

电商店铺 产品手册

电商直投进化指南



电商店铺推广面向电商商家，提升店铺销量及订单转化，支持基本鱼、度小店、小程序，及直接调起五大电商平台APP（淘宝、天猫、京东、苏宁和拼多多）。

支持客户类型

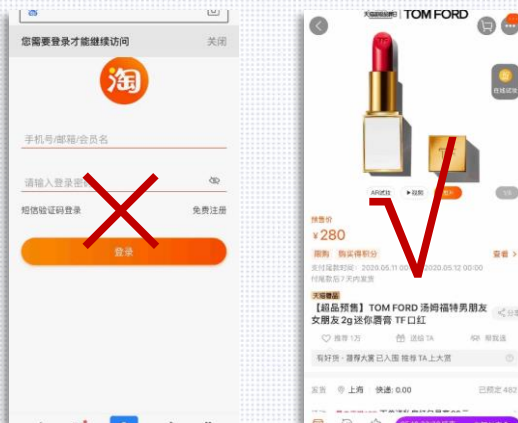
引流电商 希望引流到淘宝/京东等电商平台的电商商家

直营电商 希望推广度小店/百度智能小程序的电商商家



直接调起电商APP

淘宝、天猫、京东、苏宁、拼多多



Level UP!

转化2.0: 打通oCPC深度转化

优化目标: ☒ 转化 ☐ 点击

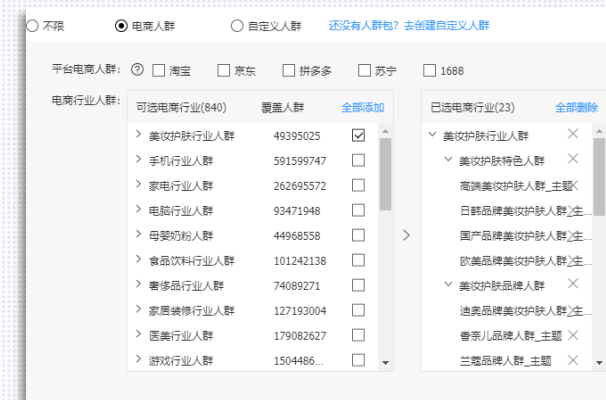
付费模式: ☒ oCPM ☐ oCPC

目标转化:

目标转化出价: 元/转化

电商店铺 功能进化2.0

定向2.0: 专属电商精准人群包



创意2.0: 电商定制高级样式



直达调起：强效缩短转化路径，拒绝流失，降低成本

袋鼠妈妈 袋鼠妈妈 小麦保湿5件套 (洁面乳+柔肤水+肌底精华液+保湿乳+BB...
现价: 368.00元起 评论: 432条 分类: 孕产妇洗护
以小麦胚芽净化为核心成分的护肤品, 配方科学无激素和刺激物添加, 非常适合于孕期护肤。适用于多种肤...



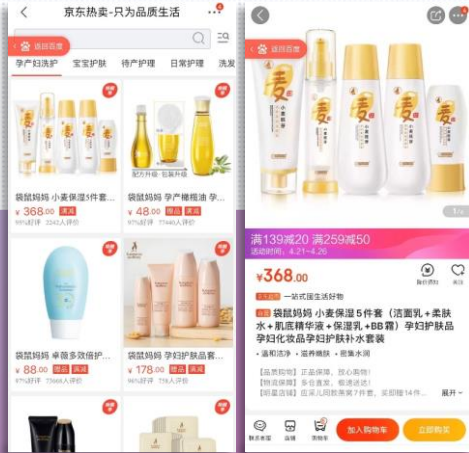
去京东查看 广告

更多推荐

点击创意



调起APP



直达店铺&商品

数据指标

| | 点击成本 | 跳转率 |
|-------|------------|-----|
| 跳转/H5 | 1 (相对值) | 32% |
| 调起 | 0.87 (相对值) | 66% |

*数据来源：百度APP后台数据 2020.3

H5体验糟糕流失



页面加载过长流失



需登录账号过程流失



极致展现：专属电商的高级创意，黄金体验一触即达



吉列剃须刀_吉列新品小云刀油痘肌舒适剃_去油
即刻再现



吉列新品小云刀,一把保护皮肤安全的剃须刀,帮助肌肤去油去
死皮,油痘肌也能舒适剃!即刻登录吉列旗舰店...

去京东_吉列官方旗舰店

店铺名称特型样式

巴黎卡诗天猫旗舰店-专业护发品牌_秀发闪耀_
即刻再现

巴黎卡诗,专业沙龙品质,墨扇发丝元气光泽,长效净彻控油,Q弹
柔顺,闪耀新生,演绎秀发极致之美,秀发柔顺闪亮...



