

百度认证初级（大渠道）群号：2901993

百度认证初级（KA+直销）群号：2901994

2020百度认证初级公开课

百度品牌营销通关秘籍

从需求激发到品牌体验

百度商业产品运营部 吴欣欣



目录

Contents

01 品牌营销趋势与挑战

02 百度品牌营销优势

03 百度品牌营销产品矩阵

04 百度品牌营销组合应用

A top-down view of a dark, minimalist desk. In the upper left, a portion of a black laptop is visible, showing the keyboard and trackpad. To its right is a black notebook with a pencil resting on it. Below the laptop, a black cup filled with a dark liquid, likely coffee, sits on a dark surface. To the right of the cup, a pair of black-rimmed glasses lies on the desk. In the bottom left corner, two silver paper clips are visible. In the bottom right corner, a pair of black scissors is partially shown. The overall aesthetic is professional and modern.

01

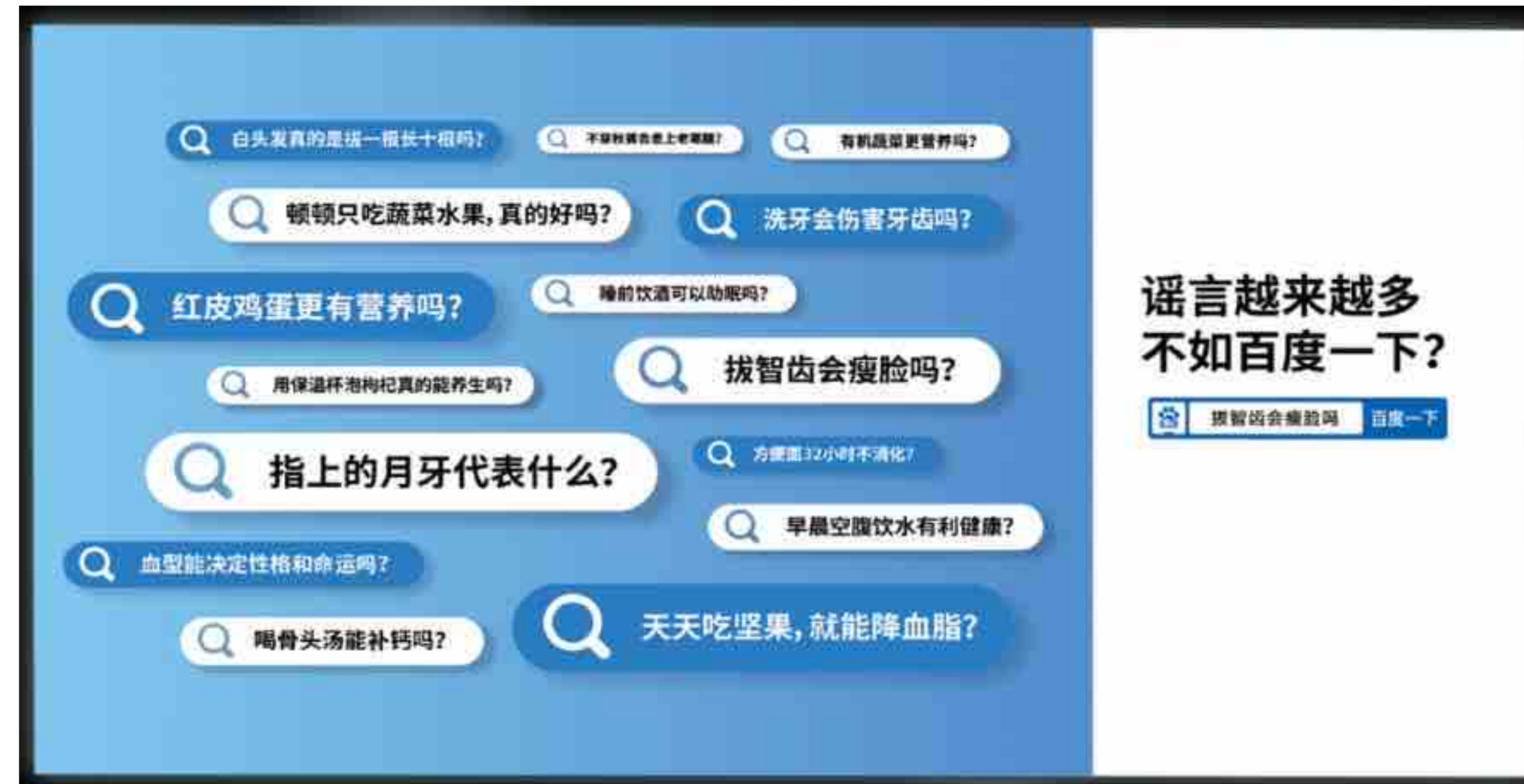
品牌营销趋势与挑战

什么是品牌广告？



生活越来越南
不如百度一下?

如何缓解压力 百度一下



谣言越来越多
不如百度一下?

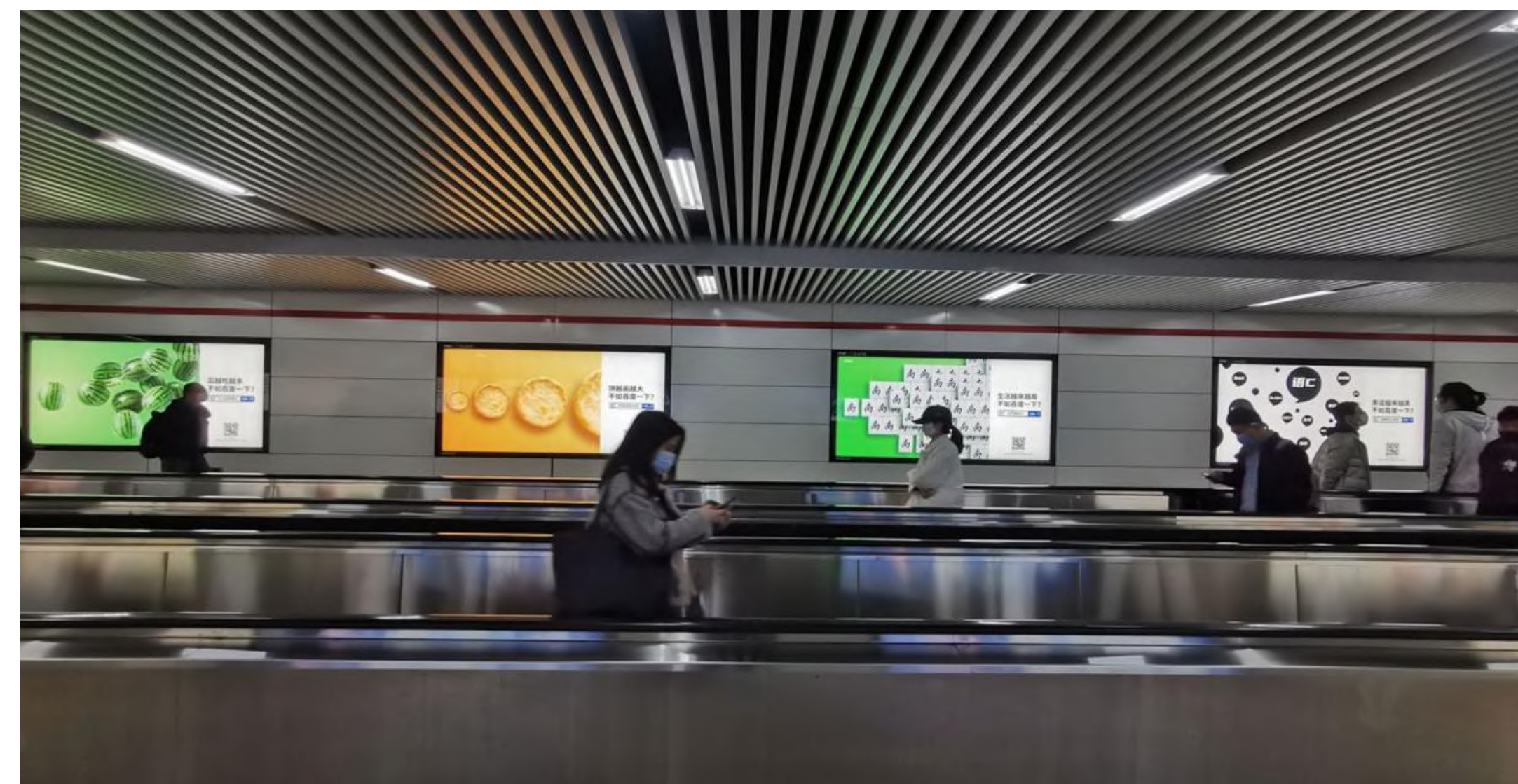
如何缓解压力 百度一下



娃的题
越来越难
不如百度一下

百度APP

拍照搜题 百度一下



为什么要做品牌营销？

时局巨变，营销思潮推陈出新，品牌诉求始终如一



1950

罗瑟·瑞夫斯提出
USP理论（独特消费
主张）



1967

密歇根大学教授杰罗姆·
麦卡锡提出4P理论



1968

杰克·特劳特和艾·里斯在
《定位》，提出在消费者心
中占领心智



1980

顾客满意度成为新营销战略，
强调关系营销的重要性



2001

西北大学唐·E·舒尔茨提出
4R理论

品牌营销的目标 创造消费者价值，刺激新的消费需求，建立消费者关系

USP时代

4P时代

定位时代

4C时代

4R时代

品牌营销的趋势

技术的发展驱动营销介质变革，加速进入AI智能营销



2000年-2005年
PC-Web1.0门户时代



2006年-2010年
PC-Web2.0垂直时代



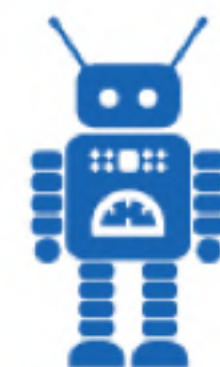
2011年-2014年
多屏跨屏 移动互联



2015年-2016年
O2O 直播 共享



2017年-未来
AI时代



今天品牌营销面临的挑战？

用户环境变革，以流量、线索等为重心的传统营销模式遭遇瓶颈



消费分级

用户的行为
更复杂



场景裂变

连接的设备
更多种



数据割裂

交互的方式
更多样

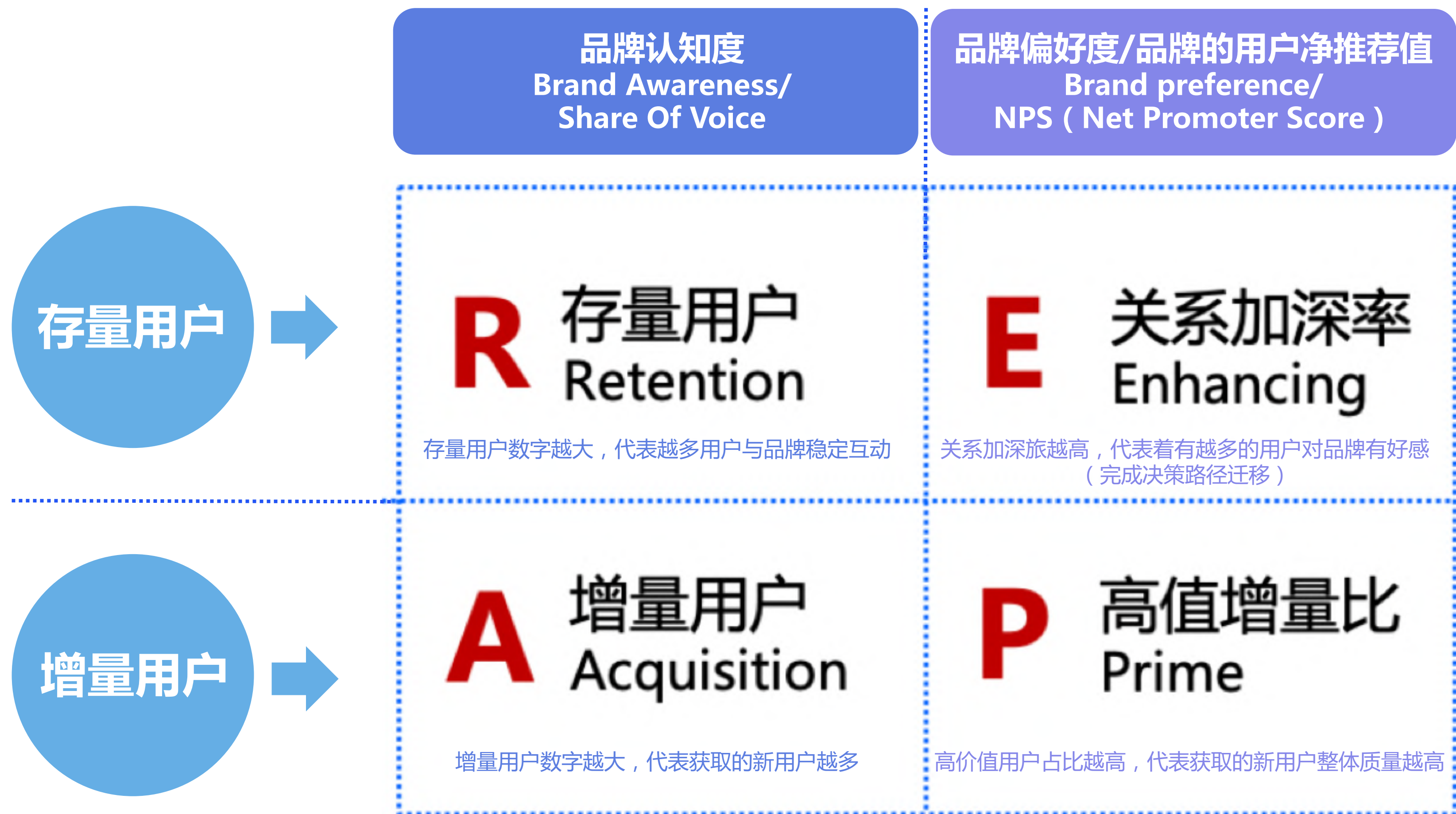


技术更迭

内容的样式
更丰富

品牌营销的效果如何考量？

4个指标动态评估品牌资产运营的质量和效率



A top-down view of a dark, textured desk. In the upper left, a portion of a black laptop is visible, showing the keyboard and trackpad. To its right is a black notebook with a pencil resting on it. Below the laptop, a pair of black-rimmed glasses lies on the desk. In the bottom left corner, there are several silver paper clips. In the bottom right corner, a pair of black scissors is partially visible. The overall lighting is soft, creating subtle highlights on the various surfaces.

