

# 如何通过百度做推广?-百度信息流信息流广告开户投放

产品名称	如何通过百度做推广?-百度信息流信息流广告开户投放
公司名称	广州博辉网络技术有限公司
价格	.00/件
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

### 如何通过百度做推广?-百度信息流信息流广告开户投放

百度信息流在百度搜索之后才发展起来，因此基于百度的大搜，百度信息流的投放与大部分信息流有一些比较明显的不同。一、投放后台百度信息流区别于其他广告投放后台的是，有一个【推广客户端】，主要的作用是可批量修改广告(如时间段、地域、出价、定向、某广告文案;广告的开启与暂停;修改投放链接等)。此外，还可以批量复制广告创意，因此使用百度客户端可以很好的提高广告投放的效率。但目前客户端仅支持普通cpc模式的广告，暂不支持ocpc广告。

### 二、百度信息流的广告后台结构

百度信息流投放后台的结构层级与其他信息流广告后台相似，分为：广告计划--广告单元--创意。各个层级可设置的内容如下：

有个需要注意的地方是，cpc计费模式中，URL跟着创意走，因此我个人习惯是，一个单元下往往会放多个创意，每个创意1条URL;而ocpc计费模式中，URL跟着单元走，因此一个单元下仅放一个创意。这样有利于广告创意效果的跟踪。

三、账户结构搭建账户的搭建需要基于投放后台的结构，与后续广告数据分析息息相关。从所需的数据分析入手，我们可能需要考虑的数据有：不同版位的效果、不同广告位的效果、不同定向的效果、不同创意的效果。(1)cpc模式由于URL跟着创意走，因此我的个人习惯是1个广告计划，1-2个单元，每个单元下2-5个创意，每条创意设置不同的URL，便于后续追踪各自的广告效果。前期iOS与Android分开投放，便于控制出价和成本，也有利于后续分设备分析数据。结构如下：以计划区分广告位;单元区分定向;单元内创意留下效果好的，关闭效果差的。

后续分析与效果：在这种结构下，通过广告计划层面，纵向分析各个计划的数据，如曝光量级、速度、c

pc、ctr，即可对比出各个广告位的量级大小、效果、竞价成本等。以百度大图和组图为例，同样定向下，大图ctr>组图，cpc<组图，注册成本<组图，但是人群质量低于组图。因此在追求高质量用户的需求下，会采取多上组图，少量测试大图的措施；在冲量需求下，则可多上大图。有针对性的购买流量。通过单元层面，横向对比各个定向的优劣，即圈定人群的质量和契合度。以兴趣定向为例，不同的定向标签，圈定不同人群。旅游、生活服务、医疗保健类兴趣，可能人群质量稍高，但竞价激烈；汽车、游-戏类兴趣，可能会带来低价的男性注册。在创意层面，横向对比同样定向下的不同创意，关注ctr、cvr、后端注册及人群属性这些指标，优胜略汰，这样整个账户的创意基本都是优质的，系统也会更容易判断这是个优质账户。(2)ocpc模式由于URL跟着单元走，因此1个单元内仅设1条创意。1个广告计划，2-3个单元，每个单元下1条创意。ios与an分开投放。结构如下：以计划区分广告位、定向；单元区分创意优劣。