



百度引流电商投放方法论

家电行业篇

2020.7

百度商业产品部

Part I 行业概述

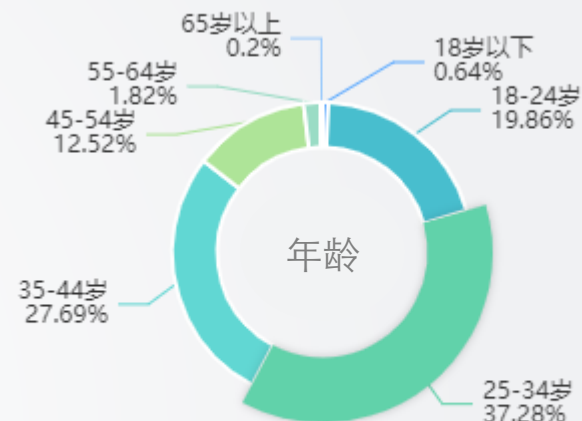
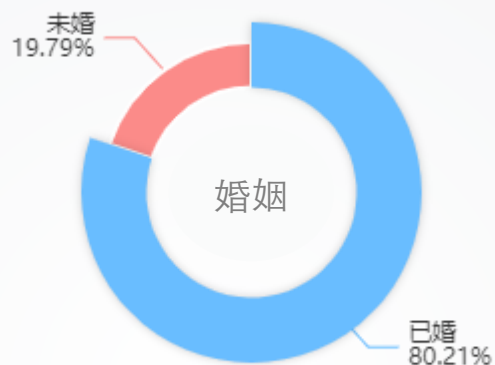
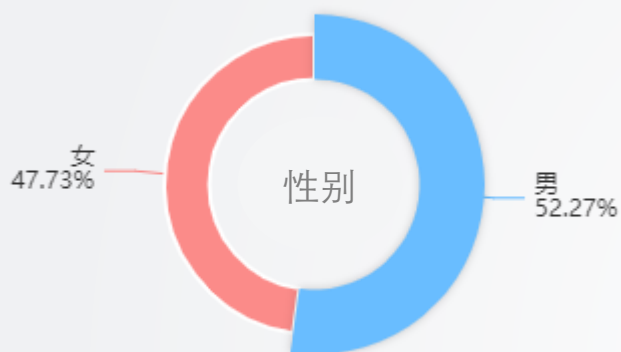
- 家电行业人群画像
- 家电行业流量分布



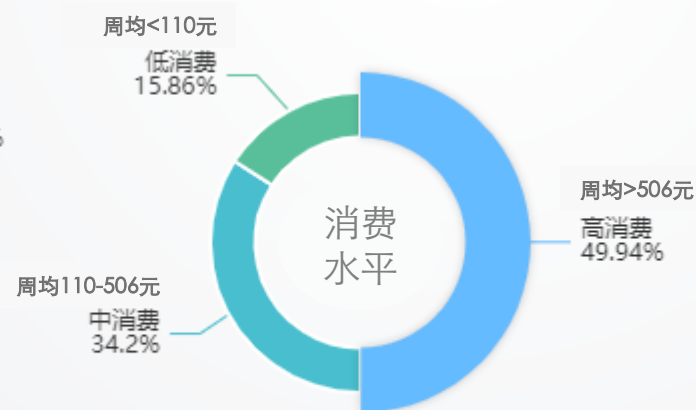
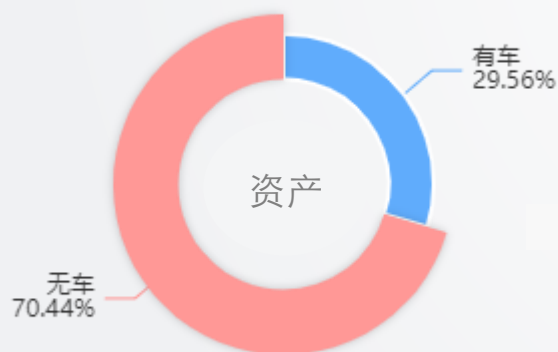
Industry

