百度电商商家全链路解决方案

商业产品运营部

2021年11月

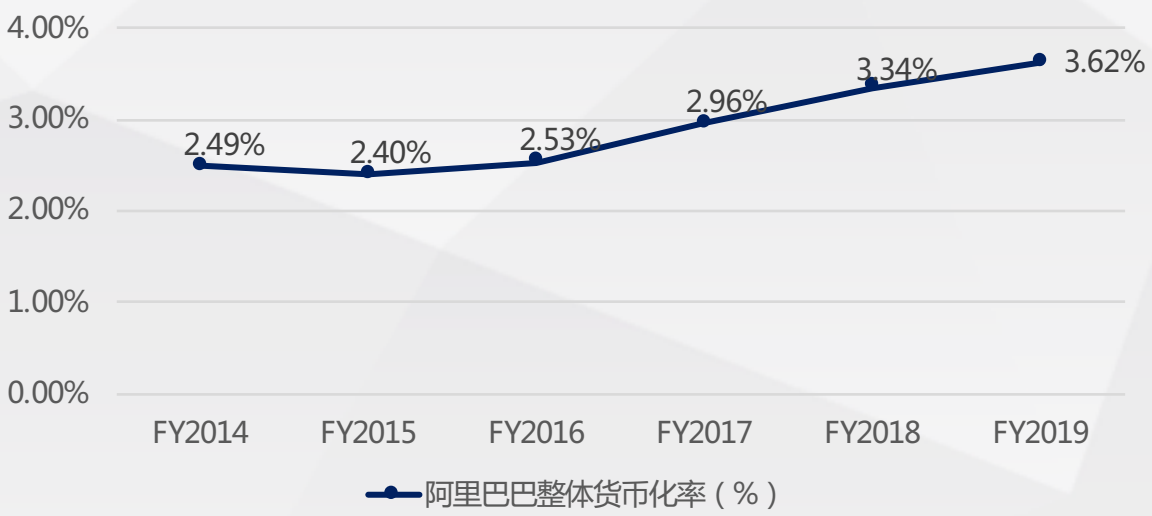
电商广告市场新格局

竞争格局：去中心化3（阿里京东拼多多）+X（抖音、快手...）

竞争格局

3			X	
Top1 阿里	Top2 京东	Top3 拼多多	抖快	... ...
占比逐年下降 13年 89%—19年 74%		**份额上升** 18年 5.2% 19年9.6%	**份额增加** 预计20年 GMV 4-5k亿	... ...

传统电商平台货币化率不断走高，商家出淘意愿明显



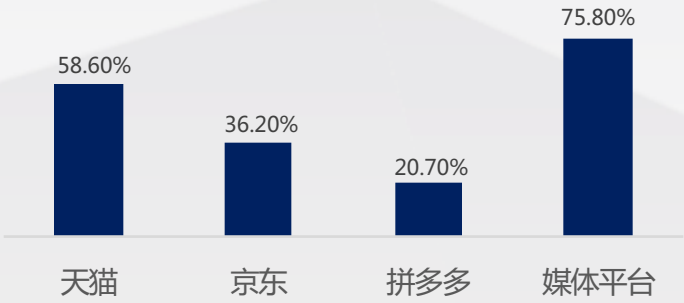
看市场

用户从单渠道购买转向全渠道购买

随着各大媒体对用户使用时长的渗透，搜索、内容种草及买货场景更丰富，用户多媒体购物接受度高

电商平台竞争激烈，多平台经营发展已成趋势

2021年618各渠道预算增幅（同比）



数据来源：据亿邦智库调研数据整理

店铺化运作已成为商家在媒体端经营的趋势！

竞媒电商主要玩法

第一阶段：引流电商+直营电商

主要行业

- **美妆护肤**
- 食品饮料
- 小家电
- 服饰行业

①***国际品牌***
（雅诗兰黛等）
②***本土传统***
（一叶子等）
③***本土新锐***
（完美日记等）
④***淘宝腰尾***

抖音2020年强势引导商家入驻“抖音小店”，**广告从跳转淘宝变成跳转小店**，今年10月抖音电商直播正式切断淘宝外链，完成购物全链路闭环。

第二阶段：电商一体化营销平台—巨量千川

营销场景

- 直播带货
- 短视频带货
- 品牌曝光

①***新品发布***
②***节点大促***
③***爆款发掘***
④***新店冷启***

抖音通过巨量千川全面整合了DOU+、巨量鲁班、AD平台的电商营销能力，开通一个千川账号即可进行所有抖音店铺推广的操作

百度独特而丰富的电商场景

搜索+信息流营销场景，种草拔草一网打尽

百度流量矩阵已覆盖多购物场景，搜索场景实时反映用户需求，更能够抓住消费者商机，提升商户订单和成交量

① 开屏矩阵曝光

百度APP、好看、贴吧等大型S级活动申请

② 搜索

度小店优质商品优先展示特权

③ 精准内容推送

百度APP信息流推荐图文/视频/直播等；自然推荐标签、CTR、贡献时长等综合因素；

④ 购物频道

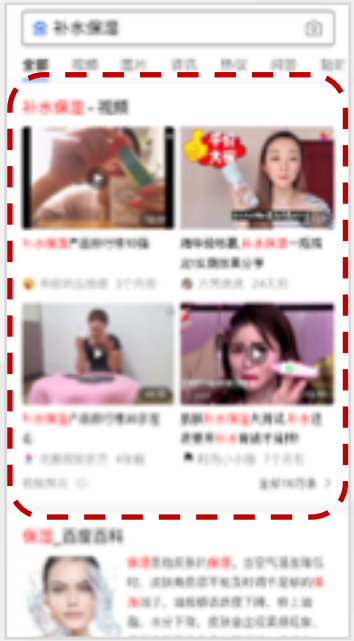
百度APP-信息流-自主添加，或发现-购物进入；购物频道可配置banner、腰带、专属频道推荐等运营位，

⑤ 直播频道

有内容价值带货直播/明星类带货直播可申请该资源

百度电商商家投放能力矩阵

流量场景

开屏触达	主动搜索	信息流推荐	内容种草
			

产品矩阵

百度电商商家投放能力（电商店铺投放目标）

直营电商（基木鱼开店）

综合电商（原度小店）	古物潮玩（未来融合）	付费线索
普通实物类商品 日用快消 食品饮料 箱包服饰 美妆洗护	泛艺术品 珠宝 玉石 翡翠 文玩	虚拟类商品服务 教育 商服 金融 通信

