

增量提效， 节后游戏行业可以怎么玩？

与中国企业同舟共度—百度共度计划

主播人：百度商业垂类业务部 商业产品经理 严新力

直播时间：2020年2月14日 20：00-21：00



整体结构

1 游戏行业近期趋势分析&投放指导

2 游戏行业核心产品能力介绍



第一部分

1 游戏行业近期趋势分析&投放指导

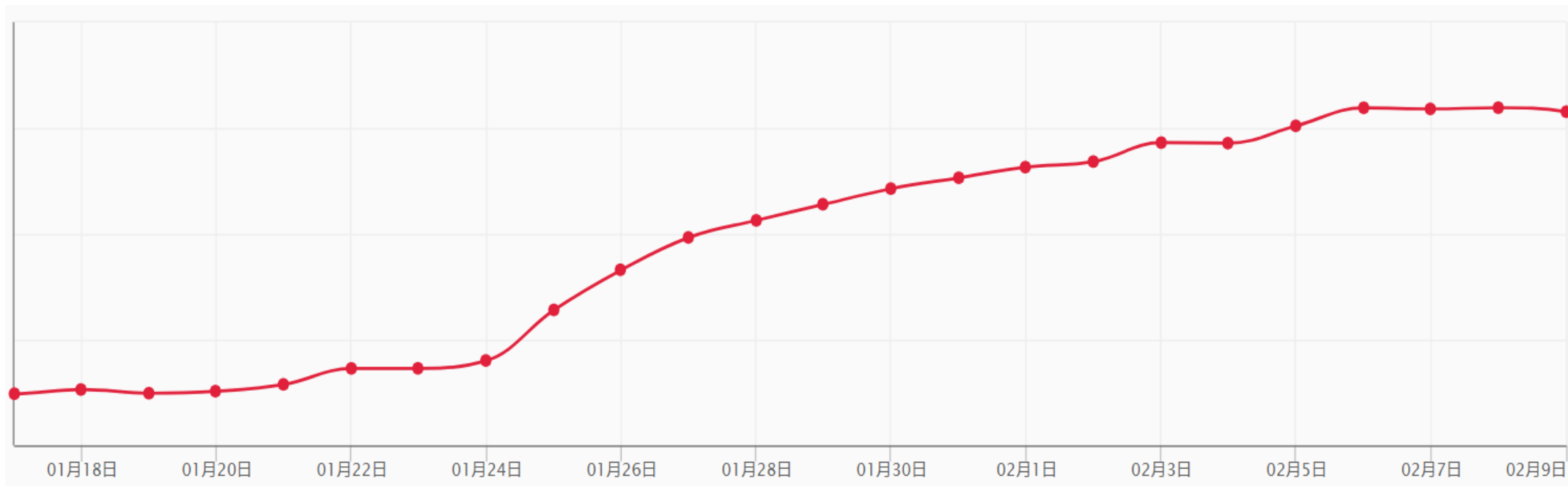
2 游戏行业核心产品能力介绍



百度游戏行业搜索流量分析

整体趋势

1.24日（除夕）开始，游戏的用户搜索量增长显著且平稳在较高水平，对游戏行业推广相对利好。20年春节期间游戏流量高峰已持续三周，直至目前仍未出现下降趋势。





百度游戏行业广告竞争分析

整体趋势

游戏行业广告投放从春节至今持续保持较高水平。
用户线下活动时长转至线上，线下重度依赖行业的投放降低两者均对游戏行业广告投放产生利好影响。

信息流推广

春节期间，游戏客户预算增加，行业的竞争激烈度也随之升高，CPM趋势上升幅度明显，客户竞价意愿相对日常投放有明显提升。
本周开始竞争趋势有所缓和，部分客户开始强化对投放效果的考核。但**目前投放竞争度仍高于春节前的日常水位，建议合理调整出价，并对投放周期较长效果衰减的创意进行替换。**

