

# 双11电商营销攻略——产品能力篇

---

百度商业产品运营部

2020年9月

1

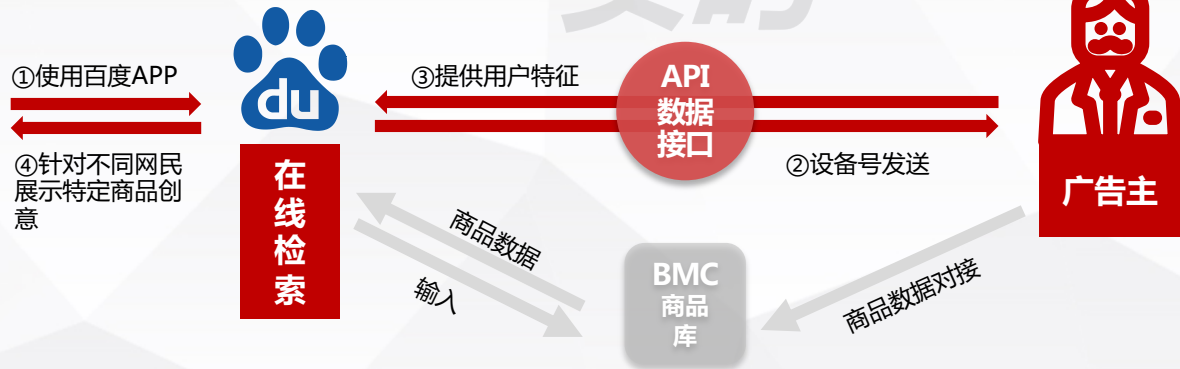
# 动态商品广告

- DPA+RTA
- DPA+oCPC
- 商品重定向

# ● DPA + RTA 更精准推广，提升投放效果

- **商品RTA (Real Time API)** 在现有商品目录推广竞价流程基础上，通过实时接口将请求下发给广告主，广告主根据自身数据和模型做判断后反馈决策信息，平台结合反馈信息进行预估、优选，再进行竞价，最终提升商品广告投放效果。

依托**广告主用户数据**、**百度用户数据**及**信息流商品推广能力**，实现商品广告的**精准**投放，提升投放**效率及效果**



# DPA + oCPC + 基木鱼动态落地页，助力新客转化

## 现状痛点

- 痛点1:落地页千人一面，不能承接创意内容，背离用户核心诉求，用户折损大



- 痛点2:落地页和端能力不支持应用安装提示和直接唤醒

下载→安装衰减大

安装→激活衰减大

## 千人千面动态落地页

### 下载过程

创意点击

落地页展现

落地页点击

开始下载

下载完成

安装完成

打开app，激活

创意

落地页

端能力



CPA

优化前

优化后

【激活】成本 降低了64%  
【新客】成本 降低了32%

### 延迟唤醒、深度唤醒

- ✓ 安装完成后自动打开APP
- ✓ 打开到指定商品页面

提升客户激活率和最终ROI

### 落地页加速

- ✓ 增加落地页下载安装的速度和稳定性

降低落地页流失率

全面优化下载链路，降低客户激活成本



# ● 活用商品重定向及探测人群，唤醒老客转化欲望

## 数据示例

### 自有商品数据对接

	brand	iPhone
	price	8656元
	colour	黑色

### 自有行为数据对接



设备ID	XXXXXX
浏览	iPhoneX
咨询	iPhoneX价格

### 安装人群包



## 定向示例



注：在DMP完成人群及行为数据对接，并分发至账户后，可在业务端勾选重定向人群包



## 创意示例

标题：使用**通配符模板**，动态展示创意

**{brand}{thirdCategory}**优惠力度这么大除了这家店估计也没谁了!

慧图模板：  
降低制图难度  
提升图片表现力

时尚达人推荐，实用又好看，现在上苏宁超值购入



『小明』曾浏览某平台电子产品

识别&圈定『小明』

系统筛选电子产品信息

创意和落地页精准展现



用户

行为数据接入



百度大脑

深度学习

商品检索



商品库

创意生成



惠普**绿**笔记本优惠力度这么大，除了这家店估计也没谁了!

