

行业手册

旅游行业

普通计划商品拆解实操建议

普通计划（结构化高级版）

2018.08



闪投产品全景图

搜索

信息流

闪投高级样式

全行业广告主

结构化商品信息

提供5大系列高级创意样式，覆盖不同流量类型和不同行业的搜索推广

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 广告 276

普通计划

少量商品广告主

商品库：一站式的商品对接、存储、管理优化和输出应用平台

基于搜索词的商品智能优选，实现千词千面的展现结果

中国平安人寿官网_优选平安意外险_长期短期多种选择

平安保险 官网在线投保 全方位贴心守护,一键搞定,轻松...

全球旅游保险(境外)

价格: ¥45.00起
保险期限: 1年

国内旅游-自助游保险

价格: ¥0.80起
保险期限: 1-90天

m.pingan.com 广告

商品计划 (DSA)

海量商品广告主

基于搜索词，人群画像、人群定位信息，进行商品的触发，实现千人千面的展现结果

上海到东京航班查询-日本航空公司网站JAL-China

日本航空公司提供中国地区往返日本以及日本国内的...



飞往东京 2200元起
飞往大阪 2300元起
飞往北海道 3100元起

原生闪投 (DPA)

已投放原生的广告主

基于用户标签和搜索历史，动态匹配商品广告

为什么去西藏旅游，会被一些驴友提醒：再脏也不要洗澡



已有36317人阅读

马蜂窝旅游 广告

立即下载

多品

■ ■ ■ 旅游行业对动态商品广告的适配

➤ 根据细分行业投放需求匹配动态商品广告的产品优势，选择更适配的产品投放

动态商品广告—普通计划

- ✓ 提升效果
- ✓ 商品库上传
- ✓ 绑定凤巢计划
- ✓ 商品数量无限制（支持海量商品）
- ✓ 可实现字段的实时更新

动态商品广告—商品计划（DSA）

- ✓ 扩量+提升效果
- ✓ 商品数据对接
- ✓ 重新搭建DSA计划
- ✓ 商品数量众多（百级~不限）
- ✓ 可实现字段的实时更新

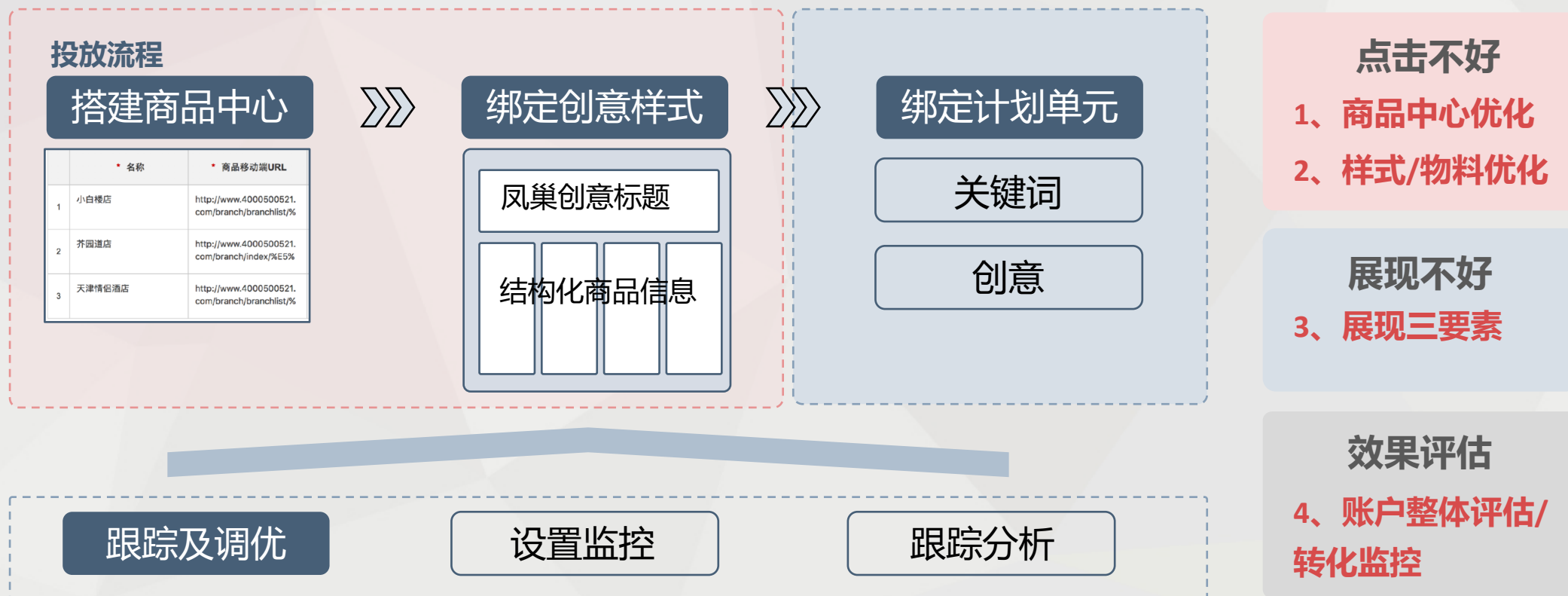
- 关键词触发→商品前置→目标用户群体
- 复用关键词优化模式
- 适用于单类别账户投放

