

百度信息流 动态商品广告产品手册

Dynamic Product Ads



百度信息流商品目录推广
2020年7月



目录

百度信息流商品目录推广 产品手册

1

产品介绍

基本概念 | 产品特点 | 产品优势

2

产品能力

投放原理 | 定向能力 | 解决方案

1

产品介绍

- 基本概念
- 产品特点
- 产品优势



基本概念

产品介绍



动态商品广告（Dynamic Product Ads），简称『DPA』

百度信息流 动态商品广告（DPA），是解决海量商品投放需求的信息流投放产品，它专注于围绕『商品』来实现商品的批量投放及动态创意的生成，提供精准、高效的投放解决方案。

注：百度信息流DPA的计费方式为按点击计费



基本概念

产品介绍



百度商品中心BMC

全称 Baidu Merchant Center，一站式的商品对接、存储、投放和管理优化的平台。1个客户可指定开通1个商品中心账户，同客户主体下其他账户可被授权使用其中的商品。

商品中心地址：product.baidu.com



商品目录

商品库中存放商品数据的集合。，商品目录中包含多个文件，客户通过上传/更新商品文件，来对接/编辑商品目录中的商品



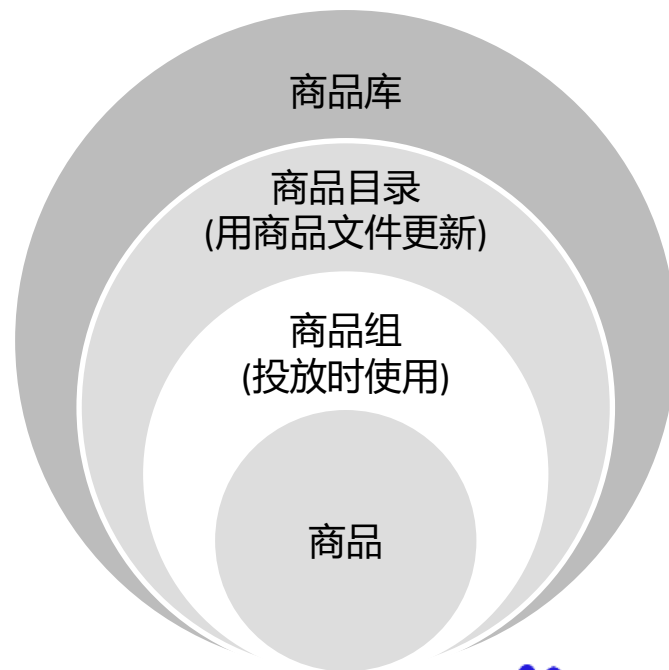
商品组

投放商品的一组条件范围，用于指定**商品目录中的特定商品集合**，代表不同推广单元下的商品投放诉求。



商品

商品目录中的每一条结构化信息，可以是实体商品或服务；任何可被若干属性结构化描述的内容，都可作为商品

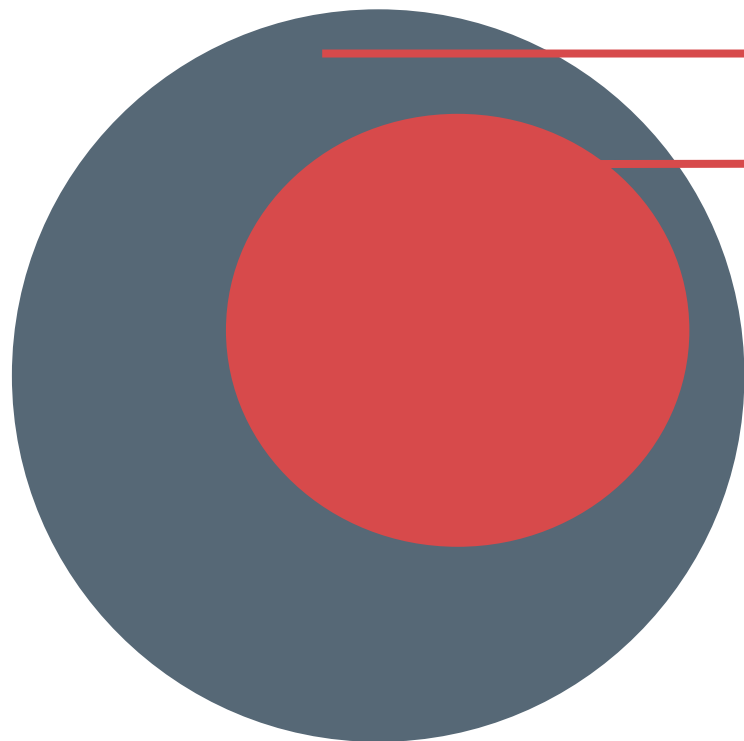




基本概念

产品介绍

百度信息流DPA与百度信息流的关系



● 百度信息流

● 百度信息流DPA

相同点

- 完全相同产品线（信息流）
- 沿用百度信息流的销售政策
- 相同的账户体系（信息流账户）
- 相同的媒体及流量资源

不同点

- DPA专注于多商品广告主的商品推广需求
- DPA拥有丰富的商品管理（商品检索、匹配及触发）技术&经验
- DPA具备更多的定向维度及方式



产品特点

产品介绍

百度信息流DPA特点



海量商品管理



千人千面动态创意



流量竞得率高



提升ROI效果

作为广告主，如果您：

有大量商品或服务需要推广；有节省人力成本的需要；有自己的网站或APP

那么您就应该在百度信息流中投放

动态商品广告（DPA）



投放痛点

产品介绍



商品量大、账户多，投放

效率低，**人力成本** **高**



创意与用户意图相关度弱，

成本高，**效果优化** **难**



流量竞得率低，展现量少，

预算多，**花不出去** **愁**



优势1：商品规模化投放，节省人力，提高投放效率

产品介绍

