

百度原生-程序化创意 产品手册

百度商业产品运营部 | 原生创意组

运营部

目录

CONTENTS

① 产品介绍

② 操作指南

③ 优秀案例

④ 附录

1

产品介绍

- 基本概念
- 投放痛点
- 产品优势
- 核心能力



基本概念

产品介绍



程序化创意

支持广告主多标题+多物料（图片/视频）批量投放；每次创意展现，AI优选最佳创意组合，帮助广告主找到『**标题+图片/视频+样式**』的最优投放；同时还支持单创意多流量自动适配，在提升效率的同时，大幅度提升转化量。





产品特点

产品介绍

三效合一，创意智能托管完成最优投放

『效率』 手动搭建创意单元到系统托管创意，减少创意
Abtest(创意组合试错) 损耗，短小时内组合多种组合投放

『效能』 创意优选-筛选最优创意组合投放，高质量创
意多投，低质量创意退场+打破样式局限+审核优势

『效果』 效率提升，提高创意质量度并延长创意衰减周
期，增加创意转化量





投放痛点

产品介绍



操作成本高

标题&图片组合太多，
人工组合随机性太强



放量难

定向放宽，出价调高，
仍然拿不到量



效果衰减快

创意组合数受限，创意生
命周期短，衰减快



验证成本高

验证效果周期太长，金
钱&时间成本高

作为广告主，如果您：

在百度信息流投放的创意环节中遇到了以上难点

那么您在百度信息流上制作创意时，就应该选择：

程序化创意



产品优势

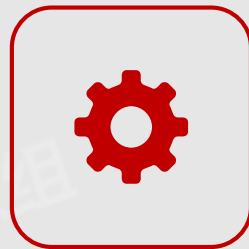
产品介绍

程序化创意 4大优势



更多组合可能

自主上传n个标题，m个内容，程序化创意通过AI和机器学习预估所有组合效果！同时引入**用户特征**，能够实现创意元素组合的千人千面。



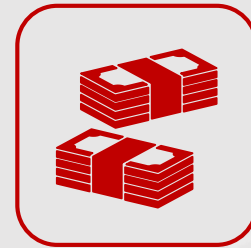
提升曝光&转化量

程序化创意打破样式限制，丰富的创意元素让**流量的填充能力更强**，帮广告主赢得更多曝光，系统优选最佳创意组合，提升创意转化。



延长创意生命周期

程序化创意自动叉乘出丰富的创意组合，**延长创意衰减周期**，减缓效果衰减速度（一般比自定义创意衰减周期慢1周）。



降低测试成本

程序化创意通过预估，**精准投放效果好的优质创意**，为其分配更多预算，以让整体创意获得更多展现，**及时淘汰较差的创意**。



核心能力1 | 创意元素**自动叉乘**，批量生成多种组合可能，提高效率

产品介绍

传统自定义形式

选择样式 + 上传元素

生成创意

单图 + 标题1 + 图片1

创意1

大图 + 标题2 + 图片2

创意2

三图 + 标题3 + 图片3

创意3

⋮

⋮

三图 + 标题N + 图片N

创意N

程序化创意形式

批量上传创意元素

自动叉乘

在线生成创意

批量标题

批量图片

图片

创意1

标题1

小图

图片1

图片2

图片N

创意2

标题2

大图

图片1

图片N

创意3

标题N

固定三图

组图1

组图N

创意N

操作繁琐，效率低：每条创意的标题图片均需独立上传
数量限制：一个单元下，每种样式最多支持创建25条创意

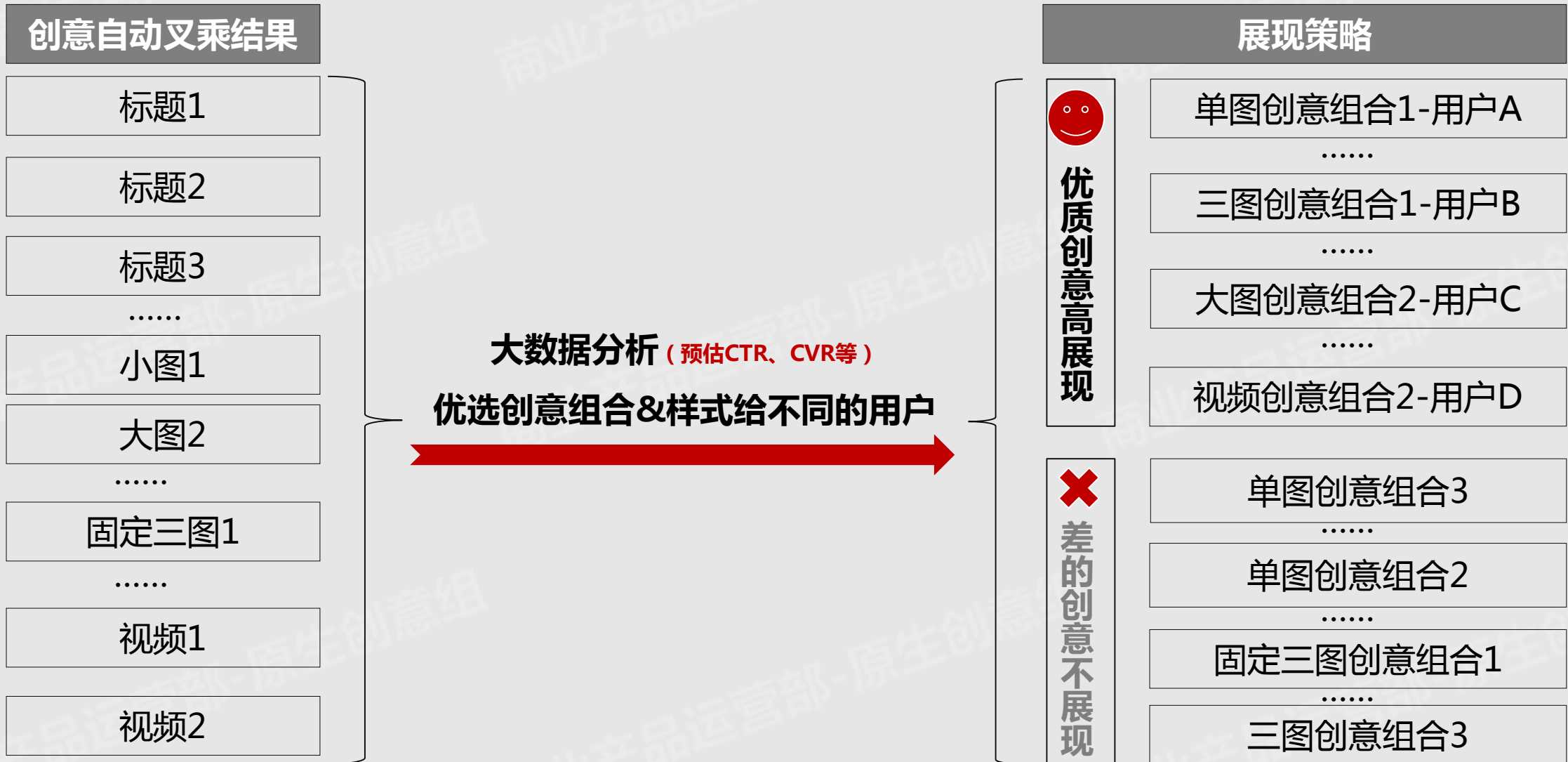
批量生成，便捷高效：批量上传创意标题和图片/视频即可自动叉乘
创意数量：一个单元下，创意元素提满可以智能组合出864套创意组合
(一个程序化单元下最多支持上传6个标题、6张小图、6张大图、6组固定组图、6个视频)



