

闪投动态商品广告-商品计划 — 零售行业手册



2019年5月



目录

1

什么是商品计划

定位 | 特点 | 优势

2

商品计划零售行业应用

流量构成 | 产品矩阵 | 样式示例 | 应用案例

3

商品计划投放流程

商品中心 | 账户搭建 | 辅助工具 | 优化思路

4

行业实操技巧及典型案例

零售电商

什么是商品计划

定位 | 特点 | 优势

1



闪投产品全景图

闪投高级样式

动态商品广告

普通计划

商品计划

原生闪投 (DPA)

全行业

不限商品数量

海量商品

全行业

结构化商品信息

商品中心 (BMC) : 一站式的商品对接、存储、管理优化和输出应用平台

提供五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

基于搜索词对**关键词**触发的同时进行商品智能优选, 实现千词千面的展现结果

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

基于用户标签和搜索历史, 围绕商品智能定向, 动态匹配商品信息流广告

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

中国平安人寿官方网_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

苹果 X_系列商品



品牌: Apple
评论: 218879条
介绍: 六核·3GB内存·5.8英寸屏幕·高达2436x1125像素·双1200万...

★★★★★ 4.0

苹果X (A1865) 256GB 深空灰色 ...

8399元起

苹果X (A1865) 256GB 银色 移动...

8299元起

Apple iPhone X (A1865) 64GB 银...

7099元起

m.jd.com 广告 评价

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

搜索

信息流

- 商品计划适配于零售行业的海量商品 (多品类、多属性) 的行业特点

搜索动态商品广告-产品特点

➤ 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

✓ 信息前置

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	√	√	信息前置，用户需求和创意高度匹配
	扩展流量		√	挖掘长尾流量，获得更多高价值流量
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		√	搭建商品计划专属计划单元
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

什么是动态商品广告商品计划

基于商品属性的广告触发

商品触发
Product Targeting

query-product

只要广告主的商品与搜索词相关
广告就可被触发

商品名 Apple iPhone 7 (A1660) 128G 玫瑰金色

品牌：	苹果 (Apple)	入网型号：	A1660
型号：	iPhone 7	机身内存：	128G
价格：	¥4899.00 起	机身颜色：	玫瑰金色

基于商品组的投放与管理

商品计划主张：你在卖什么，你就推广什么——把营销推广与商品直接挂钩！

1、轻松的商品筛选

- ✓ 按品牌筛选
- ✓ 按价格筛选
- ✓

根据商品属性
轻松筛选成组

2、灵活的商品出价

- ✓ 手工出价
- ✓ 自动出价
- SHOW优先
- ACP优先
- ROI优先

细分商品组
灵活设定出价

3、丰富的商品报表

- ✓ 商品维度
- ✓ 商品组维度
- ✓ 商品计划维度

多维度报表
管理推广效果

专为商品广告打造的更多强样式

1

更多专属强样式，高度提高至870px，
相比普通高27%

2

精准匹配，更好的用户体验，**同流量下
CTR提升50%+**

3

创意样式模板化，支持广告主动态配置，
呈现更个性



商品计划的优势

关注点	客户痛点	商品计划解决方案
流量获取	<ul style="list-style-type: none">➢ 长尾词难以穷尽➢ 买词拓量效果难控	<ul style="list-style-type: none">➢ 商品触发，流量不再受限于关键词，全面覆盖长尾商品流量➢ 可根据商品触发流量，反哺凤巢买词，进行高质、高效的拓量投放
人力成本	<ul style="list-style-type: none">➢ 大量买词耗时耗力	<ul style="list-style-type: none">➢ 基于商品中心数据的账户搭建更高效，配合批量工具，可大幅节省SEM人力成本
转化	<ul style="list-style-type: none">➢ keyword作为中介,容易丢失query核心属性,匹配不精准➢ 转化路径长，落地页单一	<ul style="list-style-type: none">➢ query到product的直接匹配，匹配更加精准，用户体验好，广告转化效果更佳➢ 搜索词直达商品，缩短转化路径

商品计划优势

1、流量更多

丰富的商品属性，囊括所有的长尾流量，同时可为凤巢账户投放提供优质拓量数据

2、投放更高效

基于商品属性自动触发，解放买词人力

3、ROI更好

不再以关键词作为中介进行匹配，Goodcase率高达90%，相关性的提升促进ROI的提升



商品计划-零售行业应用

流量构成 | 产品矩阵 | 样式示例 | 应用案例

2



零售行业流量构成

基于零售行业搜索词的特点，可将流量构成按词性及消费者需求划分为以下层级





零售行业产品矩阵

针对不同流量，闪投都有对应的商品广告样式，满足各类推广诉求





商品计划精选样式示例

商品计划专属高端样式，新颖、字段信息丰富、内容立体多样，有效提升用户点击意愿

橱窗系列

雀巢咖啡惠购_Q1果呆咖啡/奶茶 品类特惠-上「京东」狂欢盛典_每日巨惠

雀巢咖啡起源于1930年,当巴西政府开始与雀巢公司接触时,咖啡权威马克思·莫根特立刻同他的研究队伍...



雀巢咖啡 雀巢丝滑拿 雀巢(Nestle) 咖啡丝 醇品 速溶 铁瓶装饮料268ml*3... 滑拿铁咖啡268ml*1... 糖 冲调饮品 180元起 68元起 29.9元起

华为手机排行榜 最新华为手机京东有售

京东手机分期付款0首付 手机分期免利息 月供超低 正品保证



华为 P10 PLUS 4G智能 手机双卡双待 ¥4388.00 98%好评

华为手机官方商城_荣耀荣耀9幻夜黑独立发售

「华为商城 官网」提供正品华为手机、平板电脑,配件等全新华为产品,品质保证!



商品精选系列

苹果 X_系列商品



品牌: Apple
评论: 218879条
介绍: 六核·3GB内存·5.8英寸屏幕·高达2436x1125像素·双1200万...
★★★★★ 4.0

苹果X (A1865) 256GB 深空灰色 ... 8399元起

苹果X (A1865) 256GB 银色 移动... 8299元起

Apple iPhone X (A1865) 64GB 银... 7099元起

【苹果iPhone X】参数_价格 | 京东



屏幕: 5.8英寸2436x1125像素
前置: 700万像素 后置: 1200万像素
介绍: iPhone是美国苹果公司研发的智能手 机系列, 搭载苹果公司研发的iOS操作系统
★★★★★ 5.0

苹果iPhone X 64G 深空灰 国际版 ¥8388.0起 9000条好评

苹果iPhone X 256G 银色 六核尊享版 ¥112300起 900条好评

全息系列

OPPO A57 3GB+32GB内存版 玫瑰金 全网通4G手机 双卡双待



后置摄像头 1300万像素·分辨率 1280x720(hd)·安卓(android)·八核...
1599.00元起
m.jd.com 4822条评价 广告

活动大图

京东女王节, 满减优惠乐不停。

护肤化妆品任你选

车厘子低至39.9元/450g

查看详情



京东年货节, 海量新鲜时蔬水果不限购。领券满100享8折。

服装服饰

美妆美颜

护肤化妆



零售行业应用案例

基于搜索词，进行商品的触发与优选，匹配精准，全面覆盖长尾流量，实现千人千面的展现结果



搜索词 → 商品触发

• 系统自动计算相关性

• 创意自动拼接生成

• 高匹配商品优先呈现

• 全面覆盖长尾流量

• 精准匹配用户意图

• 商品直达路径缩短

商品计划投放流程

商品中心 | 账户搭建 | 辅助工具 | 优化思路

3

商品计划整体投放流程

1

- 商品中心对接是DSA的投放基础
- 根据产品/服务内容、推广需求进行商品中心的对接

1.商品中心对接

对接字段	商品1	商品2
name	iPhone 8	iPhone 8 Plus
loc	https://union*	https://union*
price	6499	5999
title	256G 红色特别版	64G 深空灰色
subCategory	手机通讯	手机通讯
services	正品低价、品质保障	正品低价、品质保障
.....