直播投放

普通实物类商品

珠宝玉石类商品

旅游、教育等线索类客户

（观看、停留、互动、商品点击、成单等转化）

引流电商

所有具备电商平台资质客户

淘宝

天猫

京东

拼多多

基木鱼电商投放

（原度小店）

基木鱼综合电商（原度小店）是什么？

-全链路直营解决方案

基木鱼总和电商 | 业务全景

基木鱼综合电商：开店无忧，投放不愁

基木鱼综合电商是全面的电商解决方案，赋能品牌电商、二类电商及内容电商，提供建店、交易、结算、订单等全链路能力，支持广告投放、内容挂载、分润分销等商业模式，充分满足客户所需，实现多维度营销及订单转化。

全链路商家赋能，完善电商解决方案

基木鱼综合电商投放-在线支付，实现全链路商家赋能

帮助账户数据积累，优化用户购买链路，实时ROI监控

入驻开店 → 商品挂载，流量分发 → 营销刺激 → 转化下单 → 售后支持 → 留存复购

免费开店	内容带货	广告推广	营销组件	交易管理	售后客诉	再营销
-可免费生成电商小程序； -入驻即享全部平台能力；	-图文视频和直播都能买货； -海量自媒体作者帮忙分销；	-百度推广客户商品店铺推广； 独有人群转化模型婉转电商；	-丰富的营销促销组件； -吸睛的前端优惠样式；	-清晰的交易流程和订单管理； -准确的可视化对账分析报表；	-提供完善的评价售后流程； -客诉纠纷时百度客服介入；	-建立和消费者之间的通路； -定期回访触达刺激再消费；

商业客户免抽佣

投放特权

首批客户优先权益

- ✓ **投放能力提升：**
  - **易用性提升：**电商店铺目标，商品下拉选择
  - **效果提升：**支持oCPC订单提交成功转化目标，电商人群包
- ✓ **策略扶持：**自动驾驶超成本赔付（低门槛，长周期）、Boost扶持（加速跑量），直播优惠券等
- ✓ **重点品类：**标杆案例，分品类投放方法
- ✓ **自然资源包：**购物频道常规资源位、活动资源（开屏、push等）、平台补贴，优质品牌商品全网热卖卡优先展示权等。
- ✓ **数据监控：**报表平台

抢滩登陆，获取专属扶持，领跑行业！

基木鱼综合电商投放指南

-开店+商业投放操作流程

详细开店指引可访问营销中心查看或下载：
http://yingxiao.baidu.com/course/outside/detail?detailId=1529