02

百度品牌营销优势

百度品牌营销的优势

帮您找到对的人，在对的时间和地点，说对的话

数据驱动

对的人
观星盘意图引擎 刻画人群画像

创新AI技术

对的话
创新交互技术
让品牌创意深入人心



全场景媒体矩阵

对的时空
根据营销目标实现整合营销
打造品牌Anytime Anywhere

全域数据洞察

百度全链AI营销数据平台，覆盖用户全生命周期

基于百度AI技术及大数据能力

洞察中心

行业/品牌/关键词 洞察

人群集市

18类主题人群

16种自定义人群

全域数据洞察

- 海量用户行为标签 全域数据洞察

全媒体策略触达

- 统一策略制定-一站式分发-统一效果度量

全链路资产沉淀

- 记录消费者决策链全路径行为，沉淀各阶段数据资产

Insight
Toolkits

Media
Strategy

Data
Bank

全场景营销矩阵

全用户场景品牌曝光，多场景渗透各用户圈层



全链技术赋能

创新交互技术让品牌创意深入人心

内容

话题、挑战赛、新闻
专题、视频微综艺

IP

节点、事件营销

技术

图像技术、语音技术

多屏

小度，小度在家

LBS

基于位置的定制玩法
-地图导航场景

数据

大数据赋能创意

游戏

活动植入互动小游戏

AR/VR

.....

03

百度品牌营销产品矩阵

This is a ppt introduction

百度品牌营销产品矩阵

需求激发

品牌体验

品牌资产沉淀

扩大品牌认知

海量强势曝光

开屏

聚屏

沉浸式体验

品牌 Impact

首发计划

自然吸引注意

Feed GD

广泛曝光精准触达

提升品牌偏好

品牌阵地

品牌专区

创新定制

事件营销

AR/VR新技术

建立信任与好感

知识营销

互动文娱

用户承接与服务

提升品牌购买

数据打通

定向用户

人群追投

千人千面

线索收集及转化

在线咨询

表单

商家小程序

私域运营

百家号

好看视频

百科

闭环交易转化

品牌二次营销

二次触达、消息唤醒

消息推送

Push推送

再营销

品牌+内容联动

软硬兼施、资产沉淀

内容标准化

一站式服务

用户沉淀与召回

品牌营销

需求激发-扩大品牌认知

线上沟通 · 开屏系

什么是百度开屏广告

围绕超级APP，搭建的百度系开屏产品矩阵

跳过 05

LINCOLN

新款林肯 MKC

中型时尚豪华SUV

DAU=2亿+

Baidu 百度

有事搜一搜 没事看一看

跳过

新品购痛快

限时直降千元

百度网盘

让美好收藏更简单

跳过广告 1

12.12-12.23

银联手机闪付

替你付一半

立即参与

百度地图

科技让出行更简单

跳过 1

破万境，立新境

全新BMW X5

了解详情

贴 百度贴吧

1.08财神节

千款金融生活产品一键购

好看视频

分享美好看见世界

跳过

公益星计划

参与赢小魔音箱

全民小视频

发现美好看见世界

日均PV=1.3亿+

蜜芽

蜜芽5-23

玩乐节

全场低至

188减100

5月22日晚8点正式开启

宝宝知道

科学孕育 为爱成长

OPPO

R11 5

前后2000万 拍照更清晰

立即预约

百度知识

爱知道，因为你知道

PHIDEON 辉昂

大众 不止于大众

百度新闻

第一时间掌握资讯

按钮

百度糯米

我的·生活

国美

816

品质嗨购节

超市满199减100

继续抢免单 >>

百度手机助手

人气安卓应用商店

布局百度超3亿级流量入口，打造钻石级展示资源产品矩阵

百度开屏广告覆盖优势



覆盖用户**24小时**工作生活全时长 | 覆盖近**9成**移动互联网主流人群

百度开屏广告投放样式

TIPS：动态视频广告CTR高于静态**30%**以上



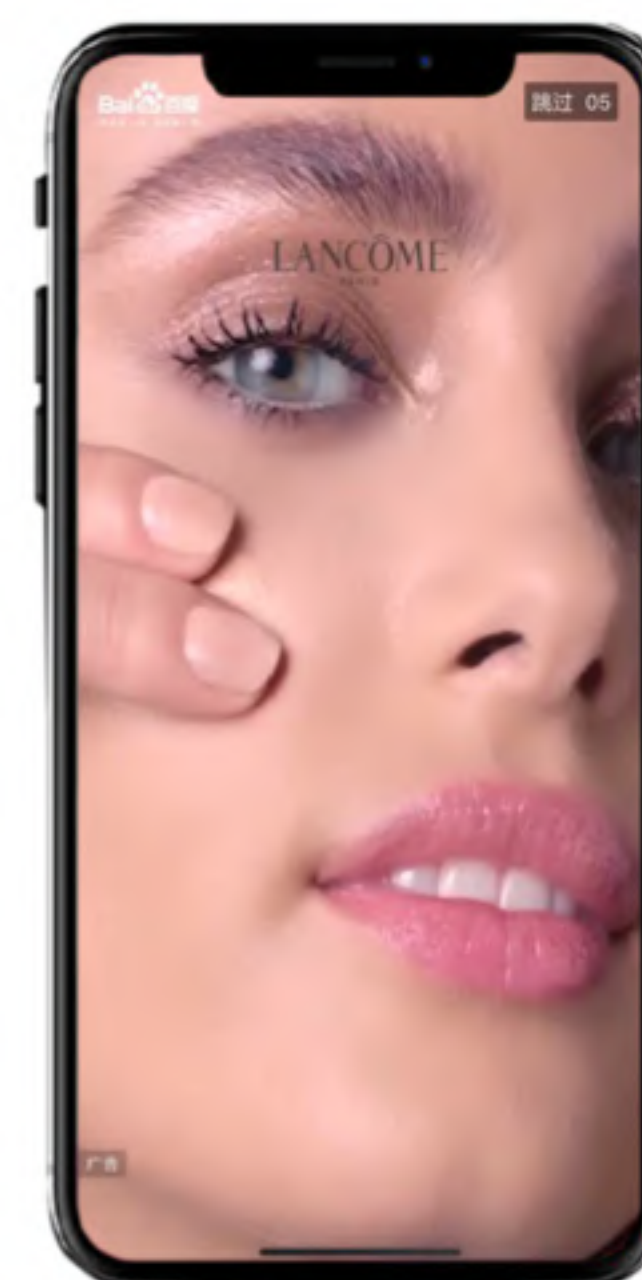
静态-非全屏样式
(展现时长3秒)



静态-全屏样式
(展现时长3秒)



视频-非全屏样式
(展现时长5秒)



视频-全屏样式
(展现时长5秒)



九宫格样式
(展现时长5秒)



摇一摇样式
(展现时长5秒)

百度APP开屏支持以上6种样式，序章开屏样式正努力对齐手百中

百度开屏广告定向方式

基础定向

社会属性（性别、年龄、职业、教育等）

兴趣属性（人生阶段、兴趣爱好）

地域属性（全省、各级城市）

操作系统（IOS、安卓）

时间段定向（*正在开发中）

高级定向

自定义人群包

DMP自定义人群



关键词人群



APP安装人群



网站人群



主题人群



视频观看人群



明星关注人群



百度统计人群



兴趣属性人群



200亿+ 用户行为线索
保持APP开屏广告精细化投放市场绝佳优势地位

百度开屏广告售卖方式

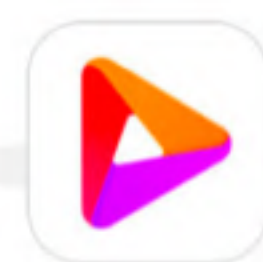
定向维度	百度开屏						品牌序章		
	CPT	CPM	CPM-GD	Always	PDB	PD	CPT	CPM	Always
社会属性定向	×	√	√	×	√	√	×	贴吧支持 地图支持 好看支持	
兴趣属性定向	×	√	√	×	√	√	×		
地域定向	×	√	√	√	√	√	×		好看支持 地图支持
自定义人群定向 (含DMP及OM定向)	×	√	×	×	×	×	×		
操作系统 分端定向 (IOS&ANDRIOD)	×	√	√	×	√	√	地图支持 网盘支持 贴吧支持 手助仅安卓端		

序章售卖方式正努力对齐百度开屏中

百度开屏广告营销玩法

玩法一 “一夜成名” 开屏矩阵式投放，实现全域品牌集中大曝光

【横行多频道联投，让品牌“一夜成名”】



好看视频
APP



百度手机助手
APP



百度新闻
APP



百度地图
APP



百度网盘
APP



百度APP



百度贴吧
APP



全民小视频
APP



百度糯米
APP



百度知道
APP



宝宝知道
APP

【移动品专】

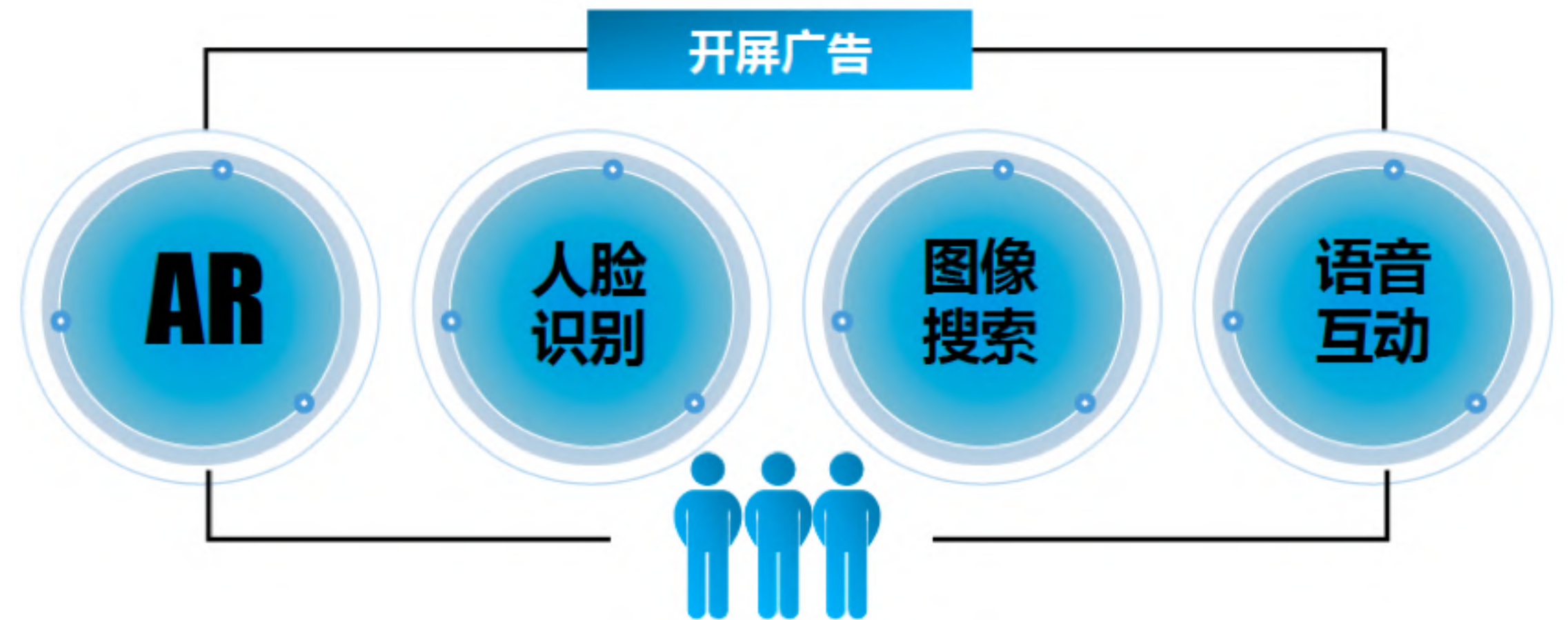
【百度小程序】

【信息流】

【纵向多产品联投，提升品牌传播深度】

百度开屏广告营销玩法

玩法二 “AI互动” 定制品牌趣味专题活动，提升用户产品体验



投放周期：5.30-6.6（1周）

投放背景：通过与核心受众精准沟通，突出传递沃尔沃S90的北欧基因及简约环保的产品形象

投放方式：自定义人群包定向+AI落地页

百度开屏广告营销玩法

玩法三 百度独有开屏产品，实时持续触达强需求人群

品牌Always

开屏&Feed联投



定向品牌关键词近3天内搜索人群，品牌手百开屏广告自动追投
(无在线品专也可)

与Feed-GD资源，实现联动投放的一款开屏产品

售卖方式：

百度开屏-品牌Always净单价= 样式基础单价× (1+地域定向)

定向：支持地域定向

售卖方式：按现有百度APP开屏售卖

定向：CPM-GD支持地域定向，基础属性定向、兴趣爱好定向

频控：单用户每天每个物料曝光不超过2次，单物料连续2次曝光时间间隔不小于2小时

售卖方式：Feed-GD,CPM

售卖价格：同人群包定向价格

样式：现有列表页广告样式

定向：实时追投开屏曝光人群/开屏曝光未点击人群/开屏点击人群

频控：根据定向实时投放

百度开屏广告营销玩法

玩法四 品牌Impact普通联动，适配节日营销/新品上市场景，提升品牌互动

【完整过程演示】

【过程拆解】



① 开屏3秒/5秒展现



② 信息流自动/手动刷新



③ 联投信息流展现



百度开屏广告营销玩法

玩法四 品牌Impact视频联播，适配节日营销/新品上市场景，提升品牌互动

【完整过程演示】



【过程拆解】

① 开屏5秒展现



② 画面动效缩小



③ 信息流自动续播



需求激发-扩大品牌认知
线下沟通 · 聚屏

什么是百度聚屏

聚合百万线下联网屏，覆盖人群生活24h全场景动线

一站式实现线上+线下全方位广告投放，形成全新场景流量，使品牌推广更智能高效

覆盖31个省及直辖市 | 库存流量19亿/天 | 屏幕数量170w+ | 且在不断增加中



品牌方

线上承接

社区



出租



商超



电视



楼宇



快递柜屏

门禁屏

电梯屏

取票机屏

售货机屏

出租车屏

商场屏

OTT屏

LBS技术

语音技术

人脸识别

图像识别



AI营销大脑

搜索浏览

到访常驻

Mapping服务

知识图谱

电影映前屏

影院LED屏

机场屏

高铁屏



KTV



影院



机场



公交



高铁

线下触达



消费者

聚屏的四大优势

解决5G时代线下广告投放痛点，引领线下广告投放变革

场景化

多场景覆盖

根据投放目标，选择适当的场景资源触达目标用户；家庭场景、娱乐场景、校园场景、工作场景、出行场景....

