

百度信息流-程序化创意 产品手册

百度营销 2020.03

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

- 产品概念
- 产品优势
- 产品机制
- 投放建议



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



使用**程序化创意**助您高效解决！



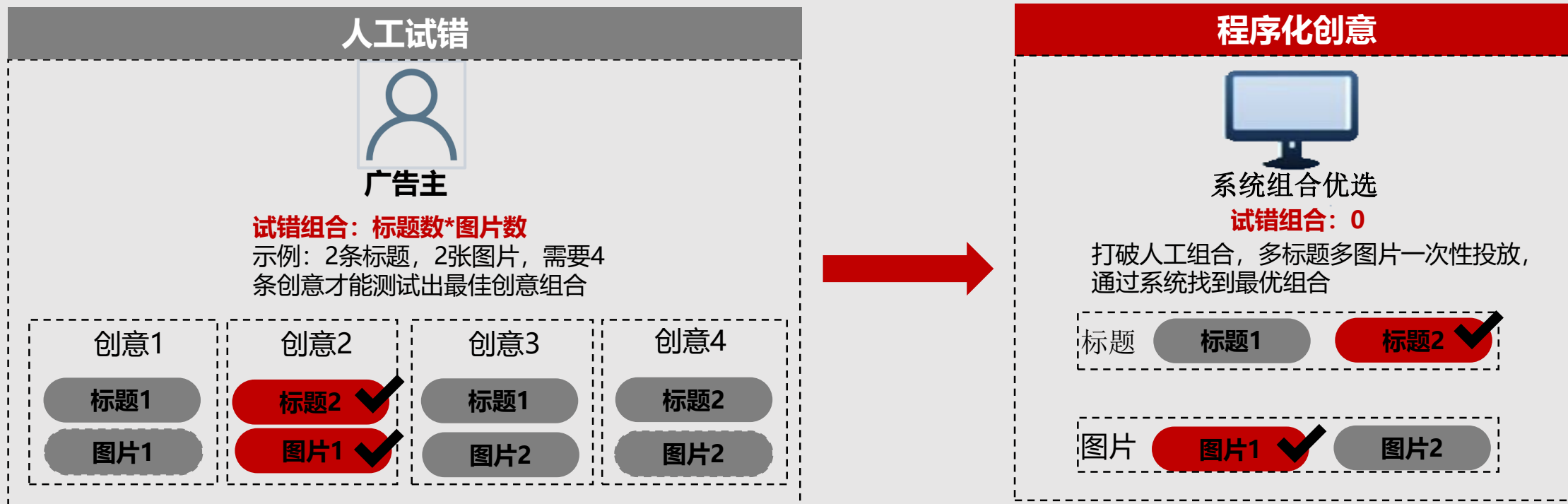
基本概念

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。





广告主

提交多样化元素

标题1

大图1

组图1

视频1

标题2

大图2

组图2

视频2

⋮

⋮

⋮

⋮

标题N

大图N

组图N

视频N

创意送审

拒审元素



创意公用信息 过审元素



自动叉乘

系统对组合质量度进行分批探索学习

展现量

点击率

转化率

质量度
预估排序

组合1

组合2

组合N

组合N+1

⋮

组合M

预估
排序
靠前

分批
优选

基于用户特征 优选最佳组合

探索完毕 效果最佳



持续扩量

探索完毕 效果良好

正常竞争

探索完毕 效果不佳



退场

展现

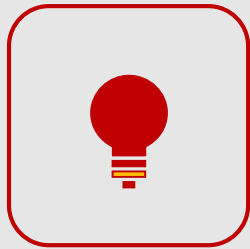


用户



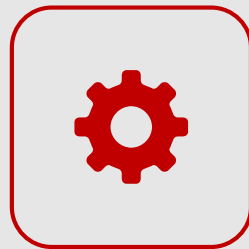
产品优势

产品介绍



更多组合可能

自动叉乘组合，基于用户特征，能够实现创意元素组合的千人千面。



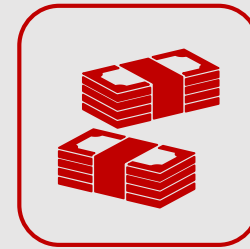
提升曝光&转化量

通过优选匹配最佳创意组合，保证转化率的情况下提升CTR和曝光量



延长创意生命周期

延长创意衰减周期，一般比自定义创意衰减周期慢1周。



降低测试成本

离线预估+分批探索，为表现好的组合分配更多曝光机会，及时淘汰较差的创意。

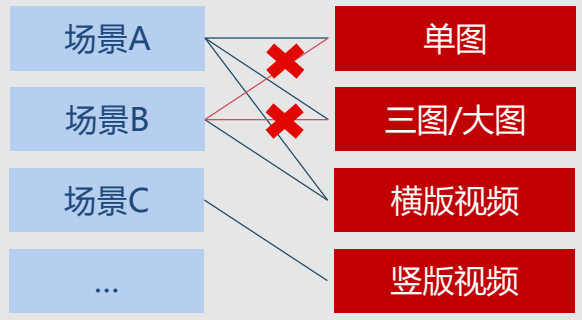


产品机制 | 低成本找到最佳创意组合，延缓衰减

产品介绍

投放痛点

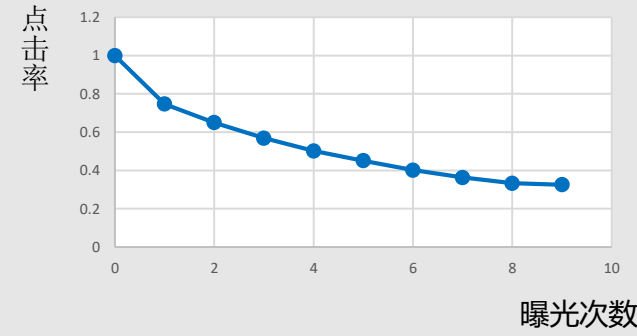
流量复杂 操作成本高



验证成本高

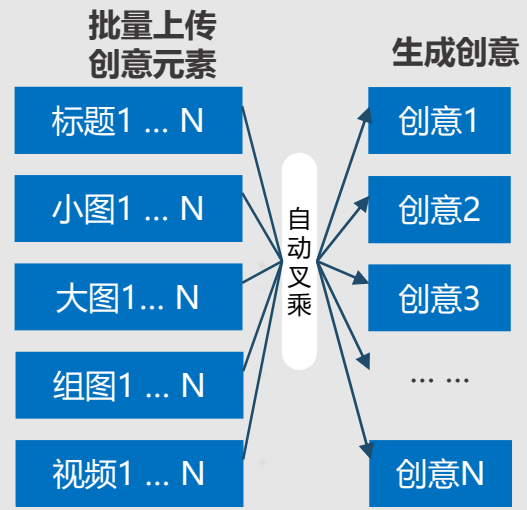
- ① 创意验证效果周期长、难归因
- ② 金钱&时间成本高

创意衰减快



解法

自动将元素叉乘组合



最低成本找到最优组合

问题1: 什么是符合预期的组合?

成本达标 且 获量能力最强

问题2: 如何节省测试成本?

充分探索
(组合曝光置信)

收敛速度
(测试成本)

分批探索+快速收敛

动态探索新组合 延缓衰减

二阶
组合优选

置信后择优

一阶
随机探索

按需动态
调整探索



投放建议 | 低成本找到最佳创意组合，延缓衰减

产品介绍

重点

多提元素（每个样式尽量都覆盖）+持续优化元素



元素尽量多样化

多提元素 每个样式尽量都覆盖：

- ① 系统支持最多每种样式（单图/组图/大图 /视频/互动图）提交6组
- ② 建议每种样式至少提交3组
- ③ 建议单图提满6张（竞争较小，容易低成本获量）



元素要优化

持续优化元素：

- ① 数据需要积累才能稳定效果，建议持续投放3-5天
- ② 关注程序化创意组合报告数据，根据拿量最大的组合，持续生产创意元素
- ③ 不频繁修改元素：单个创意修改元素的周期保持在5天，最低不低于3天



素材要有吸引力

初次尝试程序化创意的客户，建议复制自定义表现好的单元，引入自定义投放表现较稳定的素材



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

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=27KBaCBvl1iYjMjSxfEVvfw&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 ②

单元名称：

程序化创意测试单元

18/50 复制已有单元 ②

业务点选择：②

