  
手动 天 小时/15分钟

可变字段：  
无 1~2个 >2个

位置差异：  
低 中 高

人群差异：  
低 中 高

## 对接方式

常规字段

自动对接

手动更新

可变字段

API对接

实时更新

## 适用客户

酒店集团

酒店平台

• 洲际 • 万豪

• 希尔顿 • 喜达屋

• 凯悦 • .....

• 携程 • Airbnb

• 艺龙 • 小猪

• Booking • .....

- 酒店广告主一般采用**自动对接**的数据库对接方式，同时结合**API对接**实现少量可变字段的实时更新；
- 酒店集团/平台需根据位置、人群等差异进行精细化推广，账户结构可根据酒店类型进行分类搭建，如**品牌、位置、星级**；
- 根据酒店类型对流量和精准度进行匹配选择；
- 酒店广告主注重品牌形象，对创意质量及辨识度要求较高，**全息、橱窗、图文**等创意使用率较高。



# 商品计划 | 酒店 | 商品中心字段建议

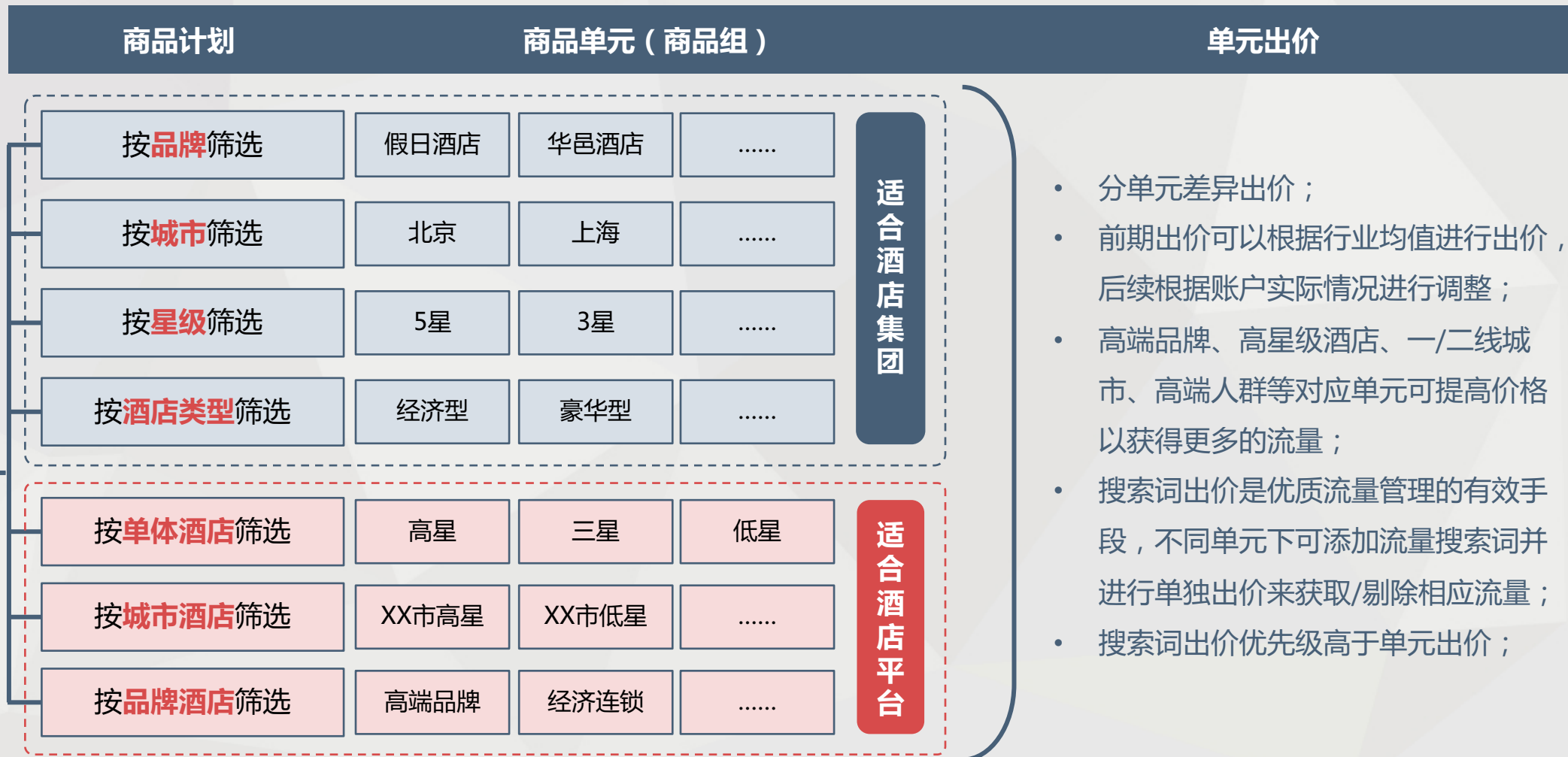
➤ 除商品中心必填字段外，需尽量完善以下字段以提升投放效果

分类	商品库字段	客户字段	建议	demo	用途
酒店基本信息	alias ❀	别名	填写酒店名称缩写、别名等，触发更多流量	成都富力丽思卡尔顿	获取流量
