

汽车阿拉丁推广产品介绍

商务搜索商品推广部

2019.01

第一部分

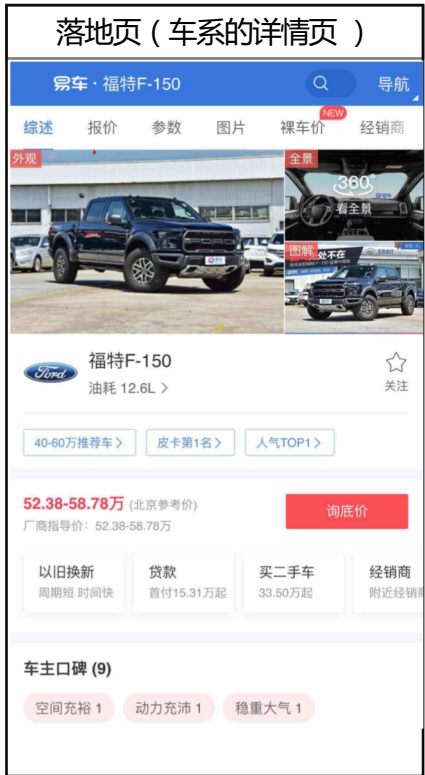
信息流阿拉丁

信息流阿拉丁- 汽车文章底部的车型广告

产品特点

- 流量蓝海 依托用户产品的天然内容生态，商品是内容的一部分
- 内容营销 商品是内容的一部分，内容认同驱动购买、粉丝激活
- 沉浸体验 用户 + 内容 + 商品 智能小程序流畅体验
- 商品库赋能 闪投海量商品库推荐能力覆盖至内容分发