某平台老客转化有效提升  
商详页到达率 **51% ↑**  
转化率 **3.64% ↑**



2

---

## 创意及落地页

- 视频MAX
- 推荐理由
- 度小店
- 基木鱼

# 搜索 | 视频MAX实现广告创意到落地页视频场景还原

## 检索关键词



## 展现视频广告



## MAX落地页/视频拼接页



## 落地页/组件直接转化



对于视频意图词，用户内容已经完成视频化建设，商业内容往视频迁移

前卡视频样式，给予用户“视频观看”预期；有自动播放与不播放两种形态；

落地页中完成视频观看行为。落地页支持多种视频观看场景，提升落地页转化率；

针对视频物料进行优化，通过提升用户观看指标，能有效提升广告cvr，从而节省营销成本；

# ● 信息流 | 零售行业推荐理由，提升转化效果

## 客户痛点

- 用户在信息流浏览广告时，难以有效的进行信息决策，用户决策的信息不足
- 部分广告主选择的定向与用户属性有偏差，用户对于系统推荐的广告会产生疑问和困惑

## 问题解决

- ✓ 创意中增加广告推荐理由，帮助用户进行广告决策，优化广告的原生体验，增加推荐广告的可解释性，提升点击率、转化率
- ✓ **适配行业**：零售、教育、汽车、房产、游戏等

## 示例

### 推荐理由的生产机制：

基于广告主的推广落地页的卖点，系统生成推荐理由

### 零售行业推荐理由：

2件仅99元、24小时内发货、下单送大礼、  
7天无理由退换、秒杀价、豆瓣高分书籍.....

### 包含推荐理由的创意demo

皇家宠粮，0元开卡领神券快来购买！



说明：如需使用电商行业的推荐理由，请联系您对应的运营单位接口人

# 度小店| 三招优化落地页，提高订单转化效率



## 做好商品评价管理

商品评价是消费者了解商品的重要途径之一，因这部分评价内容来源于消费者，使其更具有参考意义；做好商品评价管理能够更有效的促进订单转化。建议商家在做好商品质量的同时，通过快递夹带宣传单的形式引导客户对已购商品做出评价。