有图商品

商品原图吸引力低，难以把图片加工成广告素材；逐一配置效率低下

无图商品

创意图片效果衰减快，需要持续提供新图片；创意丰富度低，与用户意图匹配度更低

海量商品

商品规模大，品类多，复杂度高，人工投放&优化效率低

少量商品

拓词难度高，中长尾词难以覆盖，触达人群单一，错失商机

动态创意模板化，提升商品创意制作效率

采用**结构化商品创意模板**，实时拼接商品素材，提升创意吸引力和丰富度，降低海量图片的制作成本

依靠商品属性智能定向，提升定向效率

将商品**结构化数据**录入百度商品中心，DPA能根据商品属性，**自动拓流量**，突破传统买词限制，**解决拓词优化难题**，实现全品类和规模化的商品投放



优势2：快速生成商品广告创意，降低物料制作成本

产品介绍

海量创意制作

海量的
商品原图



各异的
商品信息



促销：
最高可享受12期免息



卖点：
超视野的全面屏

搭配结构化模板，生成海量图片



商品动态展示

名古屋商品图片，填充
进商品模板后的广告

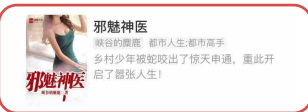


动态落地页承接

动态落地页展现更多商品，与广告创
意中每次触发的商品都相关



内容下载客户，将小说等内容
以商品方式接入，使用DPA投
放，期望以商品动态落地页方
式获得APP下载转化。



动态落地页的第1个商品和广
告创意展示的商品一致



商品推荐能力延伸，提供更
多的相关/相似商品，提升商
品落地页转化率

上海七猫文化传媒有限公司

本站仅向商家提供技术服务





优势3：根据商品属性进行定向，助力流量竞得，精准扩量

产品介绍

商业意图

- 商品智能买词（自动拓词）
- 商品意图词模板（商品属性词）
- 直接填意图词（普通KT定向）
- 意图词包（预置KT词包）

地标

- 商品地址（用商品位置信息圈人）
- 场所

人群定向

- 人群包定向
- 商品重定向（用APP人群的商品行为数据）

其他定向

- 用户兴趣点



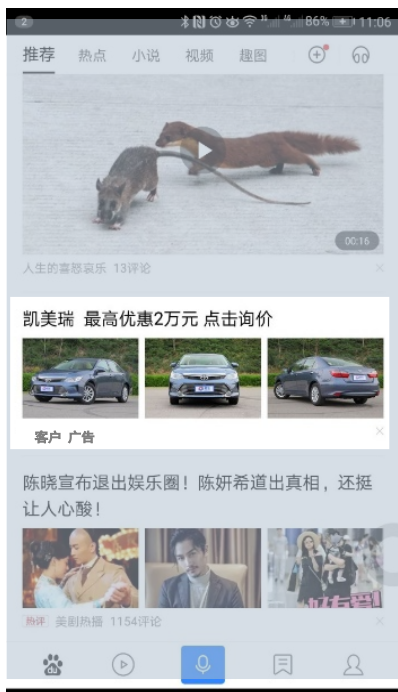


优势4：商品定向捕捉用户意图，动态创意拼接商品卖点

产品介绍

用户A

百度搜索历史：凯美瑞



VS

用户B

百度搜索历史：别克威朗



1. 商品定向。将用户行为精准匹配商品，实现**商品粒度的流量分发**，读懂用户真实意图
(左侧示例中，用户搜索词匹配到了商品名称)

2. 创意拼接。把商品信息填入创意模板，实现更丰富的**动态创意**。
(示例中使用了最简单的“商品名称”标题+“商品三图”创意模板，自动填充了凯美瑞和威朗)

3. 广告展示。**用户实时关注点与创意卖点精准匹配**，提升CTR和CVR，降低转化成本
(若同一个用户有2个关注点，能同时看到凯美瑞和别克威朗，商品创意能实现一人千面)

