

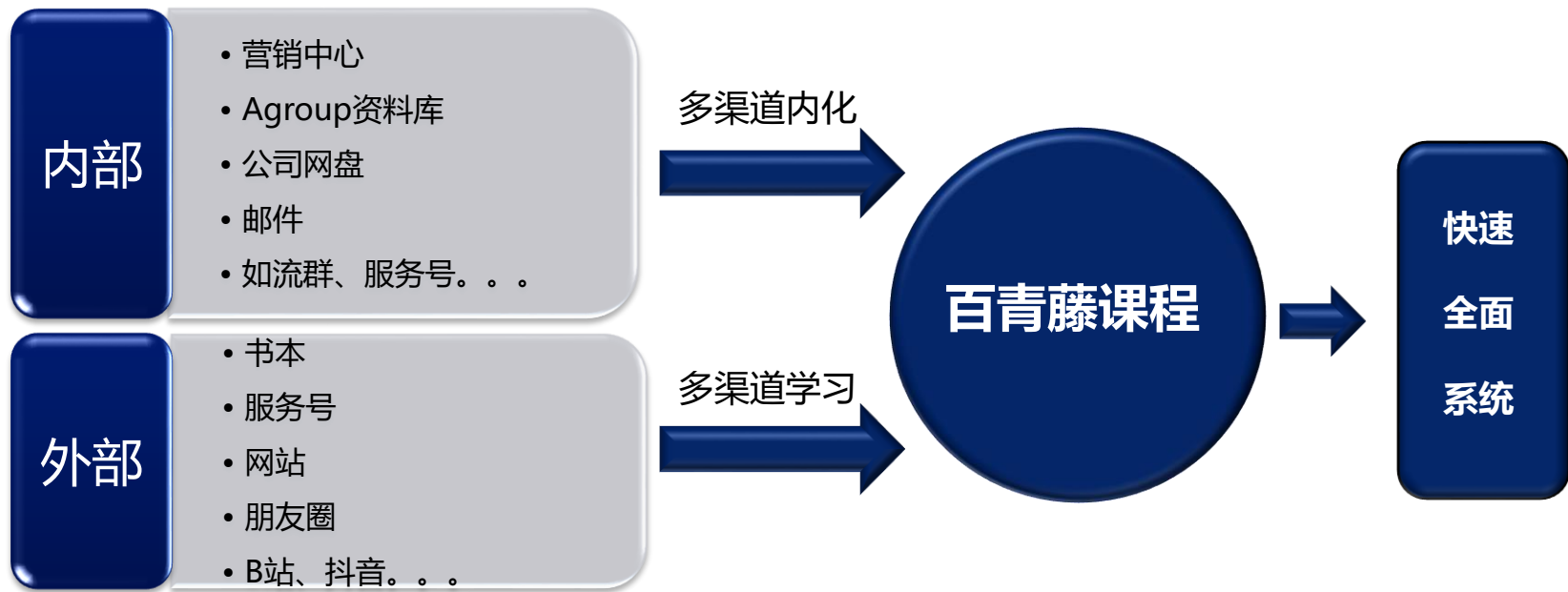


教你实现百青藤的快速拓量&提升转化

唐丽丹+直销+广分

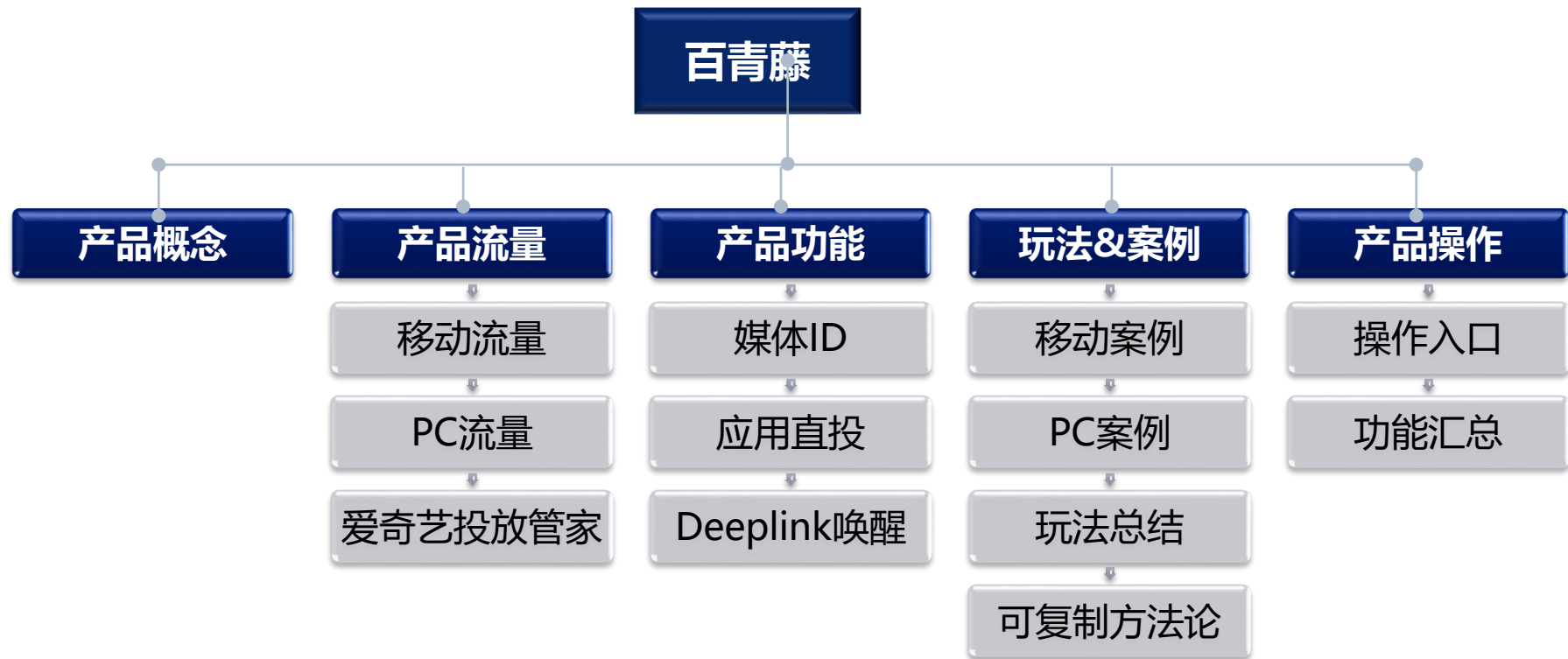
课程背景&目标

具备一定推广基础的同学，对产品知识有一定的了解，但是百度产品这么多，我要学习百青藤该如何用最快的速度获得系统全面的产品知识呢？





百青藤课程产品内容大纲



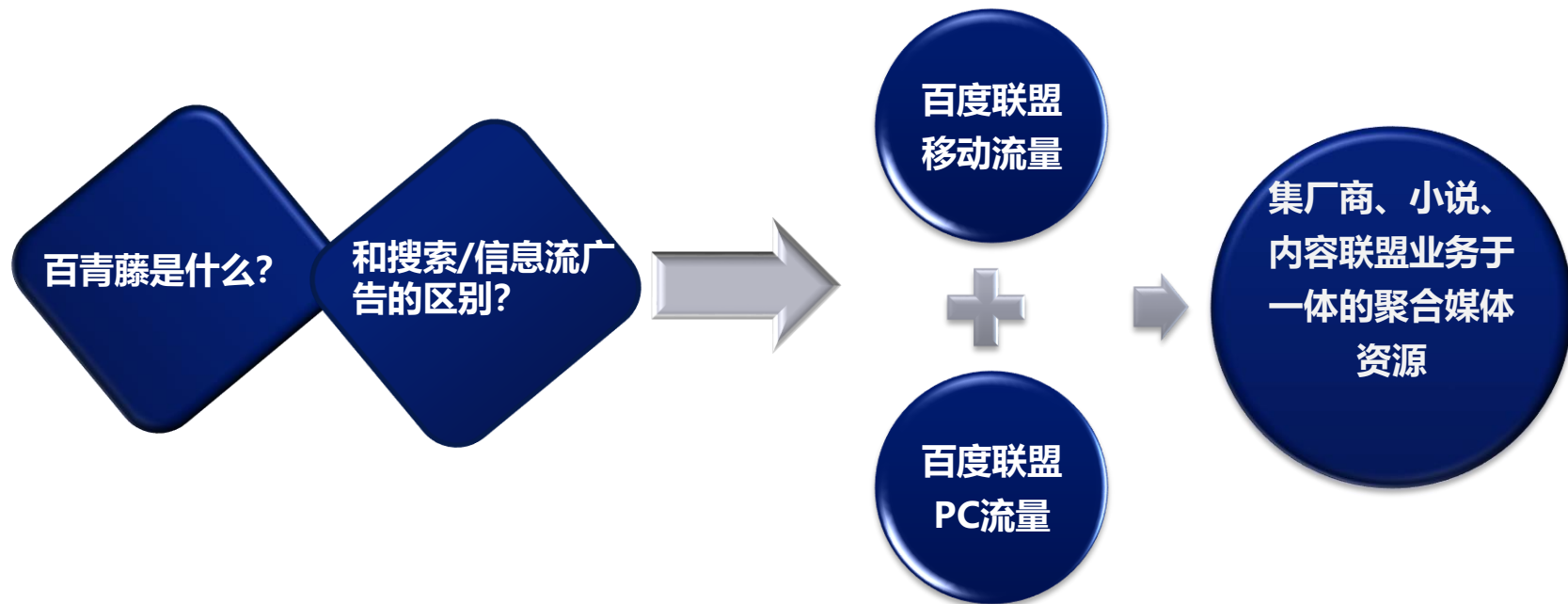


01

产品概念



百青藤：充沛的流量和丰富的样式





02

产品流量

2.1 流量全方位覆盖碎片化时间，全面了解用户意图

全方位流量覆盖

覆盖小说、厂商、视频类、工具类等主流媒体
日均150亿流量

移动

◆ 视频类



爱奇艺



快手

◆ 更多媒体...



◆ 生活类



铃声多多



墨迹天气

◆ 工具类



猎豹清理大师

PC

◆ 资讯类



新浪



搜狐



凤凰网

◆ 工具类



hao123



毒霸网址大全

◆ 生活类



豆瓣



同城

◆ 其他



爱奇艺



7K7K



豆丁

独有的意图搜索引擎

用户行为
200亿条数据



千人千刻千面
200万种意图标签

电动汽车保养
特斯拉
宝马电动汽车

汽车之家.....
奔驰车系解读.....
电动汽车论坛.....

奔驰4S
宝马4S
特斯拉经销商

金属车内摆件
商业保险
欧洲自由行

搜过什么

看过什么

去过哪里

买过什么



用户属性 男 35岁
硕士
中高档消费人群

用户意图 高端电动汽车- 购买阶段

用户兴趣 环保、汽车
旅行、金融、投资.....

