

广告无处不在 拓展更多商机

百 青 藤 投 放

# 场景碎片化导致用户时间碎片化

27 款

平均每用户  
安装应用数

16 款

平均每用户  
每日启动应用数

如何抢占  
碎片化的用户时间？



93%  
等待的时候



92%  
躺在床上



64%  
看电视时



60%  
上下班途中



53%  
社交活动



51%  
购物时



40%  
开会上课



# 1 百青藤投放 优势能力

流量 | 定向 | 出价 | 新玩法

## 2 百青藤投放 功能介绍

功能全景 | 调起 | 媒体包 | 媒体ID报告

## 3 百青藤投放 投放指导

计划 | 单元 | 创意 | 数据报告

## 4 百青藤投放 案例&行业投放指导

投放优秀案例



1

## 百青藤投放 优势能力

流量 | 定向 | 出价 | 新玩法



百青藤媒体资源

150亿+

百度系+百青藤资源，碎片化场景全覆盖

150亿+ 日均广告流量  
7亿+ 网民大数据画像

98% 网民覆盖  
60万+ 媒体

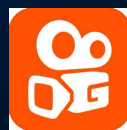


百青藤资源，全网feed流量全覆盖

## ◆ 视频类



爱奇艺

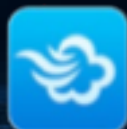


快手

## ◆ 生活类



铃声多多



墨迹天气

## ◆ 工具类



猎豹清理大师

## ◆ 更多媒体...



流量优势

意图能力

oCPC能力

更多玩法

百青藤优质媒体资源

七猫小说

- 开屏
- 章节末信息流大图
- 横幅



宜搜小说

- 开屏
- 章节末信息流大图



猎豹清理大师

- 信息流
- 应用锁场景左文右图



WiFi万能钥匙

- 信息流列表页大图
- 信息流小图





# 百青藤优质媒体资源

爱

奇

艺

- 爱奇艺焦点图：图文、下载
- 爱奇艺前贴片：图文、下载、15s视频
- 爱奇艺暂停页：图文、下载
- 信息流：含首页推荐频道/实体频道/热点频道，大图、大图下载、大图视频、视频下载

爱奇艺焦点图



爱奇艺前贴片



爱奇艺暂停页



信息流：首页推荐频道/实体频道/热点频道



百青藤优质媒体资源

厂商浏览器：oppo/vivo/小米等

### 支持物料样式：

- 小米：  
大小三图、大小三图下载  
视频链接、视频下载；
- oppo：  
大小三图、大小三图下载
- vivo：  
大小三图

### 列表页



### 详情页





## 百青藤优质媒体资源-视频资源

快

手

瀑布流广告位，物料：  
竖版视频（含链接和下载）  
横版视频（链接和下载预计3月下旬支持）



瀑布流广告位



滑滑版/极速版

快看

点

**快看点竖版：**  
竖版视频链接  
竖版视频下载（预计4月份）  
**快看点横版：**  
横版视频链接  
横版视频下载（预计4月份）



影

视

大

全

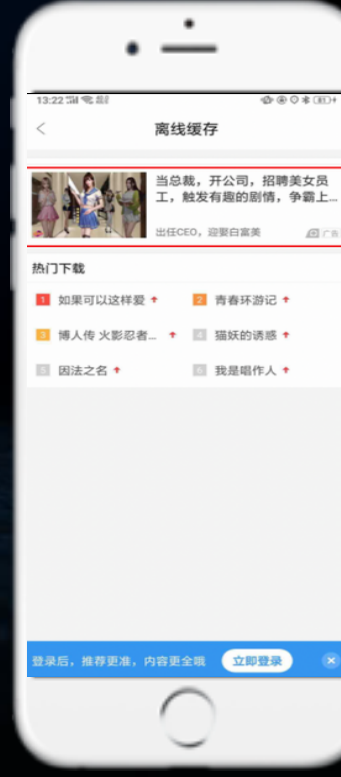
猜你喜欢



播放页下



下载页首屏



## 七猫



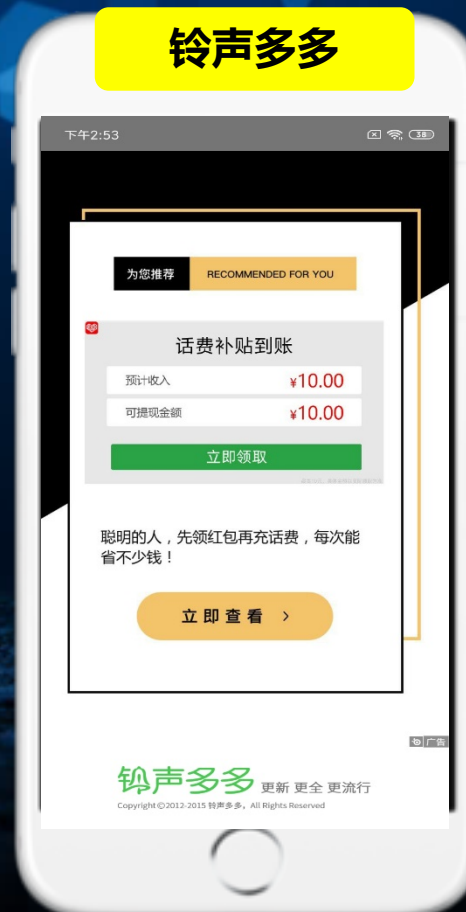
全屏样式

## 易搜小说



拼接模板

## 铃声多多



拼接模板

## 惠头条



全屏样式



# 充沛流量+丰富样式，广告展现无死角

Feed样式：大小三图、大小三图下载

开屏样式

横幅



大图



三图



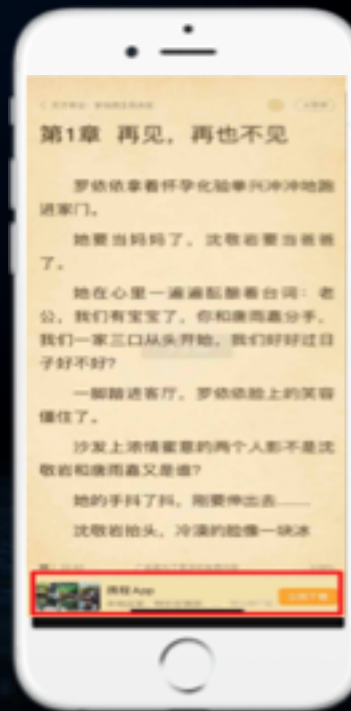
大图下载



小图



动/静态开屏



横幅

视频样式：支持横版和竖版，包含视频链接、视频下载

横版

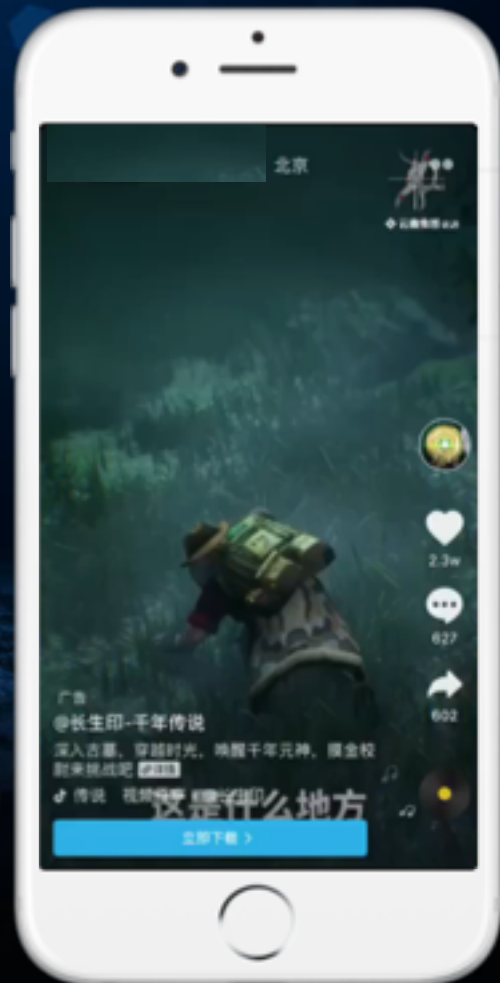


提供wifi下自动播放能力

竖版



横版（小屏）

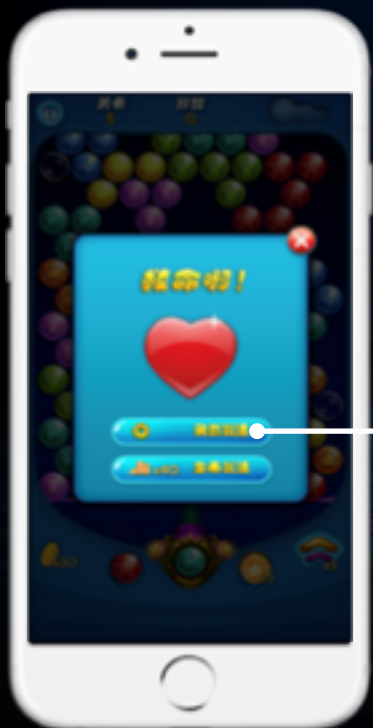


竖版（全屏）

## 激励视频

- **游戏类场景**：生命值耗尽/游戏画面植入/打开百宝箱等，观看激励视频广告，免费复活/获得金币/免费获取抽道具等
- **非游戏类场景**：观看激励视频广告，获取使用资格或解锁更多资源等

