

直播课堂第8课

移动搜索迎激烈竞争年？ 360助力移动时代新营销

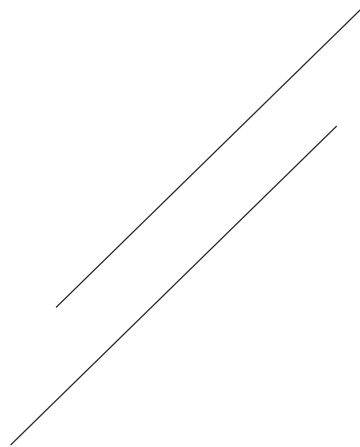
开课时间：4月23日20:00-21:30

讲师：王兴宇 张乐乐



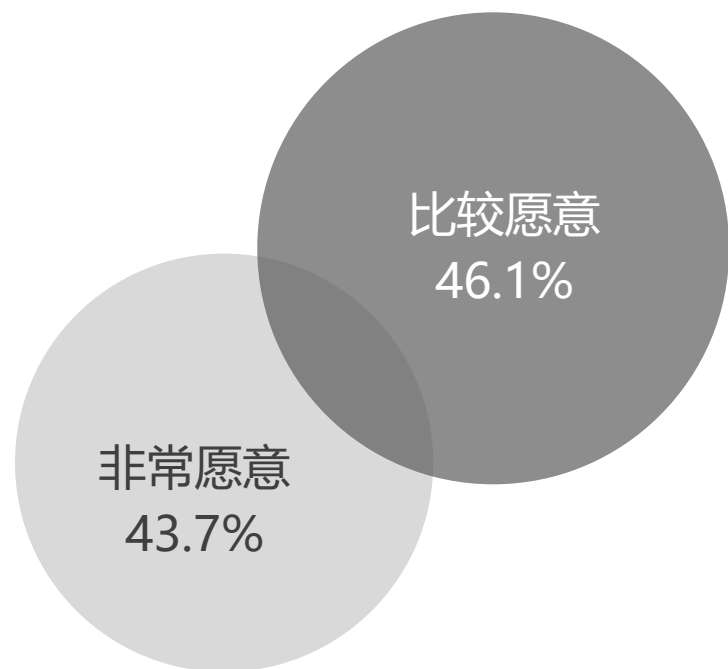
01

移动搜索是重要的 广告营销渠道

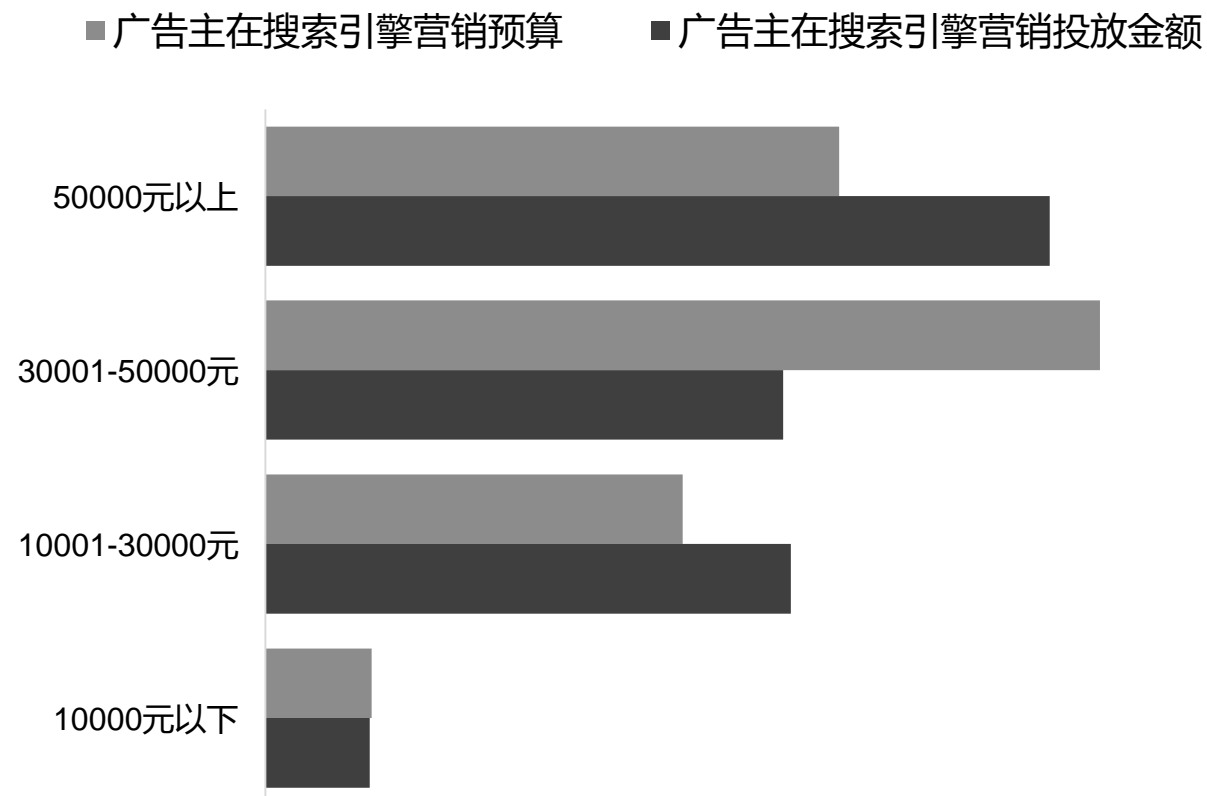


移动搜索仍然是重要的广告营销渠道

2019中国广告主在搜索引擎上进行营销 投放意愿调查



广告主搜索引擎营销投放金额是 营销预算的1.13倍



数据来源: 艾媒数据中心 (data.iimedia.cn)

A silhouette of a person sitting on a thick, dark diagonal line that runs from the top-left towards the bottom-right. The person is facing right.