2.1.1 移动媒体资源-样式

流量资源丰富，碎片化场景全覆盖
媒体类型丰富，全网feed流量全覆盖

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

手机厂商

列表页



详情页



小说和工具类



FEED样式

大图



三图



大图下载



小图



动\静态开屏



横幅



2.1.2移动资源—精选媒体和公测包、微信加粉

适配客户



优选媒体包：从资源中筛选出来，本身比较优质的媒体，适用于客户测试账户



公测媒体包：适用于下载类，二类电商，招商加盟等客户



微转类媒体包：微转类媒体包在公测媒体包中，使用于微信加粉类型客户

推广计划
营销目标
计划设置

推广单元
单元设置
流量选择
定向设置
投放出价
其他配置

推广创意
品牌信息
落地页信息
创意样式

媒体定向 不限 精选媒体包 自定义媒体包

媒体包选择 优选媒体包 公测媒体包

可选媒体包 (19) 全选

输入媒体包名称搜索

下载类自建站通用包	<input type="checkbox"/>
下载类基本色应用直投包	<input type="checkbox"/>
直接下载样式应用直投包	<input type="checkbox"/>
直接下载样式通用包	<input type="checkbox"/>
二类电商-公测优质媒体包	<input type="checkbox"/>
教育行业-公测包	<input type="checkbox"/>
招商加盟-公测包	<input type="checkbox"/>
BD专用-B包	<input type="checkbox"/>
BD专用-A	<input type="checkbox"/>
表单包-拓展	<input type="checkbox"/>

公测媒体包

已选媒体包 (0/10) 清空

☐ 仅投放至允许勾选的媒体

推广计划

营销目标

计划设置

推广单元

单元设置

流量选择

定向设置

投放出价

其他配置

推广创意

品牌信息

落地页信息

创意样式

推广计划

营销目标

计划设置

推广单元

单元设置

流量选择

定向设置

投放出价

其他配置

推广创意

品牌信息

落地页信息

创意样式

媒体定向 不限 精选媒体包 自定义媒体包

媒体包选择 优选媒体包 公测媒体包

可选媒体包 (6) 全选

输入媒体包名称搜索

爱奇艺	<input type="checkbox"/>
开屏媒体包	<input type="checkbox"/>
医疗医美行业媒体	<input type="checkbox"/>
小说优质媒体	<input type="checkbox"/>
手机厂商优质媒体	<input type="checkbox"/>
视频平台优质媒体	<input type="checkbox"/>
表单优质媒体	<input type="checkbox"/>

优选媒体包

已选媒体包 (0/10) 清空

媒体定向 不限 精选媒体包 自定义媒体包

媒体包选择 优选媒体包 公测媒体包

可选媒体包 (19) 全选

输入媒体包名称搜索

底通专项测试	<input type="checkbox"/>
iOS媒体包	<input type="checkbox"/>
资讯及工具类媒体包	<input type="checkbox"/>
微转类媒体包	<input type="checkbox"/>
快手(竖版视频媒体包)	<input type="checkbox"/>
直接下载样式非浏览器包	<input type="checkbox"/>
直接下载样式浏览器包	<input type="checkbox"/>
下载类基本色通用包	<input type="checkbox"/>
下载类自建站通用包	<input type="checkbox"/>

微转类媒体包

已选媒体包 (0/10) 清空

☐ 仅投放至允许勾选的媒体

2.2 PC-媒体资源&广告样式

42亿+
日均广告流量

80%
PC网民覆盖

1.5万+
域名媒体合作

百度系+百青藤全网流量资源
覆盖多种媒体类型

首页信息流



首页橱窗及横幅

详情页信息流



首页橱窗及横幅

详情页信息流



播放页面右侧橱窗



资讯类 22亿+



工具类 8亿+



生活类 4亿+



其他 8亿+



2.3 爱奇艺投放管家优势：海量用户覆盖

海量触达

拥有信息流、焦点图、视频关联位、贴片、播放页推荐等广告资源，满足广告主不同场景的投放需求



付费能力强

付费会员1.07亿，更年轻的主力消费人群

定向精准

1.8亿DAU，6.96亿月独立设备，3.5亿h全平台播放时长，国内第一大视频广告平台

广告资源丰富

依托“百度×爱奇艺”强大的数据分析能力，结合爱奇艺独有观影兴趣定向，实现对用户的精准识别，提升广告主投放效果

- 信息流：含首页推荐频道/实体频道/热点频道，大图、大图下载、大图视频、视频下载
- 爱奇艺焦点图：图文、下载
- 爱奇艺前贴片：图文、下载、15s视频
- 爱奇艺暂停页：图文、下载