### Tips 1

## Tips 2

### 丰富节日元素标签

双11已是现代网民心中重要的一个节日，是购物的狂欢节。通过丰富标题、标签、促销按钮上的文字，营造购物气氛，促进订单的转化

## Tips 3

### 开启智能转化组件

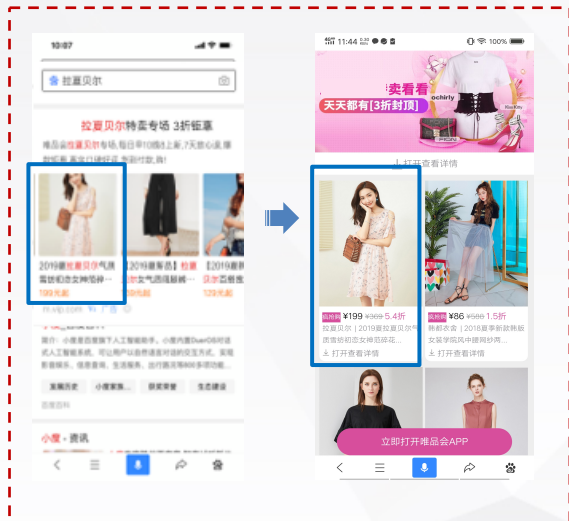


# ● 基木鱼 | 动态商品组件实现落地页与创意相关性联动

## 动态能力

## 创意相关性

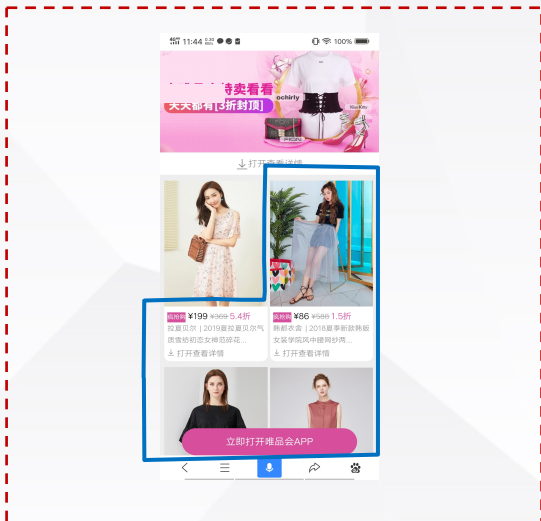
落地页商品与前链创意商品一致，提升页面相关性并延续用户需求



## 推荐能力

## 相似商品推荐

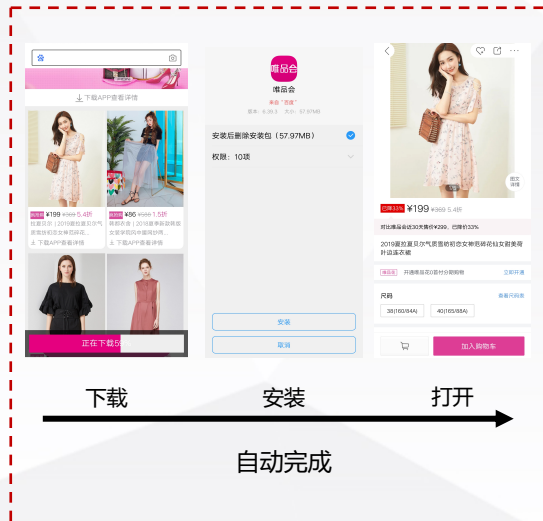
以商品数据为基础，通过商品属性和人群画像做相似商品推荐，增加用户点击兴趣



## 下载端能力

## 百度APP端内顺畅体验

支持实时嗅探、断点续传、延迟唤醒，提升APP推广客户的深度转化率



实现落地页商品与创意的相关性联动和智能推荐





# ● 基木鱼 | 直播组件覆盖直播全流程，广告引流无障碍

## 无障碍引流

- ◆ 信息流 ✓
- ◆ 搜索 ✓
- ◆ 品专 ✓
- ◆ 开屏 ✓
- ◆ 定制化 ✓

## 直播全流程覆盖

【预告】→【直播】→【回放】

**预约：**短信提醒预约客户观看直播，  
增加客户线索采集通道

## 数据沉淀

广告投放与直播数据无缝衔接



点击开播提醒，出现表单  
填写手机号  
1、手机号可沉淀线索  
2、开播时平台发短信提醒已预约用户



- 1、点击直播组件，进入直播间
- 2、直播间支持配置挂件，挂件可外链基木鱼、小程序以及客户官网H5页。
- 3、挂件样式，支持全屏样式和半屏样式
- 4、直播间内支持添加度小店、京东联盟、淘宝联盟商品库的商品进行橱窗售卖，商品以购物车内、列表形式展示



直播结束后，该组件自动生成回放视频，用户可直接观看

**覆盖直播全流程，可预约留联，短信触达**





# 定向及模型

- 搜索行业词包
- RTA
- oCPC-ROI深度出价

# ● 搜索 | 行业词包，解决关键词管理成本高、投放扩量难问题

## 行业词包 - 动态定向相关的搜索流量

### 关键词

- ✓ **产品特征—单个词粒度，一个词一个坑**
- **匹配模式**：可自行设置匹配模式（精确、短语、智能-核心、智能）
- **示例**：小学语文、五年级语文
- ✓ **优势**：手工精细化
- ✓ **劣势**：需要添加较多关键词，才能覆盖业务流量

### 行业词包

- ✓ **产品特征—一个词包=海量关键词**
- **匹配模式**：无匹配模式
- **字面**：不支持修改，由系统生成。无法查看具体有哪些词
- **示例**：小学课程、小学语文、诗词、高考
- **优势**：词包不定期更新，帮助触达更多潜在流量
- ✓ **劣势**：流量略宽泛，建议使用oCPC保障转化成本

## 词包核心优势：降低管理成本、覆盖更多长尾流量、及时获取新流量、探索更多业务相关流量

- ✓ 降低管理成本、覆盖更多长尾流量：无需购买大量关键词，即可覆盖长尾流量
- ✓ 及时获取新流量：及时获取季节性、热点事件流量
- ✓ 探索更多业务相关流量：根据同行的买词，探索更多业务相关流量

