

双11电商营销攻略——百青藤篇

百度商业产品运营

2020年10月

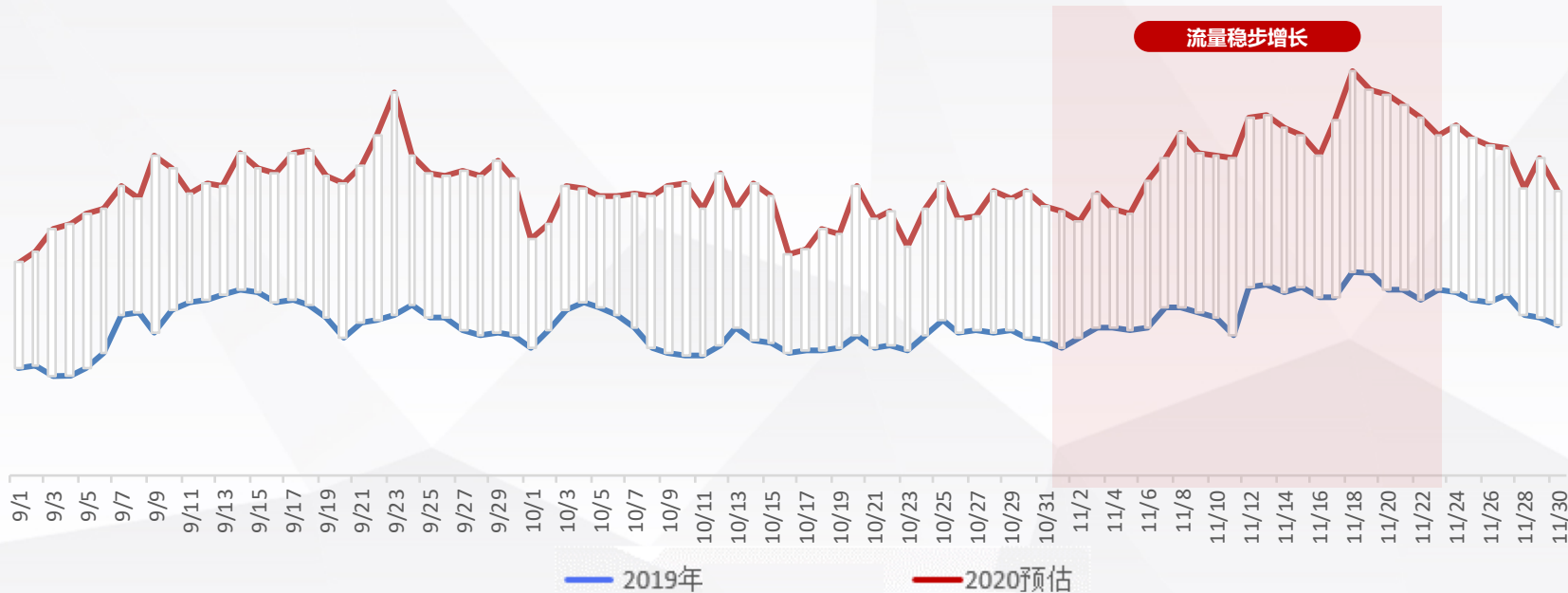
1

百青藤产品介绍&关键能力

● 流量 | 百青藤双十一流量预计同比上涨一倍

趋势解读：2020年双11期间百青藤趋势预估和往年类似，预估双11期间日均流量相比9月环比上涨**16%**，年同比增幅约**一倍**

投放建议：可适当增加20年百青藤预算，10月即可启动广告新建和提量的工作，提前布局、积累转化



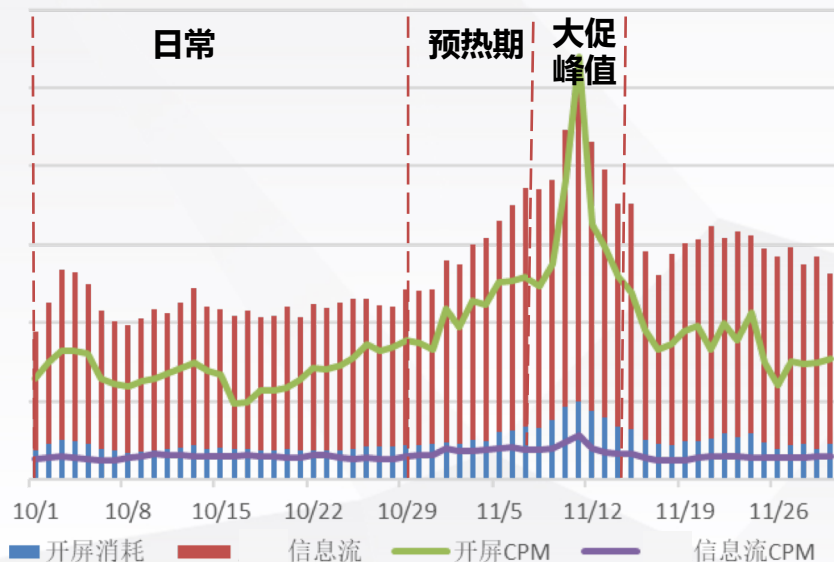
● 样式 | 大促期间百青藤开屏样式上涨明显

趋势解读：对比19年双11和20年618，开屏和信息流样式在大促期间均有较大涨幅

19年双11大促期间开屏样式CPM较预热期上涨98%，信息流样式CPM上涨42%

样式投放优先级建议：开屏样式 > 信息流样式

19年双11期间



20年618期间