核心能力2

产品介绍

系统优选用户&创意组合，精准投放，提升转化



从大盘实验效果来看，程序化消费占账户20%消费的情况下，账户整体**转化量提升40%**。



产品能力 | 优选能力解析

产品介绍



- ✓ 基于百度机器学习、大数据技术
- ✓ 模型与算法预估能力
- ✓ 图像识别与增强技术

线上建模：后验
数据验证创意元
素 组合效果

离线建模
创意优选

**双模保优
创意探索**

一次PV访问，
基于其状态，
匹配到最优创
意组合

投放建议：
创意元素尽
量多样化；
视频元素单
独投放

突破物料，样
式对创意限制，
提高创意投放
质量，提升效
果



投放要点

产品介绍

元素尽量要**多样化**



创意元素的丰富度至关重要：
一组**程序化创意的各个元素**
(小图/大图/三图/横版视频/竖版视频)都提有物料，保证充足的创意优选空间，有利于增加广告曝光机会，有利于拿量，带来更多转化，
不要频繁更改元素

素材要有**吸引力**



创意元素本身的质量对创意非常重要：**标题/图片/视频本身需要具有一定的吸引力**

业务点要**统一**



同一单元下投放的程序化创意的素材要符合一个业务点；多个业务点的素材需要建立多个单元

周期要**稳定**



程序化创意需要数据积累才能稳定效果，需要保证持续投放，才能达到效果预期



使用指南

产品介绍

• 适配全行业

- 区别于闪投程序化
- 支持API



• 消费门槛低

- 探索阶段-取决于物料数



支持物料多

- 视频（手百，好看），
图片，标题，组件等



数据支撑优

- 创意报告
- 元素报告（元素优化参考）
- **创意组合数据报告（8/15
小流量申请）**



2

操作指南

- 投放流程
- 推广计划
- 推广单元
- 创意设置



投放流程

操作指南

推广计划

推广对象要求：

『网站链接』

『APP下载 (iOS) 』

『APP下载 (Android) 』

推广单元

推广单元要求：

需新建单元/复制已有单元

定向：常规定向

出价：建议结合oCPX

创意

创意生成方式选择：

程序化

重点说明：

①程序化创意单元必须为新建单元：一个单元下只能支持一种创意的生成方式，如账户原有单元的创意为自定义形式，需要新建单元才可选择程序化。

②新建单元有2种形式：第一种：新建操作，需进行定向及出价设置；

第二种：直接复制单元，但不导入旧单元对应的创意内容

③业务端操作流程视频链接：

http://fuwu.baidu.com/main.html?_t=1543918180860#/index/lesson~tn=open2&from=alltool&stageid=&client_id=27KBaCBlvI1iYjMjSxfEVvfw&mi=#/lesson/filterRes~filterId=z0



推广计划

操作指南

新建

选择已有计划?

计划名称：

测试-程序化创意

15/50

复制已有计划?

使用云图快速搭建账户?

选择推广对象：

①

☒ 网站链接

☐ APP下载 (iOS)

☐ APP下载 (Android)

☐ 商品?

预算：

☒ 不限

☐ 自定义

推广日期：

☒ 长期投放

☐ 选择推广日期

推广时段：

☒ 全部时段

☐ 自定义

预算分配控制：

☒ 标准：尽快将广告投放出去，预算可能会在短时间内消耗完

☐ 匀速：根据流量波动，让预算在整个投放日程中较为平稳的消耗

☐ 加速：尽可能获得更多展现，对比标准投放预算消耗更快

✓ 程序化创意支持推广对象：

- 1、**网站链接**：投放Leads收集、订单、中间页形式的APP下载类投放等
- 2、**APP下载 (iOS)**：实现iOS端直接下载，点击创意直接跳转AppStore
- 3、**APP下载 (Android)**：实现Android端直接下载，点击下载按钮直接下载

步骤说明：广告主可新建计划，或在符合推广目标要求的旧计划下
操作

选择推广对象：

『网站链接』 / 『APP下载 (iOS)』 / 『APP下载 (Android)』



推广单元 | 『新建』或『复制』

操作指南

提示：

- 1、一个单元下只能支持一种创意的生成方式，如账户原有单元的创意为自定义形式，需要新建单元才可选择程序化；
- 2、广告主可通过**新建单元**和**复制单元**进行程序化创意单元的设置，当广告主复制单元的时候将直接复用旧单元的定向&出价设置等信息。

选项一：新建单元



新建 选择已有单元

单元名称： 1000 复制已有单元

业务点选择： 可前往资产库创建或管理业务点

版位信息 请勾选投放信息，保存单元后投放流量不可更改

投放流量：☒ 优选流量 ☐ 按媒体名称 ☐ 按流量类型

投放版位：☒ 不限版位 ☐ 自定义

定向设置

定向方式：☒ 新建 ☐ 选择已有定向包 ☐ 新建定向包

投放出价

优化目标：☒ 转化 ☐ 点击 ☐ 曝光

付费模式：☒ oCPM ☐ oCPC

落地页类型：☒ 普通落地页

推广URL： 选择已有页面 新建推广页面

下载百度推广APP，手机随时投放

oCPX实验室 ☒ 开 ☐ 关

其他配置

自动账户优化 ☒ ☐ 兴趣定向 ☐ 意图定向 ☐ 创意

新建单元：

按照需求自主设置『单元名称』『版位信息』『定向设置』『投放出价』『其他配置』等信息

选项二：复制单元

推广单元	状态	所属计划	流量类型	推广版位	展现	点击	消费	点击率	平均点击价格	单元质量分	付费模式	出价(元)	转化目标	目标转化量	目标转化成本	目标转化率	App激活量	操作
总计+1	-	-	-	-	0	0	0.00	0.00%	0.00	-	-	-	0	0.00	0.00%	0	-	
unit_2958737	有效	plan_2958737	贴吧信息流	推广版位(1个)	0	0	0.00	0.00%	0.00	-	CPM	10.03	-	-	-	-	0	编辑 删除 复制

复制推广单元

复制份数：为每个计划复制 1 份

复制到计划：根据您选择的推广单元，推广对象通过符合条件的计划



可选计划 plan_2958737

- plan_2958737
- 测试-程序化创意
- fdas
- APIPlan972693
- addplan1574983
- addplan177648
- useSameName175106

已选计划

- 测试-程序化创意

②

导入创意：☐ 同时导入单元对应创意的内容

确定

③

复制单元：

- ①在『推广管理』-『推广单元』界面，点击**『复制』**
- ②进行『复制份数』『复制到计划』和**『导入创意』**设置，**请不要勾选**“同时导入单元对应创意的内容”
- ③点击**『确定』**即完成单元的复制



创意设置 | 创意生成方式—『程序化』

操作指南


创意生成方式

① 程序化 ? 自定义 ?

共用信息 所有创意物料的共用信息

②

* 品牌名称 : ? 0/8

* 用户头像 :  120px*120px , 1024kb内 , jpg/jpeg/png格式 未上传

* 推广URL :

请填移动端URL, 若无移动URL请到[商家号-营销页](#)

调起URL : ?

点击监测URL : ?