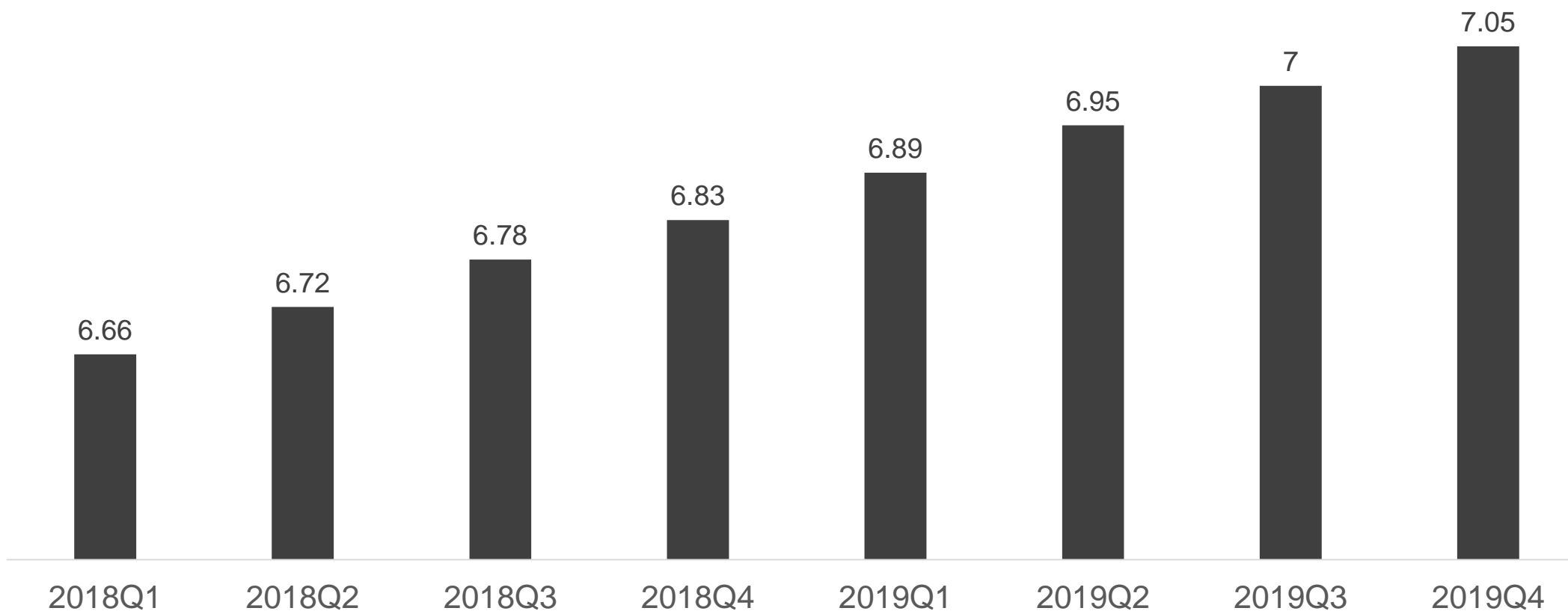
02

移动搜索这些年

Two thin, parallel diagonal lines on the right side of the page, slanted downwards from left to right.

用户规模持续增长：2019年Q4达7.05亿人

2018-2019年中国移动搜索用户规模（亿人）



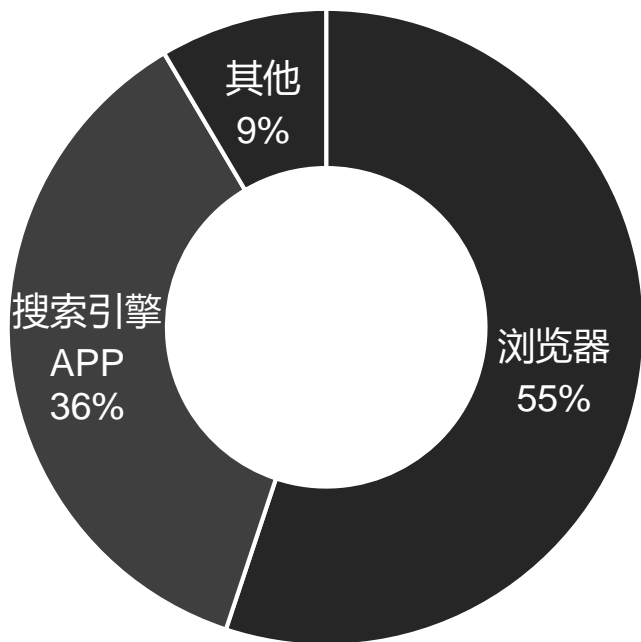
数据来源：艾媒北极星互联网产品分析系统 (bjx.iimedia.cn)