● 介绍 | 百青藤拥有海量优质媒体资源，网罗全网优质流量

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

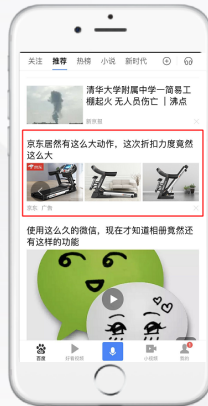
开屏样式



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！

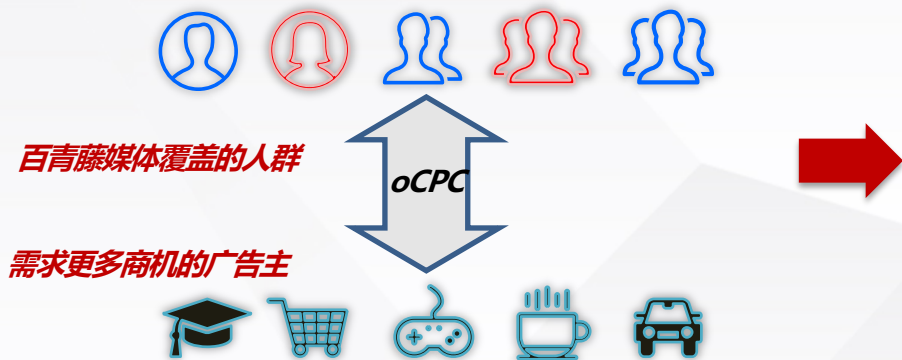
广告主仅需上传开屏物料
物料尺寸：640*960（主流），
1080*1920

● 关键能力 | 百青藤oCPC模型算法助力电商行业提升投放效果

核心的AI计算能力：oCPC-强效模型算法，提升百青藤投放效果

oCPC (optimization cost per click) 即经过“优化”后的CPC，以转化目标为优化目的的点击出价，采用更科学的转化率预估机制，帮助广告主在获取更多优质流量的同时提升广告转化效果

