

# 双11电商营销攻略——投放篇

---

百度商业产品运营部

2020年10月

1

## 流量资源

- 百青藤
- 好看视频
- 贴吧APP

# 百青藤 | 海量优质媒体资源，网络全网优质流量

充沛流量  
+  
丰富样式

广告展现无死角

## 移动流量

150亿+日均广告流量 7亿+网民大数据画像  
98%网民覆盖 60万+媒体

## PC流量

42亿+日均广告流量 80%PC网民覆盖  
1.5万+域名媒体合作

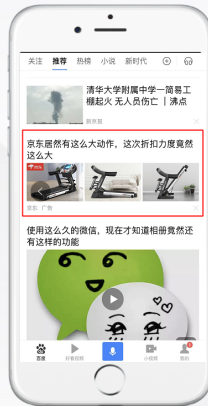
## 开屏样式



动\静态开屏



APP端内H5



商品广告



下载广告



销售线索

## Feed样式

双11期间百青藤已锁定大量优质媒体开屏流量，欢迎投放！

广告主仅需上传开屏物料  
物料尺寸：640\*960（主流），  
1080\*1920

# 好看视频 | 竖版视频 + OV应用直投，锁定蓝海流量



- ◆ **全新沉浸式视频播放场景**：全场景自动播放更沉浸，广告区域屏幕占比更高，视频声画兼具更加聚焦吸睛，为广告主提供一个全新的稳定优质流量通道。
- ◆ **人群标签丰富**：10亿用户画像，60亿+兴趣标签。
- ◆ **与手机百度差异化流量**：与手机百度流量重合度30%左右，用户主要集中于下沉时长，以中青年男性为主，男：女=6：4，用户类型丰富，特征明显

## 支持OPPO/VIVO应用直投下载

### 优势：

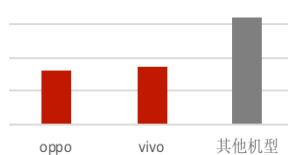
- 1、减少下载步骤，有效缩短转化路径，提高CVR，降低转化成本
- 2、降低转化流失率，跳转至应用商店app详情页时点击下载，下载+安装同步完成，用户等待时间更短，流失率更低

### 某电商客户

CVR：OV高于其他机型**23%**



CPA：OV低于其他机型**49%**





# ● 贴吧 | 独有吧及吧类目维度定向策略，人群匹配更精准



- ◆ **流量量级大**：3亿MAU，15亿注册用户，35亿日均浏览量，2000万+兴趣吧。贴吧整合了PC端、APP端、WAP端、小程序端的流量资源，为广告主提供新的、可稳定获量的通道。
- ◆ **广告匹配精准**：独有的吧及吧类目维度的定向策略使贴吧广告的人群匹配更精准
- ◆ **用户人均消费水平200~1000元**，具备一定消费能力，普遍爱好社交、网络、游戏等

贴吧APP图文详情页  
banner广告接入视频



贴吧APP首页&列表页  
竖版视频



贴吧APP图文详情页  
评论区插楼



新样式为  
双11大促增量



---

## 投放策略

# ● 搜索定向 | 4种定向方式，满足大促活动需求

## 搜索4大定向

### 关键词定向

#### ● 匹配方式

1. 精确匹配
2. 短语匹配
3. 智能匹配
  - ✓ 智能匹配-核心词
  - ✓ 智能匹配

### 业务点定向

作为智能匹配的一种触发分支，和当前的关键词定向相辅相成，帮助客户提升投放效率，帮助平台提升广告收入。

### 商品定向

是搜索推广面向全行业广告主的商品/服务推广方案，有效利用客户的结构化信息，使百度搜索推广用户投放更便捷，带来更多流量。

### APP定向

整合了百度系应用商店、移动搜索、分发联盟等多渠道的优质资源，以制定APP分发为定向诉求的广告投放方式。

## 一系列辅助定向工具

### 精准

- 人口信息
- 自定义人群
- 城市商圈
- 行业推荐人群
- 设备
- 否词
- IP排除
- .....

### 追投

- 个性化推荐
- 目标追投
- 匹配突破
- 搜索再营销
- .....

