

百度信息流GD 双十一营销指南

× 目录

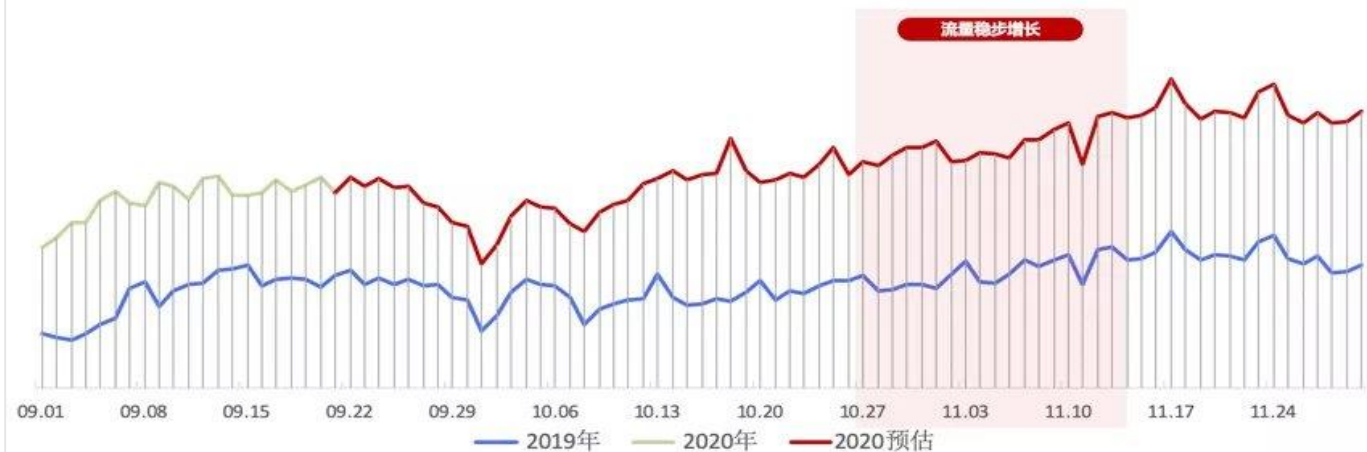
● 趋势解读

- 2020年双11期间，预估信息流大盘日均流量，环比9月上涨11%，年同比增幅约36%，双11期间未见明显峰值。
- 从2019年双十一历史表现看，11月9日-11月11日流量竞争明显加剧，其他时间竞争趋势平稳。

