

百度营销 游学堂2020游戏买量宝典

万众一心 同舟共济

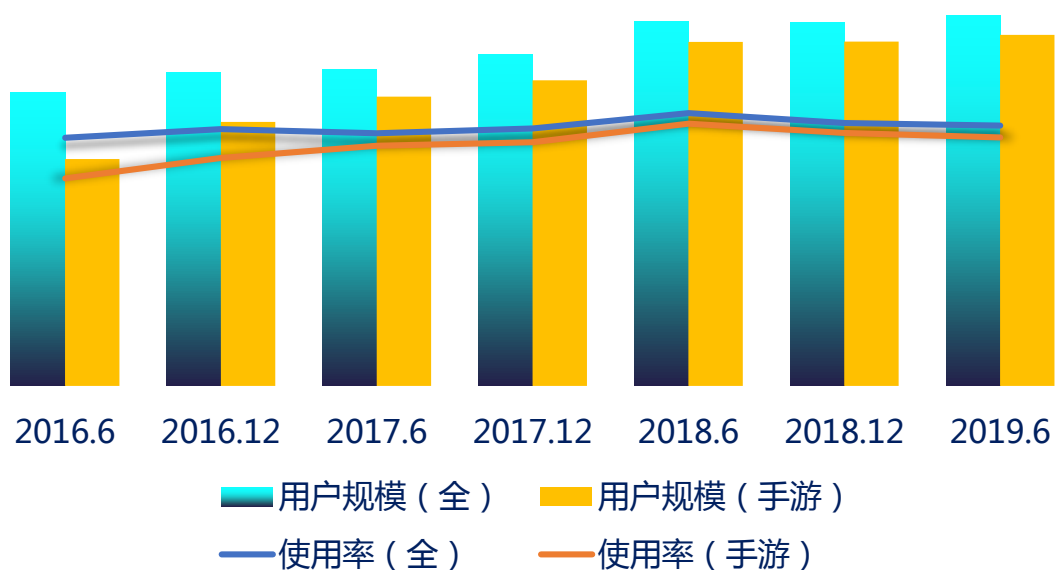
主播人：郭颖

直播时间：2020/3/24 20:00

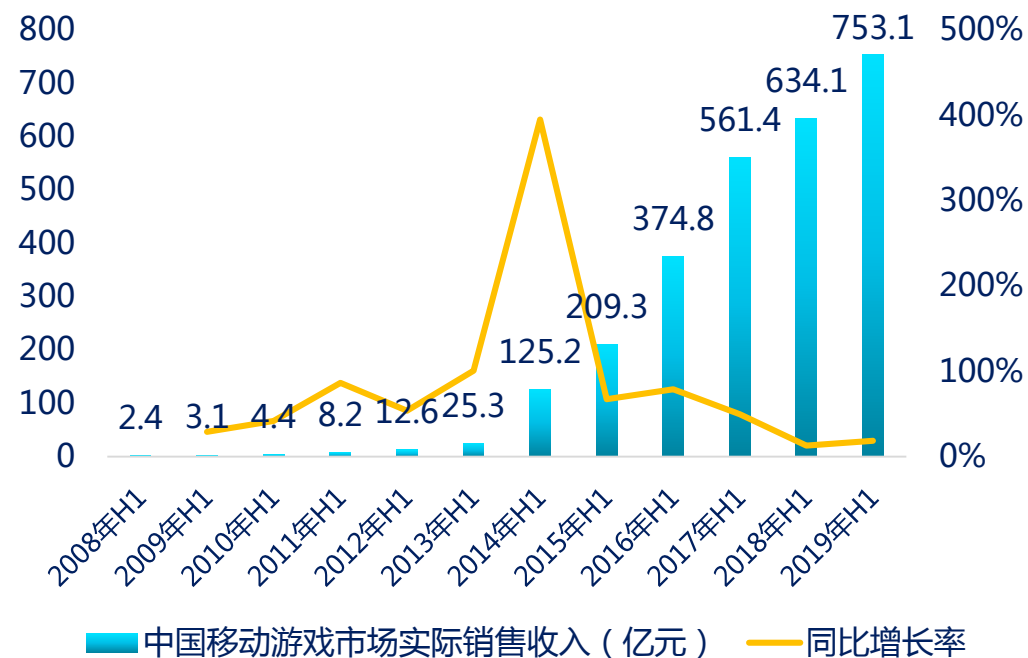


网络游戏增长放缓，红利见顶

网络游戏用户规模&使用率



中国移动游戏市场实际销售收入



数据来源：CNNIC第44次《中国互联网络发展状况统计报告》、伽马数据《2019上半年中国游戏产业报告》



目录

- 1 百度信息流怎么玩？**
- 2 百度搜索还能如何优化？**
- 3 来点新玩法！**



目录

1 百度信息流怎么玩？

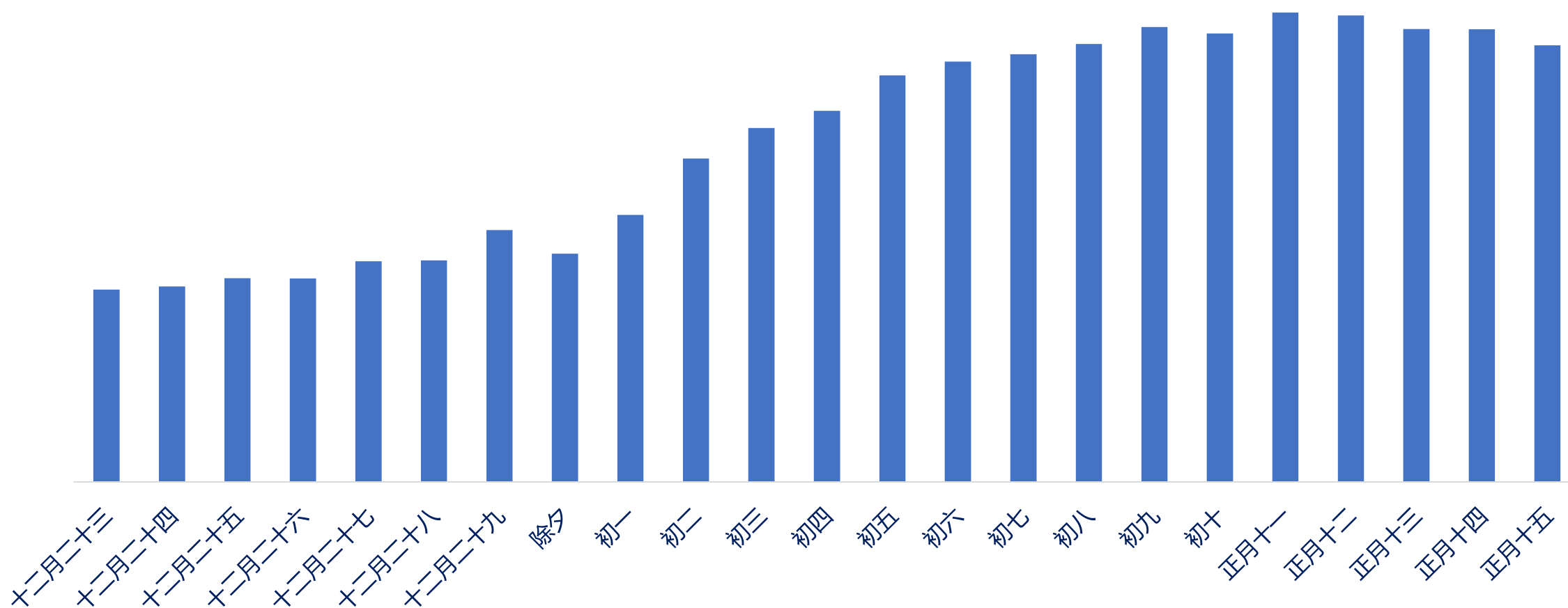
2 百度搜索还能如何优化？

3 来点新玩法！



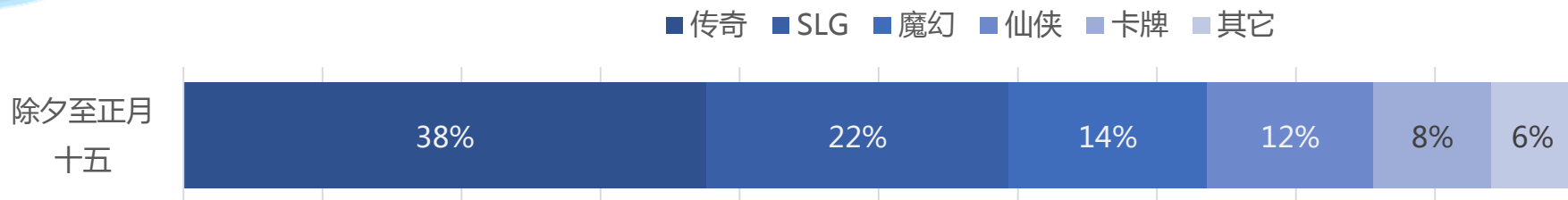
长假期间游戏行业信息流消费涨势强劲

长假期间信息流消费-游戏行业





长假期间信息流投放亮点



传奇仍为消费最大类别的游戏，SLG因为三国类游戏的放量，占比上升明显

除手百外，部分流量在长假期间增速明显

优选长假期间日消费 **+136%**

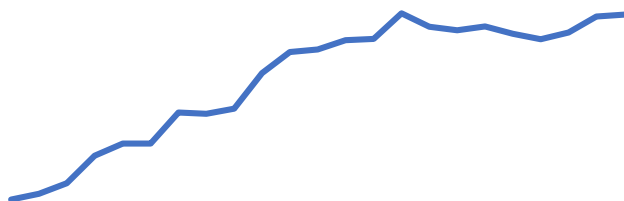


好看长假期间日消费 **+100%**



深度转化在长假期间消费占比逐步上升

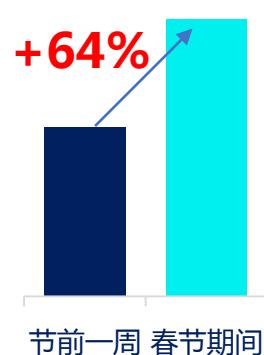
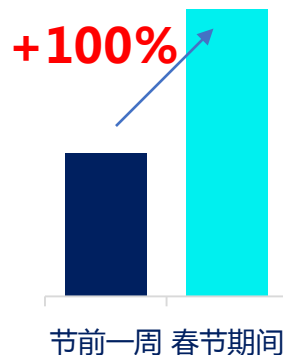
长假期间消费占比 **+82%**