URL追踪参数 : ? ☐ 创意ID ☐ 单元ID ☐ 计划ID

步骤说明 :

①选择创意生成方式：『程序化』

②填写共用信息：与原有流程一致，包含品牌名称，用户头像，推广URL等信息

创意设置 | 批量上传标题和图片

操作指南

提示：建议每个样式都提有物料（标题、小图、大图、固定三图等），保证充足的创意优选空间，有利于增加广告曝光机会，带来更多转化

程序化设置 添加更多元素，有利于增加广告曝光机会，带来更多转化

① 创意名称： 0/50

② 创意标题： 1 点击回车填写下一条，每行一个标题，最多6个，每条标题最多不超过60字符。

1/6 点击回车填写下一条，每条标题最多不超过60字符，部分流量上超出以“.....”显示。

+ 地域 + 日期 + 收入水平 查看更多通配符词包

创意物料

小图 1/6 大图 1/6 固定三图 1/6 视频

图片搜索

尺寸：370*245
大小：≤100KB
格式：jpg/jpeg/png

④ 附加样式： ☐ 阅读量 ☐ 播放量

创意组件 快速创建组件 前往资产库组件管理

⑤ 可叠加创意组件： 电话组件

选择组件： 选择组件

创意预览 换一换

版位：不限页面 流量：优选流量

⑥ 程序化创意2 程序化创意 广告

步骤说明：

- ①**设置创意名称：**一组程序化创意一个名称
- ②**上传创意标题：**支持批量上传6个标题，每条标题最多不超过60字符，部分流量上超出以“.....”显示。
- ③**上传创意物料：**支持上传小图，大图，固定三图，视频（横版/竖版）4种形式；一个程序化单元下支持上传6张小图，6张大图，6组固定三图，6个视频
- ④**附加样式：**支持添加附加样式
- ⑤**创意组件：**支持现有组件功能叠加创意，如电话组件等
- ⑥**创意预览：**通过“换一换”查看可能的所有组合

图片物料说明：

- 1.针对小图，当小图数量 ≥ 3 时，系统将根据样式最优，可能组成单图样式和三图样式。
- 2.针对大图，提示语为：所选图片将展现为线上大图样式。
- 3.针对固定三图：系统将不会针对固定三图进行顺序互换优选，以组的形式和标题进行组合优选。

创意设置 | 批量上传标题和视频

操作指南

提示：

建议样式提全，都有覆盖，以保证充足的创意优选空间，有利于增加广告曝光机会，带来更多转化；

创意名称：程序化创意 10/60

创意标题：

- 1 程序化创意标题1
- 2 程序化创意标题2
- 3 程序化创意标题3
- 4 程序化创意标题4

6/0 点击回车填写下一条。每条标题最多不超过60字符，部分流量超出以“.....”显示。

+ 地域 + 日期 + 收入水平 查看更多适配符号包

创意物料：

② 小图 大图 固定三图 ① 视频 1/6

本地上传 我的视频

格式：mp4
码率：≥520kbps
大小：≤100MB
尺寸：横版16:9，分辨率≥1280*720
竖版9:16，分辨率≥720*1280

使用模版制作工具

③

横版视频：16:9 封面：1140*640

选择视频

本地上传 我的视频

上传视频：H.264 格式：mp4 码率：≥520kbps 大小：≤100MB 尺寸：横版16:9，分辨率≥1280*720 竖版9:16，分辨率≥720*1280

点击上传视频

视频物料说明：

视频类型：横版视频、竖版视频（最多可支持6个视频）

格式要求：格式：mp4 码率：≥520kbps 大小：≤100MB

尺寸：横版16:9，分辨率≥1280*720

竖版9:16，分辨率≥720*1280

（支持广告主自行上传视频，或者使用模板制作工具）

创意设置 | 复制创意

操作指南

提示：

在程序化创意编辑界面选择“复制已有创意”，可选择同流量版位下创意。暂不支持跨流量版位。

程序化设置

复制已有创意

添加更多元素，有利于增加广告曝光机会，带来更多转化

创意名称：②

副本-阿萨德-A1K

15/60

创意标题：②

1

程序化创意标题1

1/6 点击回车填写下一条，每条标题最多不超过60字符，部分流量上超出以"....."显示。

+ 地域

+ 日期

+ 收入水平

查看更多通配符词包

创意物料：

小图

大图

固定三图

视频

图片搜索

尺寸：370*245

大小：≤100KB

格式：jpg/jpeg/png

①

当小图数量>=3时，系统将根据样式最优，可能组成单图样式和三图样式。

附加样式：②

阅读量

播放量

批量复制已有创意

×

搜索计划/单元/创意名称或创意标题

Q

	创意所属	标题	预览
<input type="radio"/>	链接的/阿咖酚散/阿咖酚散的是	链接的1 链接的2 链接的3	预览
<input type="radio"/>	123/hxunit/hx_线上检查716	揭秘化妆师的神秘工资！几万月薪真不是吹，明星化妆师工资更高	预览
<input type="radio"/>	9888/-0-/线上回归-聚屏	0999	预览
<input type="radio"/>	副本-链接的-zzJ/单元名称/推广...	链接的2 链接的1 链接的3	预览
<input type="radio"/>	dddd/hao /hao	eeee	预览
<input type="radio"/>	阿萨德/a/组件测试1	《网络教育2.5年 随时随地上大学 零基础考学历》#{年龄}真的要错	预览

1

2

3

4

5

6

>

复制

创意管理

操作指南

推广管理

推广报告

资产中心

工具中心

88

客户: 原生创意组

新建推广信息

状态: 客户余额为0

推广余额: 0

日预算: 100

编辑

推广计划

推广单元

创意

2019.02.21 - 2019.02.21

由于系统升级, 原含多尺寸图的创意, 被拆成多条创意, 原展现、点击、消费等投放数据记录在拆解后的第一条创意上。

搜索创意标题

新建创意

批量编辑

查看报告

创意	生成方式	状态	所属单元	所属计划	推广版位	流量类型	展现	点击	消费	点击率	平均点击价格	App激活量	App激活成本	操作
总计-82	生成方式						0	0	0.00	0.00%	0.00	0	0.00元	-
title2	<div><input type="checkbox"/> 自定义</div> <div><input checked="" type="checkbox"/> 程序化</div>						0	0	0.00	0.00%	0.00	0	0.00元	实况 编辑 删除
品牌广告	程序化		1	测试测试测试	推广版位 (1个)	百度信息流	0	0	0.00	0.00%	0.00	0	0.00元	

创意						
由于系统升级, 原含多尺寸图的创意, 被拆成多条创意, 原展现、点击、消费等投放数据记录在拆解后的第一条创意上。						
搜索创意标题						
程序化单元不支持新建创意						
新建创意 批量编辑 查看报告						
创意	生成方式	状态	所属单元	所属计划	推广版位	流量类型
总计-1						
title2	程序化	审核中	1	测试测试测试	推广版位 (1个)	百度信息流
品牌广告						