效果监控

- 搜索词报告
- 商品报告
- 样式报告

- 根据数据报告和
目标效果进行
账户的优化

2.账户搭建

账户结构

流量管理

样式选择

重要工具

- 效果诊断

- 利用工具对账户/
商品投放情况分
析、优化

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

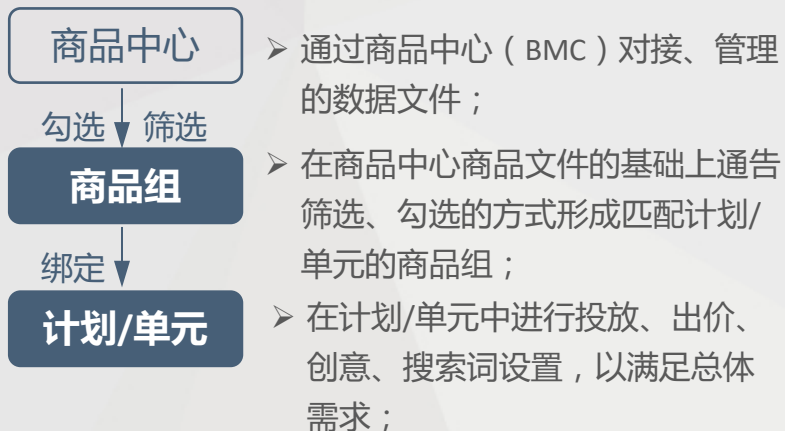


商品中心对接-对接流程



■ 账户的搭建

1. 账户结构



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. 添加否词剔除流量

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；
- 根据零售行业推广特点及特色，匹配设置相关创意内容和图片；



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



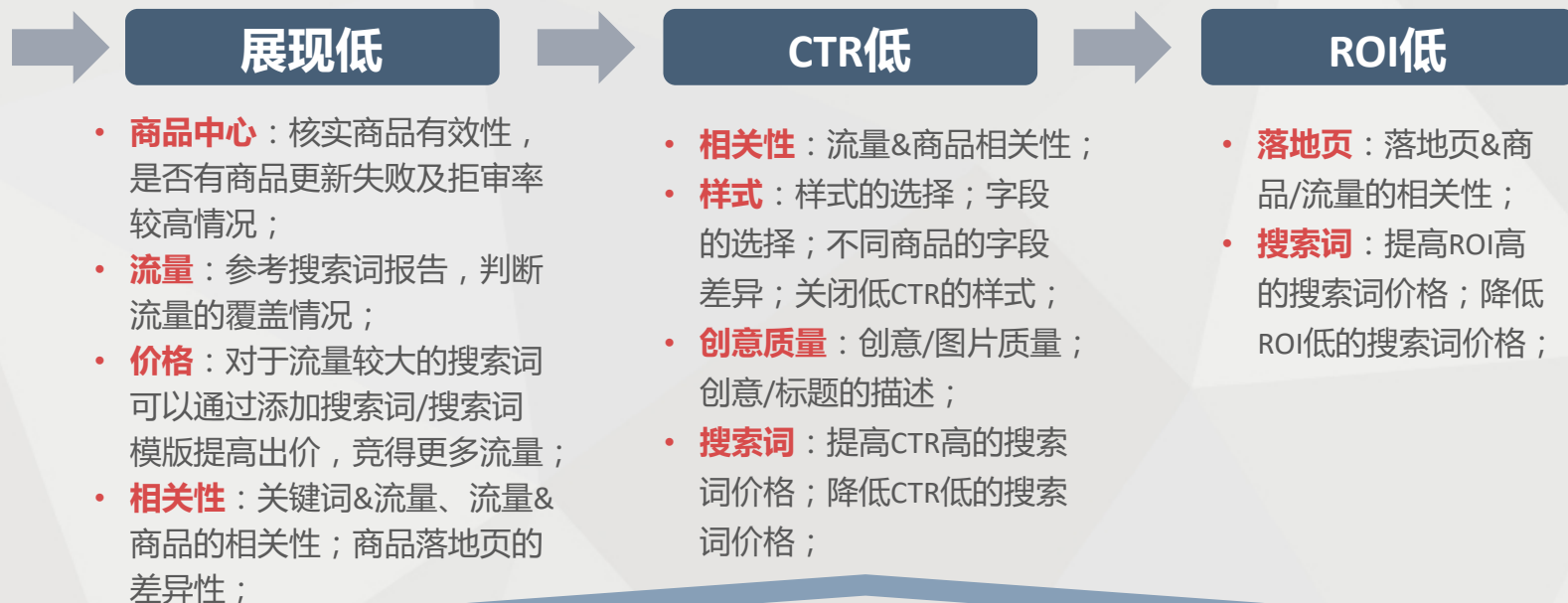


效果监控及优化

投放初期的基本要求

- **商品中心字段完整**
流量的保障
- **商品中心的拼接成功率**
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



新功能使用

➤ 产品新功能，广告主可根据实际投放需求进行使用测试

• Rankscore字段的配置和使用

- **功能说明**：通过Rankscore字段，控制实际商品展现时商品的优先级；
- **使用范围**：同类别、同特征商品数量较多，广告主期望控制商品展现顺序；
- **使用方法**：
 1. 填写模版中Rankscore字段，取值在[0,100]，数值越大说明商品优先级越高；
 2. 如对展现和投放效果进行跟踪，需在监控代码中增加监控参数，客户自设，以ouid为例：`ouid=rkscore{pa_exp}`；

行业实操技巧及典型案例

零售电商

4

零售电商 | 行业诉求及特点

投放诉求

业务类型： 零售电商

投放类型：

☒ 在线下单 ☒ APP下载

阶段要求：

☒ 提升CTR ☒ 提升ROI

☒ 提升品牌 ☒ 扩量

商品中心信息

商品量级：

低	中	高
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

更新频率：

手动	天	小时/15分钟
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

整体字段
可变字段

可变字段：

无	1~2个	>2个
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

位置差异：

低	中	高
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

人群差异：

低	中	高
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

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

• 平台电商

• 品牌电商

- 电商广告主一般采用**自动对接**数据库的对接方式，同时结合**API对接**实现少量可变字段的实时更新；
- 账户结构可根据平台商品分类进行搭建，如**品类、品牌、活动**；
- 根据售卖商品，品牌、品类及活动等进行精细化推广，结合商品中心字段填写精准触发流量；
- 关注商品信息呈现质量，对创意的配图、文字描述等质量要求较高，**商品精选、橱窗、全息**等样式使用率较高。

零售电商 | 商品中心字段建议

- 商品中心字段，需尽可能全部填写完整，便于账户搭建、流量管理以及提升投放时流量匹配的精准度，提交时需避免出现无授权的品牌商标logo或名称，以下为较为重要的字段建议，供参考：

分类	商品中心字段	字段名称
商品基本信息	outerID	商品ID
	name	商品名称
	sellerName	广告主站点名称
	loc	商品移动端URL
	pcLoc	商品PC端URL
	sellerSiteUrl	广告主站点URL
	searchPcUrl	商品pc站内搜索页URL
	logo	广告主站点logo图片
	shopName	店铺名称
	image	商品主图片
	image2	商品备用图片
	largeImage	大图图片
	img index=1	更多商品图片1
	img index=2	更多商品图片2
	img index=3	更多商品图片3
商品类目信息	category	一级类目
	categoryUrl	一级类目落地页移动端URL
	categoryPcUrl	一级类目落地页PC端URL
	subCategory	二级类目
	subCategoryUrl	二级类目落地页移动端URL
	subCategoryPcUrl	二级类目落地页PC端URL
	thirdCategory	三级类目
	thirdCategoryUrl	三级类目落地页移动端URL
	thirdCategoryPcUrl	三级类目落地页PC端URL

分类	商品中心字段	字段名称
商品推广信息*	targetProvince	推广省份
	targetCity	推广城市
	startTime	推广开始时间
	endTime	推广结束时间
商品价格信息	price	商品价格
	value	商品原价
	priceUnit	价格单位符号
	saving	节省的钱
商品其他详细信息	discountRate	促销折扣
	brand	品牌
	enBrand	英文品牌
	brandUrl	品牌类目移动端URL
	brandPcUrl	品牌类目PC端URL
	availability	库存状况
	rankScore	商品推荐系数
	series	商品系列
	model	商品型号
	color	颜色
	storage	内存
	size	尺码大小
	searchWiseUrl	商品移动端站内搜索页URL
	gtin	全球贸易项目代码
	salesPromotion	促销信息



零售电商 | 账户结构建议

➤ 可参考以下账户结构进行DSA账户的搭建，便于分不同维度的进行匹配出价、创意，以及优化流量等投放管理工作

商品计划		商品单元		单元出价
零售电商	按 品类 筛选	手机	电视
	按 品牌 筛选	Olay	BURBERRY
	按 单品牌下品类 筛选	苹果手机	苹果电脑
	按 单品类下品牌 筛选	苹果手机	三星手机
	按 活动 筛选	活动品牌	活动品类
	按 商品卖点属性 筛选 (型号、适宜人群等)	全屏手机	老人机
	按 品类 筛选	手机	电视
	按 商品卖点属性 筛选 (特色、适宜人群等)	4k电视	曲面电视
	按 会员制/活动 筛选	会员专享	双11购物节

平台电商

品牌电商

出价功能的使用建议：

- 分单元差异出价，热门品牌、品类、活动对应单元可提高价格，以获得更多的流量；
- 对转化高的搜索词单独提高出价，以提升相应流量的竞争力；
- 对于转化较差的搜索词可添加否词，剔除相应流量；
- 搜索词出价优先级高于单元出价；