信息流



焦点图



爱奇艺前贴片



爱奇艺暂停页



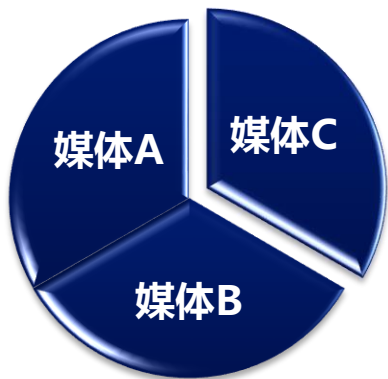


03

产品功能

3.1 媒体ID产品优势：利用媒体ID，双效提升

客户类型	举例说明	建议媒体ID效果监测方式	优点	缺点
未投放oCPX客户	CPC投放、考核订单、ROI的客户	点击监测中加入 {{MEDIA_ID}}通配符	广告主只要有监测能力，对接媒体ID后，可以分媒体ID查看各项转化效果	对广告主的监测能力有要求
已投放OCPX客户	目标转化如激活、表单提交	看媒体ID转化报告进行分析	百度根据OCPX回传的转化数据，帮助广告主与媒体ID做拼接，形成媒体ID维度数据报告，更加直观方便	只能监测到客户回传的转化数据



如何更好的利用媒体ID？

筛选优质媒体，自定义打包投放，集中获取更多优质流量

可根据业务需求，筛选想屏蔽媒体，自定义打包，进行屏蔽

举例：媒体A/B/C，其中媒体A效果较好，媒体B符合预期，媒体C超成本，则可以针对媒体A进行打包再次投放，媒体B不变，媒体C进行屏蔽或者不再进行投放

建议：尽量多选取媒体ID（10个以上）生成媒体定投包，媒体ID数量过少影响计划起量

注意：

1. 媒体ID开通媒体ID定投白名单才可生效，申请方式联系各单位接口人统一申请。
2. 开通媒体ID定投白名单后，不论是使用媒体包投放还是媒体ID定投，都可使用上述功能。
3. 使用媒体ID转化报告，建议多进行数据积累，分析多天转化数据，来判定媒体的适配性。

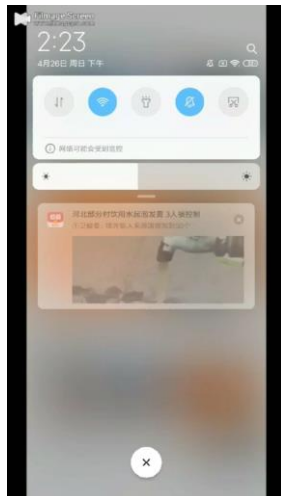
3.2 应用直投缩短转化路径，提高转化率

应用直投定义

通过应用商店直投功能，可实现跳转到手机的应用商店并进入该应用详情页，直接进行下载并且安装

应用直投优势

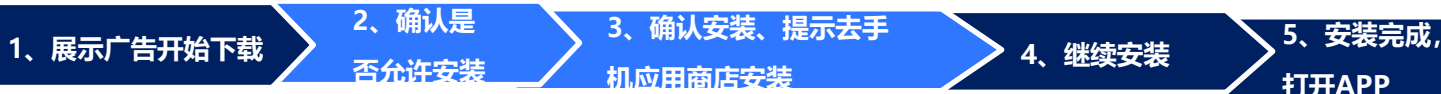
- 1、跳转到应用商店app详情页时点击下载，**下载+安装同步完成**，等待时间更短，流失率更低；
- 2、同时支持下载链接和落地页两种方式；
- 3、优先跳转对应手机系统应用商店安装详情