灵活化

灵活化执行

实现线下广告的一站式、程序化投放，投放过程全线上操作，可选择CPM/CPT/CPR等多种购买方式，投放零门槛，灵活出价，预算可控



精准化

精准化定向

使用多种定向方式执行广告投放，地域定向、商圈定向、时段定向、兴趣定向、人群定向等

可视化

投放效果清晰

可通过平台及时获取监播、效果数据，精准人群画像与到达数据，百度特有品牌回搜数据，使投放效果清晰可见

聚屏的营销玩法

跨屏联动，线上线下精准饱和投放

跨屏投放

关键词+OTT 玩法

1、圈定词包锁定目标用户



商务手机哪个好?



一段时间内搜索过品牌关键词的用户
锁定为品牌目标人群



2、在目标用户的智能电视展现品牌广告



在用户的智能电视自动播放品牌广告
实现对目标人群的精准营销

跨屏投放

场景+线上广告联动

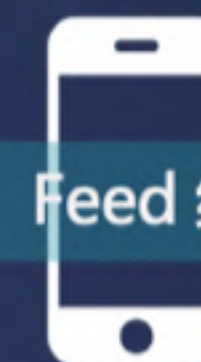
1、选定目标用户聚集场景投放聚屏广告



选择目标用户聚集的户外场景
投放聚屏广告，触达用户人群

LBS

2、对聚屏覆盖用户投放信息流广告



Feed 线上广告

选择目标用户聚集的户外场景
投放聚屏广告，触达用户人群

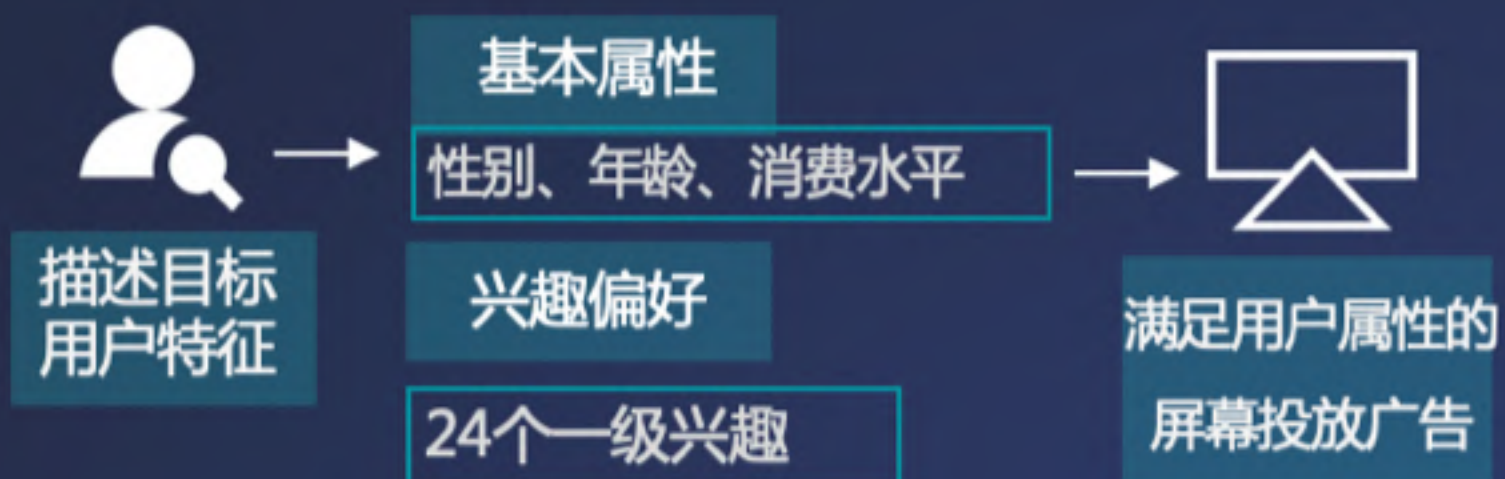
聚屏的营销玩法

人群定向，千人千面，满足品牌精准投放诉求

人群定向

让广告自动追踪目标用户

用户出现在哪里
都能看到品牌广告



精细化屏幕画像，刻画数十个标签，精准人群投放

屏幕“用户画像”+
品牌“人群标签”，
满足出价展示广告



千人千面

让广告被对的人看到

移动设备
靠近户外屏



搜索
宝马X3

搜索
SK II

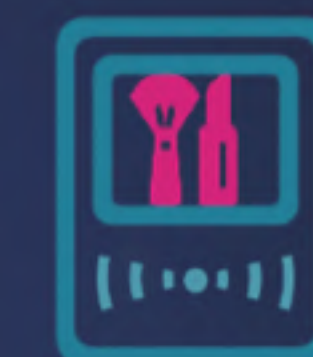
LBS数据打通
行为识别



百度技术能力

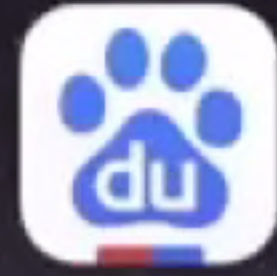


户外屏幕

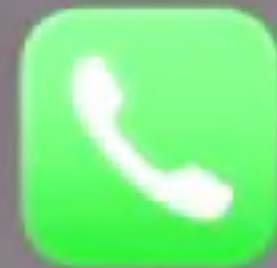


户外屏幕

Bai du AR



手机百度



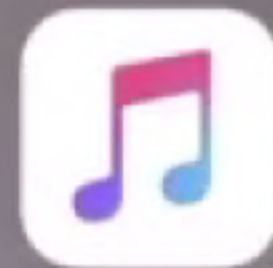
电话



邮件



Safari



音乐

品牌体验-提升品牌偏好

品牌阵地 · 品专矩阵

位于百度搜索结果首位，以多纬信息呈现品牌信息，提升企业品牌推广效能

位于百度搜索结果首位，以多纬信息呈现品牌信息，提升企业品牌推广效能

在百度搜索您的品牌词/专属产品词（例如一汽车类
丰田、卡罗拉）

在百度搜索您的品牌词/专属产品词（例如一汽车类
丰田、卡罗拉）

您可以选择多种样式，标准、高级、且支持定制样式

您可以选择多种样式，标准、高级、且支持定制样式

搜索结果首页首位黄金位置，也可呈现在百度新闻、百度知道、百度百科、百度图片、百度视频、百度地图等子频道

搜索结果首页首位黄金位置，也可呈现在百度新闻、百度知道、百度百科、百度图片、百度视频、百度地图等子频道



