

360商业产品 搜索推广-移动端C类资源介绍

Operation Manual By 360 KA

时间：2018年Q1

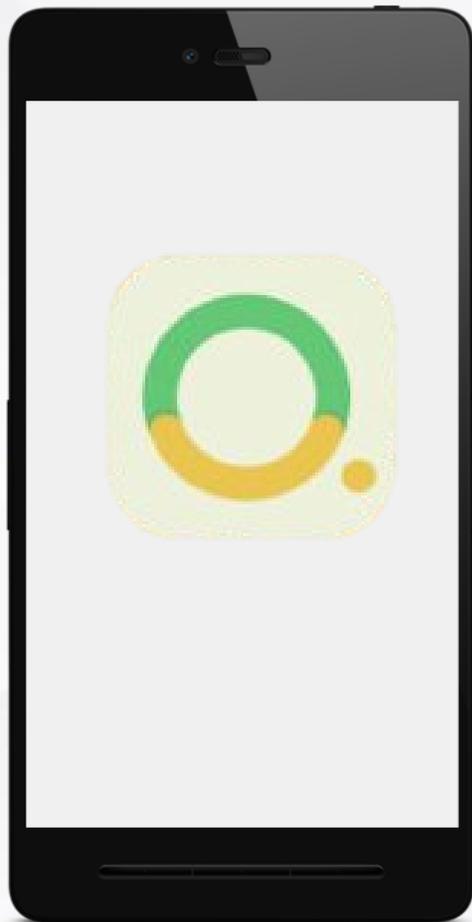
真实日均PV 8千万

360 营销学院



移动网页 www.so.com

360搜索+浏览器APP (安卓/IOS)



以PC搜索7亿检索规模为基础逐步导流

通过360搜索APP+360浏览器APP+so.com三个流量来源渠道

每日流量增长势头强劲 蓝海优势日趋明显

移动搜索-基础文字链



首页推广样式举例-123



首页推广样式举例-6



翻页推广样式举例

售卖方式	形式	是否竞价	人群定向
CPC	文字	是	是
适合客户类型 \ 投放限制			
行业通用			

■ 展现规则：

首页：

第1、2、3、6位为广告。

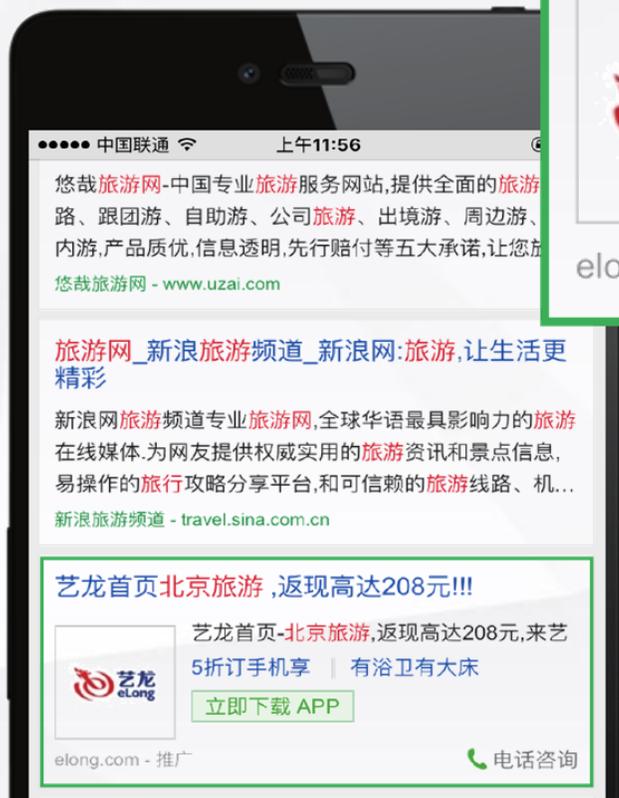
翻页：

每页第4、7、13、14位为广告

(无限下拉)；

推广元素组合样式不限。

移动搜索-拓展样式



艺龙首页北京旅游,返现高达208元!!!



艺龙首页-北京旅游,返现高达208元,来艺5折订手机享 | 有浴卫有大床

立即下载 APP

电话咨询

elong.com - 推广

图片

APP

子链

电话

售卖方式	形式	是否竞价	地域时间定向
CPC	图片/文字链	是	是

可在原有样式下增加：

图片、子链、APP推广以及电话咨询四个元素

移动搜索-凤舞样式



售卖方式	形式	是否竞价	地域时间定向
CPC	图片/文字链	是	是

■ 传播价值

多元化展示结果，用户检索意图强相关；缩短转化路径、显著提升广告CTR

移动搜索-其他创意组件



■ 行业智能配图/创意自主提图：

选取广告主站点内相关性分数最高的图片/广告主在点睛平台创意中的配图，移动端首页全部位置，与其他组件进行拼接展示

■ 长子链：

通过算法挖掘子链内容，仅对纯文字链广告和单图样式广告进行拼接展示，与电话和咨询组件可同时生效。

单条广告展示1-3条长子链

移动搜索与PC端投放设置共用

移动搜索与PC端
共用创意、关键词、
预算及投放设置

关键词质量度

在移动端重新计算

星级大于2星半可展现广告

移动搜索

平均关键词点击成本

仅占PC端 1/3

多元素信息样式

满足用户体验需求





感谢观看

THANK YOU FOR LISTENING

若有产品疑问请联系您的销售/营销顾问

若需获取360商业产品最新动态

请关注微信公众号:360营销学苑

或登录yingxiao.360.cn