搜索推广

游戏搜索广告从春节至今持续保持行业旺季趋势，客户的竞争意愿也处于较高的水平。
相对日常投放，需要适当提升出价。



游戏行业-投放建议

信息流

【安卓-最优组合】

直接二阶+信息流+关键词+oCPC实验室+横版视频落地页
直接二阶+手百+关键词+oCPC实验室+横版视频落地页

【安卓-潜力组合】

直接二阶+优选+关键词+实验室+横版视频落地页
直接二阶+信息流+关键词+实验室+竖版视频落地页

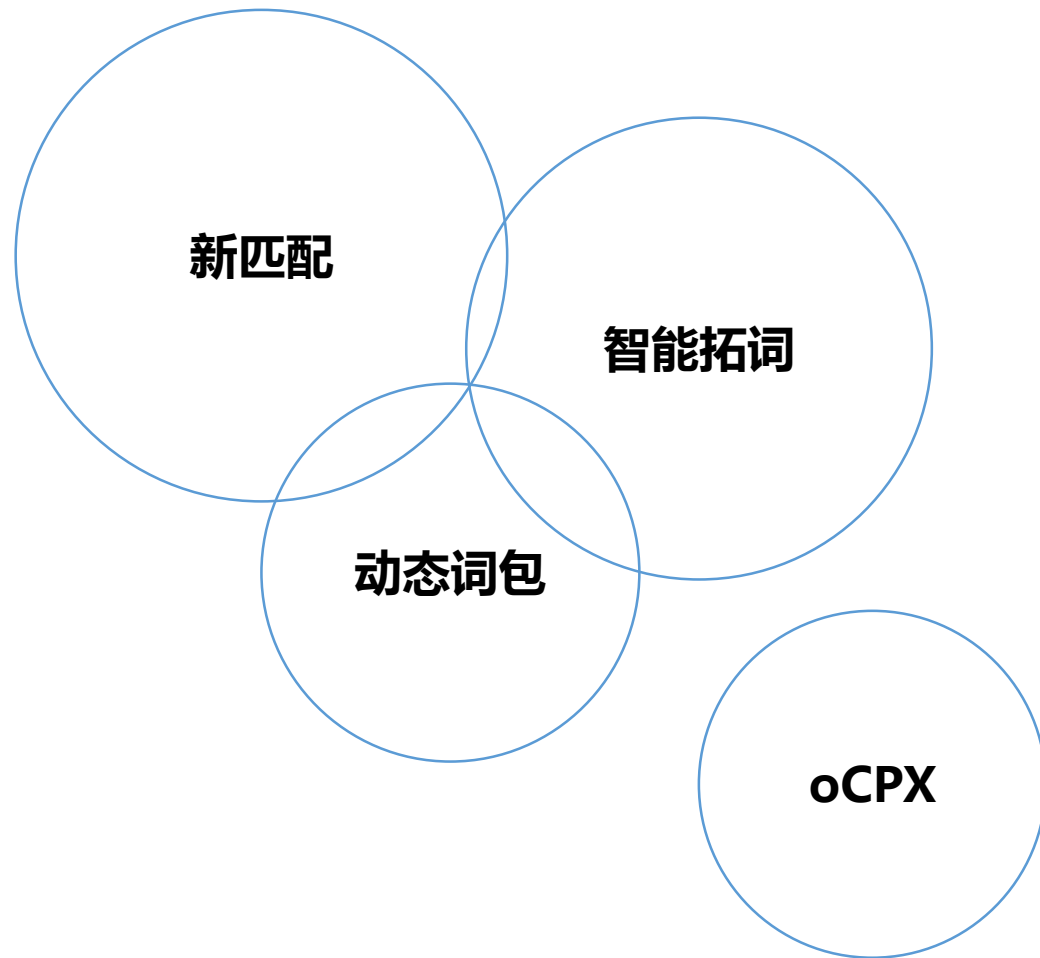
【iOS-最优组合】

直接二阶+手百+关键词+实验室+横版视频下载
直接二阶+手百+关键词+实验室+竖版视频下载

【iOS-潜力组合】

直接二阶+手百+新兴趣+横版视频下载
一二阶+手百+关键词+实验室+竖版视频下载

搜索





第二部分

1 游戏行业近期趋势分析&投放指导

2 游戏行业核心产品能力介绍



游戏客户典型投放需求

快速放量

新场景多样式

控制成本

智能化投放



多场景多样式：为游戏客户各类型投放需求提供适配场景及充足展现

多场景

多样式

两类流量

百度系流量

联盟流量

四大场景

信息流

搜索

APP开屏

插屏与横幅

多种创意样式 X 转化组件自由组合

图片样式

(大图, 三图, 小图, 图集)

视频样式

(横版视频, 竖版视频, 激励视频)

搜索-文字样式

(短字链, 长字链, 列表...)