仅示例

- 1、黄金首屏位置，减少搜索流失，是重要线上品牌收口
- 2、树立品牌形象，建立企业重要沟通渠道
- 3、浓缩官网精华内容，提供便捷销售通路

- 1、黄金首屏位置，减少搜索流失，是重要线上品牌收口
- 2、树立品牌形象，建立企业重要沟通渠道
- 3、浓缩官网精华内容，提供便捷销售通路

- 1、CPT按月售卖，价格会结合购买品牌词的数量与PV量具体报价
- 2、对于品专新客户，目前已开放分地域售卖

- 1、CPT按月售卖，价格会结合购买品牌词的数量与PV量具体报价
- 2、对于品专新客户，目前已开放分地域售卖

海量曝光

竞品防御

全量收口

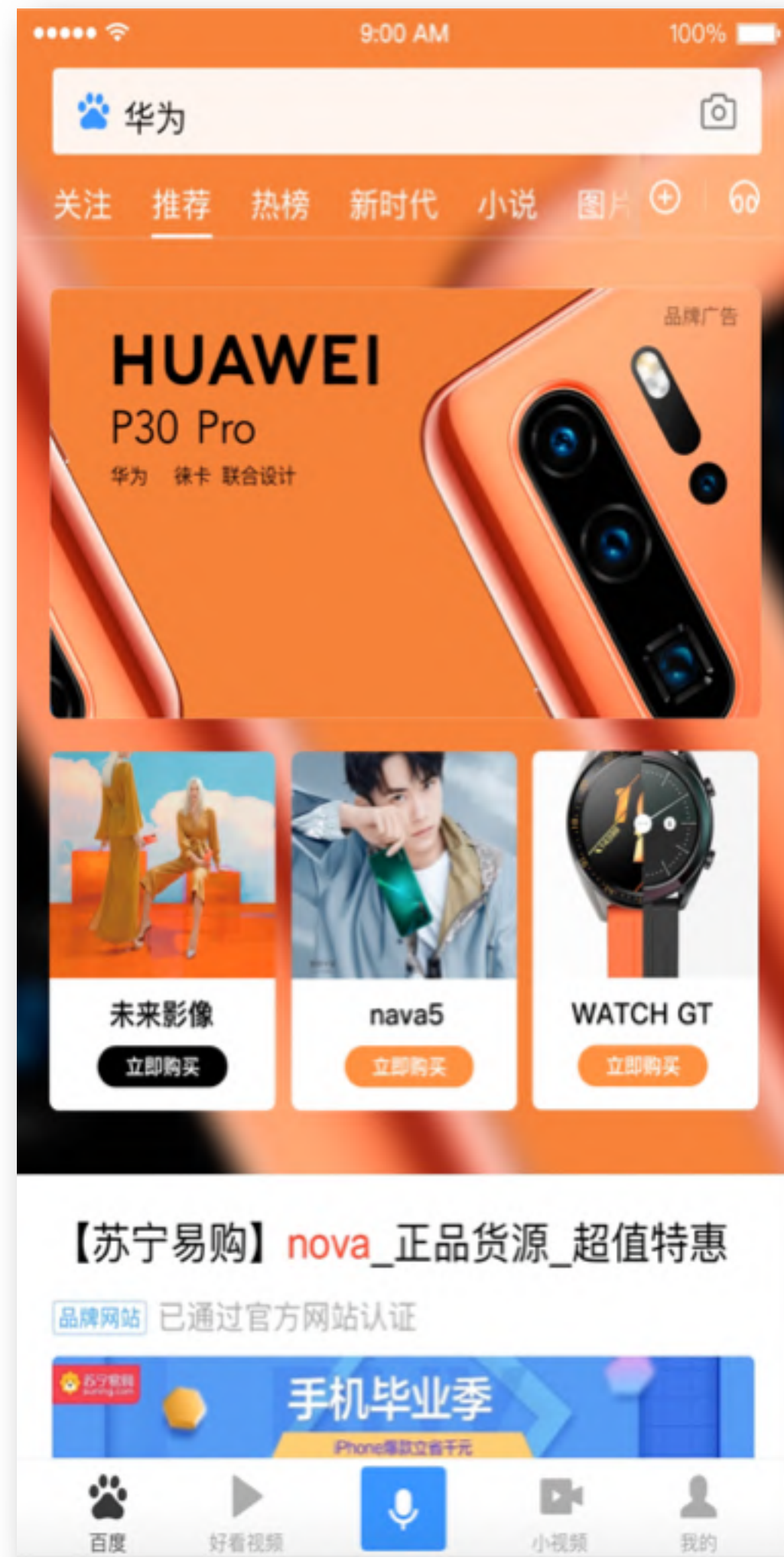
海量曝光

全量收口

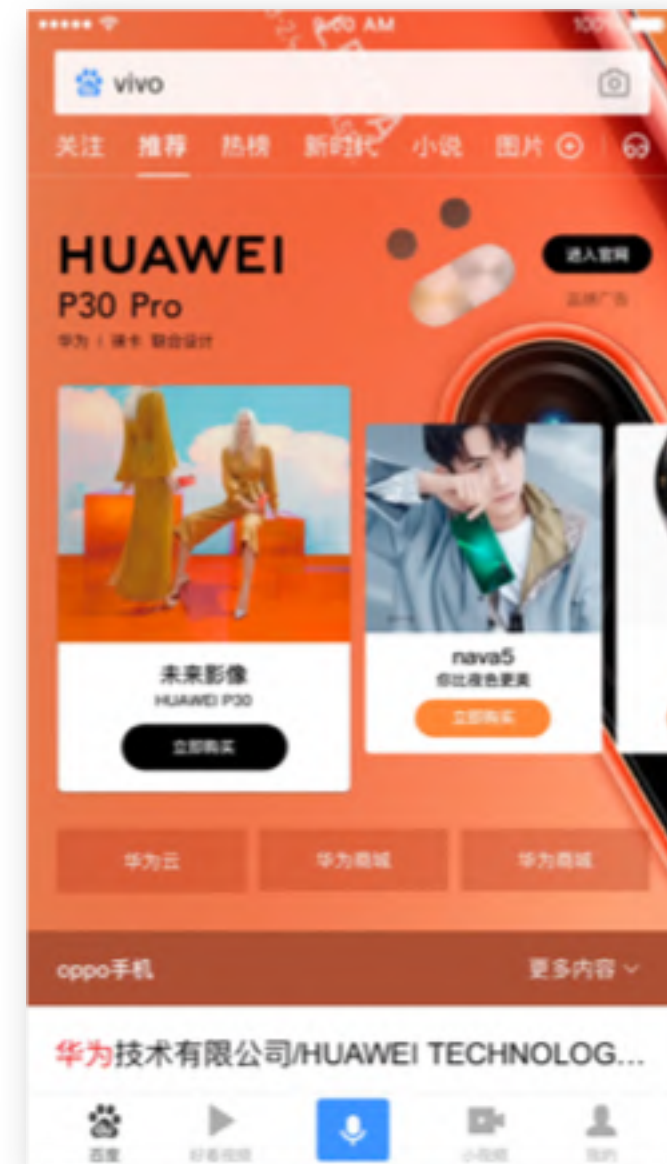
竞品防御

品牌专区：全新样式营造惊喜感视觉体验

样式升级



强样式+点击转场



强样式+展开



全屏扩展+自动播放



半屏扩展



卡片内扩展

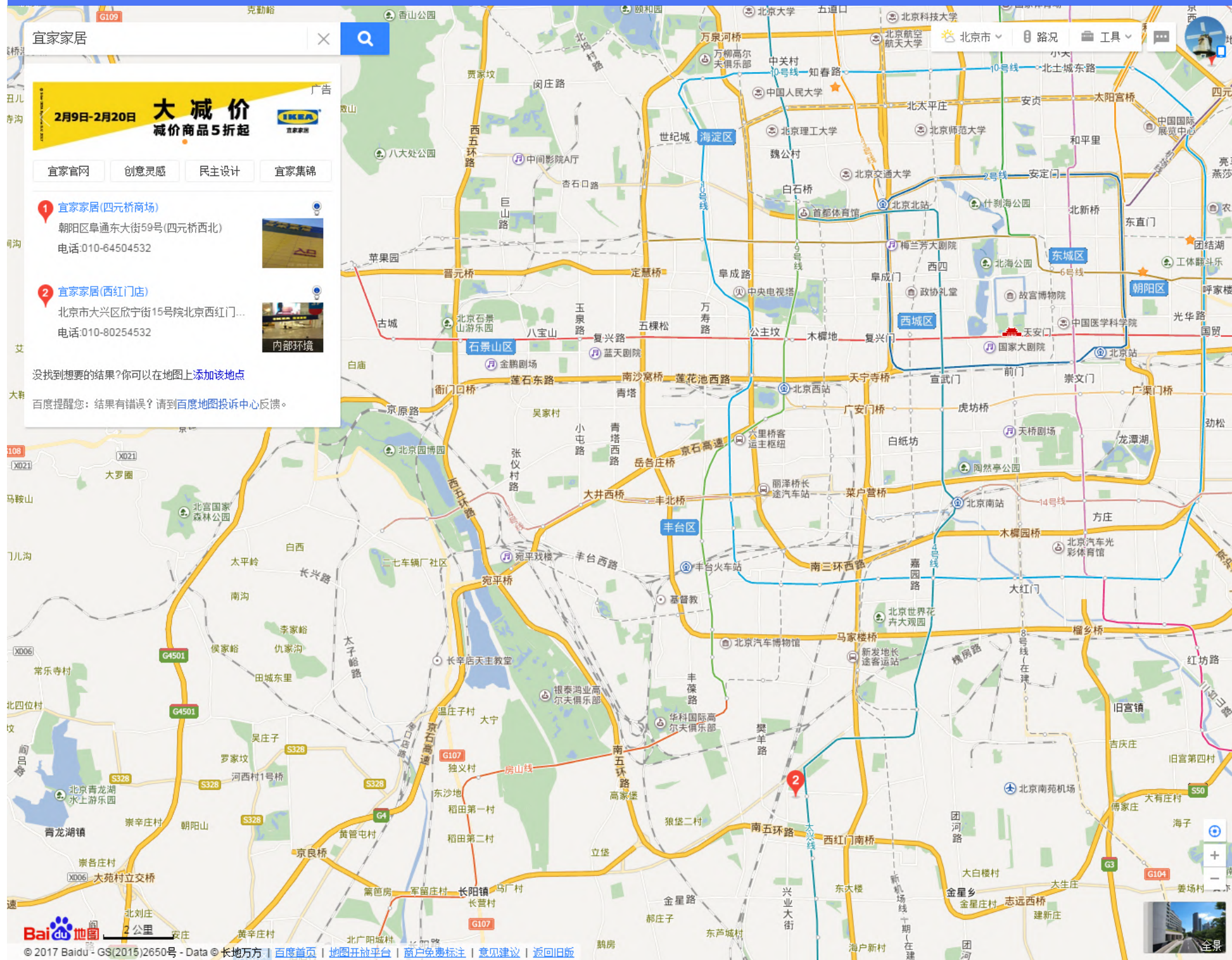


语音交互

品牌词：地图品专

把控线下场景，吸引消费者到店

PC



售卖资源：

品牌核心词+品牌衍生词 Eg.：中国联通、新东方英语培训、海底捞大钟寺店、苏宁门店

广告展现位置：

地图PC\Wise\NA三端品牌词触发，检索结果列表首位展示

注：检索自然结果≥3条时展现，优先级高于其他同位置上的商业产品

Wise & NA



2019年升级点

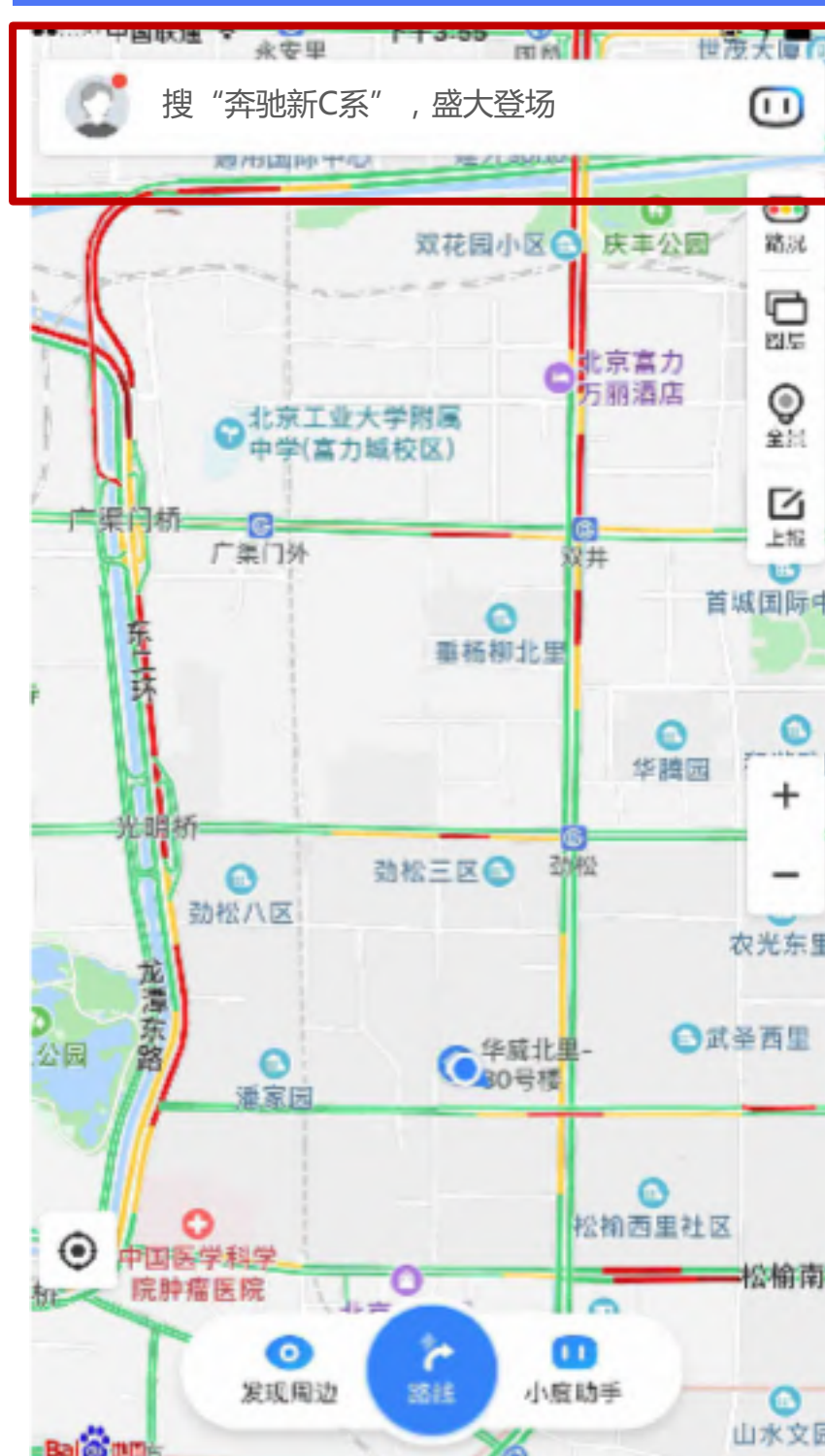
广告面积增大一倍

广告形式支持视频、GIF动图、轮播图

增加底部品牌logo

提供增值权益：门店基础数据优化

Wise & NA



2019年新增资源

大框搜索词触发

检索列表结果页展现

落地页支持H5或小程序

售卖规则

售卖方式：

CPT售卖，最小起售周期1个月，最大售卖周期为1年；单个订单售卖词表可包含300个以内（含）品牌相关词；PC、Wise和NA端不单独设置子产品；地图品专关键词不看齐品专，关键词可单独提供。

行业准入：

除医疗、金融P2P、APP、游戏、招商以外的各类行业。

地图品专捆绑品专矩阵售卖：

捆绑范围：地图品专准入行业及地图品专**准入白名单客户默认捆绑**

特批解绑：可通过向上（到销售总监级别）特批进行矩阵解绑，可单独或同时解绑Wise品专、NS品专、地图品专，也可特批NS品专、Wise品专和地图品专与PC品专订单下线时间不一致；**增设地图品专免特批解绑矩阵白名单，免绑白名单客户可不用购买地图品专**

品牌词：时效、炫动品专

助力节日、活动营销，刺激品牌受众转化



售卖资源：除品专售卖词外，还可售卖品牌营销活动词

Eg.：天猫双11、京东618、苏宁818、淘宝双12、.....