家电行业人群画像

> 人生阶段 👤



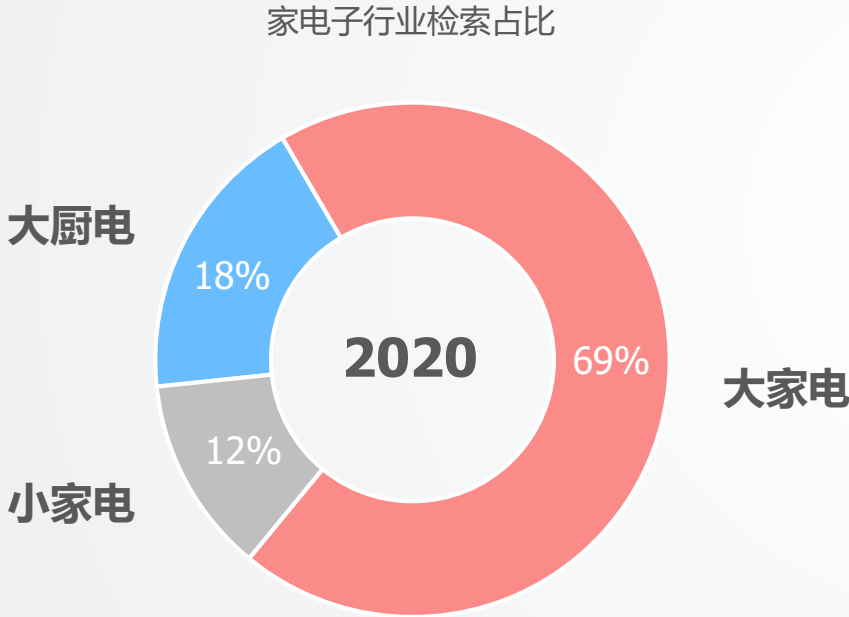
> 消费能力 💰



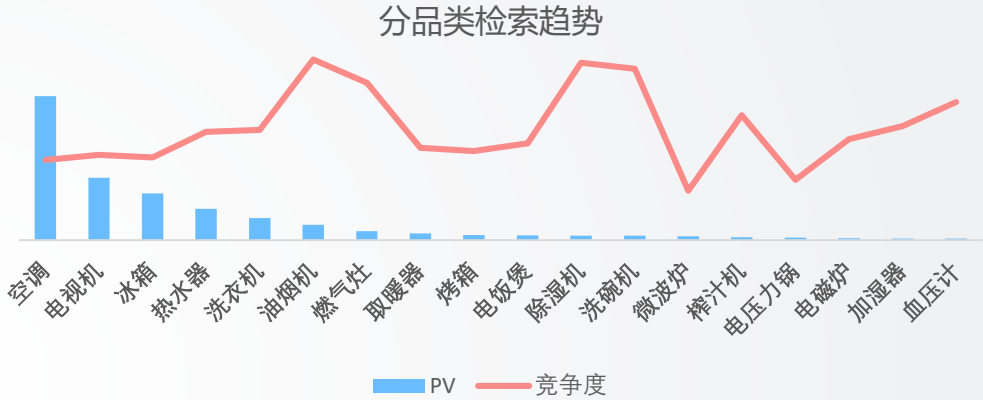
家电行业人群男女性受众均衡，年龄集中在25-44岁间，多为已婚人士，中高消费水平为主，能接纳不同客单价的家用电器。