商家入驻开店流程

- **怎么开店?**

简单几步流程，轻松开店

注册店铺
（珠宝玉石品类需注册古物潮玩平台）

↓

店铺基础设置

↓

开通在线支付

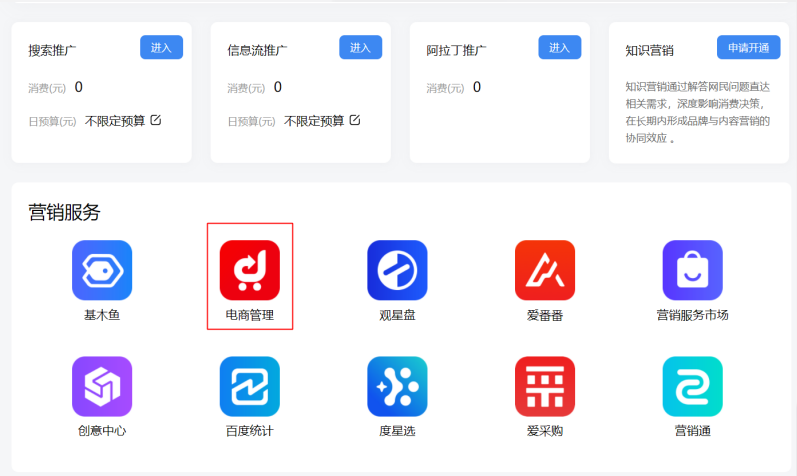
↓

创建商品

- **后台入口**

可通过广告投放平台“电商管理”入口

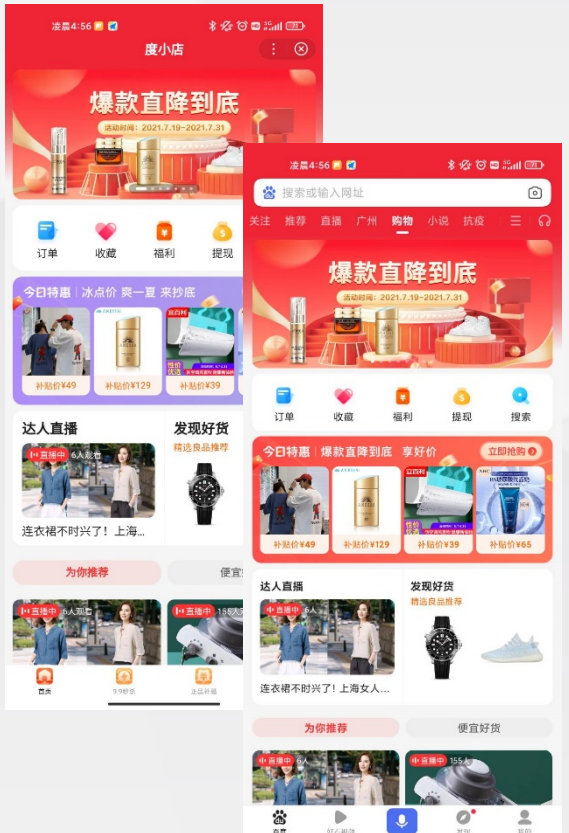
或访问kaidian.baidu.com快捷登录后台



- **在哪里可以搜索到我的商品?**

1 所有商品均可在“度小店精选”小程序，百度APP购物频道通过关键词检索到

2 百度APP商品阿拉丁卡片中收录（限旗舰店、专营店



基木鱼开店APP：商家移动工作台，随时随地满足经营需求

打开百度APP或者微信，扫码下载体验

【数据概览】海量数据实时掌握，策略优化好帮手

【IM消息】客户咨询面对面、订单转化顶呱呱

【订单管理】 订单管理轻松完成，智慧经营小管家

【售后管理】售后问题一键处理， 金牌口碑人人夸

【服务工单】实时接收平台服务请求，及时处理解决问题

【系统消息】订单、售后消息接收体验升级，金牌口碑小当家

【商家入驻】手机随时随地完成开店，轻松快捷

【数据模块】支持店铺数据在线查看，经营动态全掌握

【系统公告】系统公告极速览，商机千万别错过

推广 | 信息流推广操作指南

H5投放：适合单商品客户投放

新建计划-选择电商店铺营销目标-度小店交易平台

落地页信息-选择已有页面（度小店页面）

小程序投放：适合商城类客户投放

新建计划-选择网页链接营销目标

落地页信息-下拉选择页面/手动填写小程序地址

- *联系总部行业运营加白名单，获取下拉权限，选择度小店商品*

推广 | 搜索推广操作指南

H5投放：适合单商品客户投放

新建计划-选择电商店铺营销目标-度小店交易平台

落地页信息-选择已有页面（度小店页面）

小程序投放：适合商城类客户投放

新建计划-选择网页链接营销目标

落地页信息-手动填写度小店聚合小程序地址

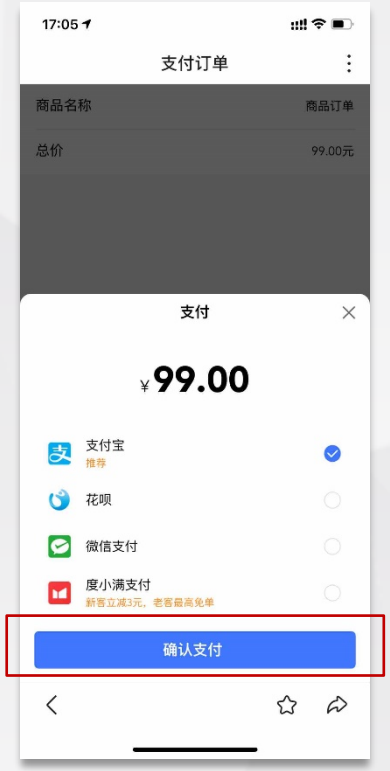
- *联系总部行业运营获取聚合小程序访问地址*

附录 | 推广产品能力 -升级订单转化目标

产品简介

为更好提升以在线支付为支付方式的客户群体的投放效果，找到更精准的客群，将**支持商品支付成功作为转化目标**

点击提交订单不计为转化



完成支付记为转化

操作说明

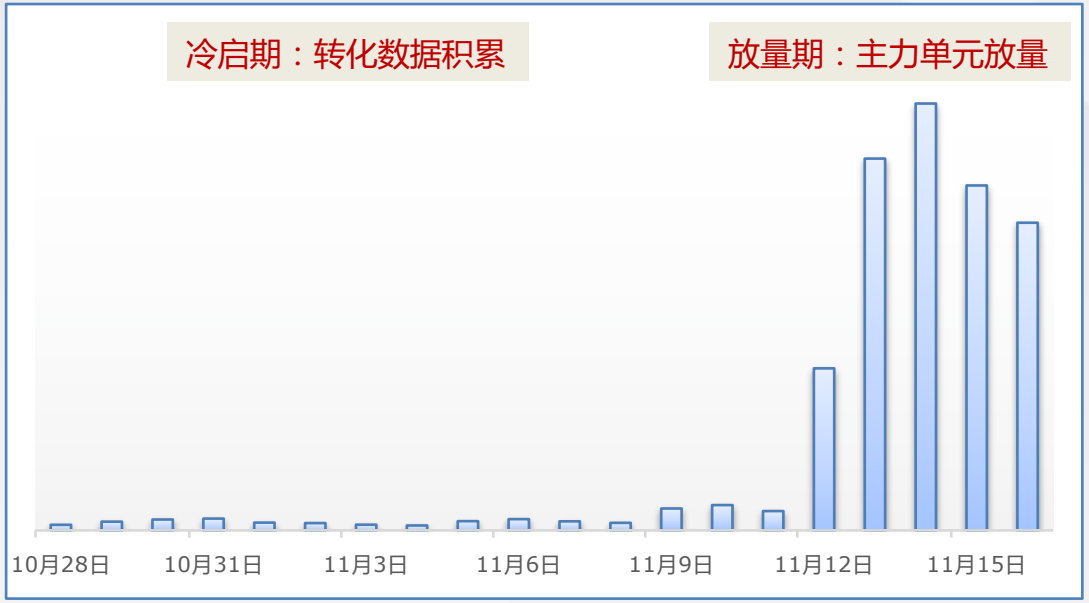
对于在线支付客户，在线支付成功

基木鱼综合电商优秀投放案例

案例一 |男士保暖内衣-信息流

- 商品名称：男士保暖内衣
- 售价：99元/4套

产品定位	二类电商冬季10W+爆品，高度适配信息流投放人群，高性价比保证转化效果
投放痛点	货到付款签收率低，实际ROI不稳定难以持续放量
营销诉求	已进入商品投放黄金季节，希望在保证签收的情况下迅速起量爆单
解决方案	使用在线支付提升签收率，配合商品支付成功模型实现精准转化，保质拓量



投放表现

日均消费	日均订单	CTR	CVR	ROI
15W+	1000+	1.2%+	3.5%+	2+

经验总结

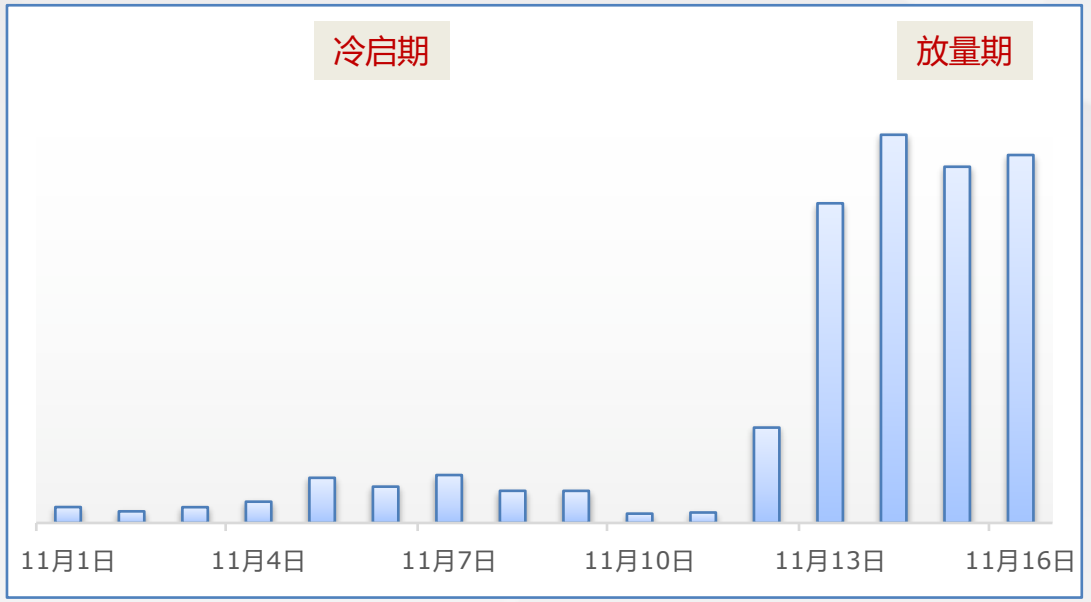
- 基建完善：保持每天新增单元，阶梯化出价
- 数据积累：运营放量模式加速冷启期的转化量积累
- 模型优化：单元间淘汰竞争，只保留高CTR、CVR单元
- 创意策略：视频素材流量占比高，高CVR+竖版视频单元放量
- 落地页：接地气文案+强调卖点，营销组件配全，优质评论加分

