

深挖原生内容价值， 手机百度实现传播效果倍增

- ◆ 广告主：手机百度
- ◆ 所属行业：软件工具
- ◆ 执行时间：2017.04-至今
- ◆ 参选类别：效果类

投放背景

长期以来，在网民认知中百度是搜索的代名词，随着百家号等内容生态布局，百度希望能够通过手机百度的推广，向用户传达移动内容生态下的新百度形象，同时为百度的原生广告培植土壤。

移动广告时代是一个内容驱动的时代，用户的碎片化时间分散在各种内容媒体上，如何利用这些**内容触达用户**才能够起到事半功倍的效果？



营销目标

➤ **短期目标：**

短期目标：提升手机百度APP下载激活量

➤ **长期目标：**

传播手机百度内容定位，不只是搜索；通过推广进一步下沉渠道，向二三四线地域拓展，尤其重点覆盖年轻用户、白领用户群体

1 认知差异

用户认知上手机百度APP是搜索工具，并非内容平台，需借助网络推广传播加强用户的内容认知

2 增量挑战

手机百度装机量达到6亿、日活1.5亿，需要在庞大的用户规模下大幅提升下载安装量。

3 成本控制

百度对成本控制严苛，尤其是在手百包体达到49M的情况下，放量与控制较低成本之间存在矛盾。

4 渠道下沉

如何向年轻用户表达手机百度多样化内容属性；下沉渠道，覆盖二三线乃至三四线地区用户

广点通是一个依托庞大流量资源，可提供给广告主多种广告形式投放，并利用专业数据处理算法实现增量并控制整体投放成本。



广告资源：QQ空间feeds；微信广告；
移动联盟；新闻客户端；手机腾讯网；
手机QQ；手机QQ音乐；
手机QQ浏览器等

定向维度：能够基于用户属性、行为、环境、
长期兴趣进行定向

技术手段：基于用户特点定制人群包、OCPA投放

推广形式：图文Feed，多图轮播，视频浮层等

行为类 数据

广告点击、电商行为、app行为、赞分享行为、社区搜索行为

内容类 数据

日志、微博、相册、视频、说说、问问

情景类 数据

生日、纪念日、礼物、LBS等

属性类 数据

性别、年龄、所在地、学历、职业、学校等

社交渠道

好友feed

好友互动
好友分享
好友评论
好友在玩
.....

好友推荐

手机百度主力用户特征



年龄：
20~29岁 45%

地域：
广东、北京、东部沿海地区为主

兴趣偏好：
偏好社交音乐、游戏、视频、娱乐、旅游等

媒体契合度高



广点通覆盖用户整体较为年轻，覆盖地域层级广泛，广告样式多样



要闻

财经

小说

娱乐

动漫

历史

美食

.....