实时匹配每一次用户浏览与客户转化目标，确保广告推送人群的准确性和转化效果的可预期，动态优化客户投放成本与效果



Feed广告打破搜索精准需求下的广告触发行业壁垒，避免优质人群的浏览行为局限在低消费水平行业内竞价造成的价值低估

oCPC出价分为两个投放阶段

第一阶段

数据积累

第一阶段，为获取足够的转化量（20个），以确保智能投放阶段系统准确的预测转化率

第二阶段

智能投放

根据转化率预估进行智能投放，以转化成本为优化方向，帮助广告主提高广告转化效果

● 关键能力 | 高度适配电商行业，轻松满足各类投放诉求

拉活：支持仅投允许调起媒体+APP偏好，助力广告主老客拉活

仅投放至允许调起的媒体

投放流量：☐ 优选流量 ☒ 按媒体名称 ☐ 按流量类型

☐ 百度信息流 ☐ 贴吧信息流 ☐ 好看视频 ☐ 百青藤

投放版位：不限范围

媒体定向：☒ 不限 ☐ 媒体包 ☐ 媒体分类 ☐ 媒体ID

媒体屏蔽：☒ 不屏蔽 ☐ 媒体分类 ☐ 媒体ID

☒ 仅投放至允许调起的媒体

APP偏好：提升APP调起率

网络：☒ 全部 ☐ Wi-Fi ☐ 移动网络

APP偏好：☐ 不限 ☐ APP分类 ☒ 自定义

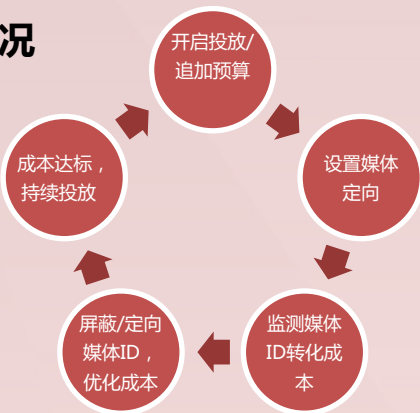
百度
百度Hi
百度2012
百度CarLife
百度VR
百度VR视频
百度WiFi

已选APP(1/100)

应用行为：☒ 已安装 ☐ 卸载已安装

扩量：支持媒体包、媒体ID数据报告，轻松定位适配流量

当前情况



后续计划

自定义流量包

同广告主主体不同
账户复用

媒体流量信息识别



2

电商行业营销目标&痛点分析

● 电商行业 | 营销模式

营销目标

APP下载/二跳下载/H5+调起

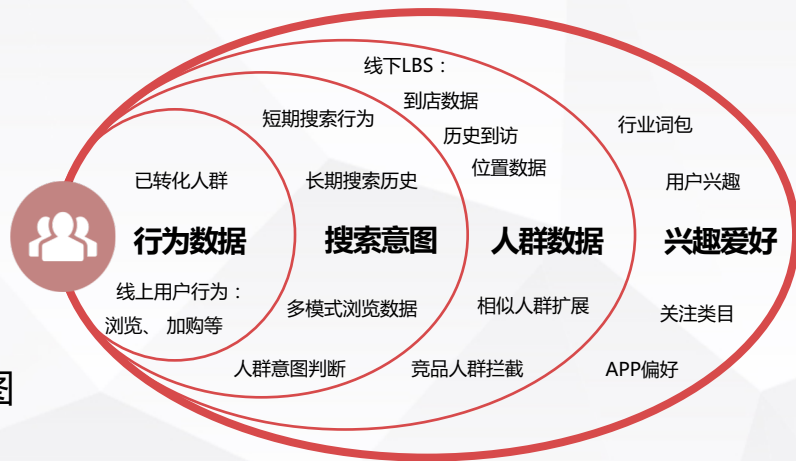
营销方式

排除APP人群拉新+已安装APP人群拉活

效果达成

获取新用户成本、订单ROI

- 关注商品创意
- 动态文案
- 动态图片
- 活动图片
- 动态创意模板
- 单品 or 三品？三图 or 大图？



- 关注APP激活成本
- 关注UV调起成本
- 关注ROI

● 电商行业 | 营销模式

数据资产管理方案：用户精细化推广&运营模型



● 电商行业 | 营销目标&痛点分析

区分常规投放、大促投放，整体营销目标分为：拉新、拉活、ROI、GMV，投放目标通常为 调起、下载、H5

投放诉求

常规投放

- 流量成本
- APP激活成本
- 新客订单成本
- (少部分) ROI

大促节点营销

- APP拉活
- 提升订单、GMV
- 提升ROI

投放目标

- 网站链接-投订单
- APP下载/二跳下载
- APP下载/二跳下载+调起

- APP下载+调起
- 网站链接+调起

营销痛点

- **物料管理难**：海量物料管理困难
- **营销成本高**：流量成本水涨船高，获客成本高企
- **媒体限制多**：主流媒体对调起限制严格，拉活诉求满足度不够高
- **人群定向实时性差**：大促时期望对已拥有安装APP客户精细化营销，仅有DMP技术不足