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

投放版位：

不限页面

自定义

定向设置

定向方式

新建

选择已有定向包

请选择

管理定向包

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，手机端随时改出价

oCPX实验室：②

开

其他配置

自动账户优化 ②

兴趣定向

意图词定向

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	-
<div><div>unit_2958737</div></div>	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	<div><div>编辑</div><div>删除</div><div>复制</div></div>

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，推广对象过滤后符合条件的计划

可选计划	plan_2958737	已选计划
plan_2958737	+	测试-程序化创意
测试-程序化创意	✓	
fdas	+	
APIPlan972693	+	
addplan1574983	+	
addplan177648	+	
useSameName175196	+	

您可以选择一个或多个对象

全部添加

1/674

全部删除

导入创意：☐ 同时导入单元对应创意的内容

确定

取消

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 ①

自定义 ②

共用信息

所有创意物料的共用信息


②

* 品牌名称：②

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：

请填移动端URL，若无移动URL请到[商家号-营销页](#)

调起URL：②

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

点击监测URL：②

URL追踪参数：②

☐ 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：?

0/60

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：③

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

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。

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

⑥ 版位：不限页面 流量：优选流量

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，互动图，视频（横版/竖版）5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 | 批量勾选标题推荐

操作指南

程序化创意新增标题推荐批量勾选功能，上线时间：2020年2月28日。

说明：

- 1.创意标题新增光标顺延逻辑：点击标题推荐中标题，自动填充到标题框中，光标自动换行
- 2.新建/编辑程序化创意-好文案弹窗，标题灵感、我的收藏页面均新增批量选择功能

创意标题: ?

1 一人四炮守一舰。海战迷的世界你永远不懂!

2 风靡世界的神级坦克，德军一个师的兵力都被这坦克打的无还手之力

3 美好生活从聆听开始。还孩子清晰听力世界!康桥助听器国际一线品牌

3/6 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。

+ 日期

+ 年龄

+ 性别

查看更多适配词词包

收起

好文案推荐:

标题推荐

收藏标题

换一换

更多好文案灵感

CTR1 HOT 瑜伽导师的摇篮，[您的品牌] 瑜伽带你走进瑜伽的世界!

CTR1 仅限#(手机系统)! 开局只有一艘船，你能打造各种震撼世界的超级战舰吗?

CTR1 还敢去云南? “诗画世界”丽江三日游，必备防宰攻略，自由行走起

揭秘! 香港八大名校留学费用，上世界名校不花冤枉钱!