利用手机百度庞大内容资源，构建丰富多样的内容传播素材



广点通OCPA： 从点击付费到效果付费

运用超大规模机器学习技术，依托腾讯海量用户数据，充分释放大数据价值

完整的转化追踪技术方案，通过数据闭环精准归因转化，**结果导向直达目标。**



oCPA技术对接与优化

oCPA for H5&APP



4月20日

6月18日

7月5日

CPC投放测试期

广告投放初期主要测试广告位，确定素材方向，调整合适cpc出价

开通API+OCPA上线

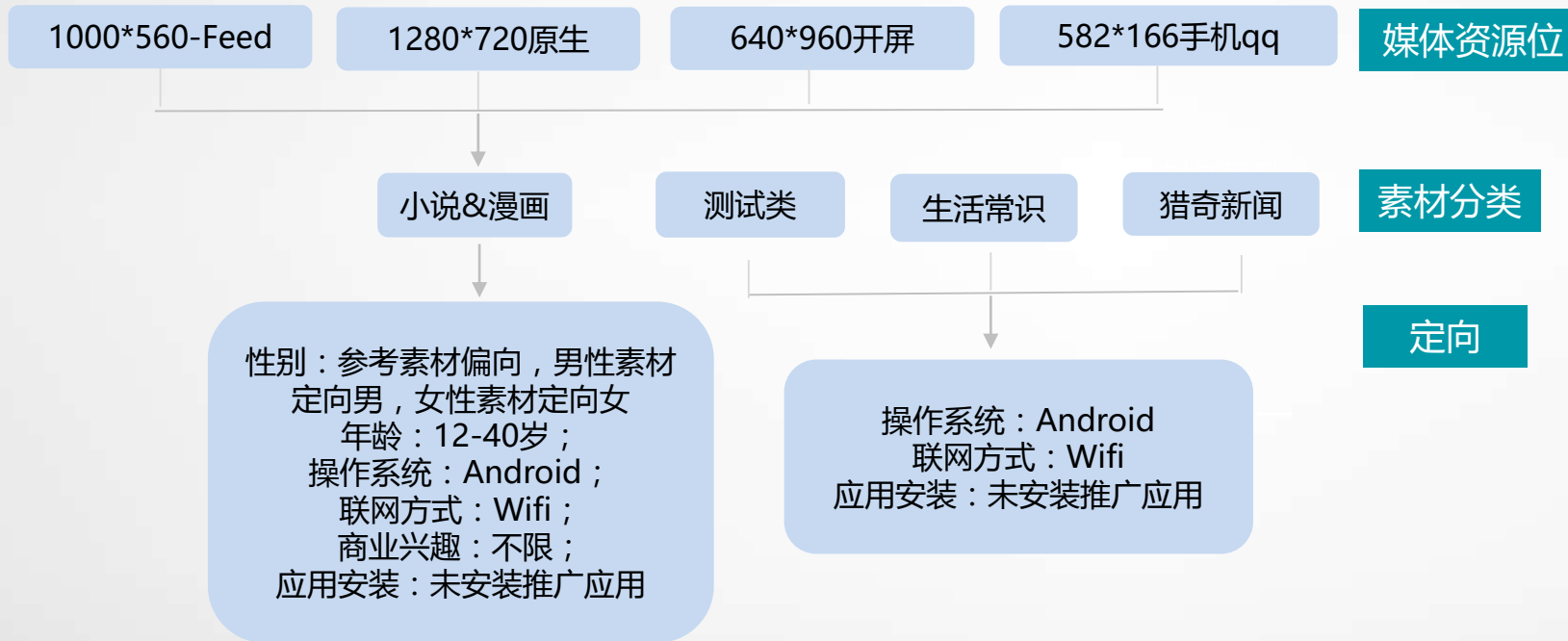
上线OCPA后，根据投放初期的广告位的筛选以及素材方向的确定，两周后激活成本稳定

