



搜索oCPC·投放准备期

2020年06月 百度营销



产品介绍



投放准备期



实战场景



产品介绍

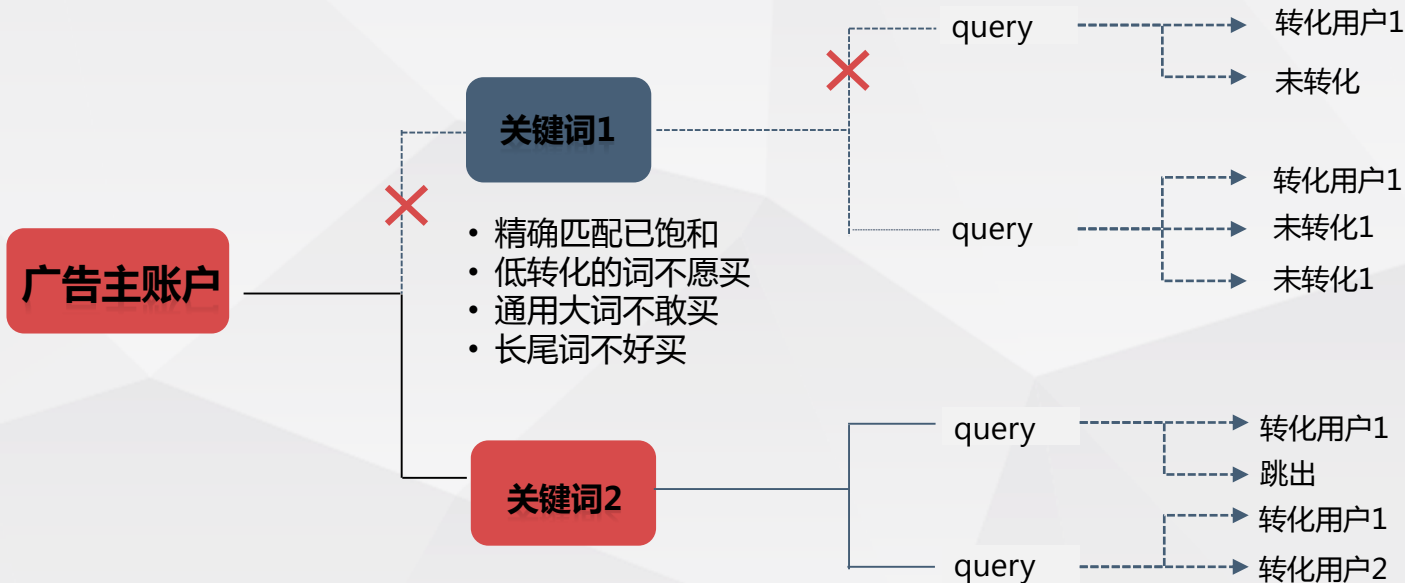
人工CPC痛点 | oCPC原理 | 概念 | 优势



传统CPC投放困局：如何打开更大流量空间？

产品介绍

困局1：只买传统有限的词



困局2：凭人工经验出价



核心问题：投放模式固化，又遇到ROI天花板，如何长期驱动获客增长？



搜索oCPC原理-学习特征人群，挖掘流量蓝海



产品介绍



识别

广告主投放过程中
“有转化”受众
的行为特征
归纳判断总结



智能寻找目标受众+拓量

基于广告主的转化特征

高转化
概率受众

低转化
概率受众



提高出价、拓展匹配
智能挖掘



降低出价、缩小展现
避免无效竞争

20%流量池内竞争

100%流量池内竞争



产品介绍

目标转化成本模型



oCPC目标转化成本出价模型适用于**效果类**广告主，它是一种自动的智能出价优化策略，以转化目标为优化目的，以机器自动出价方式控制转化成本，最终达成目标。

控制**转化成本**,提升**广告效率**

注：目标转化成本计费方式为按点击计费。



产品介绍

点击出价系数模型



oCPC点击出价系数模型适用于**线索量稀疏的**广告主，它是一种自动的智能出价优化策略，以提升转化量为优化目的，以机器自动出价方式优化转化率，最终达成目标。

优化**转化率**,提升**转化量**

注：点击出价系数计费方式为按点击计费。



三大优势，突破人工优化天花板

产品介绍

基于目标转化，实现拓量及提效的智能解决方案

基于更科学的转化率预估机制，帮助广告主实现智能出价，获取更多优质流量的同时提高转化完成率。

3 大优势 让广告主把钱，花在最有可能转化的流量上！

精准

人群画像积累

与客户共建深度转化数据
依托DNN模式深度学习
帮广告主优化转化

拓量

突破关键词匹配/出价限制触发广告
在更大范围内
甄选优质高转化流量

优化

根据广告主表达目标转化成本
进行投放
减少低效花费 控制转化成本



优势1：精准 识别优质流量，拓展高转化人群

产品介绍

捕捉

< 捕捉用户行为 >

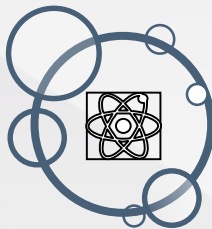


10亿活跃用户 200万级细分标签

- 用户基础特征：性别、年龄、兴趣、地域
- 用户无意识行为信息：滑过、停留
- 用户主动行为：搜索、点击、分享

模型学习

< DNN模型深度学习 >

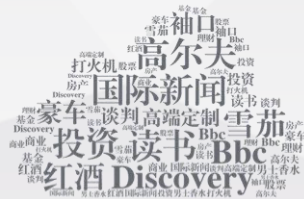


从百度用户大数据中 找到人
群

- 与客户数据对接，共建转化数据
- 依托DNN模型，深度学习潜在人群