浏览器和搜索引擎APP是中国移动搜索的主要入口

搜索服务作为一种提升用户粘性的重要途径，已成为移动端各种应用的基本属性，促进了移动搜索渠道的多样化发展。

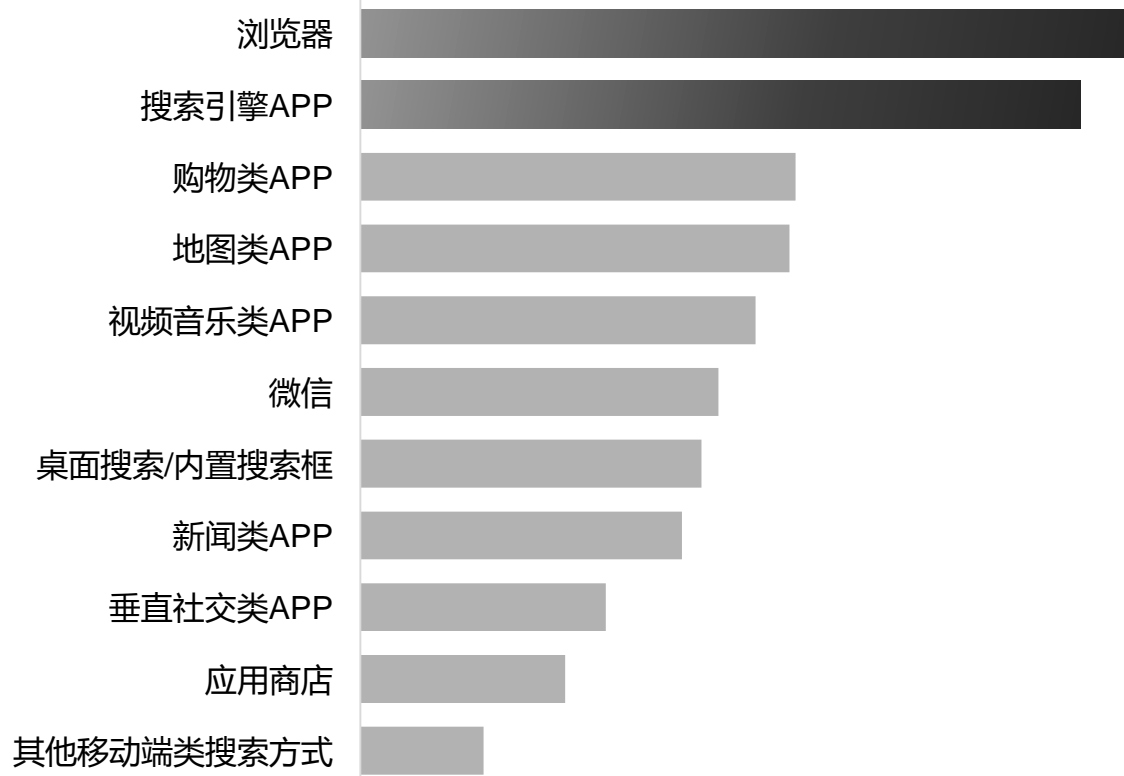
调研数据显示，在用户日常使用移动搜索入口渠道分布中，浏览器和搜索引擎APP是用户移动搜索的主要入口渠道。

2019H1移动搜索用户首选搜索入口渠道分布



数据来源：比达咨询数据中心

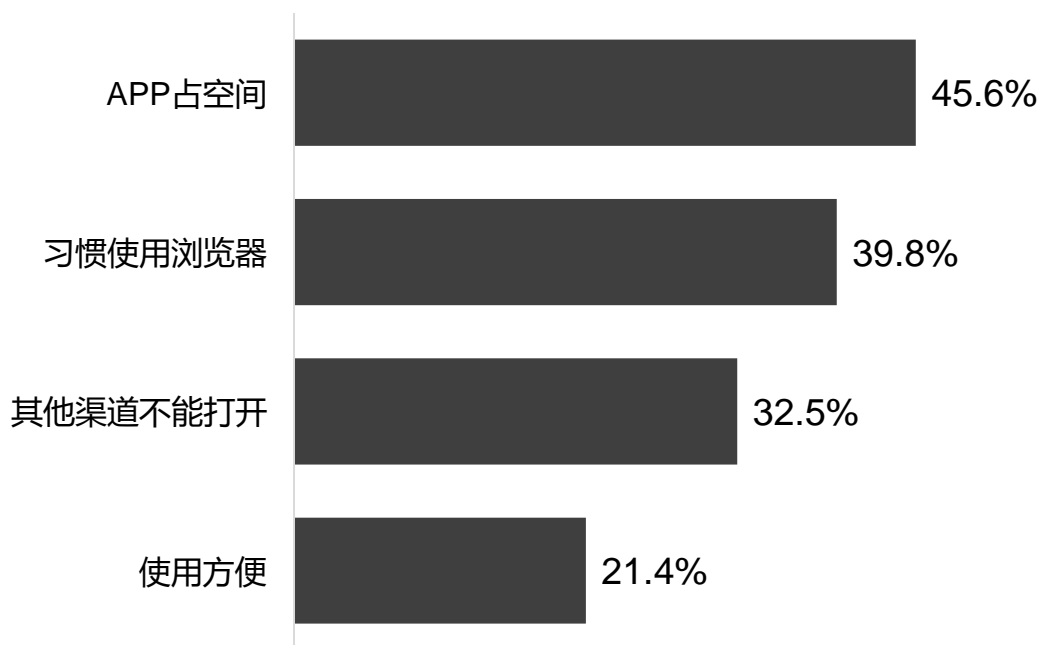
2019H1移动搜索用户常用搜索入口渠道分布



手机浏览器入口属性新特点

2018年Q3用户使用手机浏览器访问站点的原因方面，APP占空间是主要原因，手机浏览器本身是一个中性的工具，但往往与导航网站、搜索引擎这些流量分发入口型产品绑定，内容覆盖面广泛，使得其成为了用户流量分发的重要节点，在手机浏览器入口属性最新特点中，以轻、快为核心的轻应用出现，各平台不断丰富网页内容，完善功能，搜索快速直达，系统方面则适配多种操作系统，满足用户多样化需求。

