

百度信息流是什么?区别?度小店投放实操指南

产品名称	百度信息流是什么?区别?度小店投放实操指南
公司名称	广州博辉网络技术有限公司
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	广州市天河区灵山东路东英科技园
联系电话	13686810231 13750564677

产品详情

[度小店](#)

是百度自有电商开放平台，是百度赋能品牌电商、二类电商及内容电商，是为开店商户提供建店、交易、结算、订单等全链路能力。接下来我们一起来看看度小店是怎么推广的?操作流程是怎么样的?

想要开户推广投放代运营广告主可拨打电话或加微信（手机号码同步微信）洽谈沟通合作

添加请注明来意

李四

多年丰富的市场经验及把握各行业成功案例

一、百度「度小店」怎么推广——搭建实操

第1步：先在度小店新建商品

非常简单，打开度小店，点击个“新建商品”，然后填好商品信息和图片即可提交等待审核，过审之后，会自动生成页面。广告投放时投放的就是这里的页面。

第2步：在百度信息流后台搭建账户

这里和信息流一样设置，先设置计划，再设置单元，再设置创意。提交之后等待审核，过审了即可上线推广。

第3步：看转化。

转化情况主要在度小店后台的订单管理这里看，后台选择“订单提交成功量”，即可看到转化数。

搭建环节，和信息流一致，包括定向这些选项都是一样。不一致的地方是行业不同，度小店针对于一些敏感的行业在定向上会有一些限制。

例如上图，系统提示：该账户属于药品行业，禁止使用“意图词/兴趣/人群包/自动账户优化”功能，否则对应推广单元将无法投放，请注意调整。

这也就是说，投放药品行业的度小店，核心定向这些是不能投放的。

二、百度「度小店」怎么推广一起量和优化

上面我们说了度小店账户搭建的步骤，虽然和信息流大同小异，但是量级上差别还是挺大的，接下来我们就来说百度「度小店」怎么推广效果好。

第1个点是商品

在度小店里面加商品后，就需要填写商品的信息和详情图，这里有点像淘系的详情页，而关于度小店的商品详情页，有4个建议分享给你：

要精炼化，图片不要过多。一般建议在15张以内。毕竟用户的浏览兴趣是有限的，要确保页面简短不失干货，页面太长容易流失；

商品主图和详情页的前3图比较重要，马虎不得，能不能吸睛主要靠这些前面的图片；

页面一般不加强制验证，强制验证流失率很高，智能验证即可；

页面通过后，建议想办法刷下单，将销量刷到百单以上，有评价更好；

第2个点是定向

行业不同，定向的效果差异很大。之前我经手一个白酒的账户，投意图词的效果很好，后面我接手一个减肥的度小店，投意图词没有什么转化。我换做投兴趣词之后，量比较大，效果也比较好。所以，不同行业的定向效果差异很大，原则上建议先测意图词再测兴趣。

测意图词的分词维度很多，一般我们无需分的太细，不用像投大搜一样仔细分。我们可以在意图词推荐或者搜索后台的关键词规划师里搜集一批词，按通用词、品牌词、竞品词、短词、长词等维度分一下，新建3-5个不同维度的单元。一个单元设100-500之间的词量即可，优选搜索量高的词。

兴趣的选择，百度信息流后台现在都是新兴趣，所以选择核心兴趣即可，不用担心没量。如果你选择了核心兴趣还没量，可以多加几个相关兴趣，慢慢测试效果。

补充一下核心兴趣和相关兴趣：假设你的产品是减肥，那么核心兴趣就是减肥瘦身，体育健身则是你的相关兴趣。

第3个点是出价

目前投百度度小店有手动出价和智能出价两种出价形式。一般不选择手动出价，转化差。智能出价主要

是ocpm和ocpc。

不同行业两种出价的效果不同，比如白酒行业，我实测的体验是ocpc二阶效果较好，而减肥类产品，ocpm的效果更好。所以可以分别测试。具体的百度「度小店」怎么推广，下面是我根据个人投放实测，梳理出的3个方向，