场景入口



视频场景



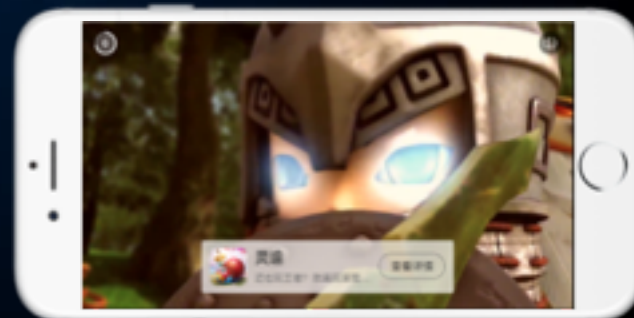
竖屏场景-竖屏物料



竖屏场景-横屏物料



横屏场景-横屏物料



横屏场景-竖屏物料





# 百度大脑

## 百度搜索

用户搜过什么关键词？  
用户近期需求是什么？  
用户长期兴趣是哪些？

## 百度地图

用户当前位置在哪里？  
用户曾经到过什么地方？



全网数据  
大数据分析+人工智能学习

## 百度输入法

用户上过哪些站点？  
使用了哪些软件？  
输入了什么内容？

## 百度SDK

用户安装了哪些APP？  
使用时长是多少？  
其他用户行为

**7亿+**网民  
大数据用户画像

### 优势定向能力

#### 意图定向

基础定向  
兴趣定向  
LBS定向  
自定义人群定向

**200万**  
用户兴趣标签

## 核心定向能力：意图-百度独有优势 精准捕捉TA实时意图

注：意图定向综合了网民浏览行为、LBS行为、交易行为，搜索行为

用户行为  
200亿条线索

千人千刻千面  
200万种意图标签

电动汽车保养  
特斯拉车型对比  
宝马电动汽车

搜  
过什么

汽车之家.....  
奔驰车系解读.....  
电动汽车论坛.....

看过  
什么

奔驰4S上海陆家嘴  
到访地 宝马4S世纪公园店  
特斯拉经销商

去过  
哪里

金属车内摆件  
商业保险  
欧洲自由行

买过  
什么



用户属性 男 35岁 硕士  
中高档消费人群 .....

用户意图 高端电动汽车- 购买阶段

用户兴趣 环保、汽车、旅行  
金融、投资.....

## 核心的AI计算能力：oCPC-强效模型算法，提升百青藤投放效果

**oCPC (optimization cost per click)** 即经过“优化”后的CPC，以转化目标为优化目的的点击出价，采用更科学的转化率预估机制，帮助广告主在获取更多优质流量的同时提升广告转化效果

实时匹配每一次用户浏览与客户转化目标，确保广告推送人群的准确性和转化效果的可预期，动态优化客户投放成本与效果



百青藤媒体覆盖的人群



需求更多商机的广告主



Feed广告打破搜索精准需求下的广告触发行业壁垒，避免优质人群的浏览行为局限在低消费水平行业内竞价造成的价值低估

### oCPC出价分为两个投放阶段

#### 第一阶段

##### 数据积累

第一阶段，为获取足够的转化量（20个），以确保智能投放阶段系统准确的预测转化率

#### 第二阶段

##### 智能投放

根据转化率预估进行智能投放，以转化成本为优化方向，帮助广告主提高广告转化效果



# 百青藤新玩法，多角度捕捉营销关窍

为广告主精挑细选的优质流量包

## 视频、小说 优质媒体包



优化目标：目标转  
化成本的提升

## 手机厂商 优质媒体包



优化目标：目标转  
化成本的提升

## 表单优质媒体包



优化目标：注册/咨  
询提升

## 下载优质媒体包 (白名单)



优化目标：激活/下  
载提升

## 金融行业媒体包 (白名单)



优化目标：注册/咨  
询提升

## 2 百青藤投放 功能介绍

功能全景 | 调起 | 媒体ID报告 | 应用直投



## 2.1产品功能全景

模块	分类	百青藤功能汇总
计划	推广对象	网站链接 APP下载 商品广告
单元	投放流量	优选流量 自定义-百青藤
	定向设置	人群包、意图、兴趣、基础定向等功能
		媒体行业、媒体包、媒体ID（白名单）定向
	计费方式	CPC CPM OCPX
创意	样式	信息流（大图、三图、单图）、开屏、横幅、视频
	图片上传	1次上传多尺寸图片/自动裁切
其他	其他	第三方监控 deeplink应用唤醒 实时嗅探（白名单） 应用直投

## 2.1百青藤媒体支持创意尺寸汇总

	单图	大图	三图	大图视频		小图视频			竖版视频（白名单）		开屏	横幅
				视频图片	视频	视频图片	视频	封面	视频图片	视频		
尺寸	370*245 960*640	1140*640 600*300	370*245 960*640 600*300	1140*640	1280*720	370*245	1280*720	750*420	640*1140	720*1280	640*960 1080*1920	800*120 600*500
大小	200kb以内	500kb以内	200kb以内	500kb以内	码率： 520kpb 100M以内	200kb以内	码率： 520kpb 100M以内	500kb以内	500kb以内	码率： 520kpb 100M以内	500kb以内	200kb以内
格式	jpg/jpeg/png	jpg/jpeg/png	jpg/jpeg/png	jpg/jpeg/png	MP4	jpg/jpeg/png	MP4	jpg/jpeg/png	jpg/jpeg/png	MP4	jpg/jpeg/png	jpg/jpeg/png

备注：标红的表示主流尺寸

## 2.2 百青藤-媒体定向（媒体id定向/媒体包定向）

## 勾选HOT媒体ID

版位信息

填写您的投放信息，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

☐ 百度信息流

☐ 贴吧信息流

☐ 好看视频

☒ 百度联盟媒体

投放板位：

不限页面

媒体定向：

☐ 不限

☐ 媒体包

☐ 媒体分类

☒ 媒体ID

向：

批量选择

全部媒体ID

全部添加

媒体ID

流量量级

100004	1700万
100029	1700万
100001	1400万
100002	1200万

已选媒体ID (2/1000)

全部删除

媒体ID

流量量级

100004	1700万
100002	1200万

保存并继续

上一步

取消

## 媒体ID定向

## 投放

- 兴趣定向 (荐)
- OCPC出价 (荐)

[查看媒体报告](#)

媒体	转化成本
A	优秀
B	达标
C	超标

## 筛选适配媒体

媒体	转化成本	动作
A	优秀	增加预算
B	达标	增加预算
C	超标	屏蔽媒体ID

## 勾选媒体包

投放流量： ☐ 优选流量 ☒ 按媒体名称 ☐ 按流量类型 ☐ 推荐流量

☐ 百度信息流 ☐ 贴吧信息流 ☐ 好看视频 ☒ 百青藤

投放版位： 不限页面

媒体定向： ☐ 不限 ☒ 精选媒体包 ☐ 媒体分类 ☐ 媒体ID ☐ 公则媒体包

## 2.2百青藤-媒体ID维度转化报告

**媒体ID转化报告：**于一站式推广后台，推广报告--百青藤专项报告中，披露**分媒体ID维度的转化数据报告**。帮助广告主用最直观的方式优化广告效果。**通过数据分析，利用媒体ID屏蔽功能，屏蔽表现略差的媒体。**

### 适配客户解析

客户类型	客户举例	建议媒体ID效果监测方式	优点	缺点
未做OCPC投放/考核后端效果的客户	Cpc投放、或考核后端订单、ROI的客户	对接媒体ID（见后面媒体ID对接方式）	广告主只要有监测能力，对接媒体ID后，可以分媒体ID查看各项转化效果	对广告主的监测能力有要求
做OCPC对接/考核前端效果的客户	如激活、表单提交	看媒体ID转化报告进行分析	百度根据OCPC回传的转化数据，帮助广告主与媒体ID做拼接，形成媒体ID维度数据报告，更加直观方便	只能监测到客户回传的转化数据