百青藤电商行业应用方案

● 百青藤 | 电商行业解决方案

营销诉求	拉新	ROI	拉活/唤醒
营销目标	新客下载+激活+留存	下载+订单	
投放样式	一跳/二跳下载	一跳/二跳下载+调起	调起
定向方式	潜在人群+目标人群 <ul style="list-style-type: none">✓ 排除已安装APP人群✓ APP行为-竞品人群✓ 潜在用户定向（兴趣）	目标人群+核心人群 <ul style="list-style-type: none">✓ APP行为-品类人群✓ 潜在用户定向（意图/兴趣）✓ 自定义人群-相似人群	核心人群 <ul style="list-style-type: none">✓ 已安装APP人群✓ X日内未使用应用人群✓ 安装后未激活/注册人群
出价	结合oCPC，回传APP激活+留存+订单数据		结合RTA/DMP圈选投放已安装人群
投放优化	<ul style="list-style-type: none">➤ 投放初期：运用百青藤行业媒体包渡过冷启动➤ 投放中期：据媒体ID监测投放效果，屏蔽效果不良媒体，对效果良好媒体提预算&放量➤ 投放放量：不断测试优质媒体定投放量，动态调优效果不佳媒体；回传深度转化、对接RTA对人群精确识别		

● 百青藤 | 适配电商行业不同投放需求

➤ 百青藤已支持DSP平台对接ADX、信息流API投放、DPA、信息流常规投放，可满足各类投放场景

投放类型		适配场景	适配客户	投放方式操作说明
程序化投放	DSP对接ADX	广告投放量级大 投放平台多	客户自建DSP平台、头部广告主	by客户沟通 详情沟通所属运营单位接口人
百度投放	API投放	广告投放量级适中 对广告创意实时性要求高	需通过推广API建立投放计划	百度信息流API文档 (点击上方跳转)
	DPA	实时性要求不高的多sku场景	已有大量商品信息的广告主	常规投放操作
	信息流投放	广告投放量适中、较少 人力可支持投放调整操作完成	物料适中，常规投放	

● 百青藤 | 电商行业APP下载类投放建议

APP下载：筛选适配媒体获取效果提升

1 投放测试期

选取适配行业媒体包
积累数据投放测试

- APP偏好：排除已安装人群；
- 人群包：行业媒体包帮助广告主定位优质媒体；
- 创意设置：配置版位相应创意，如单图、大图、三图、开屏等
- 定向设置：兴趣定向，不使用意图

2 积累数据稳定投放

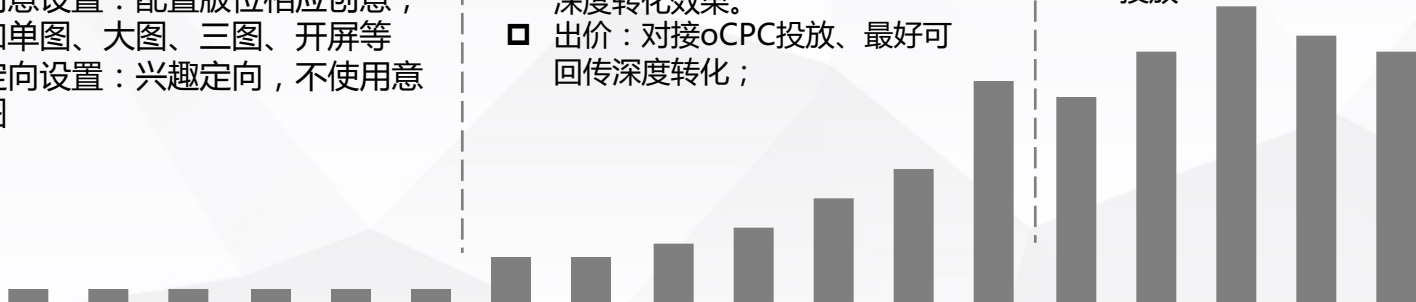
积累数据优化模型，根据媒体id效果屏蔽劣质媒体，优质媒体放量

- 媒体id报告：百青藤专项报告支持区分媒体id投放；客户也可以通过media_id通配符自行监控深度转化效果。
- 出价：对接oCPC投放、最好可回传深度转化；

