

百度搜索推广 提升转化【量与质】实用技巧



市场分析



量+质|投放阶段优化要点



典型客户投放建议

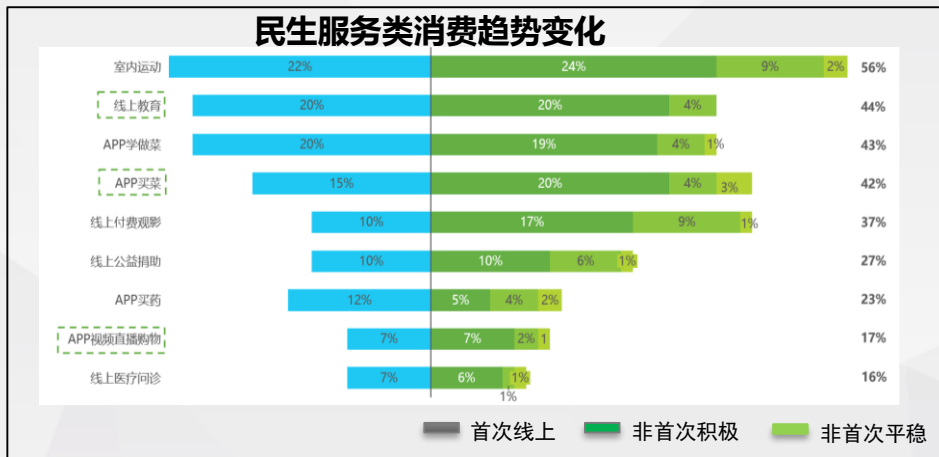
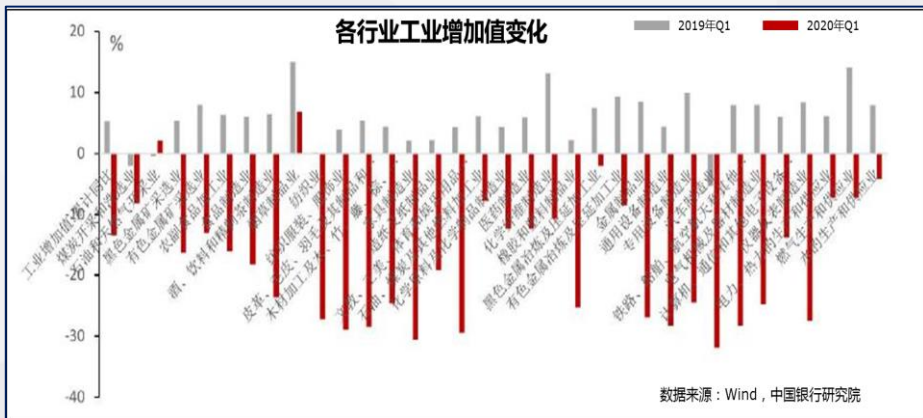


市场分析



后疫情时期的行为变化及行业趋势

2020年Q1，国内外经济环境变化剧烈，大宗商品价格暴跌、金融市场剧烈动荡，我国GDP增速罕见负增长；随疫情逐渐控制，Q2我国境内疫情影响继续减弱，国家复工复产政策推动，预计二季度，GDP将恢复正增长3%。稳定就业，扶助中小企业的各种稳增政策持续出台——截止4月中旬，多个行业恢复