### 注意：

1. 不论使用上述哪种方式进行分媒体ID的效果监测，都必须开通媒体ID定投白名单才可生效，申请方式联系各单位接口人统一申请。
2. 开通媒体ID定投白名单后，不论是使用媒体包投放还是媒体ID定投，都可使用上述功能，不局限于ID投放方式才能看到分媒体ID的报告。
3. 使用媒体ID转化报告，**建议多进行数据积累，分析多天转化数据，来判定媒体的适配性。**



## 2.2媒体ID对接方式（先开媒体ID定投白名单）

**功能介绍：**URL通配符功能是指广告主在创意的推广URL和点击监测URL中插入媒体ID通配符标识，当广告被点击时，该通配符标识会被相应的媒体ID替换，从而帮助广告主对不同媒体ID带来的转化效果进行追踪与分析。

通配符	使用说明
{{MEDIA_ID}}	被替换为所点击的媒体ID，媒体ID为数字字符串格式

### 举例说明：

- 原创意的推广URL或点击监测URL为<http://www.abc.com>
- 添加了通配后的URL如下：[http://www.abc.com/?&UNIT\\_ID={{UNIT\\_ID}}&PLAN\\_ID={{PLAN\\_ID}}&MEDIA\\_ID={{MEDIA\\_ID}}](http://www.abc.com/?&UNIT_ID={{UNIT_ID}}&PLAN_ID={{PLAN_ID}}&MEDIA_ID={{MEDIA_ID}})
- 点击后，被实际参数替换后的URL为：[http://www.abc.com/?&UNIT\\_ID=12345678&MEDIA\\_ID=100067](http://www.abc.com/?&UNIT_ID=12345678&MEDIA_ID=100067)

### 注意事项：

- 通配符填写严格要求大写，例如输入符号{{media\_id}}，将不能实现参数替换。
- 提交错误通配符，将不予以参数替换。
- 在添加URL通配符时，需自行保证URL连通性。

## 2.2媒体ID使用说明：如何填写媒体ID的URL追踪参数

在推广落地页URL、ocpc联调URL、点击监测URL中，填写媒体ID的追踪参数，可以获取具体不同媒体ID的转化数据。

### CPC投放的客户：

- 在创意层级：可以通过勾选“URL追踪参数”自动在推广URL中添加媒体ID的追踪参数。也可手动在点击监测URL中添加媒体ID的追踪参数。

落地页信息

\* 推广URL：

www.baidu.com?&MEDIA\_ID={{MEDIA\_ID}}

请填移动端URL，若无移动URL请到商家号

调起URL：②

scheme示例:bainuo://tuandetail?tuand=223

点击监测URL：②

URL追踪参数：②

☐ 创意ID

☐ 单元ID

☐ 计划ID

☒ 媒体ID

### OCPC投放的客户：

- 在联调链接中添加媒体ID的追踪参数，在单元层级绑定该转化追踪。

**注：**添加MEDIA\_ID字段后，如果投到其他流量位置，那么该字段返回0.

## 2.2 媒体id报告

进入一站式推广后台，推广报告-百青藤专项报告中，点击**媒体ID**，通过**自定义列**，勾选想要查看的数据。

详细数据

媒体分类

媒体包

媒体ID

自定义列

↓ 下载

→ 发送

默认 | 添加全部

☐ 属性

☐ 账户

☒ 基础指标

☒ 媒体ID

☒ 展现

☒ 点击

☒ 点击率

☒ 平均点击价格

☒ 千次展现消费

☐ 落地页转化

☐ 表单提交成功量

☐ 表单提交成功成本

☐ 表单按钮点击量

☐ 订单提交成功量

☐ 订单提交成功成本

☐ 表单唤起按钮点击量

☐ 有效咨询量

☐ 有效咨询成本

☐ 高质量咨询量

☐ 高质量咨询成本

☐ 咨询按钮点击量

☐ 电话按钮点击量

☐ 注册量

☐ 注册成本

☐ 申请量

☐ 申请成本

☐ 授信量

☐ 授信成本

☐ APP转化

☐ APP激活量

☐ APP激活成本

☐ 注册量

☐ 注册成本

☐ 付费量

☐ 付费成本

确定

取消

千次展现消费

9

6

4

4

1

0

4

1

1

4

3

2

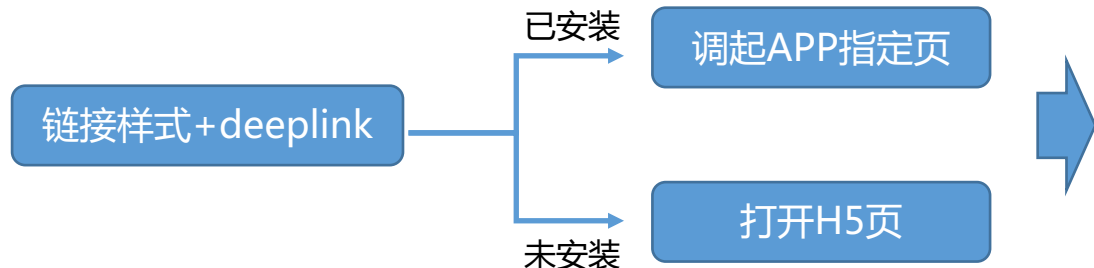
5

2

## 2.3百青藤-deeplink应用唤醒功能介绍

**适配客户：**针对已安装某 APP 的老用户，进行重新唤醒的投放需求。

### 一、计划层级选择网站链接



计划层级

新建 选择已有计划 ?

计划名称:  9/50 复制已有计划 ? 使用云图快速搭建

选择推广对象: ☒ 网站链接 ☐ APP下载 (iOS) ☐ APP下载 (Android)

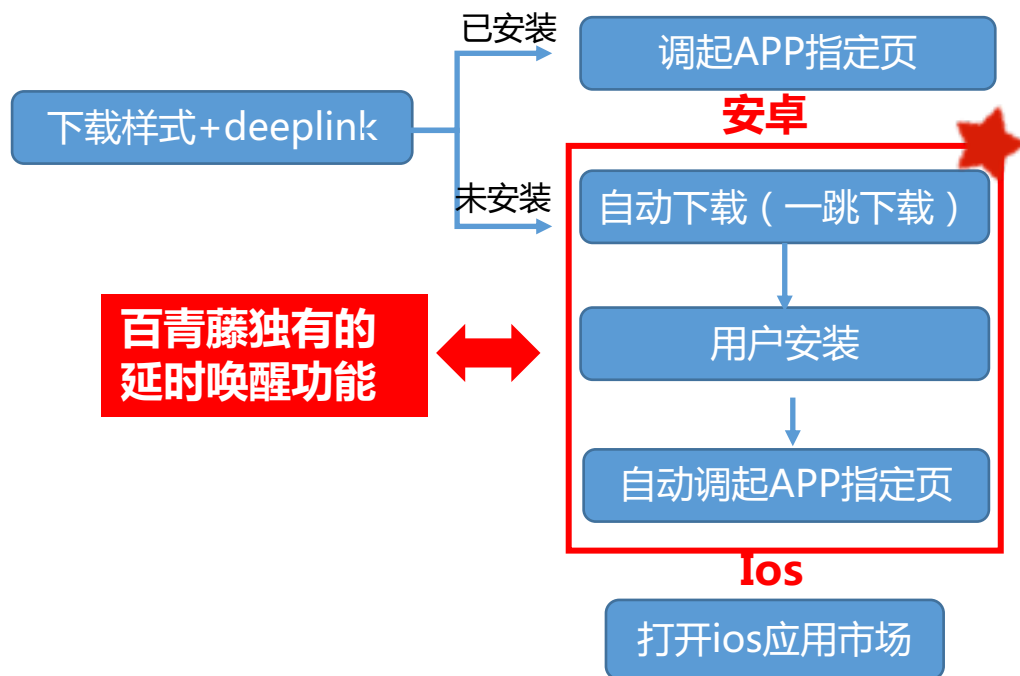
创意层级

\* 推广URL:  填写Schema

请填写移动端URL, 若无移动URL请到商家号

调起URL: ?

### 二、计划层级选择下载



计划层级

计划名称:  0/50 复制已有计划 ? 使用云图快速搭建账户 NEW ?