双重功能头皮洗发 卡诗神仙精油 奇迹红安瓶精油
控油 x 滋润 亮泽柔顺 6周有效防脱

去天猫_巴黎卡诗天猫... 广告

电商商品橱窗

奇迹面霜_兰蔻菁纯面霜_饱满丰润_自带柔光



迪奥肌活蕴能紧致焕妍乳霜,源自新生源
细胞科学与花植精萃专研,迪奥新一代配
方,快速沁融于肤,即刻前往迪奥官方线上
精品店选购,尊享免费配送...

我是子链接一

我是子链接二

我是子链接三

我是子链接四

去淘宝_兰蔻官方旗舰店 广告

电商子链样式

吉列剃须刀_吉列新品小云刀油痘肌舒适剃_去油
即刻再现



吉列新品小云刀,一把保护皮肤安全的剃须刀,帮助肌肤去油去
死皮,油痘肌也能舒适剃!即刻登录吉列旗舰店...

去京东_吉列官方旗舰店 广告

电商大图样式

精准定向：定向大进化营销更直白，目标人群近在咫尺

电商平台人群包



美妆护肤行业人群
手机行业人群
家电行业人群
电脑行业人群
母婴奶粉人群
食品饮料行业人群

电商主题人群包

大促敏感人群
电商常驻人群
电商高潜人群
内容种草人群
直播人群
.....

二类电商人群包

二类电商人群：

| 可选二类电商(24) | 覆盖人群 | 全部添加 |
|------------|----------|--------------------------|
| 家居建材-高精度 | 22083058 | <input type="checkbox"/> |
| 家居建材-精准 | 38910025 | <input type="checkbox"/> |
| 手机数码-扩量 | 73282264 | <input type="checkbox"/> |
| 手机数码-高精度 | 20335786 | <input type="checkbox"/> |
| 手机数码-精准 | 37532053 | <input type="checkbox"/> |
| 文化玩乐-扩量 | 71434066 | <input type="checkbox"/> |
| 文化玩乐-高精度 | 20088674 | <input type="checkbox"/> |
| 文化玩乐-精准 | 37296892 | <input type="checkbox"/> |
| 家居建材-扩量 | 72712354 | <input type="checkbox"/> |
| 服饰鞋包-扩量 | 73316711 | <input type="checkbox"/> |