零售电商 | 样式选择

- 投放初期建议选择所有样式，投放一段时间后，可查看分样式数据，再根据流量与样式偏好，保留CTR高的样式
- 客户可根据账户搭建细分类别进行目标流量的精细化样式管理





零售电商 | 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

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：

- 可在单元内-搜索词层级中添加包含否词或精确否定词来剔除相应流量
- 包含否定词：若搜索词完全包含否定词，则推广结果不展现
- 精确否定：若搜索词和否定词完全相同，则推广结果不展现

投放案例 | 某零售电商平台

以商品为中心组织投放

目标：降低投放成本，拓展流量，提升CTR、ROI

商品中心搭建

账户/计划

商品组

大品类数据
全量接入

by品牌（例）

家电

夏普电视

TCL 电视

小米家电

三星电脑

Dell 电脑

电脑

by品类（例）

家电

空调

电视

冰箱

笔记本

电脑

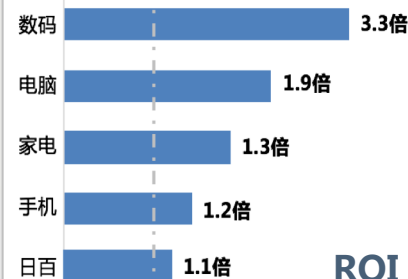
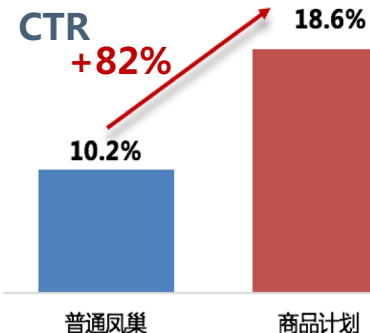
一体机

重点单元、搜索词差异出价

精选样式:商品精选、橱窗、全息



效果



CTR、ROI显著提升

- 全面对接商品信息
- 轻松了灵活投放管理

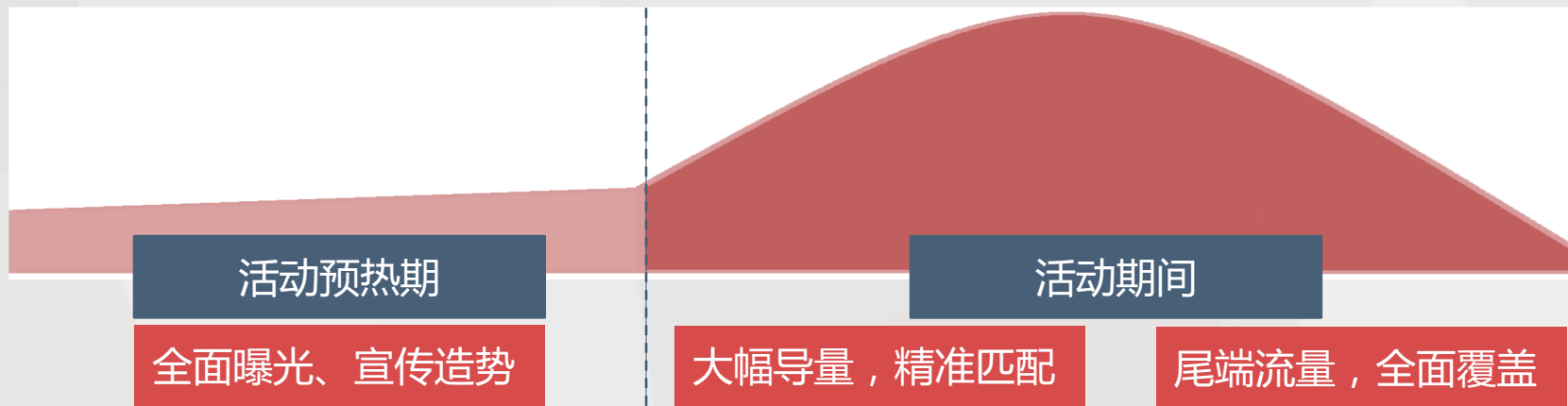
- 分单元（商品组）差异出价
- 对转化高的搜索词单独提高出价

- 持续更新落地页，落地页与实时创意保持一致
- 根据数据报表，精细化创意撰写

以ROI/流量作为广告投放驱动，实现投放的自循环

■ 零售电商 | 活动/购物节投放建议

➤ 基于零售行业活动/购物节推广的生命周期特点，提出以下投放建议



账户结构	需保证商品中心中的商品信息对接全面、完整、准确后，创建活动/购物节专属计划、单元，可按品牌、类目、商品属性等搭建		
样式选择与重点样式推荐	尽可能多的选择重点样式进行投放，增加曝光概率，前台展现时会进行样式pk，展现最优结果		
	活动大图	商品列表	橱窗精选
	类目橱窗	商品精选	全景橱窗
	商品橱窗	单品横滑
	站内直达	单品橱窗	
价格建议	单元溢价：对重点活动类目及品牌对应的单元单独提高出价		
	搜索词溢价：根据历史数据，对热门搜索词单独提高出价		
创意内容	创意内容可按单元的商品类型，针对性添加预告活动信息或活动预热阶段福利相关（如提前领券等）的文案内容，进行宣传造势		
	活动开始后，创意内容除商品描述还需加入相关活动信息如：品牌/活动名称/购物节名称/活动时间/活动力度等 活动末期还可加入活动剩余时间等描述，增加用户紧迫感 创意配图及落地页内容需保证与活动的一致性		

THANKS !

附1 — 商品中心对接流程

附2 — 账户搭建操作流程

附3 — 效果诊断工具说明

附4 — 效果监控报告说明

附1 — 商品中心对接流程

附2 — 账户搭建操作流程

附3 — 效果诊断工具说明

附4 — 效果监控报告说明

附



操作步骤-选择对接类型



对接方式	适用客户	客户成本和更新时效	支持文件格式
在线填写	数据量级小于10 无需经常更新 无需技术开发能力	手工在线录入 有一定人力成本 数据更新依靠手动更新	【在线填写】
本地文本上传	数据量级小于100 无需经常更新 无需或较少技术开发能力	手工编辑录入 有一定人力成本 数据更新依靠手动更新	【推荐】Excel文件 (.xls/.xlsx) ，不超过10M CSV文件 (.csv) ，不超过50M XML文件 (.xml) ，不超过50M
自动文件对接	海量数据 经常更新 具备一定技术开发能力	根据分行业标准字段模板录入，数据质量高 有一定开发成本 支持自动更新，支持高频更新	【推荐】XML文件 (.xml) ，不超过8G CSV文件 (.csv) ，不超过8G



- 登录<http://product.baidu.com>
- 点击【新建商品文件】
- 选择对接类型
- 根据投放商品数量、人员情况、技术情况和投放内容选择适合的对接方式

操作步骤-上传商品文件 | 在线填写



房产

B2B

招商加盟

通用

汽车

旅游

招聘

* 品牌 / brand: 示例: 大众

* 级别 / grade: 示例: 紧凑型SUV

* 车辆长方形图片 / image:

+

必填, 建议尺寸 3:2, 长、宽不低于 370px*245px; 大于 25KB 小于 3MB; 图片格式: jpg/jpeg/png

车辆正方形图片 / image2:

+

建议填写, 建议尺寸 1:1, 长、宽不低于 360px*360px; 大于 25KB 小于 3MB; 图片格式: jpg/jpeg/png

* 车系 / type: 示例: 途观

* 生产厂商 / manufacturer: 示例: 上汽大众

+ 添加标准字段

+ 添加自定义字段

还能添加 5 个自定义字段

- 选择**所属行业**
 - 根据字段名称及示例信息, 填写商品属性, *号均为必填项
 - 可根据推广商品属性及商品特色, **添加其他标准字段或添加自定义字段**
 - 点击【**提交商品**】
- 尽可能多地接入商品字段, 有助于获取更多相关流量, 并能在创意上展示更丰富的信息, 提升投放效果

操作步骤-上传商品文件 | 本地文件上传



下载模板

* 所属行业 请选择 [了解更多](#)

上传文件

* 商品文件名称 必填, 名称体现出该数据集合的特点, 例如: 上海二手房房源

* 上传文件 [上传文件](#)

CSV 文件不允许超过 50M, Excel 文件不允许超过 10M, XML 文件不允许超过 50M

上一步 下一步, 数据诊断 取消

下载模板

* 所属行业 车辆物流 / 二手车买卖 [了解更多](#)

下载模板 XLS 模板 (推荐) 下载

XLS 模板 (推荐)