HOT 三国游戏重磅来袭! 仅#(手机系统)可玩，风靡世界的手游! 不玩后悔一生!

HOT 专业经营泳池水处理设备，打造美丽的水上世界，让您舒心享受!

HOT 如何幼儿早教?专业世界早教,早教课程,亲子早教,幼儿早教,欢迎免费咨询!

编辑推广创意

标题灵感 标题缩写 我的收藏

请输入推广文案 生成

产品卖点 不限 适配符 不限 标题字符 不限 批量操作

推荐理由	文案	产品卖点	应用	收藏
<input checked="" type="checkbox"/>	周末怎么过? 旅游 [标题] 游戏,这个地方驴友必去之一!良心推荐	特色旅游线路	应用	收藏
<input checked="" type="checkbox"/>	还在打排位? 这款游戏突然在 [标题] 火了! 年轻人不服来战!	人气旺	应用	收藏
<input checked="" type="checkbox"/>	女朋友一天就打出了这款游戏, 太好玩了! [标题] 等你来战!	好玩	应用	收藏
<input checked="" type="checkbox"/>	武器全靠打, 这款游戏太火了! [标题] 等你来战!	免费	应用	收藏
<input type="checkbox"/>	卡牌游戏还能这么玩? 没有付费, 一切装备靠打!	免费	应用	收藏
<input type="checkbox"/>	老婆不让我打排位, 偷偷下了这款游戏! [标题] 不服来战!	好玩	应用	收藏
<input type="checkbox"/>	这款游戏足以让人欲罢不能, 堪比端游, 装备靠打	画面好	应用	收藏
<input type="checkbox"/>	小伙子打出上古地图, 这款游戏太火了!	人气旺	应用	收藏
<input type="checkbox"/>	[标题] 必玩! 这款游戏, 坐骑武器都不用花钱, 全靠打!	免费	应用	收藏

编辑推广创意

标题灵感 标题缩写 我的收藏

输入关键词/标题, 获取灵感文案 搜索

批量操作

文案	上次修改时间	操作
<input checked="" type="checkbox"/> 还在吃鸡吗? 厉害了这款游戏! 高爆率, 装备全靠打!	2020-02-05 16:18:26	2020-02-27 12:21:01 应用 删除
<input checked="" type="checkbox"/> 难怪同事们纷纷去旅游, 厉害了这款游戏!	2020-01-20 11:11:48	2020-01-20 11:11:48 应用 删除
<input checked="" type="checkbox"/> 不花钱也玩的爽! 良心! 免费的免费游戏, 装备全靠打, 没有付费, 没有VIP!	2020-01-20 11:11:44	2020-01-20 11:11:44 应用 删除
<input type="checkbox"/> We are in era or	2020-01-20 11:11:21	2020-01-20 11:11:21 应用 删除
<input type="checkbox"/> [您的品牌] 菲特超轻保温杯 便携式茶杯 零茶网	2020-01-15 15:55:56	2020-01-15 15:55:56 应用 删除
<input type="checkbox"/> [品牌] 家居在这买平行进口宝马X5 省了不少钱	2019-12-19 15:38:54	2019-12-19 15:38:54 应用 删除
<input type="checkbox"/> 这款游戏不用充值, 玩着玩着就能成土豪!	2019-12-05 17:27:00	2019-12-05 17:27:00 应用 删除
<input type="checkbox"/> 有魔力的填色游戏- [标题] 的姐妹们这次打次填起来!	2019-10-30 11:51:36	2019-10-30 11:51:36 应用 删除
<input type="checkbox"/> 在北京, 一年就能拿个本科, 学费网可查	2019-10-17 20:39:13	2019-10-17 20:39:13 应用 删除
<input type="checkbox"/> 品牌男女鞋加盟, 万元开店, 0库存经营	2019-10-17 14:35:10	2019-10-17 14:35:10 应用 删除