OCPC实验室助力扩量，
新兴趣定向已被广泛使用

OCPC实验室
日消费

新兴趣
日消费

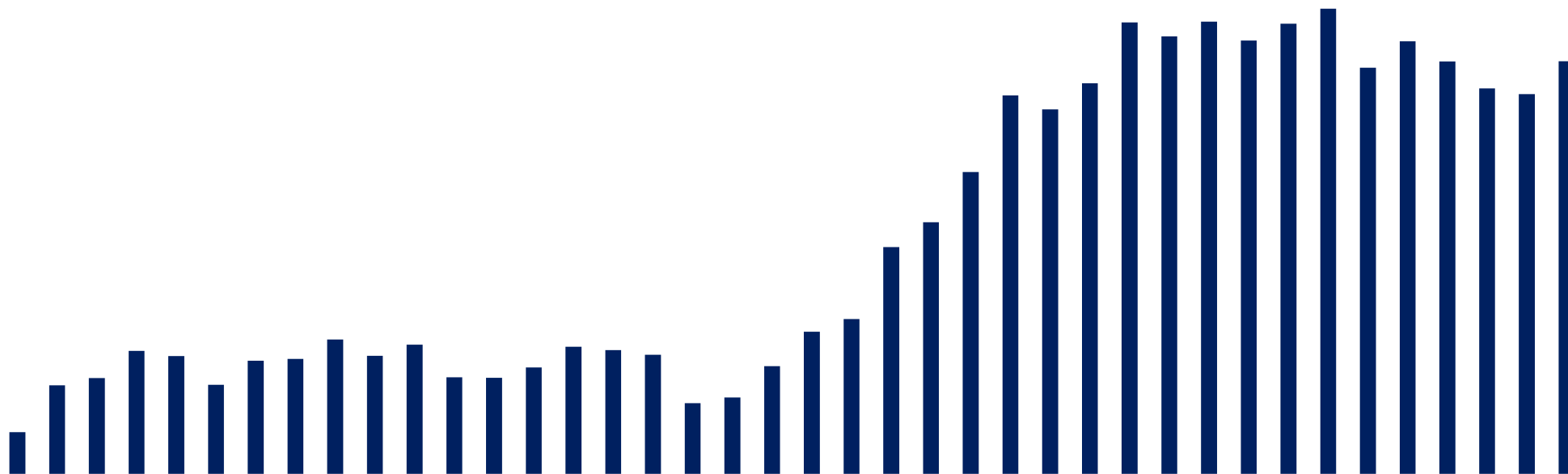




传奇客户A长假期间投放效果

较日常增长**4倍+**

整体CPA稳定在目标范围内，满足客户预期，长假期间平均付费率高于日常水平，**ROI超客户预期**



客户A整体消费趋势



如何获取流量？

拓量

利用流量机制

提高参竞率
提升竞得率
扩大流量池

+

保效

依靠模型运营优势

转化：OCPX浅层优化
付费：OCPX深层优化



百度游学堂-第二期 《游戏原生产品逻辑及基础优化》

<http://yingxiao.baidu.com>

百度游学堂-第二期 《游戏原生产品逻辑及基础优化》

潘卉盈 信息流推广 2018-12-20 阅读量 1866

“

百度游学堂第二期来啦！《游戏原生产品逻辑及基础优化》问题。

上一期郭颖讲解了游戏行业原生oCPC各阶段投放的优化实践过程中，很多优化同学对常见问题排查无从下手，投放的基础优化逻辑及问题排查思路。希望大家听完这节课

点击下方视频学习 百度游学堂-第二期《游戏原生产品





获得流量的三大要素

参竞率

- ◆ 丰富定向
- ◆ 样式多样性
- ◆ 增加账户
- ◆ 提升投放效率

竞得率

- ◆ CPC投放-提高CTR