XML 模板

CSV 模板

数据标准说明

- 选择**所属行业**后, 根据需求选择模板进行**下载并填写** (不同细分行业模版字段不同, 需选择准确的行业信息, 如没有对应行业或数据标准字段无法满足, 请选择“其他”)
- 填写【**商品文件名称**】、**上传文件**
- 点击【**下一步, 数据诊断**】
- ❑ **尽可能多地接入商品字段, 有助于获取更多相关流量, 并能在创意上展示更丰富的信息, 提升投放效果**
- ❑ **商品文件大小超过限制可考虑用自动文件对接方式接入**

操作步骤-上传商品文件 | 自动文件对接



下载模板

* 所属行业 请选择 [了解更多](#)

填写商品接入信息

* 商品文件名称 必填，名称体现出该数据集的特点

* 更新频率 每天

* 更新时刻 系统智能选择

如果您上传的商品文件不需要在某个特定的时刻开始更新，建议用默认设置

* 文件地址 必填，请填写 http:// 或者 ftp:// 开头的线上文件地址

下载模板

* 所属行业 车辆物流 / 二手车买卖 [了解更多](#)

下载模板

- XML 模板 (开发者用, 推...)
- XML 模板 (开发者用, 推荐)
- CSV 模板 (开发者用)
- 数据标准说明 (市场运营用)

[下载](#) [下载技术白皮书](#)

- 选择**所属行业**后，根据需求选择模板类型，下载【模板】及【技术白皮书】进行开发
 - 填写【商品文件名称】
 - 选择【更新频率】推荐选择【每天】更新一次，如广告主数据量及过大，高频更新可能会出现异常
 - 选择【更新时刻】可设置系统智能选择，也可以自定义进行设置
 - 填写【文件地址】http://或ftp://开头的线上文件地址
 - 点击【下一步，数据诊断】
- 尽可能多地接入商品字段，有助于获取更多相关流量，并能在创意上展示更丰富的信息，提升投放效果



操作步骤-数据诊断



数据诊断

取前 1 个商品作为样本诊断。
诊断结果：正常商品 0，报警商品 0，错误商品 1 [了解诊断结果的影响](#)

错误分类与修改

样本数据预览

错误类型	错误影响	错误覆盖样本数	错误示例
必填字段『nationality (国家)』未填写	涉及商品无法入库	1	查看
必填字段『imageUrl (酒店长方形图片)』未填写	涉及商品无法入库	1	查看
必填字段『price (最低价格)』未填写	涉及商品无法入库	1	查看

下载错误明细

使用转换工具修正数据

上一步

保存并更新

取消

- 系统会选取前100个商品（若商品数量小于100，则取全量）作为样本进行诊断，**根据诊断的错误类型和影响，对所有商品进行检查和修正**
 - 点击【**下载错误明细**】可查看具体错误信息
 - 点击【**使用转化工具修正数据**】可批量修正错误
 - 更新后点击【**保存并更新**】
- ❑ 错误类型分为**文件错误**、**数据错误**和**数据报警**三类
- ◆ 文件错误-商品文件无法下载或者解析时，会产生文件错误
 - ◆ 数据错误-商品信息中有必填字段不符合数据标准，会产生数据错误，对于存在数据错误的商品，该商品的所有信息均无法录入商品中心
 - ◆ 数据报警-商品信息中有选填字段不符合数据标准，会产生数据报警，对于存在数据报警的商品，该商品报警字段的信息无法录入商品中心

■ 操作步骤-操作工具 | 转换工具



The screenshot shows the '数据诊断' (Data diagnosis) interface. At the top, a message states: '选填字段『shopName (商品所属公司名称)』未填写, 无法投放阿拉丁产品' (Optional field 'shopName (Product company name)' is not filled, cannot launch Aladin products). Below this, there are two buttons: '下载错误明细' (Download error details) and '使用转换工具修正数据' (Use conversion tool to correct data), with the latter highlighted by a red box. A red box also highlights the '规则 1' (Rule 1) section, which includes a dropdown menu for '请选择规则' (Please select rule) with options: '特定字符替换' (Specific character replacement), '字段名替换' (Field name replacement), '复制整个字段' (Copy the entire field), '删除整个字段' (Delete the entire field), '设置静态值' (Set static value), and 'url编码' (URL encoding). There is also a '+ 新增一条规则' (Add a new rule) button and a '预览规则' (Preview rule) button. At the bottom, there are buttons for '上一步' (Previous step), '保存并更新' (Save and update), and '取消' (Cancel).

□ **【转换工具】** 使用转换工具可以通过设置简单的转换规则，将不满足商品中心数据标准从而不能正常入库、不能正常投放的数据进行批量修正，减少不必要的商品文件再次开发成本

- 点击**【新增一条规则】**可增加新修改规则，最多30条
- 转换规则设置完成后，转换工具会随机从商品文件中抽取100个样品应用转换规则，并按数据标准进行诊断，载入完成后可查看样本数据错误预览和样本数据诊断结果
- 若转换规则在样本上的应用结果符合预期，则可**将转换规则应用到整个商品文件**，此时会先更新商品文件、再应用转换规则，请耐心等待转换结果
- 点击了解更多，可查看详细使用规则

□ 另一入口在**【工具中心】-【转换工具】**

操作步骤-操作工具 | 数据授权管理工具



工具中心 / 数据授权

数据授权

+ 新建授权

授权管理

被授权账户 ID	被授权账户名称	授权级别
630152	searchlab	商品文件
601537	dg92	账户
601541	dg93	商品文件

新建授权

账户名称: NeibuPA

* 授权方式: 自动授权

☐ 对同公司主体的账户授权我所有的商品文件

公司主体: 未知

允许编辑: ☐

授权管理 解除授权

- 第一次新建完商品文件时，会自动弹出数据授权设置框
- 两种授权方式：自动授权和手动授权
 - 自动授权-支持对同公司主体的账户授权本账户内所有（包括后续新增）的商品文件。可以通过打开或关闭“允许编辑”按钮，允许被授权账户编辑、或限制其编辑商品文件
 - 手动授权-对指定的账户授权指定范围的商品文件
- 另一入口在【工具中心】-【数据授权管理工具】

操作步骤-数据核实 | 商品更新状态



NeibuPA - 百度(中国)有限公司：所有商品文件

我的商品文件

+ 新建商品文件

接入说明

启动

立即更新

暂停更新

关闭更新保护

授权商品文件



商品文件 ID

商品文件名称

对接类型

更新状态



2682

DEFAULT

手工文件上传

更新成功

商品文件名称：

更新状态：更新成功 查看详情 立即更新

最后更新情况：成功 1192692 | 失败 17 | 报警 184020 | 总数 1376729

审核概况：-- 查看

例行更新：已启用

更新保护：已开启

展开更多

编辑商品文件

删除

批量转换工具

筛选：请选择商品字段

请选择

请输入

查询

下载

分析

系统 ID

商品名称

商家内部 ID

状态

最后更新时间

成功

2019.04.15 12:57

成功

2019.04.15 12:57

➤ 点击已更新成功的【商品文件名称】核实商品更新状态

□ 商品更新状态说明：

- ◆ 成功-商品导入成功，该商品可用于投放
- ◆ 报警-商品有选填字段不符合数据标准，该商品报警字段的信息未录入商品中心，该商品其他字段可用于投放。
- ◆ 失败-商品有必填字段不符合字段标准，该商品全部信息未录入商品中心，该商品无法用于投放
- ◆ 过期-当前时间已超过商品的销售结束时间，该商品无法用于投放

操作步骤-数据核实 | 商品审核结果



- 查看商品审核状态
- 点击【更多操作】-【分析工具】可定制化查询审核信息
- 点击【下载】-【下载审核详情】

❑ 商品接入商品中心后，不会立即触发审核，只有在投放创建商品组之后，商品组内圈选的商品才会审核

❑ 审核状态说明：

- ◆ 未投放-未圈选商品组，不会触发审核
- ◆ 审核中-已送审，未返回审核结果
- ◆ 审核通过-审核成功可投放
- ◆ 字段拒审-商品可投放，涉及字段不可投放，会降低流量覆盖
- ◆ 商品拒审-整个商品不可投放，致使流量无法覆盖

❑ 拒审原因为【侵权、黑名单、无授权】时，请联系inside同学添加非限或相关授权

The screenshot shows the product audit interface. At the top, there's a header with '商品文件名称' and a status bar showing '更新状态: 更新成功 查看详情' and '立即更新'. Below this, there's a table with columns: 系统 ID, 商品名称, 商家内部 ID, 状态, 最后更新时间, and 审核状态. The table contains two rows of data, both with '成功' (Success) status. A red box highlights the '下载' (Download) and '分析工具' (Analysis tool) buttons in the top right corner of the table. A red arrow points from the '下载' button to a dropdown menu that is open, showing options: '下载商品数据' (Download product data), '下载审核详情' (Download audit details), and '审核状态' (Audit status). The '下载审核详情' option is highlighted with a red box.