深度转化：打通oCPC，智能出价懂你所想



优化调起

长效积累

智能触达

优化目标： ☒ 转化 ☐ 点击

付费模式： ☒ oCPM ☐ oCPC

目标转化：

APP调起点击

APP调起点击

目标转化出价：

1.12

元/转化

创意有效点击率 +18.5%

调起人群重合率 +9.2%

页面到达成本 -27.7%

已覆盖



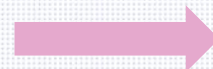
搜索



信息流



百青藤



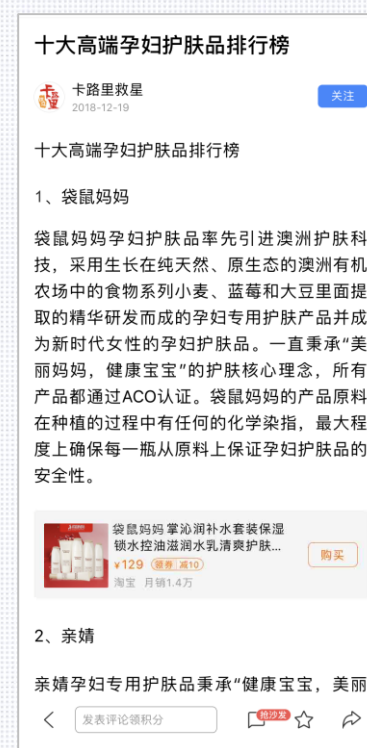
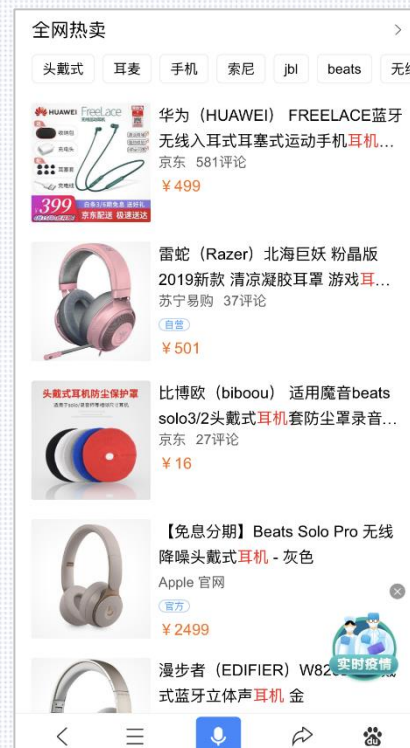
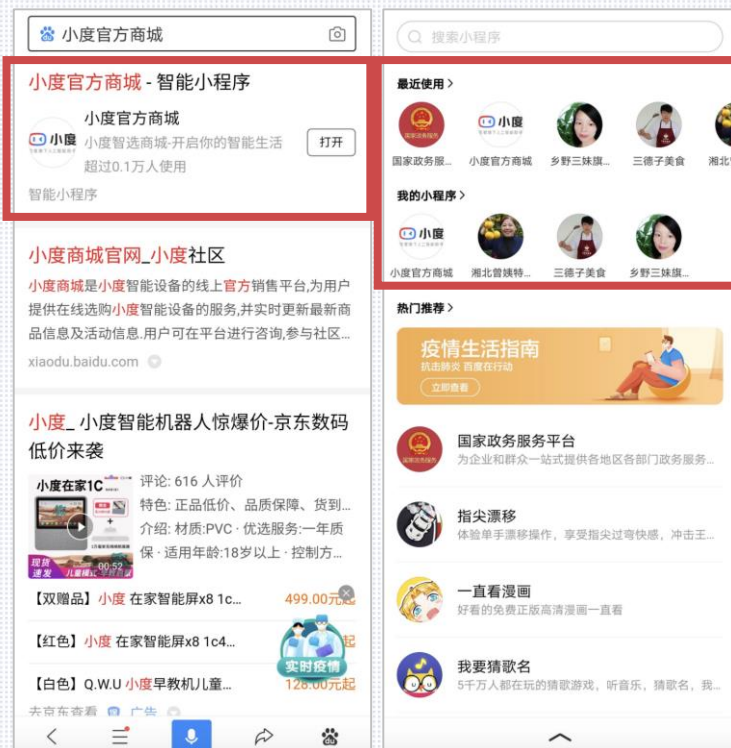
度小店：自营私域流量+自然流量

商品阿拉丁：商业流量+自然流量

百家号文中/文底：内容流量

电商场景全流量覆盖

为商家打通更多的流量场景



百科

图搜

经验

多模

知道

产品玩法 / 多场景投放

新品发布，吸睛获量

搜索-高级样式

方太集成烹饪中心_新品发布_推动集成灶全新升级

方太集成烹饪中心,幸福升级,只需1平方米,带你实现36种烹饪方式!优品低价,匠心品质,新品发布...



蒸烤一体省空间 多种蒸烤方式
猛火节能易清洗 火力再创新高
超薄低吸上排烟 让油烟走高速

淘宝_APP内查看 广告 强调新品卖点

信息流-大图样式

方太集成烹饪中心 集成灶全新升级 幸福发布



方太集成烹饪中心 新品首发
限时尊享三重首发特权
集成灶全品类热销812万单销量

“首发”吸睛

明星商品，稳定投放

搜索-基础&高级样式

如何断母乳-诺优能官方旗舰店,入会攒积分兑奶粉



诺优能奶粉入会专享三重好礼:奶粉免费送,基础样式兜底展现

Sulwhasoo雪花秀中国_官方主页

雪花秀,高端草本护肤品牌雪花秀,矢志追求和谐与平衡之美,帮助恢复肌肤平衡状态.



雪花秀润燥精华 雪花秀时光精华 雪花秀抗糖眼霜
打底必备 分层抗老 眼见年轻

sulwhasoo.tmall.com 高级样式凸显特征

信息流-图片&视频样式

会议平板优选MAXHUB,智能书写,会议MAXHUB会议平板制定机型覆盖书写,展示,协同需求



会议平板 电子白板 展现使用场景

给你皮肤洗个澡



视频降低用户流失

热点/季节商品，借势推广

搜索：多样式强宣传

自然堂官方旗舰店_来自大自然的护肤...

自然堂,运用自然成分科技,自然堂发掘你与生俱来的美,旗舰店选购..



高级样式强宣传

烈日防晒乳 4%烟酰胺提亮安 冰肌粉底液

兰蔻第二代「小黑瓶」,一瓶重现细嫩好肤质!



1瓶 重现细嫩好肤质
兰蔻第二代「小黑瓶」
即刻焕采

大图高溢价稳定展现

信息流-图片&视频样式

谢娜被问会带娃么? 霸气回应惊呆网友!



