

扬帆起航·三冲三稳

手百2019年360营销方法论分享

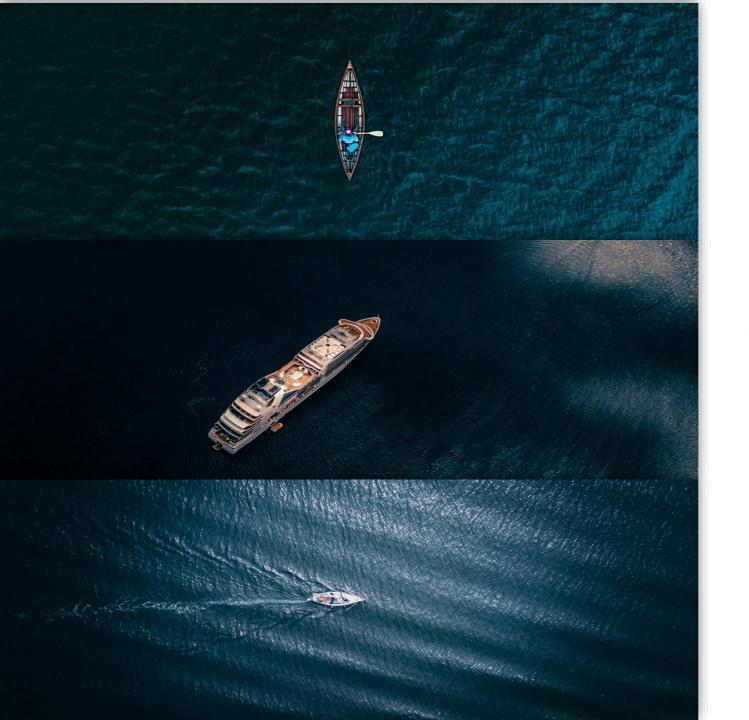
代理: 北京微创时代广告有限公司

// 2019年9月











营销背景



进击的Q3 紧张的8月

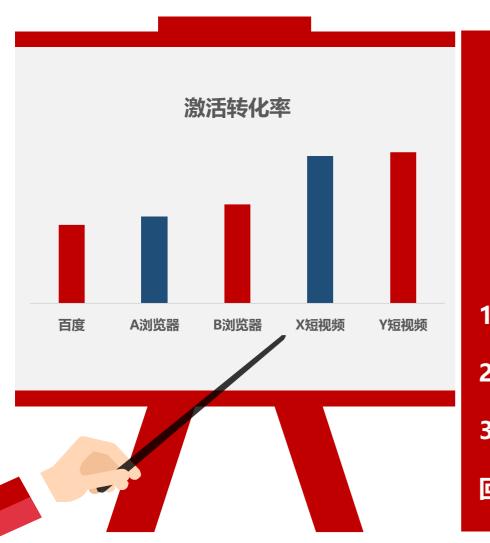


配合端内暑期活动,全渠道加大推广力度引流拉新活动放量仅一周,提量需及时,用户质量和数据稳定是前提

营销痛点-市场饱和、CVR低、oCPC回传延迟









已选择(3项) 状态 用户数 全部清空 百度-已安装人群 启用 38299万 Î 百度APP-已安装人群-60天 启用 26120万 iii 百度180已激活 启用 3560万