精准匹配

< 提高转化 >



依据模型学习 智能匹配人
群

- 通过用户数据收集，判定潜在人群
- 智能投放 匹配TA 提高转化



优势2：拓量 直达广告主成本诉求

产品介绍



针对高转化流量，提升出价，提升排名，最大化转化量



优势3：优化 根据广告主表达目标成本进行投放

产品介绍



针对低转化流量，降低出价，降低排名或不展现，最小化无用成本



投放准备期



三步开启oCPC



选择适合你的
转化类型
&
数据接入模式



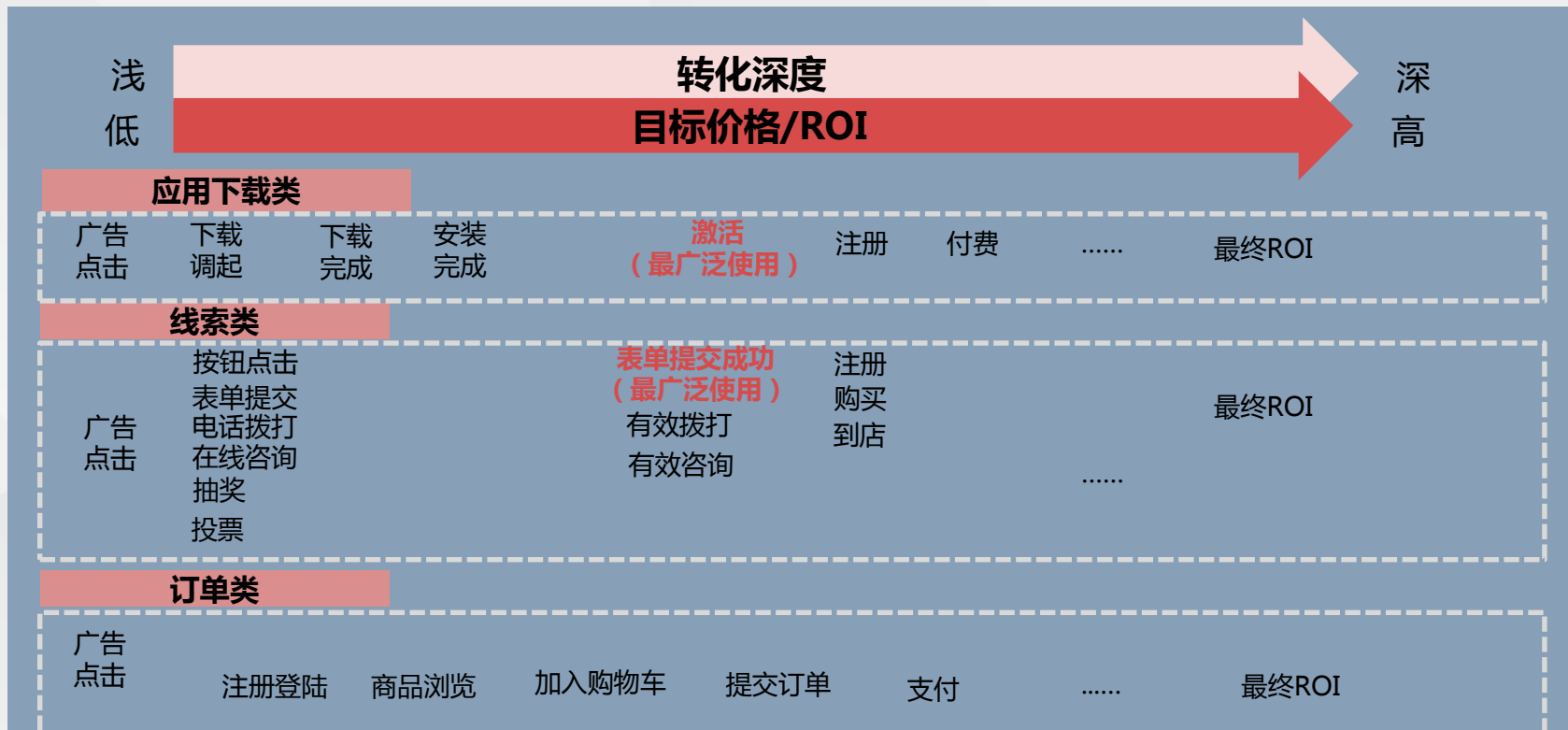
选择适合你的
投放包设置范围
&
模型训练



2-3天波动期
适量操作账户
&
关注数据变化



第一步 明确转化类型



第二步 明确技术对接方式

已与热云、友盟、appsflyer、talking data等第三方监测平台打通数据，无需技术开发，可直接对接



API回传-APP激活

- 有API开发能力的APP投放客户
- 优化APP激活或其他APP转化类型



API回传

- 有API开发能力、转化数据归因能力的客户
- 数据回传稳定，可优化深层转化

JS代码检测

- 适合落地页较少变动不频繁的客户
- 需要网站前端开发人员支持

咨询工具授权

- 使用在线咨询工具的客户，无需技术开发
- 支持商务通、快商通、商桥、53KF、美洽、乐语咨询

基木鱼/商家号

- 适合页面简单，愿意使用百度自建站投放的客户，无需技术开发
- 客户可以通过商家号进行页面创建

百度智能小程序

- 适用于账户下推广落地页为百度智能小程序
- 客户为移动流量范围推广

仅在百度APP流量生效

中间号

- 适用于在商家号平台有正常开启的中间号的客户
- 全面记录百度渠道电话投放效果

仅支持移动流量范围推广

转化数据对接

不同接入方式 支持的转化类型不同

转化维度	转化类型	定义	API回传	咨询工具授权	APP激活	JS代码检测	基本鱼/开店牛	百度智能小程序	中间号	
浅层转化	表单按钮点击	点击页面表单按钮	√	-	-	√	√	√	电话拨通	
	咨询按钮点击	点击页面咨询按钮	√				√	√		
	电话按钮点击	点击页面电话按钮	√				√	√		
	购买按钮点击	点击页面购买按钮	√				√	√		
	下载按钮点击	点击app下载按钮	√				√	√		
	短信咨询按钮点击	发送一条咨询短信	√				√	√		
	加入购物车按钮点击	点击页面加入购物车按钮	√				√	√		
	地图按钮点击	点击按钮吊起地图页面	√				-	√		√
	QQ按钮点击	点击按钮吊起QQ咨询	√					√		√
	投票按钮点击	点击页面投票按钮使用投票功能一次	√					-		√
深层转化	微信复制按钮点击	点击按钮复制推广的微信号	√	-	-	√	-	-	电话拨通	