优质创意&落地页样式参考

案例二｜无糖桃酥-信息流

- 商品名称：无糖桃酥
- 售价：69元/4斤

产品定位	快消品类用户覆盖面广，客单价低、性价比高
投放痛点	创意样式单一（大图、横版视频为主），流量覆盖窄、新建单元消耗不出去
营销诉求	保证ROI做正的情况下，解决投放消耗的问题
解决方案	对比测试各流量点位效果，使用商品支付成功模型



投放表现

日均消费	日均订单	CTR	CVR	视频流量占比
10W+	1300+	0.9%+	3%+	80%+

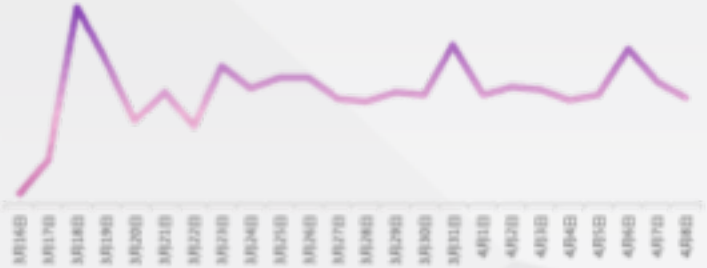
经验总结

- 基建完善：每天3-5单元新增，阶梯化出价
- 冷启期策略：大图/三图/横版/竖版单元对比测试，根据反馈保留优质单元
- 放量期策略：CTR、CVR均大于平均水位的单元提升10%出价，加速跑量
- 创意策略：直播切片强调卖点，重点展示产品原产地和生产加工过程
- 落地页：接地气文案+优质美图，营销组件配全，优质评论加分