Q1，短视频、线上娱乐、在线教育、在线医疗疫情期间增长显著，复工后逐渐回归常态；

4月，医疗保健、保险、教育、医美、运动保健行业用户需求增幅显著——二、三产业数字化变革趋持续加速。

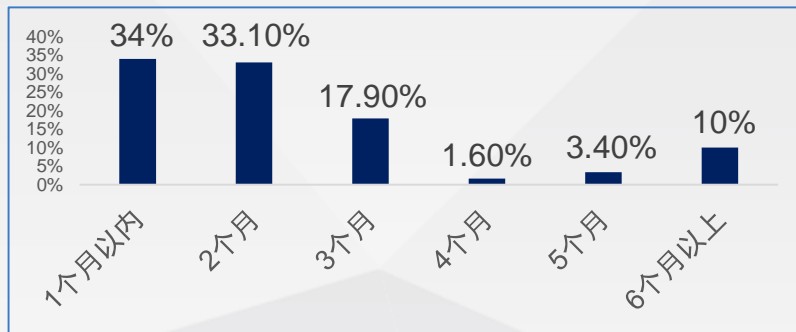


中小企业的影响大 压力与机会并存

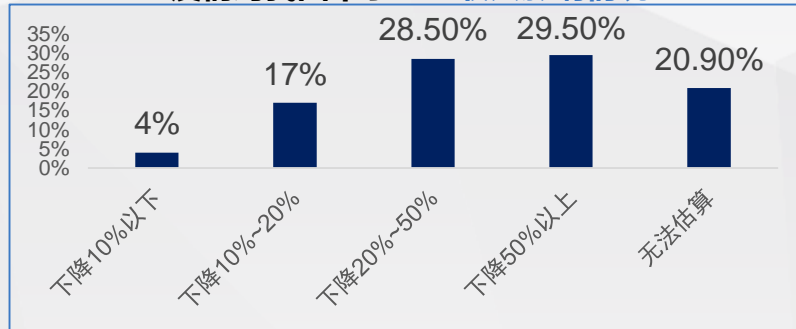
新冠对中小微企业影响冲击巨大，中小企业普遍面临巨大的现金流和应收压力

Q2复工后企业“**追投**”趋势显著，同时，广告主更加注重“**效果**”。

疫情后我国中小企业**现金维持时间**

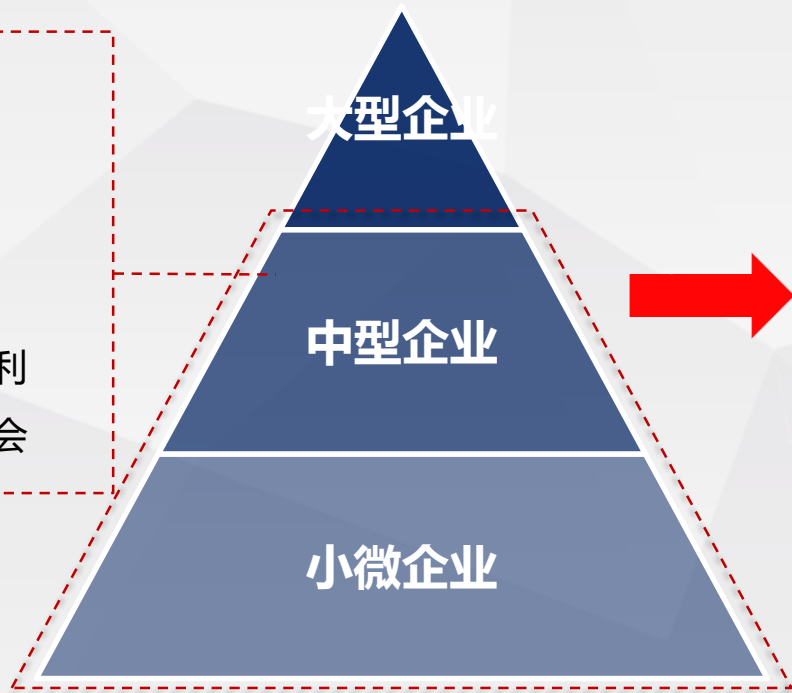


疫情对我国中小企业**收入影响情况**



中小微企业主体
90%，贡献了：

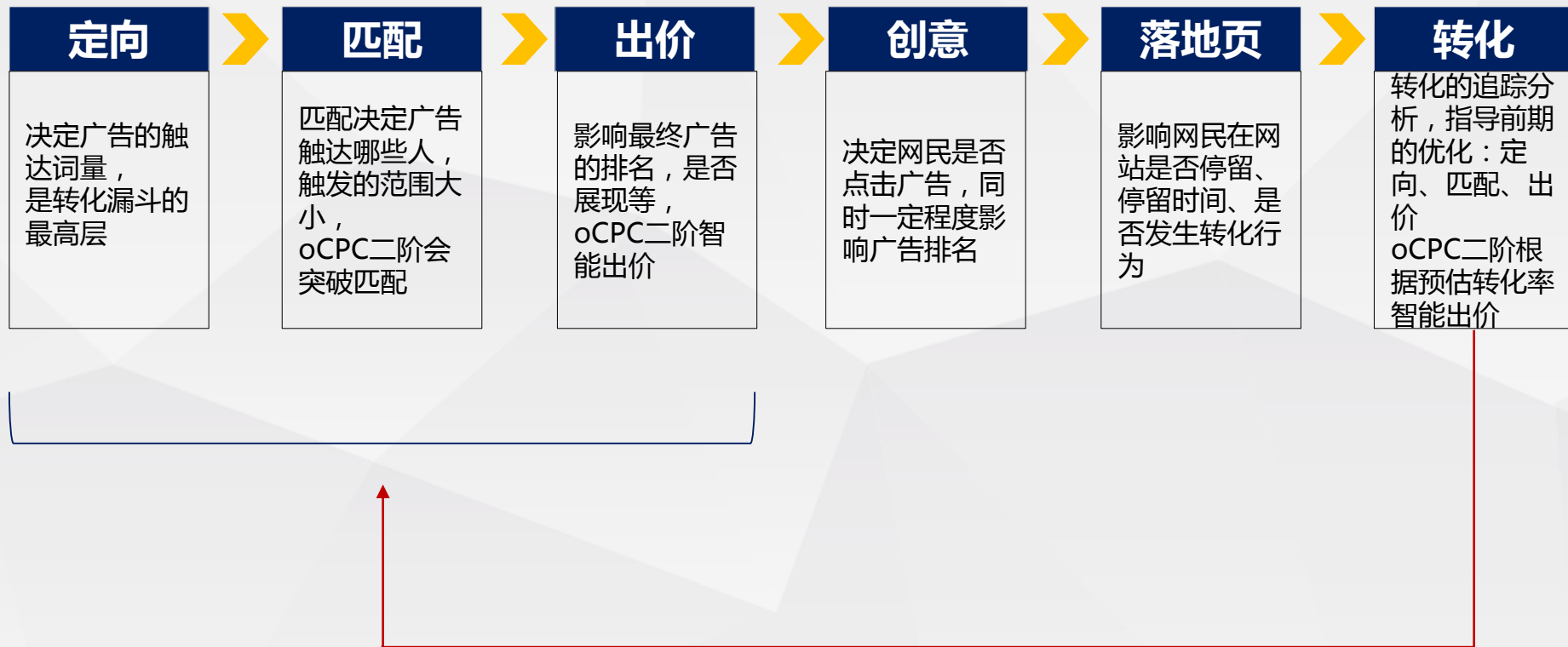
- 50%+税收
- 60%+GDP
- 70%+发明专利
- 80%+就业机会





量+质|投放阶段优化要点

广告从展现到产生转化的链路





影响消费量的主要因素概览

广告分配：CPC: $eCPM = Bid * CTR$

oCPC: $eCPM = CPA * CTR * CVR$