选择推广对象: ☐ 网站链接 ☐ APP下载 (iOS) ☒ APP下载 (Android) ☐ 百度小程序 ☐ 商品 ?

提示: Docid和推广URL至少选择一项进行填写, 为了您更高效的投放, 建议全部填写, 同时Docid和推广URL两项

☐ Docid

Docid ? :

去开发者中心上传应用包

☒ 应用信息

应用名称:  0/20

应用包名:  0/1024

推广URL ? :

创意层级

调起URL: ?  填写Schema

## 2.3.1百青藤-deeplink应用唤醒投放建议

- **投放诉求**：高调起率
- **投放建议**：仅支持调起媒体+APP偏好

### 账户配置方法：

Step1：单元层级，版位信息处**勾选**“仅投放至允许调起媒体”

投放版

位：不限页面

媒体定 ☒ 不限 ☐ 媒体包 ☐ 媒体分类 ☐ 媒体ID

向：

媒体屏 ☒ 不屏蔽 ☐ 媒体分类 ☐ 媒体ID

蔽：  
☐ 仅投放至允许调起的媒体

Step2：单元层级，app偏好定向：选择自定义。

设备和应用

平台：☒ 全部 ☒ iOS ☒ Android ☒ 计算机 ☒ 其他

网络：☒ 全部 ☒ wifi ☒ 移动网络

APP偏好：☐ 不限 ☐ APP分类 ☒ 自定义

可选APP(18) [全部添加](#)

糯米	<input checked="" type="checkbox"/>
糯米猪消消看	<input type="checkbox"/>
"糯米猪"四格漫画	<input type="checkbox"/>

已选APP(1/100) [全部删除](#)

百度糯米	<input type="button" value="x"/>
------	----------------------------------

Step3：创意层级，填写调起url

\* 推广URL：

请填写移动端URL，若无移动URL请到商家号

调起URL：

注：

1. 使用APP偏好的用户，也可申请嗅探白名单。嗅探为实时监控用户是否安装广告主app，可帮助提升调起率。申请方式：各单位联系接口人统一开通。开通后，后台继续用APP偏好的方式投放，并无区别。

## 2.3.2百青藤-deeplink应用唤醒投放建议

- **投放诉求**：主要为拉新客，但是又希望用老客来平成本。
- **投放建议**：不勾选“仅投放至允许调起媒体”，也不做app自定义（如关注激活，可在下载样式下，用deeplink调起）

### 账户配置方法：

Step1：单元层级，版位信息处**不勾选**“仅投放至允许调起媒体”



投放版  
位：不限页面


媒体定 ☒ 不限 ☐ 媒体包 ☐ 媒体分类 ☐ 媒体ID

向：  
媒体屏 ☒ 不屏蔽 ☐ 媒体分类 ☐ 媒体ID

蔽：  
☐ 仅投放至允许调起的媒体



Step2：单元层级，app偏好定向，**不做自定义选择**。



设备和应用

平台：☒ 全部 ☒ iOS ☒ Android ☒ 计算机 ☒ 其他

网络：☒ 全部 ☒ wifi ☒ 移动网络

APP偏好：☐ 不限 ☐ APP分类 ☒ 自定义

可选APP(18) [全部添加](#)

糯米	<input type="checkbox"/>
糯米猜消消看	<input type="checkbox"/>
“糯米猜”四格漫画	<input type="checkbox"/>

已选APP(1/100) [全部删除](#)

百度糯米	<input type="text"/>
------	----------------------



Step3：创意层级，填写推广url和调起url



落地页信息

\* 推广URL：

请填移动端URL，若无移动URL请到商家号

唤起URL生成方式：☒ 手动填写 ☐ 自动生成

唤起URL： 请查看“唤起URL”后的问号提示，按照规范填写

点击监测URL：



## 2.4 应用直投

- **使用条件：**客户必须使用**点击归因**，且app必须在对应应用商店上架
- **定义：**通过应用商店直投功能，可实现跳转到手机的应用商店并进入该应用详情页，直接进行下载并且安装。  
(应用商店直投，又称商店url\_schema功能)
- **应用商店直投的优势：**明显缩短转化路径，提高转化率，降低转化成本；
  - 1、跳转到应用商店app详情页时点击下载，**下载+安装同步完成**，等待时间更短，流失率更低；
  - 2、同时支持下载链接和落地页两种方式；
  - 3、优先跳转对应手机系统应用商店安装详情

- 原下载链路：**多次确认安装，耗损用户达20%以上。人群越下沉，耗损比例越高。**

1、展示广告开始下载    2、确认是否允许安装    3、确认安装、提示去手机应用商店安装    4、继续安装    5、安装完成，打开APP

- 应用商店直投下载链路：

1、展示广告开始下载    2、跳转手机应用商店，点击开始安装    3、静默安装，打开APP



视频播放：某客户应用直投应用实例

## 2.4 应用直投

### 应用直投业务端配置

选择推广对象： ☐ 网站链接 ☐ 应用下载 (iOS) ☒ 应用下载 (Android) ☐ 百度小程序 ☐ 商品 ☐ 线下推广

① 提示：推广应用和推广URL至少选择一项进行填写。为了高效投放，建议全部填写，推广应用和推广URL两项的应用名称与包名需保持一致。

☒ 选择推广应用

推广应用：

请到[极速下载](#)或[开发者中心](#)上传

☐ 填写应用信息

应用名称： 5/20

应用包名： 20/1024

推广URL：

☒ 应用商店直投

应用商店链接：

应用商店链接即厂商应用市场openurl，填写后优先从应用市场进行下载，目前只支持百青藤流量。示例：market://details?id=com.taobao.taobao

- 使用方式：白名单机制，请沟通各运营单位接口人统一申请。
- 申请邮件名称：百青藤应用直投申请—xx客户；
- 邮件内容：

账户名	账户id

- 收件人：cpo-bqt@baidu.com

1、推广对象选择“应用下载(ios)”或 应用下载(Android)

2、勾选应用商店直投

3、填写“应用商店链接”URL，不填写则默认不采用应用商店直投，填写则参与直投。

- 应用商店链接即厂商应用市场openurl，填写后优先从应用市场进行下载，目前只支持百青藤流量。示例：market://details?id=XXX，其中XXX为应用包名

建议：因为填写的“应用商店链接”只有一个，建议广告主在各方应用商店的包名保持一致，**如果包名不一致或者链接不一致，需要拆分计划分别投放**。目前三星手机的应用商店链接和国内其他（华为、小米等）的应用商店链接不一样，如果要同时覆盖三星、华为等，至少需要2个不同的计划

### 3 百青藤投放 投放指导

计划 | 单元 | 创意 | 数据报告

# 账户结构

## 原生四层账户结构对应可操作项



# 3.1 登录账户

➤ 登录：www2.baidu.com，输入百度推广的账户名、密码登录，选择“信息流推广”卡片,进入“竞价广告”

Bai du 推广

首页 账户中心 财务中心 客户端下

Hi, searchlab

当前信誉评级：V

推广余额：0

合规信用值：100 查看详情 > 我的优惠 查看详情 >

账户充值

预算设置

推广产品 全部 >

推广总数据： 总消费：0 总点击：0 总展现：4523

搜索推广 

进入

消费：0 展现：4523 点击：0 日预算：605

信息流推广 

进入

点击：0

竞价广告 效果导向 自主投放

竞价广告，多维度定向，实时竞价，精准捕捉潜在人群。  
灵活操作定向维护、出价、创意及多种优化工具，可帮助您高效控制广告投放，最大化投放价值。

进入 产品介绍

## 3.2 新建计划

➤ 点击“新建计划”，输入计划名称、选择推广对象、填写预算、推广日期等

计划名称：

0/50 复制已有计划 ? 使用云图快速搭建账户 NEW ?

选择推广对象：

☒ 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 2018.12.07 - 2019.03.07

推广时段：

☐ 全部时段 ☒ 自定义

☒ 星期一 ☒ 星期二 ☒ 星期三 ☒ 星期四 ☒ 星期五 ☒ 星期六 ☒ 星期日

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24
全天																								

提示：蓝色为投放，白色为不投放

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

保存并继续

取消

支持原生普通竞价投放和原生闪投的网站链接&APP下载

支持标准、匀速投放

## 3.2 新建计划

- 选择百青藤媒体投放安卓APP下载时，仅支持填写应用信息，且推广链接只能为.apk结尾。示例：  
[https://package1.ljcdn.com/hd\\_8.apk](https://package1.ljcdn.com/hd_8.apk)

**IOS**

新建

选择已有计划 ?

