

度小店怎么推广？度小店推广流程

产品名称	度小店怎么推广？度小店推广流程
公司名称	广州博辉网络技术有限公司
价格	.00/件
规格参数	咨询投流代运营:联系我们 咨询开户投放:联系我们 咨询广告如何做:联系我们
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

度小店怎么推广？度小店推广流程

有需求广告投放开户代运营详情咨询和行业交流不妨电话联系或者加VX详谈

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。

02 度小店的起量和优化方法

度小店和信息流虽然账户搭建和广告投放上相似，但在流量量级和质量上还是有较大的差异。针对于这些点，我们一个一个来说。

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：

1. 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;
2. 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;
3. 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;

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。下面是我根据个人投放实测，梳理出的3个方向，大家可以参考一下：

1. ocpm+兴趣，这种搭配跑减肥行业效果不错;
2. ocpc二阶+意图词，这种搭配因为有词的要素，所以更符合点击的概念，效果较好;
3. cpc+意图词/兴趣，这种我没有测试过，需要注意的一点是，如果你是跑cpc，因为流量很大，所以选择意图词时可以勾选历史，ocpc则不要勾选历史。选择兴趣时，选择核心兴趣即可，这样流量更精准。