	表单提交成功	成功提交表单内容	√				√	√		
	一句话咨询	一次咨询对话中，用户发出大于等于1条内容	√				√	√		
	APP激活	激活APP	√				√	-		-
	购买成功	产生一次购买	√				√	√		-
	深度页面访问	网民经由搜索推广进入客户推广落地页，访问深度>=3	√		-		-	√		

转化类型及对接方式判断方法

转化类型	典型行业	适用场景	判断方法	对接方式
表单提交成功	教育 金融 汽车	Leads收集、用户注册、 领取红包等	考核方式：客户是否有收集Leads需求，考核线索量 对接：优先推荐客户采用API对接；页面较少可选用JS方式，需客户前端研发人员参与	JS、API 基本鱼
APP激活	游戏 资讯	APP下载、激活、付费等	第三方平台：热云、友盟、appsflyer、talking data等平台数据已打通，无需技术开发 已与信息流oCPC完成app激活对接，可复用接口	APP激活
深度浏览 (访问3个页面)	旅游 电商 房产 资讯平台	从百度引流到网站内，用 户浏览多个页面	客户需求：引流 考核方式：实际考核指标为订单或更深层转化，但订单转化周期较长或数量较少，建议采用此方式引导	API
订单	电商 旅游	下单、购买、成交	1、客户考核订单量 2、如转化量较少，建议引导到上一层转化	API
咨询 (一句话咨询 三句话咨询)	教育 金融 汽车	在线咨询	1、客户考核咨询量 2、使用咨询工具如下：商务通、快商通、商桥、53KF、乐语、美洽、易聊通	咨询工具授权
按钮点击	通用	通用	上述类型都无法满足客户需求，则可推荐这种形式	JS、基本鱼



实战场景



场景一：什么样的账户适合使用oCPC？

A：选择账户时，需挑选近期CPC 投放效果符合广告主预期。包括账户计划、单元的出价成本（投放效果）、转化量、ROI等接近预期，在广告主可接受范围内。

场景二：oCPC投放初期在使用上，有何建议？

A:

- 1) 使用oCPC时，尽量不要对所开启计划进行大的变动（如增删较多的关键词、修改创意及着陆页等）
- 2) 建议您尽量延长观察时间，整体评估效果
- 3) 近入二阶投放前三天为模型学习期，尽可能减少人为干扰动作：下调CPA，增删词等。



场景三：oCPC与eCPC的适配场景是什么？

A：oCPC：CV充足，可接受按照成本进行核算，可接受以模型自动投放；

eCPC：CV较少，且需要实时精准成本核算，对账户把控性较强。

场景四：JS、APP、API、BCP分别适配于客户是什么样的？

A：

①APP：具备较强API开发能力，主要为APP转化诉求。

②API：有较开发和数据归因能力，需要进行深层转化。

③JS：可完成网站基础埋码工作，转化类型以浅层为主。

④咨询工具授权：无技术开发能力，转化类型以咨询场景为主。

THANKS!