广告展现位置：

时效与品专PC、无线相同位置

炫动处于品专展现当前浮层展示

时效

售卖方式：CPT

售卖周期：3天~1个月

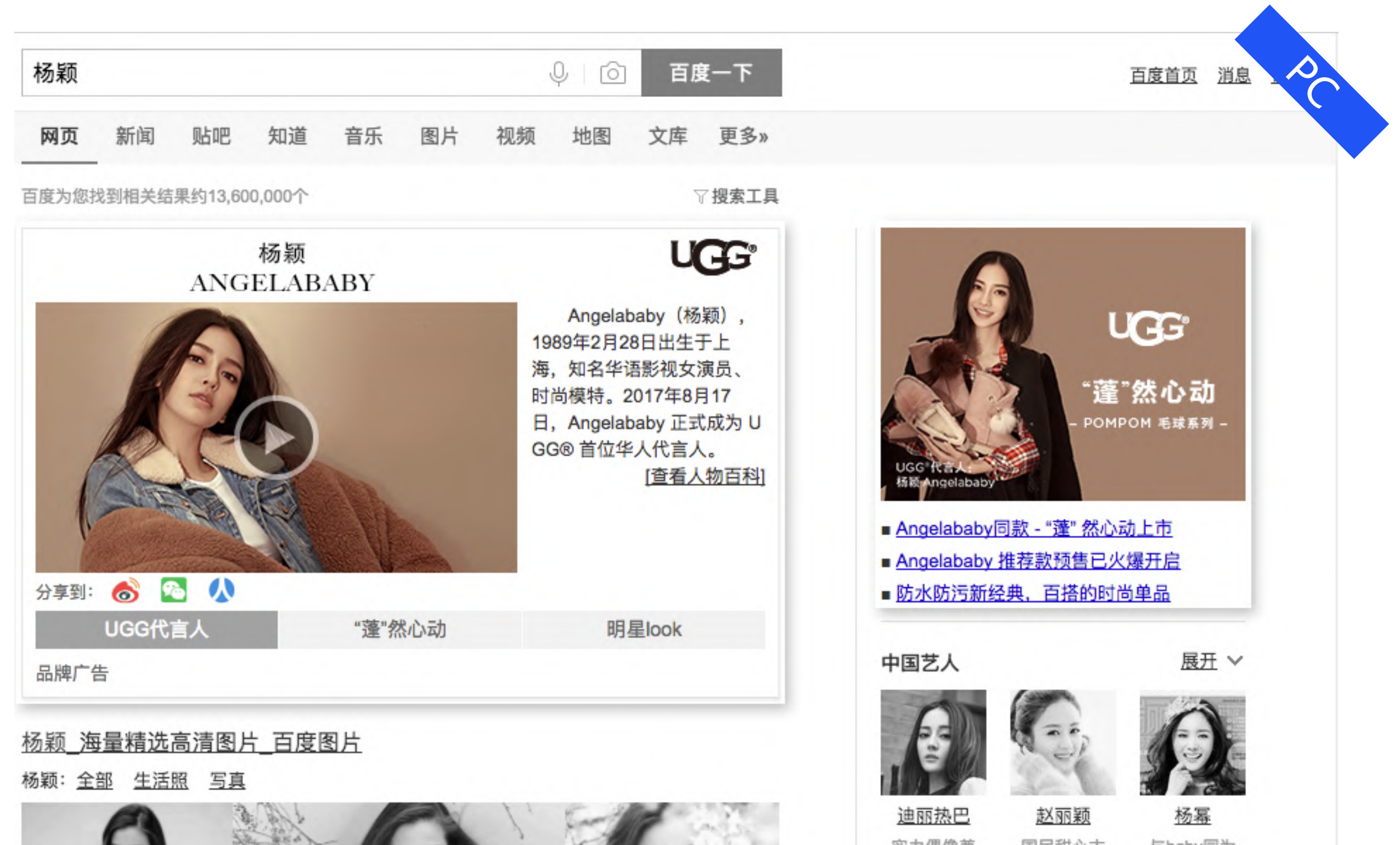
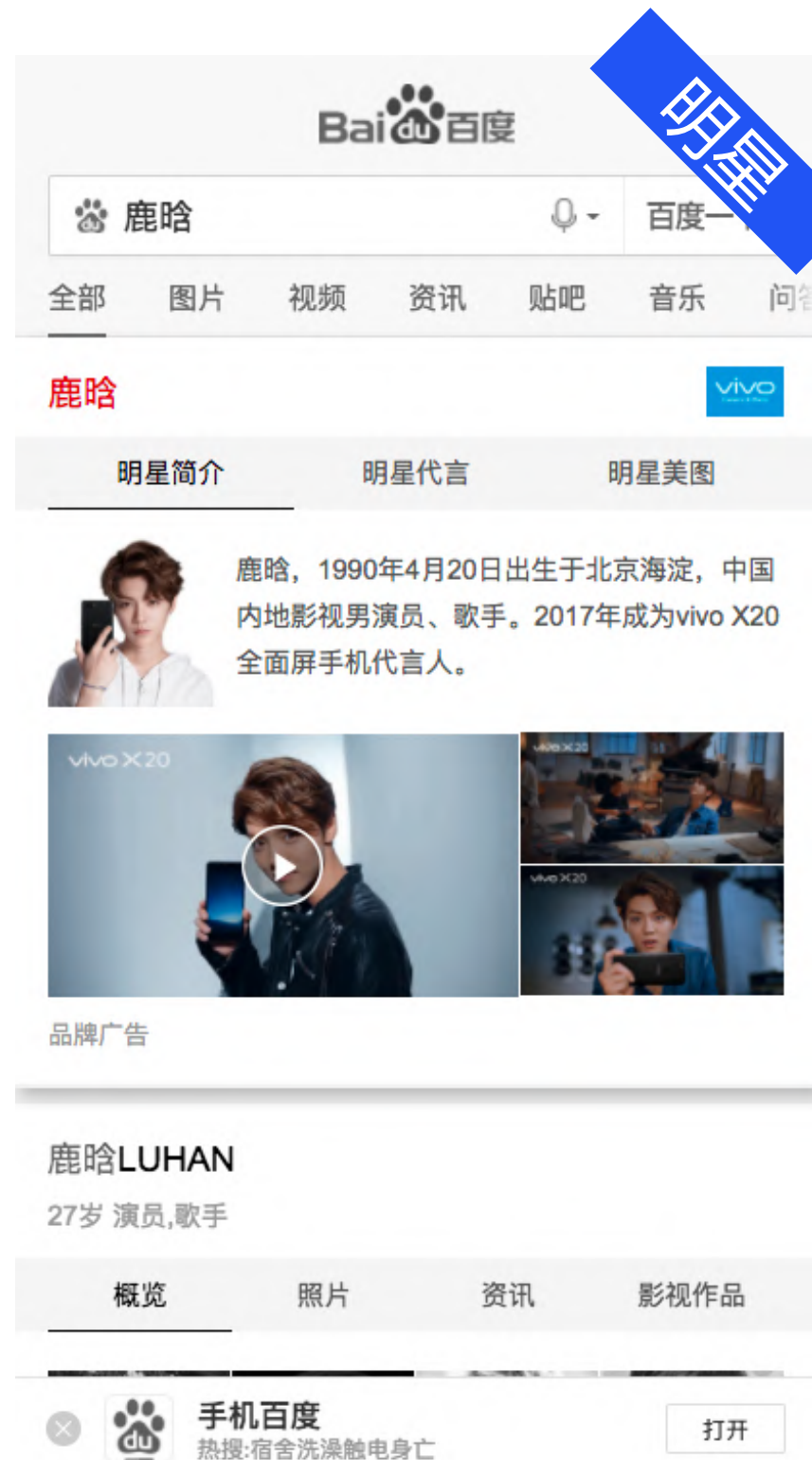
炫动

售卖方式：CPT

售卖周期：单订单最长售卖4天

品牌词：明星、名人品专

借粉丝营销，提升品牌知名度



售卖资源：人名词、人名代言词

Eg.：鹿晗（明星）、李河君（企业家）、彭于晏 vivo、周冬雨 兰蔻、.....

售卖方式：CPT

资源报价：人工报价

询价写明关键词、广告主、预计上线时间发邮件starzone@baidu.com

售卖周期：30天~3个月

品类词：品牌华表

精准挖掘品牌潜在用户资源，提升品牌用户规模

售卖资源：品类词

Eg.：少儿英语培训、美白瘦脸、新款SUV、智能大屏手机、手机游戏，吃鸡游戏，跑车，袜子，雪糕.....

广告展现位置：

PC搜索右侧置顶

日均曝光量≈8000万次

售卖方式：CPT竞价

资源报价：词包刊例底价基础上竞价，价高者得

重点行业：机械设备、IT消费电子、服务业、招商加盟、教育等



品牌长尾需求词：品牌丝路

防御竞品抢占市场



售卖资源：

- **收口类：品牌长尾需求词，PC和无线搜索结果页首位展**

Eg.：大众途昂怎么样、Vivox9s桌面设置在哪儿、全季酒店是几星的、新东方的英语培训贵吗、曙光医院靠谱吗、.....

- **曝光类：百度全景黄金资源CPM，覆盖6大用户场景，贯通百度14个子频道**

售卖方式：CPM

重点行业：游戏、医疗、金融、APP、资讯团购、汽车、IT消费电子、美妆个化、旅游



品专MAX：品牌阵地营销全聚合

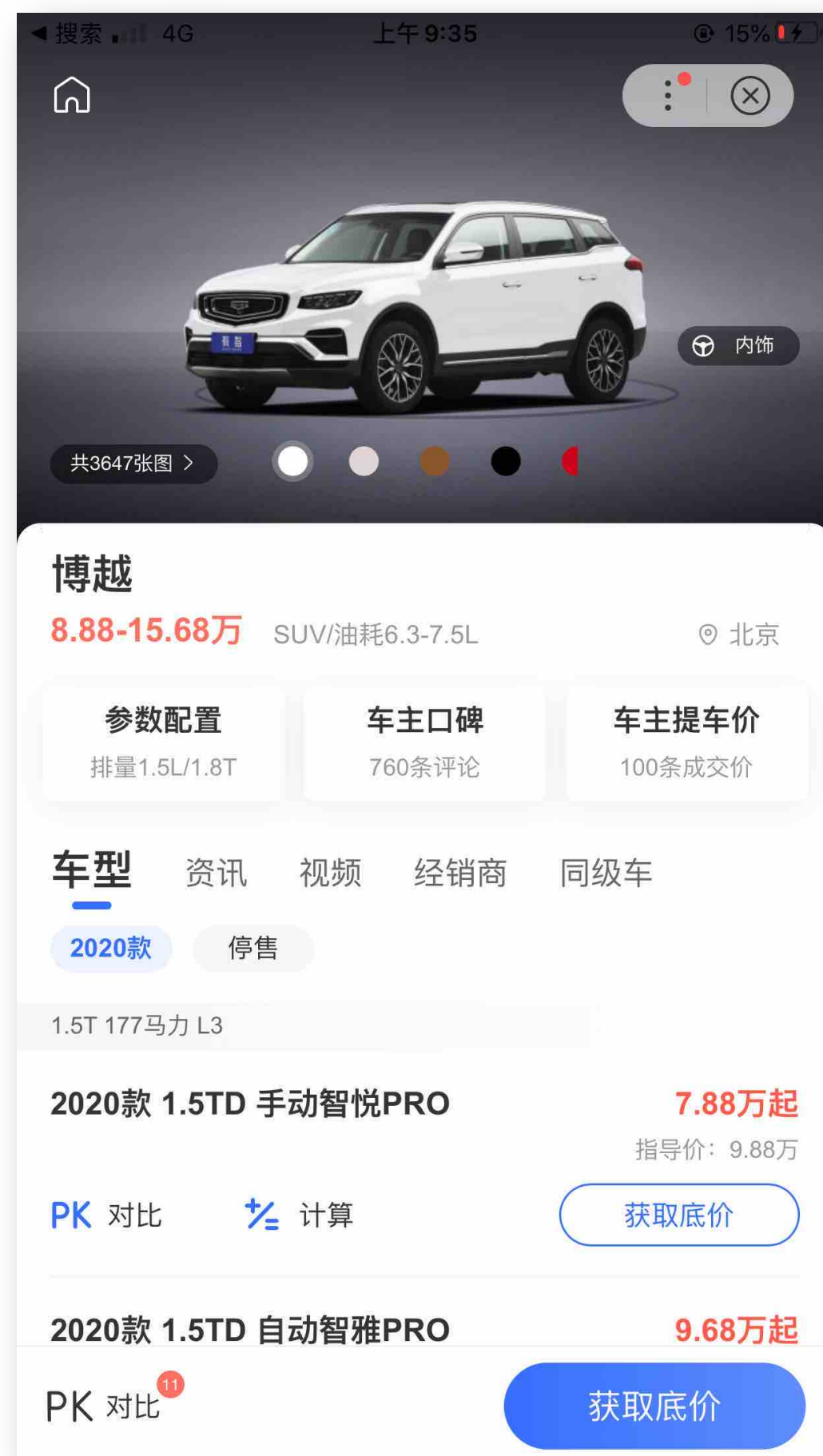
品专基础上融入百科、商品橱窗、PGC、UGC等多种资源

巨幕展示

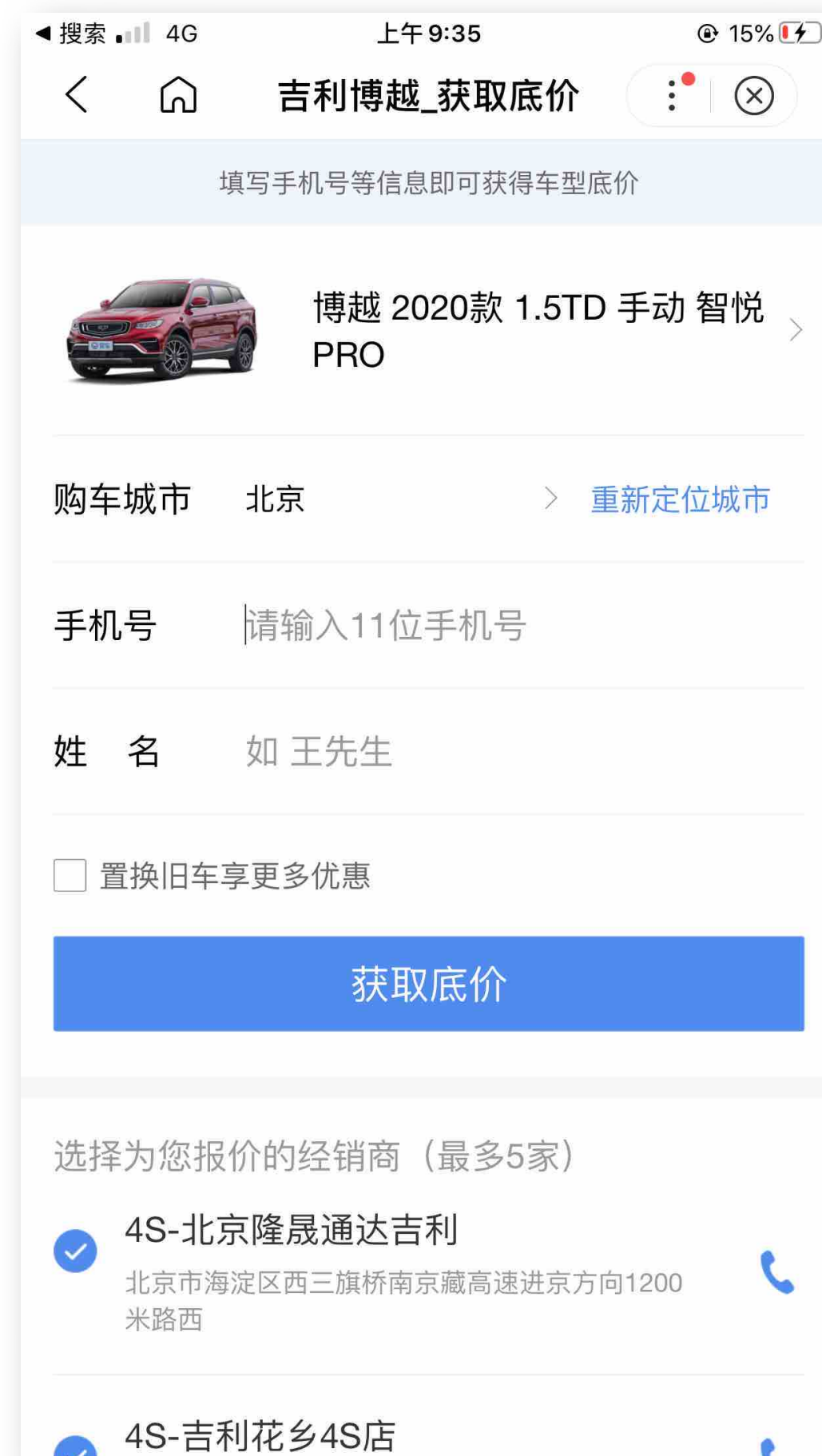
信息聚合

竞品防御

闭环转化



商品落地页



线索收集落地页



品专系产品回顾：

产品名	 	资源展示场景	售卖方式
品牌专区&起跑线	 	品牌词 - 大搜 - 搜索结果第一位	CPT
地图品专	 	品牌词 - 地图 - 搜索结果大于2条时第一位	CPT
炫动品专	 	品牌词 - 大搜 - 搜索触发当前全屏	CPT
时效品专	 	品牌词 - 大搜 - 同品牌专区	CPT
明星&名人&娱乐品专	 	人名&IP词 - 大搜 - 同品牌专区	CPT
品牌华表	 	通用词 - 大搜 - 搜索结果右侧置顶	CPT
品牌丝路	 	品牌需求词 - 大搜 - 同品牌专区	CPM
品专MAX	 	品牌词- 大搜 - 搜索结果第一位	CPT
城市名片	 	城市名称政府词- 大搜 - 搜索结果第一位	CPT