优质创意&落地页样式参考

案例三｜博滴洗发水-信息流

投放ROI



日消费：20w

roi：1.1

产品定位

生姜生发洗发水
专注防脱 强根健发
除螨去屑止痒
控油改善毛躁

营销诉求

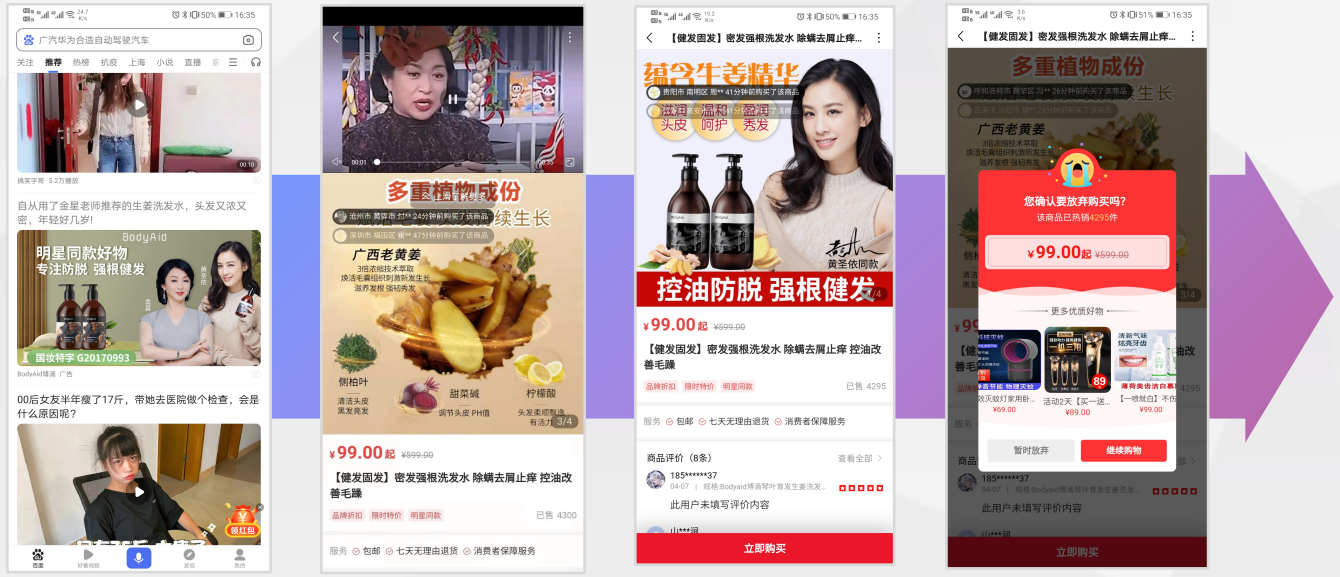
保障ROI的情况下加大投放，提升订单

投放痛点

引流电商跳出百度站内，难以优化ROI

数据来源：客户实际业务数据

解决方案-使用在线支付投放，结合支付成功转化目标，拓量保质



定向：意图词

严重脱发、产后脱发、植发、溢脂性脱发、熬夜脱发、男性脱发……2000意图词*人群定向精准*

素材创意：使用程序化创意，大图、三图、小图、视频配齐

案例四| 服饰客户-信息流

产品定位

男士休闲裤
单品价格：
198

营销诉求

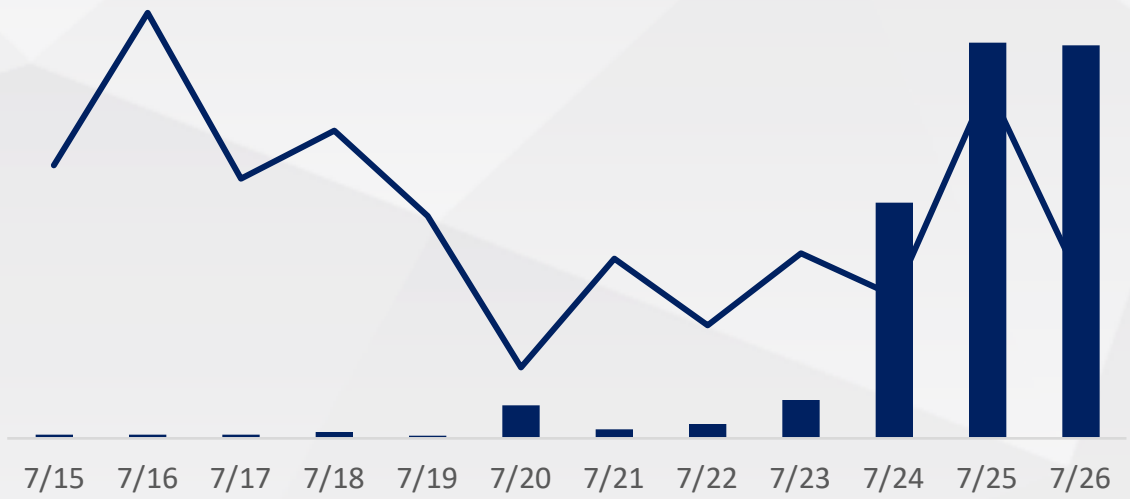
通过电商店铺投放，
提升ROI

投放痛点

符合ROI情况下
快速放量

ROI
2.3+

日消费
2w+



关键词推荐+大图视频程序化创意快速起量

投放策略

1.营销目标：网站链接
2.出价：多种出价尝试，提升广告展现。oCPC、oCPM组合投放
3.定向：35岁以上男士，结合意图词推荐（男士休闲裤、裤子、休闲裤、男式休闲裤等）
目标转化：商品支付成功
4.样式：大图视频、程序化创意
5.落地页：度小店H5

高消费及高CTR创意示例

店铺概览

案例五 | 图书客户-信息流

产品定位

国学经典书籍
单品价格：498

营销诉求

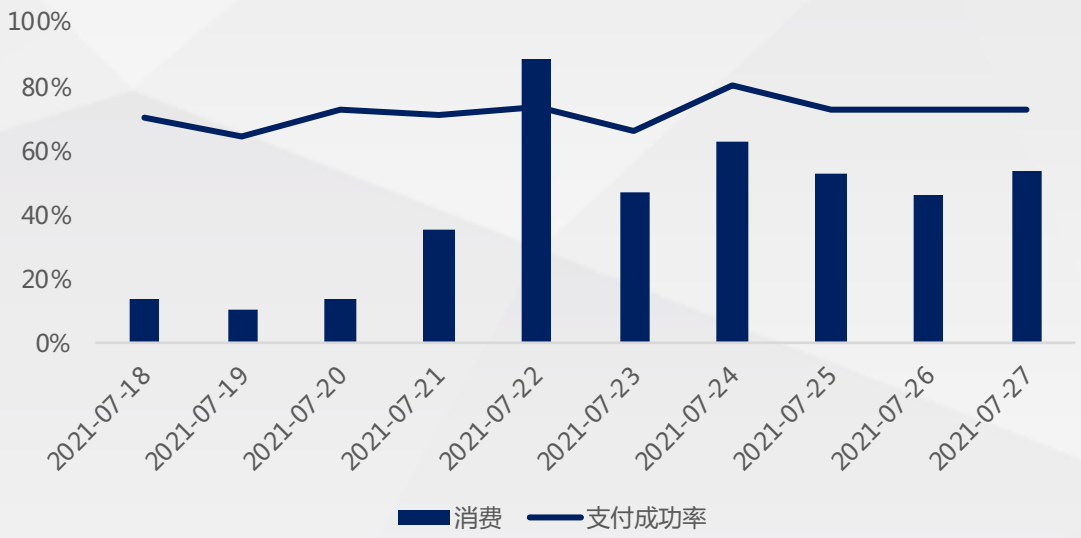
降低无效线索率

投放痛点

满足成本的情况下快速放量

支付成功率
80%

日消费
2w+



多种触发分支+大图程序化创意快速起量

投放策略

1. **营销目标**：网站链接
2. **出价**：oCPC、oCPM组合投放
3. **定向**：35+男性为主，兴趣、意图词和通投多种触发分支分别尝试
   目标转化：商品支付成功
4. **样式**：大图、横版视频、竖版视频
5. **创意类型**：自定义创意+程序化创意组合使用，冷启期用自定义创意，稳定期使用程序化创意快速放量
6. **落地页**：度小店H5