- ◆ OCPC投放-提高CTR&CVR
- ◆ 提高出价

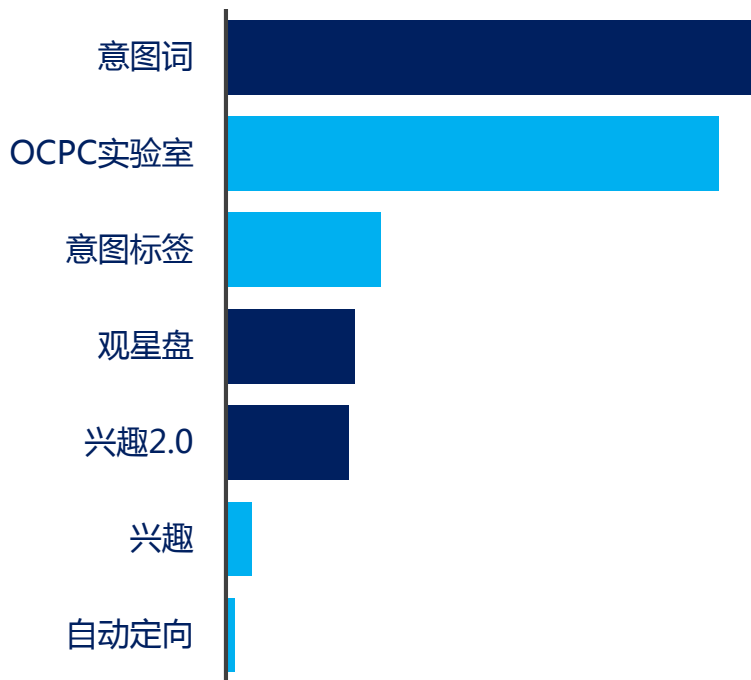
流量池

- ◆ 手动扩展定向
- ◆ 智能扩量工具：
OCPX实验室、自动优化
- ◆ 拓展渠道

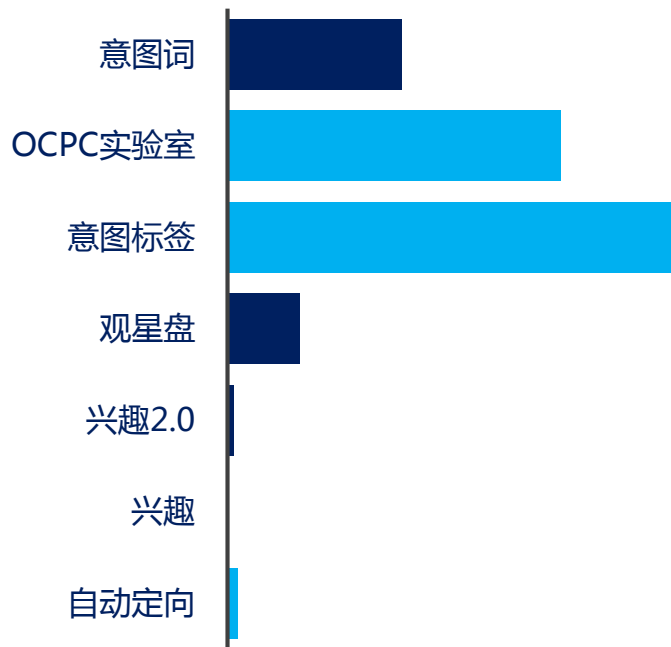


前期分析：定向

整体传奇消费占比



客户A传奇消费占比

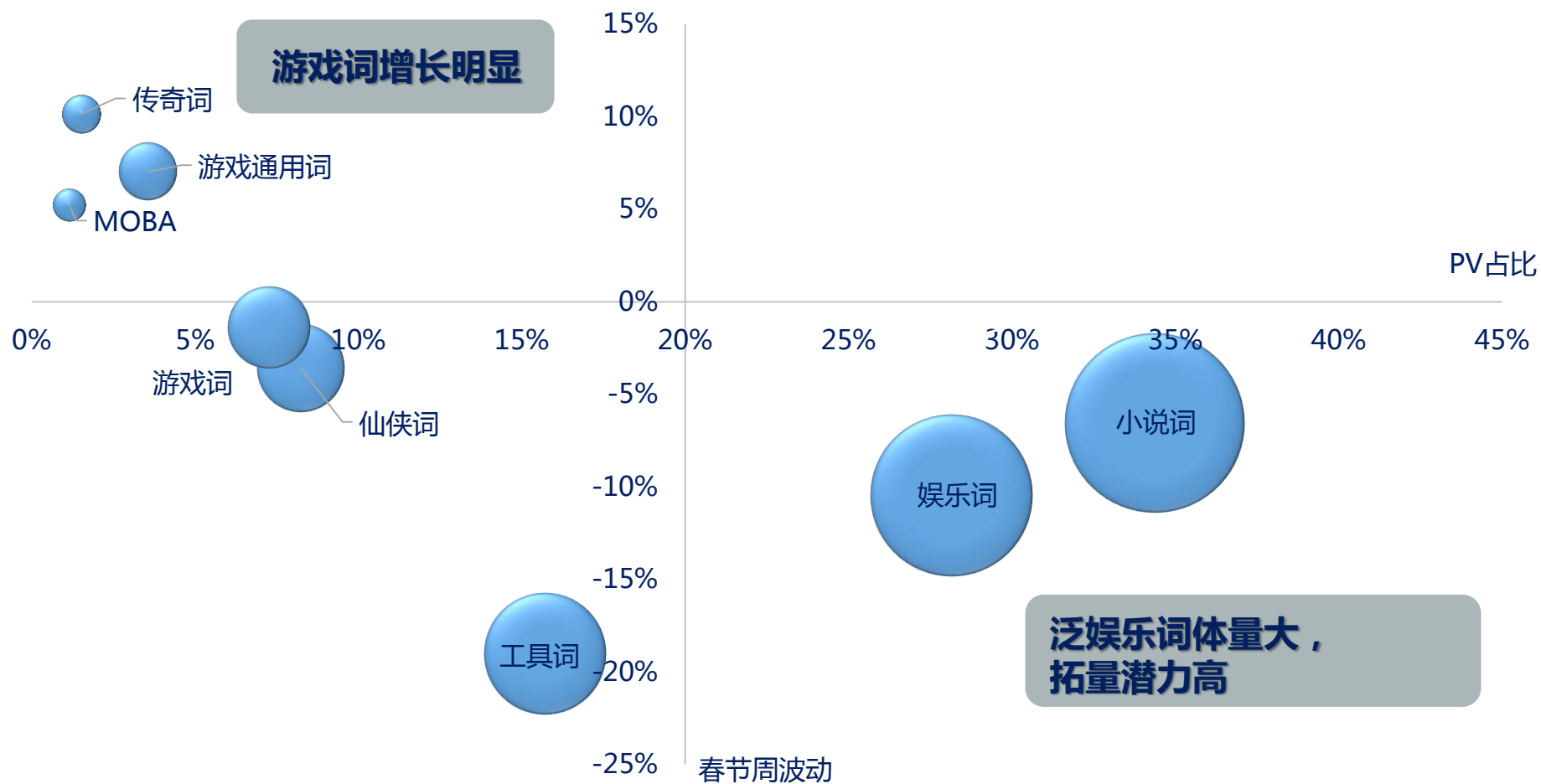


客户A**意图词**、**观星盘**、**意图词**占比低于整体传奇占比，存在较大提升空间



定向：意图词流量

19年春节用户游戏相关检索需求变化





定向：意图词策略

一阶段保效

进二阶跑稳模型

逐步放宽定向拓量

传奇词

传奇序章
传奇1.76
帝王传奇
传奇暗黑版
贪玩蓝月
传奇霸业
.....

相关游戏

征途
天龙八部
奇迹手游
凡人修真
剑网
倩女幽魂
.....

手游通用词

手游网游排行榜
手游网站
手游新服
网易手游
手游
手游大全
.....

小说词

起点小说
元尊
万古神帝
逆天邪神
剑来
绝世武魂
.....

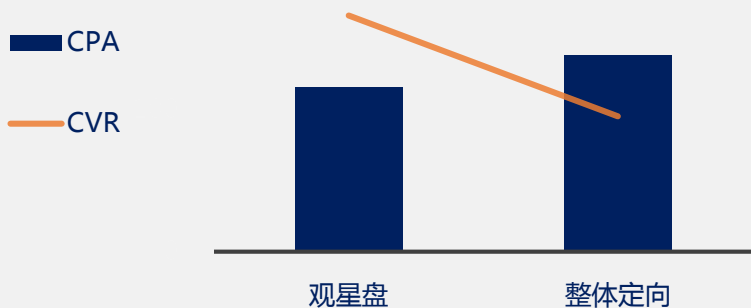
娱乐词

爱奇艺
电影
漫画
电视剧
视频
.....