注①：NS频道包括百科、知道、新闻、图片和视频（外部合作）；
注②：百科为词条页置顶，其余频道均为搜索结果第一位；

更多产品内容，请点击 http://yingxiao.baidu.com/new/home/product/product?id=59&ly=nav_list

品牌体验-提升品牌偏好

建立信任 · 知识营销

为什么要做知识营销？

知识内容在品牌消费决策方面发挥重要影响

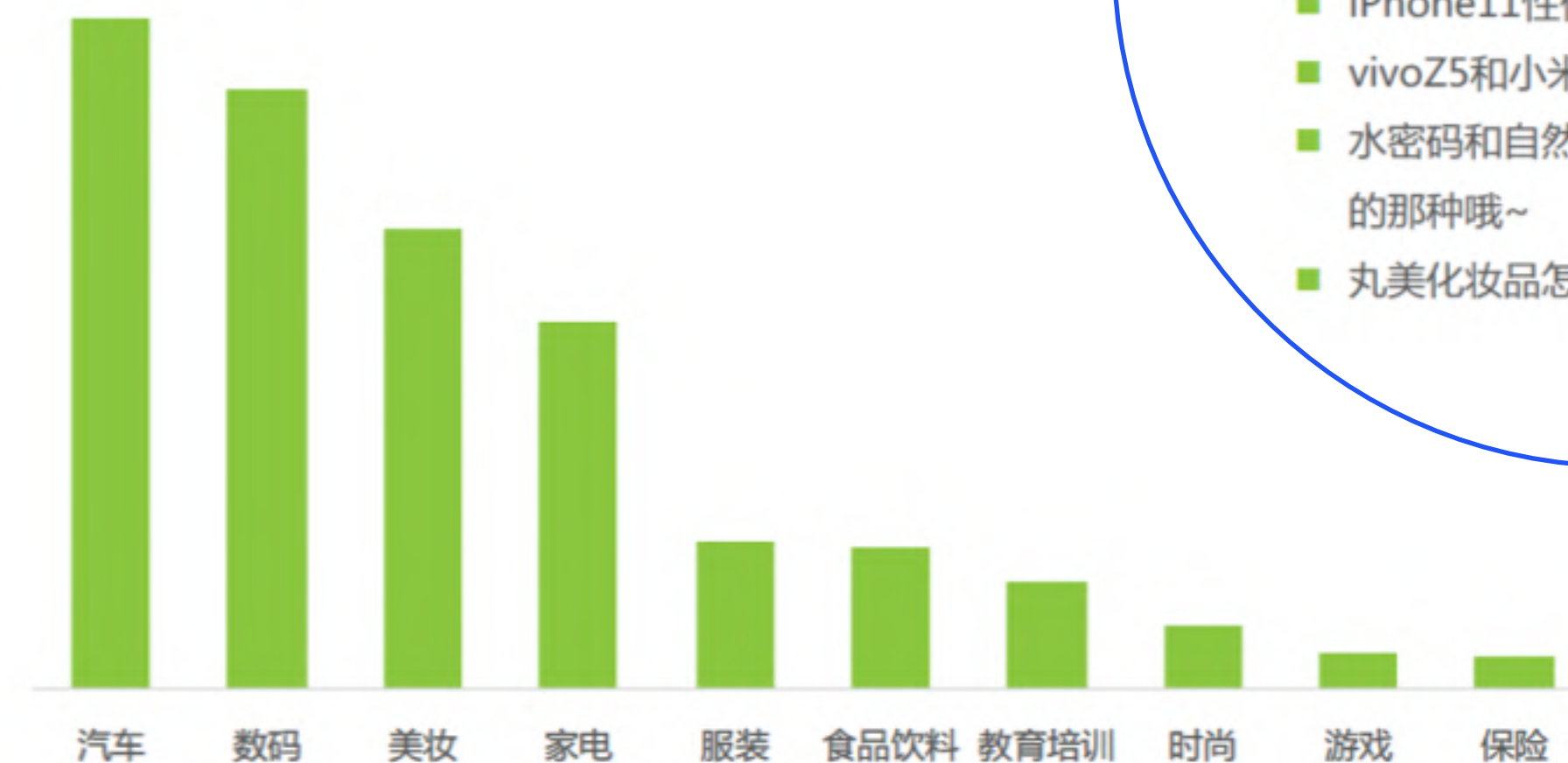
有些问题的答案你从来不知道

对汽车、数码、美妆等行业的品牌消费决策影响更大

百度知道每天产生多少问题？

在百度知道，每天累计产生350万个问题，平均每一秒钟就会有40个问题产生，与此同时，每秒钟有约9000人在知道获取答案。10分钟快速应答，感谢你的每一次点击与信任，更感谢那些分享知识的人。

品牌售前提问占比top10的行业

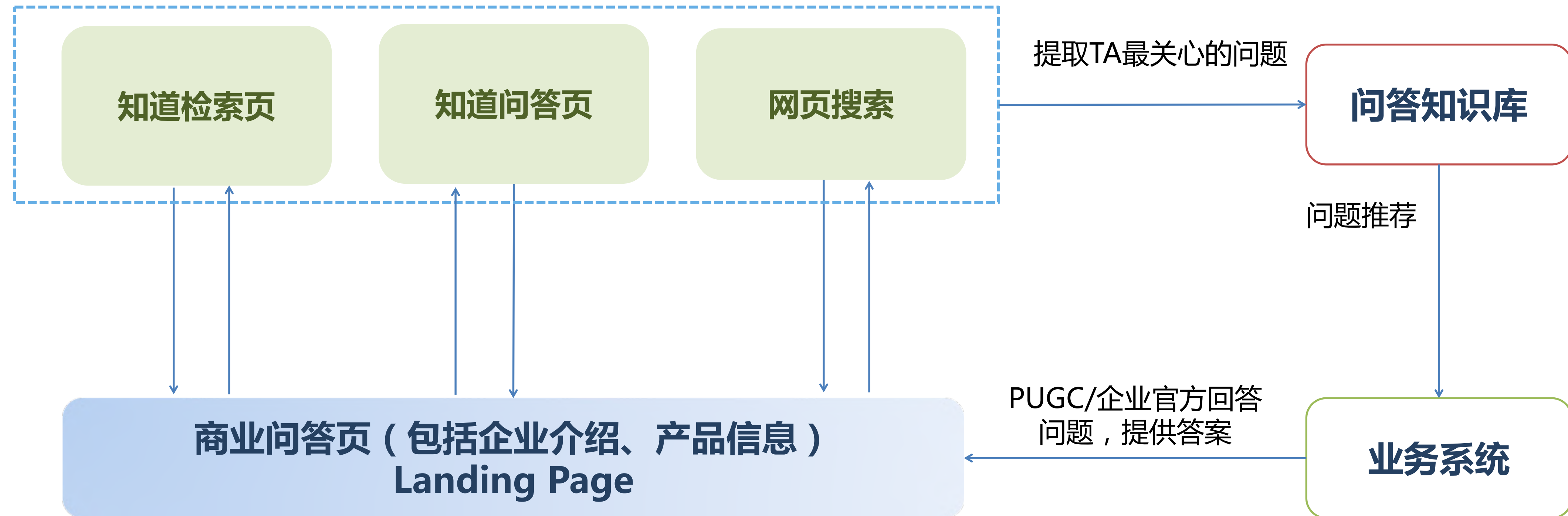


TA这么问：

- 丰田车与本田车质量哪个好？
- 奥迪Q5L和奔驰GLC哪一款更适合上班族？
- 蒙迪欧怎么样？值得买吗？
- iPhone11性价比怎么样，值得买吗？
- vivoZ5和小米cc9哪个好呀？
- 水密码和自然堂哪个好？要效果明显的那种哦~
- 丸美化妆品怎么样？