高消费及高CTR创意示例

店铺概览

百度直播推广操作手册

直播推广 | 产品介绍

什么是百度直播推广？

广告投放落地页以百度直播间作为载体，用户点击广告后在百度APP内进入直播间页面，紧密地将用户和内容交互在一起，同时进一步丰富推广场景，满足商家的直播带货需求。

注：目前暂时只有『信息流推广』账户支持直播间投放

直播推广｜投放流程

基木鱼综合电商

入驻基木鱼开店完成店铺设置 → 创建商品页（支付方式：在线支付） → 开通『0分佣』 → 把商品绑定到对应的百家号ID

➢度小店入驻操作流程：
http://yingxiao.baidu.com/course/outside/detail?detailId=1529

➢商品0佣金分销操作手册：

Microsoft Word 文档

百家号

注册百家号 → 开通直播间 → 开通直播带货权限 → 预约直播，生成直播链接 → 开播 → 直播完成

信息流推广账户

建推广计划：营销目标选『网站链接』 → 建推广单元：推广URL填写『直播链接』

直播推广 | 产品能力

现状：暂时只有『信息流推广』账户支持直播间投放；信息流竞价推广直播间支持oCPC投放和直播样式

接下来直播推广的产品能力还将持续更新迭代，敬请期待！

oCPC转化类型

■ 直播oCPC投放支持7种转化目标：

①**直播间观看**：目标用户进入直播间则算作一次转化

②**直播间商品按钮点击**：目标用户点击了商品卡则算作一次转化

③**直播间停留**：目标用户在直播间停留超过1分钟则算作一次转化

④**直播间评论**：目标用户进行了一次互动交流则算作一次转化

⑤**直播间打赏**：目标用户进行了一次送礼互动操作则算作一次转化

⑥**直播间购物袋点击**：目标用户点击了一次购物袋则算作一次转化

⑦**直播间成单**：目标用户完成直播间商品购买则算作一次转化（线上交易场景下-完成付款算作一次转化；货到付款场景下-完成下单算作一次转化）

直播样式

■ 百度APP列表页支持直播样式：

直播中状态

直播推广｜操作指引：信息流推广-创建计划/单元

创建计划

·**计划层级**：营销目标选择『网站链接』

注：至少在开播前5小时完成直播投放计划搭建

创建单元

·**单元层级**：流量选择『百度信息流』

·**投放出价**：选择『oCPC投放』，推广URL：填写百家号直播间链接

·目标转化：当前可选择7种转化目标（建议优先选『直播间停留』）

直播推广｜操作指引：信息流推广-创建创意

创建创意

· **创意方式**：建议优先选择『自定义』

· **创意样式**：建议优先选择『大图』，其次是『横版视频、竖版视频』

创意上线后投放展示

· **大图样式**：如申请了直播样式加白，在百度APP列表页展现的直播广告左上角将显示『直播中』标签

· **横版视频、竖版视频样式**：将与普通的信息流广告样式一致，暂无特殊标签

直播推广 | 数据披露

『推广管理』-『自定义列』新增对应的直播数据维度：直播间观看、直播间成单、直播间商品按钮点击、直播间停留、直播间评论、直播间打赏、直播间购物袋点击

信息流直播投放案例-沙棘汁

品类

饮品-沙棘汁
平均客单价97元

品类特点

・本质是非刚需，高复购，未形成强势品牌
・具有一定养生、保健的属性

玩法思路

・确定目标人群画像
・抓住当下健康理念，打造健康饮品
・性价比第一，多种套餐

挖掘直播专属人群包精准覆盖 快速起量

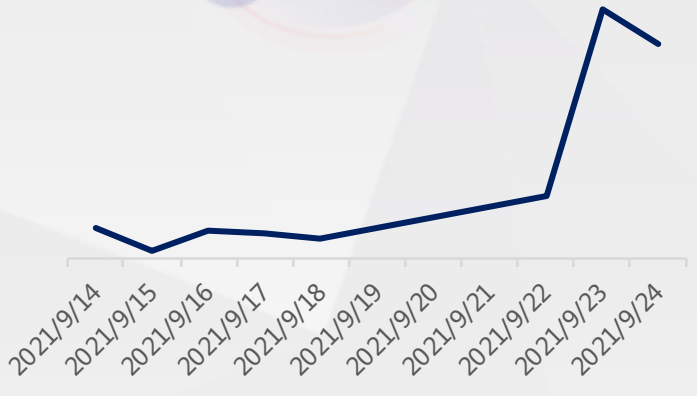
投放策略

1.**营销目标**：网站链接
2.**流量类型**：百度APP
3.**出价**：oCPC
4.**定向**：挖掘直播专属人群包，如：直播卖货观看人群、直播电商购买人群、复购人群等，帮助客户精准获量
5.**转化目标**：直播间成单、直播间商品按钮点击、直播间停留
6.**出价**：结合客单价和预算设置，直接oCPC二阶，各单元之间差异化出价；初期建议高出价获量，起量后根据实际转化成本逐渐降价
7.**样式**：直播样式-大图素材
8.**落地页**：百家号直播间

ROI
峰值1.8

日消费
9000+

带货销量
峰值98



直播间Demo

带货商品

引流电商

电商店铺丨为电商商家提供的专属投放方案

电商店铺推广面向电商商家，搜索+信息流双引擎支持通过直接调起各大电商平台APP（淘宝、天猫、京东、苏宁、拼多多等）提升店铺销量及订单转化

强效缩短转化路径： ✗ *H5体验糟糕流失* ✗ *页面加载过长流失* ✗ *需登录账号过程流失*

全链路监控数据：

百度 → 淘宝

	调起率
跳转/H5	32%
直接调起	80%

电商店铺 搜索——定向&机制&功能

• 搜索功能

推广助手支持电商店铺

关键词规划师优化

对接关键词规划师，优化索引和阈值问题，推词量提升**25%**

后续将进一步扩大电商客户的关键词推荐量，建议投放搜索多使用关键词规划师和优化中心

• 搜索定向

高预算	品牌/寻址 全称、缩写、英文	花西子，自然堂，欧莱雅，透真，olay
中预算	品类 根据功效、成分等细分品类	口红：哑光口红，显白口红，滋润口红 面膜：美白面膜，睡眠面膜，补水面膜 精华液：玻尿酸精华液，烟酰胺精华液
中预算	商品 明星商品，热点商品，新品	欧莱雅小黑瓶，自然堂小紫瓶， 真迈男士洗面奶
低预算	竞品 购买渠道等转化提示	自然堂旗舰店，雪花秀新款购买

电商店铺 搜索——创意样式

搜索商品类样式

正品自然堂-自然堂官方旗舰店_体验肌肤焕活之旅

正品自然堂,自然堂套装,来自大自然的护肤专家,自然堂官方旗舰店,旗下核心品牌,自然堂系列,伽蓝集团自然堂,缔造亲肤的护肤，彩妆品牌.

去淘宝查看-自然堂官方旗舰店

基础样式-店铺名称露出

巴黎卡诗天猫旗舰店-专业护发品牌_秀发闪耀_即刻再现

巴黎卡诗,专业沙龙品质,重启发丝元气光泽.长效净彻控油,Q弹柔顺,闪耀新生.演绎秀发极致之美,秀发柔顺绚亮....

双重功能头皮洗发 控油 x 滋润

卡诗神仙精油 亮泽柔顺

奇迹红安瓶精油 6周有效防脱

去天猫_巴黎卡诗天猫... 广告

电商商品橱窗

花露水用_ 婴儿草本花露水200ml 花露 防蚊驱蚊 缓解蚊虫叮咬不

品牌: 嘟呵
现价: 12.6元起
介绍: 网购上「京东」,海量品类正品联保,轻松网购就在京东! 品质出众!每日精选爆品,比电脑下单更优惠!

母婴 洗护用品 嘟呵驱蚊防晒

去京东查看 广告

电商全息样式

吉列剃须刀_吉列新品小云刀油痘肌舒适剃_去油即刻再现

吉列新品小云刀,一把保护皮肤安全的剃须刀,帮助肌肤去油去死皮,油痘肌也能舒适剃!即刻登录吉列旗舰店...

去京东_吉列官方旗舰店 广告

电商大图样式

正品自然堂-自然堂官方旗舰店_体验肌肤焕活之旅

正品自然堂,自然堂套装,来自大自然的护肤专家,自然堂官方旗舰店,旗下核心品牌,自然堂系列,伽蓝集团自然堂,缔造亲肤的护肤，彩妆品牌.

券 618钜惠 护肤产品满300减100

去淘宝查看-自然堂官方旗舰店 广告

优惠券样式

5款值得终身回购的护肤品，性价比太高了。

直播中

LANCÔME 兰蔻宠粉狂欢季 即刻入会 臻享礼遇

60年植物美肌,娇韵诗官网提供全面护肤方案!娇韵诗官网悦享3重礼遇,全场满赠享心意礼,新客加享水润礼,回评更可得紧...