3 优化迭代持续放量

稳定成本，持续放量，形成方法论，持续放量

- 媒体id测试：不断探索媒体id效果，优化新增媒体id
- 应用RTA：实时性更高人群优选投放



百青藤 | 电商行业APP调起类投放建议-以调起为目标

调起投放：更松弛调起策略，有效满足广告主拉活/唤醒诉求

- **APP拉活：**帮助广告主获取用户碎片化时间、提升APP活跃度；通过设置APP偏好&投放至调起媒体，实现用户点击广告后调起APP拉活。

圈选支持调起媒体
圈选已装机用户

触达碎片时间
用户

APP拉活

- **沉默用户唤醒：**通过人群信号（RTA或DMP人群包）圈定已装机用户中的沉默用户，精准投放广告精确召回用户。

DMP人群包orRTA实时判断
圈选沉默用户

精准触达
碎片时间用户

沉默用户唤
醒

调起-推广目标

广告点击

已安装

屏蔽未安装
人群

立即打开

打开应用

- **针对已经下载APP的用户：**

调起APP，促成唤醒，有效提升日活及后续行为。

- **沉默用户唤醒：**

通过DMP人群包或RTA技术圈定沉默用户，精准投放召回用户。

APP偏好：排除已
安装人群



oCPC*RTA
拓展投放，精确实时定向人群

召回广告

RTA接口

广告主：
是否参
与竞价

百青藤 | 电商行业APP调起类投放建议-以ROI为目标

ROI投放：老客调起APP，熟悉体验助力降本提效

- **效果提升**：当广告主投放考核同时包含线索成本、订单成单金额、APP下载成本、后端留存成本等多项时。可通过Deeplink调起投放将用户拉回APP中；APP中更熟悉的环境+良好体验助**广告主投放ROI提升&成本下降**。



ROI-推广目标

广告点击

已安装

未安装

立即打开

立即下载

二跳落地页

打开应用

安装

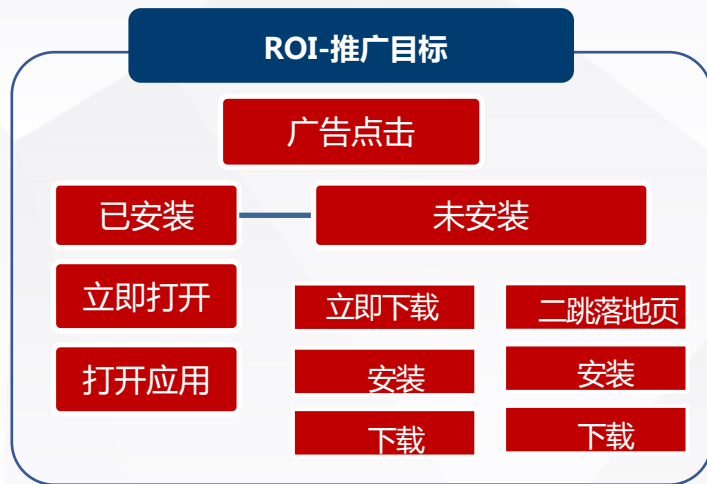
安装

下载

下载

- **针对未下载应用的用户：**
投放下载/网站链接广告，
- **针对已经下载APP的用户：**
调起APP，促成唤醒和再交易，有效提升日活及付费行为。

● 百青藤 | 电商行业APP调起类投放建议-以ROI为目标



- 针对未下载应用的用户：
投放下载/网站链接广告，
- 针对已经下载APP的用户：
调起APP，促成唤醒和再交易，有效提升日活及付费行为。



THANKS