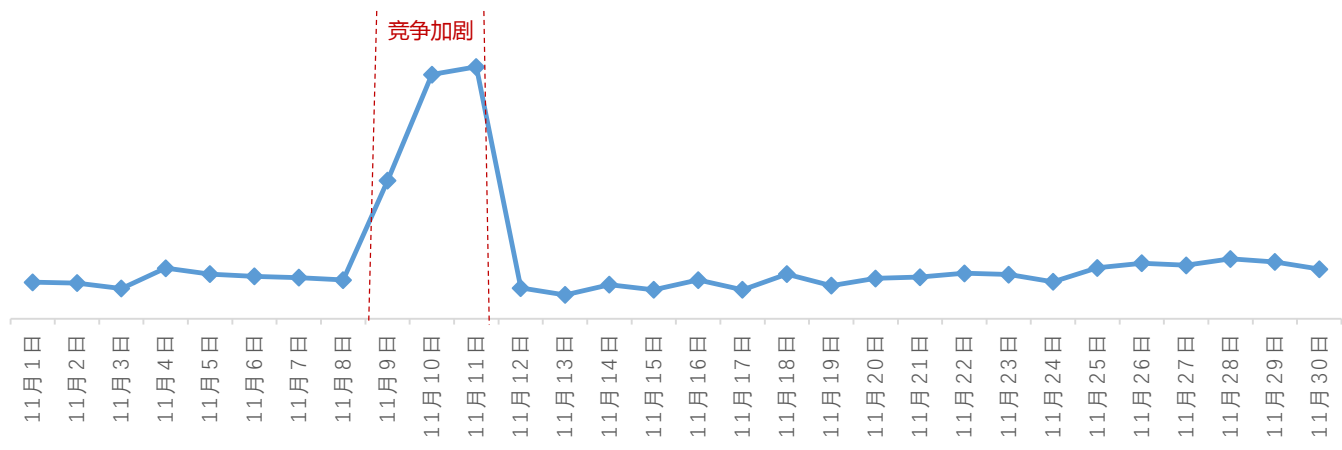
● 投放建议

- 加快锁定抢占11月9日-11月11日的黄金流量，同时注意预热期（11月1日-11月8日）、返场期（11月12日-11月20日）的流量布局

2020年大盘整体信息流流量趋势预估

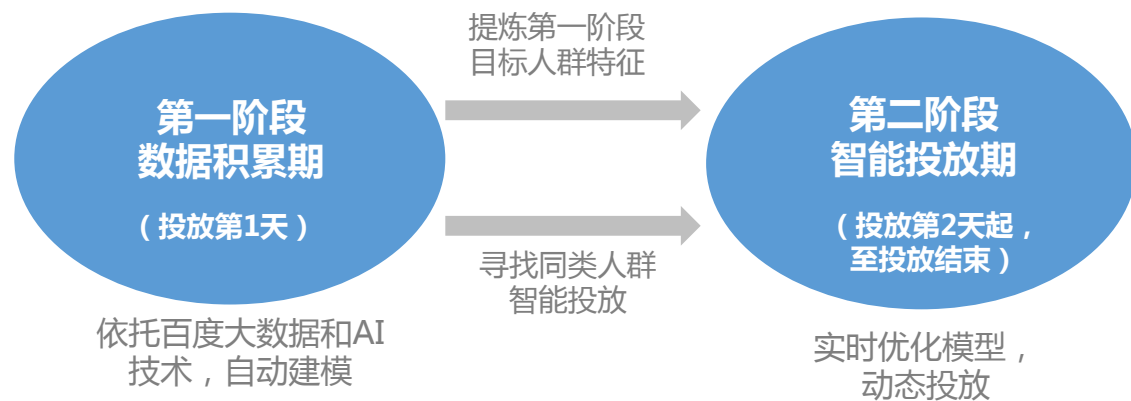


2019年双十一【信息流GD】售出流量趋势



定向篇——推荐1：AI智投

全网智能找寻和圈定目标大促人群，有效提升CTR



AI智投基础版：CTR平均提升30%+

AI智投专业版：CTR平均提升70%+

● 智能匹配

结合百度大数据和AI机器学习，为广告物料智能匹配强兴趣目标人群进行投放

● 新客发掘

在更大圈定范围内寻找目标人群，发掘潜在受众

● 效率提升

无需反复测试，系统自动投放

定向篇——推荐2：观星盘

观星盘6大类专属人群，助力双十一精准营销

潜力消费人群

大促偏好购物狂
爱好购物男神/女神
网红店打卡人群
探店体验人群
活跃青年
高端人群
豪宅小区居住人群
新中产人群
海淘行货买手
时尚达人
在读大学生

母婴保健人群

奶粉购物节人群
家有1-3岁娃的妈妈
婴儿用品购物节人群
育儿信息收集人群
奶粉品牌搜索人群
关注保健品人群
养生关注人群
关注燕窝人群
关注阿胶人群

手机数码人群

大家电购物节人群
数码3C购物节人群
生活家电购物节人群
家电购买意图人群
厨房小家电关注人群

美妆护肤人群

大牌彩妆购物节人群
大牌护肤品购物节人群
大牌美妆购物节人群
高端美妆关注人群
个护日化购买人群
防晒隔离需求人群
国产品牌美妆护肤人群
购买美妆产品人群包

食品饮料人群

关注烹饪技巧人群
食品饮料购买人群
关注高端食材人群
关注白酒人群
关注高端白酒人群

服装鞋帽人群

饰品轻奢关注人群
购买服装人群包
服饰购买人群
热门包包关注人群

玩法篇——推荐1：“心传”软文，无广告感知，自然种草



手百推荐列表页
免广告标展现



百家号过审的优质内容，
植入品牌 and 产品信息

- 广告主提供过审百家号内容，通过信息流GD保量投放，展现样式为大图、三图、单图，免广告标
- 支持手百APP列表页推荐频道，标题和品牌名称根据软文自动获取，不需要单独提供，落地页为百家号文章