Bid : 点击出价 *CPA* : 转化成本 *CTR* : 创意点击率 *CVR* : 落地页转化率

扩量相关因素

出价

创意

落地页

定向

推广时长

预算
撞线率

CPC

oCPC

智能创意

自提创意

动态标题
描述优化
图片
子链
文本
视频

扩量工具

词量

关键词规划师
优化中心
oCPC智能加词
行业定投

匹配

目标追投
人群智选
oCPC自动定向

资源位

个性化推荐
同台展现开关



拓词 拓匹配 拓资源位多种产品组合出击 拓量不是难题



拓量	词定向				自动匹配拓展开关			资源位拓展开关	
	优化中心	oCPC智能加词	关键词规划师	行业定投	目标追投	人群智投	oCPC自动定向	个性化推荐	同台展现开关
CPC	√	×	√	√	√	√	×	√	√
oCPC	√	√	√	√	√	√	√	√	√

拓定向

优化中心★★★

1. 主动推荐：根据买词分布、行业属性推荐批量适配计划单元关键词

关键词规划师★★★

1. 被动推荐：搜索种子词，系统推荐一批相关关键词

行业定投★★★

1. 建议创建多个行业定投计划
2. 保障URL提交充足，行业定投效果受URL量级影响

oCPC智能加词★★★(仅限2阶)