兰蔻新款护肤品全网开播，点击进入 进入

电商直播样式

电商店铺 信息流——定向&机制&功能

电商平台人群包

淘 天猫 京东 拼多多 苏宁易购 suning.com

电商主题人群包

行业专属人群包

美妆护肤行业人群

手机行业人群

家电行业人群

电脑行业人群

母婴奶粉人群

食品饮料行业人群

……

大促节日人群包

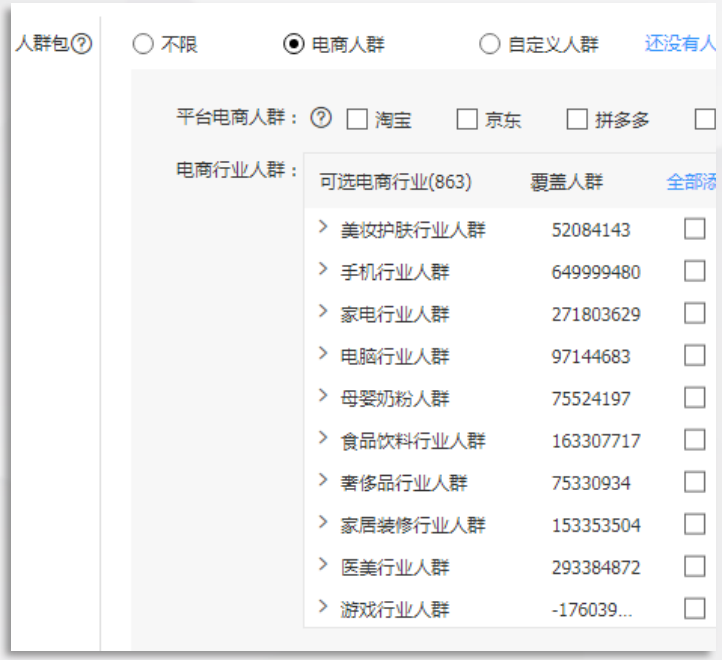
情人节人群包

520人群包

618人群包

双11人群包

……



eCPM专属扶持

eCPM及触发专属定制化扶持，大幅提升胜出概率

针对电商转化率高的特点，给予专属的CPM预估模型，eCPM 大幅提升

电商店铺 信息流——创意样式

视频max-信息流

大促专属标签样式支持

电商三图样式

信息流商品类样式

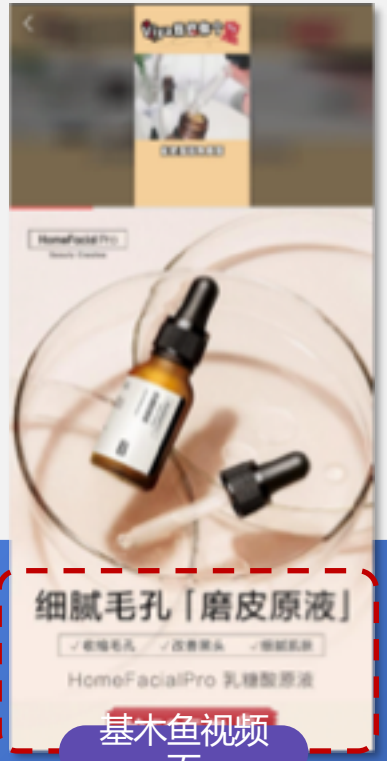
电商大图样式

电商店铺 信息流——广告链路

① 直接调起的链路的oCPC

广告投放 » 调起店铺 » 收藏加购下单

② 使用基木鱼的链路



电商店铺 数据监控方式

平台	客户店铺在淘系		客户店铺在京东
监控工具	**淘宝联盟**	**流量宝**	**黑珑**
推荐程度	推荐	不看roi的可以用	推荐
监测维度	全面	看不到成交单数和金额	相对全面
数据准确性	准确	pv/uv数据准确	准确
典型链接	https://s.click.taobao.com/U2nOUiv	https://equity-vip.tmall.com/agent/mobile.htm?agentId=318900&_bind=true https://gxb.mmstat.com/gxb.gif?t=https%3A%2F%2Fequity.tmall.com%2Ftm%3FagentId...	https://ccc-x.jd.com/dsp/tp?log=o4jszQI9wzVV4Pv2rENaxGNsR1NjBNgw5AUgOoXOgQIOZEIMOwT-w8hTbWQG5c38P6FjeCQ1PpmnVSinbW-eFA&v=708&to=https%3A%2F%2Fitem.jd.com%2F62131931146.html

3阶段18项指标，全生命周期全链路优化

具体策略建议

测试期（约2周）	成长期（约2周）	爆发期
阶段目标：测试验证选品 预算投入：不低于5w（信息流:搜索=1:1） 关键动作： 沟通选品、轮流测试、单品3套素材、数据监控 ROI ： 0.3-0.5	阶段目标：看是否有放量潜力、控成本 预算投入：日均大于1w（信息流:搜索=1:1） 关键动作： 定向拓展、素材升级、搭建团队、精细化运营 ROI ： 0.5-0.8	阶段目标：实现行业破局 预算投入：日均50w+（信息流:搜索=1:1） 关键动作： 放量冲排名、内容创意矩阵、全面精细运营、铺全量 ROI ： 0.8以上

加大投入阶段

客户分析阶段　投放测试阶段　起量运营阶段

全链路18项指标优化

广告指标	消费	展现量	
	点击量	点击率	
中间页指标	页面抵达率	调起量	
	调起转化率	浏览量	
	二次跳转率	点击量	
店铺指标	订单量	关注	
	成交率	ROI	
	GMV	收藏	
	客单价	加购	