程序化创意管理：

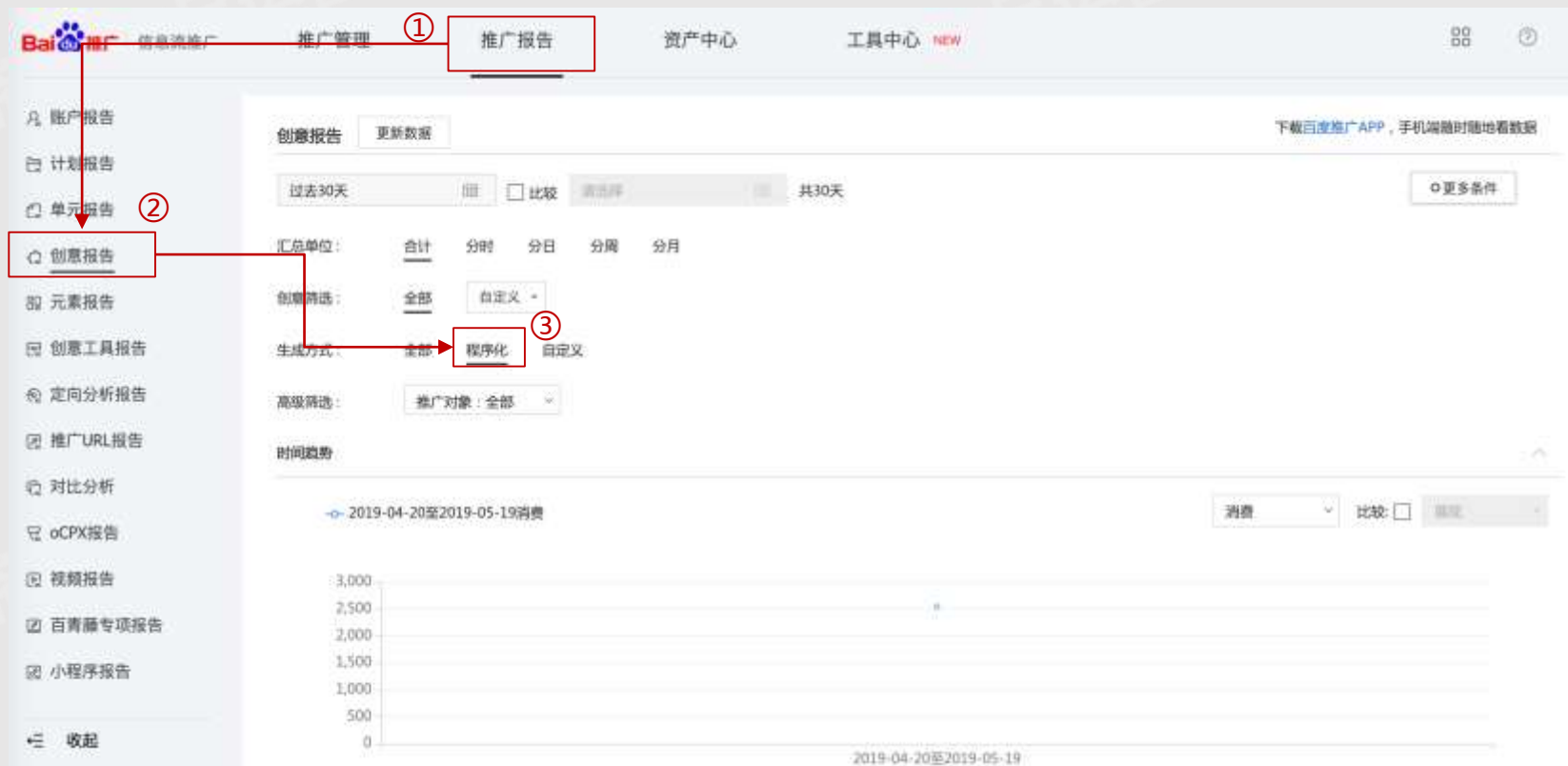
①筛选查看：支持在推广管理-创意层级通过『生成方式』查看程序化创意

②状态查看：支持通过『状态』查看创意元素的审核状态

③操作：支持查看『实况』，进行『编辑』和『删除』，但程序化单元不支持新建创意。（创意列表的预览为随机挑选的组合）

创意管理 | 数据报告

操作指南



①**数据查看**：支持在创意报告-创意报告-生成方式查看程序化创意**整体数据**（目前程序化创意已支持**全量披露元素报表数据**；创意组合明细数据采用白名单机制，申请方式见P24）

②**详细数据备注**：**程序化创意详细数据报表**中显示的创意组合预览仅为随机挑选的组合

基础数据		基础指标					
时间	创意	展现	点击	消费	点击率	平均点击价格	千次展现消费
2019-11-15	程序化创意1  程序化创意广告	2,425	209	2.30	8.50%	0.01	0.95

创意管理 | 创意元素数据

操作指南

提示：1) 元素报告已全流量上线；2) 建议重点关注展现及点击指标，及时更新数据差的元素

推广计划												
推广单元												
创意												
元素 ③ 仅程序化创意支持元素查看。												
2019.05.20 - 2019.05.20												
搜索创意标题												
新建创意 批量编辑 查看报表												
自定义列												
创意	生成方式	状态	所属单元	所属计划	推广版位	流量类型	展现	点击	消费	点击率	平均点击价格	操作
总计-2	-	-	-	-	-	-	0	0	0.00	0.00%	0.00	-
110000	程序化	审核中	1	app下载	推广版位 (1个)	百度信息流	0	0	0.00	0.00%	0.00	查看所有元素 ② 实况编辑删除复制 ① 查看元素

元素 ③

2019.05.20 - 2019.05.20

自定义列

元素	元素类型	审核状态	所属创意	所属单元	所属计划	展现	点击	消费	点击率	平均点击价格	操作
2	标题	审核拒绝	11	人群包复制	跟踪代码测试	0	0	0.00	0.00%	0.00	查看
	单图	审核通过	11	人群包复制	跟踪代码测试	0	0	0.00	0.00%	0.00	查看

报表数据逻辑：元素数据仅作为元素质量的参考。元素展点消逻辑为，元素在组合中出现展现、点击、消费，则组合中元素均记录一次展现点击消费。故**所有元素展点消总和**不等于**程序化创意展点消**。

推广管理												
推广报告												
资产中心												
工具中心												
88												
元素报告 注：仅程序化创意支持元素数据。												
自定义列												
更多条件												
详细数据												
自定义列 下载 发送												
属性												
2019-04-20至2019-05-19												
标题												
1,492 29												

①**查看元素**：推广管理-创意层级，针对程序化创意，『操作』栏增加『查看元素』，点击后跳转至元素Tab。

②**查看所有元素**：鼠标hover到整条程序化创意上，创意显示列出现『查看所有元素』，点击后跳转至元素Tab。

③**元素Tab**：与推广计划、推广单元、创意并列。支持查看：1) 属性：元素类型、审核状态、所属创意、所属单元、所属计划；2) 基础指标：展现、点击、消费、点击率、平均点击价格、千次展现消费。

④**推广报告-元素报告**：仅投放程序化创意的广告主可见入口，支持下载。

创意管理 | 创意组合数据

操作指南

功能入口：推广管理 or 推广报告中增加组合数据披露状态

入口1：推广管理

创意层级，鼠标放至创意上（仅限于程序化创意）
出现查看组合数据按钮



入口2：推广报告-程序化创意报告-组合数据

- 1、时间，创意，高级筛选
- 2、查看整体消费等趋势



特别注意：从2019/8/15 可以发邮件给

CY-feedback@baidu.com邮件组进行申请, 现阶段由于申请量过大，需进行申请评估，申请结果以邮件回复为准

3、详细数据 查看每一种创意组合展，点，消，转化数据



3

优秀案例

- 游戏行业
- 金融行业
- 教育行业
- 房产行业
- 家装行业

案例1 | 游戏行业

优秀案例

投放背景

某游戏客户，面临问题：广告投放稳定，预算充足但放量困难，创意衰减周期短

投放目标

在稳定现有转化成本的前提下，想通过程序化创意赢取更多的曝光量&转化量

投放亮点

严格复用原有单元对比效果，**结合oCPC进行投放**，提交的创意元素包含**6个标题和6张大图**，程序化创意单元对比自定义单元，曝光量**上涨91%**，转化量**上涨43%**，转化成本**两者持平**，客户满意转化效果，持续投放中。