酒店类目信息	hotelType	酒店类型	填写酒店类型或定位，使流量触发的更精准	豪华型/经济型	商品筛选&账户搭建 精准流量
	-	所有类目信息	填写广告主网站类目信息，触发更多流量	-	获取流量
酒店地址信息	range	商圈	酒店所在商圈，可填写多个商圈，用；分割	盐市口商业区;太古里商业区	创意生成 精准流量
	landmark	周边地标	酒店所在地标，可填写多个地标，用；分割	天府广场;春熙路	
酒店价格信息	roomType ❀	房型	酒店所有房型，用；分割	豪华间;首相间;行政客房;商务套房;行政商务套房;行政豪华套房;	创意生成
	roomPrice ❀	房型价格	酒店房型对应价格，用；分割	1359;1559;1869;2779;3119;3339;5999	
酒店其他详细信息	brand ❀	酒店中文品牌	填写酒店中文品牌名称，划分酒店类别	丽思卡尔顿	商品筛选&账户搭建
	starLevel ❀	酒店星级	明确酒店星级，生成创意及划分酒店类别	5	商品筛选&账户搭建 创意生成
自定义字段	roomtype2	房型主题	丰富酒店定位特色，可填写多个用;分隔	亲子房;家庭房	创意生成 获取流量
	services	服务保障与特色	体现酒店特色和服务，可填写多个用;分隔	24小时前台服务;叫醒服务;行李寄存	
	tags	酒店标签	丰富酒店定位特色，可填写多个用;分隔	藏式风情;休闲度假;老板热情	