1. 根据行业及业务点映射逻辑推荐批量关键词，支持一键启用，推荐上限1w

拓匹配

目标追投★★★

1. 开启该功能会将**短语匹配**→**智能匹配**
2. 优势准确性高，与当前投放更相关

人群智选★★

1. 开启该功能会将**短语匹配**→**智能匹配**
2. 买词/商品外叠加人群，拓量更精准

oCPC自动定向(仅限2阶)★★★

1. 保守扩量/均衡扩量/积极扩量，建议积极拓量

拓资源位

个性化推荐★

1. 拓展低价靠后展现位，不会拓展匹配
2. 建议全计划开启

同台展现★

1. 开启同台展现：增加展现机会提高，增加点击机会。
2. 开关位置：账户设置中

扩量案例|教育培训行业 oCPC二阶段，巧用工具抓住节后流量红利



营销诉求

账户在ocpc投放中，流量较Q4相比下滑，自主加词，加创意，提cpa，业务词指数无明显变化

前期账户情况

兴趣培训业务+表单提交/一句话咨询+6000元消费/日

诉求细分

流量拓展

拓量方案

加词-关键词规划师/oCPC智能加词

批量下载推荐关键词，大量添加高相关词；
出价-用推荐出价或略高

智能加词采纳**26W+**

锁定人群-人群投放

★★

精准定位目标人群，打开人群拓流开关，消费占比

38% !

行业定投

修改大量URL,精准触达行业兴趣用户

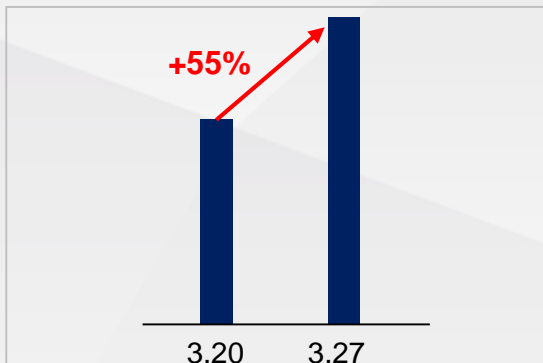
定向拓展-oCPC自动定向

★★★

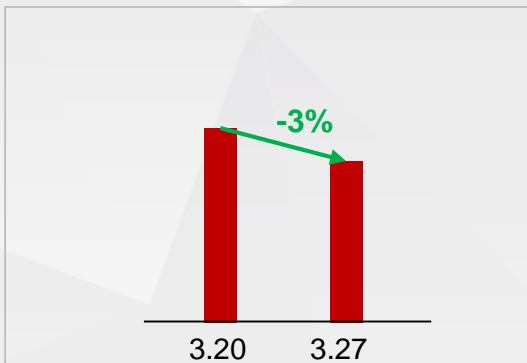
均衡拓量：均衡关键词相关性和转化量目标

投放效果

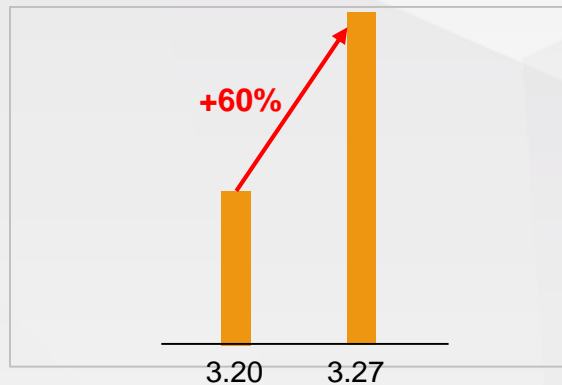
消费增长55%!



CPA稳定降低3%!



线索量+60%!



■ 数据来源：3.20~3.30期间采取搜索拓量方法论的投放效果数据

扩量案例|教育培训行业 账户投放解析-优化后消费提升55%！

oCPC智能加词一键全部采纳

推词量	推词采纳率	采纳率
267282	267282	100%

智能加词 ▼

智能加词为您的账户添加了一批高转化新词，请您及时启用！

504个关键词待启用

一键启用 ?

查看加词详情 ?