2018Q3用户使用手机浏览器访问站点原因

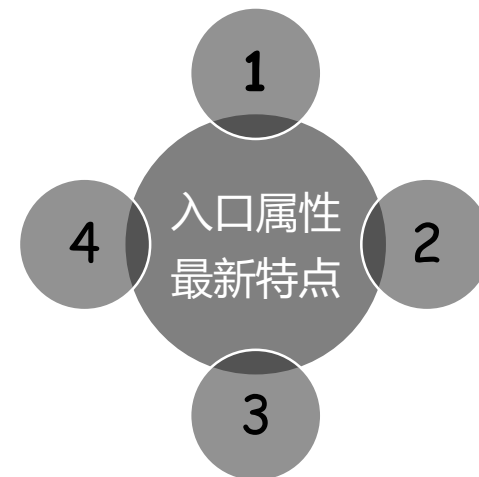


数据来源：比达咨询数据中心

网页方面：轻应用

- 夸克浏览器
以轻、快为核心，设计风格简约；
- 采用了卡片式设计多标签页面管理，单手操作便捷；
- 可借助社交媒体平台，对收藏夹和浏览历史进行跨平台同步

系统方面：360浏览器打通跨平台入口，适配国产操作系统



体验：百度智能小程序解决了H5页面展现内容不够丰富、用户首跳体验差、转化差的难题，利于用户沉淀

内容：拓展新类目

- UC浏览器
提供小游戏服务，满足用户碎片化时间娱乐需求；
- QQ浏览器
新增高考内容，搜索直达；
- 360浏览器
上线在线办公功能

厂商浏览器市场呈现马太效应

中国智能手机市场份额变化趋势

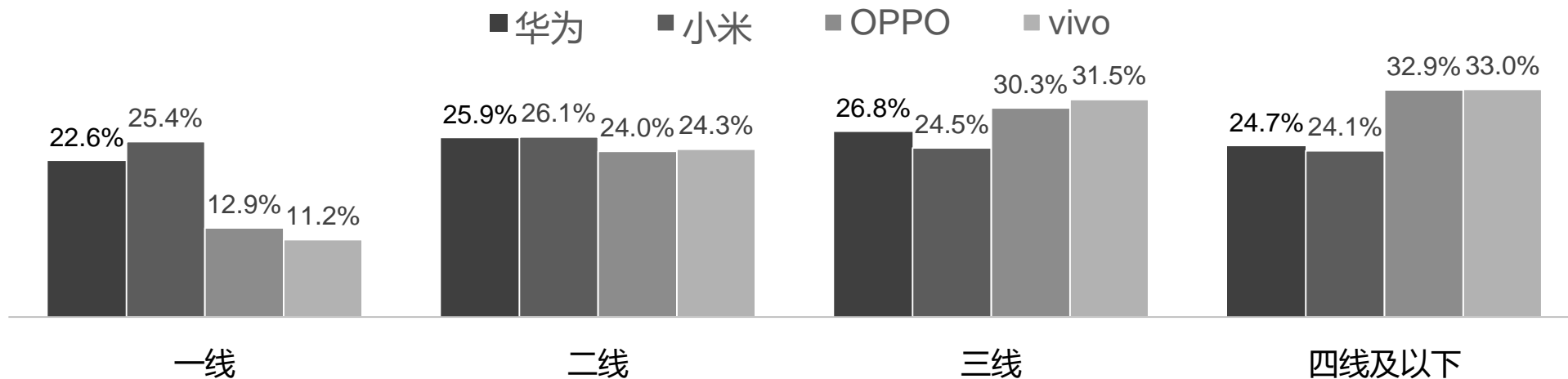
■ 华为 ■ vivo ■ oppo ■ apple ■ 小米 ■ 其他



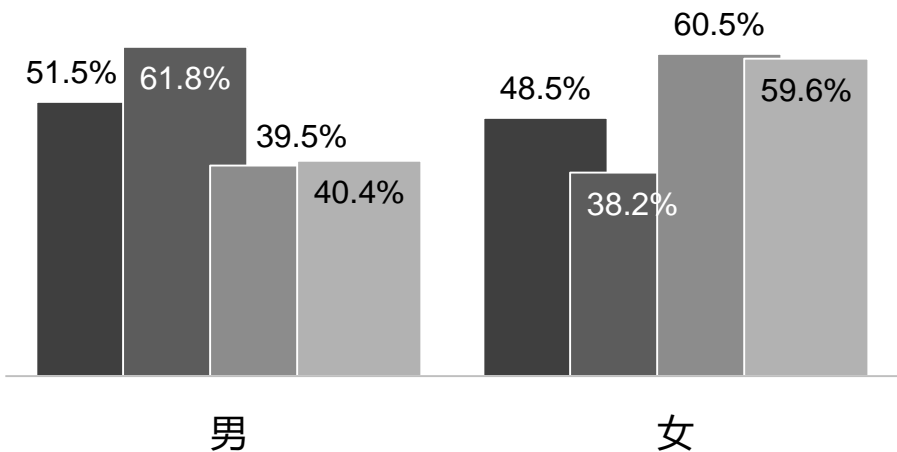
数据来源: counterpoint (counterpointresearch.com)

