

关键词规划师新升级

高效拓流大师



01 产品介绍

关键词规划师策略引擎升级，推荐关键词逻辑更完善

智

基于您的投放历史生成客户画像，理解您的推广意图与偏好，给予针对性的个性化的关键词推荐建议

选

通过行业大数据知识图谱分析，结合您的推广诉求对流量进行甄选，为您找到更多优质的关键词

简

提供更高效率的批量关键词投放方式，让您从繁重的工作解放出来



关键词规划师升级点：升级关键词推荐理由

升级点1：关键词推荐理由新增“移动热词”“计算机热词”“移动黑马词”“计算机黑马词”四类标签：

- “热词”反映的是与您推广业务相关的热门搜索风向标关键词，适当配置这类关键词，有利于提升您关键词的投放量。
- “黑马词”反映的是与您推广业务相关行业下的流量价值洼地，抢占这部分流量，可以获得更具性价比的投放效果。

升级点2：更改推荐分类名称：将原名称“关键词”改为“按关键词添加”、“关键词包”改为“按关键词组合添加”

关键词	关键词包
添加全部	下载
关键词	来源
鲜花	周末好词,夜...
鲜花预定	周末好词,夜...
花店花束	
各种花卉	移动黑马,周...
鲜花速递	周末好词,夜...

旧版本

关键词

流量查询

* 目标计划单元

请选择...

请搜索关键词

搜索

按关键词添加

按关键词组合添加

添加全部

下载

包含、不包含

Q

17

6

关键词(0/1000)

推荐理由支持筛选

推荐理由

推广设备

省市地域

类型

☐ 计算机热词

☐ 移动热词

☐ 计算机黑马词

☐ 移动黑马词

确定

取消

新升级

关键词	类型	指导价	整体周均搜索量 (次)			竞争激烈	
			整体	移动	计算机		
膝盖软骨损伤	移动热词,移...	1.51	63	52	10		
膝盖软骨损伤	计算机热词,...	3.83	372	339	32	8	>
膝盖软骨损伤	移动热词	3.61	55	55	<5	16	>
膝盖软骨损伤症状	移动黑马词	1.02	7	6	<5	7	>

关键词推荐理由

新升级

推荐理由支持筛选

关键词(0/1000)

类型

- ☐ 计算机热词
- ☐ 移动热词
- ☐ 计算机黑马词
- ☐ 移动黑马词

确定

取消

>>> 关键词规划师升级点：升级指导价策略

升级点3：更新指导出价策略

指导价是为了让您的广告显示在搜索结果首页的任意位置，系统估算您可能需要为关键词设置的出价金额。关键词规划师中给出的指导价，能够满足移动和计算机端指导价门槛

关键词		流量查询				
* 目标计划单元		请选择...				
请搜索关键词		搜索				
按关键词添加		按关键词组合添加				
添加全部		下载		包含、不包含		
关键词	类型	指导价	整体周均搜索量 (次)			竞争激烈程度
			整体	移动	计算机	
膝盖软骨损伤	移动热词, 移...	1.51	63	52	10	10
膝盖软骨损伤怎么办	计算机热词, ...	3.83	372	339	32	8
膝盖软骨损伤怎么治疗	移动热词	3.61	55	55	<5	16
膝盖软骨损伤症状	移动黑马词	1.02	7	6	<5	7

注意：

- 即使您的出价低于此估算值，您的广告可能仍会正常展示，但不太可能会出现在搜索结果的头部较优位置。
- 系统根据近期的搜索广告市场对此关键词竞争激烈情况以及您所投放的广告质量估算指导价。如果您的出价估算值非常高，则可能意味着您的关键字质量得分较低，需要进行优化。

