



# 搜索oCPC·二阶常规优化

2020年06月 百度营销



二阶常规优化

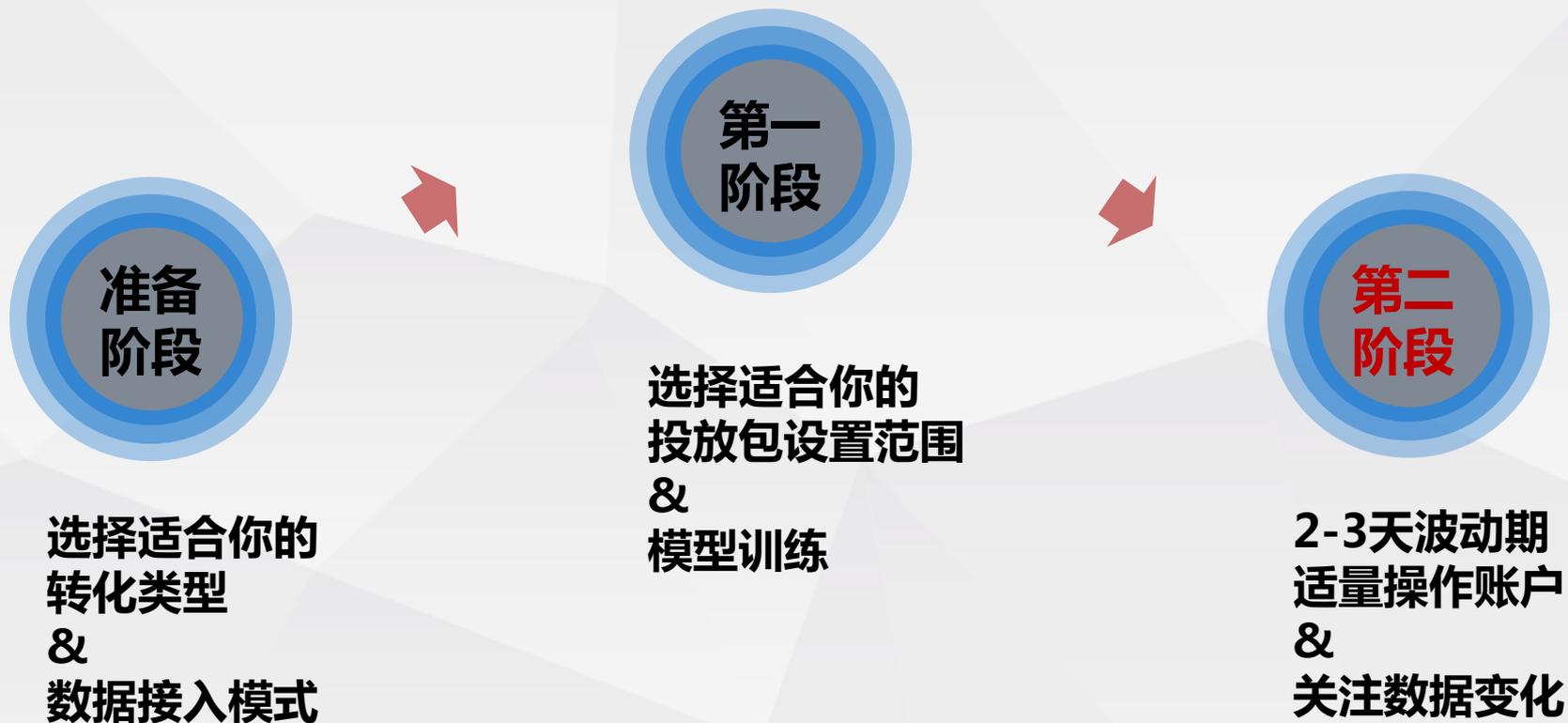


实战场景



# 产品功能

# 1.1 三步开启oCPC



## 1.3 进入二阶后 转变思路

### 指标转变

- **ACP/CPC**指标不再重要，要关注综合**CPA**指标
- 系统基于转化自动出价，人工设置出价不再生效

### 匹配转变

- 是否相关，不仅仅看匹配，系统基于CVR智能识别流量
- 综合判断，基于数据分析来决定人工干预方向，**否词否流量要慎重**

### 观察周期转变

- 数据观察周期，**建议2-3天均值**（或加总）综合判断
- 每天流量都在变化，因此建议拉长周期，综合判断

### 优化方向转变

- 优化不止是调整出价&匹配，优化方向要多元
- oCPC仅在流量采买阶段，帮助实现如出价、匹配等重复操作的智能化，**还有很多工作需人工优化**

刚进二阶2-3天  
给系统一个适应期  
模型正在逐步接管账户  
**尽量不要动账户**



# 实战场景



## 场景一：体检报告提示数据断流怎么办？

A：

- 1、确认当然或近几日是否出现实际转化。如无转化，可忽略提示；若有转化，报告中无显，联系对应咨询工具客服，排查该咨询工具是否出现断流
- 2、若咨询工具转化数据已全部回传，依然数据对不齐，请尽快提供近期咨询工具转化明细，并反馈至风铃平台。