家电行业流量分布

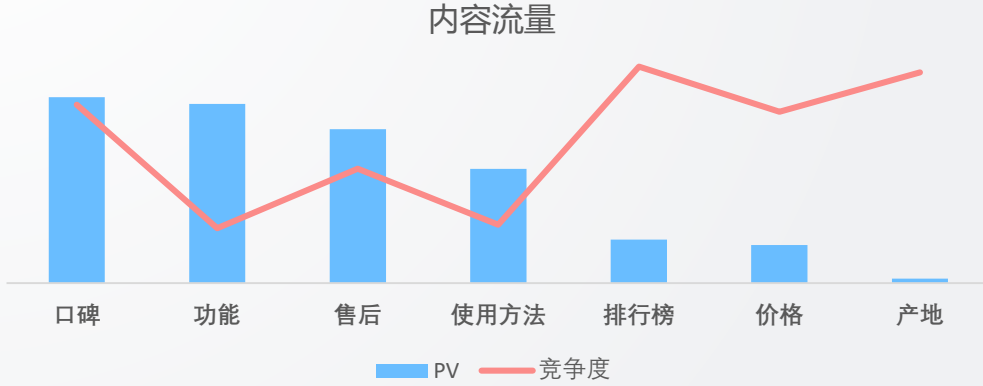
- 家电行业检索流量中，大家电需求占总体2/3，其次为大厨电和小家电



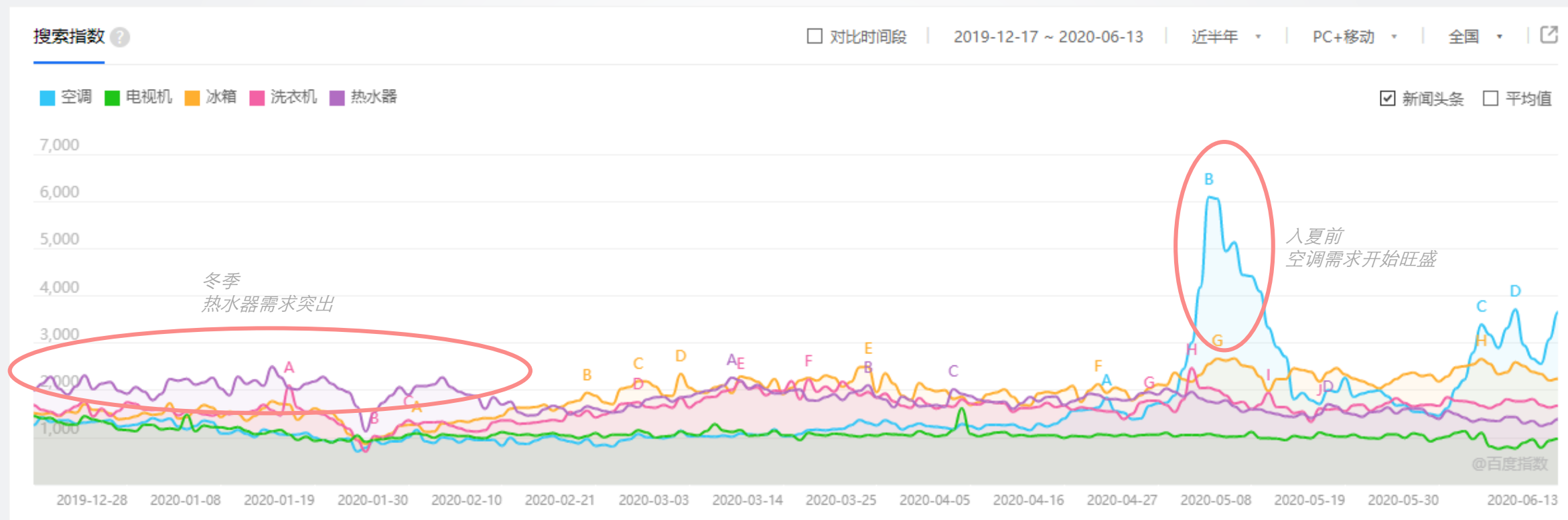
- 空调、电视机、冰箱、热水器和洗衣机为用户热搜品类。



- 除搜索分品类产品外，用户还会通过百度了解家电产品的口碑、功能、使用方法和售后服务等信息。



家电主要品类搜索趋势平稳，空调&热水器季节性波动明显



Part II 搜索投放优化指南

- 搜索投放优化方法论
- 客户优化与自查



Search

搜索投放优化方法论



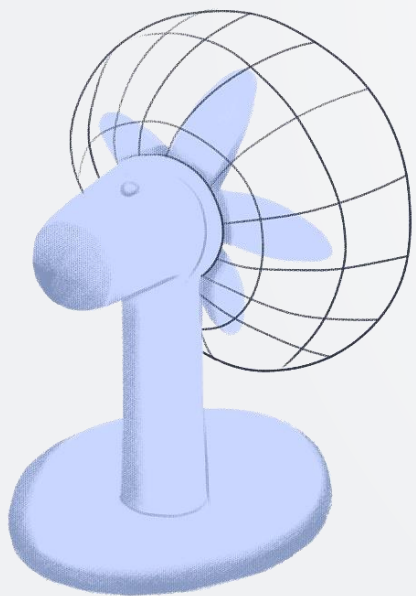
提升ROI = 流量+创意+落地页

行业ROI区间参考：3~8



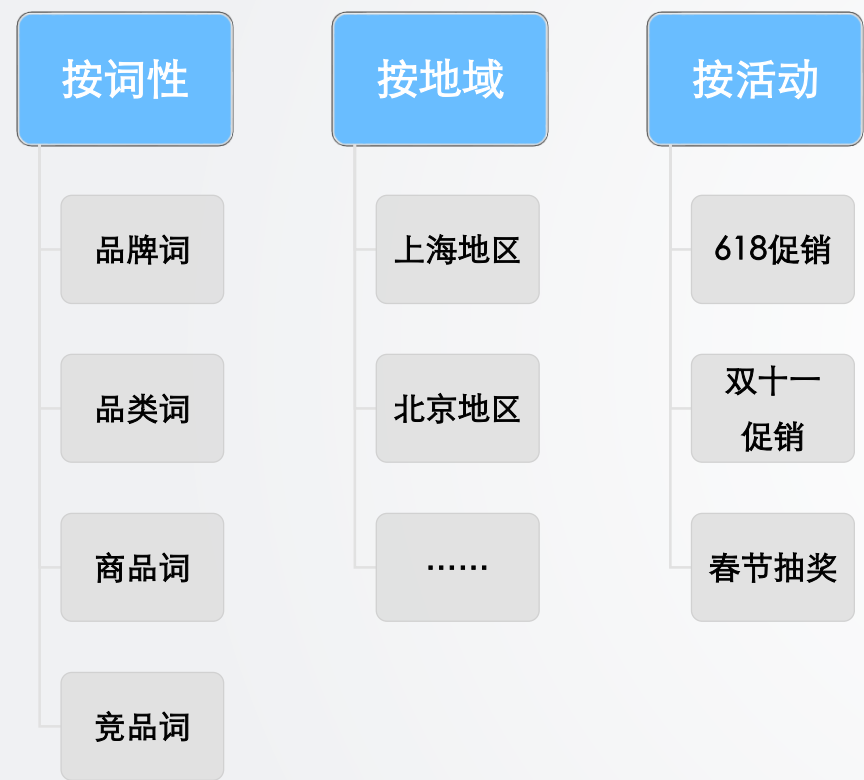
提升CTR/展现 = 流量+创意

行业CTR区间参考：3%~5%



投放计划搭建建议

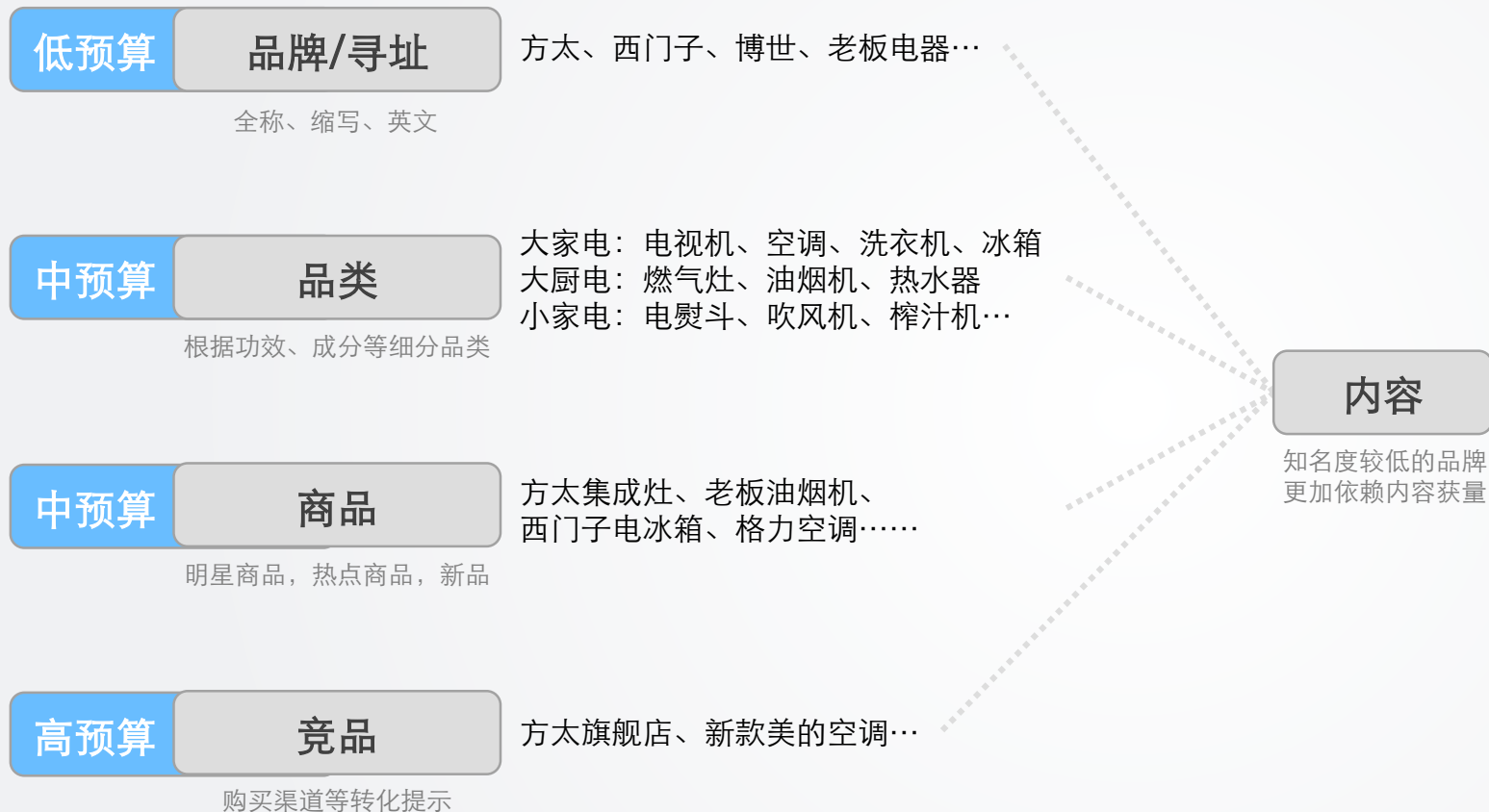
单品投放



多品投放



流量-流量类型



分品类top query 举例

- **空调top query**: 空调哪个牌子好、空调维修、空调一级能效和三级能效的区别、变频空调和定频空调的区别
- **电视机top query**: 电视机品牌排行榜、买什么液晶电视比较好、电视机在哪里买比较好
- **冰箱op query**: 冰箱温度怎么调、冰箱质量排行榜前十名、冰箱什么品牌最好
- **热水器top query**: 热水器哪个牌子好、口碑最好的燃气热水器、热水器打不着火
- **洗衣机top query**: 全自动洗衣机怎么用、洗衣机维修咨询电话、洗衣机不脱水是什么原因、洗衣机品牌排行

.....