❀ 对投放效果影响明显，建议完整、准确填写

# 商品计划 | 酒店 | 账户结构建议

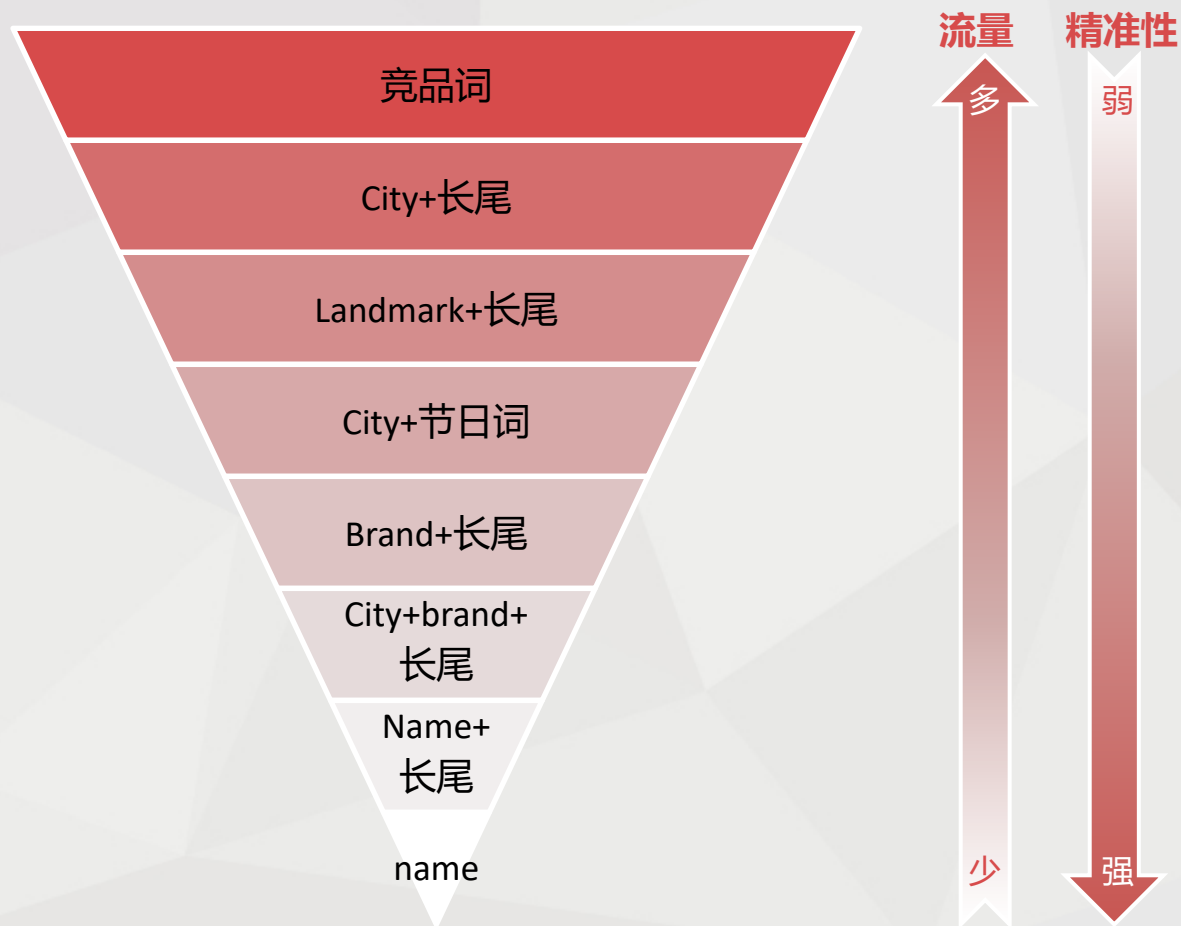
➤ 可参考以下账户结构进行DSA账户的搭建





# 商品计划 | 酒店 | 流量管理

- 通过添加搜索词进行流量管理，包括**流量选择**和**流量剔除**，广告主可根据投放需求进行搜索词的设置；
- 以下搜索词类型与流量的匹配关系供投放参考；



## 流量选择：

- 参考搜索词报告和CTR，针对高相关性搜索词提高出价，提升获取流量、精准流量的能力；

## 流量剔除：

- 通过降低出价的方式（低于0.3元将不展现），剔除部分CTR较低、ROI较低流量；

# 商品计划 | 酒店 | 样式选择

- 在满足投放需求、商品库字段完整的前提下，建议**选择所有可投放的样式**进行投放，从而增加广告展现的胜出率；
- 商品中心应添加更多图片以保证触发更多样式，建议**单商品图片数量  $\geq 3$  个**；
- 对于酒店商品，如想展示房型信息，可选择列表样式，且需要在商品组样式设置中对应填写房型和房型价格字段；
- 以下样式对酒店类商品效果较好，建议优先选择，并保证样式图片和字段的完整性；