人群定向：多计划绑定，建立大量多样人群包，精准定位目标人群，消费占比38%

匹配模式	消费分布
短语	13%
行业定投	3%
精确	23%
智能匹配-oCPC	23%
智能匹配-人群智选	38%

数据概览

新建溢价人群 ⓘ 高级设置 ▼ 请搜索人群 Q 筛选

计划	单元	人群名称	人群编号	定向方式	推广计划	最高出价系数
定向	关键词	拉新行业人群	1863704	人口信息，用户行为 ⓘ	47个计划	1.10
定向	网址	全部业务-常搜人群	755599	用户行为 ⓘ	55个计划	各异
定向	人群	同行网站浏览人群	749555	用户行为 ⓘ	47个计划	1.10
创意	设置	商家号全部用户	749462	自定义人群 ⓘ	47个计划 ⓘ	1.10
创意	设置	商家号潜在用户	748570	自定义人群 ⓘ	47个计划 ⓘ	1.10

自动定向均衡模式（二阶生效，一阶不生效）

* 自动定向：开 进入oCPC第二阶段后，系统将在保障目标转化成本的前提下，高转化的潜在用户，提升转化率

扩量模式 ⓘ

保守扩量 均衡扩量 积极扩量

创建多个行业定投计划，保障URL提交充足

数据概览

+ 新建网址 ⓘ 请搜索网址 Q 筛选 2020/04/09 📅

计划	单元	网址地址	状态	推广计划	推广单元	出价	展现	点击	消费
定向	关键词	总计-150	-	-	-	-	7140	168	406.34
定向	网址	www.xinghangdao.com/jianshenzhishijiankangwenda/2869.html	有效 ⓘ	行业定投-苏州校区重点投放-移动	同行官网6审核该单元	3.00	3	0	0
定向	网址	www.dessychina.com/	有效 ⓘ	行业定投-苏州校区重点投放-移动	同行官网13审核该单元	3.00	0	0	0



当前转化目标达成， 如何优化更深一层转化质量？

直接优化
深度转化

双出价

自动优化



如何选择“深度转化”方式？

1

广告主对转化质量的态度更接近那种？

场景

目前还可以

不理想
马上要明显变化

浅层转化不能少
质量还得好

2

当前深层转化量级？

稳定 量大

周日均CV > 5/天/包

波动 量少

周日均CV < 5/天/包

产品

不需要

双出价

自动优化

见效快、掌控强、需要稳定期

平稳微调、细水长流



深度优化方式的要求

	直接优化深度转化	双出价	自动优化
客户诉求	<ul style="list-style-type: none">只关注深度成本	<ul style="list-style-type: none">对浅层和深层成本都有要求	<ul style="list-style-type: none">对浅层成本有要求，对深层无强制要求
转化数量	<ul style="list-style-type: none">连续3天，转化量≥ 10/天	<ul style="list-style-type: none">连续7天，转化量≥ 5/天	<ul style="list-style-type: none">转化量< 5/天
回传时间	<ul style="list-style-type: none">深层转化数回传时间≤ 2	<ul style="list-style-type: none">深层转化数回传时间≤ 10	<ul style="list-style-type: none">深层转化数回传时间> 10