放量投放阶段

Ocpa成本稳定之后，用一周时间消耗提高15倍，激活成本稳定

账户结构

Lead少, 成本高



物料类型匮乏

After

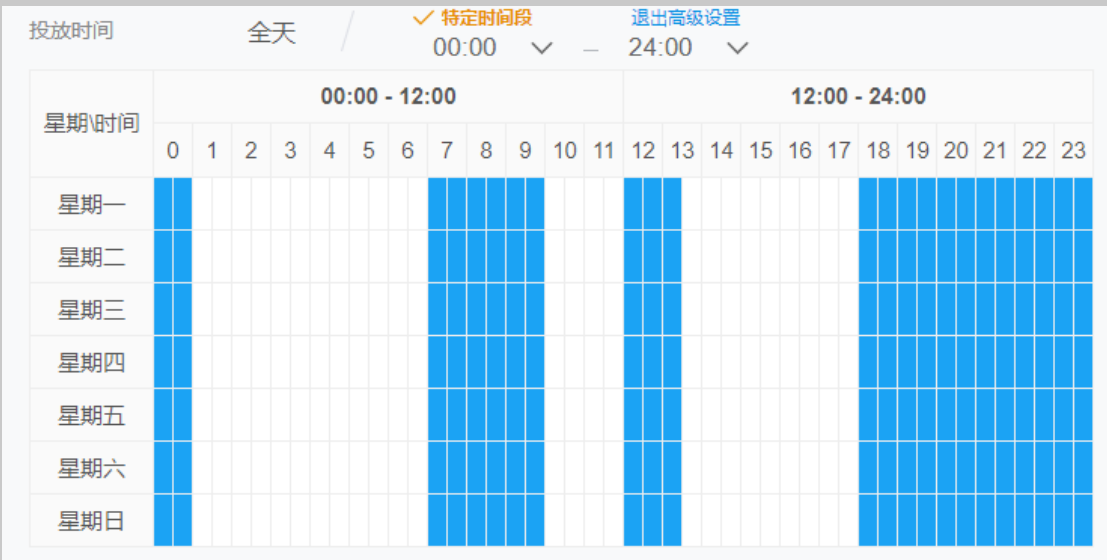
1、选择四个优质广告位：
feeds、原生、开屏、手机qq

2、广告素材方向为小说动
漫，测试类，生活常识，猎
奇新闻

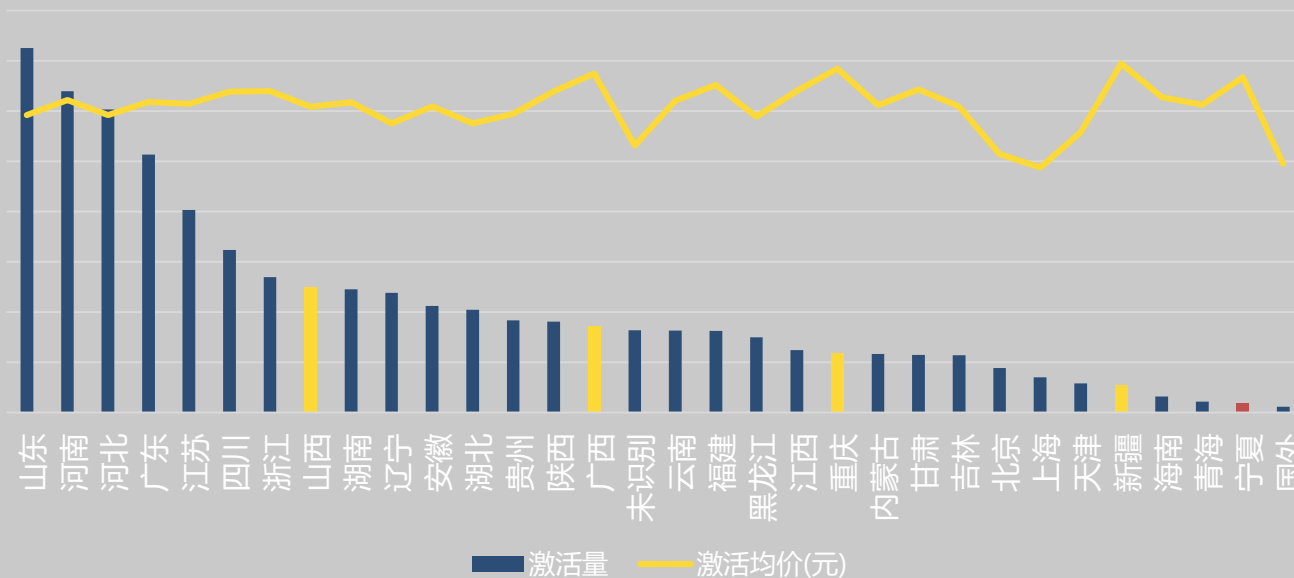
3、针对不同的素材搭配不
同的定向

测试阶段为控制投放成本，结合重点投放时段和地域调整，将预算消耗在优质时段、低成本地域。

重点时段调整



分地激活量/激活成本数据



手机百度成功对接API，使用ocpa功能后，希望迅速放量，投放期间使用大量素材，仅8月份制作各类型素材**400余套**，日均上线15~20套素材



小说
动漫

用手机百度，玄幻小说免费看

Ctr:2.89%



萌宠

Ctr:2.97%

Ctr:4.68%



奇闻
异事



浙江百年水库泄洪冲出大鱼

村民修路挖出沉睡巨龙，有人亲眼目睹...