投放策略

定向信息

年龄: 18-24、25-34、35-44、>44

长期兴趣: PC游戏、手机游戏、模拟辅助、游戏机、网页游戏、休闲益智、跑酷竞速、宝石消除、网络游戏等58个

意图标签: 想玩仙剑奇侠传游戏、想玩剑灵游戏、想玩碧海网络游、想玩斗破苍穹游戏、想玩完美世界游戏等10个

操作系统: Android

省市: 北京、上海、天津、广州、潮州、东莞、佛山、河源、惠州、江门、揭阳、茂名、梅州、清远、汕头等362个

app偏好: 策略游戏、街机游戏、赛车竞速、其他游戏等14个

投放出价

优化目标: ☒ 转化 ☐ 点击 ☐ 曝光

付费模式: oCPC

程序化设置

添加更多元素, 有利于增加广告曝光机会, 带来更多转化

创意名称: 程序化创意-001 14/60

创意标题: 1 过瘾! 充1元高阶翅膀+武器+坐骑全到手! 装备还可兑换vip
2 充6元高阶翅膀+武器+坐骑全到手! 装备还可兑换vip! 爽
3 上线就送VIP8! 无疲劳限制, 新服首充竟能疯狂升级战宠和神装!
4 中国区审核了30天终于通过, 装备全靠打, QVIP拒绝付费
5 首充2元高阶翅膀+武器+坐骑全到手! 装备还可兑换VIP! 爽
6 首充6元, 20级转职, 40级血脉觉醒, 装备全靠打

图片物料:

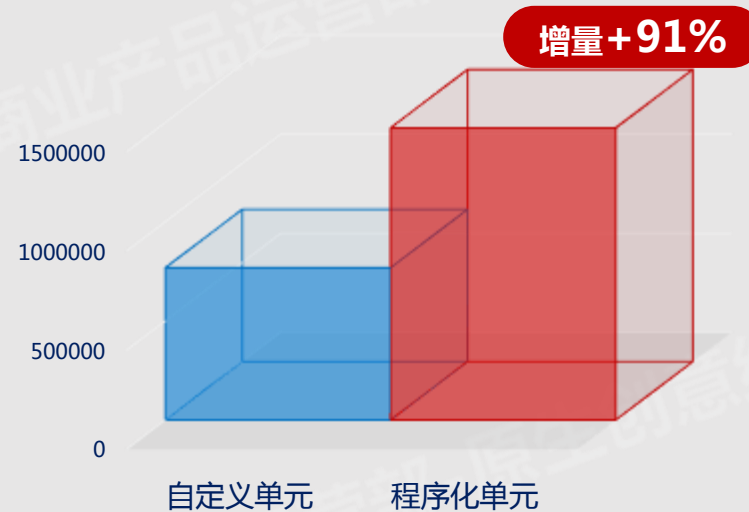
大图 6/6

图片搜索

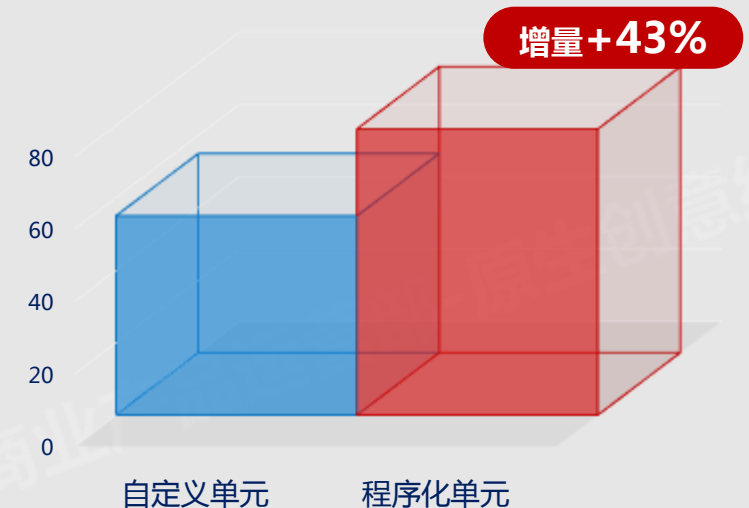
尺寸: 1140*640
大小: 500kb以内
格式: jpg/png/gif



曝光量：程序化 VS 自定义



App激活：程序化 VS 自定义



案例2 | 金融行业

优秀案例

投放背景

某金融机构，面临问题：创意效果验证成本高，放量困难，创意衰减速率高，优化效率差

投放目标

稳定转换成本，想通过程序化创意赢取更多的曝光量&转化量

投放亮点

严格复用原有单元对比效果，**结合oCPC进行投放**，程序化创意单元对比自定义单元带来额外**点击增量达30%**，**转化量增加44%**，**转化成本稳定**，客户满意转化效果，持续投放中。

投放策略

定向信息

年龄：18-24、25-34、35-44

意图词：阳光保险好不好、保险该怎么买、中国人寿保险疾病险、幸福人寿保险险种、平安福保险能返多少钱等979个

操作系统：Android、iOS

省市：北京、上海、天津、广州、潮州、东莞、佛山、河源、惠州、江门、揭阳、茂名、梅州、清远、汕头等118个

投放出价

优化目标：☒ 转化 ☐ 点击 ☐ 曝光

付费模式：oCPC

创意名称： 28/60

创意标题：
1 除了医保，家庭还需这份保险！保130种疾病+可达160%返还
2 算一下你买一份30万保障的重疾险，每月交多少钱，交多久？
3 25-45岁重疾险这样买才划算，保险公司一般都不敢说的秘密
4
5
6