深度优化方式帐户设置

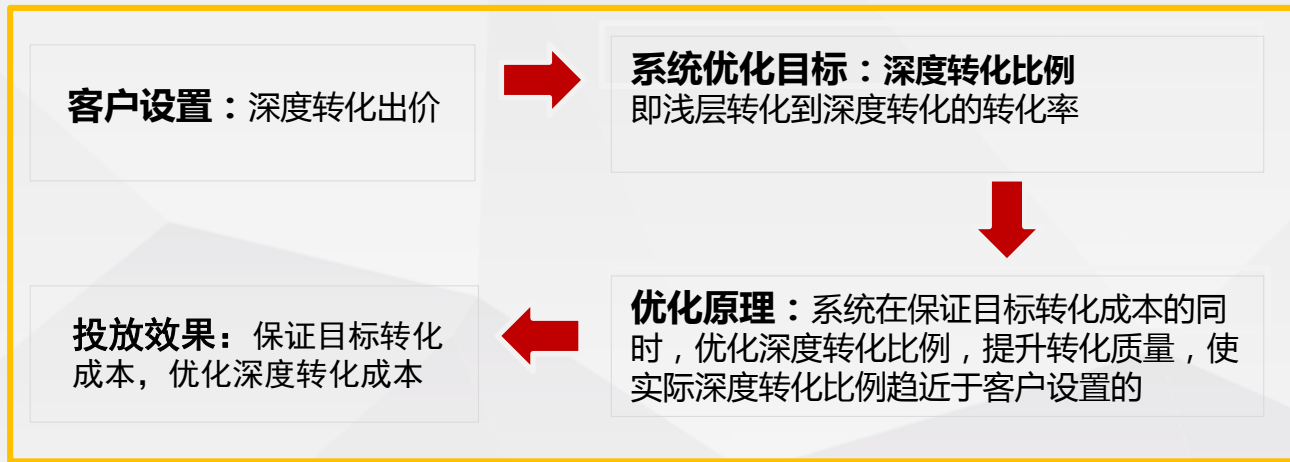
	直接优化深度	双出价	自动优化
目标转化：	深度转化类型	浅层转化类型	浅层转化类型
深度转化：	——	深层转化类型	深层转化类型
深度优化方式：	不用设置	<input type="radio"/> 自动优化 <input checked="" type="radio"/> 自定义双出价	<input checked="" type="radio"/> 自动优化 <input type="radio"/> 自定义双出价
目标转化出价：	根据深度转化成本设置	根据浅层转化成本设置	根据浅层转化成本设置
深度转化出价：	——	根据深层转化成本设置	——



深度优化方式-双出价功能及原理



系统以您设定的深度转化成本为优化目标，通过优化浅层到深层转化率，提升您的深度转化效果。



➤ 深度转化比例计算公式：

- 预期深度转化比例=目标转化出价cpa/深度转化出价cpa
- 实际深度转化比例=深度转化数cv/目标转化数cv

➤ 在双出价中，深度转化比例受深度转化出价影响

- 提高深度转化比例（调低深度CPA）的过程，就是提高深度转化占比的过程
- 通常 $0.01 \leq \text{深度转化比例} < 1$ ，值越接近1消费负向影响越大



深度优化方式-双出价使用要点

Step1 合理设置深度转化出价

深度优化方式①：☐ 自动优化 ☒ 自定义双出价

* 深度转化出价② 85 元/转化 系统推荐出价85.45元 建议深度转化出价单次修改幅度不要高于10%

优选深度转化率高的流量投放，在保障目标转化成本的同时，优化您的深度转化成本趋近于您设置的目标

需根据系统推荐值，来设置深度转化出价CPA
出价过低会影响消费

Step2 正确计算预期与实际深度转化比例

近期实际浅层转化量	近期实际深度转化量	实际深度转化比例
200	90	45%
目标转化出价	深层转化出价	预期深度转化比例
100	200	50%

实际差异<10%



总结优化要点：

- 深度转化CPA必须参照系统推荐值，小幅调整（每次幅度不超过10%）
- 稳定投放：会有3-7天优化期，期间以观察深度效果为主；待深层效果稳定后,再调整出价或拓量
- 使用双出价后需要同步积极扩量