“边看边买” – 百家号文中商品卡片



合作规则介绍

□ 资源方准入条件：

- ✓ 具有较高行业知名度和市场声誉，拥有线上推广资质；
- ✓ 具备一定技术能力，提交物料覆盖度：**全量提交车系的总数量必须和客户网站的车系数量**；

□ 计费方式：

- ✓ CPC计费，对所有外跳至广告主落地页的点击计费；

□ 竞拍周期：

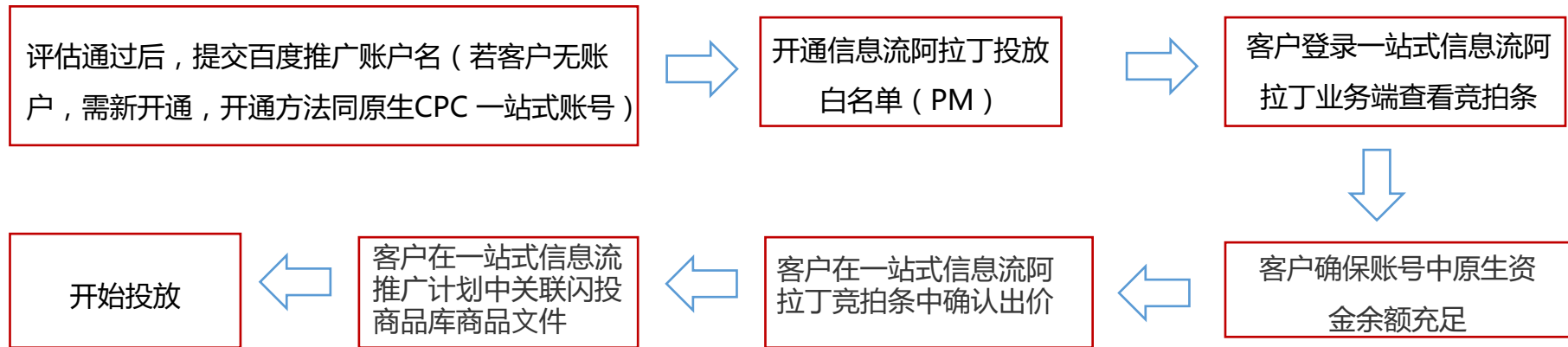
- ✓ 周期性竞价（**6个月**）

□ 竞拍规则：

- ✓ 竞拍前提供一站式账号，加入阿拉丁白名单后可在约定时间内竞拍；
- ✓ 展现采用**多资源方补余展现**的形式；成交价不会高于出价。

说明：竞拍可能出现如下情况：如果加入白名单后，客户一旦邮件确认参与，竞拍结束后不出价的客户：系统默认以底价成交。如果多家均不出价：系统以加入竞拍白名单顺序确定优先展现权，先加入的客户展现权优先；如果出价相同情况下：时间上先出价的客户展现权优先。如果获取第一名的优先展现权，无论是否出价：均需按约定进行投放，并加入阿拉丁产品黑名单。

合作接入流程说明



接入流程说明：

1. 【客户】需求评估通过后，客户提交期望进行此次投放的百度推广账户名和user ID（若客户无账户，需新开通，开通方法同凤巢，建议为通用账户）；
2. 【PM】商业侧PM为客户指定账户添加白名单，并绑定出价配置；
3. 【客户】客户在一站式后台：在首页可看到阿拉丁产品模块，可以查看；
4. 【客户】充值资金，保证账户有一个月账户消费余额；
5. 【客户】客户在一站式竞拍中确认出价，按要求制作物料并在规定时间内提交上传至闪投商品库；
6. 【客户】配置推广商品组，在一站式信息流推广计划中关联闪投商品库商品文件
7. 【客户】在落锤时间截止前，可参与出价，如未出价，默认为底价；

A：需要客户单独为信息流阿拉丁制作商品文件吗？

Q：不需要，信息流阿拉丁使用闪投商品库（BMC）中的商品组，客户可以在一站式商业阿拉丁推广计划中导入BMC中的商品组文件，配置投放。

A：客户怎样为信息流阿拉丁搭建推广计划？

Q：信息流阿拉丁的推广计划由系统自动生成。每个资源品类（如文中商品卡-3C数码）分别在一站式竞标。客户通过资质审核，由PM开通特定品类的白名单，登录一站式后即可见系统生成的信息流阿拉丁推广计划，客户在信息流阿拉丁推广计划中为商品卡点击设定CPC出价，出价不得低于行业保留底价。该推广计划中所有商品在详情页对应位置的点击均按推广计划的CPC成交价（CPC成交价通常等于出价）。

A：信息流阿拉丁有点击反作弊机制吗？

Q：有。信息流阿拉丁点击计费，经由百度商品产品点击反作弊过滤。

A：信息流阿拉丁推广计划中可以选择创意样式吗？

Q：目前不可以。商业阿拉丁属于定制化变现，商品卡的呈现属于内容的一部分，由百度根据用户体验需求和规范决定商品卡的呈现样式。

A：信息流阿拉丁支持配置关键词定向吗？

Q：不需要。信息流阿拉丁属于内容中专属商品推广位置，具有稳定展现要求，推广计划中不含创意和推广单元层级，不支持关键词等定向方式。

销售政策

用户类型	直销（售卖）	KA（售卖）	渠道（售卖）
充值、消费资金包	推广共享资金包	与原生产品线合同相同，使用原生推广资金包	代理原生推广资金包
分产品框架资金包	框架-原生资金包	不涉及	不涉及

第二部分

搜索阿拉丁

阿拉丁推广概述

产品概述

产品定义：

- 以满足用户体验为前提，将客户优质的产品和服务结构化信息前置，以图文特型样式展示在自然搜索结果中。

触发机制：

- 广告主按合作类目要求提交XML物料，可覆盖词类：通用词，产品词，精准匹配触发。

产品价值



对用户

- 丰富了自然搜索用户体验
- 垂直领域最佳内容/服务的汇聚和梳理
- 满足和激发消费决策的便捷达成



对广告主

- 自然搜索结果最佳用户体验中的品牌和内容/服务前置
- 精准触达，用户意图强匹配
- 细分垂类定制体验，精准受众导流

自然结果

稳定展现

无广告标

产品示例



用户搜索结果中的图文特型

汽车展示样式与策略

- PC端展现样式

单资源导流

平台型客户

[【林肯MKZ】汽车报价](#)[|图片](#)[|热门车型推荐](#)[_易车网](#)