视频播放：某客户
应用直投应用实例

多次确认安装，耗损用户达20%以上。人群越下沉，耗损比例越高。

原下载链路：



应用商店直投
下载链路：



3.3 Deeplink应用唤醒-场景还原的老用户召回

适配客户：针对已安装某 APP 的老用户，进行重新唤醒的投放需求。

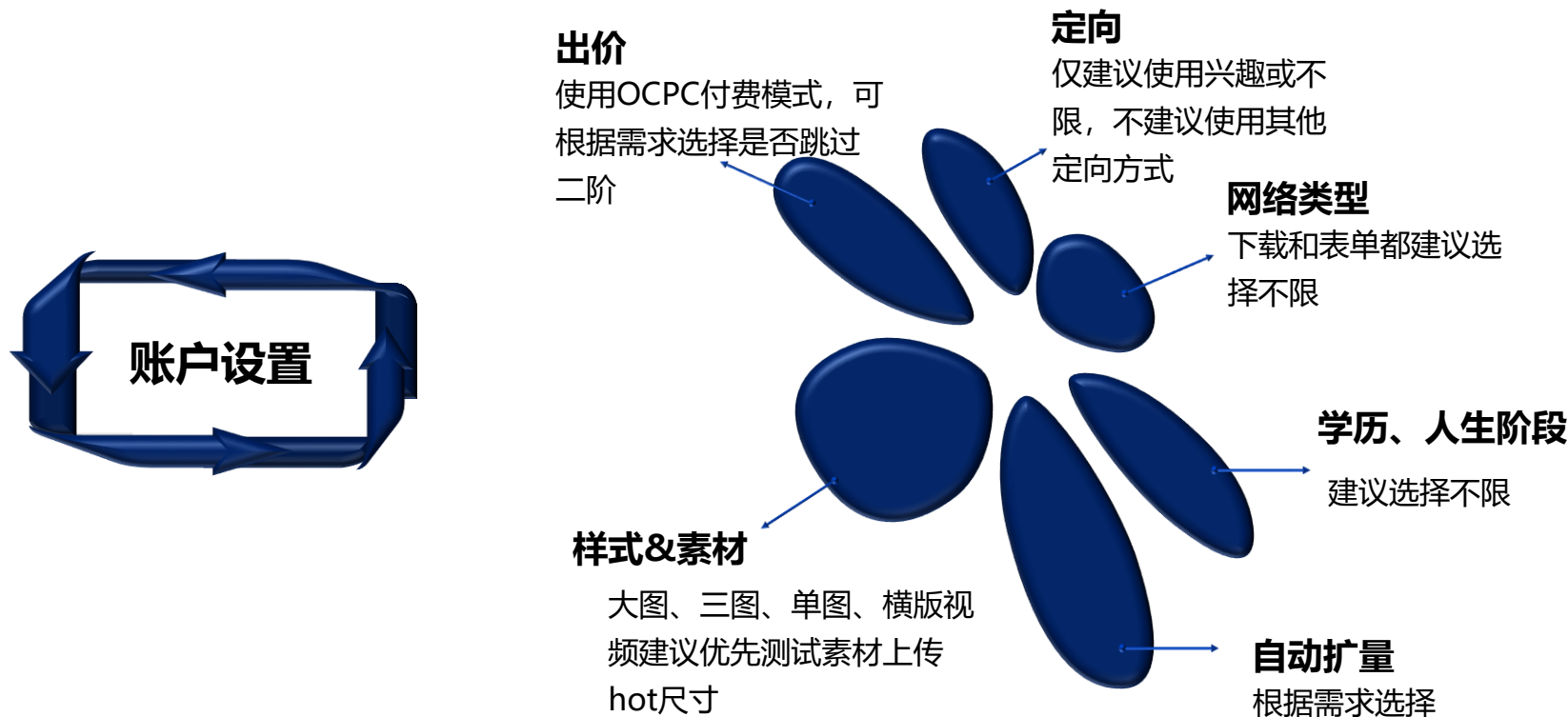




04

玩法&案例

4.1 百青藤玩法建议&政策优势结合



4.2移动案例：生活服务客户投放

客户诉求：成本稳定情况下提升消费

考核目标：考核注册成本，同时后端考核付费

推广对象：APP下载（安卓）

精选媒体包：小说+手机厂商+视频平台

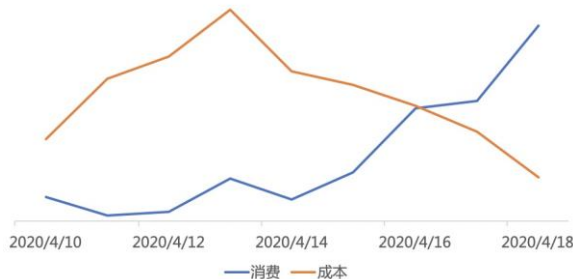
转化类型：激活（实际回传注册数据）

定向、人群、设备等：不限

自动扩量：开

智能媒体优化：开启

出价：20.88元



经过数据不断积累，成本在前期经过一段时间波动后持续下降，客户预算持续增加

平均转化率：3.35% 平均注册成本：8.8元

样式以横版视频和大图为主

- 横版视频消费占比：72.3%
- 大图消费占比：23.8%

创意特点

- 文案：同城交友、大龄交友，体现以结婚为目的，可使用地域通配符
- 图片：使用大龄女性图片，三图拼接
- 视频：女性情况自述+APP介绍

小米浏览器下载体验