知识营销如何帮助品牌主找到并影响TA？

知识内容在品牌消费决策方面发挥重要影响



此独立问答页与其他自然结果一样，在站内搜索结果页、问题详情页展现，与自然结果混排

百度知识营销的优势？

一站式知识内容平台，满足用户日渐旺盛的知识需求

知识生产



2.2亿
内容创作者

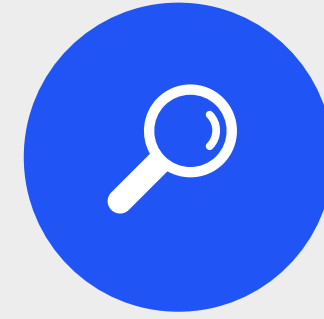


5万+
专家学者



6万+
合作机构

知识分发



15.4亿
知识检索量



2.3亿
知识访问用户数



6.3亿分钟
知识浏览时长



2010年10月
互联网实用生活指南

60万达人撰写，累计597万条经验内容，答案为解决方案类，围绕怎么做，怎样做来回答



2014年4月
专业母婴知识社区

近千位顶级专家及三甲医院提供一站式孕育知识和服务，9200万母婴问答，20万+参与母婴内容生产



2014年10月
全球最大的中文学术搜索平台

120万国内外学术站点，12亿次学术资源，5亿+学术文献



2005年11月
全球最大中文问答互动平台

快速解答用户问题，日活用户1.5亿，为4亿人次提供高质量的回答，汇聚1.8亿答题用户，累计回答5.5亿问题，解决广泛的问题需求



2006年4月
全球最大中文百科平台

快速提供权威内容，累计1637万百科词条，700万人参与词条编辑，内容覆盖几乎所有知识领域

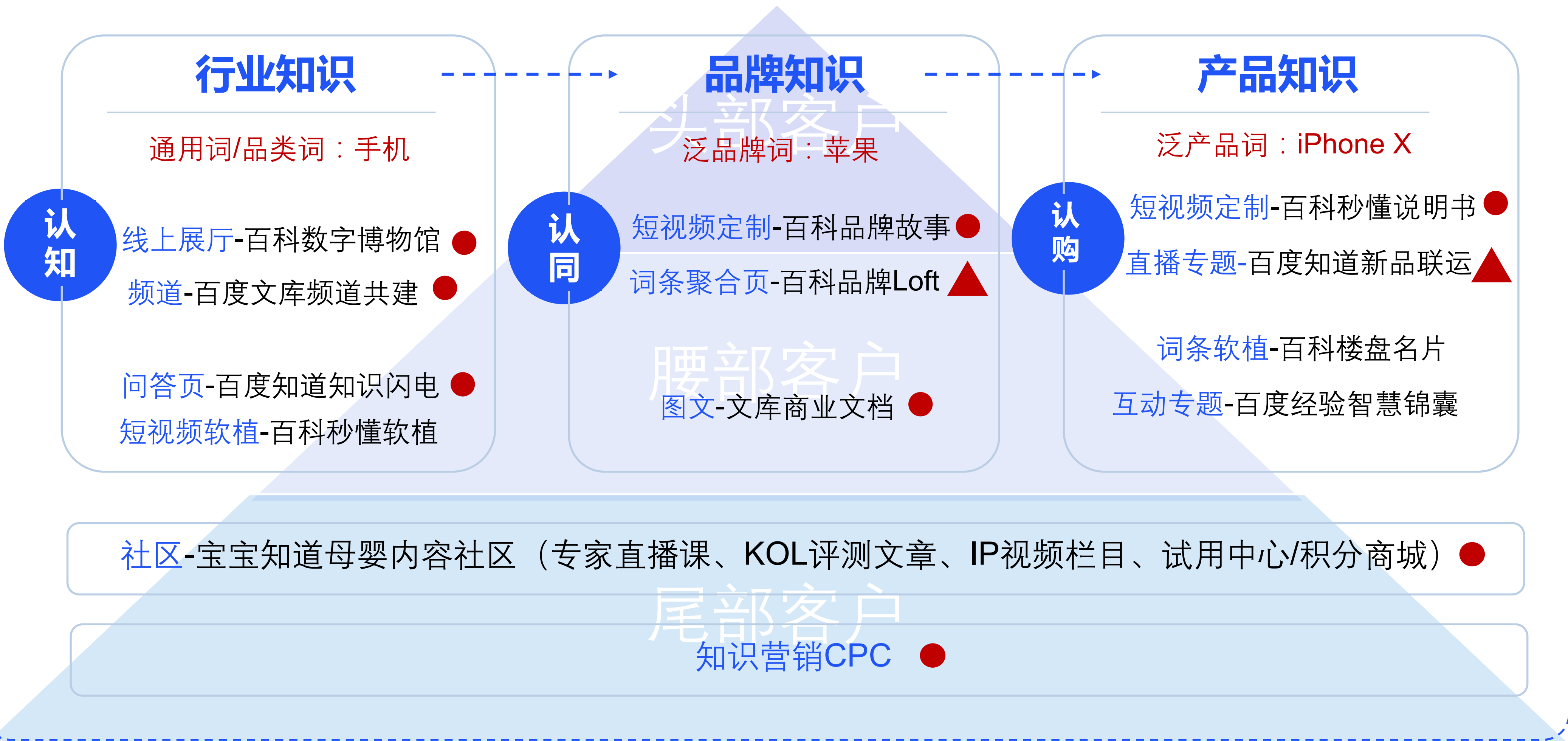


2009年11月
中国最大的文档和知识服务平台

提供高价值的知识文档，满足更深层次、更专业的知识需求，拥有认证作者超过18万，合作机构1.3万家，累计6.2亿文档，3000万+文档贡献者

每一次问答都是对消费决策路径的再造

基于用户消费决策链路中，深度布局知识营销产品，为品牌实现深度种草



云展厅：百科数字博物馆

音频视频讲解、3D实境模拟、全景VR等，足不出户逛展厅

百度百科

头部客户



300家
博物馆



2万件+
文物藏品



1亿+
线上游客



扫码
百科博物馆计划
百度app小程序

百科博物馆计划

| 在 | 这 | 里 | 见 | 证 | 文 | 明 |

全国首家线上酒文化博物馆——中国茅台，香飘世界



案例介绍：茅台定制3D数字博物馆，介绍酒文化的同时将茅台酿酒工艺娓娓道来

产品权益：百科WAP端词条页和百科PC端词条页固定入口，客户名称植入，H5样式

在线观看：<https://baikebcs.bdimg.com/baike-museum3d/moutaimuseum/index.html>

定制短视频：《品牌故事》品牌词触发

从品牌历史、品牌理念、创始人故事多角度，赋予品牌精神内涵

百度百科

头部客户



案例介绍：沃尔沃定制化知识内容视频，从汽车功能卖点到讲述品牌态度

上线近680天，品牌故事视频点击量达**455W**，百度搜索触发展现次数达**1768w次**

视频风格：视频剪辑+手绘风——沃尔沃、安踏；扁平动画风——稻香村、好未来、亚美科技、优信二手车、UPS快递

基于百度搜索、百度百科、经验、feed流等多渠道入口，3分钟了解大品牌



PC端展示入口

- ✓ 品牌query精准触发
- ✓ 搜索结果避让广告后，排前四位
(不承诺)
- ✓ 官方小程序链接品牌认知与服务
(品牌名片小程序)

产品权益



移动端展示入口

- ✓ 搜索结果页
视频大卡片+品牌区+产品区
- ✓ 百科词条页搜索品牌词展现
- ✓ 视频播放页可跳转官网
(支持2个按钮)

产品权益

品牌墙案例在线观看：

<https://baike.baidu.com/item/%E5%93%81%E7%89%8C%E6%95%85%E4%BA%8B/22604590>

商业问答页：《知识闪电》通用词触发

挖掘潜在消费者，60秒闪电传递品牌价值

百度知道

腰部客户



案例介绍：中业网校—通过11支考证相关热门话题，精准触达目标用户，解决用户问题的同时树立行业权威形象，日均播放量**1.6万+**，搜索“大专可以考研究生吗”

优选场景：新品发布（5G有什么优势？）、活动促销（圣诞礼物怎么选？）、品牌塑造等

60S内轻快型短视频/图文内容

 **知道结果页入口**

- ✓ 无线大搜自然结果区TOP1（赠送）
- ✓ 无线知道站内搜索结果TOP1
- ✓ 优先触达非品牌词流量
- ✓ CPT按月起售，持续稳定曝光（最长可购买一年）

产品优势

点击进入

 **知识闪电中间页定制**

落地页支持多种营销组件（不包含大搜TOP1样式）



企业名片



官网引流



电话外呼



商品橱窗

短视频+词条软植：《秒懂百科》/百科词条

品牌发声，软植入知识性词条、高热度词条等，树立行业代表形象

百度知道

腰尾部客户

案例介绍：优路教育合作百度百科，软植入“健康管理师”词条，树立品牌行业认知度

上线近8个月，搜索检索次数累计超**2727W+**，搜索总点击次数累计超**99W+**
百科词条累计曝光超**190W+**，视频累计播放量**134W+**，合作秒懂视频**CTR88%**

秒懂视频软植入

品牌软性曝光，抢先绑定市场认知

✓ 视频首位展现

- 客户视频在词条秒懂视频列表**首位**露出
- PC/WAP端视频内容一致

✓ 片头/片尾品牌LOGO定帧1-2s

✓ 片中全程右上角角标

产品权益

词条页软植入

唯一独家，精准触达人群，抢占市场认知

✓ 词条页导流按钮

✓ 词条页tab模块

✓ 词条页内嵌模块

✓ 楼盘名片（产品词）

（特型词条，支持端内跳转品牌
官方百度小程序/H5官网/电话拨打）

产品权益

旅游
行业

权益：PC词条页tab模块，视频5集以上才可开通视频墙，支持外链官网、在线门票购买落地页

促销：拍3集送5家电视台的投放，拍30分钟，送20家电视台的投放

案例：视频累计播放量1000W+，云南<https://baike.baidu.com/item/%E4%BA%91%E5%>

秒懂全视界

经验专题：《智慧锦囊》秒懂视频征文大赛

全新的内容生产模式，精准匹配词包关键词，与用户深度互动

百度经验

头腰部客户

案例介绍：电玩/手游客户—《疯狂动物城：筑梦日记》游戏玩法介绍，围绕游戏操作、游戏攻略、游戏道具等经验，邀请PGC/UGC制作专业内容，提供奖品，吸引用户深度互动

优选行业：汽车、IT消费电子、母婴、美食、时尚、手工等

定制词包+奖品激励+挑战赛制

 **经验专题页**（多经验词条）

 **PGC/UGC内容共建**

- ✓ 内容定制
 - ✓ 无线搜索精准触发
 - ✓ 原生专题入口
 - ✓ 专题页品牌导流
 - ✓ 话题定制+奖品激励—**B套餐**
- A套餐**

产品权益

点击进入

合作流程

客户选定推广关键词

客户确认词包及合作模式，提供用以视频制作的相关资料启动合作

客户确认挑战赛征文形式，并提供激励奖品
PGC/UGC（二选一）
仅针对选择B套餐客户

上线推广

案例在线观看：<https://jingyan.baidu.com/article/cddddd41cc4939b53cb00e188.html>

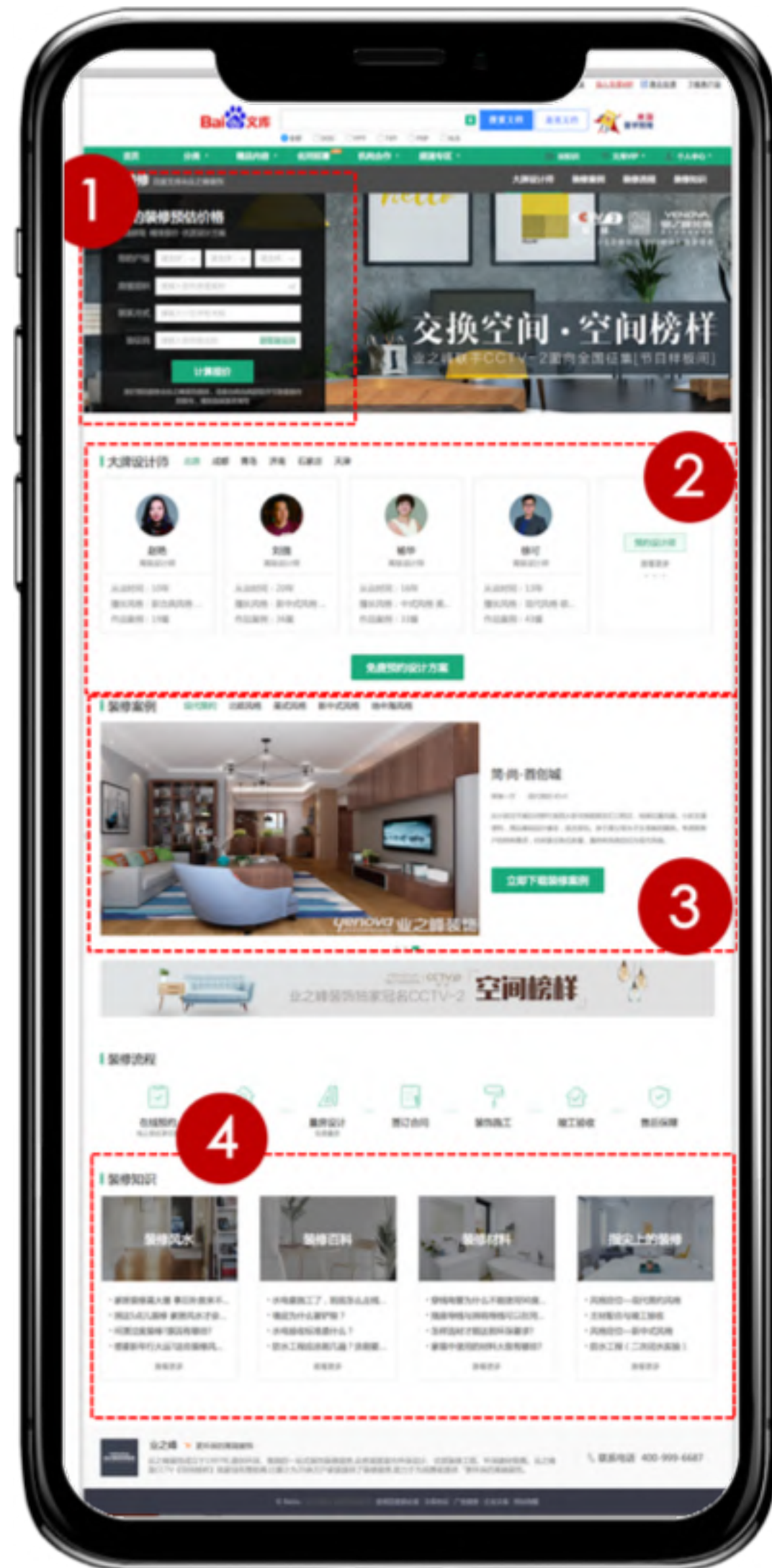


百度文库：《商业文档》+频道共建

为企业提供精准曝光及转化，实现品效合一

百度知道

头腰尾部客户



案例介绍：渠道网络合作商业文档（豪华版）5万篇，覆盖不同子行业人群
上线493天，品牌曝光**1000万**、官网访问量**2000次/天**、覆盖目标人群**30+万**
掌门1对1频道共建，CPT/月，通过人群定向，用户偏好方向优化，入口曝光量**4.5亿**，专题
页面总访问量**132万**，专题页面点击量**3000+/天**，CPA成本**150元**

知识营销+用户权益+预期收益，精准曝光及转化

商业文档

顶部文字链wap
【展现企业信息】

视频模块wap
【品牌产品形象展示】

内容锚点词
【点击访问企业官网】

转化组件
【在线咨询/用户留言】



文库频道共建



入口：文库首页日均PV500W

商业问答页：《知道合伙人》产品词触发

入驻知道的企业以企业官方账号身份回答用户问题

百度知道

尾部客户



案例介绍：华为荣耀—精准触达目标用户，解决用户问题的同时树立行业权威形象，位于搜索结果页前列，搜索“荣耀20青春版值不值的买？”

优选场景：新品发布（5G有什么优势？）、活动促销（圣诞礼物怎么选？）、品牌塑造等

全部可直链企业官网，内容完全自主配置，最高效最便捷带来最大的效果

知道问答内容页

- ✓ 优质回答排序靠前
- ✓ 支持机构主页装扮
- ✓ 支持站搜特型卡自助配置
- ✓ 直链企业官网，内容完全定制

产品优势

服务插件/转化组件

电话展现

【自助配置，直接拨打官网电话】

线索转化组件

【可收集电话姓名等用户信息】

在线客服

【自助配置智能客服/在线客服，提高客服人效】

商品转化组件

【跳转可自定义】

外链导流

【外链官网，常驻底栏】

品牌曝光组件

【彰显品牌并可外链导流】

商业问答页：知识营销CPC

竞价展现，与自然结果混排，体验更原生

百度知道

尾部客户

知道搜索结果页



知道详情页



► CPC 竞价：知识营销CPC

展现媒体：百度网页搜索（PC+无线）、百度知道（PC+无线）

展现位置：网页/知道搜索页首页、详情页“类似问题”，与自然结果混排

触发机制：关键词-品牌词/产品词/通用词

创意类型：文字链，点击进入商业问题详情页

售卖价格：CPC竞价

计费方式：对问题进行出价，竞价展现，按点击收费

登陆平台：一站式系统（www2.baidu.com）

优势：投放灵活

内容社区+直播课+KOL软文
机构背书+签约专家+母婴达人
助攻品牌获取用户认同

通过知识的力量
提升品牌的价值



专业母婴知识社区

宝宝知道是一款四端产品，包括APP、小程序、WAP、PC，面向备孕、孕期、0-6岁育儿期用户的母婴知识社区+孕育助手



专家直播课：精品课

行业知识· 母婴

专家背书、网红妈妈推荐，直播软植入产品特性，直播后视频二次传播

案例介绍：美赞臣，育儿达人“熙妈&丢妈”视频直播讲解宝宝肠胃健康，软植入美赞臣奶粉信息，用户点击活动角标，跳转进入官V活动帖，实现天猫旗舰店导流
合作形式：直播+帖子，视频**浏览量89962**、**获赞数56897**