# ● 信息流定向 | 转化老客扩展新客，持续拓展市场

## 核心定向方式

### 意图词定向

通过用户的全网行为和历史搜索行为，**推荐具有此类意图的受众**  
通过大数据挖掘，定向近期想购买和近7天搜索过的精准用户匹配

### 兴趣定向

覆盖广告主所有业务人群诉求 更严格的找人策略提升人群质量，**效果导向优化策略 使广告主ROI达标长效发展**  
丰富的业务类别标签+根据推广业务推荐兴趣标签+效果导向优化策略= 一定成本下，获取更多转化量

### 人群包定向

通过用户主动搜索/广告互动为特征的行为标签，**形成高相关度的定制化人群包**  
推荐引擎深度定向，结合用户细粒度标签x场景x时效性x行为强度，抓住关键用户群

### 自动定向

通过对人和广告的意图理解，基于多种用户信号自动为广告主挖掘优质的推广受众，**系统多维度智能投放，择优投放**  
通过智能的投放策略，实现扩量保成本的目的，节省广告主推广人力，提高人效比

### 商品重定向

根据用户的站内行为，展现对应的商品广告，唤醒老客，**凸现人&商品属性的动态创意**，有效提升CTR，提升竞价能力

# ● 信息流定向 | 根据大促节奏及时优化定向，抓住放量时机

大促预热

持续爆发

王者冲刺

提前预热账户，按大促节奏合理放宽定向，把握放量时机

## 根据活动部署，提前完成账户搭建

- **多建计划：**由于大促投放具有时效性，尽量多搭建计划，提升冷启通过率，保证账户消耗量级满足预期
- **提前预热**
  - 建议提前搭建账户，并提前开启潜力计划积累数据
  - 推荐使用程序化创意快速探索最佳创意搭配
  - 复制起量效果好的计划，适当修改定向（如剔除1个城市等）
- **放量设置**
  - 活动开始前调整好账户、计划预算，避免过早撞线
  - 放开时段、放开定向、开启自动扩量
  - 谨慎操作：活动期间尽量避免负向操作：如大幅度降低出价

## 核心定向（兴趣/意图词/人群包）

1. 一个单元不要叠加多个核心定向（兴趣、人群、意图词使用其中1种即可）
2. 兴趣-优先选择三级标签，根据客户业务类型更精准匹配，粒度越细/与业务相关度越高，竞争优势最好，更有利于竞争获量

## 自动定向

### 【账户搭建】

1. 测试初期，创建8-12组单元和物料同时进行测试
2. 单计划预算>2000块，或者达到10个转化价格的预算
3. 新物料建议使用新建单元投放，防止物料质量差异较大互相影响效果

### 【优化建议】

1. 出价优化：新素材适当提高出价，提升转化积累速度，促进模型快速收敛
2. 创意优化：定期筛选优质物料同步到智能定向
3. 标题优化：多角度刻画业务点和目标人群
4. 建议直接使用ocpx二阶投放
5. 自动定向前期会有10个以上转化（预计2-3天），系统择优投放的过程

# ● DPA | 精细化创意填写，关键商品信息前露更吸睛

## 搜索创意双抓手

- **普通计划**：创意组绑定关键词计划提升CTR
- **商品计划**：创意分类搭建，使用通配符设置创意，展示商品关键信息，广告千人千面，更方便搜索用户获取所需

找汽车内饰贴片/贴纸就上拼多多\_更多精选好物\_享拼单折扣!



红旗H5改装专用车门碳纤维  
纹理保护贴 h5汽车扶手...

低至50元

汉腾X5 X7 陆风X7 X2 逍  
遥汽车内饰改装按钮贴 ...

低至7.8元

利用细分品类设置  
创意名称  
例:找\$(category)  
就上拼多...