1、市场饱和

6

- 2、CVR低
- 3, OCPC

回传延迟

排除用户规模达4亿

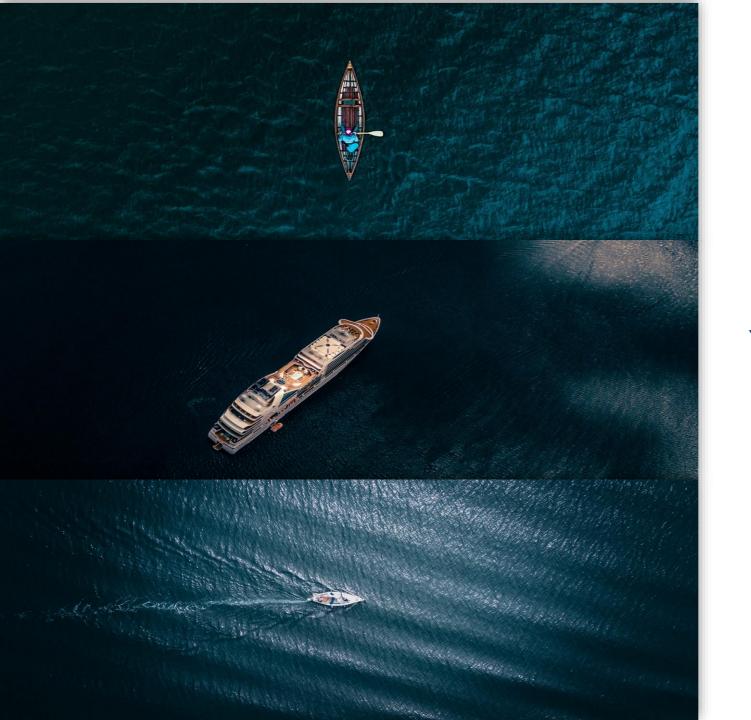
CVR远低于行业水平

OCPC数据回传延迟,模型稳定周期过长

高价测试无法快速见到效果









营销方法



方法论



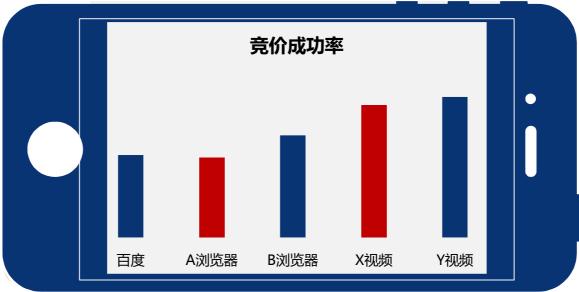
归来



沟通铺垫-竞价水平需提升,资源储备可放开







数据引导广告主,竟价能力是

影响放量的核心因素之一。当

前账户存在巨大提价空间

提价空间

资源

资源不做限

制,内外结

合,全场景

流量覆盖





明确

沟通放量成本

和量级阈值。

放量结束: 引

导放宽成本至

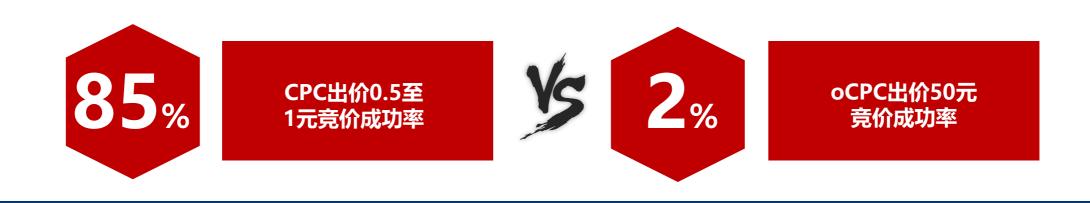
1.5倍高效获量





CPC加持投放-低成本流量一网打尽





对OS、优质低填充等低成本资源包,采用CPC投放

资源包定制集中竞价-击破CVR过低引起的系统控量





- ◆ 定制低成本资源包,集中竞价全量覆盖
- ◆ 定制剩余流量包,高价覆盖低填充广告位

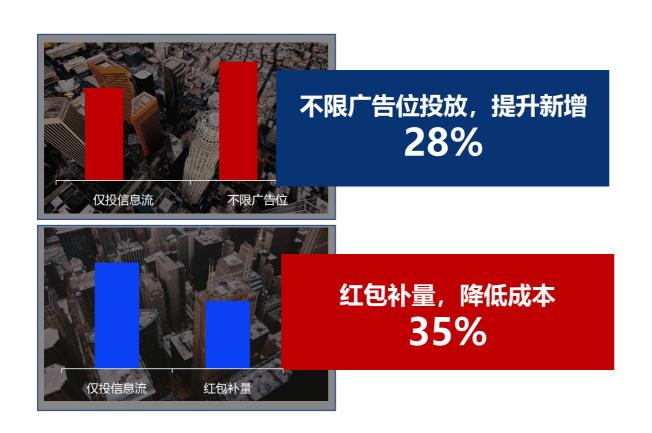
媒体资源	预估最大展现次数	预估点击率
■ 360站外精选资源	10,953w	2.26%
■ 细分资源 收起	260,727w	2.5%
□ 视频-屏保	4,239w	3.33%
□ 站内视频资源	3,062w	5.12%
□ 1.打开娄专用-完成页场暑	1.318w	3.46%
☑ 定制低激活成本媒体包	9,230w	2.659
□ 360os手机百度	111w	4.2%
□ 视频-完成页	1,197w	4.64%