场景化提升代入感

同样是孕妇,为啥别人皮肤这么好,自己却老三年?



需求切入引起关注

1 直接调起APP

最短转化路径



淘 天猫
京 京东
苏宁易购 suning.com

2 中间页调起APP

提升认知及接受度

相信很多人都有过早上起来,就感觉嘴巴苦苦,口气很难闻,这个时候你是先查清楚原因,还是放任不管,绝大多数人的心理是存在疑惑,但因为害怕麻烦就随它去了。早上醒来后,感觉口干,有苦味,有时候打个哈欠之后,还有一种异常难闻的味道。这时候,大部分人都认为,可能是上火,问题不大。别忽视,这种状态,反映了很大的问题!

口臭,通常称之为少阳病,通俗说就是湿气和,肝胆相表里,口苦属胆气上逆,因为胆汁是苦的,所以肝胆火旺易引起口苦,同时火容易耗伤津液,所以会出现口干迹象。

口臭的成因,多由于脾虚不能运化水湿,湿阻于肝胆水分吸收,受脾虚无法运转而形成肝胆火旺,故口苦常与舌苔厚白同见,一方面由于脾胃失和,腐脾之阳虚而湿盛,另一方面由于肝胆湿郁,运转不足,腐脾之阳虚。



-内容中间页:
软文安利新品,
帮助用户理解,
带来更多转化

-使用oCPC优
化点击成本

提升购买欲

1折 秋上新 菲妮迪女装专场

热门新品



-商品中间页:
展示相似或补
充商品,增加
用户购买机率

-使用oCPC优
化点击成本

强化产品特征

24h*水感在线 缔造孕期水光肌



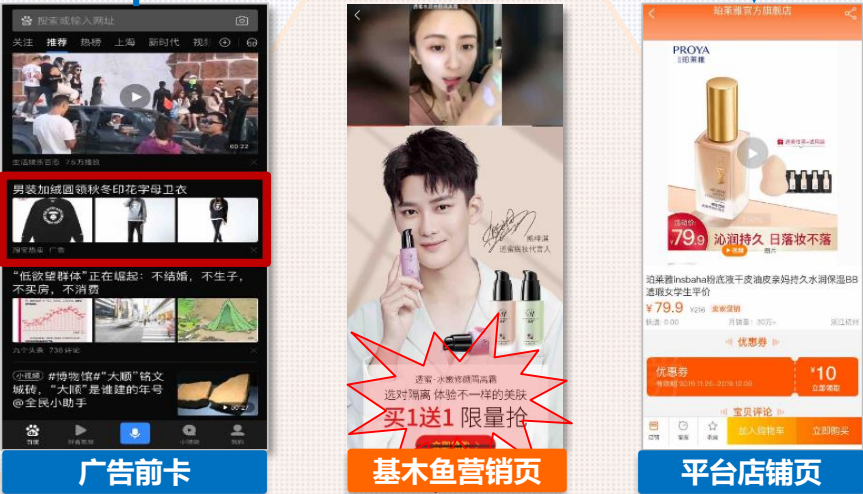
仅限今天 点击抢购
—加送12件礼 | 1元换购面膜—

-大图中间页:
强化品牌特色
与调性,刺激
用户点击购买

-使用oCPC优
化点击成本

1 承载更丰富信息，进一步激发用户购买需求

BEFORE 直接调起，后端转化效果
依赖于用户自身需求和平台落地页



2 进店人群更高转化，正向拉动店铺自然排名



3 支持OCPC，智能出价优化成本

| BEFORE | AFTER |
|--------|--------|
| CPC | OCPC |
| 人工优化 | 智能优化 |
| 批量流量理解 | 单次流量理解 |
| 点击出价 | 转化出价 |

拓量
增效
减损

AFTER + 基本鱼中间页
强化产品特色与优惠信息，刺激用户点击，买买买！

产品玩法 / 基本鱼中间页+oCPX

- 通过使用基本鱼中间页，再次激发用户需求，增加领券引导，极大提高用户购买率。
- 通过oCPX，针对流量特征，进行动态出价，获取更易转化的用户，提升调起转化率。