图片物料：

小图

大图

固定三图 3/6

+

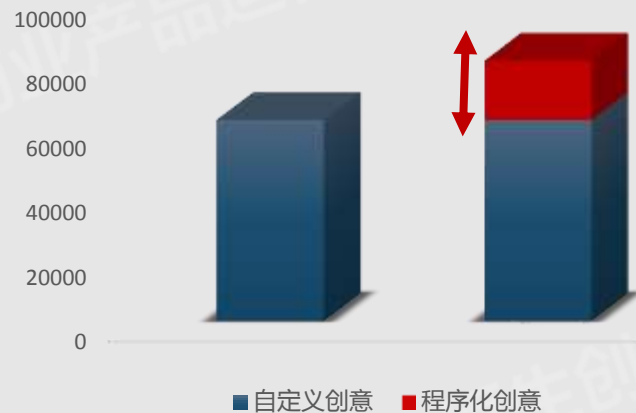
+

+



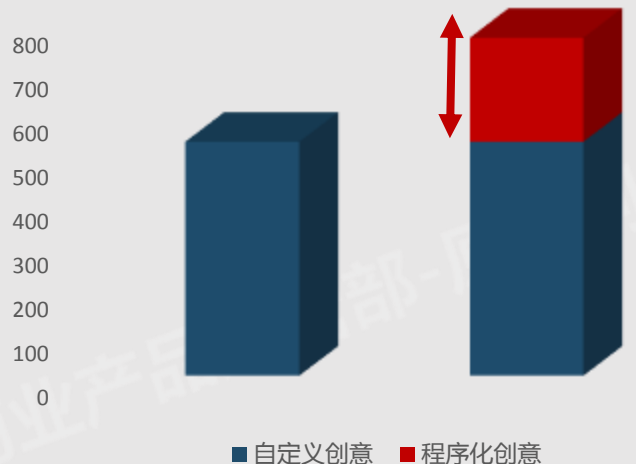
曝光数：程序化 VS 自定义

增量 +30%



转化量：程序化 VS 自定义

增量 +44%



案例3 | 教育行业

优秀案例

投放背景

某化妆培训机构，面临的问题：创意效果验证成本高，放量困难

投放目标

收集leads，关注leads数量&成本，想通过程序化创意获得更多的曝光&转化量

投放亮点

直接复制原有单元，结合oCPC进行投放，创意元素均提全的情况下，稳定投放一周，程序化创意单元对比相同定向的自定义单元**曝光量增加69%，转化量提升3.4倍**，客户满意效果，持续投放中。

投放策略

定向信息

年龄: <18、18-24、25-34、35-44

性别: 女

学历: 大专、高中及以下

意图词: 学半永久化妆、中山三乡美容化妆培训学校、培训化妆造型、哪里学美甲最专业、明星化妆学校等1000个

省市: 中山、广州、东莞、惠州、佛山、深圳

人生阶段: 未婚、已婚、家有儿女

投放出价

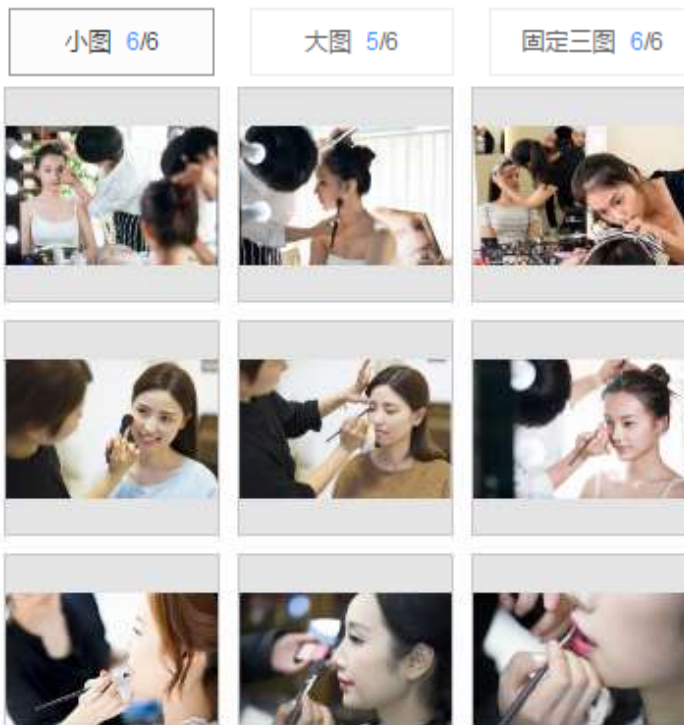
优化目标: ☒ 转化 ☐ 点击 ☐ 曝光

付费模式: oCPC

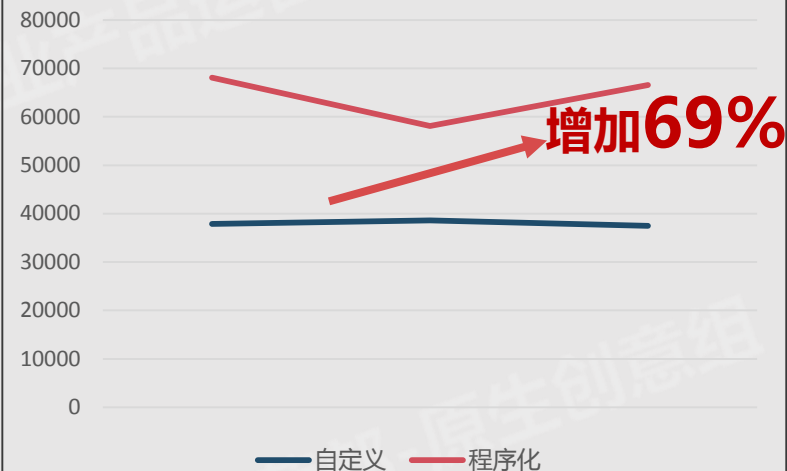
程序化设置

添加更多元素, 有利于增加广告曝光机会, 带来更多转化

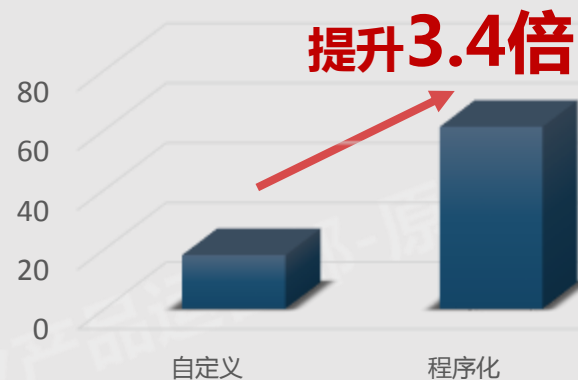
- 创意名称: 13/60
- 创意标题:
- 2 想学化妆的注意了, 这些课程含金量才高! 千万别学错了。
- 3 一个月学化妆0基础, 咖啡店小妹变身C位化妆师! 月入1W+
- 4 学化妆月入过1W+! 你需要一个正规的化妆培训学院。
- 5 在#(地域)学化妆月入过1W+! 你需要一个正规的化妆培训学院。



曝光量：程序化 VS 自定义



转化量：程序化 VS 自定义



案例4 | 房地产行业

优秀案例

投放背景

某国内新房咨询平台，全房源发布网，面临的问题：现有投放中遇到流量瓶颈

投放目标

收集leads，想通过程序化创意获得更多的曝光&转化量

投放亮点

使用历史转化较高的定向方式，结合oCPC进行投放，**创意元素类型选择小图**，程序化创意单元对比相同定向的自定义单元**曝光量提升2倍，转化量提升41%**，客户满意效果，正在新建多个程序化单元投放