计划名称:

0/50

复制已有计划 ?

使用云图快速搭建账户 NEW ?

选择推广对象:

☐ 网站链接

☒ APP下载 (IOS)

☐ APP下载 (Android)

☐ 商品 ?

应用名称:

0/20

推广URL:

示例: <https://itunes.apple.com/cn/app/id12345>

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

**安卓**

新建

选择已有计划 ?

计划名称:

0/50

复制已有计划 ?

使用云图快速搭建账户 ?

选择推广对象:

☐ 网站链接

☐ APP下载 (IOS)

☒ APP下载 (Android)

☐ 商品 ?

提示: 为了更好更高效地投放, 建议您Doid和应用信息全部填写, 但至少选择一个进行全部填写

☒ Doid

Doid ?

去开发者中心上传应用包

☒ 应用信息

应用名称:

应用包名:

预算:

☒ 不限

☐ 自定义

推广日期:

☒ 长期投放

☐ 选择推广日期

应用名称:

应用包名:

推广URL:

仅支持.apk结尾的下载链接, 如:

[https://package1.ljcdn.com/hd\\_8.apk](https://package1.ljcdn.com/hd_8.apk)

## 3.3.1 新建单元-选择投放流量

➤ 输入单元名称，选择优选（选择所有百度内外媒体投放）或者自定义下勾选百青藤

新建 选择已有单元 ?

单元名称：  0/50 复制已有单元 ?

业务点选择： ? 请选择业务点 可前往资产库创建或管理业务点

版位信息 填写您的投放信息

投放流量： ☒ 优选流量 ☐ 按媒体名称 ☐ 按流量类型 ☐ 推荐流量

投放版位： ☐ 不限页面 ☒ 自定义

☒ 列表页 ☒ 详情页

优选流量：手百+贴吧+百青藤

版位可不限，也可自定义选择列表页或详情页

新建 选择已有单元 ?

单元名称：  0/50 复制已有单元 ?

业务点选择： ? 请选择业务点 可前往资产库创建或管理业务点

版位信息 填写您的投放信息，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 ☐ 推荐流量

☒ 百度信息流 ☒ 贴吧信息流 ☒ 好看视频 ☒ 百青藤

投放版位： 不限页面

媒体定向： ☒ 不限 ☐ 精选媒体包 ? ☐ 媒体分类 ? 媒体ID ? ☐ 公测媒体包 ?

自定义：可选百青藤单独投放，同时支持与手百&贴吧的复选

默认版位不限



## 3.3.1 新建单元-选择投放流量

### ➤ 推荐流量：可单独选择爱奇艺流量投放

新建 选择已有单元 ?

单元名称：

0/50 复制已有单元 ?

业务点选择：?

请选择业务点

可前往资产库创建或管理业务点

版位信息

填写您的投放信息，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

☒ 推荐流量

☒ 爱奇艺 ?

投放版位：不限页面

### 爱奇艺流量-投放建议

- **适配客户**：下载类客户，如游戏行业
- **调起功能**：不支持deeplink调起
- **人群定向**：不建议使用意图词定向以及新兴趣定向，建议使用“**兴趣**”投放
- **DMP人群**：单投爱奇艺不支持自定义人群

## 3.3.2 新建单元-选择百青藤媒体定向

➤ 单选百度百青藤媒体的情况下，可进行**媒体包**、**媒体分类**、**媒体id**或者**屏蔽**。

版位信息 填写您的投放信息，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 ☐ 推荐流量

☐ 百度信息流 ☐ 贴吧信息流 ☐ 好看视频 ☒ 百青藤

单选百青藤可进行媒体定向

定向方式支持：媒体分类定向/屏蔽、媒体包定向

投放版位：不限页面

媒体定向：☒ 不限 ☐ 精选媒体包 ☐ 媒体分类 ☐ 媒体ID ☐ 公测媒体包

媒体屏蔽：☒ 不屏蔽 ☐ 媒体分类 ☐ 媒体ID

☐ 仅投放至允许调起的媒体

仅投放至允许调起媒体：  
勾选后广告主会出现在允许调起的媒体上，如不做APP调起不建议勾选此项

Ps：媒体id定向和屏蔽功能、公测媒体包等白名单控制均加白开通：  
申请开白邮箱：yuansheng-test@baidu.com

## 3.3.2 媒体包定向

➤ 根据推广诉求选择相应的媒体包，建议媒体包结合媒体id屏蔽功能使用。

投放流量：☐ 优选流量 ☒ 按媒体名称 ☐ 按流量类型 ☐ 推荐流量

☐ 百度信息流 ☐ 贴吧信息流 ☐ 好看视频 ☒ 百青藤

投放版位：不限页面

媒体定向：☐ 不限 ☒ 精选媒体包 ☐ 媒体分类 ☐ 媒体ID ☐ 公测媒体包

请选择：可同时选择多个包

可选媒体包(2)	全部添加	已选媒体包(2/10)	全部删除
输入媒体包名称搜索	Q		
小说优质媒体	?	<input checked="" type="checkbox"/>	×
手机厂商优质媒体	?	<input checked="" type="checkbox"/>	×
视频平台优质媒体	?	<input type="checkbox"/>	
表单优质媒体	?	<input type="checkbox"/>	

媒体屏蔽：☒ 不屏蔽 ☐ 媒体分类 ☐ 媒体ID ☐ 仅投放至允许调起的媒体

单选“百青藤”

选择精选媒体包，可多选。  
公测包需加白使用：含下载、金融包等

适合下载推广：小说、视频平台优质媒体；  
适合表单推广：手机厂商和表单优质媒体，如需拓量可选表单优质媒体。

建议媒体包定向对接媒体id数据，并利用媒体id屏蔽功能屏蔽效果不佳媒体。媒体id需开白使用。

### 3.3.2 媒体id定向或屏蔽（白名单）

版位信息

填写您的投放信息，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

☐ 百度信息流

☐ 贴吧信息流

☐ 好看视频

☒ 百青藤

投放版位：

不限页面

媒体定向：

☐ 不限

☐ 媒体包 <sup>②</sup>

☐ 媒体分类

☒ 媒体ID <sup>②</sup>

向：

批量选择 <sup>②</sup>

全部媒体ID

全部添加

媒体ID

流量量级

100004

1700万

✓

100029

1700万

+

100001

1400万

+

100002

1200万

✓

已选媒体ID (2/1000)

全部删除

媒体ID

流量量级

100004

1700万

×

100002

1200万

×

保存并继续

上一步

取消

按“媒体名称”投放时，仅选择百青藤

媒体定向或媒体屏蔽中选择“媒体ID”，媒体ID支持搜索和批量选择的功能。默认显示流量量级较大的媒体ID作为参考。

## 3.3.2 deeplink 调起

➤ 对于投放老客户唤醒的广告主，建议勾选“**仅投放至允许调起的媒体**”，提升调起率。

版位信息 填写您的投放信息，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 ☐ 推荐流量

☐ 百度信息流 ☐ 贴吧信息流 ☐ 好看视频 ☒ 百青藤

投放版位：不限页面

媒体定向：☒ 不限 ☐ 精选媒体包 <sup>?</sup> ☐ 媒体分类 ☐ 媒体ID <sup>?</sup> ☐ 公测媒体包 <sup>?</sup>

媒体屏蔽：☒ 不屏蔽 ☐ 媒体分类 ☐ 媒体ID <sup>?</sup>

☐ 仅投放至允许调起的媒体

仅投放至允许调起媒体：  
勾选后广告主会出现在允  
许调起的媒体上，如不做  
APP调起不建议勾选此项

## 3.3.3 新建单元-选择基础定向

➤ 进行各种定向后，点击“保持并继续”，进入创意层级。

Ps：百青藤的投放，在定向上，建议使用“兴趣”，不建议使用词、标签、新兴趣

用户意图：长期兴趣： ☒ 不限 ☐ 自定义  
商业意图： ☒ 不限 ☐ 添加意图词

内容定向：词主题： ☒ 不限 ☐ 自定义  
文章分类： ☒ 不限 ☐ 选择文章分类

内容定向，百青藤媒体不生效

设置推广计划：基础信息

设置推广单元：基础信息

版位信息

定向设置

投放出价

设置推广创意

创意生成方式

共用信息

程序化设置

创意组件

内容定向：词主题： ☒ 不限 ☐ 自定义  
文章分类： ☒ 不限 ☐ 选择文章分类

线下到访： ☒ 不限 ☐ 场所 ☐ 商圈

设备定向： ☒ iOS ☐ Android ☒ 计算机 ☐ 其他  
☒ 网络 ☐ wifi ☐ 移动网络

APP偏好： ☒ 不限 ☐ 自定义

APP分类： ☐ 自定义

运营商： ☒ 全部 ☒ 中国移动 ☒ 中国联通 ☒ 中国电信

保存定向 ☐ 保存并关联以上定向信息，下次投放时可直接使用，查看或修改点击进入 [定向包管理](#)