流量-如何买词

关键词优化师

推广管理

数据报告

资产中心

工具中心

帮助

账户工具

历史操作记录

后台任务记录

新户训练营

定向工具

关键词规划师

创意工具

图片工具

视频工具

慧合平台

广告识别

闪投商品推广

落地页工具

基本鱼

智能落地页

优化工具

oCPC

优化参谋

生意罗盘

商盾-恶意点击屏蔽

推广实况

业务竞争分析

展现诊断

平台工具

百度营销API

百度营销客户端

百度营销APP

关键词定制

定制要求：客户日均投放2w起
投放时间：不少于一个月

可申请与PM联系，定制买词建议

流量-如何出价



流量-优化买词与出价

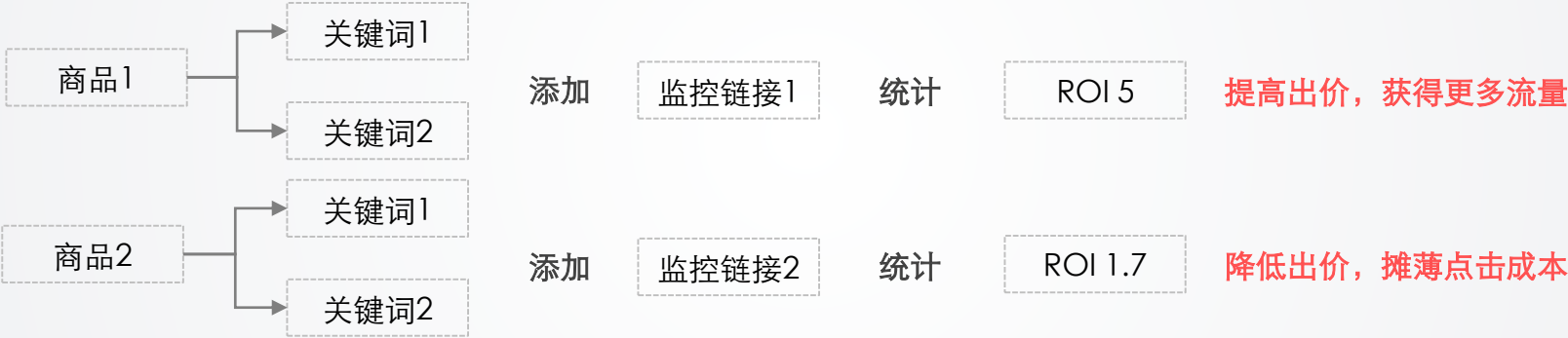
01

一词一监控链接



02

一品一监控链接



03

一类一监控链接



创意

01 高级创意要绑定

站内直达

CTR 10.9%

家电特惠季 线上商城大促来袭

家电大牌口碑保障, 打造品质生活新体验! 折扣狠, 送货快, 省事又省心, 享受愉悦购物体验

家电新品

全场满减

分期付款

官方正品

去京东查看 [品牌旗舰店](#)

广告

CTR 7.5%

新品家电特惠季 线上商城特惠来袭



满2000减150

大牌家电口碑保障, 打造品质生活新体验! 折扣狠, 送货快, 省事又省心, 享受愉悦购物体验!

新品入口

特惠入口

全场满减

去京东查看 [品牌旗舰店](#)

广告

全息

爆款单品橱窗

CTR 4.5%

养生壶/煎药壶厨房小电【特惠来袭】

养生壶/煎药壶 性能更高, 大牌品质, 一键开启养生新生活



去京东查看 [品牌旗舰店](#)

广告

活动大图

CTR 8%

家电品牌_科技开启新净生活 满1000减150



家电科技公司, 致力于设计和研发能用科技来简化人们生活的产品. 家电品牌旗舰店保修长达5年...

去京东查看 [品牌旗舰店](#)

广告

行行通

CTR 8.6%

家电特惠季 线上商城大促来袭

家电大牌口碑保障, 打造品质生活新体验! 折扣狠, 送货快, 省事又省心, 享受愉悦购物体验

新品预售: 十余款新品全新上市, 预售折扣限量抢

全场满减: 全场集中特惠十日, 更有会员价折上折

特惠入口: 十余个爆款商品特惠秒杀, 每日三轮

去京东查看 [品牌旗舰店](#)

广告

CTR 5%

家电特惠季 线上商城大促来袭

大牌口碑保障, 打造品质生活新体验! 折扣狠, 送货快, 省事又省心, 享受愉悦购物体验



空调



电视



洗衣机

去淘宝查看 [品牌官方旗舰店](#)

广告

创意

02

优质创意多尝试：灵活运用各种创意标签，展现最关键的信息

活动优惠

家电特惠季 线上商城大促来袭

家电大牌口碑保障，打造品质生活新体验！折扣狠，送货快，省事又省心，享受愉悦购物体验



多门冰箱

每满百减20

对开三门冰箱

明星产品88折

对开门冰箱

8折让利优惠

去淘宝查看-品牌官方旗舰店  广告 

新品发售

家电特惠季 线上商城大促来袭

家电大牌口碑保障，打造品质生活新体验！折扣狠，送货快，省事又省心，享受愉悦购物体验



多门冰箱

618新品首发

对开三门冰箱

新品全场88折

对开门冰箱

全场满百减10

去淘宝查看-品牌官方旗舰店  广告 

售后/福利

家电特惠季 线上商城大促来袭

家电大牌口碑保障，打造品质生活新体验！折扣狠，送货快，省事又省心，享受愉悦购物体验



多门冰箱

会员3重好礼

对开三门冰箱

送保鲜3件套

对开门冰箱

3年免费保修

去淘宝查看-品牌官方旗舰店  广告 

例：橱窗不仅可以用来展示商品名称和价格，还可以展示活动优惠、新品发售、售后服务或更多福利活动。

创意

03

广告相关性要高

计划：品牌计划

买词：单品

创意：品牌相关，无单品信息

Bad Case:

搜索单品，出现品牌大图，未展现用户所需信息



计划：单品计划

买词：单品

创意：单品信息

Good Case:

向用户展现单品的精准结果



落地页

前链广告商品与落地页商品一致，或在落地页中做重点突出



油烟机 方太 选方太油烟机 厨房空气智能管家

油烟机 方太,方太智能油烟机,五重油烟净化系统,呵护家人健康.安享清新厨房空间.方太天猫官方旗舰店,送货...