# ● 搜索 | 行业词包投放方法

圈定目标流量



1. 根据投放的商品选定适合的词包
2. 添加与您业务相关的较粗和较细粒度的词包，同时请检查词包是否覆盖了账户所有投放地域、业务、时段。

广告质量过滤

- 预估点击率
- 创意相关性
- 落地页体验



3. 保障词包的创意相关性和落地页相关性，有利于获得更多展现

竞价

$CPA * CVR * CTR$



4. 初期系统会控制扩量幅度

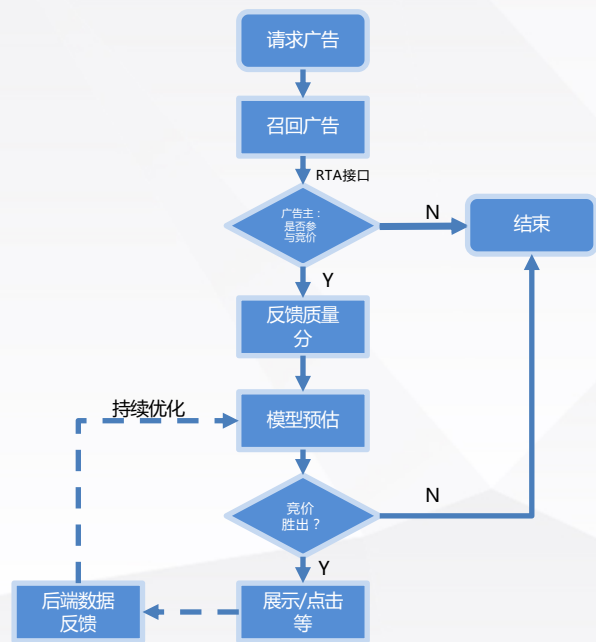
为更好的控制投放成本，词包投放初期系统会控制扩量幅度，待2-3天模型学习充足后扩大扩量幅度。

# ● 信息流 | RTA投放实现人群精细化运营，助力双11精准营销

## RTA

(Real Time API) 将直投和程序化投放的优势相结合，在现有竞价流程的基础上，通过实时接口将请求下发给广告主；广告主根据自己的数据和模型做出判断后反馈决策信息，平台结合反馈信息进行预估、优选，再进行竞价，最终提升广告投放效果。

### 产品逻辑



### 投放优势

- **自主选人**：无需制作人群包，无需维护复杂定向等操作，程序化对接，自主选人，更贴近广告主诉求
- **自主参竞**：是否参与竞价客户自己决定，根据转化指标从根本上减少无效投放并实时决策，全面提升效率
- **强化数据**：使用指标相关真实后端数据，强化数据判断能力
- **规避风险**：无数据披露，完全规避信息风险
- **模型优化**：质量评分正向推动模型优化，提升预估选量能力，在自主选人基础上更进一步，优中选优

### 投放门槛

- 1、**【必要】**需要广告主自身具备一定的技术和数据能力，完成RTA接口的开发并符合技术标准
- 2、需要广告主具备客观评估请求质量分的能力，要求统一反馈0-100的整数分数
- 3、对接前需明确QPS要求及QPS的控制维度

# 信息流 | oCPC-ROI深度出价

## ROI出价

是一种深度转化优化方式，能够帮助广告主在合理的ROI预期下，尽可能获得更多的订单量和收入。

$$\text{ROI系数} = \frac{\text{广告创造的总营收}}{\text{广告投放的总支出}}$$

广告支出回报率

选择ROI优化时，系统会根据历史与实时数据来预测用户维度的变现收益，并结合ROI系数来优化出价，在确保达成所设ROI系数条件下，**争取最大购物价值**

## 投放步骤

- 1、营销目标选择电商店铺、网页推广、本地门店
- 2、出价方式选择oCPC、oCPM
- 3、目标转化选择「订单提交成功」
- 4、开启优化深度转化
- 5、深度优化方式选择优化ROI，并填写ROI系数

## 设置ROI系数

- 方案一：ROI系数=商品价格/目标转化成本
- 方案二：预估ROI系数=商品价格/（预期广告支出\*预估签收率）

**注意：合理设置ROI系数，过高会影响获量能力**

\* 目标转化

订单提交成功

☒ 优化深度转化 ?

跳过数据积累 ?

是

否

\* 目标转化出价 ?

第二阶段

元/转化

该出价方式系统已支持超额返款，详细 [返款规则](#)

深度优化方式

优化转化行为

优化ROI

ROI系数 ?



THANKS