基本鱼中间页oCPX
调起转化率

最高达
50%

平均转化率
30%

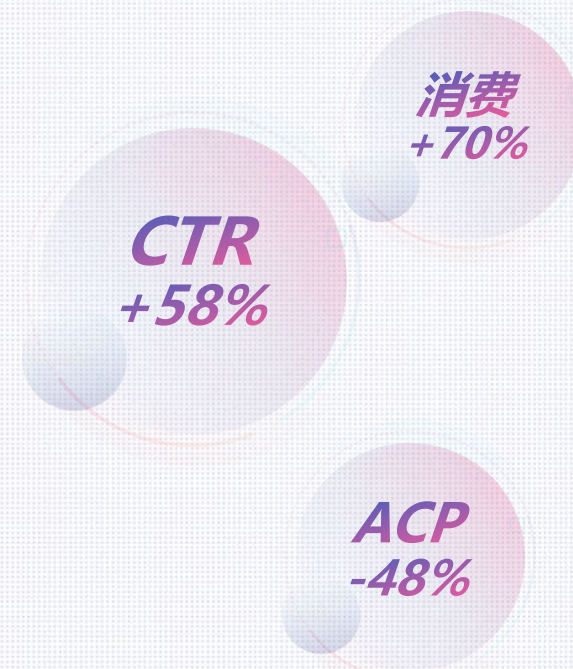
较CPC平均转化率

+76%

ROI
+105%



通过在竖版视频样式内，上传横版封面，将广告投放至百度APP首页等更多优质流量下。



准备期

蓄水期

预热期

爆量期

618商家引入

预售物料准备

行业运营支持
全电商行业，
旗舰店客户优先

产品功能支持
活动样式升级、
定向扩量、
落地页多样化

创意

内容型创意助力新客种草

水解蛋白奶粉和普通奶粉的区别_2020水解奶粉No.2_澳洲超级能恩更少过敏

水解蛋白奶粉和普通奶粉的区别,小分子易吸收,让正常宝宝远离过敏,切断过敏原,GINI临床有效验证水解蛋白奶粉和普通奶粉的区别!添加DHA钙铁锌等多种营养素,亲近宝宝营养需求,口味清淡,宝宝爱喝!

去京东查看 广告

定向

搜索

排行榜词, 如:
“国产女包排行”
内容问答词, 如:
“电饭锅怎么样”

信息流

内容种草人群

落地页



内容落地页
软文/视频种草

实现A→I

优惠券+倒计时组合拳预热



搜索

活动词, 如:
“零食优惠”

信息流

电商常驻人群
电商高潜人群

领券落地页
领券备战双十一

预售落地页
预售提升下单量

实现A→I→P



直播引流促成单



搜索

直播词: 品牌、
品类、网红名称

信息流

大促敏感人群

商品详情页
最短购买路径

直播落地页
直播导流购买

实现I→P



直播节点

直播预约

直播中

直播回放

直播已结束

搜索

创意样式

信息流

物料要求



搜索：除大图样式外，另有单图、小图、纯文字等多种创意样式可选



信息流：百度app-媒体直播样式

账户计划ID

图文物料

直播节点

确认直播预约-进行中-回放-结束的具体时间段

导流页面

支持五大平台电商
淘宝、天猫、京东、苏宁、拼多多
直播间导流需求

店铺定位

面向孕期哺乳期的女性提供护肤及美妆产品

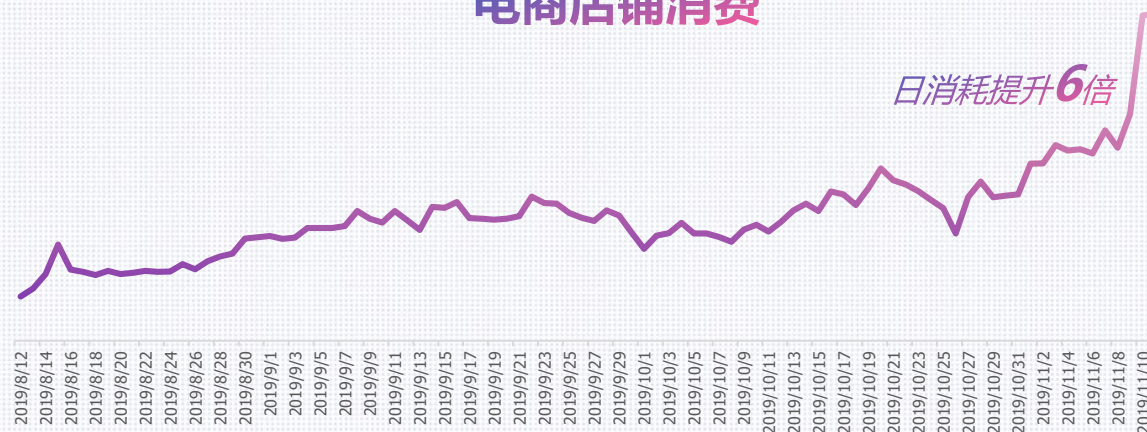
营销诉求

通过电商店铺投放, 提升订单转化率

投放痛点

H5导流电商平台, 投放路径长, 图文样式广告点击率低

电商店铺消费



定向策略

通过孕妇化妆品、袋鼠妈妈等词, 在保证效果的同时获得大量流量

ROI
+25%

创意策略

橱窗样式充分展现产品形象及产品特点; 巧用样式突出节日促销活动, 刺激点击; 以子链形式, 详细描述品牌特点;