创意设置 | 互动图样式&互动图加工工具

操作指南

说明：互动图样式支持镜头拉伸、颜色渲染和文字渐现三个样式互动图制作，示例视频详见附件。上线时间：2019年11月28日。

互动图样式

类型

原始图

切换图（合成图）

镜头
拉伸



颜色
渲染



文字
渐现



互动图加工工具

互动图加工工具入口：

入口1：资产中心—互动图库—制作互动图—使用模板—开始制作



入口2：新建程序化创意—互动图Tab页—点击制作互动图



创意设置 | 互动图工具加工页

操作指南

说明：不同的互动图模板需要上传的图片数量不同，文字渐现需要上传2张图来合成互动图；颜色渲染、镜头拉伸模板只需要上传1张图即可快速合成互动图。


已选互动图模板：文字渐现

* 模板名称 文字渐现-20200326105544280 26/36

* 图片上传

请上传广告背景图


尺寸: 1140 x 640
大小: 500kb内
格式: jpg/jpeg




* 图片上传

请上传文字图，必须为透明背景，否则无法通过审核。

尺寸: 1140 x 640
大小: 500kb内
格式: png



互动图预览



互动图预览

鼠标hover下方预览效果

图片上传

不同模板需要上传的图片数量不同

文字渐现需要上传两张图

示例图

文字渐现对图片要求较高

增加示例图辅助用户理解


已选互动图模板：镜头拉伸

* 模板名称 镜头拉伸-20200326111228140 26/36


* 图片上传

请上传素材图片

尺寸: 1140 x 640
大小: 500kb内
格式: jpg/jpeg



互动图预览



保存并应用

取消

图片上传

镜头拉伸/颜色渲染

只需要上传一张图

保存并应用

在流程中制作点击保存，保存在互动图库

并同时填充到当前程序化创意互动图创意中

创意设置 | 互动图图库

操作指南

Bai 营销

信息流推广

推广管理

数据报告

资产中心

工具中心

帮助

合约广告 >

99+

品牌头像

图片库

互动图库

视频库

视频片段库

自定义人群管理

组件管理

应用中心

商品中心

门店中心

制作互动图

批量编辑

从新到旧排序

不限模版

搜索互动图名称

Q

<input type="checkbox"/>	互动图	名称	模板	关联创意	更新时间	操作
<input type="checkbox"/>		镜头拉伸-20200102064409445	镜头拉伸	已关联1个创意 详情	2020-01-02 14:44:34	删除

详情
点击展示该互动图关联创意详情

1


删除

删除互动图库中的互动图
并不会影响到已经投放出的
互动图创意


互动图审核

249379779585

镜头拉伸-广告主上传图




镜头拉伸-广告主上传图




249379779585

镜头拉伸-广告主上传图



镜头拉伸-广告主上传图



互动图审核

审核侧会看到两张图（原始图、效果图）来进行相关性、通用图片违规点等的审核

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: ?

副本-阿萨德-A1K

15/60

创意标题: ?

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

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: ?

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

	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	预览
		链接的2	
		链接的3	
<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	预览
		链接的1	
		链接的3	
<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 NEW													
88 ?													
账户 -													
新建推广信息													
状态: 账户余额为零 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													
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 App激活量 App激活成本 操作													
总计-62 自定义 程序化 - 0 0 0.00 0.00% 0.00 0 0.00元 -													
title2 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 实况 编辑 删除 复制													

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 品牌广告 程序化 审核中 1 测试测试测试 推广版位 (1个) 百度信息流													

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 | 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 ② 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 查看报告																																																			
自定义列 ?																																																			
<table><tr><th>创意</th><th>生成方式</th><th>状态</th><th>所属单元</th><th>所属计划</th><th>推广版位</th><th>流量类型</th><th>展现</th><th>点击</th><th>消费</th><th>点击率</th><th>平均点击价格</th><th>操作</th></tr><tr><td>总计-2</td><td>-</td><td>-</td><td>-</td><td>-</td><td>-</td><td>-</td><td>0</td><td>0</td><td>0.00</td><td>0.00%</td><td>0.00</td><td>-</td></tr><tr><td><div>11 地域</div><div>查看所有元素</div></td><td>程序化</td><td>审核中</td><td>1</td><td>app下载调起</td><td>推广版位 (1个)</td><td>百度信息流</td><td>0</td><td>0</td><td>0.00</td><td>0.00%</td><td>0.00</td><td>实况编辑 删除 复制 查看元素</td></tr></table>													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	-	<div>11 地域</div> <div>查看所有元素</div>	程序化	审核中	1	app下载调起	推广版位 (1个)	百度信息流	0	0	0.00	0.00%	0.00	实况编辑 删除 复制 查看元素
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	-																																							
<div>11 地域</div> <div>查看所有元素</div>	程序化	审核中	1	app下载调起	推广版位 (1个)	百度信息流	0	0	0.00	0.00%	0.00	实况编辑 删除 复制 查看元素																																							

元素 ？

③

2019.05.20 - 2019.05.20 日历

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**。

Baidu 推广 信息流推广																																																			
推广管理 推广报告 资产中心 工具中心 NEW																																																			
元素报告 注：仅程序化创意产生元素数据。																																																			
过去30天 📅 更多条件																																																			
汇总单位：合计 分日 分周 分月																																																			
高级筛选：推广对象：全部																																																			
详细数据																																																			
自定义列 ? 下载 发送																																																			
<table><tr><th colspan="6">属性</th><th colspan="7"></th></tr><tr><th>司</th><th>元素</th><th>元素类型</th><th>推广计划</th><th>推广单元</th><th>创意名称</th><th>展现</th><th>点击</th><th colspan="5"></th></tr><tr><td>2019-04-20至2019-05-19</td><td>标题</td><td>标题</td><td>标题</td><td>标题</td><td>标题</td><td>1,492</td><td>29</td><td colspan="5"></td></tr></table>													属性													司	元素	元素类型	推广计划	推广单元	创意名称	展现	点击						2019-04-20至2019-05-19	标题	标题	标题	标题	标题	1,492	29					
属性																																																			
司	元素	元素类型	推广计划	推广单元	创意名称	展现	点击																																												
2019-04-20至2019-05-19	标题	标题	标题	标题	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—展点消转化数据