链接

下载组件

NEW

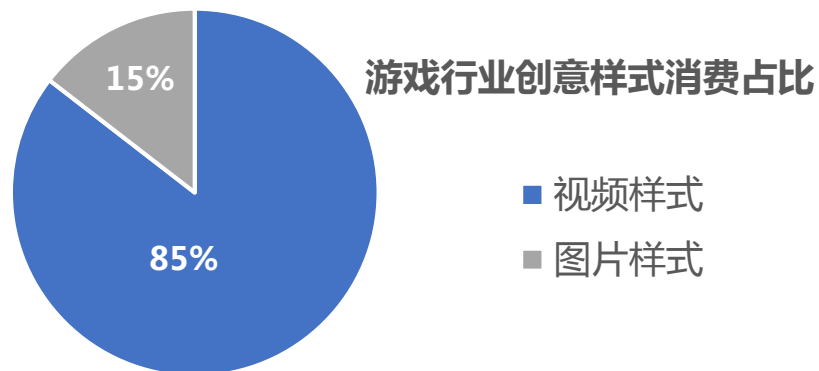
预约组件

NEW 信息流场景-小说阅读

NEW 搜索场景-游戏阿拉丁

NEW 内容营销

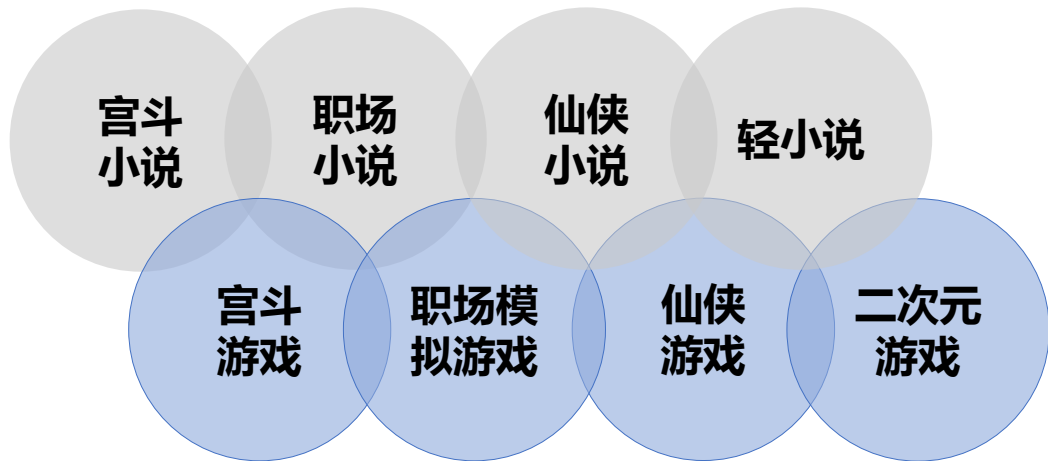
信息流场景下视频样式能承载更丰富的广告元素，更受游戏客户的青睐。



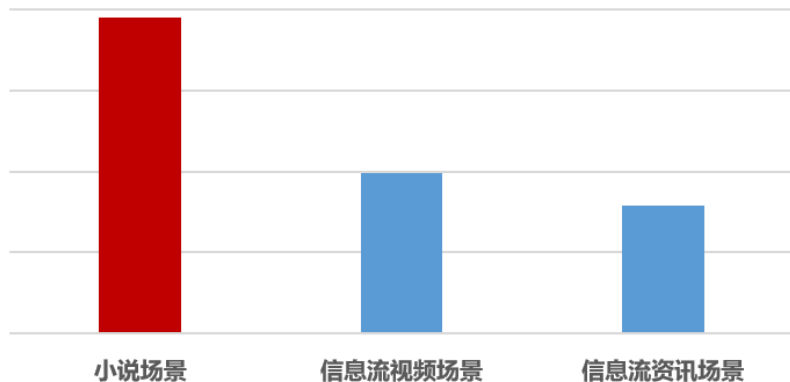


【新场景】小说场景与游戏题材高契合度，精准锁定目标人群

小说题材与游戏主题高度契合



小说场景转化效果优于常规流量



百度小说：每日数十亿次用户阅读，带来海量广告展现





【新场景】搜索精准游戏名称，游戏阿拉丁霸屏展现抓住目标用户实现转化

KG组卡

头卡

+

子卡



头卡·头图



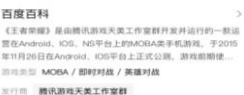
头卡·金刚位



自建子卡·运营位



自建子卡·预约/下载



通用子卡·百科



通用子卡·短视频



通用子卡·资讯



通用子卡·热议

展现场景：搜索游戏名称相关关键词，展现KG组卡

- 精准游戏名：王者荣耀
- 游戏名+「游戏」/「手机版」/「手游」：王者荣耀游戏、王者荣耀手游
- 游戏别名：如王者农药

商业权益：

- 头卡包含**头图**、**金刚位**，客户可自定义
- 子卡分客户**自建子卡**和**通用子卡**

(1) 自建子卡：运营位卡客户可自定义，预约/下载组卡支持分端（安卓端展现安卓资源，iOS端展现iOS资源）

(2) 通用子卡客户无法干预，如果没有相关内容，模块不展示



【新场景】互娱内容营销，借助达人种草用户，收割高质量游戏玩家

传播：KOL定制视频

沉淀：广告主专属话题页

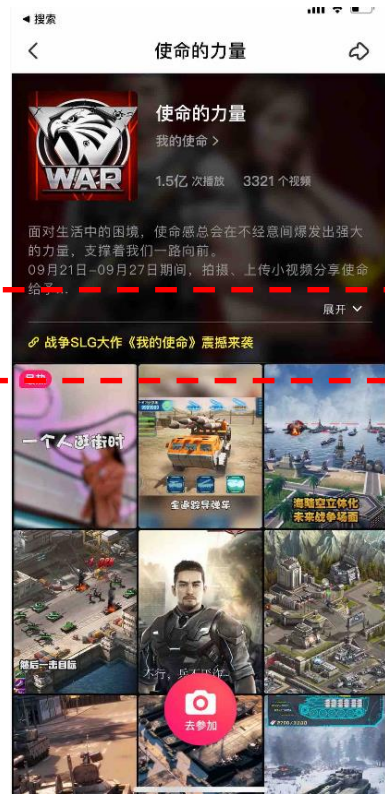
效果：品效兼顾



百度APP，好看视频，全民小视频



240万优质创作者



品牌

千万~亿级播放量
用户主动参与度高

效果

下载用户质量高
付费率提升近一倍
(对比常规广告投放)

游戏下载浮层实时完成“种草→转化”