操作步骤-数据核实 | 商品文件数据核实



NeibuPA - 百度(中国)有限公司：所有商品文件

我的商品文件

授权商品文件

+ 新建商品文件 接入说明 启动 立即更新 暂停更新 关闭更新保护 开启更新保护 删除						
<input type="checkbox"/>	商品文件 ID	商品文件名称	对接类型	更新状态	状态详情	更新保护
<input type="checkbox"/>	268		手工文件上传	更新成功	--	--
<input type="checkbox"/>	190		自动文件对接	更新失败	该商品文件下..	已开启
<input checked="" type="checkbox"/>	190	电脑办公	自动文件对接	更新成功	--	已开启
<input type="checkbox"/>	190	手机	自动文件对接	更新成功	--	已开启
<input type="checkbox"/>	190	家电	自动文件对接	更新成功	--	已开启

关闭后，对于更新前后商品差异超过30%的更新，系统将不再主动暂停 [查看更多](#)

商品文件操作支持立即更新、暂停更新、删除、启动、开启更新保护和关闭更新保护

◆开启更新保护：执行此操作后，对于更新前后商品差异超过30%（有超过30%的 outerID 更新前后不一致）的更新，系统将主动暂停并在商品文件状态详情 中显示更新异常详情。仅对自动文件对接和定制化抓取类型下的商品文件生效，且这两种类型的商品文件默认开启更新保护

◆关闭更新保护：执行此操作后，对于更新前后商品差异超过30%（有超过30%的outerID更新前后不一致）的更新系统将不再主动暂停，但仍然在 商品文件状态详情 中显示更新异常详情。仅对自动文件对接和定制化抓取类型下的商品文件生效

◆其余状态可点击【查看更多】解读

商品文件状态详情是对商品文件状态的注解，包括更新失败、暂停更新和更新中：

◆暂停更新：包括用户主动暂停和系统触发更新保护导致的暂停

◆状态具体说明可点击【更新状态】右侧图标解读

附1 — 商品中心对接流程

附2 — 账户搭建操作流程

附3 — 效果诊断工具说明

附4 — 效果监控报告说明

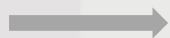
附



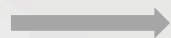
商品计划账户搭建



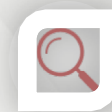
设置推广计划



设置推广单元



设置创意模板



预览并提交

- 在商品中心的基础上进行账户搭建实现精细化管理
- 对于计划及单元的设置，需提前根据精细化管理需求进行分类别搭建

计划 / 单元分类搭建

按品牌筛选

按品类筛选

按城市筛选

按商品热门属性筛选

...

具体类别需根据自身商品特点结合行业特征进行划分

精细化管理



价格精细：

- 分单元差异出价，优质单元可适当提高出价，以获得更多流量
- 前期出价可以根据行业均值进行出价，后续根据账户实际情况进行调整
- 对于优质的搜索词可单独提高出价（关键词出价优先级高于单元出价）

流量精细：

- 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
- 可在单元内-搜索词层级中添加包含否词或精确否定词来剔除部分CTR较低、ROI较低流量

创意精细：

- 根据推广商品组特征、商品的属性及特色，匹配填写高质量、高相关性的创意内容及配图

商品计划账户搭建 | 商品计划入口

➤ 登陆shantou.baidu.com，点击进入商品计划

[首页](#) [闪投高级样式](#) [动态商品广告](#) [数据报告](#) [工具中心](#)

欢迎您登录闪投业务端

我们为您提供多种行之有效的产品方案，帮助您提升推广效果



闪投高级样式

提供全面的搜索广告高级样式
一站式、快捷创建，高级感呈现
为您的商品和服务带来更多曝光机会、更高点击率

[开始使用](#)



动态商品广告

提供智能化商品投放解决方案，一次设置，千人千面、精准匹配
提升广告创意制作效率、提升转化，降低营销成本

普通计划

无需新建计划，在已有普通凤巢计划上，
基于关键词匹配商品并投放

[开始使用](#) [产品介绍](#)

商品计划

需新建商品计划，以商品为维度管理投放和出价，
并自动帮您获取与商品相关的长尾流量，降低营销管理成本

[开始使用](#) [产品介绍](#)

商品计划账户搭建 | 新建推广计划



设置推广计划



设置推广单元



设置创意模板



预览并提交

点击新建计划

推广

商品推广

首页

动态商品广告

数据报告

工具中心

neibuPA

我的账户树

搜索计划名称

所有计划

- 电饭锅
- 鲜花
- 鲜花测试122001
- 海军计划
- 鲜花计划 (鲜花测试)
- 0314plan-1
- 房地产二手房
- 1222
- 12
- e3244354
- 12424243
- ceshi112

账户 - neibuPA > 所有计划

普通计划

商品计划

账户状态: 开户金未到 推广余额: 0元 账户预算: 每日52元 系统智能出价: 0.3元

商品计划

商品创意

商品组

+ 新建计划

修改预算

启用

暂停

删除

搜索计划名称

2019-04-10 至 2019-04-10

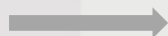
下载

<input type="checkbox"/>	计划名称	计划状态	计划预算	消费	展现	点击	平均点击价格	点击率
	总计-30	-	-	0	0	0	0	0.00%
<input type="checkbox"/>	dsa视频0408	启用	无上限	0	0	0	0	0.00%
<input type="checkbox"/>	dsa0视频	启用	无上限	0	0	0	0	0.00%
<input type="checkbox"/>	今天打老虎 (可删)	启用	无上限	0	0	0	0	0.00%
<input type="checkbox"/>	19四月双端计划勿删	启用	无上限	0	0	0	0	0.00%
<input type="checkbox"/>	0403trace1	启用	无上限	0	0	0	0	0.00%
<input type="checkbox"/>	机械行业测试	启用	无上限	0	0	0	0	0.00%
<input type="checkbox"/>	测试投放时段	启用	无上限	0	0	0	0	0.00%

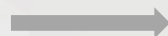
商品计划账户搭建 | 设置推广计划



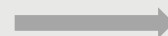
设置推广计划



设置推广单元

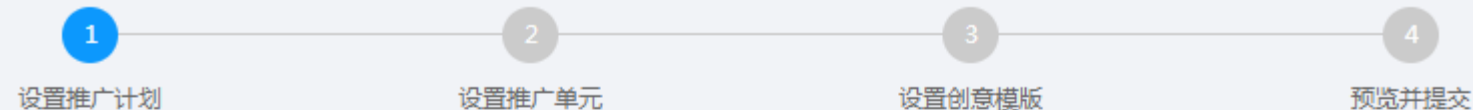


设置创意模板



预览并提交

设置计划内容



* 计划名称：

* 设置预算：☒ 无上限 ☐ 每日

* 投放设备：

* 投放地域：

* 投放时段：

* 投放设备：

* 投放地域：

☒ 无线端 ☒ Android ☒ iOS ☒ 其他 ?

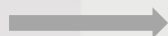
☐ 计算机端

- 设置推广计划名称、预算、投放设备、投放地域和投放时段
- 投放设备可根据需要勾选设备情况

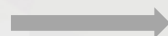
商品计划账户搭建 | 设置推广单元



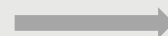
设置推广计划



设置推广单元



设置创意模板



预览并提交

设置单元内容

1

2

3

4

设置推广计划

设置推广单元

设置创意模版

预览并提交

新建单元

批量新建单元

* 单元名称：

全部商品

* 选择商品文件 ②：

测试安徽省那

* 选择商品组 ②：

全部商品

新建商品组

* 设置单元出价：②

请输入数字，最多保留两位小数，如5.12

元

设置监控代码：②

选填，仅填写推广链接后的监控后缀即可

高级设置 >

新建商品组

商品勾选 ②

条件筛选 ②

4 项

待选商品

输入商品名搜索

暑假美国中西部等11天

暑假美国东岸名城名...

暑假亲子游美国东西...

暑假研学游寄宿修学...

