



# 竖版视频流量矩阵

及竖版视频营销价值解读

# 竖版视频流量矩阵

## 垂直流量场景

- 内外部流量接入，竖版流量扩容

## 综合资讯场景

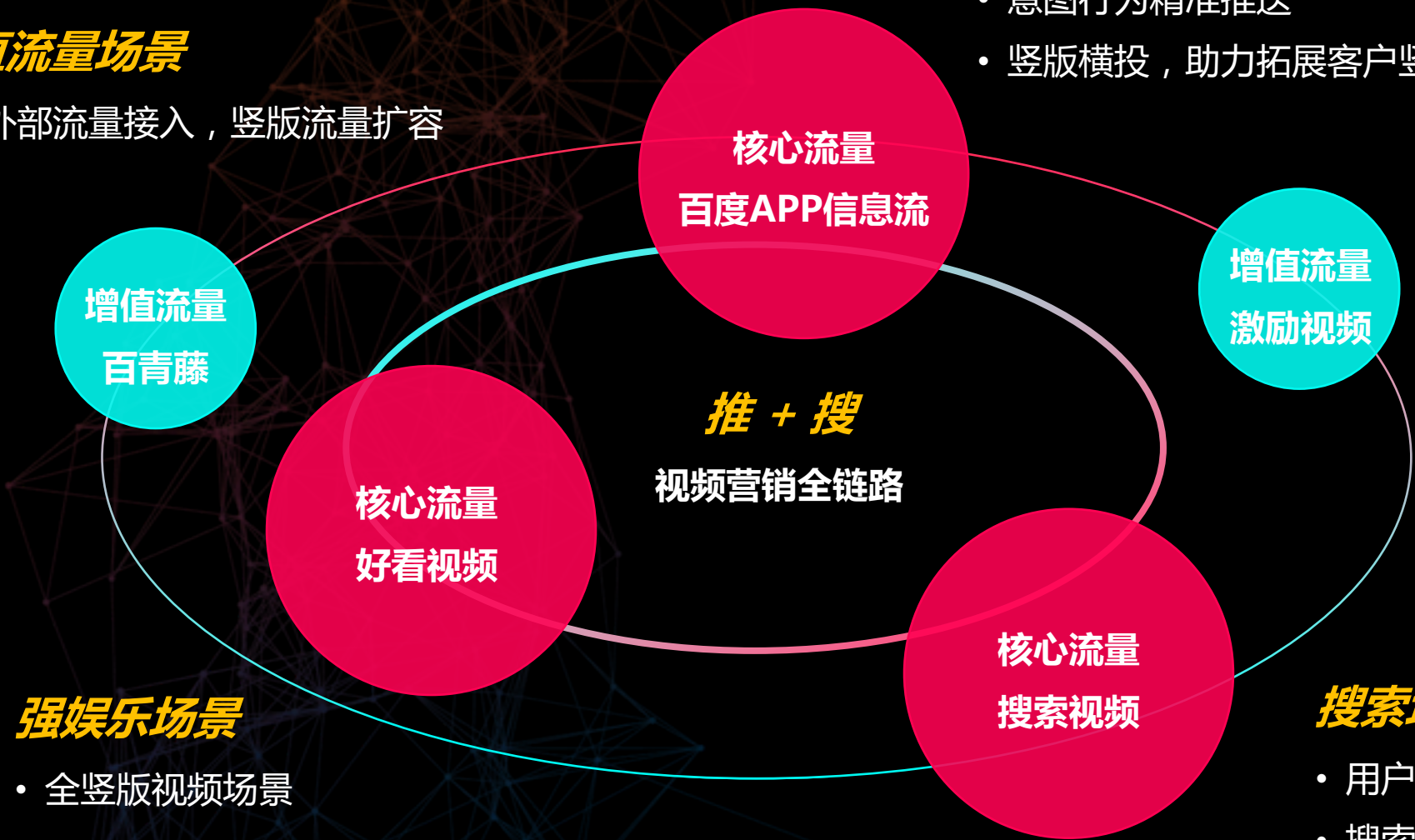
- 意图行为精准推送
- 竖版横投，助力拓展客户竖版消费

## 垂直流量场景

- 用户强需求场景触发
- 稀缺性、高转化流量
- 内外部流量接入，竖版流量扩容

## 搜索场景

- 用户强需求触发
- 搜索结果竖版沉浸，更强转化



## 强娱乐场景

- 全竖版视频场景

# 竖版视频营销价值

## 更霸屏

全屏、沉浸式体验  
更易被用户接受、引发共鸣



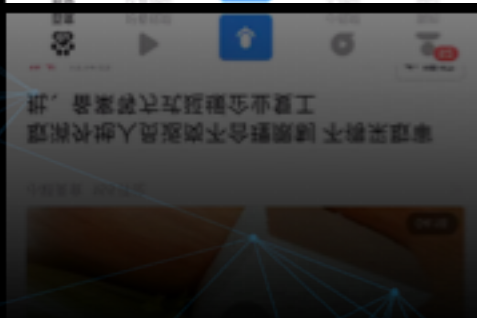
## 更省事

在其他同类媒体投放的竖版物料  
可直接复用投放



## 更精准

图文+视频动态缩略  
过滤低关注人群，  
筛出更准潜在人群



## 更高性价比

5大流量场景，陆续接入、推全  
广阔流量蓝海，有效拓量、控成本



## 转化更直接

沉浸播放时，转化按钮叠加出现  
既融入内容，又容易接受，转化  
路径更短



