

# 教育、游戏、网服客户在B站怎么跑？出价问题是长期的困扰，B站怎么出价合适？

产品名称	教育、游戏、网服客户在B站怎么跑？出价问题是长期的困扰，B站怎么出价合适？
公司名称	柏众网络科技（广州）有限公司
价格	.00/件
规格参数	B站广告开户:联系我们 商业起飞/信息流/带货起飞:联系我们 B站代理商:联系我们
公司地址	广州市海珠区新港东路保利世界贸易中心E座
联系电话	13044251623 13044251623

## 产品详情

教育、游戏、网服客户在B站怎么跑？出价问题是长期的困扰，B站怎么出价合适？

必选oCPX帮助效果客户实现智能出价

智能出价是一种优化策略，它的目标是通过控制转化成本来实现转化目的。oCPC采用机器出价的方式，根据预估的转化率来智能调整出价，使广告在竞争激烈的高转化率liuliang中具备更大的优势。这一策略建立在的人群画像的长期积累和深度转化数据的共建基础上，提供了更准确和有效的广告投放手段。

必选oCPX优势一：海量数据训练模型，直接优化转化目标

必选oCPX优势二：智能出价，直达广告主成本诉求

必选oCPX竞价原理

CPC ECPM=点击出价\*预估点击率 OCP 第一阶段:ECPM=点击出价\*预估点击率  
第二阶段:ECPM=目标转化出价\*预估点击率\*预估转化率

## oCPX深度优化介绍

深度优化可以让广告主同时设定两个优化目标，在广告上线前期对浅层优化目标进行优化，尽可能保证广告浅层目标的成本达标。在积累深层转化数到达门槛进入二阶段后，系统会开始对深层目标成本进行优化，尽可能保证深层目标的成本符合广告主设定的深度出价。帮助广告主定向获取更多高价值用户，提升后端ROI

双出价：客户设置2个目标，并针对2个目标分别设置出价，当双目标均为二阶段时，系统会对双目标同时进行优化

自动优化：为“浅层转化目标”出价时，同时预估用户后续有“深度转化行为”的可能性，并自动调整深层目标出价，高价值用户出高价，低价值用户出低价

属于以下任一场景，您都需要使用深度转化优化能力：

1. 关注深度转化效果，但深度数据稀疏、回流慢，直接作为优化目标投放无法起量、成本波动大。  
例如：希望优化授信/付费/下单，但直接投放效果不符预期；
2. 关注深度转化效果，但同时也关注浅层效果。  
例如：1) 游戏客户优化付费时，付费成本稳定的前提下，激活成本也需要控制在出价的一定范围内，降低ROI不达标的风险；2) 网服、生态、休闲游戏客户优化次日留存时，激活成本也需要符合出价，才能符合整体考核要求；

—————更多B站投放问题欢迎联系我