搜索优化自查表

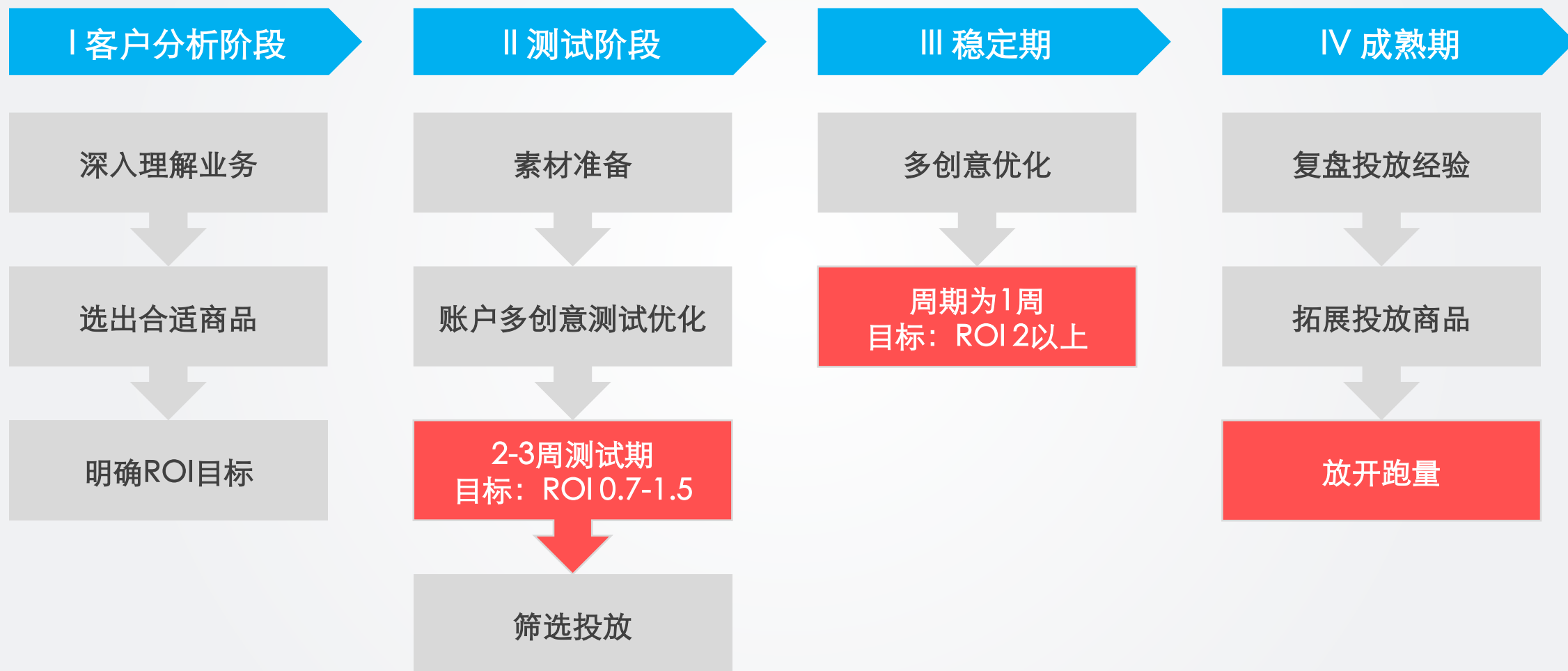
	To do	是	否
账户搭建	账户是否搭建完整	✓	
买词与获量	流量是否拿得全（品牌/寻址、品类、单品、内容）		
	流量是否拿得准（买词+出价）		
	高ROI的流量是否拿得多		
	高展现的流量是否拿得到		
	标杆竞品如何买词（提供标杆竞品）		
创意表达	是否使用高CTR创意		
	创意表达是否吸睛		
广告相关性	广告相关性是否合适？		
	与前链广告相关性是否高		
突出重点	转化提示是否清晰		
	重点信息是否突出		

Part III 信息流投放优化指南

- 信息流投放优化方法论
- 客户分析与优化

信息流投放优化方法论

提升ROI=流量+定向+oCPC+创意



客户分析阶段

选品：1-4款商品进行测试

店铺(客户)筛选有门道

标准	天猫平台客户	非天猫平台
店铺等级	不低于一冠	不低于两钻
发货时间	24小时内	48小时内
店铺评分	不低于4.7分	不低于4.7分
店铺粉丝	高于50w	-
店铺活动	高频参与 (证明在平台有任务指标)	购买直通车广告以及淘宝客优先
客户自身	复购率 > 10%，收藏 > 5%，加购12%，进店支付率5%	客户利润毛利高于70%，复购率 > 6%，收藏 > 4%，加购6%，进店支付率3%

明星商品：店铺爆款，销量冠军



明星商品：百度高流量商品



测试期

01

流量：百度信息流

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 ?