测试



你在古代的身份是什么？

你具有怎样的人格

Ctr:3.55%



分媒体\分行业素材库



致维信息流
广告素材库

联合百度挖掘
内部素材库

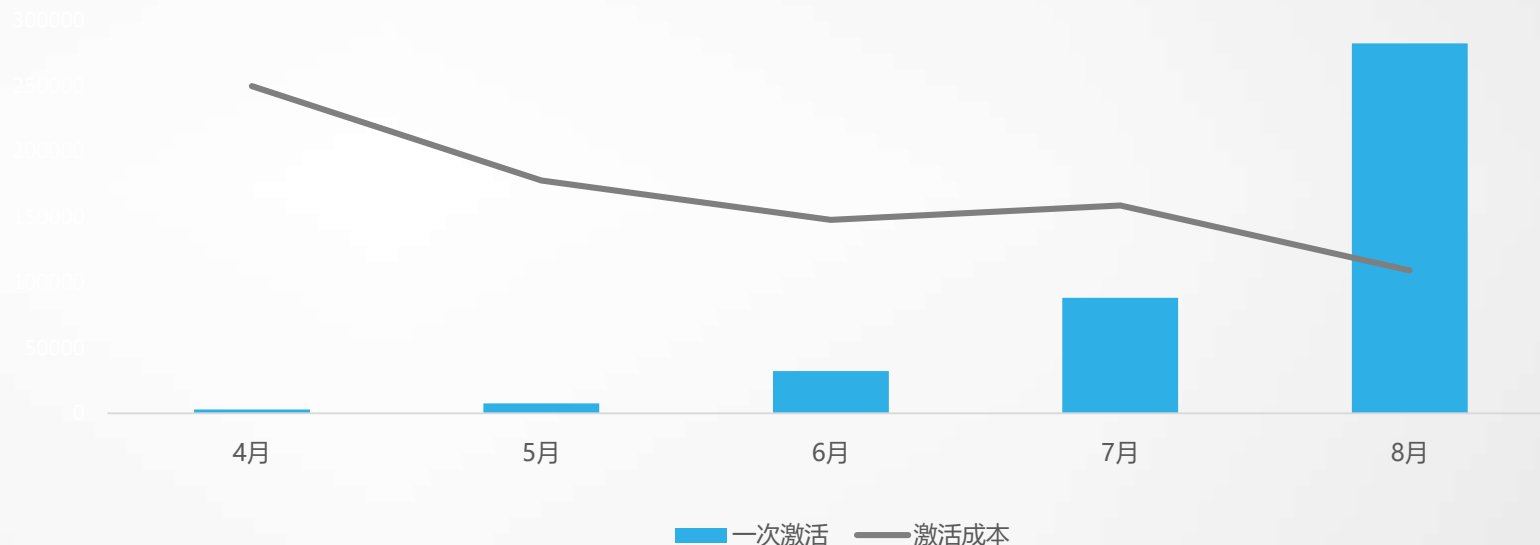
百度拥有庞大的素材资源，能够获得到不同类型的素材资源；
手百目前正与广点通合作开发API对接，可动态调取素材库资源