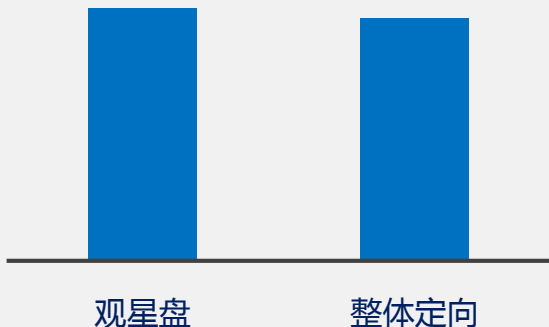
定向：潜力流量-观星盘

客户A 观星盘VS整体定向 CPA&CVR

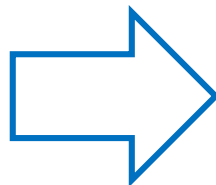


CPA低于整体
CVR高于整体

客户A 观星盘VS整体定向 付费成本



付费成本与整体持平



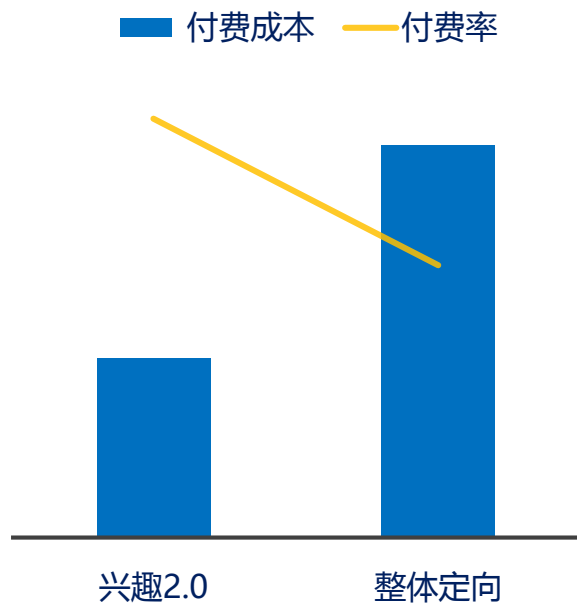
专项人群包

传奇-重度用户	RPG-下载用户
传奇-卸载用户	魔幻-重度用户
传奇-安装用户	魔幻-卸载用户
RPG-重度用户	魔幻-下载用户
RPG-卸载用户

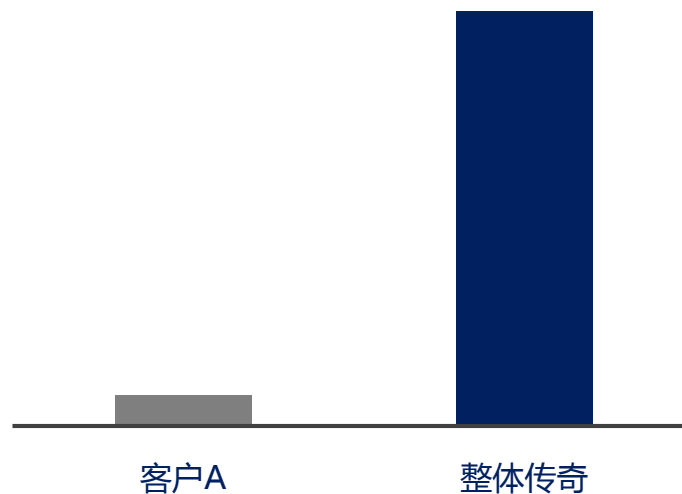


定向：潜力流量-新兴趣

客户A 兴趣2.0VS整体定向 付费数据



客户A传奇VS整体传奇 兴趣2.0消费占比

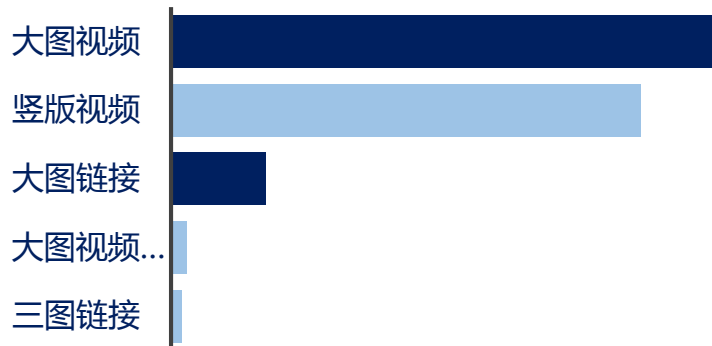


客户A兴趣2.0付费数据表现较好，但消费占比低于整体传奇消费占比

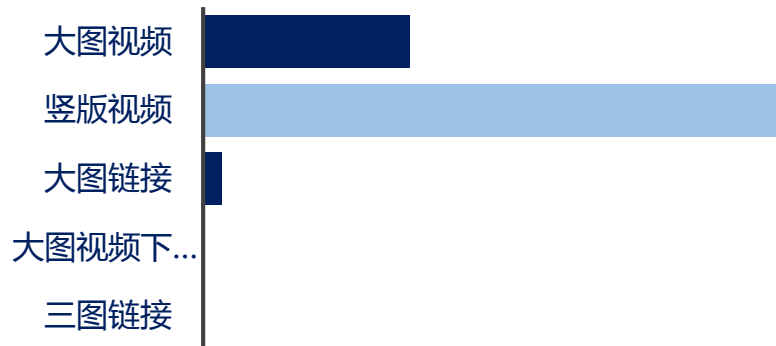


前期分析：样式

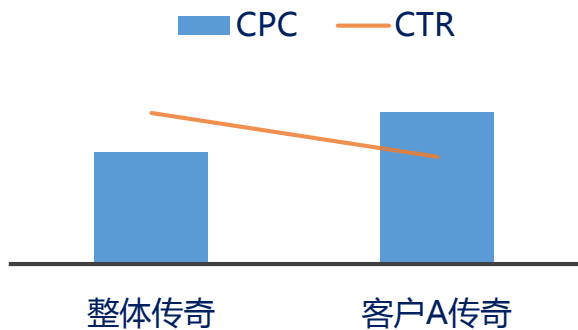
整体传奇消费占比



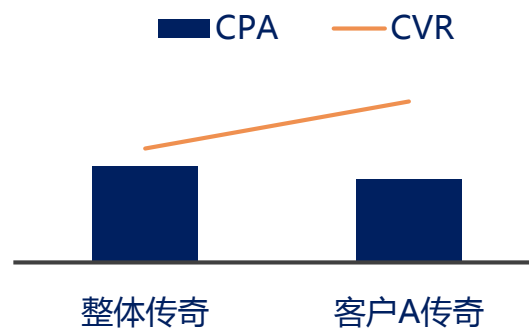
客户A传奇消费占比



客户A传奇vs整体传奇
CPC&CTR-大图视频



客户A传奇vs整体传奇
CPA&CVR-大图视频



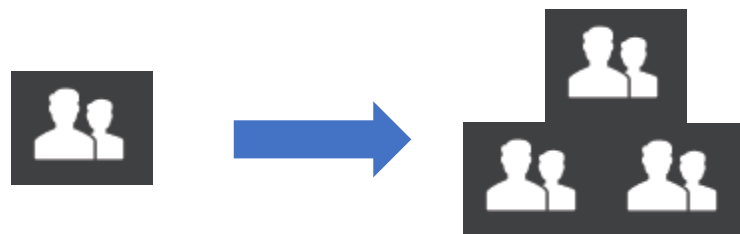
客户A**大图视频**占比低于整体，**CVR及CPA**较整体传奇指标存在优势