0 项

已选商品

输入商品名搜索

未选中任一商品

仅展示前 100 个商品，商品数超过 100 时建议使用「条件筛选」

☒ 保存商品组，用于其他创意计划的投放

请输入商品组名称

0 / 40

- 设置推广单元名称、选择商品文件、选择/新建商品组、设置单元出价和监控代码
- 新建商品组可按商品或条件筛选
- ◆ 分单元进行差异出价
- ◆ 整体商品获得的展示机会
取决于计划预算大小

商品计划账户搭建 | 设置单元



设置推广计划



设置推广单元



设置创意模板



预览并提交

设置单元内容

商品勾选 条件筛选

☐ 50 项 待选商品

☐ 3 项 已选商品

☐ 闪投
☐ 你好
☐ 22222222
☐ AA

☐ 去个产品名方法
☐ 所说的
☐ 低调低调

仅展示前 100 个商品，商品数超过 100 时建议使用「条件筛选」

☒ 保存商品组，用于其他创意计划的投放 0 / 40

商品勾选 **条件筛选**

筛选条件 1: 城市名称 包含 点击选择或输入值后点击搜索

上海 × 全国 ×

并且

筛选条件 2: 标签 包含 点击选择或输入值后点击搜索

餐饮 × 迪奥 淡香水 ×

+ 新建筛选条件

- 商品关联商品中心数据，可按商品勾选或条件筛选
- 商品勾选**：当商品文件中商品数量小于100个时，推荐使用勾选法
- 条件筛选**：当商品文件中商品数量大于100个时，按照商品中心字段设置一个或多个条件组合筛选

商品计划账户搭建 | 设置单元



设置推广计划



设置推广单元



设置创意模板



预览并提交

设置单元内容

高级设置 ▾

导入搜索词：? [上传Excel](#) [下载Excel模板](#) 非必填，可帮助您快速导入搜索词，请先下载Excel模板，然后上传

搜索词：必填，请输入搜索词

插入商品中心... ▾

0/40

短语 ▾

出价：选填，如：5.12

访问链接：选填

推广URL

调起URL ?

添加一个搜索词

* 设置单元出价：?

请输入数字，最多保留两位小数，如5.12 元

设置监控代码：?

选填，仅填写推广链接后的监控后缀即可

高级设置 ▸

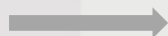
- 可使用excel模板批量导入搜索词或直接添加搜索词，并对搜索词出价

- ◆ 搜索词可帮助圈定希望投放的流量，达到流量优化或扩充的目的
- ◆ 针对优质搜索词提高出价，提升获取流量、精准流量的能力
- ◆ 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较低的流量

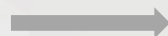
商品计划账户搭建 | 设置创意模板



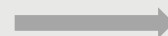
设置推广计划



设置推广单元



设置创意模板



预览并提交

通用创意填写

1

2

3

4

设置推广计划

设置推广单元

设置创意模版

预览并提交

便捷操作：

导入已有创意

非必需，可帮助您快速导入已有计划单元中的创意

* 通用创意标题：?

必填，请输入通用创意标题

插入商品中心字段

* 移动访问链接：?

推广URL

小程序URL

调起URL

选填，例如：baiduboxapp://swan/{{appid}}

插入商品中心字段

* 通用文本描述：?

必填，请输入通用文本描述

插入商品中心字段

* 创意显示链接：

必填，例如：http://www.jd.com

0/23

移动访问URL的区别：

- 推广URL：在任何浏览器下，都可跳转Wap页面（也称H5页面）
- 小程序URL：仅在手百浏览器下，跳转小程序落地页
- 调起URL：在任何浏览器下，对已安装App的用户，跳转到App页面

打开的优先级：

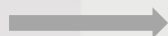
调起URL > 小程序URL > 推广URL

- 通用创意部分属于必填信息
 - 支持插入商品中心字段，也可导入已有创意
 - PC访问链接优先级高于搜索词链接
 - 移动访问链接可设置推广url、小程序url和调起url
- ◆ 根据推广商品组特征、商品的属性及特色，匹配填写高质量、高相关性的创意内容

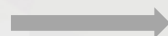
商品计划账户搭建 | 设置创意模板



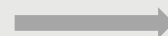
设置推广计划



设置推广单元



设置创意模板



预览并提交

样式及展现字段选择

☒ 活动系列

京东女王节，满减优惠乐不停

护肤化妆品任你选

车厘子低至39.9元/450g

查看详情

京东年货节，海量新鲜时蔬水果不限量

服装服饰

美妆美颜

京东 VI 广告

样式高级设置

样式高级设置

☒ 商品计划-活动大图-无线端

* 创意标题: 插入商品中心字段

* 标题链接: 插入商品中心字段

* 选择模板: 搜索-无线-单品单图-电商3-1

* 商品图片: 插入商品中心字段

商家logo: ☒ 使用商品中心字段 ☐ 本地上传

插入商品中心字段

* 活动: 插入商品中心字段

* 商品: 插入商品中心字段

* 优惠: 插入商品中心字段

* 描述内容: 插入商品中心字段

* 子链1: 插入商品中心字段

* 子链1链接: 插入商品中心字段

预览:

京东女王节，满减优惠乐不停。

护肤化妆品任你选

车厘子低至39.9元/450g

查看详情

京东年货节，海量新鲜时蔬水果不限量。领券满100享8折。

服装服饰

美妆美颜

护肤化妆

京东 VI 广告

点击预览

- 勾选所需投放的样式
- 点击样式高级设置，可编辑样式字段详情

◆ 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，在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**

◆ 需注意商品特征与商品字段、配图的相关性，以及配图质量及风格的一致性



商品计划账户搭建-搜索词管理 | 添加搜索词

- 可进入单元内-搜索词菜单，选择【+搜索词出价】可使用excel模板批量导入搜索词或直接添加搜索词，并对搜索词出价

我的账户树

搜索计划名称

所有计划

账户 - [模糊]

单元状态: 启用 [图标] 单元出价: 20.3 元 [图标]

商品创意

+ 搜索词出价 [批量设置] [启用] [暂停] [删除] [搜索词报告] [否定词] [搜索词查找]

搜索词

	搜索词	状态	出价	匹配方式
<input type="checkbox"/>	[模糊]	启用	[模糊]	短语

添加搜索词出价

导入搜索词: [?] [上传Excel] [下载Excel模板] 非必填，可帮助您快捷导入搜索词，请先下载Excel模板，然后上传

搜索词: 必填，请输入搜索词 [插入商品库字段] 0/40 [短语] 出价: 选填，如: 5.12 访问链接: 选填

添加一个搜索词



商品计划账户搭建-搜索词管理 | 添加搜索词

- 在添加搜索词时，还可使用添加模板词（商品中心字段）的形式，进行批量设置
- 点击【+搜索词出价】后，选择需要插入的商品中心字段并设置出价

The screenshot displays the 'Add Search Term Bidding' (添加搜索词出价) dialog box. The dialog is overlaid on the main search term management interface. The main interface shows a list of search terms with columns for 'Search Term' (搜索词), 'Status' (状态), 'Bid' (出价), and 'Matching Method' (匹配方式). The 'Add Search Term Bidding' dialog box contains the following elements:

- Import Search Term:** A section with a question mark icon, 'Upload Excel' (上传Excel), and 'Download Excel Template' (下载Excel模板) links. A note states: 'Non-mandatory, can help you quickly import search terms, please download the Excel template first, then upload'.
- Search Term:** A text input field containing '#price#'. Below it is a 'Add a Search Term' (添加一个搜索词) button.
- Insert Product Center Field:** A dropdown menu with an upward arrow, currently showing 'Insert Product Center Field' (插入商品库字段). A red box highlights this dropdown.
- Field List:** A list of product center fields with their respective percentages:
 - id | 商品库系统ID
 - name | 商品名称 | 占比: 100%
 - sellerName | 广告主站点名称 | 占比: 100%
 - price | 商品价格 | 占比: 100%
 - title | 商品描述简介 | 占比: 100%
 - outerID | 商品ID | 占比: 100%
 - value | 商品原价 | 占比: 100%
 - category | 一级类目 | 占比: 100%
- Short Phrase:** A dropdown menu set to 'Short Phrase' (短语).
- Bid:** A text input field containing 'Select, e.g.: 5.12' (选填, 如: 5.12).
- Access Link:** A text input field containing 'Select' (选填).

商品计划账户搭建-搜索词管理 | 添加否定词

➤ 进入单元内-搜索词菜单，点击【否定词】后，可进行【包含否定】或【精确否定】词的添加

The screenshot displays the search term management interface. On the left is a sidebar with '我的账户树' (My Account Tree) and '所有计划' (All Plans). The main area shows account details like '单元状态: 启用' (Unit Status: Enabled) and '单元出价: 20.3 元' (Unit Bid: 20.3 Yuan). A top navigation bar includes buttons for '+ 搜索词出价' (Add Search Term Bid), '批量设置' (Batch Settings), '启用' (Enable), '暂停' (Pause), '删除' (Delete), '搜索词报告' (Search Term Report), and '否定词' (Negate), which is highlighted with a red box. Below this is a table with columns for '出价' (Bid) and '匹配方式' (Matching Method). A modal window titled '否定词' (Negate) is open, showing tabs for '包含否定' (Include Negate) and '精确否定' (Exact Negate). The modal contains a definition: '定义: 若搜索词完全包含否定词, 则推广结果不展现' (Definition: If the search term completely contains the negative keyword, the promotion results will not be displayed), a requirement: '要求: 每个否定词1行, 最长不超过20个中文字 (对应40个英文字符); 您最多可设置 200 个否定词' (Requirement: Each negative keyword 1 line, maximum length 20 Chinese characters (corresponding to 40 English characters); you can set up to 200 negative keywords), and a large text input area. At the bottom of the modal are '确定' (Confirm) and '取消' (Cancel) buttons. A red arrow points from the '否定词' button in the top bar to the modal.