四大厂商人群特征明显

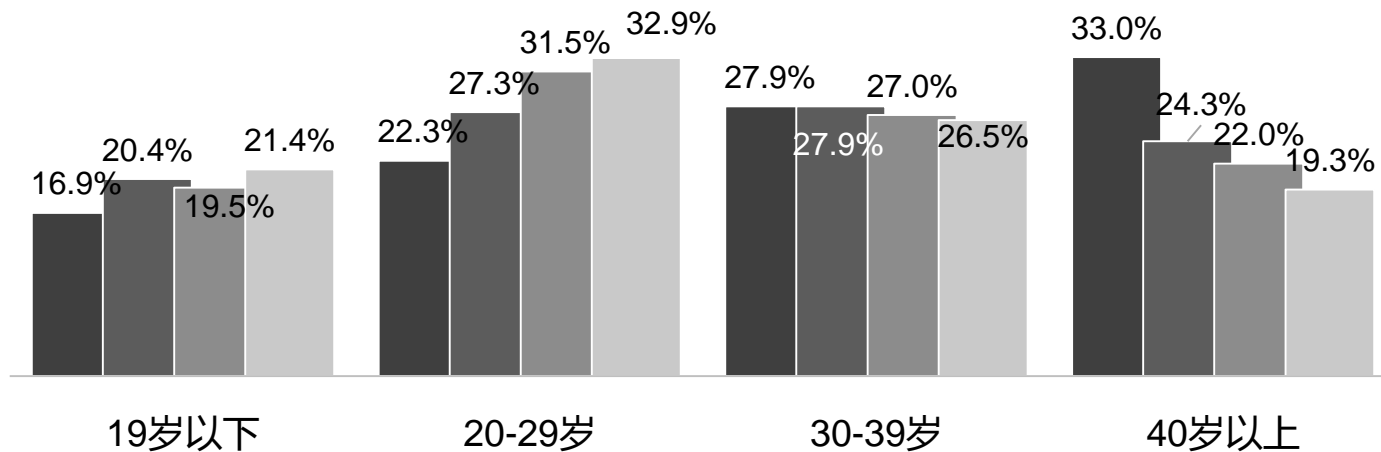
TOP手机厂商人群城市分布



TOP手机厂商人群性别分布

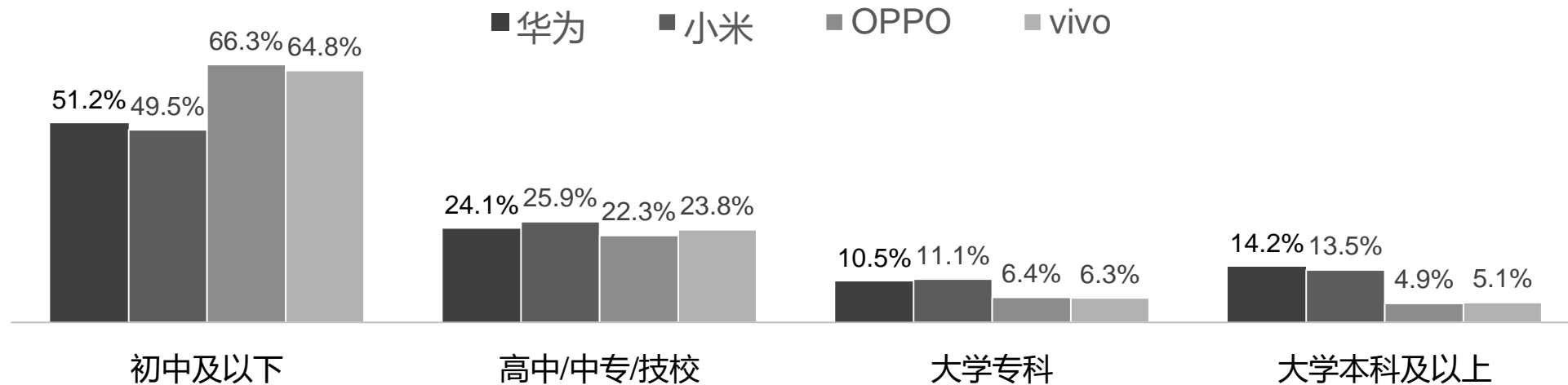


TOP手机厂商人群年龄分布

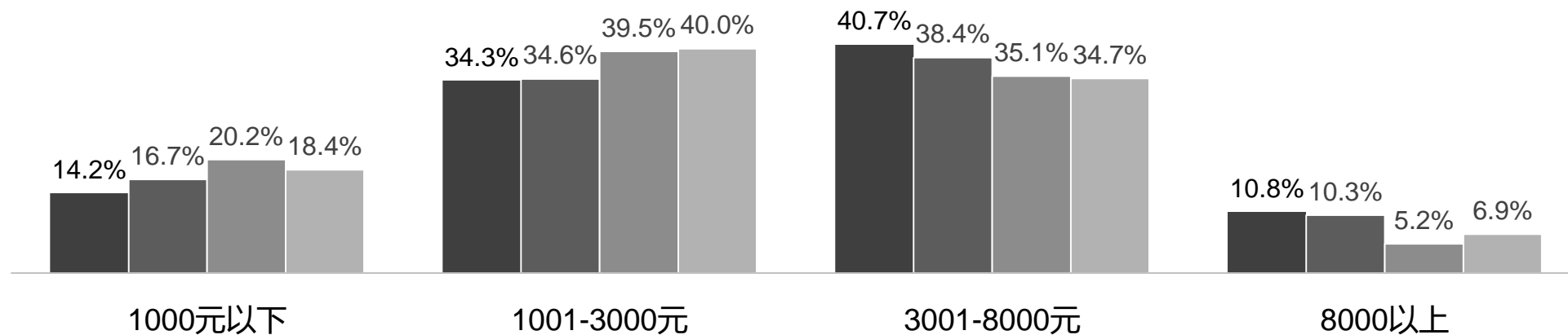


TOP手机厂商人群：OPPO和vivo更多覆盖学生人群

TOP手机厂商人群学历分布



TOP手机厂商人群月收入分布



移动搜索未来趋势

- 1、浏览器和搜索引擎APP是中国移动搜索的主要入口
- 2、用户使用厂商浏览器意愿增强
- 3、四大厂商浏览器用户量优势扩大，是新的流量增长点



03

移动搜索营销趋势



移动搜索营销产品迭代趋势-全场景数据赋能

	竞价广告	品牌广告	动态商品广告	移动oCPC
营销诉求	转化	品牌	智能投放	智能投放
优化师介入	高	低	低	低
营销能力	优化师	产品/销售	数据对接/监测	全场景数据赋能
采买方式	CPC	CPT	CPC	oCPC

2020年360移动搜索布局-厂商合作+数据赋能

厂商合作

360移动搜索持续发力
与华为、小米、OPPO、魅族、VIVO等知名手机厂商合作，大大提升了360搜索在移动端的渗透率

搜索oCPC

2020.01.16

搜索oCPC平台功能上线

2020.03.30

手机端搜索oCPC正式上线

360和手机厂商合作，移动搜索流量和质量强势上涨

2020年，360移动搜索持续发力，与华为、小米、OPPO、魅族、VIVO等知名手机厂商合作，大大提升了360搜索在移动端的渗透率，在为用户提供搜索服务的同时，覆盖更多优质流量