默认

百青藤

自定义

流量范围

☒ 百度信息流

☐ 好看视频

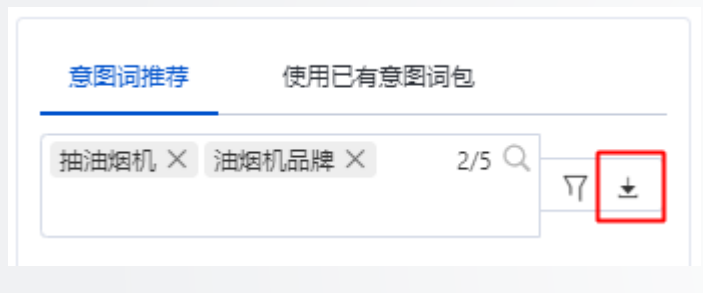
☐ 贴吧



测试期

02 定向：意图词或细分人群包

意图词：可下载词包，确定词包内容是否与产品特征相符



电商平台人群包：找到细分行业人群包



自定义人群包：可用lookalike拓展客户自有人群或关键词人群挖掘，获得定制人群包

➤ 拓展人群



➤ 关键词人群



测试期

03

OCPX出价：基于基本鱼中间页，第一阶段转化出价，30~50元之间进行测试

添加链接

跳转页面

其他单页

☒普通链接

咨询页

小程序

普通链接

https://equity.tmall.com/tm?agentid=486C

跳转App

开启后优先跳转App，失败将尝试跳转网页（仅在手机环境下支持）

唤起链接支持填写以下两种形式：

1. 直接输入跳转App的唤起URL，例如tbopen://xxx

2. 输入普通H5页面链接，支持自动封装为唤起URL

唤起链接

tbopen://m.taobao.com/tbopen/index.html?&a

确定

取消

优化目标：☒转化 ☐点击

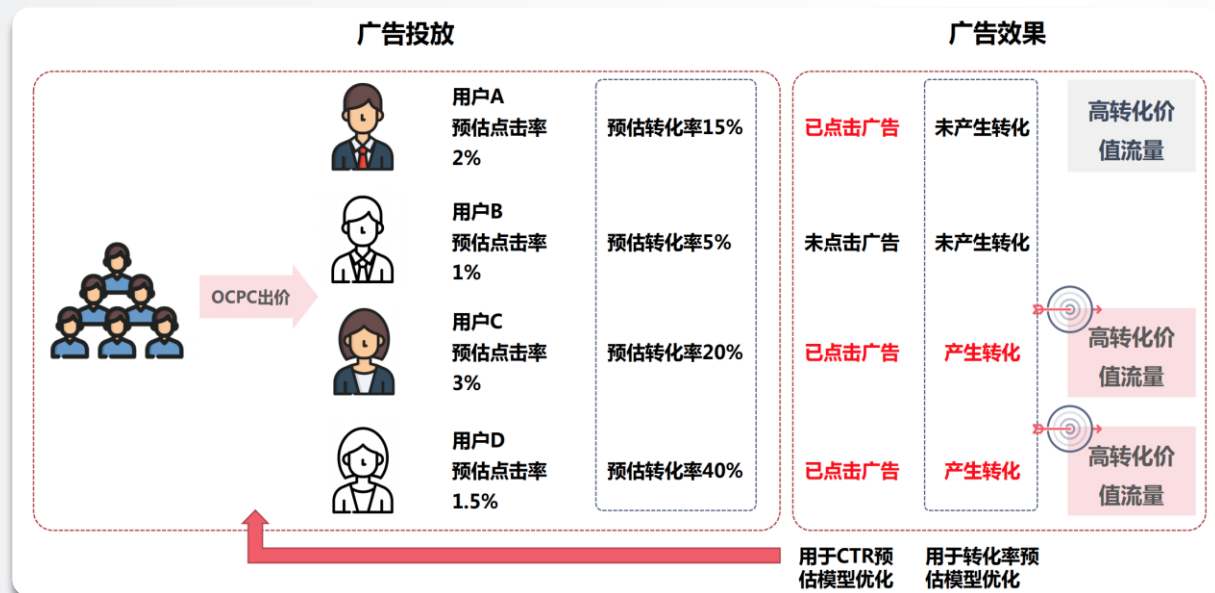
付费模式：☒oCPM ☐oCPC

目标转化：APP调起点击

目标转化出价：1.12 元/转化

1 支持跳转可自动生成唤起链接

2 设置转化出价



测试期

04

基本鱼中间页搭建技巧

与前链广告相关性

品牌无油空气炸锅，家用新款特价，网红大容量全自动，小白也能变大厨

八大选择理由
简约不简单
控温精准 小白也能变大厨

品牌天猫旗舰店 广告

大容量全家尽享
配隔油托盘

HOT 限时立省 **210元**

新品首发 爆售80000+ **289元**

聚划算 1722件已售 **¥499 券后¥289**

商品券满498减210 店铺券满69减10 领券>

美的无油空气炸锅家用新款特价网红大容量全自动旗舰店电炸薯条机

享1退货运费险 天猫无忧购 花呗分期 月销3万+

聚划算 聚划算，一起团，更划算！

浙江嘉兴·快递包邮·大牌好货·假一赔四·免费取...