操作指南

说明：

程序化创意组合报告—支持查看程序化创意整体数据，包括：展点消和转化。数据全流量上线时间：2020年1月15日。

入口：推广报告>程序化创意报告>组合数据>详细数据 2.通过自定义列，可以按需更换转化目标。



创意管理 | 创意组合数据—组合探索状态



程序化创意组合报告-披露探索状态全流量上线，上线时间：2020年3月5日。

1.入口：推广报告>程序化创意报告>组合数据>详细数据

2.探索状态定义：组合在初期是“探索中”的状态。在积累到置信曝光量后，系统根据组合在最近20天积累的获量和目标转化成本计算，给组合赋予以下4种探索状态：

探索完成-效果最佳：该组合在整个创意中成本符合预期且获量能力最强，建议持续保留并总结该组合的元素特征，可作为后续提交元素的优化方向；

探索完成-效果良好：该组合在整个创意中成本符合预期且获量能力较好，建议持续保留；

探索完成-效果一般：该组合在整个创意中成本符合预期且获量能力达到平均水平，建议持续观察；

探索失败-已暂停：该组合在探索期间表现不佳，为快速收敛节省验证成本，已被系统淘汰。

3.在下载excel中也将包含组合探索状态。

组合	探索状态 ?	基础指标					
		展现	点击	消费	点击率	平均点击价值	千次展现消费
	探索中	1	0	0	0.0 0%	0	0
	探索完成-效果良好						
	探索完成-效果一般						
	探索完成-效果最佳						

3

优秀案例

- 金融行业
- 汽车行业
- 教育行业
- 房产行业
- 家装行业
- 游戏行业

案例1 | 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

+

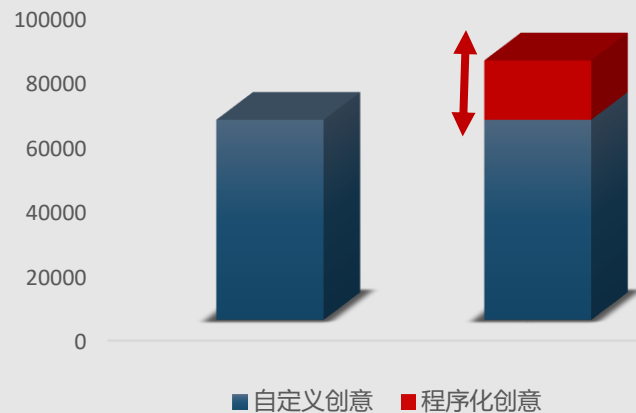
+

+



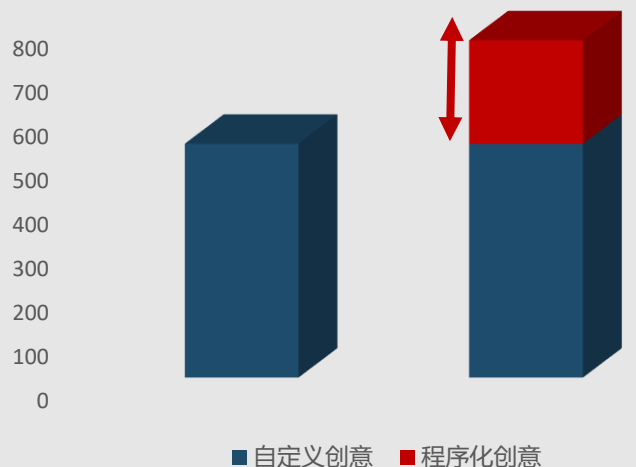
曝光数：程序化 VS 自定义

增量 +30%



转化量：程序化 VS 自定义

增量 +44%



案例2 | 汽车行业

优秀案例

投放背景

某汽车平台，面临问题：车型多，定向多，创意素材多，管理和测试成本高昂

投放目标

借助系统能力实现精细化运营，找到适合投放的定向和创意结合

投放亮点

优化测试期间整体程序化创意效果略优于自定义创意效果，成本下降13%
整体程序化创意带来的消费上涨了约923%
目前持续投放中

投放策略

定向：区分关键词、意图标签、兴趣、人群包 分别创建单元

出价：oCPC先核心后拓宽 + oCPM宽定向勤更新

创意：对文案及图片进行系统化分类，同一程序化创意下的文案或图片类型保持一致。

现在买大众桑塔纳最合适！价格很实惠，点击即享折扣价
想买大众桑塔纳的注意了，全新优惠活动已开启，错过不再有
大众桑塔纳本季度全新优惠政策，便宜到哭，点击获取折扣价
#{日期}开启全新降价活动，大众桑塔纳现在买最划算，立享折扣价