2020年，360移动搜索流量较2019年增幅超过100%，并且呈现稳步攀升趋势

360移动搜索同比涨势明显

2020年1月同比
2019年1月涨幅

87.72%

2020年2月同比
2019年2月涨幅

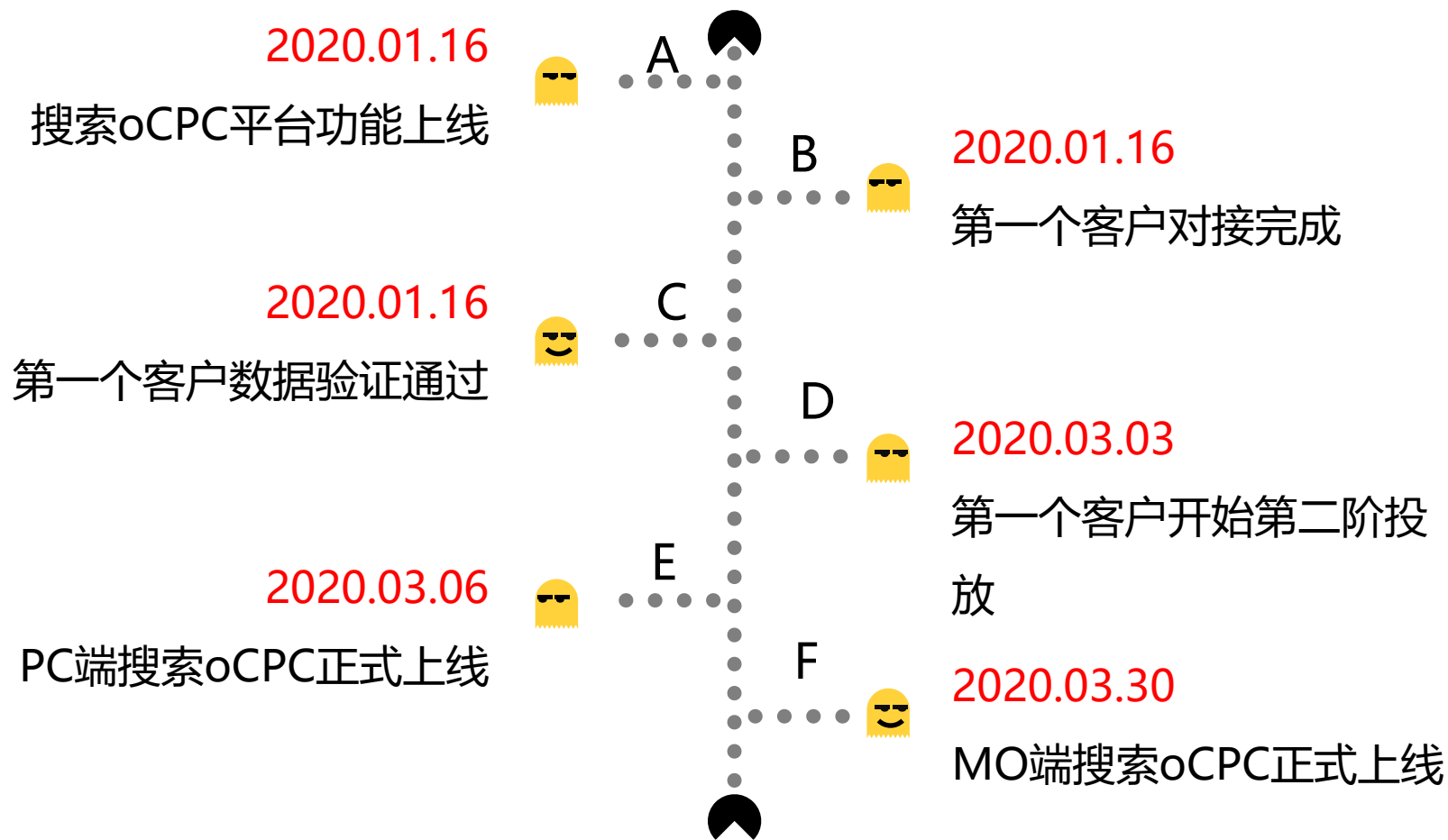
182.35%

360移动搜索环比持续增长

2020年2月环比
2020年1月涨幅

34.58%

360搜索oCPC已正式上线



A silhouette of a person walking on a narrow, diagonal beam that spans across the left side of the slide. The beam is part of a larger graphic structure consisting of two thick black lines that meet at a point on the left, forming a wide, shallow 'V' shape.

04

360移动搜索推广介绍

Two thin, parallel diagonal lines extending from the right side of the slide towards the center, positioned below the main title.