## PC端样式

上海浦西洲际酒店 - IHG旗下酒店，会员低至85折



现价: **1150元起** 商圈名称: 上海火车站地区;人民...  
周边地标: 东方明珠;外滩;静安... 附近交通: 上海虹桥国际机场;上...  
介绍: 毗邻上海火车站, 紧邻多条地铁, 10分钟便可到达南京西路...  
www.baidu.com 2014-07 - 评价 - 广告

全息

上海浦西洲际酒店 - IHG旗下酒店，会员低至85折

文本描述(1)会复用该单元的文本创意的文本描述(1)



上海浦西洲际酒店  
1150元起

佛山保利洲际酒店  
968元起

唐山万达洲际酒店  
547元起

查看更多相关信息>>

www.baidu.com 2014-07 - 评价 - 广告

图文

上海浦西洲际酒店 - IHG旗下酒店，会员低至85折



洲际景观房  
洲际行政房  
行政套房

www.baidu.com 2014-07 - 评价 - 广告

图文列表

1150元起  
1400元起  
2550元起

## Wise端样式

上海浦西洲际酒店 - IHG旗下酒店，会员低至85折



现价: **1150元起**  
商圈名称: 上海火车站地区;人民...  
介绍: 毗邻上海火车站, 紧邻多条地铁, 10分钟便可到达南京西路...

酒店详情

周边地标

附近交通

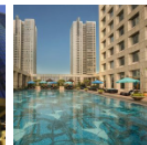
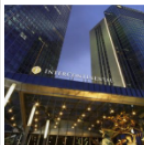
价格仅供参考 以商家网站为准

www.baidu.com 广告 评价

全息

上海浦西洲际酒店 - IHG旗下酒店，会员低至85折

文本描述(1)会复用该单元的文本创意的文本描述(1)



上海浦西洲际酒店  
1150元起

佛山保利洲际酒店  
968元起

唐山万达洲  
547元起

橱窗



## 细分行业玩法

酒店 | 票务 | 旅游路线 | 旅游租车

3



# 商品计划 | 票务 | 商品库字段建议

- 除商品中心必填字段外，需尽量完善以下字段以提升投放效果
- 使用交通票务专属样式，需每天更新未来7天的航班/车次字段信息

分类	商品库字段	客户字段	建议	demo	用途
基本信息	alias	别名	填写线路缩写或通俗化表达，触发更多流量	济南到武夷山	获取流量
	seller*	商家信息	丰富商家名称、logo等信息，划分品牌	中国南方航空/携程	商品筛选&账户搭建
类目信息	*category*	所有分类信息	明确广告组网站的类目信息，触发更精准流量	机票/火车票 国际机票/国内机票 北京到上海机票	商品筛选&账户搭建 精准流量
价格信息	class	舱位/席别	明确机票/火车票对应的席位，划分席位类别	经济舱/软卧/一等座	创意生成 精准流量
	discountRate	促销折扣	显示优惠信息，可用于拼接创意	0.5	
	priceUnit	价格单位	单选RMB或USD，明确价格单位	RMB	
其他详细信息	depNationality airNationality	出发/到达国家	规范填写国家名称，触发更精准流量	中国	商品筛选 创意生成 精准流量
	tripTime	行程时间	填写格式 hh小时mm分钟	02小时15分钟	
	leapday	是否隔天	不隔天填写0，隔天显示具体隔天数字	0	
	stock	库存状态	精确填写剩余机票/火车票数	12	
	services	服务特色和保障	体现特色和服务，可填写多个用;分隔	行李额20KG;支持改签 智能抢票	获取流量
	rankScore	商品推荐系数	可控制预期展现的商品推荐排名，数值越大推荐排名越靠前	98.22	商品筛选&展现