- 商品触发→商品→精准用户群体
- 扩展商品流量触发模式
- 适用于多类别账户投放
- 航班、火车票专属样式



闪投普通计划优化总体思路

- 闪投普通计划通过商品信息前置缩短从产品/服务到客户的触达路径，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；





1-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；

注：不同行业商品拆解维度可参考《闪投普通计划行业案例及实操建议》



2-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的不同；
- 持续优化文案和更新素材；



3-普通计划的展现要素

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



4-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

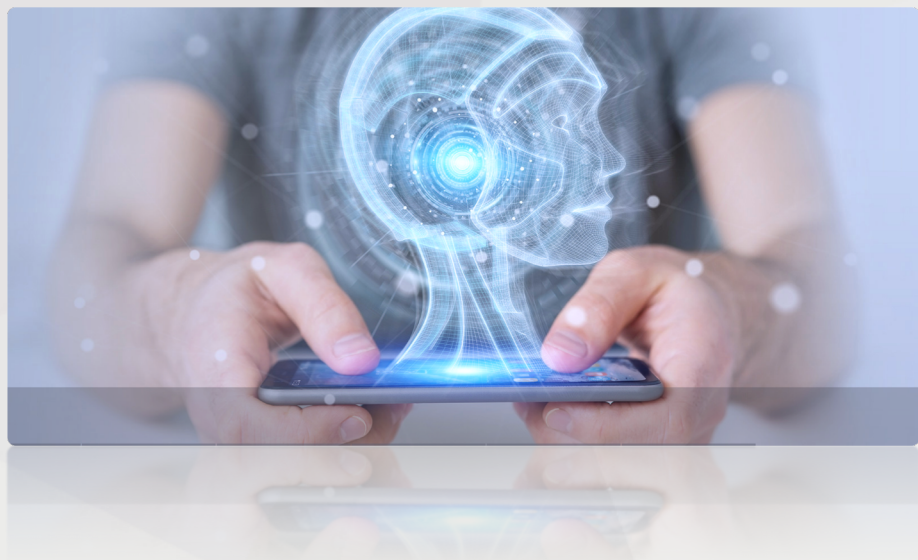
标题及描述区域监控

| | |
|--------|--|
| 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% |

注：详细监控配置说明参考《【工具手册】监控配置-普通计划》



旅游适配行业 商品中心拆解思路



旅游适配行业特点及需求

| | A. 酒店集团 | B. 旅游线路 | C. 旅游租车 |
|------|--|--|---|
| 投放内容 | <ul style="list-style-type: none">● 酒店名称 | <ul style="list-style-type: none">● 旅游预定 | <ul style="list-style-type: none">● 在线租车 |
| 落地页 | <ul style="list-style-type: none">● 在线下单● App下载 | <ul style="list-style-type: none">● 在线下单● App下载 | <ul style="list-style-type: none">● 在线下单● App下载 |
| 重点字段 | <ul style="list-style-type: none">● 酒店名称● 地点● 周边地标● 特色/服务● 用途● 星级 | <ul style="list-style-type: none">● 旅游主题● 类型● 地点● 时间/时长● 特色/服务 | <ul style="list-style-type: none">● 租车地点● 租车用途● 车类型● 汽车品牌● 特色/服务● 价格 |



A. 酒店集团 — 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。



B. 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 |
| | - 儿童由 | -(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，创建分类别名称的商品组，使商品名称与用户目标达到较高的契合度；
- 旅游行业创意标题撰写时，可多使用地域通配符；
- 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。



C. 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 | | <ul style="list-style-type: none">● 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。 | | | | |
| - 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 | | | | | | |
| - | | | | | | |

THANKS !