利用MKT API快速执行



利用MKT API大幅提高人效比



Step1 : 推进客户对接MKT API

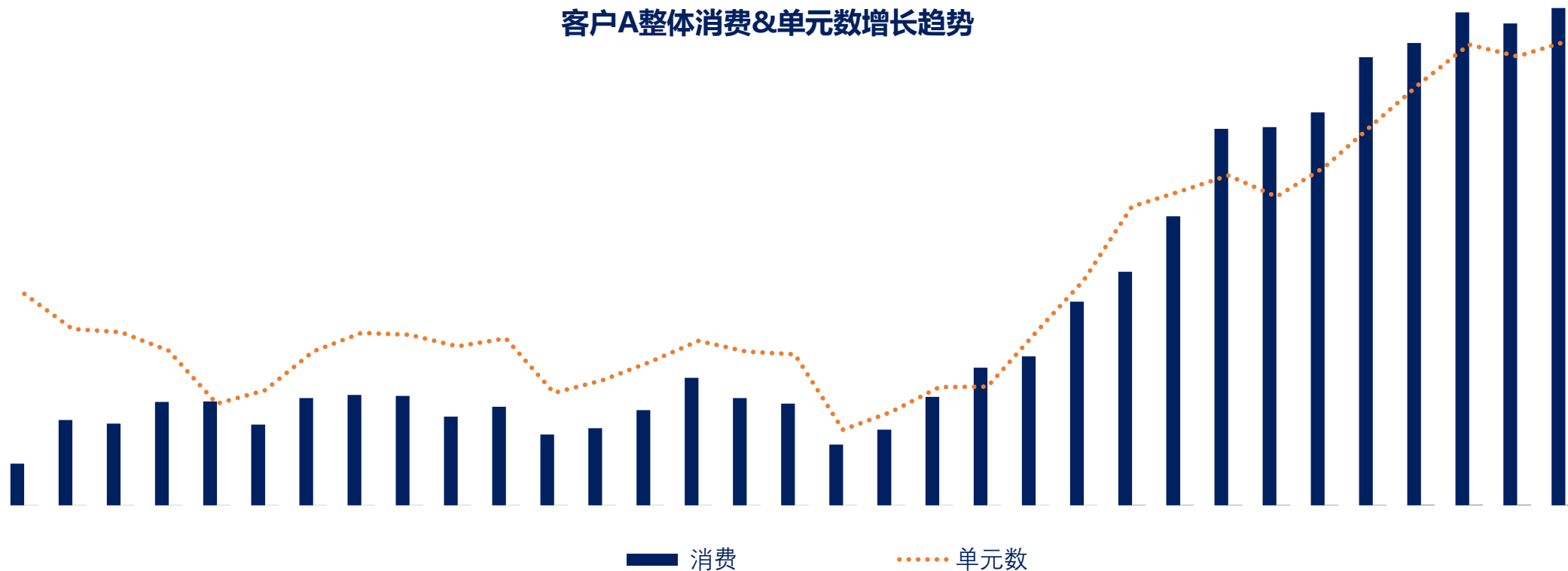
Step2 : 在客户后台批量创建并管理计划、单元，快速部署账户



MKT API助力短时间爆量

提前通过MKT API批量储备新单元
整体消费量增长趋势与**单元数增长**趋势基本一致

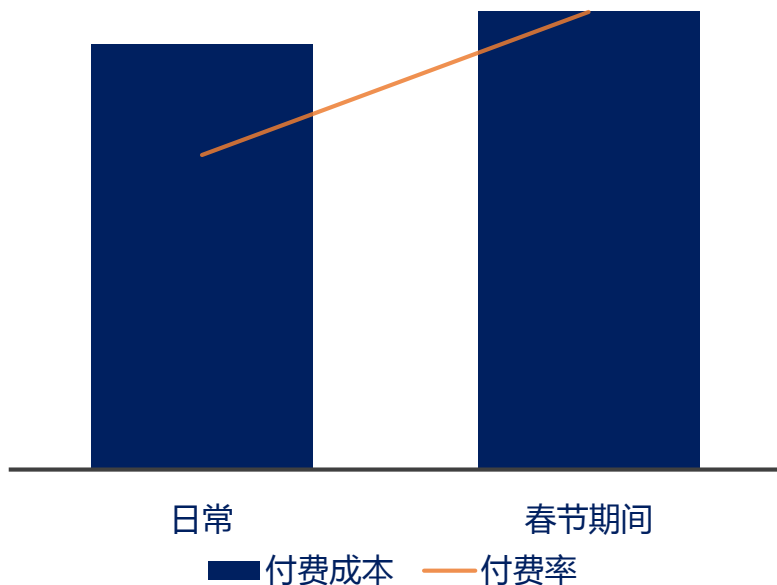
客户A整体消费&单元数增长趋势





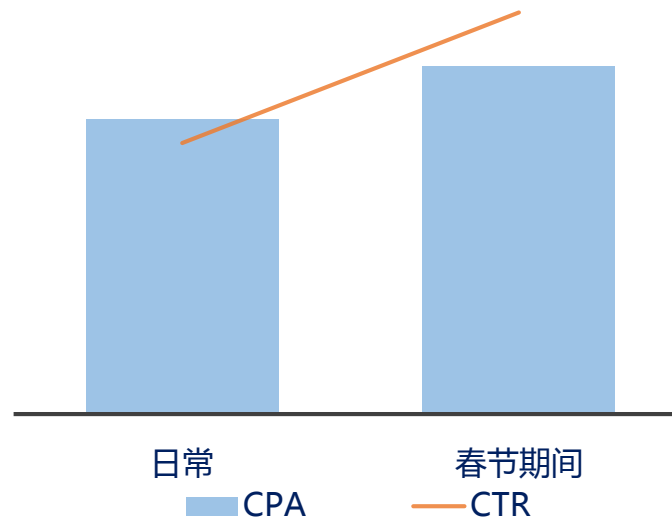
双出价-结合后端，适当放开前端成本

日常VS长假期间 付费数据



付费率高于日常水平，双出价增幅超过221%

日常VS长假期间 CPA&CTR



结合付费效果的提升和行业成本水平客户放宽CPA出价



传奇客户A投放分享

拓量

提高参竞率

定向：拓意图词、观星盘、兴趣2.0
样式：拓大图视频、大图链接
使用MKT API批量上新

提升竞得率

确保出价竞争力
优化物料，提升CTR&CVR

拓展流量

根据用户关注点，拓展人群

保效

OCPX模型

保成本：长假期间流量波动大，用浅层转化保转化成本
保后端：使用OCPX双出价，深层转化保后端



原生投放总结

▶ 知己知彼

研究大盘流量趋势，了解
目前自身投放情况

▶ 敢于尝试

尝试新流量，新定向，新
产品，挖掘流量红利

▶ 勇于突破

抓住核心ROI，利用深度模型
优化后端，放宽CPA成本，提
升竞得



爆量 爆R 不是梦



目录

1 百度信息流怎么玩？

2 百度搜索还能如何优化？

3 来点新玩法！



流量运营的痛点—买不够，买不起，不敢买



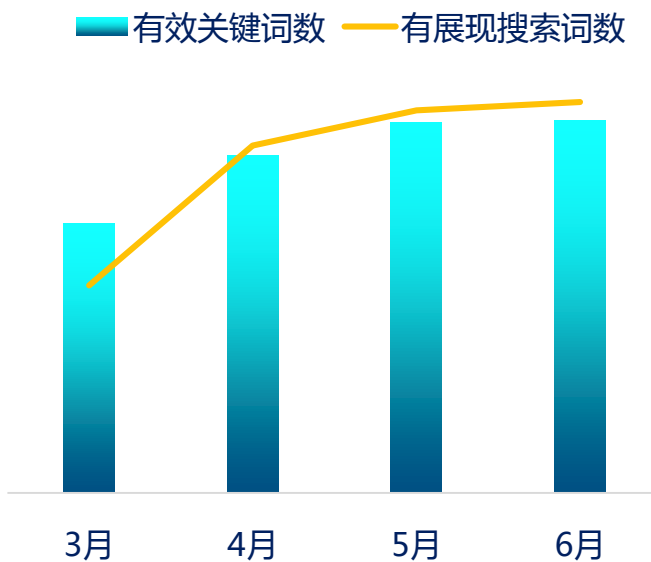
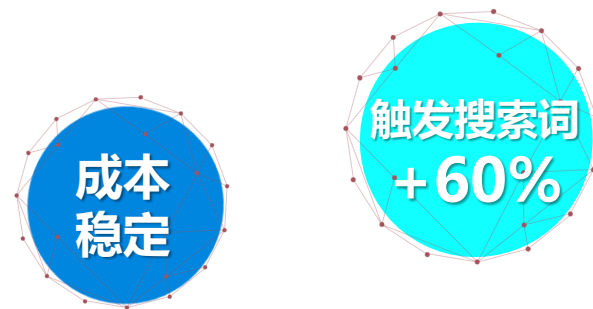
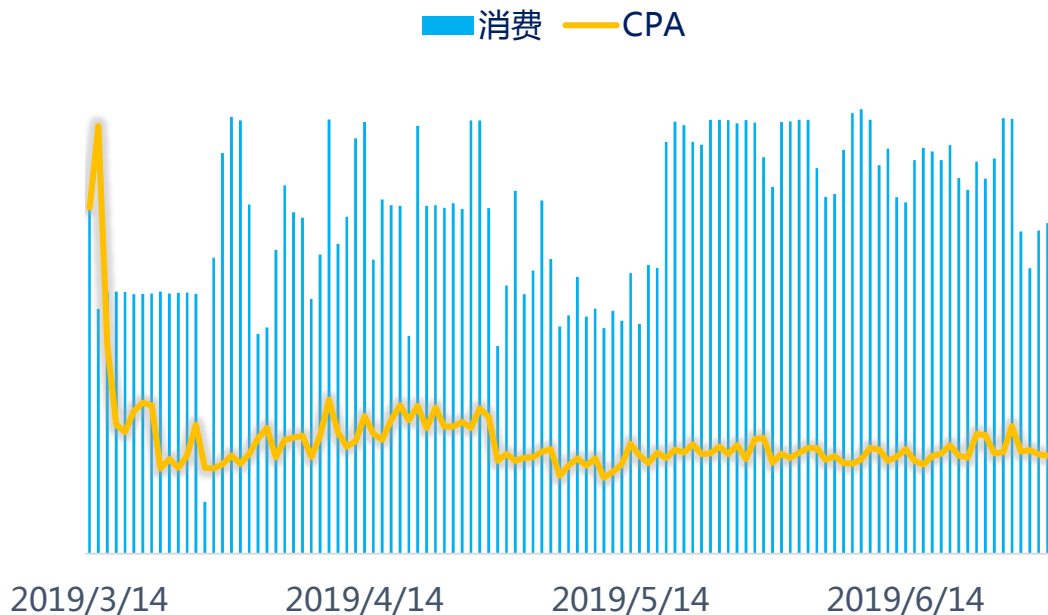
模型的运营优势：以转化为目标，扩量保效