专家以科普和专业知识角度分享和植入内容，IP效应引发用户关注与信任

200位名医专家坐镇

1、品牌理念宣传，产品品类推广

- 数百位专家**权威坐镇** 专业解答母婴问题
- 上线**400**多期，累计访问人次**1亿+**

2、好物推荐：从聆听到参与商品活动

点击右上角icon，
跳转到商品活动
页面

权威儿科专家**直播**答疑
如何开发婴幼儿的潜能



KOL软文：评测文章

梳理品牌口碑，提供有效购买前决策建议

产品知识· 母婴



直拆开箱



外观展示



功能示范



亲身使用



实体店体验



软文推优

合作单篇/单集图文和视频播放量平均10W+，可冠名/软植

 **3000+品质红人担当**



探店

发稿

KOL

撰稿

孕期

两性

育儿

职场

美食

宝妈

健身



王牌IP栏目：《Dr.度育儿说》

专家解答搜索育儿热点，定制主题软性植入产品卖点

品牌知识·母婴



根据百度搜索库高频母婴类搜索问题，定制宝宝知道母婴栏目

母婴主题栏目定制



育儿专家对复杂孕婴知识
婴儿护理方法视频科普

专家证言，权威科普

【软性植入品牌/产品理念】

品牌曝光

【知识讲解时，产品外包装融入画面】

定制主题

【将产品主要功效和卖点植入热门育儿话题】

福利社：宝宝知道精选

从口碑沉淀、积分商城到团购，完善后链路交易闭环

产品知识· 母婴



多类商品橱窗积分直接兑换



vip-\$百岁山饮用天然矿...
43200金币

兑换



\$杰伯瑞混合什锦饼干
4.8万金币


兑换




\$百雀羚润肤露
4.8万金币

兑换

打造消费闭环，连接商品服务，为用户提供更完备的消费体验

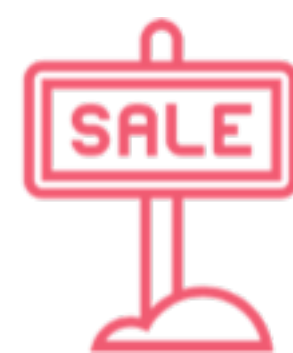
 福利社-试用中心

 福利社-团购商城



精准营销

依托百度宝宝知道对母婴人群的洞察分析，精准投放触达目标用户。



丰富场景

宝宝知道APP、小程序资源打通，多场景影响用户，转化场景全覆盖。



灵活入驻

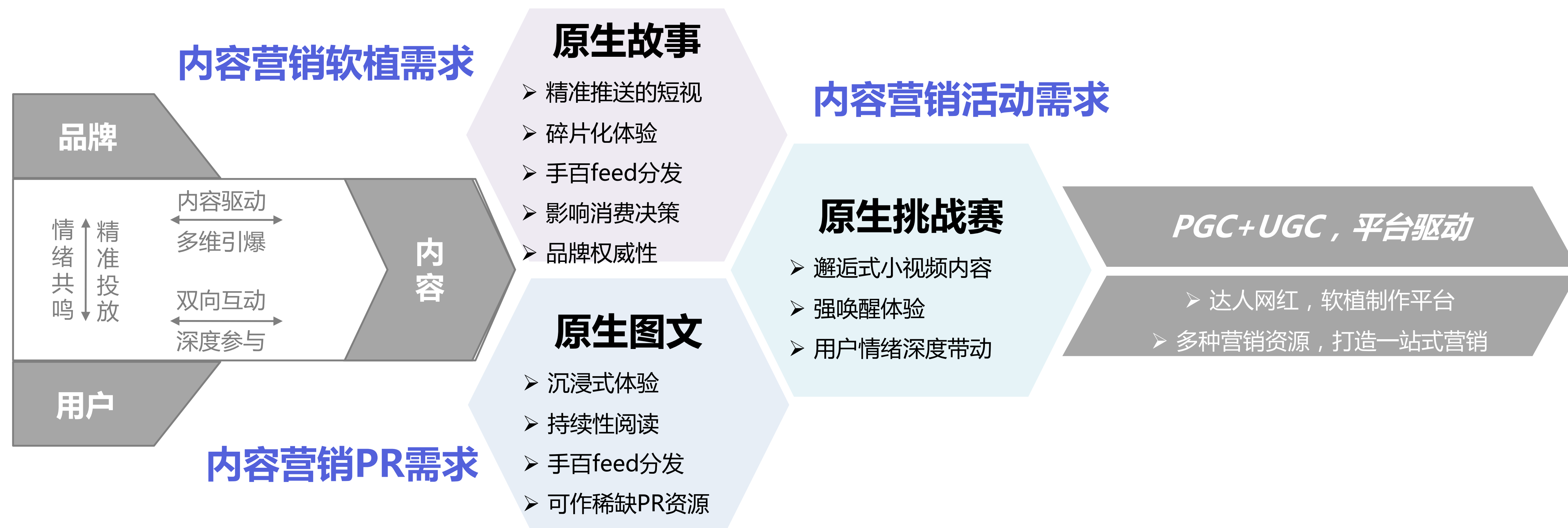
根据客户需求，提供3类入驻方案，缺乏开发、运营能力，照样能开店

品牌体验-提升品牌偏好

赢得好感 · 互娱新媒体

互娱新媒体：产品矩阵

契合品牌主内容营销多元化需求，多种营销资源，打造一站式营销



优质达人

85个行业、3500+达人
自定义作品主题/调性/内容类型
短视频/小视频/图文多种形式

资源丰富

新玩法：全民话题挑战赛、好看vlog挑战赛
新流量：百度/好看/全民三端分发，限时免费流量
手百、好看浮层组件，促进转化

流程便捷

标准化线上交易，先制作、后结算
平台控制，下单后1天内达人确认
全程线上监控，客服第三方判责，保障客户权益
进度可视化，重点节点确认，保障最终交付质量

效果可视

整体投放数据
单个达人视频数据
转化数据（手百浮层组件）



04

百度品牌营销产品组合应用

首发计划——针对新品发布的创新整合营销

作为中国最大的以信息和知识为核心的平台，百度APP凭借其强大的平台优势及庞大的用户基础，重磅推出“首发计划”这一款创新营销资源，激活生态流量助力新品第一时间抢占用户心智，迅速打开市场。

满足广告主需求

一款新产品如何在上市阶段迅速占领用户心智成为了摆在众多广告主面前的首要营销难题

满足消费者需求

对于单价较高、决策周期较长的产品，在购买产品前，会产生大量、高频的商品信息需求

百度APP首发计划

顶级资源热力引爆新品
超级互动玩转裂变传播

首发计划的创新价值

紧随用户行为路径全链路触达，打造营销闭环

当用户搜索相关关键词后，品牌的商品信息将会通过创意彩蛋、搜索大卡、百度热榜话题、百家号KOL文章、智能小程序互动活动等方式整合露出，并配备用于导流的顶级资源矩阵，助力广告主全链路营销升级。



百度APP开屏

搜索大卡+彩蛋

话题聚合页

小程序互动

一键官网下单

01

—关注—

02

—体验—

03

—分享—

04

—购买—

05

01 引爆关注

创意视频彩蛋，热力引爆

在百度APP里搜索“5G”、“5G手机”或“王一博的新年礼物K30”，会弹出一段王一博热舞的视频彩蛋，视频最后的定格画面为“5G先锋”，Redmi K30“敢做先锋 全速热爱”



02 品牌种草

1、定制热榜话题，攻占话题页首页+热榜

点击搜索通用词大卡入口进入“王一博的新年礼物”话题讨论页，集合Redmi手机官方账号发布的最新动态，来自不同领域KOL的测评和心得

2、百家号作者征文+行业KOL定制文章，全网种草

从卖点解读、明星代言、评测、年货种草、行业洞察、竞品对标等多角度的优质文章，辅助用户在选购手机时决策

定制话题页

话题动态置顶

话题脉络卡

个性化PUSH 主FEED一级干预

热榜第五位



科技频道banner

百家号定制文章

信息流精准分发



话题上线仅一天就收获1300万+阅读

话题页导流资源

征文上线一周即收集到文章超600篇，总阅读464万，总曝光达1.07亿；爱范儿、36氪、PingWest品玩、雷科技等权威媒体KOL深度文章22篇，获得阅读53.4万（仍在分发中），总曝光1216万

03 传播裂变

百家号文章扩散至各大主流平台

百家号作者全网分发，百度平台外20+主流平台全覆盖，传播持续升温，热点扩散最大化

新闻门户+百度APP微博+户外媒体 线上线下辐射百万人群

百度配合线上线下市场传播资源，营销覆盖面进一步扩大，达到真正的裂变式传播

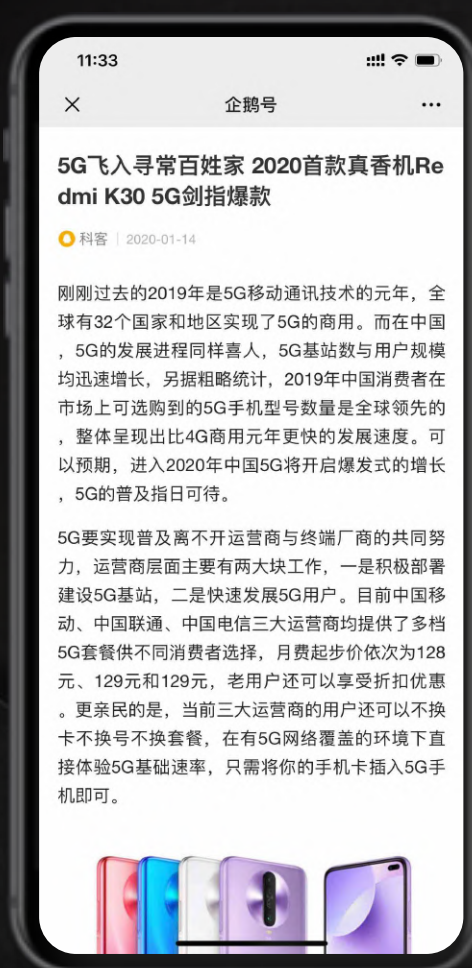
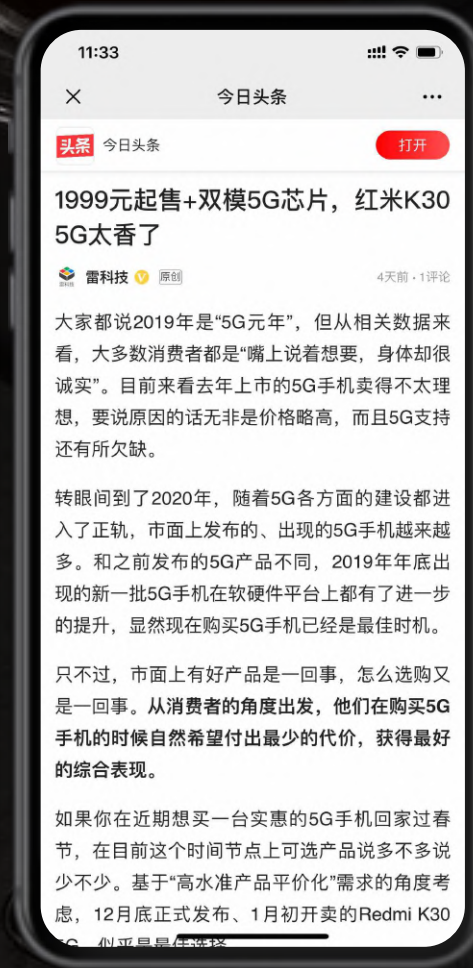
今日头条

腾讯新闻

澎湃新闻

网易新闻

搜狐新闻



凤凰网



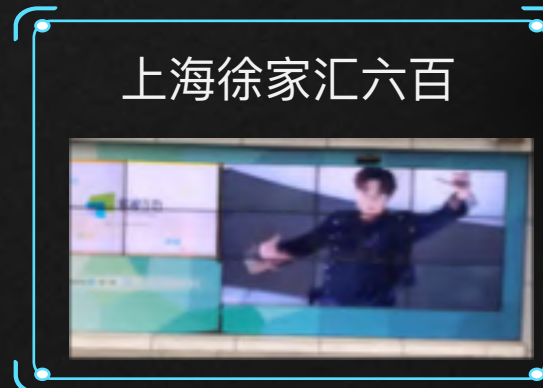
搜狐



极客公园



百度APP微博



上海徐家汇六百



上海世纪大都会



上海中心



北京未来广场



上海大悦城



上海中山公园龙之梦



上海新华联

Redmi首发项目相关稿件发布十余家头部媒体，获得超200万曝光

04 社交裂变

“搜索有惊喜”小程序，邀好友有礼

从搜索大卡进入“搜索有惊喜”小程序，将活动信息分享给好友，一起获得抽取Redmi K30 5G的机会，充分运用社交裂变优势增强用户的活跃度和参与感，让营销的覆盖面进一步扩大

手百PUSH

wise底banner

明星词大卡

今日新鲜事

wise右上角气泡



小程序抽奖互动



邀请好友赢大奖



一键分享朋友圈



百度APP开屏



文章内挂链接



SEM抢占搜索收口

导流资源矩阵

官网直达，搜索+推荐促进下单购买新品

THE END

感谢您的观看

Thank you for watching

百度营销系列直播课程下期预告

下周【周二】（ 4月21日 ）晚20点开播

预告课程	时间
《玩转创意工具，提升广告投放效率》-陈瑶（ 产品运营专家 ）	周二（ 4/21 ）

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，我们会从认真填写调研问卷的同学中随机抽取5名发放100元百度认证考试优惠券。

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