合理的出价有助于帮助您：

- √ 避免出价过低带来的关键词计划无展现或少展现
- √ 保持稳定的关键词投放效果
- √ 更有效的参与市场竞争，充分获取优质流量



02 产品功能

>>> 产品功能：搜索、添加关键词

功能点

使用场景



搜索拓词

您在搜索框中输入关键词时，系统自动输出相关关键词

按关键词添加：

输入单个词根，搜索业务相关关键词，获得关键词及关键推荐理由

按关键词组合添加：输入单个词根，获取自动分组的相关词包



日常拓词

流量不足，想给单元加些词，不知道有哪些好词



批量关键词下载

不在搜索框中输入关键词时，系统基于账户表达，行业知识图谱主动推荐相关关键词

无需输入词根，获取适配账户计划单元的最优关键词投放方案（包括关键词推荐及每个关键词最适合投放的计划单元）



极速拓流

流量高峰，需要批量关键词推荐方案，快速起量

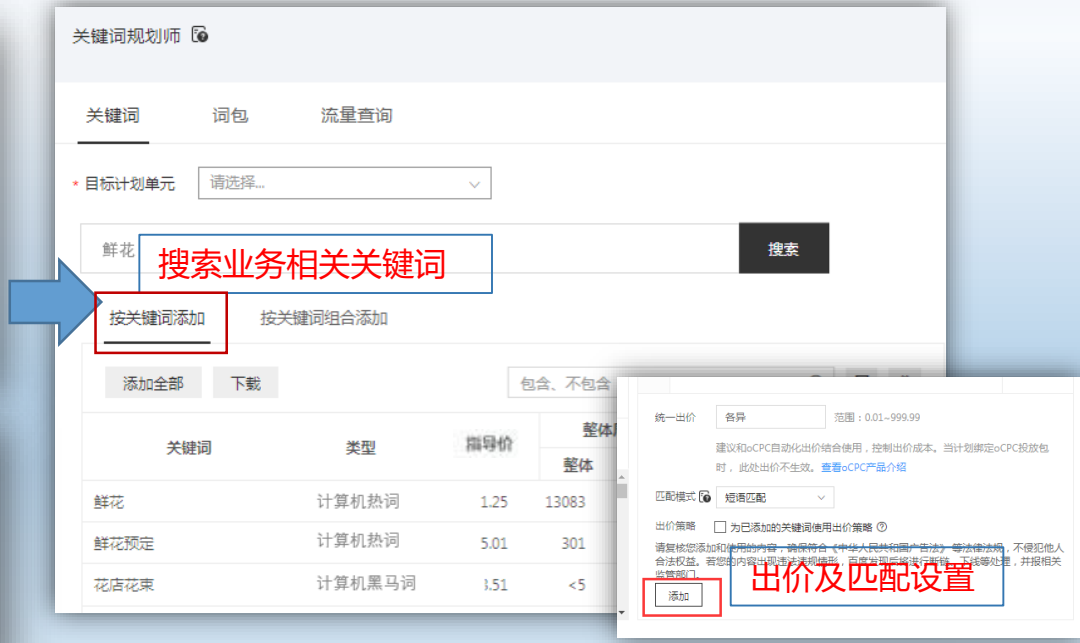
>>> 产品操作指南：搜索拓词



日常拓词入口： 入口1：工具中心→关键词规划师→关键词/关键词包///入口2：推广管理→定向→关键词规划师→关键词/关键词包

Step1： 选择要添加关键词的单元，搜索关键词获得系统推荐相关关键词；不选择具体单元时则按照账户进行个性化推荐

Step2： 点击添加关键词，设置相应的匹配及出价即可开启投放



>>> 产品操作指南：下载批量关键词方案



极速拓流入口： 入口1：工具中心→关键词规划师→关键词→**下载**///入口2：推广管理→定向→关键词规划师→关键词→**下载**

下载批量关键词推荐方案

离线关键词建议甄选

关键词

+

建议投放的单元

+

出价指导

+

匹配模式建议

=

一键上传添加
快速起量

Step1： 无需搜索，直接点击下载批量关键词

关键词规划师

关键词 词包 流量查询

* 目标计划单元 请选择...

鲜花

按关键词添加 按关键词组合添加

添加全部 **★** 下载 词更多相关性更高

关键词 类型

Step2： 离线甄选与优化

下载结果

关键词	出价	整体周均搜索量	移动周均搜索量	计算机周均搜索量	竞争激烈程度	匹配模式	目标计划	目标单元
dnf手游上线时间	0.62	418	395	23	11	智能匹配	蓝月至尊	蓝月至尊
gm手机游戏	1.17	2914	2877	37	26	智能匹配	传奇按级别	传奇50

Step3： 上传editor批量添加关键词 > 批量添加

输入关键词

表格支持多种excel快捷操作，右键复制(Ctrl+C)、剪切(Ctrl+X)、粘贴(Ctrl+V)、删除(Ctrl+D)、全选(Ctrl+A)、撤销(Ctrl+Z)