在激烈竞争中保效拓量

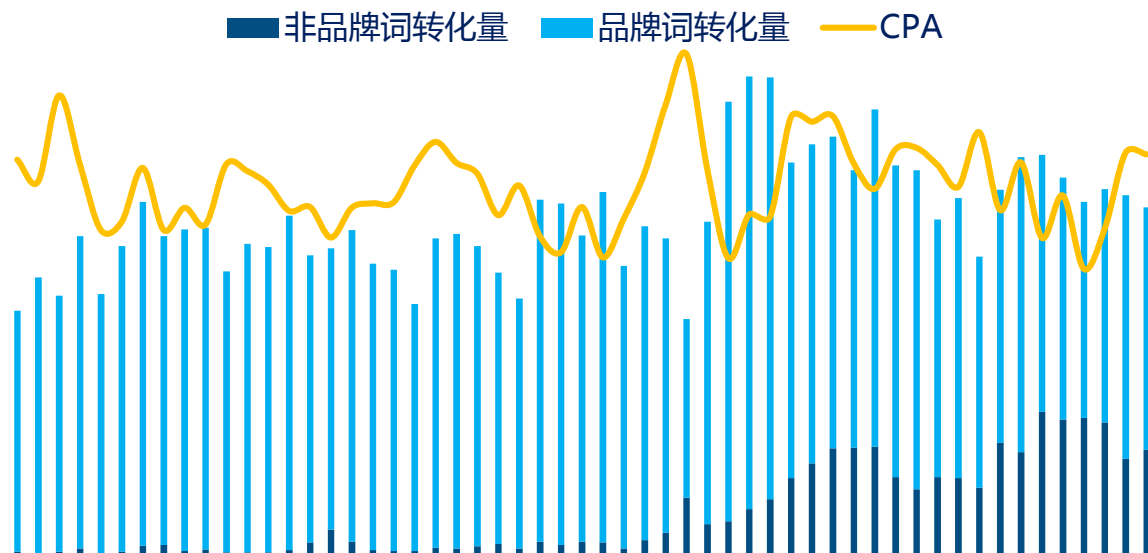
- ◆**难点**：传奇词竞争激烈，成本难以控制；难以在稳定成本的情况下扩量
- ◆**策略**：全账户建立模型，后期逐步添加关键词





通过品牌词训练OCPC模型，从非品牌词中“淘金”

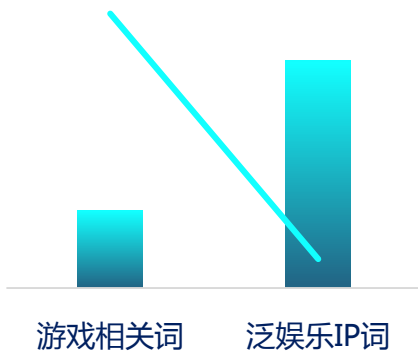
◆ **难点：**老游戏品牌词收口支撑大盘，非品词难控成本；非品词难获量，OCPC模型难以积累



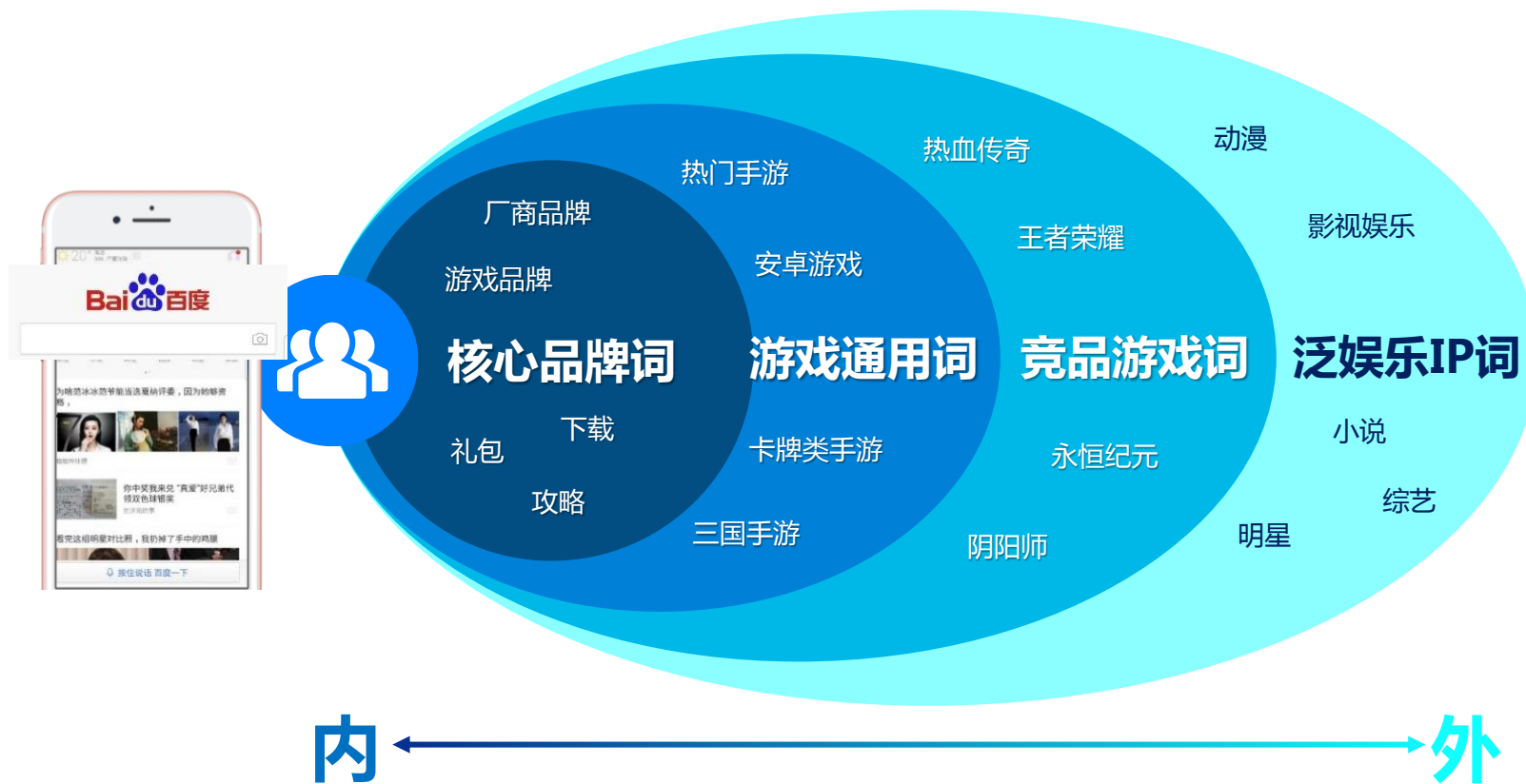
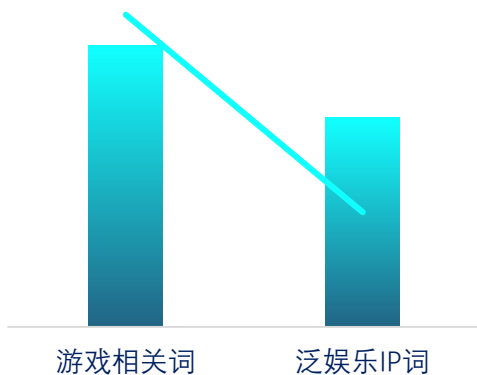