注：字段建议包含机票航线、火车票、航空航班三种模板中关键字段，具体填写请按数据标准标注填写

# 商品计划 | 票务 | 账户结构建议

	商品计划	商品单元（商品组）			商品投放
机票	按 <b>城市</b> 筛选	国际航班	国内航班	.....	<ul style="list-style-type: none"><li>分单元差异出价；</li><li>不同单元下可添加流量搜索词、长尾词并进行单独出价来匹配相应流量；</li><li>高端人群相应单元提高出价，获得更多流量，同时添加“低价”等否词，确保流量精准；</li><li>热门活动相应单元提高出价，获得更多流量；</li><li>商品匹配率达90%以上；</li><li>搜索词出价优先级高于单元出价；</li></ul>
	按 <b>热门路线</b> 筛选	北京到上海	上海到巴黎	.....	
	按 <b>活动</b> 筛选	限时低价	5折优惠	.....	
	按 <b>舱位</b> 筛选	头等舱	公务舱	经济舱	
火车票	按 <b>活动</b> 筛选	春运	自动抢票	.....	
	按 <b>席位</b> 筛选	一等座	软卧	.....	
	按 <b>设备端</b> 筛选	安卓	iOS		



# 商品计划 | 票务 | 样式选择

- 无线端以航班、车次维度接入商品，使用**交通票务列表样式**进行投放，触发精准流量，从而提升点击率；
- 可在满足投放需求、商品中心字段完整的前提下，建议**选择所有可投放的样式**进行投放，从而增加广告展现的胜出率；
- 商品中心应添加更多图片以保证触发更多样式，建议**单商品图片数量 ≥ 3 个**；

北京到洛杉矶机票

全部 图片 贴吧 视频 资讯 问答 文库

北京到洛杉矶机票\_特价机票查询\_携程

10-16	10-17	10-18
12:55 首都T3	19:30 洛杉矶B	¥3984起 菲律宾航空PR359
09:30 首都T3	14:25 洛杉矶B	¥3964起 国泰港龙航空KA1111
17:15 首都T2	18:00 洛杉矶B	¥4101起 MU563
14:30 首都T2	19:40 洛杉矶B	¥3612起 南方航空CZ3162
15:50 首都T2	17:55 洛杉矶B	¥3500起 南方航空CZ3162
20:10 首都T2	10:25 洛杉矶B	¥3462起 香港航空HX313

专属样式-交通票务列表

[携程] 火车票预定-时刻表查询

品牌: 携程旅行网 详情: 抢2018-11-16票!

介绍: 上携程预约火车票,先买票再付钱,订火车票,携程快人一步,余票查询、票价、代售点查询、车次查询,尽在携程!

缙云 到 杭州	每日36班	可抢2018-11-16	查看更多
湘乡 到 杭州东	每日1班	可抢2018-11-16	查看更多
南召 到 无锡	每日1班	可抢2018-11-16	查看更多

www.baidu.com 2014-07 - 评价 - 广告

[携程] 火车票预定-时刻表查询

品牌: 携程旅行网 详情: 抢2018-11-16票!

介绍: 上携程预约火车票,先买票再付钱,订火车票,携程快人一步,余票查询、票价、代售点查询、车次查询,尽在携程!

徐州到保定火车票 班次: 1班/日	2018-11-16在售
讷河到大庆火车票 班次: 6班/日	2018-11-16在售
普宁到武夷山火车票 班次: 2班/日	2018-11-16在售

[携程] 火车票预定-网上订票-时刻表查询

火车票24小时预订, 车次查询. 火车抢票上携程

到青县	到衡水	到宁波
到济南	到榆林	查看更多

[携程]春运火车票预定-商丘到中宁火车票  
网上预定-时刻表查询

上携程预约火车票,先买票再付钱,  
订火车票,携程快人一步,余票查  
询、票价、代售点查询、车次查询,  
尽在携程!