配送至：张江高科技园区，请选择颜色分类

天猫APP | 信用购 0元下单，喜欢再付款 0元下单

客服 店铺 收藏 加入购物车 马上抢 券后¥289

清晰的转化提示

空气炸锅先行者
煎/炸/烘/烤/焙 样样精通

新品限时88折

一键领券

“立即点击”
“一键领取”
“点击购买”等
清晰的行动号召

明确干净的信息呈现

4.2L大容量全家共享
双旋钮时间温度均可控制

爆款特惠到手低至
289元

抢先下单送多重豪礼

减 限量领券立减210元 到手价低至 **289元**

享 下单送一年整机换新 LONG TERM CARE 一年免费换新服务

页面主色：不超三种
信息呈现：商品/优惠/品牌/销量/售后等信息中，单个页面上信息组合不超三种
商品数量：一个最佳，不超过两款主打

测试期-创意图文

05

创意：1-2套精品图文创意

挖掘商品核心卖点

尺寸、能效、清洁、质保

定向人群特征

站内订单成交人群特征分析

文案关键词

高品质、智能、无忧售后

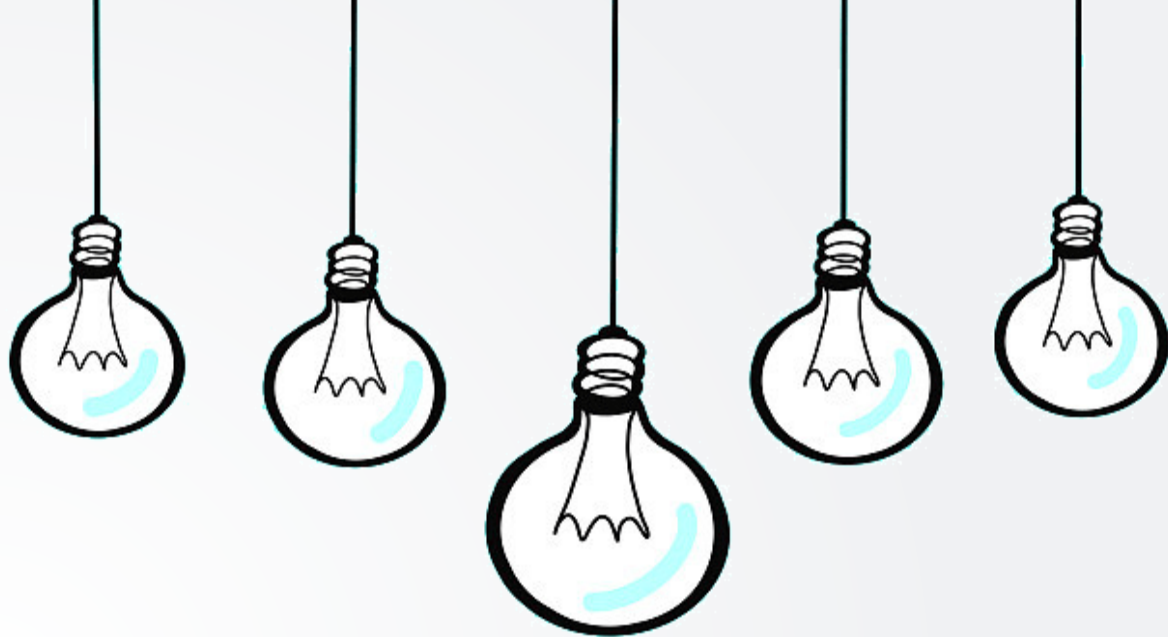
图片关键信息

科技感、健康生活、便捷操作

程序化创意

多套创意组合，
通过CTR筛选1 ~
2套高质量创意进
行持续测试

手动组合创意



所属账户:



支持批量上传标题和图片，系统将根据标题*图片*样式的最优组合，对不同流量进行不同展现。[程序化创意介绍](#)

创意生成方式

程序化 ?

自定义 ?

测试期

05

创意-视频

视频物料制作指南：

- 15-45s是较常见的视频时长，分阶段内容呈现的重点可以参考下表

视频时间	内容重点	借鉴元素
黄金前3秒	留住用户眼球的关键时期	• 感官刺激：美女、美食、豪车、别墅等
		• 卖点前置：将最能体现产品优势的内容截取3秒提前展现
		• 制造噱头：对比镜头、戏剧冲突等
		• 利益激发：红包、现金、免费、限量等元素
中间好好讲	让用户了解 产品优势&卖点	• 考虑目标用户的痛点，针对痛点阐述产品优势
		• 凸显产品的差异化卖点
		• 语速略快于正常交流，视频更有感染力
尾帧促转化	让用户知道 怎么转化	• 把用户当作小白，明确转化路径123，告诉用户如何购买、如何下载、如何咨询等等

测试期

05

创意：1-2套视频优质案例

A. 百度app-主feed列表页：

- 商品、新奇特爆品；
- 价格概念相对模糊，多为XX元起；
- 重视描述使用场景，茶壶、马刀锯、人字梯；
- 多以商家口吻描述商品优势/价格

B. 百度app-小视频列表页：

- 商品为主、助农电商；
- 商家口吻介绍优势/价格

C. 好看app-列表页：

- 领现金；
- 强调“九块九”

平均播放时长=7.2 完播率=10.4%



平均播放时长=3.5 完播率=6%



平均播放时长=4.2 完播率=8.9%



测试期小结

32套测试方案

获得最优选品1-2款，总结定向及创意经验



如何设置预算

充分预算 (>1K)、避免撞线

- 撞线可能刚好错失了转化
- 撞线导致超投限制，影响放量
- 模型需要充分的数据输入，才能更加稳定
- 模型存在时间维度，建议维持投放，至少维持时间区间内的稳定

如何测试效果

AB测试，验证效果

模块	设置
预算	同
投放时间	同
定向	同
一阶段出价	同

广告投放链路拆分数据分析

广告端-中间页-电商侧，数据化综合分析

广告端				中间页							电商侧						
展现	点击	消费	点击率	浏览量	页面抵达率	按钮点击量	二跳转化率	调起量	调起成本	调起转化率	订单量	成交率	客单价	G M V	收藏	加购	R O I
多套方案搭建测试，配优质人群包定向和oCPX辅助转化				承上启下，突出核心卖点，通过，从页面颜色、信息呈现、商品数量上科学设计，吸引用户							优化店铺落地页内容，提升服务质量，进一步刺激用户转化						

稳定期

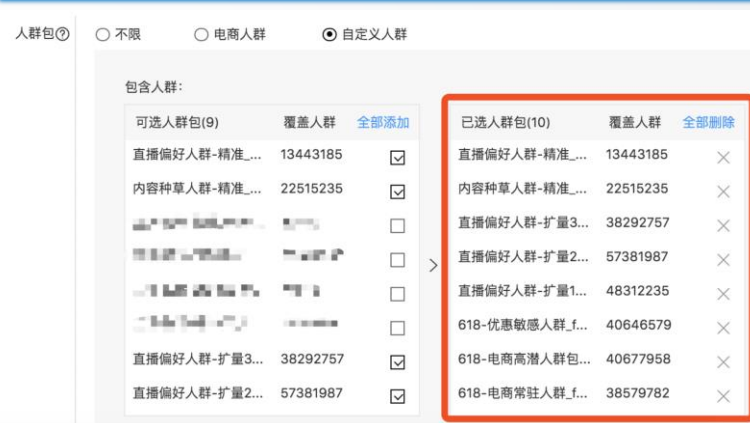
01 流量：优选流量

02 定向

兴趣：关注用户标签而不仅是行业标签



主题人群包：使用细分人群包进行拓量测试



03 oCPX：进入二阶转化出价

给模型时间、避免被过滤

- 二阶段出价*一阶段转化率>0.3元，这样可以保证算出来的最小出价不会全部被流量底价过滤，能放量；
- 实际CPC不建议过低，以获取高质量流量；
- 二阶段建议提升价格，流量稳定后，5%~10%的比例的逐渐下压价格