一个人在太原，想找个附近男士做伴，有不嫌弃的吗？



百青藤 广告

立即下载

魔鬼教练生掰腿，小萝莉都哭出声来看着怪可怜的！



刷新 视频 窗口 菜单 主页

数据时间：4.10-4.18

4.3.1 PC案例：广分教育客户投放案例

百青藤PC消费



客户背景：招生旺季，需要更多的量抢占先机



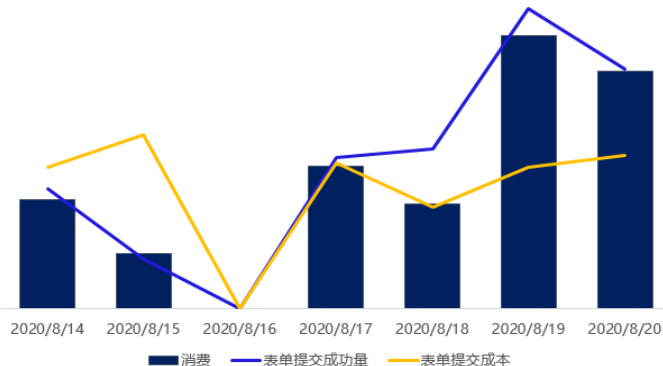
客户诉求：设置提交的表单目标册成本在可接受的范围内



引导：利用PC流量扶持的政策以及暑期自动驾驶保障政策



话术：利用PC流量扶持的稀有性，对客户进行by case的支持优



账户单元
账户创意

兴趣OCPM二阶

定向：城市
定向：年龄
定向兴趣：300+
开启自动扩量

单图
大图

OCPC一阶

定向：城市
定向：年龄
开启自动扩量

单图
三图

OCPC二阶

定向：城市
定向：年龄
开启自动扩量

单图
三图

兴趣OCPC二阶

定向：城市
定向：年龄
定向兴趣：300+
开启自动扩量

单图
大图



全国学历提升中心 广告



全国学历提升中心 广告

4.3.2PC案例：账户方法论总结

投放方法论总结

第一阶段（起量）

- ⑩直接 OCPC 或者 OCPM 二阶投放。
- ⑩兴趣不要选,直接不限,全选然后去掉1, 2个 无关的兴趣
- ⑩年龄根据客户需求定向
- ⑩出价按照20%价格幅度调整, 从低到高提价跑起来, 先把量跑起来