搜索，是用户的基础需求和本能选择

我需要收集资料

工作学习需要

工作资料、学习资料查询



我想知道发生了什么

了解即时讯息

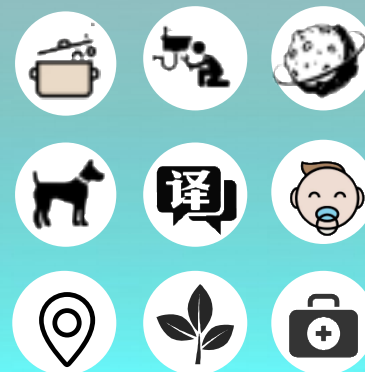
新闻资讯、娱乐八卦
天气预报



我想知道怎么办/为什么

解决当下问题

生活常识、知识探索
路线查询、在线翻译



我该如何选择

辅助消费决策

旅游、购物、汽车、房产
理财、游戏、体育、教育



搜索广告具有难以取代的特殊价值

**真实
意图**

每一次搜索都是
用户真实需求和意
图的体现

**平台
背书**

在用户眼里
搜索结果代表「平台认证」

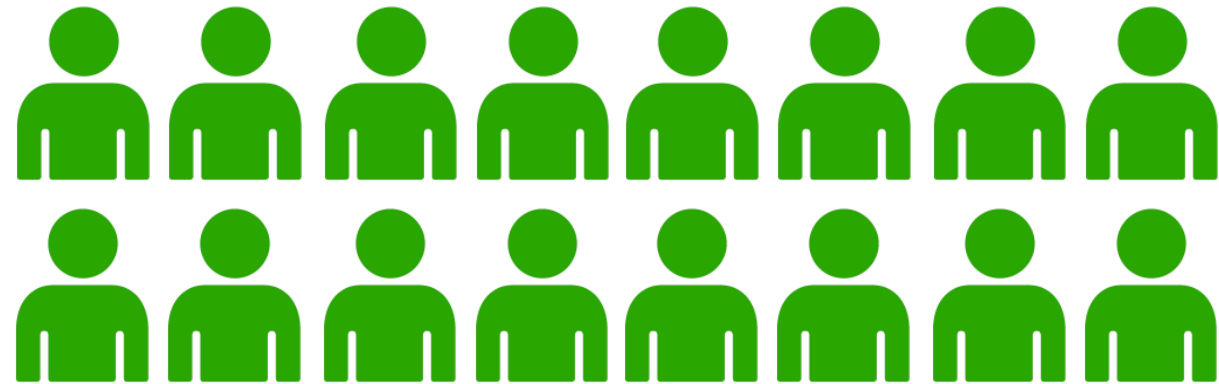
**持久
需求**

用户的搜索习惯可能会改变
但搜索需求一直会存在

**自然
影响**

在需要时及时出现
在选择时提供参考
在决策时推波助澜

360移动搜索日均PV超2亿



内部流量来源渠道：**360手机浏览器APP、so.com**

合作原生优质流量：**360手机、各大手机厂商**

2020与厂商战略合作，**流量预计可翻倍**

移动搜索CPC广告与PC端投放设置共用

点睛平台中共用

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

多元素信息样式

满足用户体验需求

平均关键词点击成本

远低于其他竞品媒体



跨屏推广

样式丰富
成本低

360搜索竞价广告基础样式



增加广告位

首页第1、2、3、6、16位
均展现广告位

凤舞样式

移动子链

图文子链

图文导航

移动橱窗

移动长子链

图片长子链

创意组件

电话拨打

在线咨询

APP下载

360移动搜索CPC资源丰富的样式



凤舞橱窗和创意配图样式



长子链和短子链样式



电话拨打和在线咨询样式



APP下载样式

动态商品广告—结构化创意，缩短转化路径

1 关键词定向



Bidword=
机票

采用关键词定向的方式，
需要人工购买大量关键词。
很难覆盖到长尾流量
相关性差、人工维护成本高

2 通用广告创意

「途家网」深圳酒店预订预订首选,享受优质住宿体验



深圳酒店预订,途家住宿比酒店便宜50%!能做饭能洗衣,能带宠物能聚会!安全卫生又舒适,花普通的价格体验五星级的服务!超高性价比,带你享受休闲假期!

通用的广告创意与用户搜索意图相关性差。
可读性差，难理解
广告内容单一、吸引力差

3 转化路径长



点击跳转后进入首页或列表页、转化路径长。
落地页信息与创意相关性差，用户找不到商品、转化低

1 商品定向



通过算法将网民搜索词与商品进行匹配，无需手动买词。

- 扩触发、可精准覆盖长尾流量
- 相关性高
- 节省人力成本

2 结构化创意

深圳华府酒店订酒店上携程,特价1700元起



华府酒店(深圳华为坂田基地店)
均价: ¥1700
是否含早: 无早
地标: 深圳北站;坂田;深圳北站;深...
级别: 高档型

采用结构化广告创意，可将商品信息进行结构化展现。

- 降低理解难度，与用户意图相关
- 落地页信息前置，缩短商品展现路径
- 具有更强的吸引力

3 缩短转化路径




- 点击商品后直接进入商品详情页或热卖页，缩短转化路径。
- 落地页与创意保持一致，保证后续转化，提升ROI。


动态商品广告

图片列表

携程-特价烟台哈尔滨特价机票预订,0.9折起

携程掌上烟台哈尔滨特价机票预订, 首单立减, 烟台哈尔滨特价机票信息实时查询, 无需等待, 说走就走!

 **哈尔滨到烟台机票**
5小时55分钟 直飞 **¥610**

 **烟台到哈尔滨机票**
5小时50分钟 直飞 **¥360**

携程 

[查看详情](#)

商品橱窗

京东一站式综合网购平台最热门**女装**大(必看)网精选推荐

京东JD.COM**女装**频道提供各个品牌**女装**, 潮流**女装**, 品牌**女装**就到京东, 省钱又放心!



卡萨落澳2019夏季
新款知性优雅范
199元起



潮牌春装新款上新
字母短袖套头T恤
298元起



子牧棉麻2019夏
商场同款春品直
99元起

京东 

[更多推荐](#)

全息样式

 360搜索 [网页](#) [资讯](#) [图片](#) [视频](#)

杭州酒店



搜索

「携程网」订杭州酒店酒店查询_杭州酒店排名



杭州梅子青酒店

均价: **¥356**

是否含早: 双早;无早

地标: 汽车北站及国际会展中心区域,杭...

级别: 高档型

携程 

专业电话咨询

 拨打

文字列表

峨眉山-成都国际旅行社-峨眉山乐山行程报价

峨眉山天天发团,峨眉山乐山旅游线,全程纯玩,全新服务,

峨眉山+乐山旅游 纯玩两日游 **赠送天工手**

九寨+黄龙旅游 九寨沟3日游 **独家新品丝**

稻城+新都桥旅游 成都直飞稻城 **0自费, 0**

cts8.com 

[查看详情](#)