2018-11-16 开抢! 抢票神器

www.baidu.com 广告 评价

通用样式

[携程]春运火车票预定-徐州到保定火车票  
网上预定-时刻表查询

名称: 徐州到保定火车票  
介绍: 徐州到保定火车票网上预订,  
上携程预约火车票,先买票再付钱,  
订火车票,携程快人一步,余票查...

★★★★★ 5

车次:K850 / 徐州站—保定站 2018-11-16在抢

车次:K850 / 徐州站—保定站 2018-11-16在抢

车次:K850 / 徐州站—保定站 2018-11-16在抢

注: 交通票务列表样式仅支持无线端计划投放

# 商品计划 | 票务 | 流量及效果优化

- 通过触发不同商品维度，叠加**流量选择**和**流量剔除**优化方式，广告主可根据投放需求获取不同流量；
- 以下流量匹配和效果优化供投放参考；

## 流量匹配

航班、车次计划

知识图谱（KG）完全触发

航线计划

知识图谱（KG）+搜索词扩量

## 效果优化

流量精准

对于高相关性、高CTR搜索词提高出价  
对于低相关性、低CTR搜索词降低出价  
添加否定词

展现更优

最希望展现的商品rankscore字段设置较高系数，优先触发推荐排名商品  
观察修改排名前后数据对比，作为优化参考

转化更佳

落地页可返回到列表页，且可在页面修改日期，提高用户在页面中的停留和检索时间



## 细分行业玩法

酒店 | 票务 | 旅游路线 | 旅游租车

3





# 普通计划 | 旅游线路 | 商品拆分及字段列表

参考维度：

— 旅游类型	— 旅游主题	— 地点	— 特色/服务		— 时间/时长	— 价格
- 自由行	- 邮轮游	- 周边游	- 接送机	- 海鲜大餐	- 短期游	- **元
- 跟团游	- 海岛游	- 当地游	- 全程地陪	- 结婚旅拍	- *天	- 500元以下
- 超值特惠	- 亲子游	- 境内游	- 中文导游	- 游潜	- *日游	- 1000元以下
	- 爸妈游	- 境外游	- 超高品质	- 自驾	- *天*晚	- 3000元以下
	- 儿童游	- .....(具体	- 零购物	- 5A景区	- 随心游	- 5000元以下
	- 蜜月之旅	地点 )	- 休闲舒适	- 跳伞		- 5000元以上
	- 闺蜜之旅		- 异域风情	- .....		

## — 复合维度

- 三亚5日自由行
- 周边2日游
- 家庭邮轮游
- 海岛蜜月之旅
- .....

- 多维度拆解商品，根据不同类型、不同主题、不同地点，分类别创建商品组，使用户搜索与匹配到的商品高度契合；
- 需将所有字段（含特色/服务）填写完整且不重复，可利用不同字段体现用户需求，即使前台样式无该字段，但系统匹配也会考虑所有字段，契合度高的商品会优先推送，有利于提升目标客户转化，提升ROI；
- 撰写创意标题时，可多使用地域通配符，使展现内容更契合用户需求。



# 普通计划 | 旅游租车 | 商品拆分及字段列表

参考维度：

— 租车地点	— 租车用途	— 车类型		— 汽车品牌	— 特点/服务	— 价格
- **（城市）租车	- 旅行租车	- 经济型	- 小型轿车	- 别克	- 中文服务	- **元/天起
- **（机场）租车	- 自驾游	- 舒适型	- 大中型轿车	- 标志	- 免费导航	- 100元以下
- **（火车站）租车	- 商务用车	- 豪华型	- MPV	- 大众	- 价格优惠	- 200元以下
- **（商圈）租车	- 家庭出游	- 商务型	- 皮卡	- 保时捷	- 车辆新	- 300元以下
	- 团队租车	- SUV	- 房车	- 奔驰	- 全程保险	- 500元以下
	- 长期租车	- 跑车	- .....	- 法拉利	- 24小时营业	- 500元以上
	- 短租车			- .....	- 中国驾照直租	

## — 复合维度

- 洛杉矶机场租车
- 四川自驾游租车
- 广州500元以下租车
- 北京跑车租赁
- .....