自动定向 ☒： ☒ 开

保存并继续 上一步 取消

自动定向 ☐：与媒体定向互斥

投放出价

优化目标： ☐ 转化 ☒ 点击 ☐ 曝光

付费模式：CPC 按照每次点击计费

出价：  元/点击 不能低于0.3元 建议出价：0.50~0.64元/点击

下载 [百度推广APP](#)，手机端随时改出价

在百青藤暂不生效

其他配置

自动优化 ☒：系统以最大化提升优质展现或点击为目标，为您持续优化高质量定向、创意，并尽可能降低成本。

保存并继续 上一步 取消

## 3.4 新建创意-整体流程

分三步进行创意填写



## 3.4.1 新建创意-填写共用信息

- 进入新建推广创意层级，填写共用信息，该信息将生效于同一单元下的所有创意（开启独立推广信息除外）
- 优选媒体情况下投放“调起”需要白名单申请（流程同手百），请联系各运营单位接口人

新建推广创意

所属计划: 测试仪 | 所属单元: 测试

设置推广计划

基础信息

设置推广单元

基础信息

版位信息

定向设置

投放出价

设置推广创意

创意生成方式

共用信息

创意列表

创意组件

创意工具

共用信息

所有创意物料的共用信息

\* 品牌名称: ?

0/8

\* 用户头像:

上传图片

120px\*120px, 1024kb内, jpg/jpeg/png格式 未上传

\* 推广URL:

请填写移动端URL, 若无移动URL请到商家号-营销页

调起URL: ?

百度小程序: 百青藤暂不支持百度小程序

8qVWX97uz

点击监测URL: ?

URL追踪参数: ?

☐ 创意ID ☐ 单元ID ☐ 计划ID

提交审核

上一步

取消

填写普通H5落地页

Deeplink投放：

- 1.如果调起失败则进入推广URL的页面
- 2.优选情况下，需要申请权限才可投放
- 3.单选百青藤情况下，所有广告主可见该入口

调起URL：请填写唤醒Schema，用于唤醒应用内目标页。示例:百度糯米的scheme：“bainuo：//tuandetail?tuanid=2230468”，可唤醒至百度糯米内某个团购的页面。



## 3.4.2 新建创意-填写创意基础元素信息

### ➤ 选择创意样式，填写创意基础元素信息

The screenshot shows the 'New Creative' interface. At the top, a horizontal scroll bar contains creative styles: '单图 25', '大图 25', '三图 50', '橱窗 25', '视频 75', and '开屏'. Below this, the '1 单图样式' section is active. It includes a '复用已有创意' button and a link '点击前往Feed创意工具生成创意'. Two input fields are present: '创意名称' (Creative Name) and '创意标题' (Creative Title), both with a red asterisk indicating they are required. Below these are filters for '+ 地域', '+ 日期', and '+ 收入水平', along with a link '查看更多通配符词包'. A red dashed box highlights the upload area, which includes '本地上传' (Local Upload), '我的图库' (My Gallery), and a '+ 添加更多尺寸' (Add more sizes) button. To the right of the upload area, technical specifications are listed: '尺寸: 370 x 245' (Size: 370 x 245) with a 'HOT' tag, '960 x 640, 600 x 500, 800 x 120' (Other sizes), '格式: JPG/JPEG/PNG' (Format), and '大小: 100KB 以内' (Size). At the bottom, a '独立推广信息' (Independent promotion information) section has a toggle switch and a note: '默认关闭, 复用公用推广信息; 若开启, 当前创意单独填写推广相关信息'. A '+ 单图创意' (New Creative) button is at the bottom left.

选择创意样式，鼠标向右拖显示更多样式：横幅，单选百青藤下无橱窗样式。

同单元下创意名称不可重复



鼠标放在图位上，系统根据业务特点为您推荐图片，点击“应用”后，直接裁切成HOT尺寸。也可点击本地上传，或者“添加更多尺寸”进入图库页，上传多尺寸图片。

独立推广信息，可填写项跟共用信息一致，若开启则以独立推广信息为准

## 3.4.3 新建创意-图片上传-本地上传

- 点击“本地上传”后，一次性可上传不超过10张图片，上传的图片可关联业务点，可用于之后的图片推荐功能
- 上传图片后点击“确定”，进入“我的图片”页，默认显示最新上传的图片，可在我的图片中进行自提图的选择
- 点击“取消”，则进入图库的“推荐图片”页，可在推荐图片中进行推荐图的选择



➤ 本地上传多尺寸图片后，点击“确定”，进入图库的“我的图片”页，可自动裁切，精准裁切

☐ 原图: 960x540

☐ 原图: 960x540

☐ 原图: 600x300

## 3.4.5 新建创意-创意组件&创意工具

### ➤ 创意组建和创意工具暂无法在百度百青藤媒体上使用

新建推广创意

设置推广计划

基础信息

设置推广单元

基础信息

版位信息

定向设置

投放出价

设置推广创意

创意生成方式

共用信息

创意列表

创意组件

创意工具

单图 25

大图 25

三图 50

视频 50

开屏 25

创意组件

开

可叠加创意组件:

电话组件

☒ 在较低版本可以允许展现无组件广告

选择组件:

选择组件

选择已有组件或者[编辑电话组件](#)

创意工具

☐ 智能标题

☐ 系统配图

☐ 自提图优选

☐ 图片魔方

该单元下共0张系统挖掘图片可替换，[查看详情](#)

提交审核

上一步

取消

优选情况下可开启，仅百度内部媒体生效。单选百青藤情况下，创意组件按钮无法开启

单选百青藤暂不支持

## 3.4.6 新建创意- 创意拆分

➤ 在上传多套尺寸创意后，系统会根据所选创意尺寸的个数，自动拆成多条创意，提交审核后将在创意列表分条显示

单图 3/25

大图

页面 1/25

视频 1/25

组图 1/25

1 单图

重新已有创意 还可以前往 [Feed 创意工具](#) 生成创意

创意名称

图片测试1-2

6/50

创意标题

6/50

+地点

+日期

+年龄

+性别偏好

请配置定向, 查看更多定向

创意图片

图片关键词: 卧室沙发

2000万+免费图片快速搜索



当前尺寸: 370 x 245  
尺寸: 370 x 245  
格式: [了解支持的格式](#)  
大小: 100KB 以内

+ 添加更多尺寸

+ 不同尺寸将拆分为多个独立创意进行展示

独立推广信息

☐

默认关闭, 复用公用推广信息: 不开启, 当前创意单独指定推广相关信息

1 单图

重新已有创意 还可以前往 [Feed 创意工具](#) 生成创意

创意名称

6/50

创意标题

图片测试1-2\_d9A

6/50

+地点

+日期

+年龄

+性别偏好

请配置定向, 查看更多定向

创意图片

图片关键词: 卧室沙发

2000万+免费图片快速搜索



当前尺寸: 370 x 245  
尺寸: 370 x 245  
格式: [了解支持的格式](#)  
大小: 100KB 以内

+ 添加更多尺寸

+ 不同尺寸将拆分为多个独立创意进行展示

独立推广信息

☐

默认关闭, 复用公用推广信息: 不开启, 当前创意单独指定推广相关信息

+ 多图创建

请按照样式连续创建 25 个创意

提交审核

上一步

取消

为防止创意名称重复，系统自动生成带字符的创意名称

创意

2018.12.11 - 2018.12.11

【在线视频】信息流客户端：信息流推广客户端操作平台，帮助信息流客户提升投放效率。 [查看更多内容](#)

由于业务端升级，原含多尺寸图的创意，被拆成多条创意，展点消费数据记录在拆解后的第1条创意上。

搜索创意标题

新建创意

批量编辑

查看报告

自定义列

<input checked="" type="checkbox"/>	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
<input checked="" type="checkbox"/>	总计-2	-	-	-	-	-	-	0	0	0.00	0.00%	0.00	-
<input checked="" type="checkbox"/>	网盟测试单选 5	自定义	审核中	单选网盟-多图	网站-单选-多图	推广版位 (1个)	百度联盟媒体	0	0	0.00	0.00%	0.00	实况 编辑 删除 复制
<input checked="" type="checkbox"/>	网盟测试单选 5	自定义	审核中	单选网盟-多图	网站-单选-多图	推广版位 (1个)	百度联盟媒体	0	0	0.00	0.00%	0.00	实况 编辑 删除 复制

每页显示: 50

1

拆分出来创意，将在创意列表分条进行展示，选中创意后可进行批量编辑：启用、暂停、删除等



## 3.5.1查看投放数据-单元层级查看

### 推广单元

在推广单元的流量类型中新增“百青藤”，可查看报表中的展点消等数据。

新建单元

批量编辑

启用

暂停

删除

复制

修改出价

开启自动优化

关闭自动优化

查看报告

自定义列

?