稳定期：创意-图文

04

更多创意类型尝试

引发兴趣

厨房多件套，一台就搞定！



品牌官方旗舰店 广告



寻找用户最痛点

工作忙碌无暇下厨？品牌空气炸锅，美味大餐轻松做，健康生活不将就！



品牌官方旗舰店 广告



转化信息+明确行动路径

明星同款恒温护发吹风机，爆款机皇等你来抢，特惠折扣券限时发放中！



品牌官方旗舰店 广告



高价值+限量冲击

品牌吸尘器，买就送除螨套装和5年免费换新福利，前500名先到先得！



品牌官方旗舰店 广告



强调损失

品牌家电全场满2000减500，倒计时最后3天！错过再等一年！



品牌官方旗舰店 广告



高价值+强优惠冲击

数码智控品牌热水器，专利防电墙更安全。全国享送装一体，5折好价只在今日！



品牌官方旗舰店 广告



稳定期：创意-视频

04

更多创意类型尝试

1-2套视频，制作tips

A. 百度app-主feed列表页：

- 列表页静音播放，添加字幕很关键；
- 前7秒钟表达核心信息（推广产品是什么，核心卖点是什么）

前卡+视频中间页累计的播放时长，前卡主要用于激发用户点击；

B. 百度app-小视频列表页：

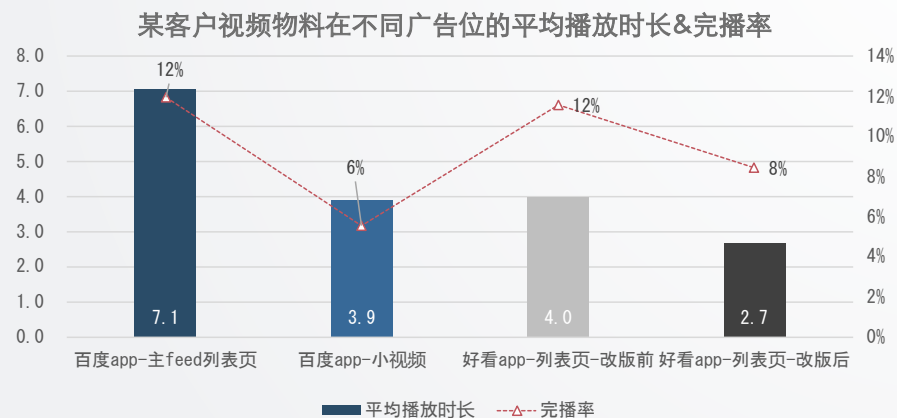
- 前3秒是留住用户眼球的关键时期；
- 擅用美女、美食；
- 商品前三秒表达是什么、能做什么

浏览速度更快，视频广告被看到和选择的几率低，因此播放时长&完播率都最低；

C. 好看app-列表页（沉浸式）：

- 平均播放时长和完播率都比改版前低；
- 前3秒留住用户眼球，前7秒表达核心信息

好看沉浸式改版后，视频广告捕获用户眼球的难度更高了；



图文/视频混排资讯流



竖版沉浸式

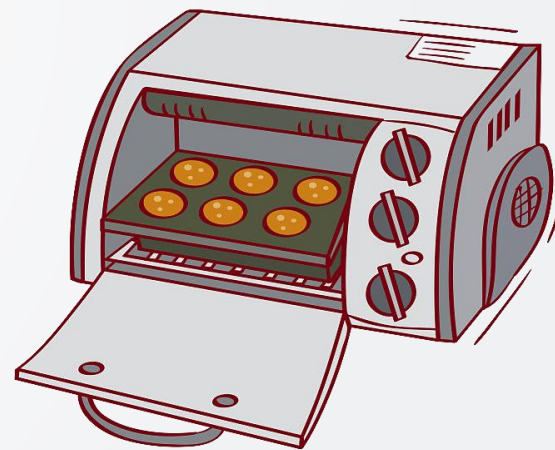


纯视频流

稳定期小结



成熟期



信息流优化自查表

时期	To do	是	否
测试期	选品（明星商品/店铺爆款/百度PV较大的商品）	✓	
	流量（是否手百优选流量）		
	定向（意图词定向/平台人群包定向）		
	OCPX（一阶点击优化，收集一阶ROI）		
	核心创意测试		
稳定期	流量（是否手百核心流量）		
	定向（兴趣定向/主题人群包定向）		
	OCPX（二阶转化出价*一阶ROI>0.3出价测试）		
	多套创意优化		
成熟期	流量（流量放开）		
	定向（定向放开）		
	OCPX（提高出价）		
	创意（程序化创意，避免创意衰减）		

合作伙伴

更多知名企业的信赖之选



家电案例 / 品牌：方太 Search

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

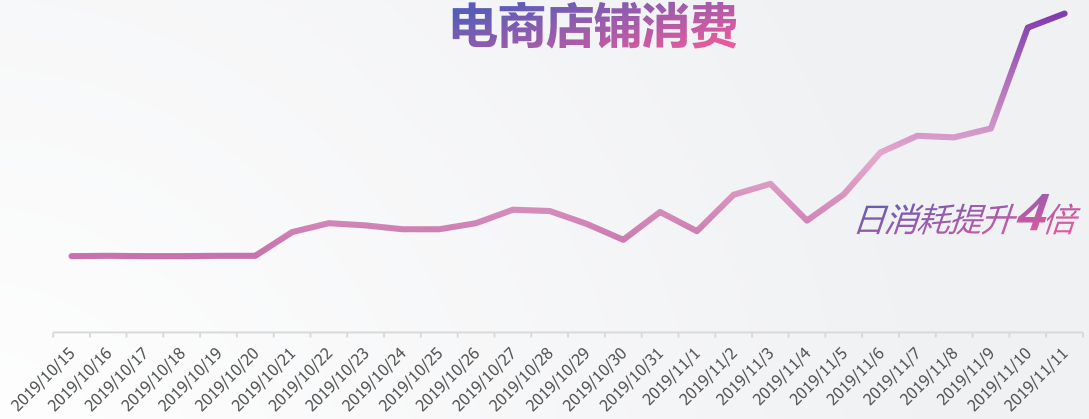
营销诉求

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,免费送货,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!

基础样式

到店店铺首页

方太官方旗舰店

直播预定抽奖送电视机!

双11预售 精选爆款 燃气灶换新 智能厨房

优先秒神券 双11预售才划算

到商品详情页

FOTILE 方太

1套=

¥19800

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

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



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



【中期】
抽奖活动吸引, 提高参与度



【前期】
引导加入购物车/收藏宝贝



【后期】
突出特价、限时、优惠政策

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

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用
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%+

日常问题反馈

■ 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

■ 加入邮件发送：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



让 营 销 更 简 单



微信公众号



官方网站