## 更灵活

信息流、后贴片、搜索前卡&落  
地页  
优选/单选/复选；多种投放自由  
组合





# 竖版视频不同场景与样式



百度APP列表页  
竖版横投+竖版视频，  
已全量



好看列表页直投  
竖版已全量



百青藤定投  
“竖版视频媒体包”  
(快手等主流媒体  
接入中)



激励视频  
覆盖小游戏、  
小说、百青藤等



搜索竖版视频  
搜索结果沉浸式  
落地页 (即将推出)





# 竖版视频样式详解

# 百度APP列表页

百度app核心流量通投，竖版消费提升70%+，有效控成本拓量

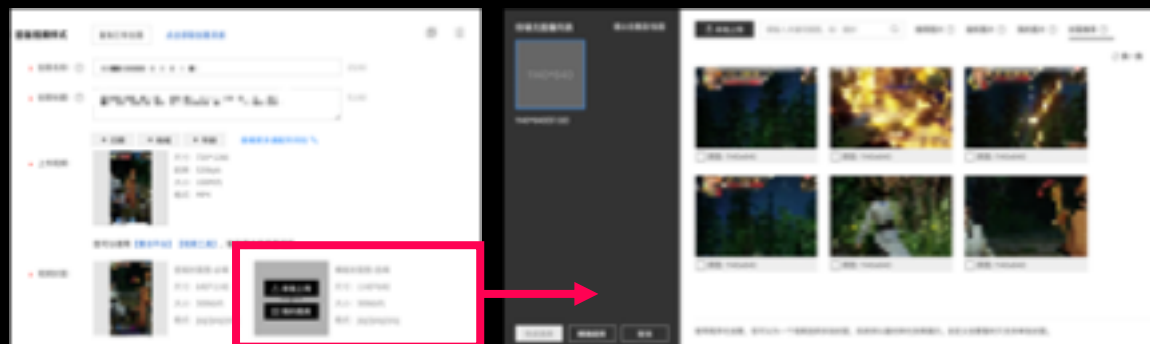
## 客户怎么投？

流量选择：优选/单选/复选

创意选择：竖版视频、竖版封面、横版封面

## 版位1：百度APP推荐列表页

目前已全量覆盖，竖版视频（竖版横投）可助力消费提升70%+



- 在“创意层级-新建竖版创意”中，手动添加封面图
- 支持创意预览，可分别查看竖版、横版封面效果
- 支持实况预览，在列表页查看横版封面投放预览
- 在“竖版视频” draw流中查看竖版封面投放预览