【新样式】 预约样式，让广告主提前实现新游戏获客

已上线-品牌专区预约



已上线-信息流广告预约



已上线-搜索广告预约





智能化投放：丰富转化场景，优选创意元素，提升游戏客户ROI



定向：更精准、更智能

- 搜索推广：新匹配 - 信息流推广：新兴趣



出价：oCPX为游戏行业成本控制保驾护航

- 深度转化双出价：寻找更精准的付费人群



创意：智能组合，触动用户

- 程序化创意



落地页：丰富的游戏行业落地页模板，构建转化闭环

- 基本鱼建站



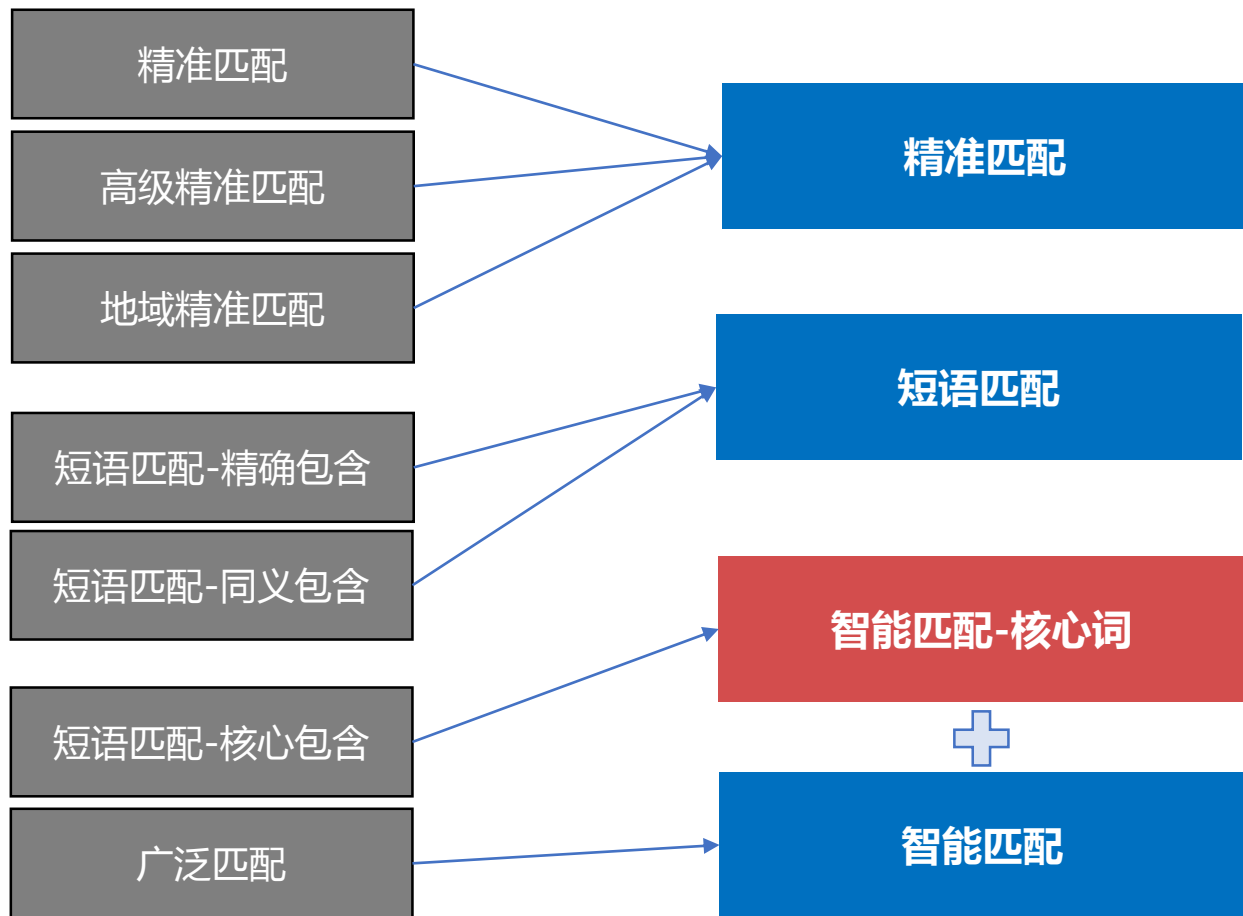
【定向】搜索推广新匹配，降低游戏客户使用门槛，智能精确拓量

7

整合

3+1

策略更新



新匹配新增同义拓展功能。
如：广告主购买“传奇游戏付费”时，同时会给高度同义的搜索词进行展现：“传奇游戏充值”、“传奇游戏氪金”。