商品名称对接齐全

价格信息用户关注  
例：低至\$(price)  
元

## 信息流创意多样化

- 根据商品特性（用户购买决策路径）设置创意，更易获得点击与转化

唯品会老用户专享福利太划算了！御泥坊的面膜现在1.6折就能买！



唯品会 品牌折扣 | 都是好牌子 天天有3折

唯品会-品牌折扣广告

大图

- 放大价格折扣
- 特定条件/时间刺激用户
- 展现商品细节

- 制作活动海报，或使用**慧图模板**针对爆款商品批量投放

恭喜你赶上了！安慕希酸奶一元一箱，限时特惠！

登录成功，奖励安慕希酸奶



1元1箱>

拼多多广告

爆款商品打造

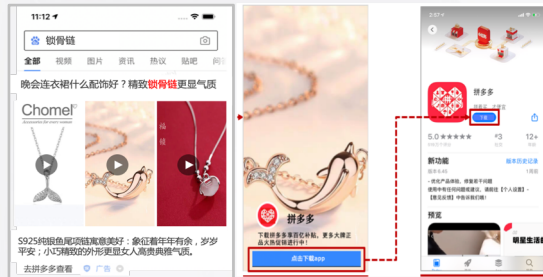
- 紧缺
- 超值
- 从众



# DPA | 配置商品新样式，曝光点击创新高

## 视频新样式

**搜索视频强样式：**竖版视频新样式，首次亮相



▲ 竖版视频卡更贴合体验

**信息流动态商品视频：**智能拼装，更多模板



▲ 商品图片智能合成商品视频，横版竖版全覆盖

一站式业务端自主配置样式即可get，可邮件 [dpa\\_pm@baidu.com](mailto:dpa_pm@baidu.com) 获得更多材料

## 首位头等舱新样式

**头等舱样式：**行业专属模板定制，首位展现更吸睛



竞得query首位广告且商品库物料能满足构造样式时，首位将稳定展现凤巢头等舱样式

## PC商品新样式

**PC特型大卡新样式：**CTR更高，获得流量更多，消费更多



**PC商业阿拉丁：**展现更直观，用户体验更佳



竞得query商品库物料能满足构造样式时，将展现对应样式

# ● DPA | 搜索活动流新样式，点击率再上新台阶

**样式解读：**商品活动流独有样式体验，动态商品展现带来更多点击，有效提升关键词计划点击率

**配置方法：**在已对接商品物料状态下，进入www2.baidu.com后台，创意-创意组件-商品类，选择并填写相关创意，绑定在生效关键词计划，即可完成活动流投放

## 五大样式组件预览如下

### 橱窗商品类样式

创意标题会复用该单元文本创意的标题

文本描述(1)会复用该单元的文本创意的文本描述(1)



奢宠好礼  
身体呵护

户外会场  
户外热销

运动户外  
潮流尖货

创意标题会复用该单元文本创意的标题

文本描述(1)会复用该单元的文本创意的文本描述(1) 文本描述(2)



奢宠好礼  
身体呵护

户外会场  
户外热销

运动户外  
潮流尖货

www.baidu.com 2014-07 评价 广告

普通计划-商品橱窗-无线端

普通计划-商品橱窗-计算机端

### 导航商品类样式

创意标题会复用该单元文本创意的标题

文本描述(1)会复用该单元的文本创意的文本描述(1)



奢宠好礼

户外会场

尖货疯抢

更多

www.baidu.com 广告

普通计划-凤巢头条-无线端

创意标题会复用该单元文本创意的标题

文本描述(1)会复用该单元的文本创意的文本描述(1)

奢宠好礼

户外会场

尖货疯抢

更多

www.baidu.com 广告

普通计划-站内直达高级版-无线端

创意标题会复用该单元文本创意的标题

文本描述(1)会复用该单元的文本创意的文本描述(1) 该单元的文本创意的文本描述(2)



奢宠好礼 户外会场 尖货疯抢 更多

www.baidu.com 2014-07 评价 广告

普通计划-凤巢头条-计算机端





---

## 常见问题排查

# ● 搜索常见问题排查思路

## 基础数据指标突变

- 常见原因：物料投放状态变化、历史操作行为、突发热点事件
- 优化建议：排查物料投放状态，及时修改优化；查高消费词排名；谨慎操作，避免负向操作影响放量

## 有点击无转化

- 可控因素排查：① 进入网站的流量精准问题 ② 着陆页问题 ③ 转化路径问题
- 不可控因素排查：① 自身品牌负面影响 ② 热点市场问题 ③ 淡旺季节问题 ④ 恶意点击问题

## 转化不稳定

- 搜索词：查看搜索词与业务的相关性，搜索词可以看出网民的意图强烈与否及相关与否，注意及时否词+反馈不匹配词。
- 关键词：查看关键词方向是否有误，比如行业有细分领域，但提的词确实行业大词，业务相关性弱，很难转化。
- 高消词：查看高消费关键词转化效果是否大幅度波动，28法则同样适用于转化上，基本80%的转化是20%的词带来的，这部分词如果无法稳定，转化必然不稳。
- 恶意点击：查看是否有恶意点击，若商盾近期过滤的点击数突增，可能大概率遇到密集性恶点。
- 检索量：查看市场需求量（关键词检索），查看百度指数等相关数据，查看近期市场需求量是否波动。
- 竞争市场：查看是否有新竞争对手，同行的阶段性投放策略，如周年庆活动等，也会影响流量效果。

# ● 信息流常见问题排查思路

## 新计划不起量

- 常见原因：定向过窄、创意质量度过低、出价较低ecpm没有竞争力等
- 优化建议：扩展定向，意图词和兴趣定向 不叠加使用；扩充创意样式，单个单元不要上传过多重复创意；适当提高出价；百青藤计划不起量，可检查媒体包选择是否过窄或不支持当前广告类型（如：开屏）

## 老计划展现量下降

- 常见原因：负向操作、大盘竞争环境激烈、素材效果衰减等
- 优化建议：谨慎操作，切忌频繁调价和大幅降价；适当提高出价、扩充创意，保持竞争力；多建计划多开账户

## 调起率异常

排查思路：

- 检查调起url是否填写正确
- 百青藤计划是否定向到不支持调起媒体
- App偏好是否设置成排除已安装
- 检查账户是否添加deeplink白名单
- 如果使用RTA投放，需检查RTA\_id是否配置正确



THANKS