※ 以上仅以用户的搜索行为作为示例，其他用户行为还包括兴趣点、线下行为、APP偏好等



产品样式

产品介绍

网站链接样式

线索收集、落地页下载激活*、APP唤起、小程序和订单转化等推广诉求。

单图

大图

三图

单商品

三商品

视频

橱窗



* 以动态落地页方式，投新客下载激活（iOS或安卓），请选择计划类型为：商品——网站链接。





产品样式

产品介绍

APP下载样式

APP下载激活、激活后调起到指定APP页等推广诉求。支持iOS和安卓。

单图



大图



单商品



三图



三商品

视频下载





2

产品能力

- 投放原理
- 定向能力
- 解决方案



投放原理—DPA的核心能力是商品匹配

产品能力

『小明』刷手百资讯

识别&圈定『小明』

系统**筛选和匹配**
酒店商品信息

创意和落地页
精准对应展现



用户

用户分析



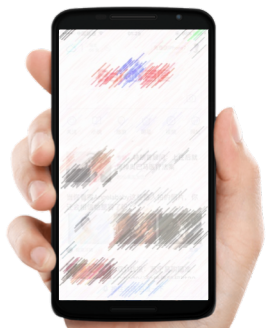
百度大脑
深度学习

商品匹配



商品组
来自商品中心

创意生成



搜索记录：上海天气、浦东五星酒店、
陆家嘴五星酒店、1500以下五星酒店

画像：男、30-40岁、本科、中等
收入、旅游、体育

金茂君悦酒店（匹配！）

（商圈：浦东陆家嘴

星级：五星酒店

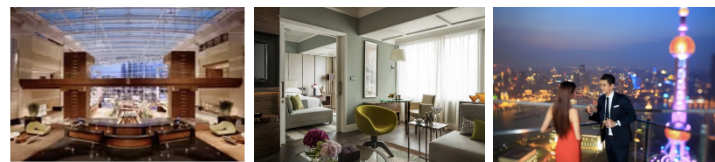
价格：1500元）

外滩悦榕庄酒店（位置不匹配）

陆家嘴如家酒店（星级不够）

丽思卡尔顿酒店（价格超标）

你所不知道的只要1500就能尽览浦江风情的浦东陆家嘴五星酒店都在这里



XX 广告





定向能力—DPA定向充分利用商品信息

产品能力

版位



流量

百度信息流

好看视频

贴吧

百青藤

百青藤即原百度联盟媒体

核心定向



DPA商品计划定向

人群包定向

* 商品智能买词/商品意图词模板
/直接填意图词/意图词包/

*商品地址 / 场所

商品重定向

用户兴趣点

带*的定向功能有特定可用条件，详见操作手册

人口学和设备等定向



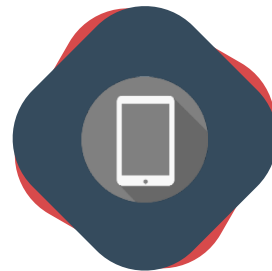
人口信息

年龄

性别

学历

省市 / *智能地域投放



设备和应用

操作系统

手机品牌

网络 / 运营商

APP偏好



解决方案

产品能力

行业

☆☆☆ 核心行业

代表：电商、旅游、
资讯、房产等

广告主有海量商品

☆☆ 重点行业

代表：金融、教育、
汽车、分类信息、招
商加盟、游戏等

广告主有大量产品

☆ 潜力行业

代表：服饰、日化等
广告主有少量商品

数据

闪投商品库

广告主
商品结构化数据

百度DMP

广告主站内
用户行为数据

策略及机制

定向算法

关键词

兴趣

商品重定向

相似人群

商品
知识图谱

基于结构化商品数据和用户数据的动态商品广告

房子迟早要买，中等收入即可入手的浦东房源
看这里！



安居客 广告

4月浦东全新开盘楼盘，户型好交通便利首付低！



安居客新房 广告

杭州竟然藏了那么多景点，别说你还没去过！



携程 广告

上海竟然藏了那么多景点，别说你还没去过！



携程 广告

使用RT及KT的精准再营销，完整覆盖百度信息流所有用户群体

1. 关键词定向（KT）：基于**百度搜索**历史的动态创意，覆盖所有人群，扩量并提升ROI
2. 兴趣定向（IT）：基于用户兴趣标签的动态创意，覆盖潜在目标人群
3. 商品重定向（RT）：基于接入**广告主端用户数据**的动态创意，提升ROI
4. 相似人群（Lookalike）：基于广告主种子人群，为广告主锁定潜力用户，扩量投放

『信息流DPA投放相关问题』hi群：1620991

『商品中心相关问题』hi群：1570901

※ 群成员有上限限制，每个代理保证至少有1个接口人进群，群内昵称规则：运营单位-角色-个人称呼

谢谢观看！