智能匹配拓量支持圈定核心词，保证核心词不变的情况下进行拓量。
如：广告主购买“成龙「传奇」”的时候，圈定传奇作为核心词，拓量时会保证「传奇」作为核心词不变。

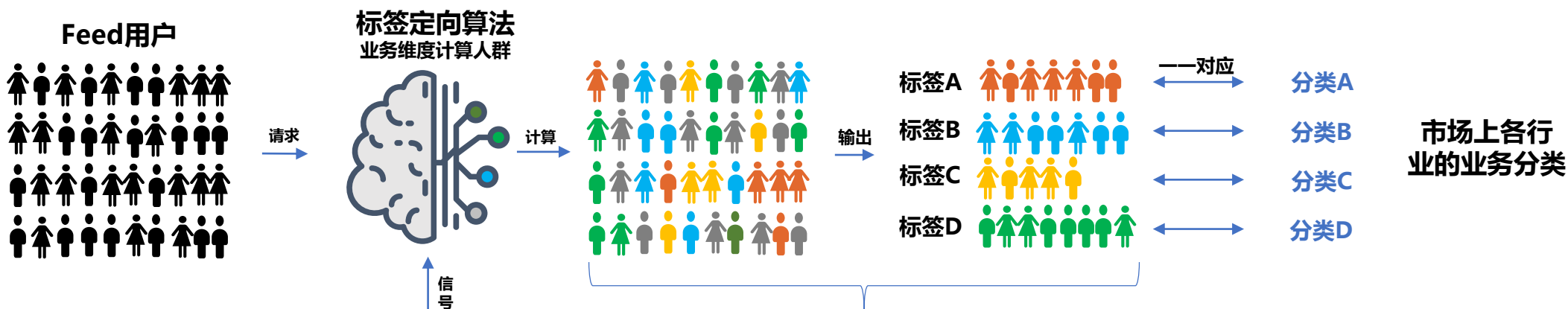


【定向】信息流推广新兴趣，丰富的游戏业务类别标签+效果导向优化策略

游戏类目梳理整合：提高投放效率与人效比

类目分级	老	新	变化
游戏行业一级类目	1	1	整合同质标签 扩充更细粒度的 业务分类标签
游戏行业二级类目	19	4	
游戏行业三级类目	0	36	

标签算法升级：一定成本下，获得更多的展现量



浏览数据 + 搜索数据 + APP数据 + 点击数据 + 转化数据 + 其他数据

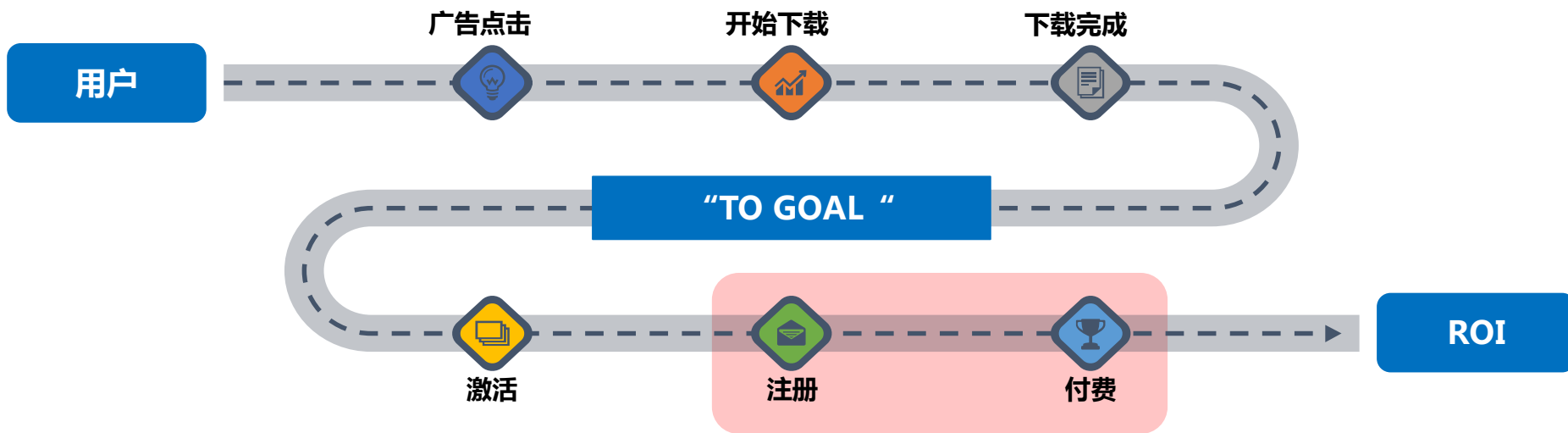


俗称“打标签”