电商店铺 选客户

无论什么品牌/ 行业ROI是核心诉求，差异在于预期高低

头部　冲排名

ROI要求较低，客户可遇而不可求

钱找流量，多为品牌商家，嗅觉灵敏

ROI要求< 0.7

腰尾　　潜力客户

对百度不了解，但有推广预算

多因为同行做的好，来尝试**百度**

刚测试ROI预期极高，但配合程度高

ROI要求 > 1

纯尾部　　客户

营销预算不充足，站内还有很大空间

不因人力投入而放大预算~

不看长期收益，只看分时成交

ROI要求高 > 2+

400+电商行业知名客户开始信赖百度，稳定投放引流电商

电商店铺丨信息流日化客户案例-方太

店铺定位

专注高端厨电领域，为追求高品质生活的人们提供优质产品服务

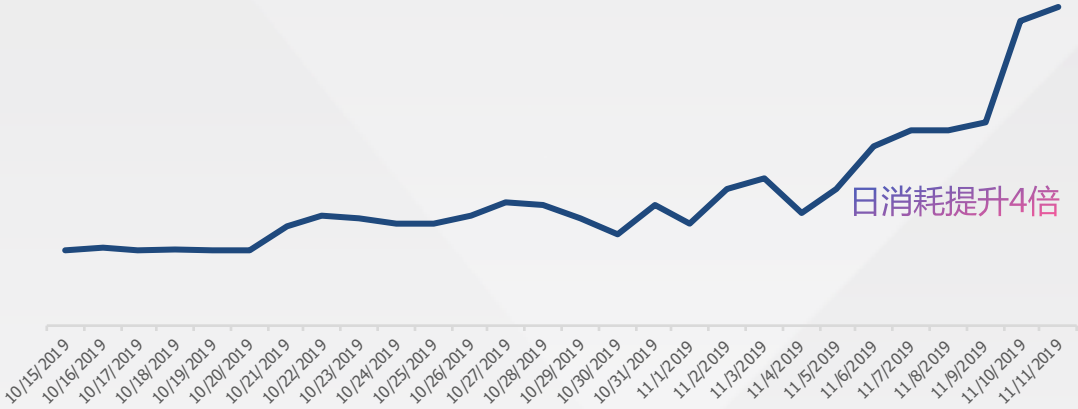
营销诉求

通过电商店铺投放，提升订单转化率

投放痛点

H5导流电商平台，投放路径长，用户无法在店铺内沉淀

电商店铺消费



定向策略

通过**方太、燃气灶**等词，在保证效果的同时获得大量流量

ROI +300%

创意策略

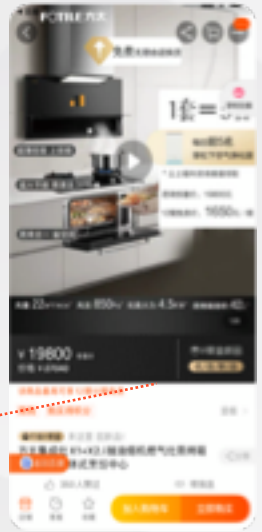
标题突出新品发布，橱窗样式展现产品详细特征与卖点；
文案突出官方、服务、售后等特点，打消用户对高客单价的不确定性

CTR 1.44%+

基础样式

到店铺首页

到商品详情页



新品标题 产品特征

高级样式

电商店铺丨搜索客户案例-袋鼠妈妈

店铺定位

面向孕期哺乳期的女性提供护肤及美妆产品

营销诉求

通过电商店铺投放，提升订单转化率

投放痛点

H5导流电商平台，投放路径长，图文样式广告点击率低

绑定高级样式
提升点击率

使用电商店铺
直达平台APP

电商店铺消费

定向策略

通过**孕妇化妆品、袋鼠妈妈**等词，在保证效果的同时获得大量流量

ROI
+25%

创意策略

橱窗样式充分展现产品形象及产品特点；
巧用样式突出节日促销活动，刺激点击；
以子链形式，详细描述品牌特点；

CTR
2.23%+

电商店铺丨搜索客户案例-某彩妆客户

店铺定位

一个以“东方彩妆，以花养妆”为理念的彩妆品牌

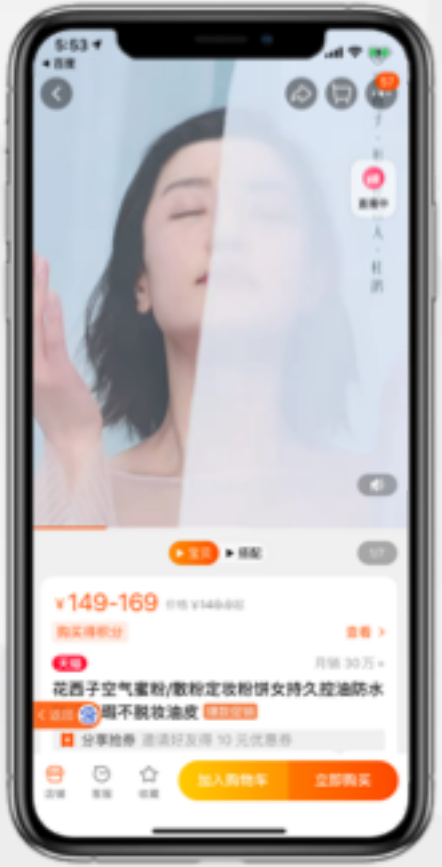
营销诉求

通过电商店铺引流投放，提升商品订单量和品牌知名度

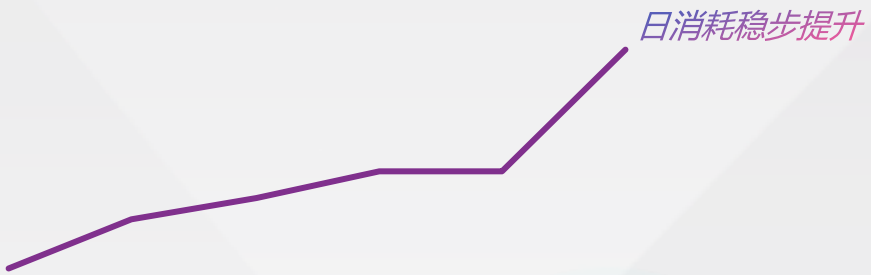
投放痛点

搜索量级有瓶颈，活动大促放量难以稳定ACP和ROI

大图吸睛
名人效应吸引目标人群



展示产品图，筛查意向用户
呈现更多信息，吸引点击



精细化投放

关键词按词类详细分组，一类词一监控链接

根据后端转化情况，无转化词及时暂停止损，有转化词提价拓量，提升整体ROI

样式吸睛

搜索高级样式+名人效应强势吸睛，点击率远超竞品

ROI
0.8-1.5+

日消费
1W+

CTR
5.13%+

电商商家招商

电商商家丨招商建议

基木鱼综合电商（原度小店）客户引入建议

各类品牌客户、白牌客户、经销商客户等有经验意愿的客户都可以引入

客户：

- ✓ **品牌影响力：**品牌自身营销力度与公众接受度较高，有知名**代言人/KOL**（广告物料转化好）
- ✓ **竞媒投放能力：**通过竞媒推广消费与转化判断百度内投放潜力，在全网任一平台有投放日均超过3W

商品：

- ✓ **产品特点：**功效强，新奇、性价比、适用人群广。
- ✓ **品类建议：**特殊化妆品、服饰、图书、保健食品、酒、家居日用等
- ✓ **价格区间：**商品单价建议在100-200之间，个别品类可以略高。
- ✓ **爆款商品：**有过爆款历史，日销打到过1000+。电商平台、内容种草平台有较高评价

引流电商客户引入建议

纯头部品牌：天猫、京东品类Top10，有冲排名等需求

高潜腰尾品牌客户：塑形象，打爆品，快速成长阶段

店铺等级：不低于1冠/两钻	店铺粉丝：高于50万优先
发货时间：24小时/48小时	店铺活动：高频参与平台活动
购买无忧：无理由/运费险	**商品特点：有功效>新奇特>非刚需**
店铺评分：不低于4.8/4.7分	客户品牌：有品牌背书最佳

运营数据：

- ➢ 天猫：毛利高于60%，复购率＞10%，收藏＞5%，加购12%，进店支付率5%
- ➢ 非天猫：毛利高于70%，复购率＞6%，收藏＞4%，加购6%，进店支付率3%

合作共赢