投放策略

定向信息

年龄：18-24、25-34、35-44、>44

意图词：亚运城房产、花都新楼盘均价、广州楼市走势、广州房子多少钱、广州买房首付、广州大学城 房价等896个

省市：广州

投放出价

优化目标：● 转化

付费模式：oCPC

投放出价

优化目标：● 转化 ○ 点击 ○ 曝光

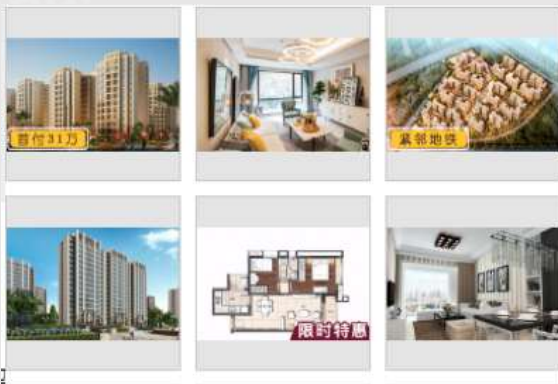
付费模式：oCPC

精选#{行政区}新开楼盘，楼盘信息房价走势一键查询！

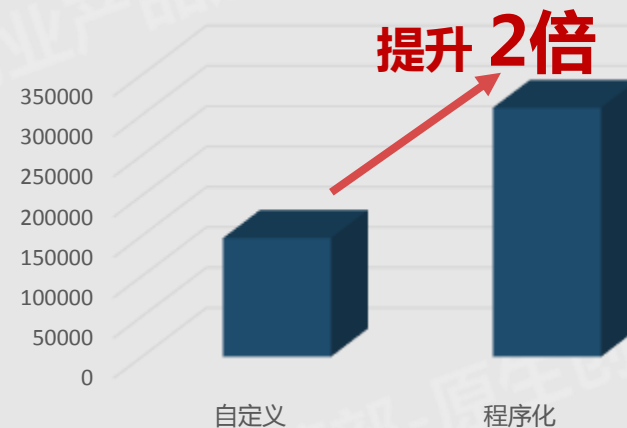
2019年好消息！#{行政区}楼盘动态一手掌握！

年初看新房，#{行政区}新开楼盘汇集，房价一键查询！

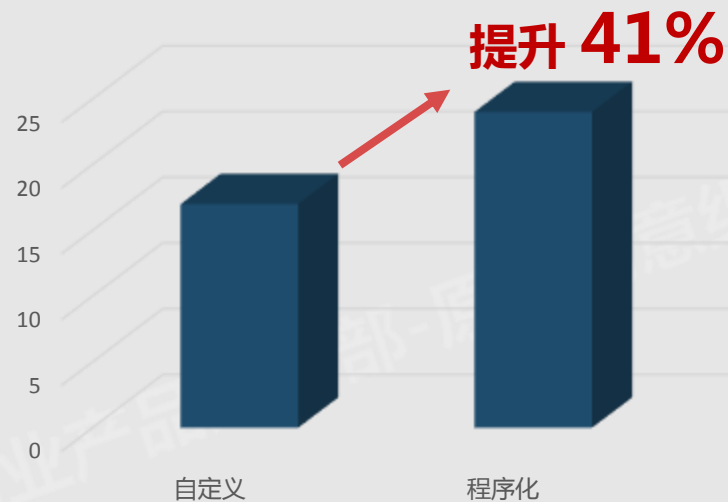
#{地域}买房别着急，这个新楼盘你还没看呢！就在#{行政区}周边



曝光量-自定义VS程序化



转化量-自定义VS程序化



案例5 | 家装行业

优秀案例

投放背景 某国内家装平台，考核家装意向客户表单，面临的问题：成本较高，放量有瓶颈

投放目标 降低表单成本，提升创意投放效率，想通过程序化创意获得更多的曝光&转化量

投放亮点 复用成熟自定义单元设置（包括出价及定向），oCPC进行投放，**创意元素类型选择标题（打满6个）+大图（打满6张）+组图（1张）**，程序化创意单元对比相似自定义单元 **CTR提升 45%，且成本好于自定义创意单元，成本下降7%，转化量增加97%**

投放策略

定向信息

年龄：18-24、25-34、35-44、>44

长期兴趣：PC游戏、手机游戏、模拟辅助、游戏机、网页游戏、休闲益智、跑酷竞速、宝石消除、网络游戏等214个

意图词：如何装修房子、房子怎么装修才好看、小平米复式楼装修效果图、浴室装修、房间装修风格等1000个

省市：北京、上海、天津、福州、龙岩、南平、宁德、莆田、泉州、三明、厦门、漳州、贵阳、安顺、毕节等261个

投放出价

投放目标：转化

付费模式：oCPC

推广URL：http://www.hzw315.com/

出价模式：转化出价

出价策略：智能出价

转化名称：家装意向表单

转化类型：表单提交

是否创建数据组：否

创意设置

创意标题：1. 装修2019最新趋势，金铂铂铂铂铂铂铂铂铂
2. 装修2019最新趋势，金铂铂铂铂铂铂铂铂铂
3. 装修2019最新趋势，金铂铂铂铂铂铂铂铂铂
4. 装修2019最新趋势，金铂铂铂铂铂铂铂铂铂

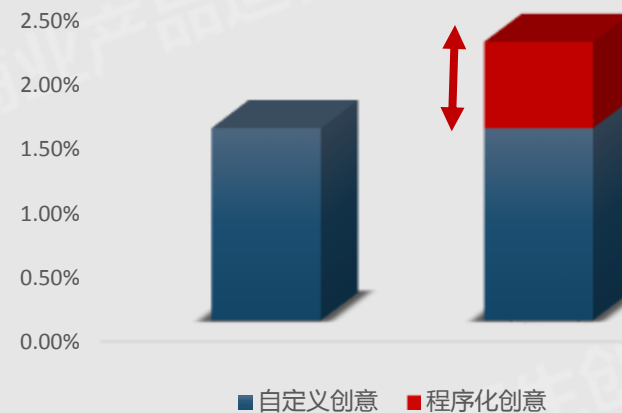
创意描述：1. 装修2019最新趋势，金铂铂铂铂铂铂铂铂铂
2. 装修2019最新趋势，金铂铂铂铂铂铂铂铂铂
3. 装修2019最新趋势，金铂铂铂铂铂铂铂铂铂
4. 装修2019最新趋势，金铂铂铂铂铂铂铂铂铂

创意图片：1. 装修2019最新趋势，金铂铂铂铂铂铂铂铂铂
2. 装修2019最新趋势，金铂铂铂铂铂铂铂铂铂
3. 装修2019最新趋势，金铂铂铂铂铂铂铂铂铂
4. 装修2019最新趋势，金铂铂铂铂铂铂铂铂铂
5. 装修2019最新趋势，金铂铂铂铂铂铂铂铂铂
6. 装修2019最新趋势，金铂铂铂铂铂铂铂铂铂

创意名称	创意类型	CTR	转化量	成本/转化
自定义	自定义	1.49%	315	30.08元
程序化	程序化	2.16%	900	45.83元

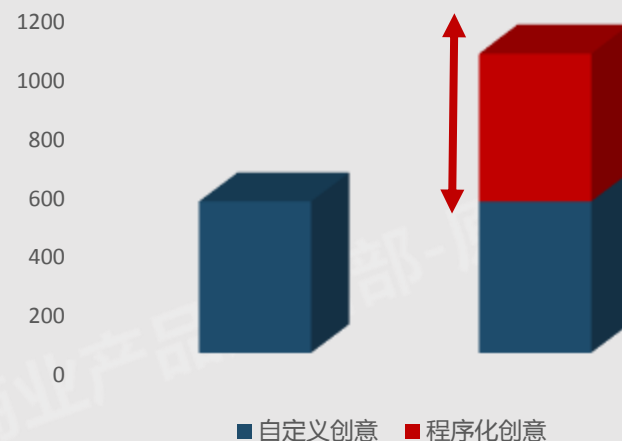
CTR：程序化 VS 自定义

增量 +45%



转化量：程序化 VS 自定义

增量 +97%



附录

- 问题自查
- Q&A
- 权限申请及问题反馈



问题自查

附录

客户问题	问题定位	自查方法		问题表现	优化方法	
展现量过低 (曝光过少，导致转化数量少)	提曝光	1) 创意	1.检查元素审核状态		a.创意元素处于审核中	耐心等待创意审核通过
			2.元素数量太少		b.部分元素被拒	被拒元素物料调整等待审核通过
		2) 出价	1.未结合oCPC		元素数量过少	建议元素(标题&图片/视频)尽量提全
			2.结合oCPC	CPC出价过低		适当优化出价
				一阶	点击出价过低	适当优化出价
				二阶	目标转化成本设置过低	复制转化好的单元定向直接跳过一阶，进入二阶
3) 定向	定向过窄		设置合理的目标转化成本，避免过低			
				开启oCPX实验室		
				适当放宽定向，覆盖更多潜在用户		
转化成本高 (曝光正常，但转化量过少)	提转化	1) 核实转化情况是否属实		实际转化与客户反馈的转化情况不一致	通过「oCPX报告」确认问题单元的实际转化成本&转化量	
		2) 创意	a.创意元素数量是否全覆盖		建议元素提全以保证有足够的元素优选空间	
			b.创意元素质量差		优化元素质量，进行元素更新（替换掉元素点击量差的）	
		3) 定向		定向不精准	适当优化定向	
		4) 其他		——	建议叠加附加样式/创意组件，提高转化能力	



