



# 搜索oCPC·综合场景优化

2020年06月 百度营销



# 综合场景优化



## 场景一：淡季时缩减预算，如何操作对模型的影响最小？

A:

- 1、账户中分淡、旺季分别搭建投放包，进行不同时段分别投放。
- 2、通过下调预算、缩减时段控制消费，实现缩减预算，切勿反复操作。
- 3、不建议通过下调CPA来控制预算，会严重影响模型稳定性。如必须操作，下降幅度控制在10%以内，且调整后稳定观察3-5天。

## 场景二：旺季扩量时，怎样才能避免扩量操作后成本立马飙升？

A:

- 1、小幅提升CPA（控制在10%以内）
- 2、如历史有消费关键词较少，可使用智能加词/优化中心等进行添加。建议重点挑选对应计划中业务相关的高质量、高转化、黑马词。
- 3、针对不同行业挑选适配定向工具：行业定投、目标追投、同台展现等功能
  - 以上建议为并列关系，需结合广告主情况进行挑选，每次调整后需稳定观察3-5天



## 场景三：当前一句话咨询质量不符合客户预期，如何才能避免账户大幅波动且提升深度质量？

A：可尝试使用自动优化，利用主+辅的形式。让模型同时学习浅+深层目标，来提高线索质量。

使用自动优化注意点：

<1>如需切换转化类型（举例：3句话切换为1句话+留线索），初期会存在效果大幅震荡，稳住莫慌，2-3天可恢复。

<2>拒绝频繁操作账户。

<3>积极扩量，否则消费下滑。

## 场景四：保证当前成本为前提，如何实现稳定扩量？

A：

- 1、可将近期有转化词作为种子词进行拓展，加入适配计划。
- 2、结合客户现状尝试定向工具，具体操作参考附录表格。

## 场景五：二阶投放匹配乱，流量杂，客户不买账怎么办？

A:

1、告知广告主，二阶状态下无需过分关注搜索词，以成本为主。

（原因：模型会结合用户历史搜索表现，匹配高质量用户，实现成本达成）

2、如强烈抵触，可关闭自动定向功能，但会出现消费/Cv下降情况。

（建议：进行手动加词。推荐加词工具：优化中心-加词卡片、关键词规划师）

## 场景六：大体量客户，一户多开时，怎样避免多账户间相互抢量

A：保证多账户间分业务、地域进行投放，或相同业务、不同物料进行投放。

场景七：投放业务类型多、地域杂、成本不一致，该如何合理建包？

A：坚持“业务相近、成本相近、CV充足”三项原则。

场景八：短期专项活动时（618电商节），需要大批量更换落地页/创意，扩大推广地域时，怎么才能将效果影响降到最低？

A：专项活动开始前2-3周，针对活动期需放量的项目提前新建计划，使用0门槛快速进阶，稳定模型累计新物料质量度。同时实现活动预热提前抢量。



# THANKS!