从剪贴板中粘贴 清空

序号 关键词 匹配模式 出价 访问URL 移动访问URL 启用/暂停 标签 小程序URL

1 2 3 4 5 6

关键词 网页地址 创意 推广

添加 删除 批量添加/更新

关键词名称 关键词状态 启用/暂停

★使用TIP： 在拓流期间建议针对批量推荐关键词使用智能匹配，确保拓展更多流量



03 优秀案例

>>> 游戏行业优秀案例

营销诉求

疫情期间，节后急需拓量，提升下载量

诉求细分

CTR稳定提升

ACP可控

操作成本低，便于优化

投放设置

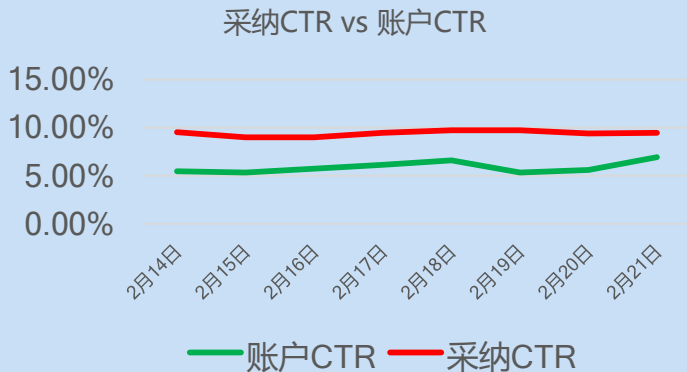
使用批量下载功能，1个账户*日消费4000元*推词数量1236个*采纳量488个（采纳率49%）

玩法提炼

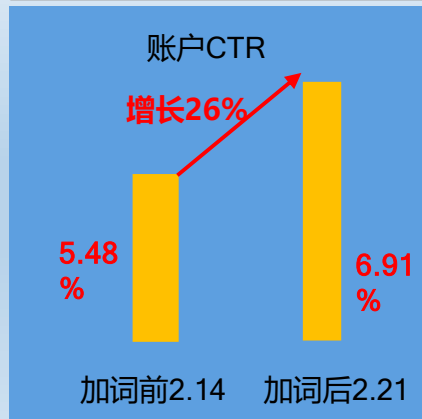
- 买词方向：游戏名称、游戏名称下载、游戏类目、游戏攻略破解、游戏账户咨询等。举例：***、免费下载***、单机游戏下载、***破解版、***攻略、怎么找回***账号等。
- 推荐高相关词全部使用；匹配模式——智能匹配；出价——推荐出价或略高。
- 创意/落地页：将关键词直接添加至推荐计划单元，保证对应计划的关键词、创意及落地页高度相关。
- 搜索词报告及时查看：高转化/高CTR但未添加过的搜索词及时添加为关键词；不相关的词及时加否。

投放效果

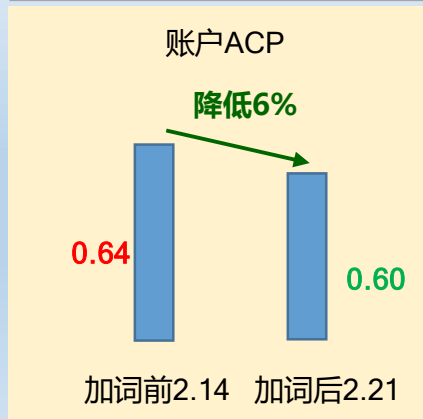
采纳词的CTR比账户CTR提升35%以上



加推荐词后，CTR+26%



加推荐词后，ACP下降6%



>>> 职业培训优秀案例

客户行业：职业培训

客户诉求：节后保ctr的前提下拓量

账户买词

买词方向：品牌词、科普词、培训词、疑问词

举例：执业药师、执业药师试题、职业药师考试复习方法、职业药师报名网址

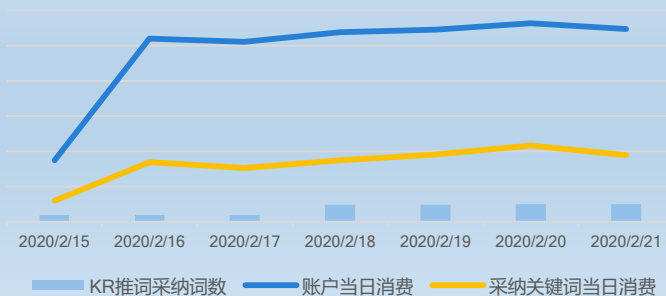
玩法提炼

- 下载批量关键词，推荐高相关词全部使用 匹配模式：智能匹配 出价：用推荐出价或略调高
- 创意/落地页：将关键词直接添加至推荐计划单元，创意及落地页使用适配计划创意落地页
- 搜索词报告查看：未添加过的相关搜索词进行添加；不相关的词加否词