车内饰类图

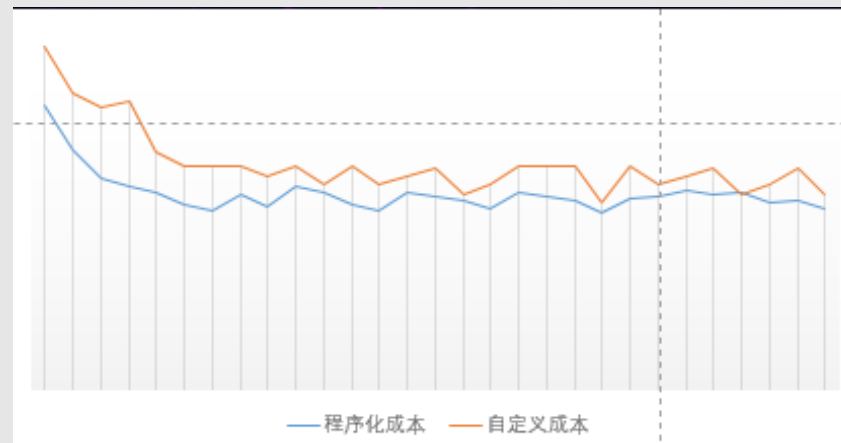
A / B
实验



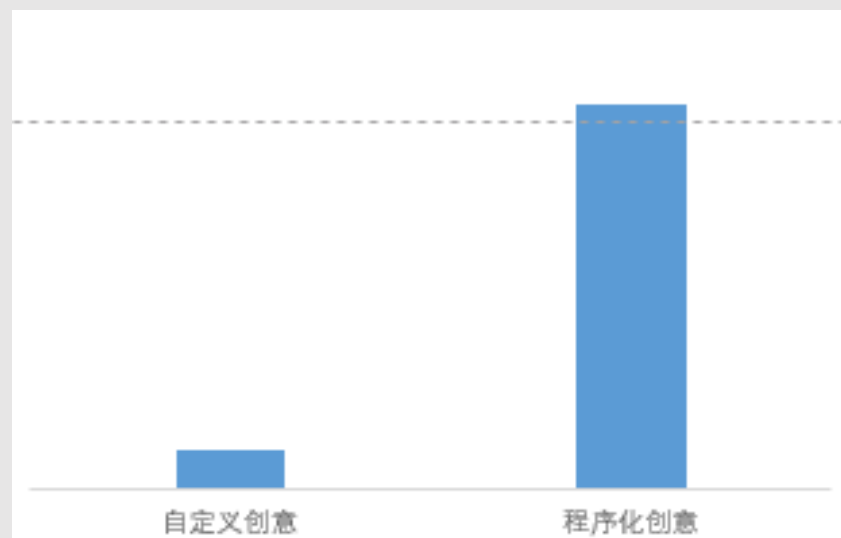
车外形类图

成本下降13%

且效果持续稳定，投放周期长



消费提升9倍+



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

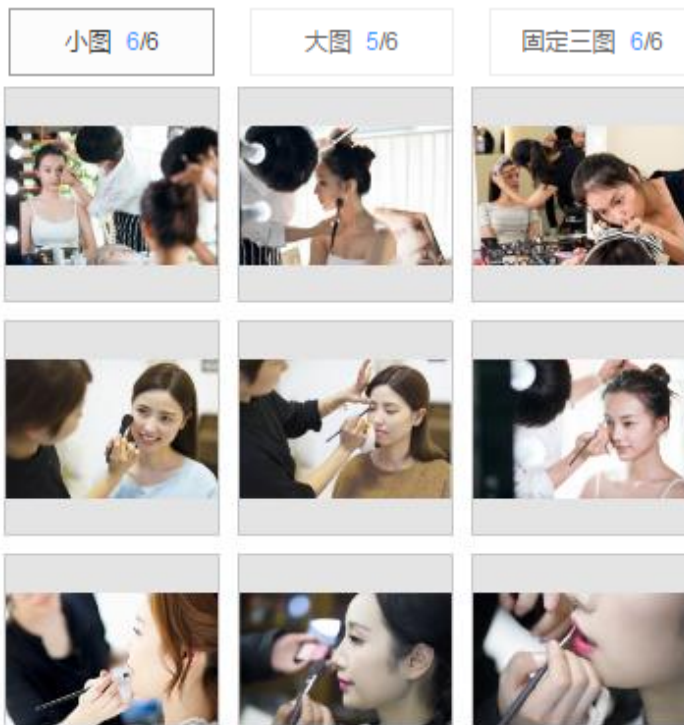
优化目标: ☒ 转化 ☐ 点击 ☐ 曝光

付费模式: oCPC

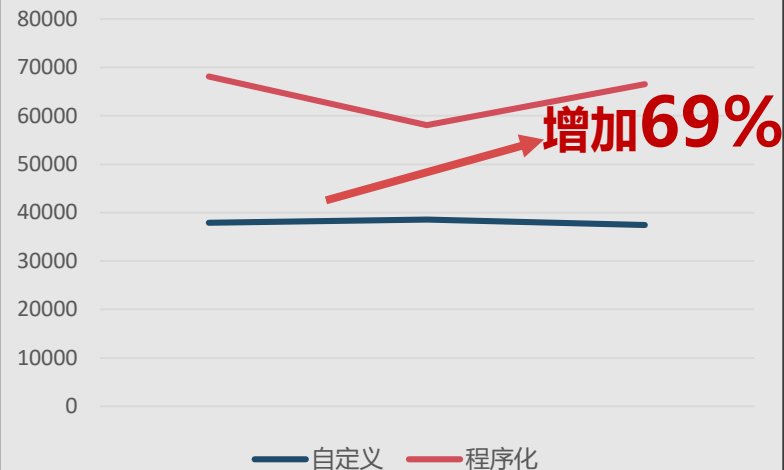
程序化设置

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

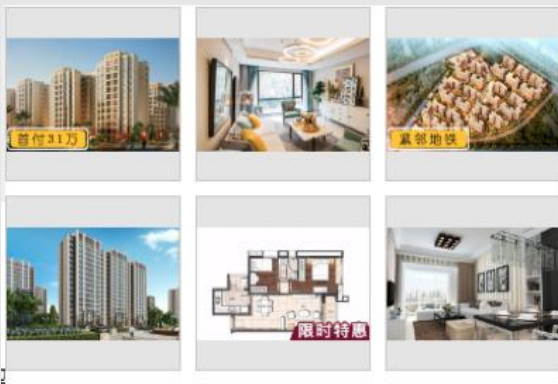
付费模式：oCPC

精选#{(行政区)}新开楼盘，楼盘信息房价走势一键查询！

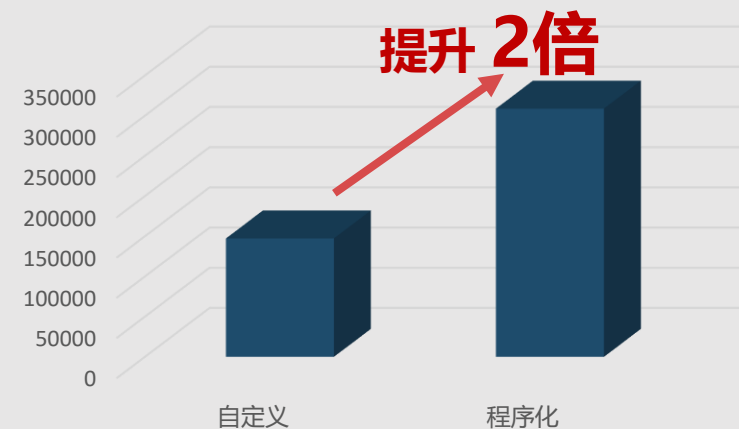
2019年好消息！#{(行政区)}楼盘动态一手掌握！

年初看新房，#{(行政区)}新开楼盘汇集，房价一键查询！

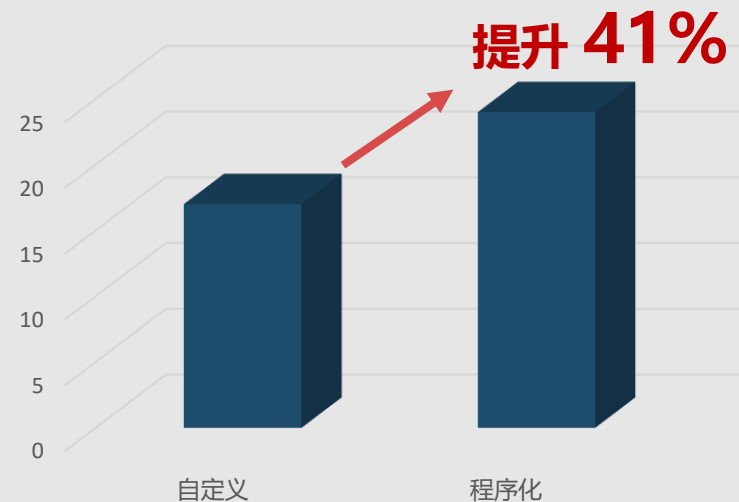
#{(地域)}买房别着急，这个新楼盘你还没看呢！就在#{(行政区)}周边



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