# 百度APP列表页



## 版位2：百度APP竖版视频列表页

百度APP推荐列表页中，带竖版视频标签的内容进入后，视频流中可插入广告



## 版位3：百度APP视频后贴片

（流量接入中）



# 好看列表页直投

好看全面支持竖版视频投放，  
展现面积更大、样式更吸睛

## 客户怎么投？

流量选择：优选/单选/复选

创意选择：竖版视频、竖版  
封面、横版封面

有用户内容播  
放时，视频广  
告未起播，展  
示竖版封面图



划到广告，  
播放竖版视频



播放中点击视  
频直接进入落  
地页



视频播放框下增  
加转化浮层，且  
支持延迟增强



- 好看竖版视频广告样式强，占位大，较横版视频CVR高17%
- 案例：某汽车平台投放竖版视频样式后，日消由5w提升至9w，CVR提升44%

# 百青藤定投

快手、七猫、小说等外部主流视频媒体陆续接入，助力竖版视频客户拓量

## 客户怎么投？

流量选择：优选/单选“百青藤-定投竖版视频媒体包”

创意选择：竖版视频、竖版封面、横版封面



版位1：滑滑版/极速版，视频draw流  
竖版视频draw流中，插入沉浸式竖版视频，左滑或点击按钮等区域，可进入客户落地页



版位2：瀑布流广告位  
列表页展现竖版封面，点封面进视频播放页（不扣费），点播放页按钮进客户落地页（扣费）



# 激励视频

稀缺、高转化视频流量，优质内外部媒体，陆续接入中

客户怎么投？

流量选择：按流量类型-激励视频

创意选择：竖版视频、竖版封面、横版封面



版位1：百度自有APP激励视频流量

- 小游戏，多端分发，覆盖多个百度自有app
- 小说激励场景、插片场景等
- 网盘会员权益等

版位2：百青藤激励视频流量