消费表现：推词总数1450个，采纳关键词245个，消费提升214%

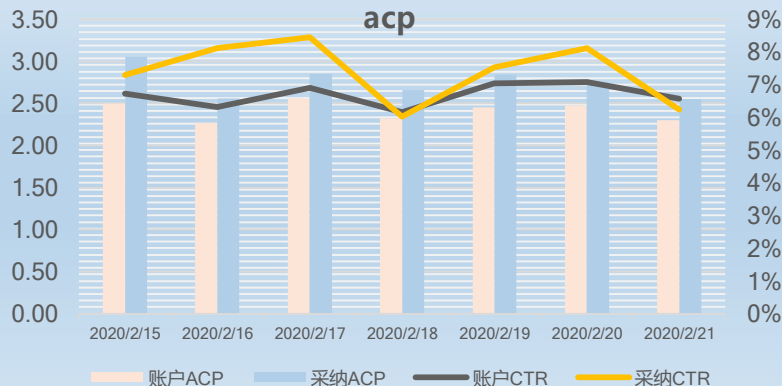
采纳关键词消费贡献34%，单日新增消费

1000



效果表现：采纳展现及点击占账户总展现30%，且CTR表现较好

采纳CTR高于账户CTR，采纳acp略高于账户





04 Q&A

FAQ

Q1、为什么账户推荐关键词量级较少或者无推荐关键词？

A1：系统基于您在关键词规划师输入种子词，同时智能分析您账户投放需求和投放习惯，在海量动态变化的搜索流量中，为您找到和您推广目标和行业相关的关键词。如果您未输入种子词，则系统也会根据您的账户近期的投放情况，为您推荐关键词。当您的账户近期投放特征不明显，或者系统无法积累足够数据判断您的投放需求时候，有可能出现推荐关键词量较少的情况，这种情况下建议您输入种子词来描述您所推广的产品或服务，使系统能更好理解你的需求，为您提供推荐。

Q2、选择目标计划单元与不选择目标计划单元下载关键词时的区别是什么？

A2：当您选择目标计划单元后，系统会基于计划单元的情况推荐关键词，供您运用于所选的目标计划单元中；当不选择目标计划单元时，系统则仅根据账户的近期投放情况，推荐适配账户所有计划单元关键词

Q3、推荐结果中“竞争激烈程度”数值大小说明什么？

A3：数值越大，说明市场上有越多广告主对此关键词进行竞价。

Q4、推荐关键词是否更新？

A4：由于搜索流量的动态性，系统会频繁更新推荐结果，建议您不少于每周一次使用关键词规划师，保持对关键词新增推荐的关注

Q&A

Q5、系统推荐指导价的逻辑含义是什么？我根据指导价调整后，能获得什么收益？

A5：指导价是系统根据关键词的近期竞争数据、和您自身广告质量给出的出价建议。采纳该出价建议有助于您投放的关键词在搜索推广的首页较优位置中获得较高的展现概率。

Q6、为什么同样的关键词，我看到的指导价和其它账户（我的友商、同实体下的其它账户）不一样？

A6：指导价会根据不同账户的广告质量而变化。提升您的广告质量（如关键词和创意相关性、创意的质量、落地页体验、落地页内容和关键词的相关性）有助于以更低的出价获得更优的展现位置。

另外，当您在关键词规划师中，选定不同的计划时，同一个关键词的指导价也会根据计划的移动或计算机的出价系数变化

Q7、采纳建议指导价后，效果表现一定会提升么？

A7：指导价有助于您的关键词获得较高的展现概率。在市场竞争和您广告质量不变的前提下，如果您的关键词出价低于指导价，提升至指导价后对您的展现位置和点击率会有帮助。

Q8、使用oCPC出价策略后，是否仍需要关注指导价？

A8：进入oCPC二阶后，您无需关注指导价，系统会根据您设定的转化目标，由oCPC转化模型动态调整出价，您手工为每个关键词设定的出价将不再发生作用。

>>> Q&A

Q9、账户关键词出价高于指导价，是否可以将出价下调至指导价？

A9：保持关键词出价高于指导价，有助于您的关键词获得较好的展现位置。如果您的出价低于指导价，您的广告有可能仍会正常展示，但不太可能会出现在搜索结果的头部优质位置，从而限制您所能获得的流量。

Q10、为什么商业价值高的指导价低，商业价值低的反而指导价高，是系统推荐指导价存在偏差吗？

A10：指导价是系统根据关键词的近期竞争数据、和您自身广告质量等因素，动态综合评估给予的出价建议。如果您的广告质量（含广告和落地页内容）非常符合搜索用户需求，广告体验优于竞争对手、或者近期其他竞争对手的出价均不激进时，系统提供的指导价可能较低。

问题反馈HI群：1552069

THANKS