靠模型探索流量洼地，泛人群词成为新红利

■ PV — 广告填充PV占比



■ 平均广告条数 — CPM





方案升级，解决目前痛点

进二阶门槛

已下降门槛

扩量难

智能加词，自动定向，定制词包

后端效果不佳

深度辅助转化，双出价



目录

1 百度信息流怎么玩？

2 百度搜索还能如何优化？

3 来点新玩法！



你使用过如下哪些功能？请输入相应的号码

都没用过请扣0

1

MKT API

2

观星盘

3

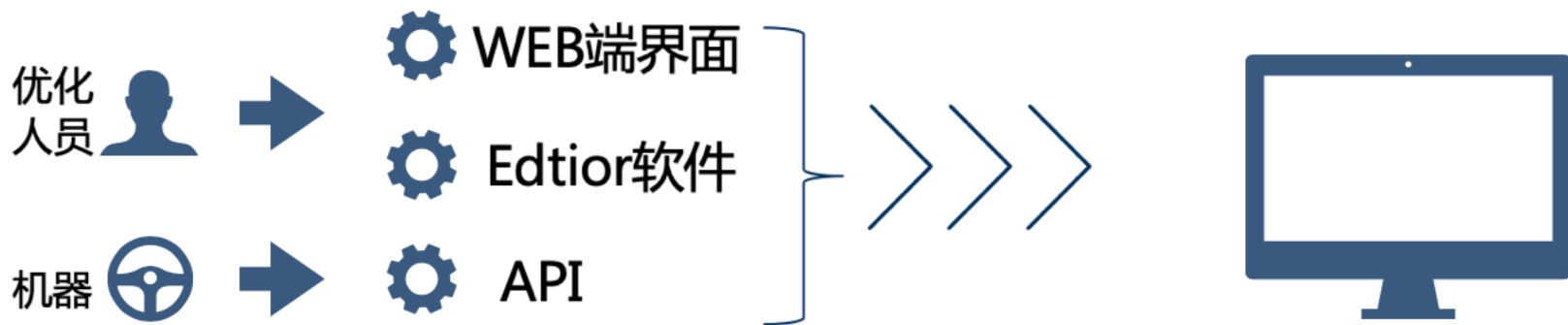
基本鱼

都用过我给你一波666



百度信息流广告推广API (MKT API)

百度信息流广告API 是一套完善的投放平台功能接口服务，开发者能够通过API与信息流推广进行交互，用于投放和管理信息流推广物料、以及获取数据相关报告；同时也可以利用API实现账户自动化营销、自有平台与百度广告投放平台整合打通、广告投放优化、创意制作、广告数据查看等一系列功能，全方位满足广告主智能化、程序化、个性化营销需求。



API是一种机器操作账户的方式，特点是效率高、成本低、易规模化。



百度信息流广告推广API (MKT API)

<http://dev2.baidu.com/>

➤ 商业开发者中心对接API

推广管理 推广报告 资产中心 工具中心 NEW 帮助

账户工具 定向工具 创意工具 落地页工具 转化追踪 平台工具
历史操作记录 定向包管理 创意馆 NEW 落地页优化 NEW 转化追踪 API服务
云图-账户搭建 人群画像 好文案 NEW 基本鱼平台 竞争情报 NEW 商业服务市场
闪投批量工具 意图词推荐 创意通配符管理 自动账户优化 推广小程序

Baidu 百度 | 商业开发者中心 首页 开发文档 开发辅助

信息流推广

公告
产品描述
操作指南
平台介绍
权限及开通方式
接口文档
鉴权认证
接口规范
账户模块
推广计划模块

权限及开通方式

权限类型

Feed API有多种不同类型的权限，分别为普通权限、账户管家权限、代理商权限、工具商权限、分公司及一样，仅可操作的账户范围不一样。具体说明如下：

权限类型	适用场景	申请条件
普通权限	适用于少量信息流推广账户的客户	需提供正常生效的信息流推广账户
账户管家权限 (MCC)	多个信息流推广账户的客户，适用于用于同一主体下多账户客户	需提供正常生效的账户管家账户
代理商权限	适用于已成为百度KA代理的客户	需成为百度KA核代
工具商权限	适用于已入驻百度商业服务市场的客户	需成为工具商
分公司及渠道代	适用于分公司或渠道代理商，用于管理区域内	百度各分公司及渠道代理商，提供

https://cloud.baidu.com/product/feeds_api.html

➤ 通过百度云服务对接API

百度智能云 最新活动 产品 解决方案 云市场 合作与生态 帮助与支持 ABC SUMMIT

百度信息流推广API

Baidu Feed API

百度信息流推广API是百度智能云与信息流推广联合推出的，面向企业开发者的实用接口服务。开发者可以在百度首页/贴吧等百度平台的资讯流中穿插投放原生广告，精确触达高潜用户。同时帮助SEM代理商及大型广告主降低推广的人力成本，提升信息流推广投放效率。

立即申请 开通流程 帮助文档 >



观星盘：覆盖全域，不同人群包类型各有针对性

人群包分类		开通方式	更新频率	标签逻辑	使用注意事项
私域	自行上传	申请观星盘即可开通	-	客户自行上传	
	自定义	申请观星盘大部分功能均可使用	每日更新 (选择时间段的人群除外)	客户自定义	-
公域	行为	申请观星盘即可开通	每日更新	按客观行为分类聚合	可与除三方外的人群包混搭
	优选	申请观星盘即可开通 (只针对KA客户)	每日更新	分析转化和非转化人群 的行为差异	不同维度的人群包不要混投 (精准叠加精准，扩量叠加扩量)
域外	三方	需要单独申请加白名单	每两周更新一次	-	不能与其它类型人群包混投， 三方内跨纬度叠加投放需要根据 投放情况调优



观星盘：自定义标签，维度丰富

<https://cdp.baidu.com/>

自定义人群

基于用户行为区隔，支持自定义勾选

支持 搜索行为、浏览行为、网页到访、APP下载卸载等各类数据获取

关键词人群

根据关键词搜索行为寻找目标受众

ID上传人群

可以直接上传目标受众包

基础属性人群

根据兴趣、行业等基础标签寻找目标受众

网页到访人群

根据网页访问行为寻找目标受众

APP偏好人群

根据手机APP使用行为寻找目标受众

手机机型人群

根据手机品牌、型号行为寻找目标受众

LBS人群

根据仙侠出行偏好寻找目标受众

贴吧人群

根据仙贴吧粉丝寻找目标受众

更多

.....



观星盘：核心优质人群精准触达

游戏行业优选人群

分析游戏转化和非转化人群的行为差异而生成的优选人群
细分了28个游戏类型，每日更新

行为标签明细：200+（搜索、浏览等分场景标签）

游戏类型

角色扮演

moba

策略

射击

休闲益智

.....

游戏相关

游戏中心

论坛社区

交易平台

相关IP

电竞

.....

游戏题材

仙侠玄幻

传奇神途

.....

热门游戏

王者荣耀

阴阳师

.....

游戏关注点

充值

免费

新游戏

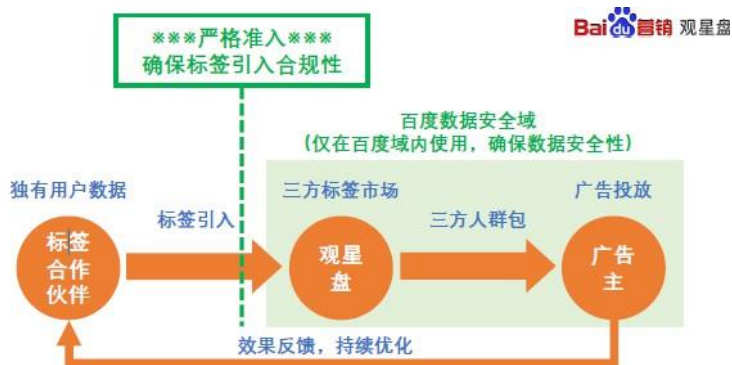
攻略资讯

下载安装

.....