易车网

报价: 26.18-37.88万

品牌: 林肯汽车

排量: 2.0L 2.0T

变速箱: 自动

油耗: 4.1-7.9L/100km

级别: 中型车

[参数配置](#) [最新报价](#) [实拍大图](#) [口碑](#) [论坛](#)

热门车型

2.0L

车型

指导价

全国最低价

[2018款 2.0T 尊悦版](#)

26.18万

21.67万

[询底价>>](#)

[2018款 2.0T 尊享版](#)

28.18万

22.66万

[询底价>>](#)

[2018款 2.0T 尊雅版](#)

30.88万

24.88万

[询底价>>](#)

[更多在售车型\(共7款\)>>](#)

[www.yiche.com](#) 2018-10-24 ▼

竞价模式

周期一年

包括泛需求、品牌、车系卡、图片、视频、口碑、4S店卡、具体经销商8张卡片

汽车展示样式与策略

- PC端展现样式

汽车		百度一下
宝马		百度一下
宝马X3		百度一下
宝马X5图片		百度一下
宝马X5视频		百度一下
宝马x5怎么样		百度一下
宝马4s店		百度一下
安徽孚迪汽车销售有限公司		百度一下

安徽孚迪汽车销售有限公司地址|电话_易车网



用户评分：★★★★★（极佳）

关注度：第1名（已认证4S店）

电话：4001256616

[公司介绍](#) [查看地图](#) [车型报价](#) [促销新闻](#) [车型图片](#) [询底价](#)

详细信息

地址：合肥市包河区纬一路（长春街）13号 询价享优惠，到店更便宜，优惠促销不容错过 [查询底价](#) [查看>>](#)

热销车型：迈腾、速腾、宝来、探歌、大众CC [查看>>](#)

[查看全部在售车型>>](#)

dealer.bitauto.com 2018-10-15 ▾

包括泛需求、品牌、车系卡、图片、视频、口碑、4S店卡、具体经销商8张卡片

汽车展示样式与策略

Wise端展现样式

车型 / 车系询底价

宝马X1 对比 北京

概览 参数 图片 优惠 资讯 口碑

参数配置

厂家：华晨宝马 级别：SUV
油耗：6.1-7.3L 颜色：

贷款

询底价

宝马X1 对比 北京

概览 参数 图片 优惠 资讯 口碑

2018款 sDrive18Li 时尚版 18.79万

6速手自一体 指导价: 28.38万

加入对比

购车计算

询底价

图片询底价



文底阿拉丁

2018年10月高性价比优惠车推荐 凌渡/迈腾/XEL/A4L



相关车系

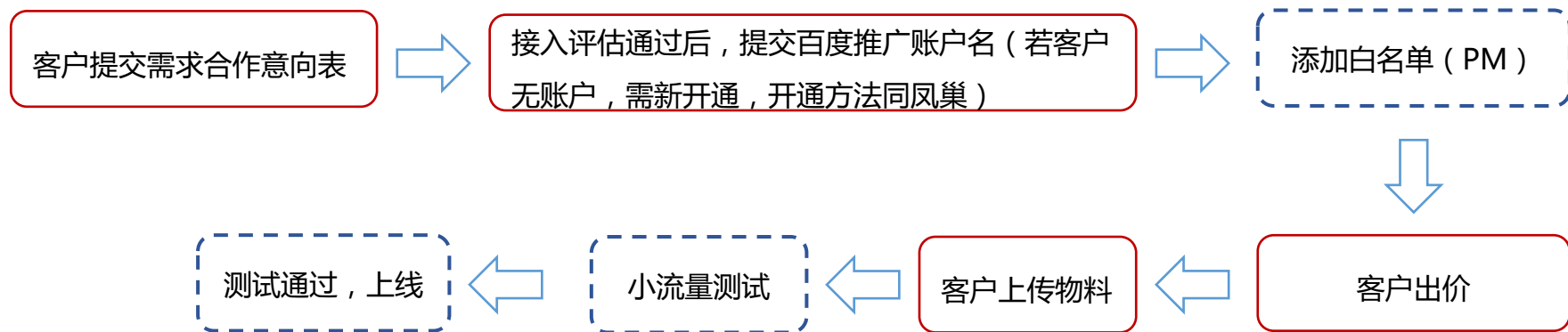
图片	报价	参配	口碑	询底价
全部车型				
2019款 经典 1.6XE+ 手动 智联领先版	¥10.63万	询底价		
2019款 经典 1.6XE+ 手动 智联豪华版	¥10.63万	询底价		
2019款 1.6XE 手动 舒适版	¥11.90万	询底价		