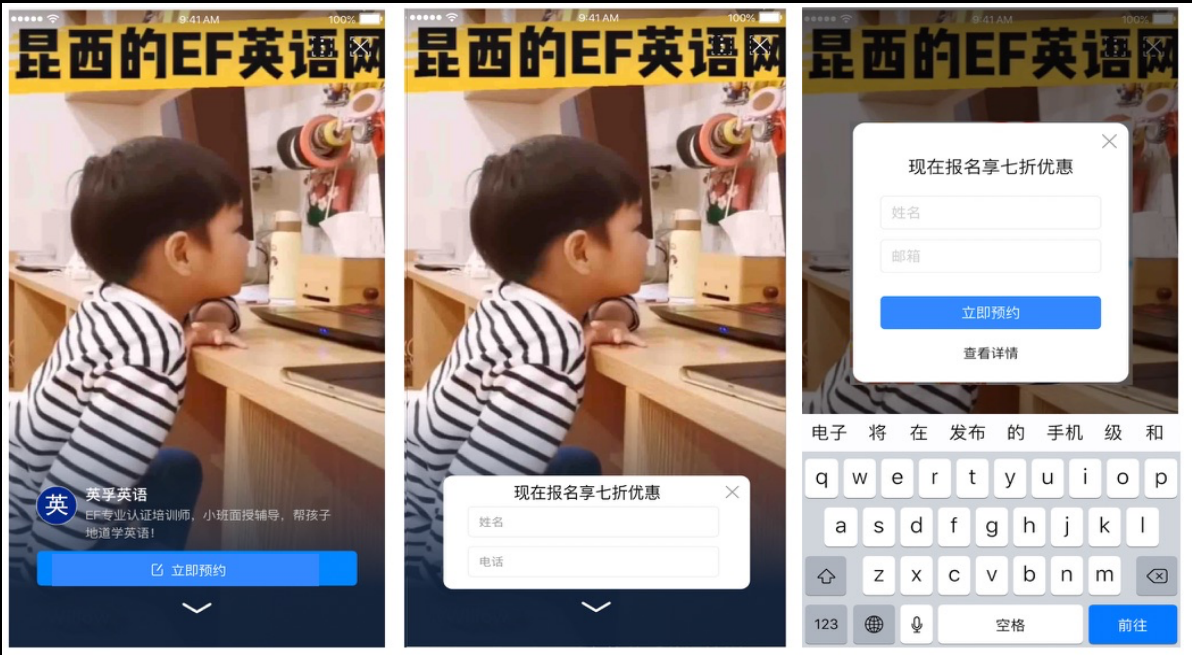
- 整合数百家媒体优质流量
- 覆盖游戏、资讯、阅读等多种场景

• 案例：某游戏类客户，投竖版视频后，日消由1.7w提升至3.9w，CVR提升31%



# 搜索竖版视频

用户强需求触发，沉浸式体验，给用户更全面了解，加速转化（已开放测试，欢迎参与）



## 强化视频内容，引导转化提升

- 首屏视频组件：视频MAX落地页叠加下载、表单、购买（调起）等转化组件
- 视频落地页模板：视频MAX落地页下拉，进入广告主落地页

# 竖版视频投放指南（新业务端）

## 方案1：竖版视频整合投放

选择默认流量，竖版视频全流量一站式投放

默认流量



流量选择 填写您的投放信息，保存单元后不可更改

投放范围 ③

默认 百青藤 自定义

## 方案2：分别选择流量投放

选择分流量投放，竖版视频精细化投放，差异化运营

百青藤



流量选择 填写您的投放信息，保存单元后不可更改

投放范围 ③

默认 百青藤 自定义

百度信息流  
好看视频



流量选择 填写您的投放信息，保存单元后不可更改

投放范围 ③

默认 百青藤 自定义

流量范围

- ☒ 百度信息流
- ☒ 好看视频
- ☒ 贴吧
- ☒ 百度小说



# 行业方法论案例



# 竖版视频案例：零售、二电



点击下方链接  
赶快抢购吧



下单不用先给钱  
货到满意在付款

- 黄金前3秒，表达产品与卖点，使用语气词、助词可以有效吸引用户关注
- 中间介绍产品优势卖点，语速略快于正常交流
- 结尾加尾帧，明确告诉用户1、2、3分别怎么做才能买到商品，引导转化
- 手机架case（左），CTR 1.1%、CVR 4.4%
- 清洁剂case（右），CTR 1.3%、CVR 2.5%