CTR
2.23%+



绑定高级样式
提升点击率



使用电商店铺
直达平台APP

店铺定位

专注高端厨电领域, 为追求高品质生活的人们提供优质产品服务

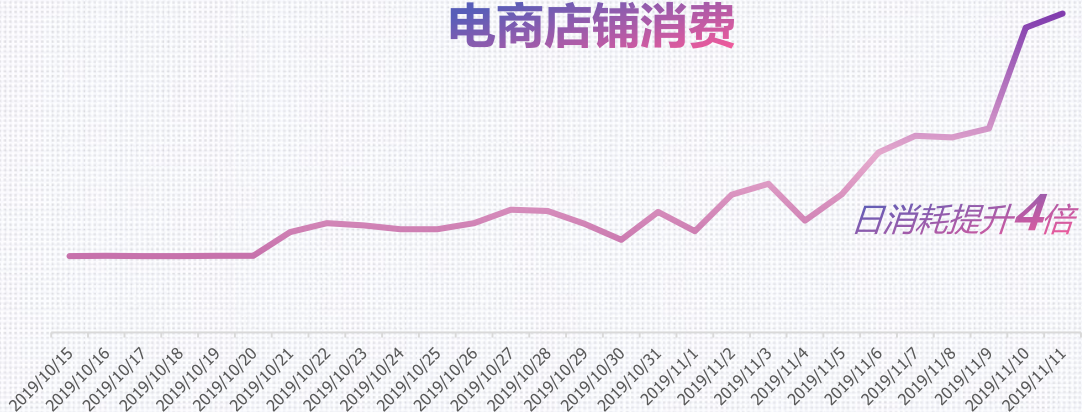
营销诉求

通过电商店铺投放, 提升订单转化率

投放痛点

H5导流电商平台, 投放路径长, 用户无法在店铺内沉淀

电商店铺消费



方太燃气灶_官方直销_就在方太天猫官方旗舰店

FOTILE 方太
因爱伟大

方太全线产品享方太至诚服务:5年包修, 免费送装, 更多优惠活动请咨询客服! 您的厨房, 总有方太至诚关怀, 闪电发货, 送货上门, 7天无理由退货, 优质服务等你来!

淘宝_APP内查看

广告

基础样式



到商品详情页



新品标题

方太集成烹饪中心_新品发布_推动集成灶全新升级

方太集成烹饪中心, 幸福升级, 只需1平方米, 带你实现36种烹饪方式! 优品低价, 匠心品质, 新品发布...



蒸烤一体省空间
多种蒸烤方式



猛火节能易清洗
火力再创新高



超薄低吸上排烟
让油烟走高速

产品特征

淘宝_APP内查看

广告

高级样式

定向策略

通过方太、燃气灶等词, 在保证效果的同时获得大量流量

创意策略

标题突出新品发布, 橱窗样式展现产品详细特征与卖点;
文案突出官方、服务、售后等特点, 打消用户对高客单价的不确定性

ROI
+300%

CTR
1.44%+

店铺定位

提供系列卫浴生产研发、销售、服务的专业品牌

营销诉求

通过电商店铺投放，提升订单转化率

投放痛点

双11导流至电商平台APP，H5路径较长，希望提升转化

电商店铺消费

2019年11月1日起正式双11投放，消费稳定，Bigday集中放量

2019/11/1 2019/11/2 2019/11/3 2019/11/4 2019/11/5 2019/11/6 2019/11/7 2019/11/8 2019/11/9 2019/11/10 2019/11/11



【前期】
引导加入购物车/收藏宝贝

【中期】
抽奖活动吸引，提高参与度



【后期】
突出特价、限时、优惠政策



定向策略

意图词定向更精准，尤其是“马桶卫浴”类；
兴趣定向拓量效果显著，且平均点击价格最低

创意策略

通过优惠信息吸引客户，限时预售/抢先预定，刺激客户点击查看；
展示产品，吸引对产品感兴趣的客户，同时叠加优惠信息，刺激有意向客户点击查看。

ROI
+50%

CTR
1.79%+

店铺定位

倡导乐享自然，
美丽生活的理
念，为爱美人士
提供专业产品和
服务

营销诉求

通过电商店铺
投放，提升订
单转化率

投放痛点

双12导流至电商平
台APP，H5路径较
长，希望提升转化

电商店铺消费

2019/12/6 2019/12/7 2019/12/8 2019/12/9 2019/12/10 2019/12/11 2019/12/12

品效合一



品牌词>>自然堂

突出品牌特点、调性，橱窗
样式多图影响用户心智

产品提效



产品词>>小紫瓶、积雪草...