深度优化方式-双出价优化期如何调整出价





深度优化案例 | 教育培训行业 日均深层转化量提升138%

营销诉求

即要确保一句话咨询成本及量级，又需要优化留线索成本，提升留线索的转化量。

账户情况

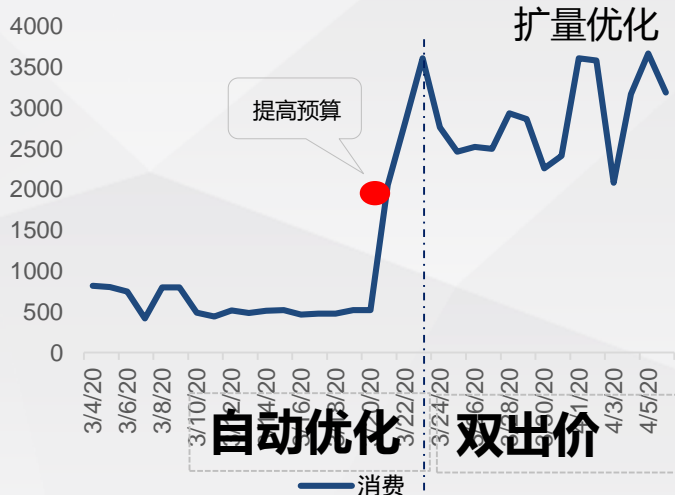
行业：教育/职业培训；转化类型：一句话+留线索；

深度转化方式

第一阶段：自动优化

第二阶段：双出价

使用双出价后消费稳步上升



日均深层转化数翻倍

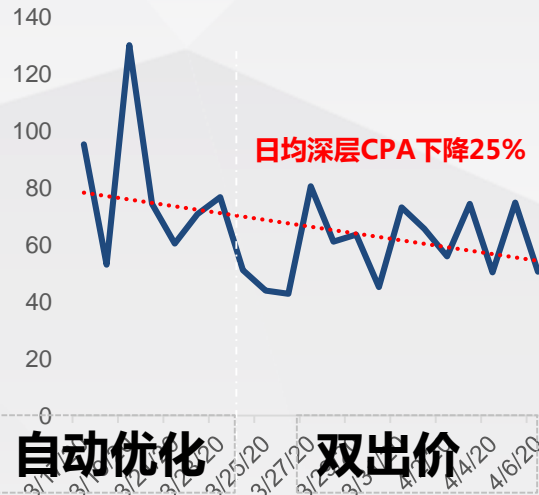
日均提升138%



切换前

切换后

深层CPA持续下降



双出价前准备工作

双出价后优化调整

深层数据接入



自动优化



扩量



双出价



成本优化

准备阶段要点：

- **提前接入深层数据：**
前3周接入留线索数据
- **分步优化效果：**
先使用自动优化辅助优化深层效果
- **提效后扩量：**
提预算+扩量手段提升帐户消费
- **确保深层转化数：**
每日深层转化数充足