例子，“传奇游戏”，以前是子标签都会挂，现在是识别进一步需求。

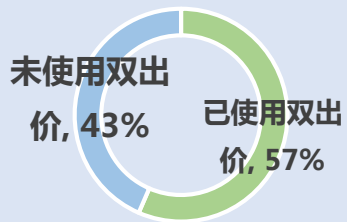


【出价】深度转化双出价帮助客户优化游戏深度目标成本，ROI更直接可控

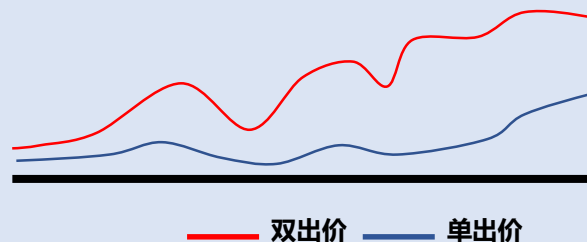


oCPX出价方式	溢价方式	溢价约束	出价信号	数据连续性
单出价	系统主动溢价（系统主动突破点击出价的天花板）	一层（目标出价）	仅有浅层	数据断层： 展现→点击→激活→×
双出价	期望客户主动提浅层转化出价（系统不突破浅层转化出价的天花板）	两层（浅层转化出价、深度转化出价）	浅层+深度	数据连续： 展现→点击→激活→付费