我的账户树

搜索计划名称

所有计划

账户 -

单元状态: 启用 单元出价: 20.3 元

商品创意

+ 搜索词出价 批量设置 启用 暂停 删除 搜索词报告 否定词 搜索词查找

商品数据

单元效果诊断

否定词

包含否定 精确否定

定义: 若搜索词完全包含否定词, 则推广结果不展现

要求: 每个否定词1行, 最长不超过20个中文字 (对应40个英文字符); 您最多可设置 200 个否定词

确定 取消

出价	匹配方式
	短语
	短语



商品计划账户搭建-搜索词管理 | 修改出价

- 进入单元内-搜索词菜单，点击【出价】下修改框，可对已设置的搜索词价格进行修改
- 勾选需要修改的搜索词后，选择【批量设置】-【出价】可进行价格的批量修改

The screenshot displays the search term management interface. At the top, it shows '单元状态: 启用' and '单元出价: 20.3 元'. Below this is a navigation bar with '商品创意', '搜索词', and '商品数据'. The '搜索词' section contains a table of search terms. A red box highlights the '出价' (Bidding) column header, and another red box highlights a specific bidding value '元' in the table. A red arrow points from the '批量设置' (Batch Settings) button to the '出价' dropdown menu. A modal window titled '设置匹配方式' (Set Matching Method) is open, showing options for '精确' (Exact) and '短语' (Phrase) matching. The '短语' option is selected. The modal also includes a note about the impact of matching methods on bidding and buttons for '确定' (Confirm) and '取消' (Cancel).

单元状态: 启用 单元出价: 20.3 元

商品创意 搜索词 商品数据

+ 搜索词出价 批量设置 启用 暂停 删除 搜索词报告 否定词 搜索词查找

搜索词	状态	出价	匹配方式
...	启用	元	短语
...	...	元	短语

设置匹配方式

以搜索词为基础，通过不同匹配方式，增加影响词里的范围

☐ 精确 搜索词 完全等于 字面

☒ 短语 搜索词 包含 字面/字面同义词

对出价的影响：同一搜索词同时存在精确和短语匹配，出价以精确优先

确定 取消



商品计划账户搭建-搜索词管理 | 修改匹配方式

- 进入单元内-搜索词菜单，点击【匹配方式】下修改框，可对已设置的搜索词匹配方式进行修改
- 勾选需要修改的搜索词后，选择【批量设置】-【匹配方式】可进行匹配方式的批量修改

The screenshot displays the search term management interface. On the left, there is a sidebar with '商品创意' (Creative), '搜索词' (Search Term), and '商品数据' (Product Data). The main area shows a table of search terms. The first row is highlighted, and the '匹配方式' (Match Method) column for the first search term is set to '短语' (Phrase). A red box highlights the '匹配方式' column header and the '短语' value. A red arrow points from the '批量设置' (Batch Settings) button to the '匹配方式' dropdown menu. Another red arrow points from the '短语' value to the '设置匹配方式' (Set Match Method) dialog box.

单元状态: 启用 单元出价: 20.3 元

商品创意
搜索词
商品数据

+ 搜索词出价 批量设置 启用 暂停 删除 搜索词报告 否定词 搜索词查找

	搜索词	状态	出价	匹配方式
<input type="checkbox"/>	搜索词			
<input checked="" type="checkbox"/>	访问URL	启用	元	短语
			元	短语

设置匹配方式

以搜索词为基础，通过不同匹配方式，增加影响词量的范围

☐ 精确 搜索词 完全等于 字面

☒ 短语 搜索词 包含 字面/字面同义词

对出价的影响：同一搜索词同时存在精确和短语匹配，出价以精确优先

确定 取消

附1 — 商品中心对接流程

附2 — 账户搭建操作流程

附3 — 效果诊断工具说明

附4 — 效果监控报告说明

附



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



效果诊断工具 | 诊断入口

入口1：
计划层级【商品单元】，点
击【查看】单元效果诊断

账户 - baidu- 计划

计划状态：启用 计划预算：2000 元 操作记录

商品单元 + 新建单元 + 批量新建单元 批量设置 启用 暂停 删除 搜索单元名称 2019-04-10 至 2019-04-10 下载

商品创意	平均点击价格	点击率	监控代码	单元出价	投放商品数量	单元效果诊断	操作
	2.2	9.98%	-	-	-	-	-
	2.23	10.56%	-	1.4元	已投放3220个商品	查看	编辑
	3.49	5.22%	-	1.4元	已投放2373个商品	查看	编辑

账户 - baidu- 计划 > 单元

单元状态：启用 单元出价：1.4 元

商品创意
搜索词
商品数据
单元效果诊断

流量漏斗

2019-04-09

阶段	流量比例	流量环比
商品组覆盖流量	100%	-25%
广告生成覆盖流量	42%	-13%
广告胜出覆盖流量	<1%	-5%

商品组覆盖流量
83421PV

广告生成覆盖流量
35113PV

广告胜出覆盖流量
482PV

入口2：
单元层级直接点击【效果诊断】



效果诊断工具 | 流量漏斗

- 反映投放单元各阶段流量情况，最新漏斗数据为“昨日”数据
- 可按【广告生成覆盖流量】、【广告胜出覆盖流量】逐层进行流量诊断及优化



阶段	流量比例	流量环比
商品组覆盖流量	100%	-25%
广告生成覆盖流量	42%	-13%
广告胜出覆盖流量	<1%	-5%



效果诊断工具 | 逐层分析

影响因素

优化建议

广告生成覆盖流量

- 单元设置
- 创意生成率

- 否定词过多、搜索词无补充、出价过低都可能使覆盖流量降低
- 每日查看创意生成率分析，务必根据诊断结果，对商品中心中的商品进行修改，使创意生成率满足90%以上，提升商品组覆盖流量范围，以增加最终广告胜出的机会
 - ✓ 【商品拒审】：送审后某字段被拒审导致商品整体审核拒绝，该商品无法投放，影响商品流量覆盖范围
 - ✓ 【字段拒审】：送审后某字段被拒审（被拒审的字段无法使用），不影响商品投放，但会降低商品流量覆盖范围
 - ✓ 【报警】：商品进入商品中心时由于不符合schema要求（例如字段值过大或过长），被警告入库，该字段无法使用

广告胜出覆盖流量

- 创意数量
- 创意质量
- 出价竞争力

- 全样式投放或尽可能多的选择样式，可提高商品胜出概率
- 结合商品特点以及参考解决方案，进行创意的编辑优化工作，提高创意质量度以提升商品胜出概率
- 综合搜索词纬度的流量竞得率、出价建议，对搜索词进行针对性的出价优化，提升商品胜出概率

效果诊断工具 | 商品文件修改

- 进入商品中心修改商品文件【<http://product.baidu.com>】
- **【商品拒审】**：送审后某字段被拒审导致商品整体审核拒绝，该商品无法投放，影响商品流量覆盖范围

商品管理 工具中心 账户管理 帮助手册 NeibuPA					
系统 ID	商品名称	商家内部 ID	状态	最后更新时间	审核状态
30580	数码相机 黑卡系列 CMOS传感器...	00000000	成功	2019.03.29 21:09	字段拒审
30520	13B-C639SG 劲磨免滤3.0 制浆容...	00000000	拒审原因:您在百度注册的推广服务账户涉嫌为多个公司进行推广,请确保一个账户只为一家公司推广,拒审字段:targetUrl,拒审内容:		字段拒审
31320	RBC-15M电炖盅1.5L容量白瓷内胆...	00000000			字段拒审
30600	4K超高清UHD液晶显示屏 语音遥...	00000000	成功	2019.03.29 21:09	商品拒审
30580	PF 452升对开门冰箱 风冷无霜 纤...	00000000	成功	2019.03.29 21:09	字段拒审

效果诊断工具 | 商品文件修改

- 进入商品中心修改商品文件【<http://product.baidu.com>】
- **【字段拒审】**：送审后某字段被拒审（被拒审的字段无法使用），不影响商品的投放，但是会降低商品流量覆盖范围