转化成本下降 **67%**

项目预算提升 **100倍**

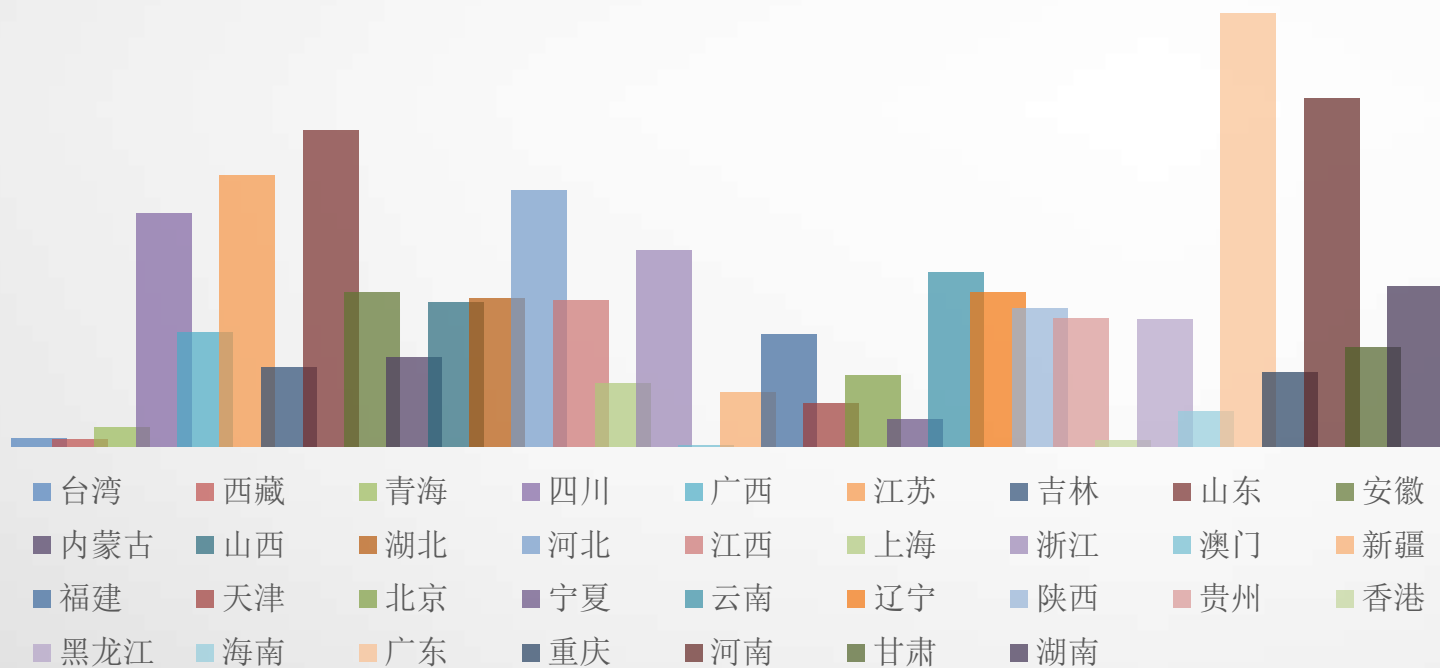
□ 投放周期：4月~8月

手机百度转化量与转化成本趋势

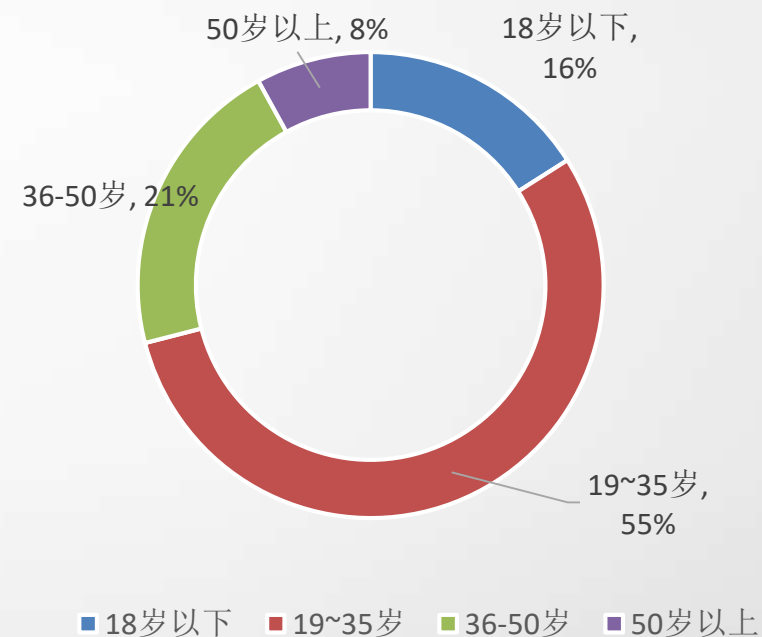


前期经过素材方向的测试，投放位置，以及定向的测试后，7月份在对接API，开通ocpa后，实现快速放量，降低激活成本的目标

利用广点通广泛地域覆盖能力，触达**二三线**，乃至更细地域用户



覆盖用户**35岁以下用户**占比达到71%，符合投放初期年轻用户投放需求



内容传播实现效果倍增

手机百度此次广点通投放，利用腾讯广点通OCPA技术，将手机百度丰富多彩的内容，精准触达目标用户，迅速提升投放量级，实现转化效果倍增。

内容+技术成为传播两大关键

手机百度作为内容生态重要阵地，通过百家号等内容生态来积累丰富的优质内容体系，与腾讯高效的定向技术相结合，成为此次传播的关键支撑。

同类投放需求如法炮制

手机百度此次合作仍在进行中，而与手机百度类似，拥有强大内容资源的广告主不在少数，同类投放需求可继续按照该路径进行，内容推广技术加持创造更高价值。