## 场景二：如何查看oCPC搜索词报告？

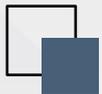
A：

第一步：登录推广后台，点击“数据报告”按钮

第二步：选择左侧菜单栏中“搜索词报告”

第三步：搜索词报告中，“细分”类目选择「分触发模式」

第四步：点击报告中“触发模式”筛选「智能匹配-oCPC」分类，即可查看



## 场景三：BCP数据对不齐怎么办？

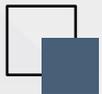
A：

1、oCPC数据报告与基本鱼平台一致，但与咨询工具监控不一致：

- (1) 确认咨询明细内**转化类型是否与监控类型一致**，如监控类型为“三句话”，咨询明细为“一句话”
- (2) 确认**流量来源是否全部为“搜索推广”**，需剔除自然流量or其他流量
- (3) 需确认咨询工具**是否将全部转化数据汇回传给百度**，咨询工具是否存在数据断流（数据延迟）等问题。
- (4) 确认客户的**咨询工具是js吊起还是独立链接**，独立链接无法统计到数据；
- (5) 在咨询明细里的**访问来源(有的叫来源网页)**，按"baidu.com"进行筛选后再核对
- (6) 按照以上方式仍存在大量数据对不齐,请进行风铃平台反馈（fengling.baidu.com），请务必提供咨询工具明细。需包含以下字段：访问开始时间、对话时间、用户发送消息数、客服发送消息数、访问来源(或叫来源网页)、初次访问网址、对话网址

2、oCPC数据报告与基本鱼平台不一致：

- (1) 确认**流量来源是否全部为“搜索推广”**，需剔除自然流量or其他流量



## 场景四：客户反馈oCPC出现大量无效线索怎么办？

A：

第一步：明确广告主对「无效线索」的定义

- (1) 未实际成单/消费、未达到下一步深度转化。——非无效线索
- (2) 非推广地域/相关业务。——确认是否开通搜索词意图开关等挖掘开关
- (3) 由于接待客服未实时应答导致一句话后离开。——非无效线索
- (4) 线索转化少。——非无效线索

第二步：问题反馈方法

- 上报风铃平台（最新标准）
  - (1) 单日单uid无效线索 > 10条，样本丰富，3天给定性结果
  - (2) 单日单uid无效线索 ≥ 5条，样本可用，5天给定性结果
  - (3) 单日单uid无效线索 < 5条，样本稀少，建议汇总（3天）5天数据汇总反馈，预估6~10天定

• 紧急通路

销售接口人 → 运营接口人



## 场景五：二阶投放出现消费/CV骤降怎么办？

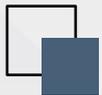
A：

- 初步诊断

- 1、确认近期是否针对投放包中计划进行相应操作。
- 2、确认投放包前几日是否出现成本波动/成本超出情况。
- 3、查看体检报告是否存在竞对、行业波动情况。

- 解决方案

- 1、如受到短时流量、市场波动等外部因素导致，建议拉长时间进行观察2-3天
- 2、若前几日出现成本波动/成本超出情况，可稳定观察2-3天，或小幅提升CPA（每次调整幅度不超过10%）
- 3、若市场环境变化及竞对提价影响，可通过定向工具进行的加词、扩量，或优化修改创意、落地页等提升展现。



## 场景六：当客户深层CV少/深层CPA过高时，该怎么办？

A：打通数据链路，对接深度转化，采用自动优化/双出价

第一步：回传深度转化数据，尽早建立转化追踪，回传并核对深度数据以供模型进行学习，便于模型进行优化

第二步：启用深度自动优化，充分积累深度CV，模型控深度成本

第三步：深度CV充足（周深度 $\geq 20$ ），可尝试双出价模式。

第四步：模型稳定投放后，充分进行积极扩量、提升预算、加词等操作，效果更佳

**THANKS!**