泛需求：汽车、十万左右的汽车，SUV排行榜，7座SUV
品牌词：宝马
车系：宝马X3，
其他：价格：宝马X3价格，图片：宝马X3图片，参配：宝马X3配置

2019年汽车阿拉丁可售流量参考（ Q3均值 ）

设备	卡片名称	日均PV	日均点击	CTR
PC	PC汽车-车系报价卡	3,100,000	80,369	3%
PC	PC汽车-品牌厂商卡	650,516	38,735	6%
PC	PC汽车-找车卡	15,162	2,123	14%
PC	PC汽车-车系口碑卡	12,237	2,319	19%
PC	PC4S店卡	7,764	3,297	42%
PC	PC具体经销商	3,968	993	25%
PC	PC汽车-汽车视频卡	1,493	183	12%
PC	PC汽车-汽车图片卡	2,662	257	10%
wise	车系询底价			
wise	车型询底价			
wise	图片询底价	720w	9.5W	1.3%
wise	经销商			
wise	优惠购车			
Feed	汽车文章-汽车卡片	11,31W	10W	1.5%-2.0%

汽车接入流程说明



接入流程说明：

1. **【客户】** 提交需求合作意向表
2. **【PM】** 客户接入需求评估，7个工作日内答复
3. **【客户】** 需求评估通过后，客户提交期望进行此次投放的百度推广账户名和user ID（若客户无账户，需新开通，开通方法同凤巢，建议为通用账户）；
4. **【PM】** 商业侧PM为客户指定账户添加白名单，并绑定出价配置；
5. **【客户】** 客户在账户里开通商业阿拉丁使用权限：在推广账户首页右上角点击“全部商业产品”，认真阅读在线服务协议并确认后，开通阿拉丁产品线，之后在首页可看到阿拉丁产品模块，点击后将进入竞拍系统，可操作出价；
6. **【客户】** 在落锤时间截止前，可参与出价，如未出价，默认为底价；
7. **【客户】** 客户按要求制作物料并在规定时间内提交上传；
8. **【PM】** 进行小流量测试
9. **【PM】** 测试通过后上线

合作规则介绍

□ 资源方准入条件：

- ✓ 具有较高行业知名度和市场声誉，拥有线上推广资质；
- ✓ 具备一定技术能力，提交物料覆盖度：**全量提交车系的总数量必须和客户网站的车系数量一致**；

□ 计费方式：

- ✓ CPC计费，对所有外跳至广告主落地页的点击计费；

□ 竞拍周期：

- ✓ 周期性竞价（**6个月**）

□ 竞拍规则：

- ✓ 竞拍前提供一站式账号，加入阿拉丁白名单后可在约定时间内竞拍；
- ✓ 展现采用**多资源方补余展现**的形式；成交价不会高于出价。

说明：竞拍可能出现如下情况：如果加入白名单后，客户一旦邮件确认参与，竞拍结束后不出价的客户：系统默认以底价成交。如果多家均不出价：系统以加入竞拍白名单顺序确定优先展现权，先加入的客户展现权优先；如果出价相同情况下：时间上先出价的客户展现权优先。如果获取第一名的优先展现权，无论是否出价：均需按约定进行投放，并加入阿拉丁产品黑名单。

THANK YOU