转化类型 ①: * 目标转化 一句话咨询 ×

深度转化 ①: 留线索 ×

深度优化方式 ①: ☐ 自动优化 ☒ 自定义双出价

深度转化出价 ②: 63 元/转化 系列

优选深度转化率高的流量投放, 在保障目标转化成

△ 修改oCPC投放包 的扩量模式从保守扩量至均衡扩量

双出价阶段要点：

- **正确设置深层CPA:**
接入前期按推荐值设置深层CPA
- **小幅多次优化深层CPA：**
每次调整CPA小于10%

△ 修改oCPC投放包 的深度转化出价从65.89至63.0

深度优化案例|零售行业 日均深层转化率提升32%

营销诉求

客户转化为APP下载，期望在成本稳定的同时，提升次留率

账户情况

行业：零售/电商B2C；转化类型：APP激活+次日留存；

深度转化方式

自动优化

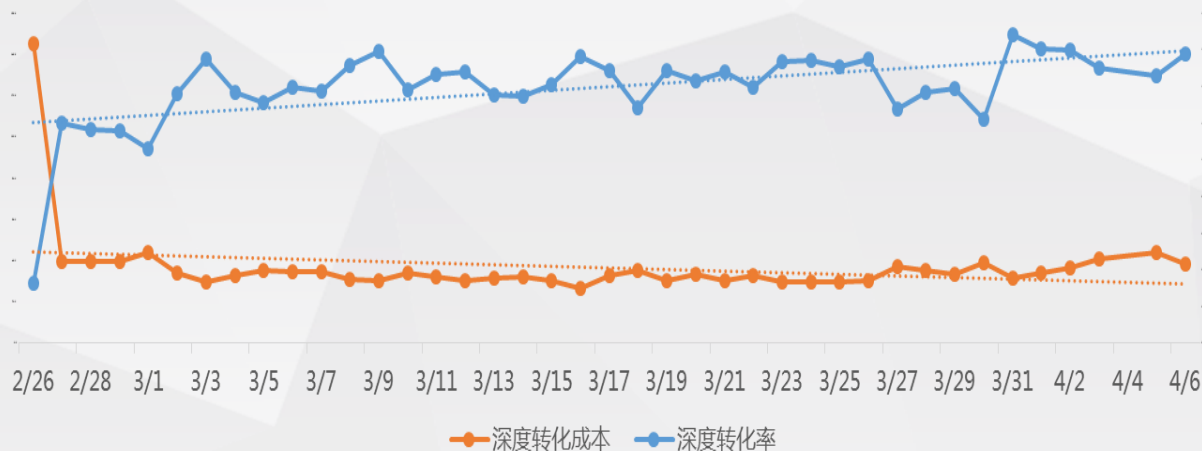
次留率显著提升

提升32%

初投放近7天

当前近7天

成本稳定同时，次留转化率逐步提升



深度优化案例|游戏行业 日均深层转化量提升42%

营销诉求

确保激活成本，并优化付费量

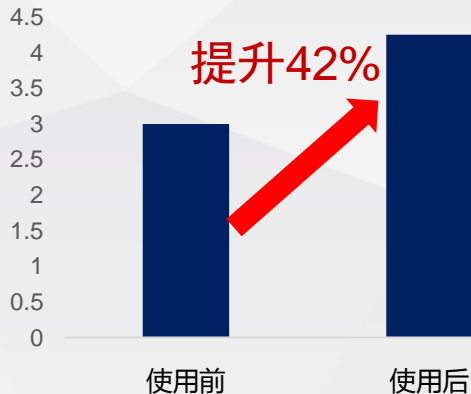
账户情况

行业：游戏/手游；转化类型：激活+付费；深度转化量优化前：单包日均小于5个

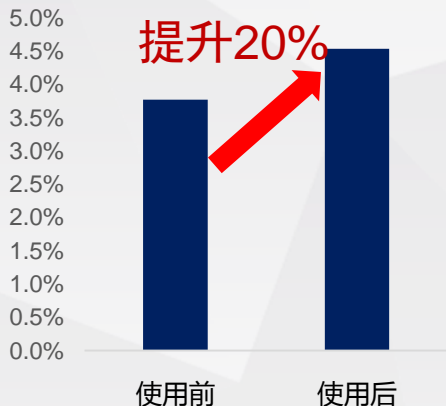
深度转化方式

自动优化（浅层：激活+深层：付费）

日均转化量



浅到深转化漏斗



优化要点：

- 提前接入深层数据：
前1周接入付费数据
- 自动优化后提升CPA：
获得更多流量，以提升深层转化量
- 扩量：
oCPC加词扩量及新增单元扩量



典型客户投放建议



中大企业 | 积极扩量与深度优化并驾齐驱，抢夺刚需红利消费

Baidu 营销

医疗医美

教育

招商加盟

商务服务

房产家居

金融服务

行业特点/营销痛点

企业规模大

oCPC转化浅、对价格敏感

考核严格，一户多包

产品解决方案

量

定向工具

- ✓ **优化中心加词**——买词效率高、结合账户和业务例行推荐高转化关键词
- ✓ **目标追投**——一键开启，精准覆盖潜在人群
- ✓ **oCPC自动定向**——适用二阶客户，一键开启，保证转化目标成本

oCPC

- ✓ **自动优化**——开启深度数据回传，增加深度转化类型，系统自动兼顾深层效果
- ✓ **双出价**——基于深度成本核算能力和转化漏斗诉求，探索启用双出价精确控制深度成本和占比

质

机械设备

车辆物流

生活服务

行业特点/营销痛点

不懂投放

体量小、oCPC覆盖低

转化类型单一

产品解决方案

量

定向工具

- ✓ **优化中心加词**——买词效率高、结合账户和业务例行推荐高转化关键词
- ✓ **行业定投**——简单、高效
- ✓ **目标追投**——一键开启，精准覆盖潜在人群

质

oCPC

- ✓ **0门槛**——快速进二阶、保证投放成本、提高预算利用率
- ✓ **中间号**——电话转化监控
- ✓ **自动优化**——保证成本、稳步提升浅层线索质量



搜索oCPC答疑hi群：1577461



下周【周二】（4月28日）晚8点开播

预告课程	时间
《蓄力迎接复苏期——旅游行业经典投放模式分享》—吴佳桐 大客户销售部	周二（4/28）

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

扫码填写满意度调研



2. 直播录像回放和材料获取，请登录**营销中心获取**(yingxiao.baidu.com)

3. 申请成为主播，请发需求邮件到：
renzheng@baidu.com

4. 请关注**百度营销中心百家号**，获得一手直播咨询

百度营销中心百家号