第二阶段（优化）

- ⑩申请媒体包管理, 根据转化情况, 屏蔽转化差的媒体包
- ⑩年龄不限+ 兴趣: 根据第一阶段跑出来的兴趣点, 相对不错的, 单独建一个单元;
- ⑩新建手百转化不错的意图词, 这单元量少, 但表单质量相对精准;
- ⑩单独新建兴趣--教育行业的, 目前量少成本偏高, 但是也可做量补充

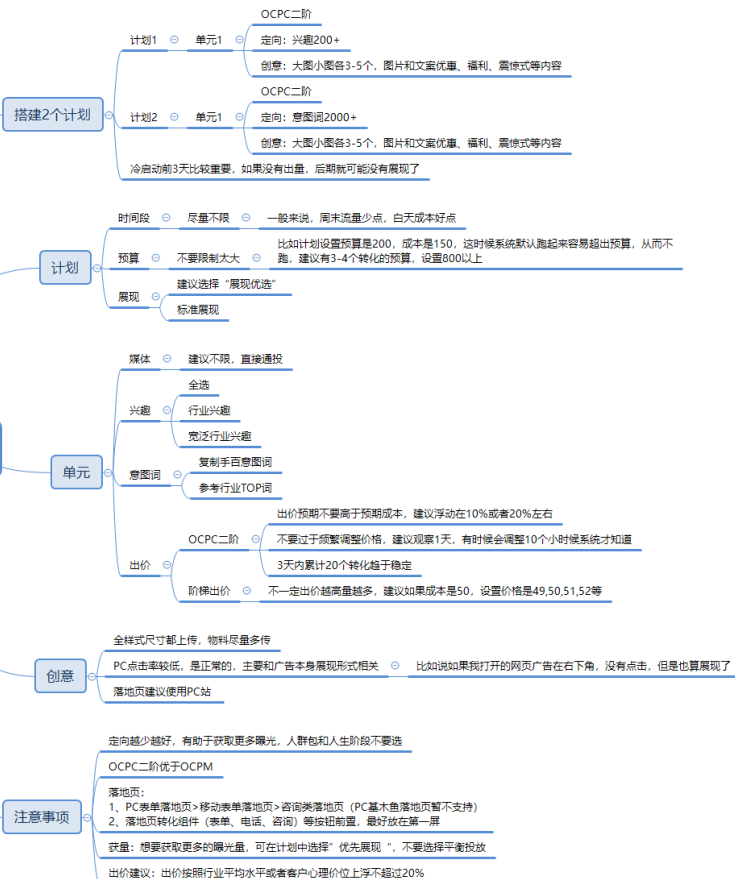
第三阶段

- ⑩多建物料, 目前单图转化跑得最好, 大图其次, 建议建不同的物料进行测试优化;
- ⑩物料方向建议: 推荐使用免费福利式、大字报式、震惊式等吸引点击的创意素材

4.4PC流量投放可复制方法论

根据投放客户 总结方法论

百青藤PC流量投放方法建议





05

产品操作

5.1 百青藤物料入口

第一步：选择信息流推广



第二步：新建计划



第三步：新建单元



第四步：选择“百青藤”



第五步：新建创意





5.2 产品功能汇总

模块	分类	百青藤功能汇总
计划	推广对象	网站链接
		APP下载
		商品广告
单元	投放流量	默认流量
		百青藤
		爱奇艺投放管家
	定向设置	人群包、意图、兴趣、基础定向等功能
		媒体包
	计费方式	CPC、OCPC
		CPM、OCPM
		oCPX
其他	其他	deeplink应用唤醒
		应用直投
创意	样式	单图、大图、三图、横版视频、竖版视频、开屏、横幅

Thank You!