商品管理 工具中心 账户管理 帮助手册 NeibuPA					
系统 ID	商品名称	商家内部 ID	状态	最后更新时间	审核状态
30580	数码相机 黑卡系列 CMOS传感器...	00000000	成功	2019.03.29 21:09	字段拒审
30520	13B-C639SG 劲磨免滤3.0 制浆容...	00000000	成功	2019.03.29 21:09	字段拒审
31320	RBC-15M电炖盅1.5L容量白瓷内胆...	00000000	成功	2019.03.29 21:09	字段拒审
30600	4K超高清UHD液晶显示屏 语音遥...	00000000	成功	2019.03.29 21:09	商品拒审
30580	PF 452升对开门冰箱 风冷无霜 纤...	00000000	成功	2019.03.29 21:09	字段拒审

拒审字段:sellerSiteUrl,拒审内

容: 拒审原因:您在

百度注册的推广服务账户涉嫌为多个公司进

行推广,请确保一个账户只为一家公司推广;

拒审字段: ,拒审

内容:

效果诊断工具 | 商品文件修改

➤ 进入商品中心修改商品文件【<http://product.baidu.com>】

➤ **【报警】**：商品有选填字段不符合数据标准，该商品报警字段的信息未录入商品中心，该商品其他字段可用于投放。

例行更新 ⓘ：已启用



更新保护 ⓘ：已开启



展开更多 ▾

编辑商品文件

删除

批量转换工具

筛选：

请选择商品字段

请选择 ▾

请输入

查询

下载 ▾

分析工具

系统 ID ▾	商品名称	商家内部 ID	状态 ⓘ ▾	最后更新时间 ▾	审核状态
326631	具篮 小号珊瑚...	645	报警	2019.04.15 12:57	未投放
326801	插座无线转换器...	275	报警	2019.04.15 12:57	未投放
326721					

字段名称

中文含义

字段内容

id

商品库系统ID

45

name

商品名称

篮 小号珊瑚红NS029

商品中心校验结果

选填字段『gtin（全球贸易项目代码）』文本内容字符长度超出范围：1-20；实际长度：21。

附1 — 商品中心对接流程

附2 — 账户搭建操作流程

附3 — 效果诊断工具说明

附4 — 效果监控报告说明

附



效果监控报告 | 优化

投放初期的基本要求

- **商品中心字段完整**
流量的保障
- **商品中心的拼接成功率**
展现的前提
- **样式的多选/全选**
胜出率的提升

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

➤ 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

展现低

- **商品中心：**核实商品有效性，是否有商品更新失败及拒审率较高情况；
- **流量：**参考搜索词报告，判断流量的覆盖情况；
- **价格：**对于流量较大的搜索词可以通过添加搜索词/搜索词模版提高出价，竞得更多流量；
- **相关性：**关键词&流量、流量&商品的相关性；商品落地页的差异性；

CTR低

- **相关性：**流量&商品相关性；
- **样式：**样式的选择；字段的选择；不同商品的字段差异；关闭低CTR的样式；
- **创意质量：**创意/图片质量；创意/标题的描述；
- **搜索词：**提高CTR高的搜索词价格；降低CTR低的搜索词价格；

ROI低

- **落地页：**落地页&商品/流量的相关性；
- **搜索词：**提高ROI高的搜索词价格；降低ROI低的搜索词价格；

效果监控报告 | 搜索词报告

➤ 进入计划-单元-搜索词内，选择搜索词报告

Baidu推广 | 商品推广

闪投高级样式 动态商品广告 数据报告 工具中心 | NeibuPA

我的账户树

搜索计划名称

所有计划

账户 - > 计划 - > 单元 -

单元状态: 启用 单元出价: 4.5 元

商品创意

搜索词

+ 搜索词出价

批量设置

启用

暂停

删除

搜索词报告

否定词

搜索词查找

<input checked="" type="checkbox"/>	搜索词	状态	出价	匹配方式	访问
<input checked="" type="checkbox"/>		启用	4元	短语	

搜索词报告

搜索词出价

添加为否定词

2019-01-27 至 2019-01-27

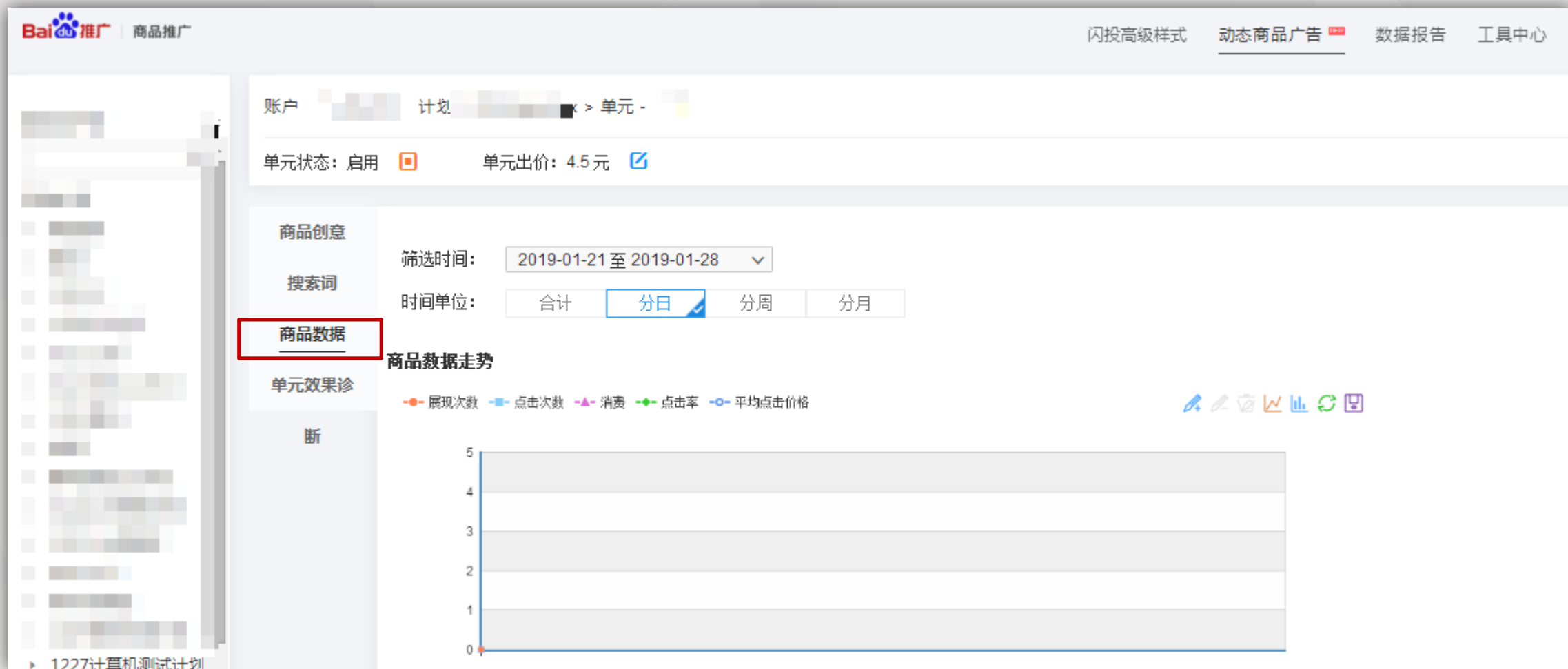
下载

<input type="checkbox"/>	搜索词	出价词	展现	点击	消费	点击率	出价状态
没有数据							

每页显示 50 1

效果监控报告 | 商品数据报告

➤ 进入计划-单元-商品数据，即可查看商品数据报告





效果监控报告 | 样式报告

➤ 在闪投-标题导航栏内选择【数据报告】，进入【商品计划数据】，可根据需要进行分样式的筛选

推广

商品推广

闪投高级样式

动态商品广告

数据报告

工具中心

闪投高级样式数据

普通计划数据

样式高展现数据

商品计划数据

聚屏数据及设置

商品计划数据

推广类型：

全部

小程序

筛选时间：2019-01-21 至 2019-01-28

时间单位：合计

分日

分周分月

筛选样式：

全部

筛选计划/单元：

已选全部

下载分样式

● 展现次数

■ 点击次数

▲ 消费

◆ 点击率

○ 平均点击价格

5

4

3

2

1

0

全选

橱窗类

全息类

全部

全部全息类

全部列表类

全部视频类

商品计划-商品橱窗-计算机端

商品计划-单品橱窗-计算机端

商品计划-单品横划卡片-无线端

商品计划-商品橱窗-无线端

商品计划-橱窗精选-无线端

商品计划-全息-计算机端

商品计划-全息图文-无线端

全部橱窗类

全部导航类

全部活动类

商品计划-类目橱窗-计算机端

类目橱窗-无线端

全景橱窗-无线端

商品计划-单品橱窗-无线端

商品计划-全息-无线端

确定

取消