强调产品功能，吸引目标人群，
选用大图，提高CTR

通用词提量



产品词>>面膜、护肤...

展示产品图，筛查意向用户，
呈现更多信息，吸引点击

周订单量
+1.2倍

ROI
+94%

CTR
1.24%+

店铺定位

面向0-3岁婴幼儿，提供“来源自然口味清淡”的奶粉

营销诉求

通过电商店铺，提升CTR，增加品牌曝光

投放痛点

2020年1月初H5投放，CTR在4.7%左右

基础样式-单图-兜底

电商商家爱用：获量保障
优惠：入会专享三重好礼,免费申领
调起提示：去淘宝查看

高级样式-橱窗-提升CTR

买词：“试用装免费领取”是百度高展现的query，达到了获量的效果
优惠：新客入会立减60元
橱窗：体现客户产品核心优势
标题:XX旗舰店突显品牌+爆品，双重倍书
调起提示：去淘宝查看

基础样式

诺优能品牌-诺优能官方旗舰店_入会享好礼



诺优能奶粉入会专享三重好礼:奶粉免费申领,开罐无忧退,积分抽奖送大礼.新客入会立减60元,全店通用.诺优能奶粉,100%原装原罐,众多妈妈信赖之选.

去淘宝查看 广告

橱窗样式

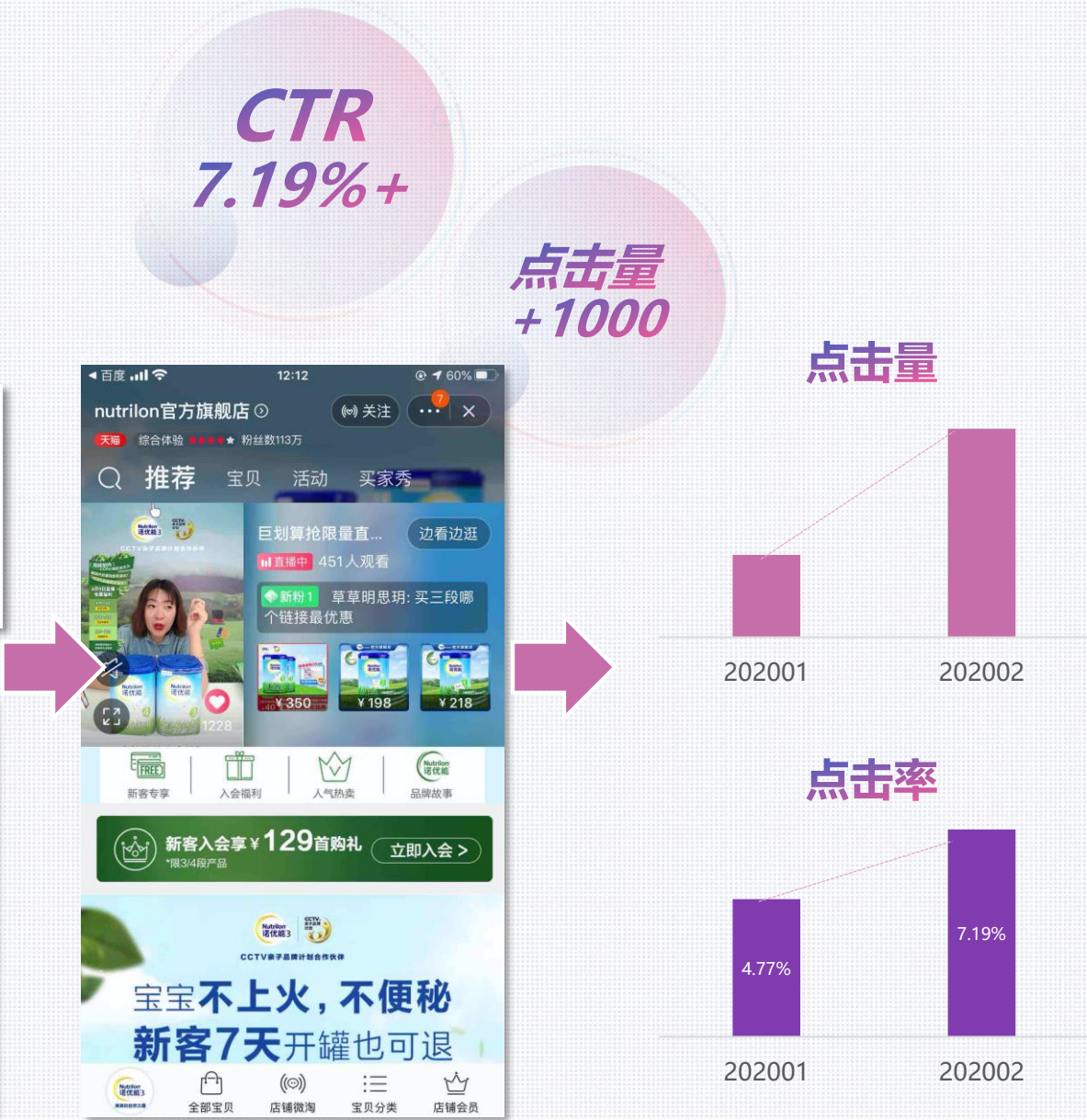
奶粉试用装免费领取-诺优能官方旗舰店_入会享好礼

诺优能奶粉入会专享三重好礼:奶粉免费申领,开罐无忧退,积分抽奖送大礼.新客入会立减60元,全店通用.诺优...



荷兰牛栏诺优... 平均260天户外... 100%乳糖配方...
原罐原装进口 蛋白质含量高 口味清淡

去淘宝查看 广告



更多知名企业的信赖之选



主域一致性

账户主域



广告落地页域名

- 淘宝与天猫的域名已经互相打通，例：账户主域支持taobao，将自动支持tmall落地页

成交数据监控

百度监控
前端数据

百度 >>

消费

展现

点击

CTR

CPC

CPM

- 淘宝天猫店铺推荐：淘宝客等
- 京东店铺推荐：黑珑

客户反馈
转化数据

电商APP数据监控工具 >>

销售额

成交量

PV/UV

新客

加购数

收藏数

■ 加入百度Hi群

KA-电商店铺推广-产品答疑群

群号：1869288

直销-电商店铺推广-产品答疑群

群号：1869201

渠道-电商店铺推广-产品答疑群

群号：1869295

■ 邮件发送：eshop@baidu.com;