优化目标：☒ 转化 ☐ 点击 ☐ 曝光

付费模式：☐ oCPM ☒ oCPC

推广URL：<http://www.bzw315.com/act> [选择已有页面](#) [新建推广页](#)

出价模式：转化出价

启用oCPC-转化出价模式，系统会分为两个投放阶段：
第一阶段：普通投放，用于积累数据。计费不会高于您设置的点击出价。
第二阶段：智能投放，当转化量积累到20时进入该阶段。系统根据转化率动态调整出价，控制转化成本接近目标成本。

转化名称：9.4装修报价2 [新建转化](#)

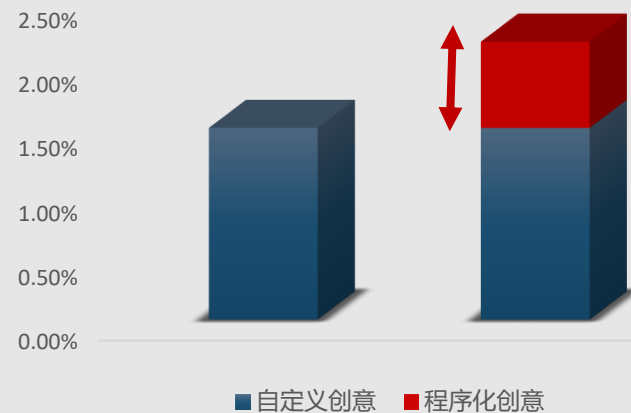
转化类型：表单提交成功

是否跑过数据积累：☐ 是 ☒ 否

<input type="checkbox"/>		自提	自定义	有效	优选流量	1.49%	515	50.09元	本广告单元删除后将不再展示
<input type="checkbox"/>		自提	程序化	有效	优选流量	2.16%	500	46.83元	本广告单元删除后将不再展示

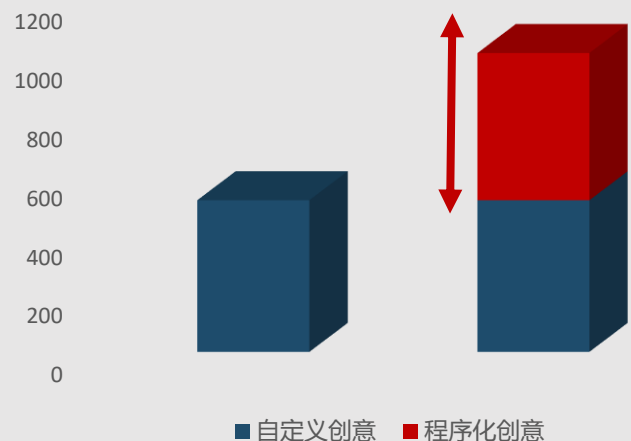
CTR：程序化 VS 自定义

增量 +45%



转化量：程序化 VS 自定义

增量 +97%



案例6 | 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: ② 程序化创意-001 14/60

- * 创意标题: ②
- 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:

小图

大图 6/6

固定三图

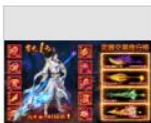
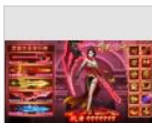
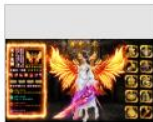
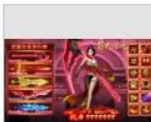
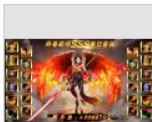
图片搜索

尺寸: 1140*640

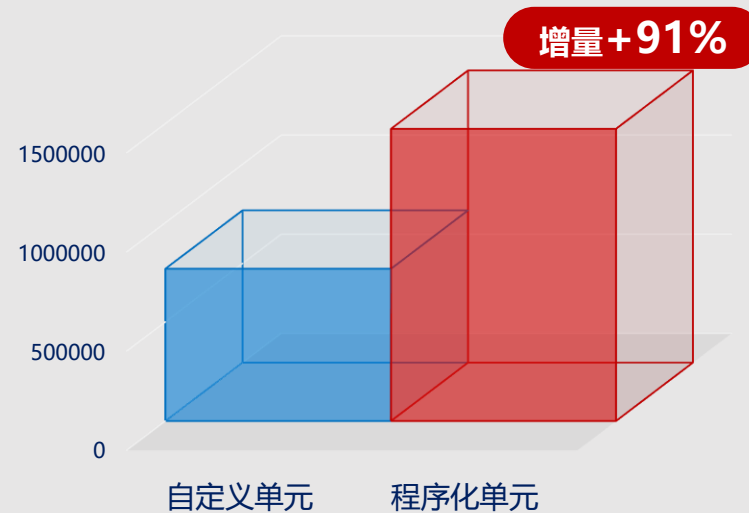
大小: 500kb内

格式: jpg/jpeg/png

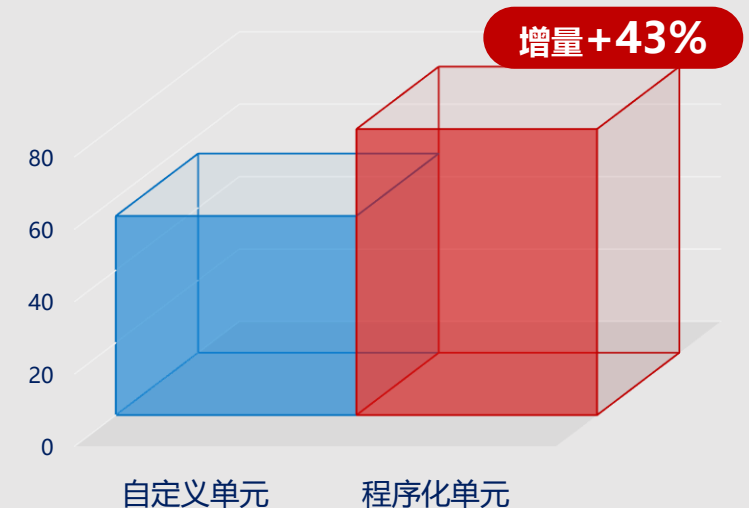
+



曝光量: 程序化 VS 自定义



App激活: 程序化 VS 自定义



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		
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		定向过窄	适当放宽定向，覆盖更多潜在用户	
		2) 创意	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	
			a.创意元素数量是否全覆盖		建议元素尽量多提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	



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: 程序化创意审核速度与自定义持平 (约1.5-2小时) 。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。



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: 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。



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，创意组合数据已于2020/01/15全流量上线，投放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：针对元素报表数据，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。



Q&A

附录

Q：程序化创意的探索状态，探索失败-已暂停是指探索动作暂停，还是这个创意暂停？

A：有两种情况会被暂停：

- 1) 探索发现这个组合获量能力差（ctr*cvr差），导致竞价能力差，会被淘汰；
- 2) 探索发现获量ok但是转化成本超出较多，也会被暂停。

探索失败是指这个创意组合不再投放了，流量机会更多地倾斜给成本达标、获量能力强的组合，或是给到还在候补 / 探索中的组合。

Q：投放后大概多久能知道创意的探索结果呢？

A：探索状态跟获量有直接关系，预算高、获量快的情况，次日就有组合探索状态。

Q：程序化创意探索状态显示“已删除”是什么意思？客户实际上并没有操作删除。

A：已删除的状态，是因为客户修改了元素（删除了图片 / 视频，或修改了标题）都会导致之前的组合变成已删除，不再继续投放。

Q：客户预算较高，想用程序化创意把量跑开，在定向上有什么建议？ocpx结合程序化创意，投放优选流量还是单投手百流量好？不同版位的流量怎么去做出价？

A：程序化创意不能解决定向上的问题，只能在定向圈对了人、出价合适的情况下，程序化选出一个最适合对这个用户展现的创意去打动这个用户。

在定向和流量选取上，主要考虑客户行业所面向的人群，跟自定义创意的选择没有差别。

Q：程序化创意现在支持PC流量吗？

A：暂时不支持。



权限申请及问题反馈

附录

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=27KBaCBlvl1iYjMjSxfEVvfw&mi=#/lesson/filterRes~filterId=z0

投放问题沟通

百度hi群：【程序化创意】交流群：1667520

※ hi群为企业群，仅百度内部同学可以申请添加

邮件组 CY-feedback@baidu.com

谢谢关注!

百度营销 2020.03