# 竖版视频案例：车辆资讯



- 沉浸式场景体现情景剧，视频前3秒快速提出买车痛点，APP承接剧情解决方案
- 该case竖版视频与整体投放相比，CTR低6%、CVR提升21%



- 从女性视角表达买车痛点，竖版沉浸式更有助于人物表现剧情
- 该case实际成本较目标成本低10%，较图文成本低19%

# 竖版视频案例：商服、金融



- 视频场景针对目标用户具备强刺激；内容有专家讲解，具备强知识性、科普性；对用户痛点强调有力
- 该case周均CTR 0.83%，实际成本低于行业大盘10%



- 沉浸式竖版场景，更易于体现人物讲解，突出“利率低、到账快、额度高、无抵押”卖点
- 该case使用竖版后，消费量级快速攀升4w+/天，较投放初期成本更低



# 竖版视频案例：教育（K12）

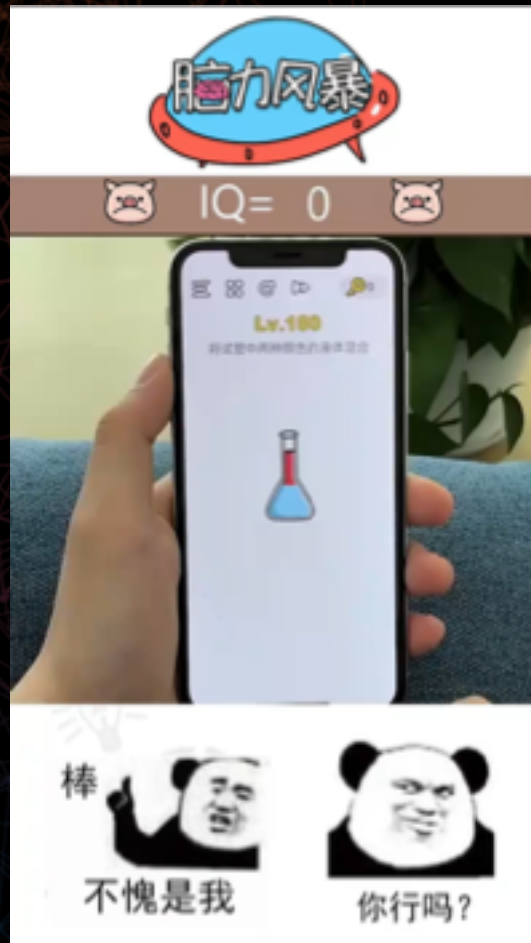


- 人物+竖版场景观看体验更平顺
- 结尾部分说明产品促销（活动）内容，引导决策转化
- 尾帧强调产品优势再次引导转化
- 该物料平均CTR 4%，来源于慧合平台
- 选择套餐：2500元
- 创作者：尚力影视

# 竖版视频案例：游戏



普通 case



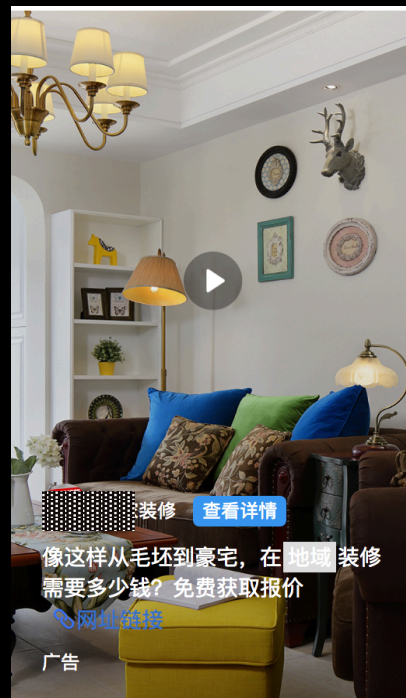
Good case

- 用户试玩视频结合沉浸式场景，增强用户代入感
- 随着游戏过关的增加，IQ持续增加，吸引用户持续观看，给予用户玩该游戏IQ增加心理暗示
- 视频下方用表情包增加趣味性，吸引用户转化
- 物料2较物料1，CTR +7%，完播率约为物料1的1.7倍

# 竖版视频案例：交友、房产家装



- 某知名社交APP投放竖版，美女帅哥偶遇，怦然心动的剧情，为视频核心内容，该创意占视频消费50%
- 消费从投放初期至十一假期，日均消费提升15.66倍



- 用竖版视频展现更多装修视觉冲击，唤醒装修需求
- 该case使用竖版视频后，平均日消费提升50%



# 竖版视频案例：行业投放技巧小结

行业	技巧
零售、二电	注重片头3-7秒，快速调起用户消费冲动（如：食欲刺激、产品功能展示等）
车辆资讯	利用竖版空间优势，充分表达人物与剧情，快速抛出车辆买卖中的痛点
商服	可以引入人物（专家、名人、权威人士）强化背书；业务痛点+解决方案，缺一不可
金融	可引入一些金融元素，如：数字、计算器、计算公式等（其他同商服）
教育	可引入一些教育元素，如：考题、计算公式等（其他同商服）
游戏	充分利用竖版视觉空间优势，如：以人物为主的游戏，仙侠、探险类等等。手机游戏竖屏与竖版视频广告，本身拥有高相似性，可以通过竖版视频，尽量体现游戏原生互动场景
交友	充分利用竖版前3-7秒，体现人物（美女）表情、外形、肢体语言，快速表达用户痛点及女性社交心理
房产家装	可以利用竖版特点，强化空间上的视觉效果，如：房间高度、窗帘、落地窗、墙面装修效果等