推广单元

状态

所属计划

流量类型

推广展位

展现

点击

消费

点击率

平均点击价格

单元质量分

出价(元)

自动优化

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

流量类型

优选流量

贴吧信息流

百度信息流

百青藤

确定

取消

流量类型展示新增百青藤

总计-3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0	0.00	0.00%	0	-
<input checked="" type="checkbox"/> 123	有效	测试图片	百度联盟媒体								CP C	1.00	未开启	-	-	-	-	-	-	0				编辑 删除 复制 一键诊断	
<input type="checkbox"/> danxuan	有效	测试图片	百度联盟媒体	推广展位 (1个)	0	0	0.00	0.00%	0.00	-	CP C	1.00	未开启	-	-	-	-	-	-	0				编辑 删除 复制 一键诊断	

## 3.5.2 查看投放数据-推广报告中查看

推广报告

推广报告—百青藤专项报告

The screenshot displays the Baidu Promotion Report interface. The top navigation bar includes 'Bai 推广 | 信息流推广', '推广管理', '推广报告' (selected), '资产中心', '工具中心 NEW', and '帮助'. The left sidebar lists various report types: '账户报告', '计划报告', '单元报告', '创意报告', '程序化创意报告', '定向分析报告', '对比分析', 'oCPX报告', '视频报告', '百青藤专项报告' (selected), and '小程序报告'. The main content area shows the '百青藤专项报告' selected, with a date filter set to '2019/11/18'. Below the date filter, there are sections for '汇总单位:', '推广对象:', and '查询层级:'. The '媒体分类报告' section is expanded, showing a list of report types: '账户报告', '计划报告', '单元报告', '创意报告', '程序化创意报告', '定向分析报告', '对比分析', 'oCPX报告', '视频报告', '百青藤专项报告' (highlighted with a red dashed box), and '小程序报告'. The main report area displays a table with columns for 'OS', '应用下载 (Android)', and '商品'. A message at the bottom right states: '暂无数据或部分数据未识别, 请查看下方详细数据'.

4

## 百青藤投放案例&行业投放指导

投放优秀案例

# 4.1 百青藤-招商加盟行业-账户投放指导

## 第1步

### 新建计划单元

**1.1** 根据广告主推广需求，为百青藤单独新建计划和单元  
**建议：**新建单元，**每个单元日预算不低于3000元**，可先只新建1个计划及单元，避免消费分散。

**1.2** 开通媒体公测包权限&媒体ID报表权限  
**要求：**发送功能开通申请邮件，至各运营渠道接口人

## 第3步

### 填充创意

- 3.1** 尽可能填充多类型的图片创意：三图、大图  
**建议：**如无太多创意，**建议尽可能填充以下基本图片尺寸创意**  
**600\*300 ; 1140\*640 ; 960\*640 ; 370\*245**
- 3.2** 文字创意尽可能丰富且多量  
**建议：**从不同角度描述商机、优惠政策、高品质、高收入等

## 第2步

### 配置单元

**2.1** 媒体定向：公测媒体包 > 招商加盟公测包  
**建议：****只选择「招商加盟公测包」**

**2.2** 意图定向：选兴趣  
**建议：**建议使用“兴趣”，**不建议使用词、标签、新兴趣**

**2.3** 其他定向：尽可能开放选择  
**建议：**• **地域：**建议选择不限，或覆盖北上广等一二线城市，或业务当地及周边城市

- 年龄：根据业务需要，选择适龄区间
- 性别、学历、人生阶段：建议全选
- 设备和应用：用不可以只选的「计算机」

**2.4** 出价模式：**ocpc**  
**建议：**第一阶段点击出价：**0.35—0.55元**  
**提示：**由于一阶属于模型积累阶段，成本可能会超出，**20个转化后，进入二阶，成本会回调正常**

## 第4步

### 后期效果检测

**4.1** 对于媒体投放效果的详细掌控，更有利于后期的精准投放

客户类型	客户举例	建议媒体ID效果监测方式	优点	缺点
未做OCPC投放/考核后端效果的客户	Cpc投放、或考核后端订单、ROI的客户	对接媒体ID	广告主只要有监测能力，对接媒体ID后，可以分媒体ID查看各项转化效果	对广告主的监测能力有要求
做OCPC对接/考核前端效果的客户	如激活、表单提交	看媒体ID转化报告进行分析	百度根据OCPC回传的转化数据，帮助广告主与媒体ID做拼接，形成媒体ID维度数据报告，更加直观方便	只能监测到客户回传的转化数据

**提示：**对接媒体ID方法，见本ppt30-32页

## 4.2 百青藤-招商加盟投放优秀案例-蓝菲酒业

- 客户名称：东莞市蓝菲酒业有限公司
- 投放产品：红酒专卖线下店面加盟

- 推广诉求：成本要求 $CPA \leq 300$
- 痛点分析：行业竞争大获量难，表单接通率量低

### 投放经验分享

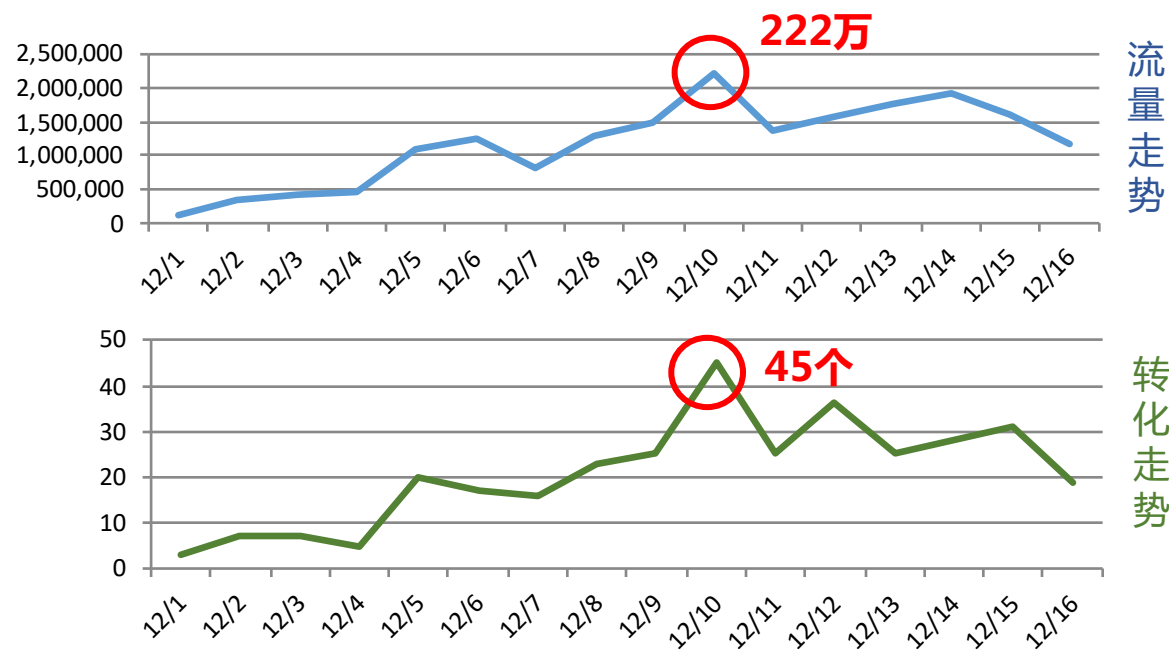
- 计划单元创建：
  - 计划单元集中，避免预算分散不利数据积累，建议：3000元/日/计划。
- 组合方式：百青藤+oCPC+兴趣+定向
- 出价建议：一阶（ $\geq 0.35$ 元）；二阶（ $\geq 160$ 元）
- 媒体选择：招商加盟-公测包
- 监控优化：通过媒体ID报告效果监测，进行择优投放
- 创意物料：尽可能填充数量、样式丰富的创意
  - 文字多角度描述：高品质、高回报、门槛低、赠送多、多扶持等
  - 三图样式：更容易获得高流量，高转化。
- 落地页：突出项目优势、转化入口前置且多次出现、准确抓住用户痛点、创意和落地页关联度高、配色对比度高。