观星盘：引入域外流量，进一步满足客户需求



什么是观星盘三方标签市场？

观星盘通过引入优质合作伙伴的标签能力，建立三方标签市场，为百度广告主提供基于全域数据能力的广告投放体验，帮助客户进一步优化投放效果

三方标签有何优势？

观星盘的三方标签是基于丰富**行业核心垂类数据**生成的标签，加之百度的大数据模型加工能力，进一步挖掘标签的可能性，深刻**洞察行业营销痛点**

- **细分定制标签** **精准++**
52个热门分类、TOP游戏定制标签，精准触达细分群体
(例：策略-付费IOS用户，卡牌-活跃安卓用户，仙侠玄幻-高活跃安卓用户)
- **活跃付费受众** **精准+**
77个不同游戏类型、题材、风格优质标签，锁定活跃度、付费意愿较高的核心高价值用户
(例：游戏活跃付费受众-RPG，游戏活跃付费受众-魔幻，游戏核心优质受众)
- **潜在受众** **扩量**
77个不同游戏类型、题材、风格标签，圈选对某游戏类型感兴趣的人
(例：游戏潜在受众-传奇，游戏潜在受众-三国，游戏潜在受众-二次元)



基木鱼：全面的建站能力，丰富的落地页呈现

提供20+覆盖多行业多场景的APP下载页面模板

基木鱼平台-选择模板

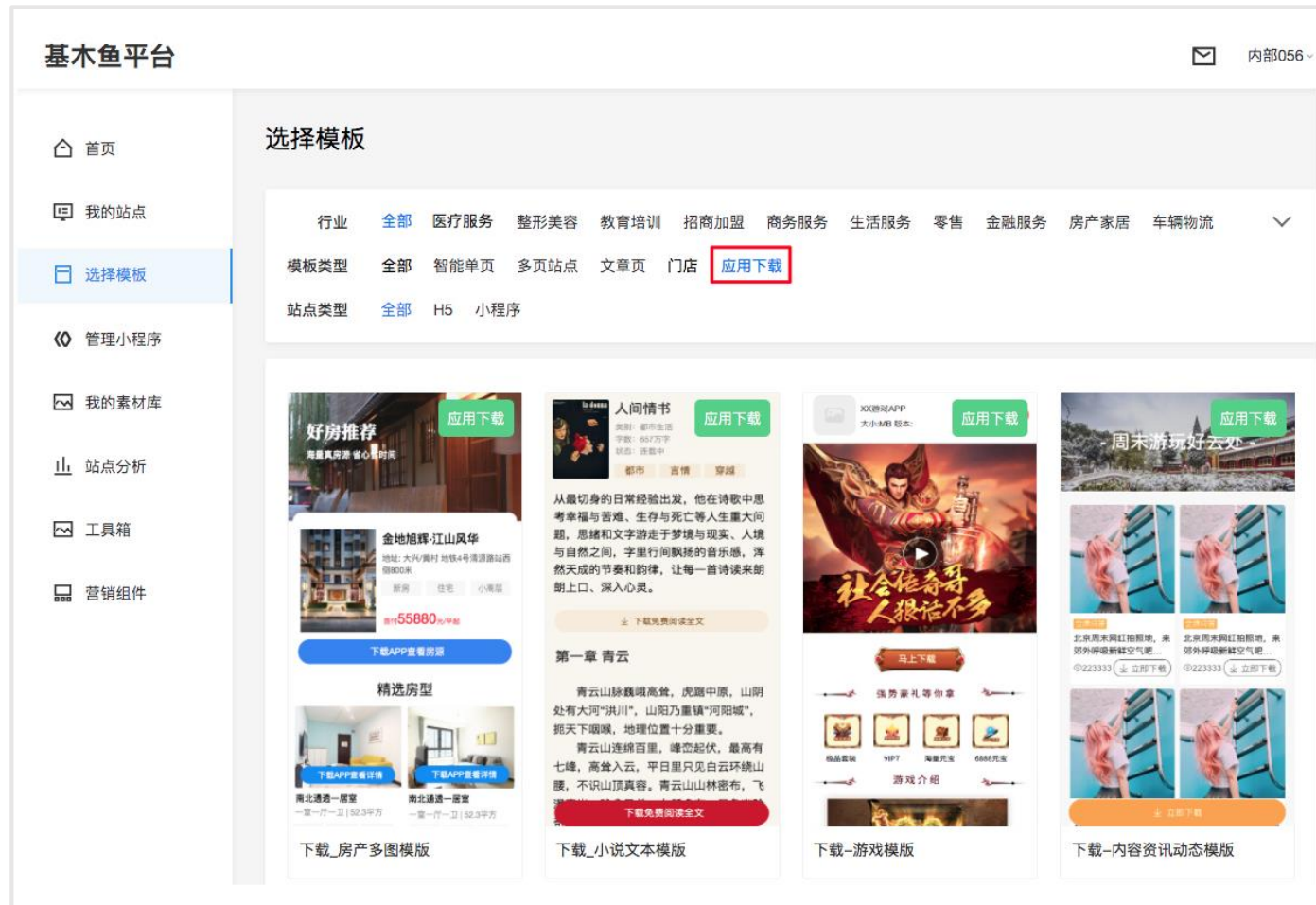
1、选择「应用下载」模板类型，
可快速筛选出全部的下载页面模板

2、鼠标悬浮放置模板上方，可进行「预览」「使用」

- 点击「使用」进入编辑器，进行后续操作

- 点击「预览」弹窗模板预览弹窗

特别注意：页面中必须使用下载组件，否则不能保存/提交



基木鱼：投下载功能强大



马上下载

强势豪礼等你拿



极品套装



VIP7



海量元宝



6888元宝

游戏介绍



下载中 40%

用户未下载时

马上下载

用户已下载完成，但未安装时

立即安装

已安装完成时

立即打开

展示下载进度

下载中 40%

可暂停/继续下载

继续下载

实时嗅探

根据用户设备中安装包的下載/安裝情况，实时调整

断点续传

下载过程中，支持展示下载进度、可操作暂停/继续下载



马上下載

强势豪礼等你拿



极品套装



VIP7



海量元宝



6888元宝

游戏介绍



下载中 40%

16:00 100% HD



更新此应用，将获得以下权限：

应用权限

安装

退出安装



延迟唤醒

下载完成后自动安装，安装完成后自动唤醒APP并跳转指定页面



基木鱼：极速下载



快速上传/管理安装包：

账号与投放侧一致；无需上传主包，仅需要上传5个必要字段；安装包可同时用于落地页和搜索推广投放

自动更新设置：

打开自动更新开关，安装包发布新版本后，若安装包链接保持不变，自动更新功能会将包每日更新为最新版本

同包免审：

针对已审核通过的安装包，相同包名支持免审，提高过审效率

升级亮点：投放账号体系一致；投放步骤由原来的5步缩减为2步；

无需上传主包且上传应用的字段从17个减少为5个；审核效率大大提升



致谢

THANKS



领奖温馨提示：

请2月28日中奖的“**交换的寂寞**” “**Andyhu0102**”，3月10日中奖的“**网络砖家号**”

三位同学回复百度营销中心私信信息，**本周为最后领取奖品时间**，请获奖同学尽快关注**私信信息**，千万不要错过哦！





百度营销系列直播课程下期预告

下节课预告

本【周四】（3月26日）晚8点开播

预告课程	时间
《全民关注的热点事件创意物料玩法》-陈明瑶（百度上海分公司运营部文创经理）	周四（3/26）

**欢迎同学们互相转达！
每周二四晚，不见不散！**



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)
3. 申请成为主播，请发需求邮件到：
renzheng@baidu.com