数据阶段: 8月

红包补量降成本-全广告位放量,火力全开



部分计划推广组广告位改为不限,充分投放所有广告资源,低成本获量,新增最大化





数据阶段:8月

放量客户如何突破瓶颈?

- 口 竞价成功率过低--CPC竞价
- 口 CVR过低,OCPC自动控量--资

源包定制,集中竞价

口放量成本过高--红包资源平衡法

资源全配合+痛点逐个击破



Time攻略-实时监控,实现软着陆,成本和量极致优化



操作频次增加

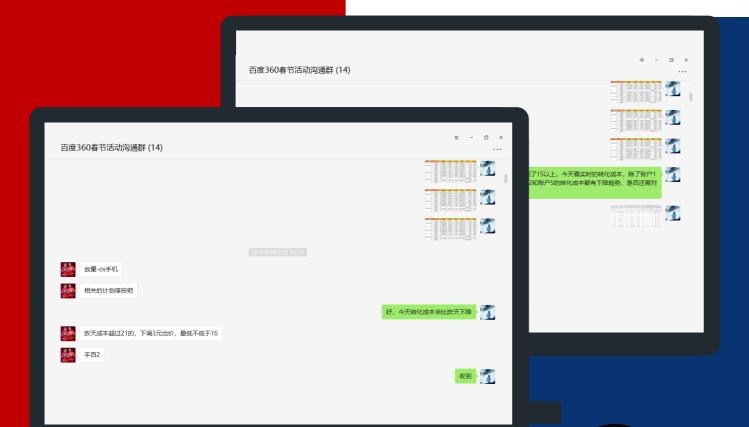
【起航前】

次日更新数据,优化周期较长

【起航后】

记录时段, 实时分析, 提高效率

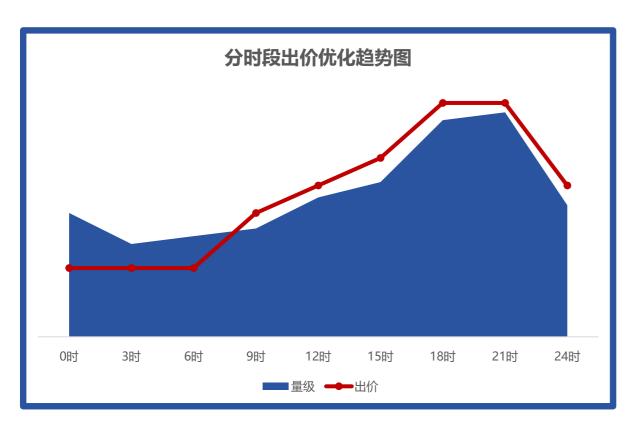
量级增长 60%



成本降低

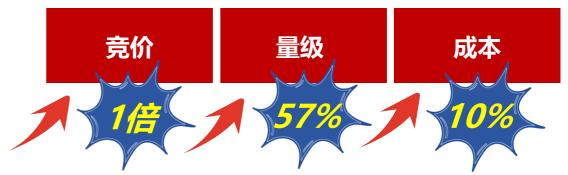
Time攻略-优质时段集中竞价,实现抢量最大化





分时段优化

- 通过分时段出价优化,有效达到增量控成本的投放效果
- 》 其中18:00时段出价上调1倍,用户量增长明显,成本仅上涨10%



数据阶段:8月

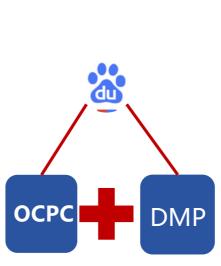
AI智能投放-oCPC结合DMP强效平衡高成本资源