游戏行业
客户使用情况



游戏行业
深度成本达成率





游戏行业-信息流oCPX-双出价优秀案例分享

广告主整体付费激活提升**71%**，最优单元提升幅度**416%**
保证前端转化的同时，优化付费效果，大幅提升付费稳定性及广告主后端ROI



行业：游戏

投放需求：提升并稳定付费效果

投放版位：百度信息流

定向方式：游戏新兴趣定向，同时开启

oCPX实验室

投放样式：竖版视频落地页

激活成本同步下降**2%**

深度转化（付费+激活）

普通转化（仅激活）

激活转化率同步提升**24%**

深度转化（付费+激活）

普通转化（仅激活）

付费率提升**71%**

深度转化（付费+激活）

普通转化（仅激活）



【出价】深度转化双出价的使用小技巧

如何设置双出价

目标转化出价（初始）

目标转化出价=预期目标转化成本

出价逻辑同oCPX单出价一致

深度转化出价（初始）

深度目标转化出价=预期深度目标转化成本

广告主根据自身ROI计算深度目标转化出价

如何调整双出价

情况1：对深度转化成本不满意

调整方向：

目标转化出价：不变

深度转化出价：适当调低出价→深度转化成本满意

情况2：深度转化成本满意，想提量

调整方向：

目标转化出价：逐步提高

深度转化出价：不变

情况3：后端ROI超出预期，想提量

调整方向：

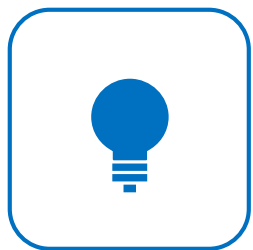
深度转化出价：逐步提高到新的目标值（如：从1000提价到1200，提高20%）