玩法篇——推荐2：线上线下载整合营销

覆盖用户线上线下多场景，依托百度大数据能力，精准饱和触达大促目标用户，促进用户“认知-兴趣-行动”的决策路径转化



玩法篇——推荐3：品牌Always，“搜+推”双擎营销

针对双十一大促的意图用户人群，可实现**即刻**再营销，有利于缩短购买决策时长



【搜】手百APP搜索
品牌词/产品词/竞品词/通用词



搜索后即刻/ 搜索后3天内
【推】当用户刷新推荐列表页



若客户合作品专，则将展示
【品牌专区】

样式篇（大促推荐）

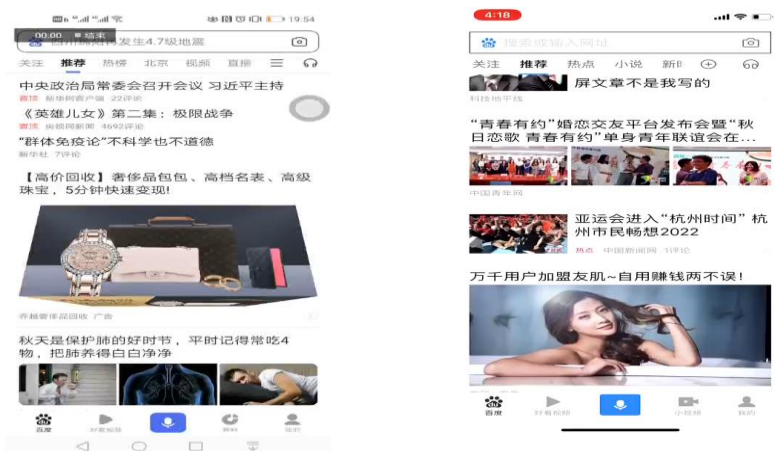
手百镂空

通过上下滑动，打破展现面积限制，展示物料细节及全貌



随心互动

生动有趣，提升用户交互感和沉浸式体验



一见三联

通过上下方向的滑动，
让大图和三图两种样式自由切换展现



一拖三

➤ 大图吸引第一主视觉，传递品牌调性；3张小图，展示不同产品款式及细节，提升用户认知度

➤ 面积最大，是普通GD样式的1.3倍



直播

可通过包时段投放GD，为直播间大促活动强势引流



落地页篇

【信息流GD+基本鱼】

多款大促专属组件随心选

■ 活动组件

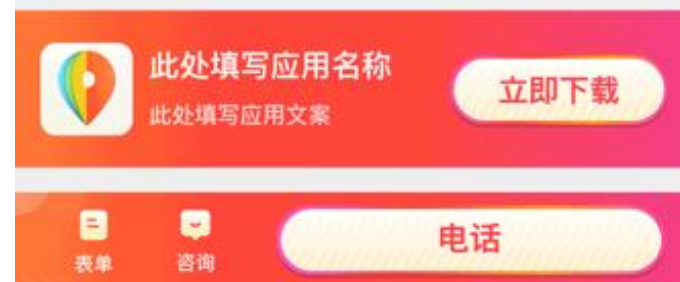


■ 转化组件



添加微信好友，详细了解产品。

关注



【信息流GD+deeplink】

调起商品落地页，提升获客转化

单链
(H5页面加代码即可，无需单独开发)



弹框提示“将离开百度，在对应APP中打开链接”。
点击“确认”进入商品落地页；点击“取消”返回H5页面

展示信息流广告



进入H5页面



商品落地页



双链
(需双方技术对接开发)



若点击④中的“返回”组件，从④跳转回①

感谢观看



百度信息流合约广告