- 商品拆解维度可参考“产品/服务目录”、“用户需求”、“产品/服务特色”、“搜索词报告”、“计划/单元”；
- “产品名称”字段对商品触发和展现顺序有影响，可从不同维度进行拆解，且可采用复合维度已突出商品/服务的特点和优势；
- 商品中心字段完整填写，且体现不同产品的差异化特征。





# 优秀案例解析

4

# 案例 | 某酒店平台 — 账户结构优化

- 精细化管理—计划、单元、搜索词、样式与价格的合理匹配；
- 合理有效的账户精细化管理将明显提升投放效果；

## 优化前

- 按酒店名称、城市和商圈搭建计划，每个计划中对商品中心商品进行**全量通投**和**统一出价**；
- 每个计划仅绑定**1个样式**进行投放；
- 期望**ROI进一步提升**；

## 优化手段

### 1 按酒店类别搭建新计划/单元

- 每个计划绑定全量商品，按单元分别绑定不同商品；

### 2 分单元进行单独出价，剔除ROI较低的流量

### 3 根据投放需求，添加绑定更多样式

账户结构如下：



## 优化效果

- 优化前后计划进行同步投放测试
- 测试投放一周以后，新建计划/单元效果有明显稳定提升，**ROI增长超过40%**。

ROI ↑ 41.9%



旧计划/单元



新计划/单元

# 案例 | 某在线机票平台-样式优化

➤ 通过优化样式选择，提高推广效率，降低人力成本，通过触发更精准流量提升投放效果；

## 优化前

- 拆分众多航班、机票信息
- 分别设置计划、单元、关键词

- |                               |                                 |
|-------------------------------|---------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 航班   | <input type="checkbox"/> 出发到达机场 |
| <input type="checkbox"/> 航空公司 | <input type="checkbox"/> 舱位     |
| <input type="checkbox"/> 品牌词  | <input type="checkbox"/> 价格     |
| <input type="checkbox"/> 地域   | <input type="checkbox"/> .....  |

- 编辑创意，选取各类样式
- 调整关键词
- 调整出价和系数

× 维护成本高  
× 流量精准度低

## 优化手段

1 选择**航空航班模板**，自动对接数据库

- **API实时更新**存量、价格字段
- **每日更新**未来7天航班信息

2 填写交通票务样式**必填字段**

- ☐ 出发日期
- ☐ 出发到达时间
- ☐ 出发到达站机场
- ☐ 商品价格
- ☐ 航班/车次

3 按国际、国内航班商品拆分商品组  
仅选择**交通票务样式**  
全量商品投放

## 优化后

- 少量可变字段实时更新
- 无需买词
- 依据用户画像匹配精准流量
- 商品前置缩短转化路径

- ✓ **KG触发全网流量**
- ✓ **精准匹配流量**
- ✓ **直达用户需求**
- ✓ **解放人力**
- ✓ **降低维护成本**

上海机票		
北京到上海机票_特价机票查询_携程		
10-17	10-18	10-19
07:00 首都T2	09:20 虹桥T2	6.5折 <b>¥880</b> 起 南航CZ9271
21:30 首都T2	23:45 虹桥T2	6.1折 <b>¥760</b> 起 上航FM9108
06:35 首都T1	08:55 浦东T2	4.7折 <b>¥640</b> 起 海航HU7611
20:50 南苑	23:15 浦东T1	3.5折 <b>¥478</b> 起 联航KN5987
15:15 南苑	17:35 虹桥T2	5.7折 <b>¥769</b> 起 联航KN5955
11:30 首都T2	13:45 虹桥T2	9.6折 <b>¥1300</b> 起 MU5152

THANKS !