目标转化出价：随深度转化出价同比例提高（如：从100提价到120，也提高20%）



【创意】程序化创意促进多元素创意组合优中选优，形成投放正向循环

产品优势



更多组合可能



提升曝光&转化量



延长创意生命周期

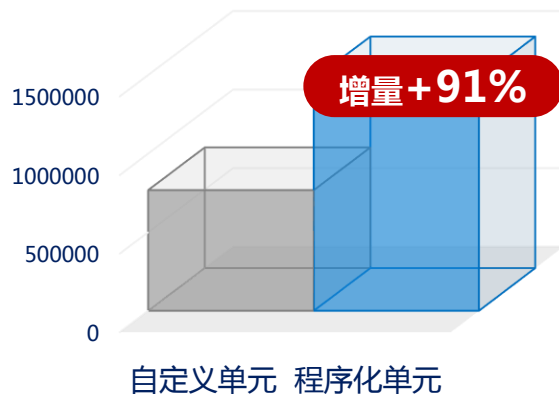


降低测试成本

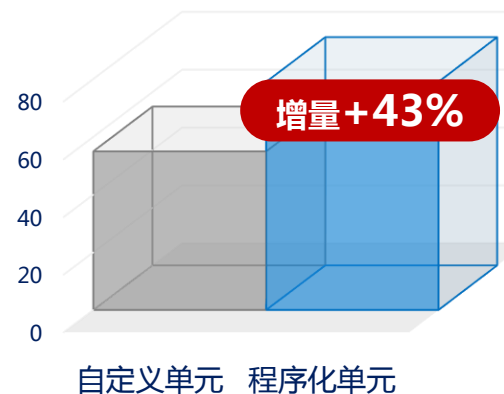
案例

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。

曝光量



激活量

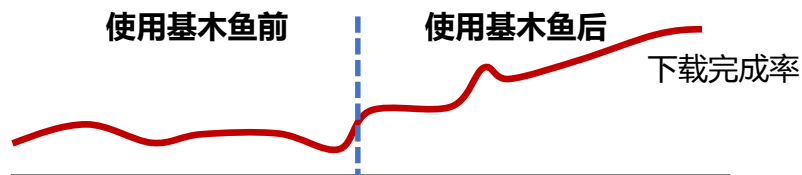




【落地页】基木鱼提供丰富的游戏模板及转化组件，提升投放闭环效果

12个 游戏行业落地页模板

5大 特色功能



1. 原生转化按钮

2. 顶部Bar填充

3. 多图轮播

4. GIF动画效果

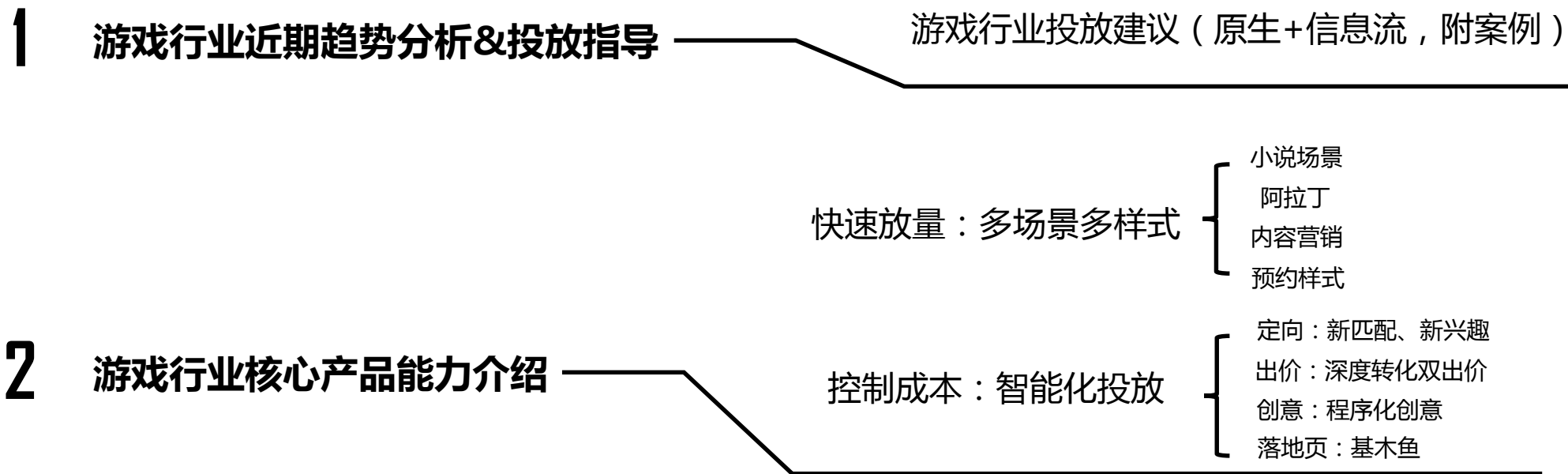
5. 极速下载



- ✓ 快捷管理安装包
- ✓ 自动更新设置
- ✓ 同包免审机制
- ✓ 快速优审通道
- ✓ 包资质特批流



回顾一下





1. 请扫描二维码，完成本次课程的满意度调研
2. 直播录像回放和材料获取，请登录营销中心内训平台获取(yingxiao.baidu.com)

感谢观看

与中国企业同舟共度—百度共度计划