搜索：

KA客户统一发送至IMO行业邮件组；

SME-直销-liufei04@bj.baidu.com；

SME-大渠道-所在区域的区域经理邮箱

信息流：

KA客户统一发送至IMO行业邮件组；

SME-直销-liufei04@bj.baidu.com ；

SME-大渠道-feed-test@baidu.com

Q1: 电商店铺产品当前支持哪些电商平台调起?

搜索与信息流支持天猫（调起淘宝）、淘宝、京东、苏宁、拼多多五大平台。

Q2: 推广链接在自动生成调起链接时报错怎么办?

只要确保推广链接中包含支持调起的平台域名，即可自动生成调起链接。

Q3: 保存创意时提示链接主域不一致怎么办?

搜索和信息流都需要确保推广链接主域与账户主域一致才可进行投放，如果域名不满足请重新申请新账户或申请放新域名进行投放。

Q4: 什么场景下可以实现平台电商的调起?

在百度APP里，且手机里已安装被调起的app，例如淘宝app、京东app等。不支持pc端或web端调起。

Q5: 搜索里已经搭建了电商店铺的创意，为什么还是调起失败?

请首先确认：1、**关键词**是否有h5监控链接？如果有，请给关键词添加调起链接，当前投放网站（www2.baidu.com）已经支持批量自动生成调起链接；

2、是否所使用的创意都支持调起？举例：如果使用了高级创意，则高级创意也需要添加自动调起链接；

3、手机中已经安装了被调起平台的app；

确认以上都无误后依然无法调起，请提供账户userid、广告点击串、无法调起的广告录屏，在“产品反馈群”中进行反馈。

Q6: 如果调起失败是否还能进入客户的落地页?

可以，会进入H5落地页，即原本的推广链接。

Q7: 如何持续优化电商店铺的投放效果?

1、使用数据监控工具，了解投放的转化效果，并针对性进行投放优化；

2、仅使用了搜索推广基础创意，而未使用高级创意（shantou.baidu.com），导致ctr不理想。当前高级创意已支持自动生成调起链接。

Q8: 落地页是天猫或者淘宝页面时，不使用电商店铺，也会进入落地页后调起，和电商店铺调起的区别是什么?

电商店铺的路径是点击广告后直接调起，无须进入落地页，且第一次调起之后就不再需要弹窗询问调起，路径更短、调起更稳定、转化效果更好。



让 营 销 更 简 单



微信公众号



官方网站