附录

Q：支持推广目标？

A：支持网站链接、APP下载（ios/Android），不支持商品。

Q：支持样式？

A：程序化创意支持所有样式，广告主提供基础的标题、图片&视频元素，由系统通过标题*图片/视频*样式的最优组合来投放。

Q：支持的流量有哪些？

A：暂时仅支持优选流量，和自定义含手百/好看流量；支持按流量类型投放，单选/复选含信息流

Q：程序化支持视频吗？

A：支持，目前程序化支持横版和竖版视频。

Q：新建程序化创意之后，多久效果能稳定？

A：一般视素材质量和素材数据来定，建议广告主元素提全且分配比较多点的预算，保持稳定投放，预计1-2天后效果可以稳定。

Q：程序化创意物料审核一般多久？

A：在提交程序化创意2个小时之后，可出审核结果。现程序化创意已支持过审元素30天复用免审，广告主可直接提交历史过审创意元素直接投放。



Q&A

附录

Q：程序化创意在投放过程中有哪些建议？

A：1) **元素全覆盖**：建议元素样式（小图、大图、固定三图）都提全，元素搭配测试；

2) **固定三图使用建议**：使用固定三图样式的时候只建议在创意需要有storyline或颜色、背景需统一等特殊情况下使用；

3) **出价模式**：搭配oCPX进行投放效果更佳；

4) **素材选择**：建议使用历史转化比较高的素材投放，以帮助优选冷启动，效果比较明显；

5) **预算分配**：建议程序化单元分配比较多点的预算，持续投放，才会感知到效果；

6) **查看预览**：创意元素上传之后，建议查看一下预览效果，以保障组合出来的创意是有意义的；

7) **投放周期**：投放初期会有短暂的效果波动，待模型积累到一定程度后数据才会置信，建议有比较稳定的投放周期。投放期间不要频繁修改元素。

8) **效果对比**：如果想对比程序化创意的效果，可以建一个同推广目标（单元、出价模式等一致）的固定一组创意来对比效果。

Q：已申请开通了权限，但为什么单元下的『程序化创意』按钮是灰色的，无法新建？

A：可先确认是否是从新建单元的入口进去，广告主可通过**新建单元**和**复制单元**进行程序化创意单元的设置。

Q：程序化创意下素材曝光的分配逻辑是什么？

A：针对当前用户，在所有组合中，预估展现转化最好的组合，同时，切5%小流量探索更多组合可能。积累足够数据后，效果好的组合高展现投放，效果差的组合自动停投。



Q&A

附录

Q：程序化创意的素材更新的频率大概多久一次？

A：视素材质量和素材数据来定，一般比自定义创意衰减周期慢一周。目前程序化创意支持披露元素数据，广告主可根据投放的实际情况及时进行素材的更新。

Q：程序化创意能看到 创意组合数据吗？

A：可以，2019/8/15之后以小流量形式需申请开启，开启后可看到程序化创意投出的每一条创意组合情况，包括展点消费转化数据，组合展点消总和等于创意展点消。

Q：可以查看程序化创意中各元素（标题，图片，视频）的投放数据吗？

A：可以，目前程序化创意已支持披露元素数据

Q：为什么元素报表中所有元素的展点消总和不等于程序化创意展点消？

A：元素数据仅作为元素质量的参考。元素展点消逻辑为，元素在组合中出现展现、点击、消费，则组合中元素均记录一次展现点击消费。故所有元素展点消总和不等于程序化创意展点消。

Q：开通了元素报表数据之后，我该参考哪些指标进行优化呢？

A：目前程序化创意元素报表数据提供的数据指标主要有：展现、点击、消费、点击率、平均点击价格、千次展现消费。可以**重点关注展现及点击**指标，及时更换掉展现点击量少的元素。

权限申请及问题反馈

附录

通路：hi群+邮件

投放问题沟通（hi群）

百度hi群：【程序化创意】交流群：1667520

程序化创意权限申请

开放行业：针对全行业客户适用，欢迎进行权限申请！

申请邮箱：

运营单位	邮件组
SME-渠道	feed-test@baidu.com
SME-直销分公司	liufei04@bj.baidu.com
KA-按一级行业分类	
分类信息	ext_imo_zx@baidu.com
资讯	ext_imo_zx@baidu.com
APP	ext_imo_yysapp@baidu.com
娱乐消闲	ext_imo_zx@baidu.com
通讯	ext_imo_yysapp@baidu.com
旅游	ext_imo_ly@baidu.com
教育	ext_imo_zfjy@baidu.com
金融	ext_imo_jr@baidu.com
汽车	ext_imo_qc@baidu.com
工农业	ext_imo_qc@baidu.com
IT消费电子	ext_imo_it@baidu.com
服饰	ext_imo_fsfw@baidu.com
医疗	ext_imo_yy@baidu.com
零售	ext_imo_ls@baidu.com
服务业	ext_imo_fsfw@baidu.com
食品饮料	ext_imo_spyl@baidu.com
网络游戏	ext_imo_wlyx@baidu.com
房产家居	ext_imo_fcjj@baidu.com
化妆浴室	ext_imo_rh@baidu.com
个人用品	ext_imo_ls@baidu.com

产品使用问题、需求反馈（邮件）

邮件组 CY-feedback@baidu.com

创意组合报表权限申请

现阶段需要进行申请评估，申请结果以邮件回复为准

申请邮箱：CY-feedback@baidu.com

提供信息：

账户ID	账户名	运营单位	账户程序化上周日均消费	程序化创意单元元素数（注：消费最高程序化单元：标题+图片+视频 元素总计）

申请格式：

账户ID	帐户名	广告主	行业	运营单位

谢谢！

『投放问题沟通』hi群：1667520

『产品使用问题、需求反馈』邮件组：CY-feedback@baidu.com

※ hi群为企业群，仅百度内部同学可以申请添加

附，推广账户操作指导-视频链接：

A 度学堂-面向百度员工 课程地址：

<http://learn.baidu.com/pages/index.html#/courseInfo/17068?courseId=17068&k=xoi5ex>

B 百商学堂-面向具有推广账户或代理商账户的同学 课程地址：

http://fuwu.baidu.com/main.html?t=1543918180860#/index/lesson~tn=open2&from=alltool&stageid=&client_id=27KBaCBlvI1iYjMjSxfEVvfw&mi=#/lesson/filterRes~filterId=z0

Thanks for your attention !

百度商业产品部 | 原生创意组