### 投放效果展示

**获量**：提量明显，通过模型的逐渐健全，已达成流量快速稳定上升。15天整体流量增长**996%**。

**转化**：单日转化量提升**1400%**，表单接通量**高于55%**。

**成本**：满足客户诉求， $CPA \leq 300$ 元，成本**最低至168元**。





## 4.3 百青藤-教育行业投放优秀案例

- 行业细分：职业教育-消防工程师**职业培训**

- 推广诉求：在成本稳定基础上，需**快速拓量**
- 痛点分析：流量竞争激烈，线索量遇瓶颈，寻找**提升转化新途径**

### 投放经验分享

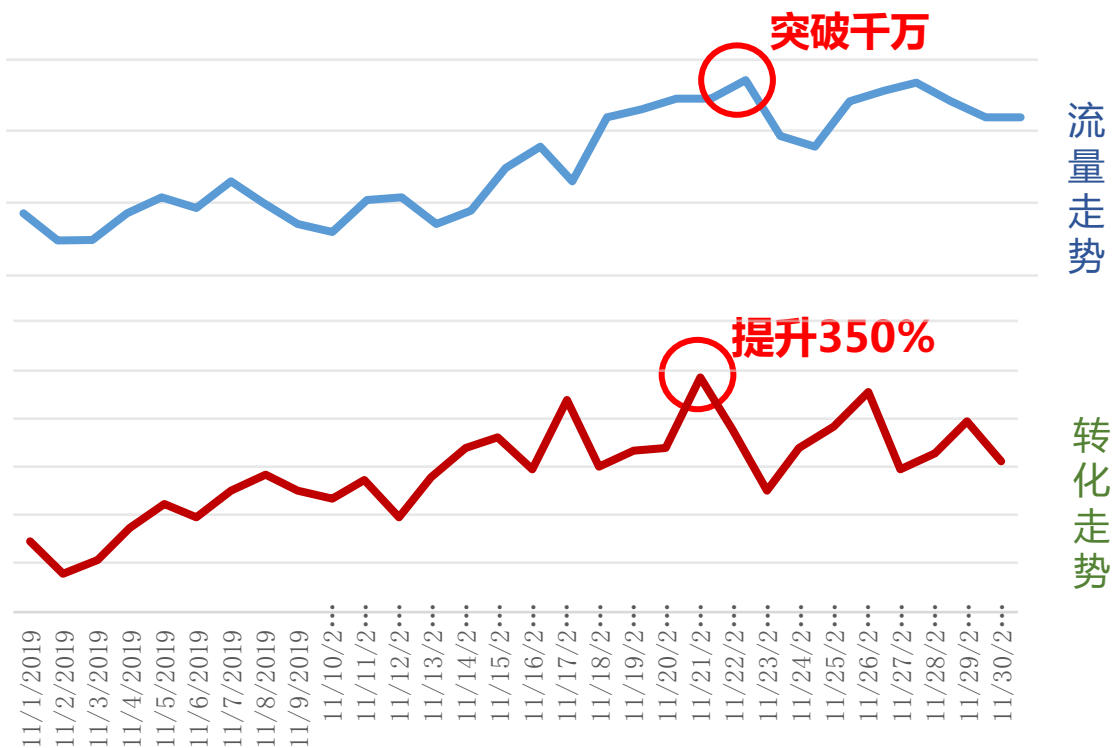
- 计划单元搭建：全时段投放；每个计划给足预算（至少50个转化的预算）预算分配开加速。
- 组合投放：百青藤+ocpc/ocpm+媒体定向+**不限意图词兴趣**
- 媒体定向：
  - 百青藤-精选媒体包**
    - 表单优质媒体**；b.手机厂商优质媒体
  - 百青藤-媒体分类**：教育、商业、资讯等目标受众关注的分类
  - 百青藤-媒体ID**
    - 系统推荐流量大的媒体；b.分行业推荐媒体-教育、商服
  - 百青藤-公测媒体包**：**教育行业公测包**
- 创意物料：
  - 文字：突出高年薪、双薪、条件宽、6秒测评、免费查询等  
图片：三图+大图6种**尺寸加全**，原生图+硬广图分别投放  
视频：视频大图+视频小图**样式全**，每个单元3+条视频
- 落地页：突出优势、表单位置明显且多次出现，吸引网民并提升转化
- 转化监控**：百青藤专项报告可查看媒体分类、媒体包的展点消数据，分**媒体ID**的成本和转化量，**积累一定数据后**可用于后期媒体投放优化。

### 投放效果展示


**获量**：前期投放日均获量稳定，经不断定向测试+优化提量明显，

日均达**千万级曝光**

**转化**：成本符合客户预期，**单日转化量提升350%**



## 4.4 百青藤-deeplink投放优秀案例-微博

- **客户名称**：北京微梦创科网络技术有限公司
- **投放产品**： 新浪微博
- **客户背景**：基于用户关系的信息分享、传播、获取信息的社交平台。
- **客户诉求**：对于已安装新浪微博的老用户进行唤醒，要求达到**60%以上的调起率**。

### 账户投放经验分享

- **流量定向**：选择仅投放至支持调起的媒体。
- **老用户触达方式**：
  - 自定义人群：投放已安装人群
  - APP偏好：自定义为新浪微博
- **人群属性定向**：
  - 复制历史测试效果好的人群属性
  - 若想获取更多流量，可以不限
- **计费方式**：cpc。

### 效果

**获量**：微博前期日均获量稳定，后经投放内容优化与API对接，提量明显。11月累计已获取亿级曝光。

**成本**：满足客户诉求，**调起率达到60%以上**。



微博数据：截取11月数据

## 4.5 百青藤-教育行业投放优秀案例-职业教育

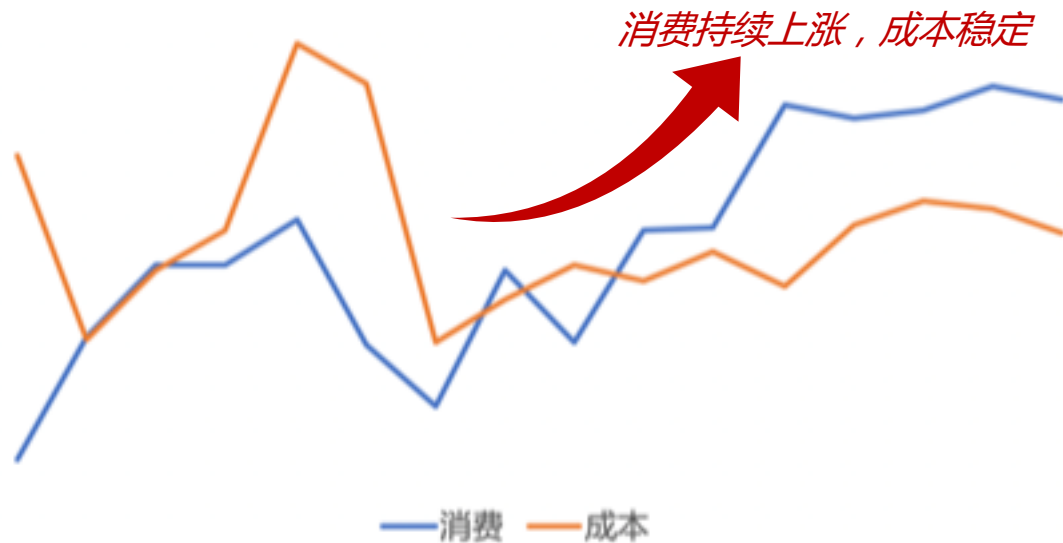
- **投放产品**：某职业教育客户
- **客户诉求**：成本达标情况下稳定投放

### 投放经验分享

- **媒体&定向**：百青藤媒体本身高度适配职业教育类客户，建议**不限媒体和定向**投放
- **出价**：oCPC
- **创意**：报考资格查询、考后收入年薪等相关素材
- **落地页**：顶部显示已有XX人查询，底部轮播用户XX分钟前刚查询，吸引用户

### 投放效果

每日消费可达预算上限，且成本比账户平均成本低**17.2%**





T

H

A

N

K

S