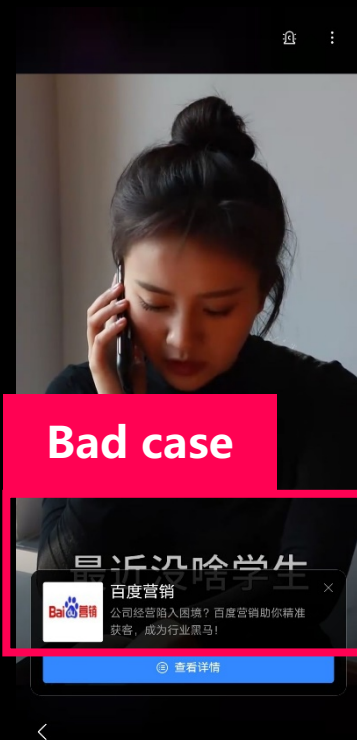


# 物料与投放指南

# 竖版视频物料指南：文字的避让



- 视频尺寸：720\*1280
- 视频大小：500M内
- 红框内为广告交互区域，不建议添加字幕等元素
- 视频常见时长：15-45s

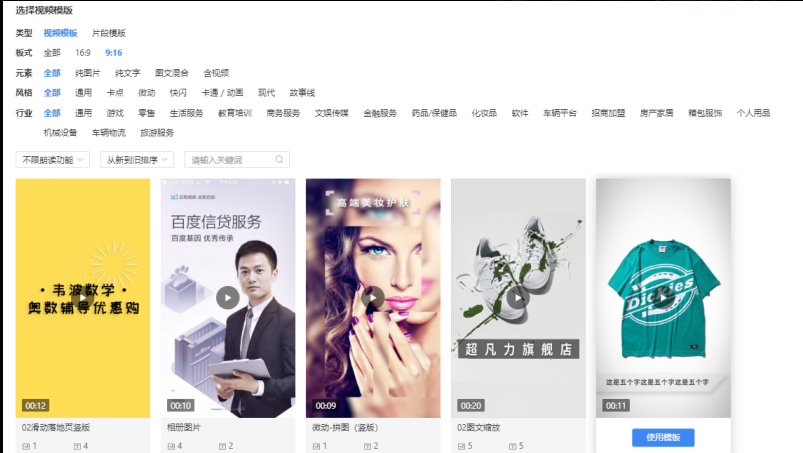




# 竖版视频物料指南：片头、片中、片尾

视频结构	视频时间	内容重点	借鉴元素
片头	抓住黄金前3秒	留住用户不滑走的关键时期	1. 感官刺激，美女、美食、豪车、别墅等 2. 卖点前置，将最能体现产品优势的内容截取3秒提前展现 3. 制造噱头，对比镜头、戏剧冲突等 4. 利益激发，红包、现金、免费、限量等元素
片中	中间故事好好讲	了解卖点优势，主动代入使用效果	1. 考虑目标用户的痛点，针对痛点阐述产品优势 2. 凸显产品的差异化卖点 3. 语速略快于正常交流，视频更有感染力
片尾	播放字幕必须有	有声播放记忆深刻，无声播放了解卖点	1. 有人说话时，搭配字幕可以加深理解 2. 借助文案、贴纸等元素强调视频重点内容
	尾帧转化不能少	和用户强调按钮位置，让用户知道转化流程	1. 把用户当作小白，明确转化路径step 1/2/3，告诉用户如何下载、如何咨询、如何购买等

# 竖版视频物料指南：工具&平台



## 工具篇：快速搭建竖版视频

- 1-筛选竖版版式、根据需求筛选行业、风格等，选择适配模板
- 2-模板合成，基于制作方法论，进行素材填充

## 平台篇：按需求采购竖版视频


平台补贴助力客户按需定制，并提供从生产到投放全程指导

- 订单消费**达制作费8倍**，即可**制作费全免**！
- 长投优惠，订单视频消费超制作费8倍，**按5%奖励下单虚拟赠款**，多投多送！
- 竖版特殊支持：免单券仅对当前竖版视频

## 慧合操作手册（上）

## 视频工具使用指南（下）





感谢关注

百度MEG / 商业产品运营 / 视频

竖版培训答疑群：3196032





# 视频物料制作口诀