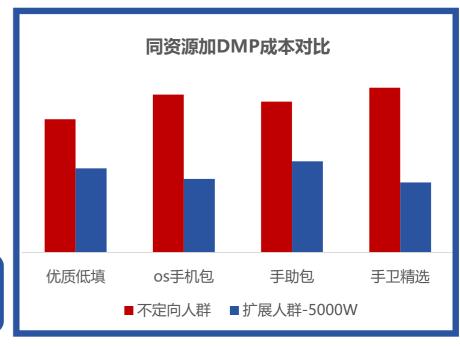




对成本严重超期的媒体资源(精细到推广组)通过增加DMP定向控成本保留投放 DMP采用媒体定制的高转化用户Lookalike扩展人群







数据阶段:8月

如何对放量后的客户维稳营销?

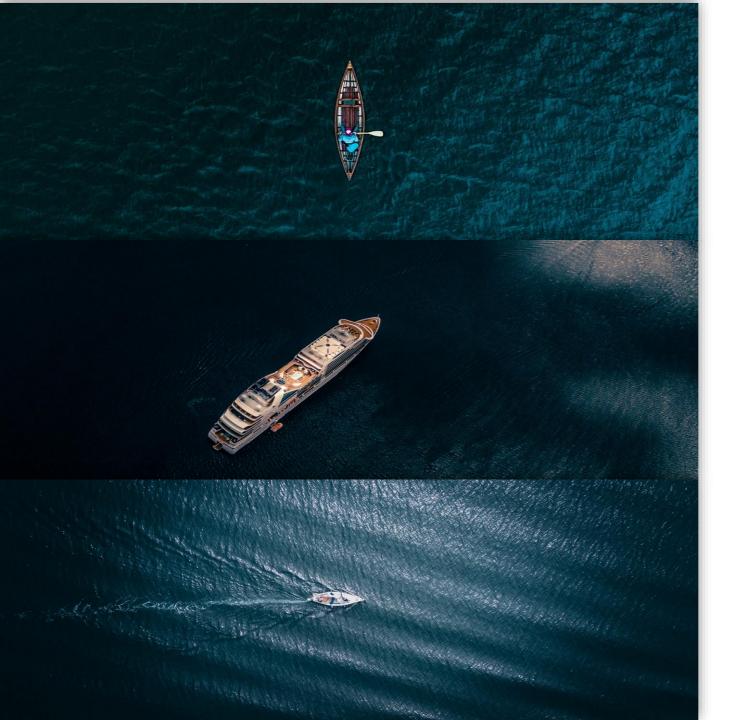
- 口实时监控,高效优化-oCPC延迟
- 口 时段优化,优质时段集中竞价-控

成本稳量

口 oCPC+DMP精准营销-平衡成本

考核指标+量级两手抓



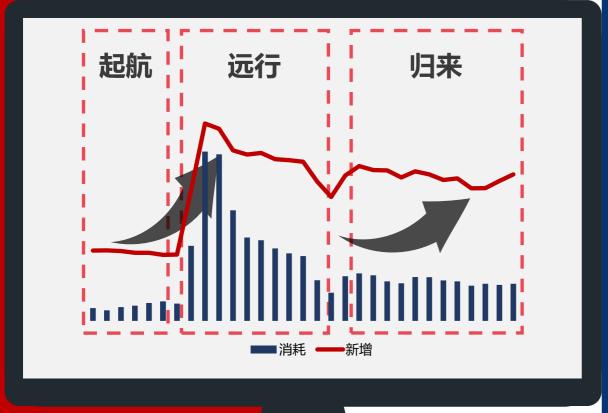




效果总结

营销效果-有效实现放量,高效维稳突破前围







数据阶段: 7月-8月

方法论总结:对症下药破困局,高效稳投长久胜







疑难问题处理



CPC竞价

竞价成功率过低



资源包定制,集中竞价

CVR低, OCPC自动控量



实时监控, 高效优化

OCPC回传延时



红包资源平衡

增量降成本



优质时段集中竞价

有效降低成本



oCPC+DMP精准营销

有效降低成本







扬帆起航·三冲三稳

手百2019年360营销方法论分享

代理:北京微创时代广告有限公司

2019年9月