动态商品广告—全面提升ROI，提升展现概率

相同流量下（同query），商品广告VS其他广告

二跳率
+50%

测试账户的后续用户行为数据，二跳率提升约50%，跳出率降低30%

CTR
+17%

与用户搜索意图相关的结构化创意，对比通用广告物料，可大幅提升CTR

ROI
+23%

结构化创意清晰表达了商品特征，同样一次点击，商品创意相较于通用创意转化更高

展现量
+3%

样式的增加、物料的丰富，会提升广告在模型中的竞争力，进而提升广告展现概率

360移动搜索品牌产品矩阵—全路径展现



360移动搜索品牌产品样式



品牌冠名



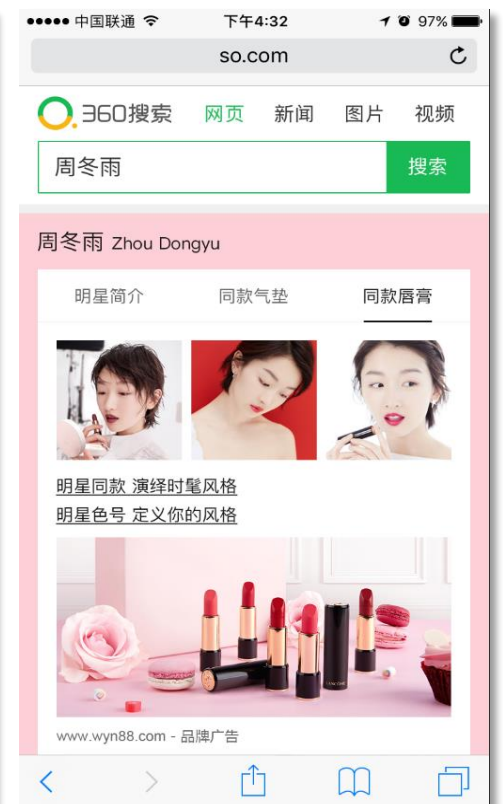
品牌直达



品秀



品牌中心 (大图展示)



娱乐品牌直达

OneBox—自然展现产品信息，引导用户行动



行业通用词触发

创意多样化,更加精准有效直击用户需求。以结构化应用形态与文字链广告形成双重曝光模式,打造内容即广告并打通购买通道,有效提升转化率。

移动搜索oCPC正式上线!

2020.03.30

移动搜索

oCPC

正式上线



产品逻辑

操作



搜索oCPC产品逻辑、操作及PC搜索oCPC投放案例

请扫码观看



搜索oCPC能做什么？



**共建转化数据
寻找精准人群**



**基于精准人群
获取更多优质流量**



**实现智能出价
控制转化成本
提升投放效率**

第一阶段说明



目标转化成本

在第一阶段设置目标转化成本时，建议初期设置值为**CPC实际成本**，待投放稳定后逐步调整。如设置过低，可能影响第二阶段投放效果。



积累转化数据

oCPC包绑定的所有计划**合计持续4天单日转化数 ≥ 30 则进入第二阶段**，进入二阶段后算法会自动优化（使用近7天的转化对应的关键词等信息进行分析优化）



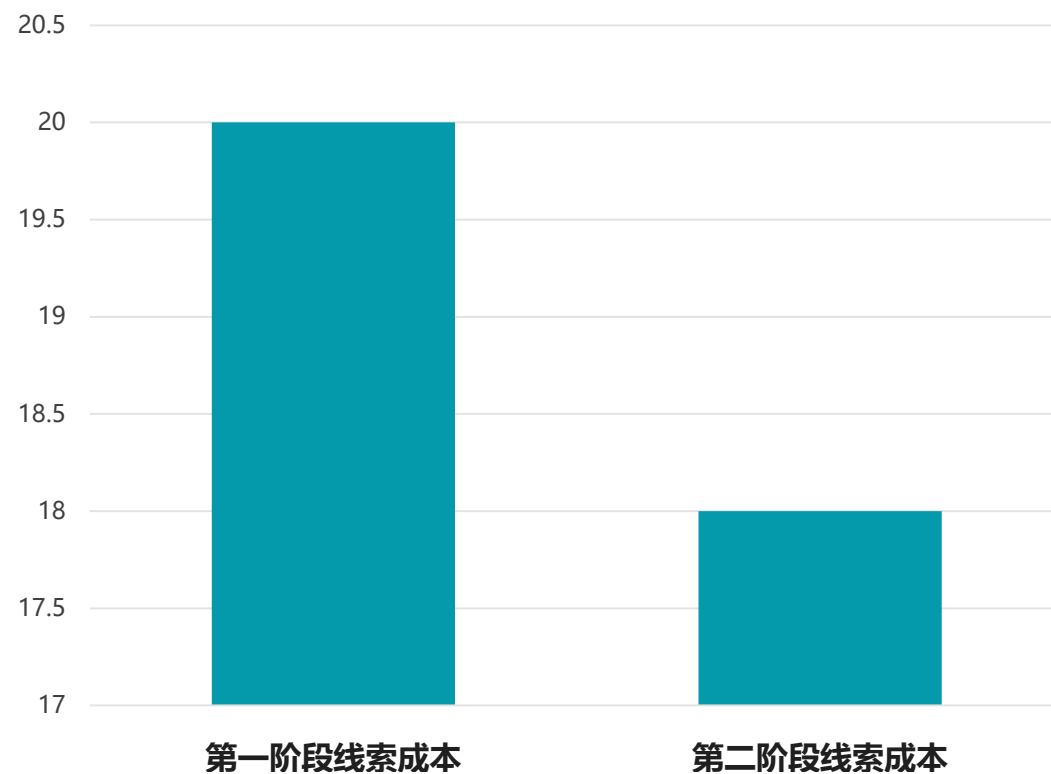
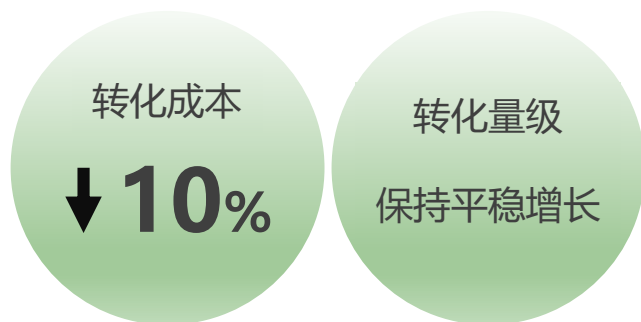
05

移动搜索oCPC精选案例

移动搜索oCPC投放案例

客户A：有效降低客户线索成本

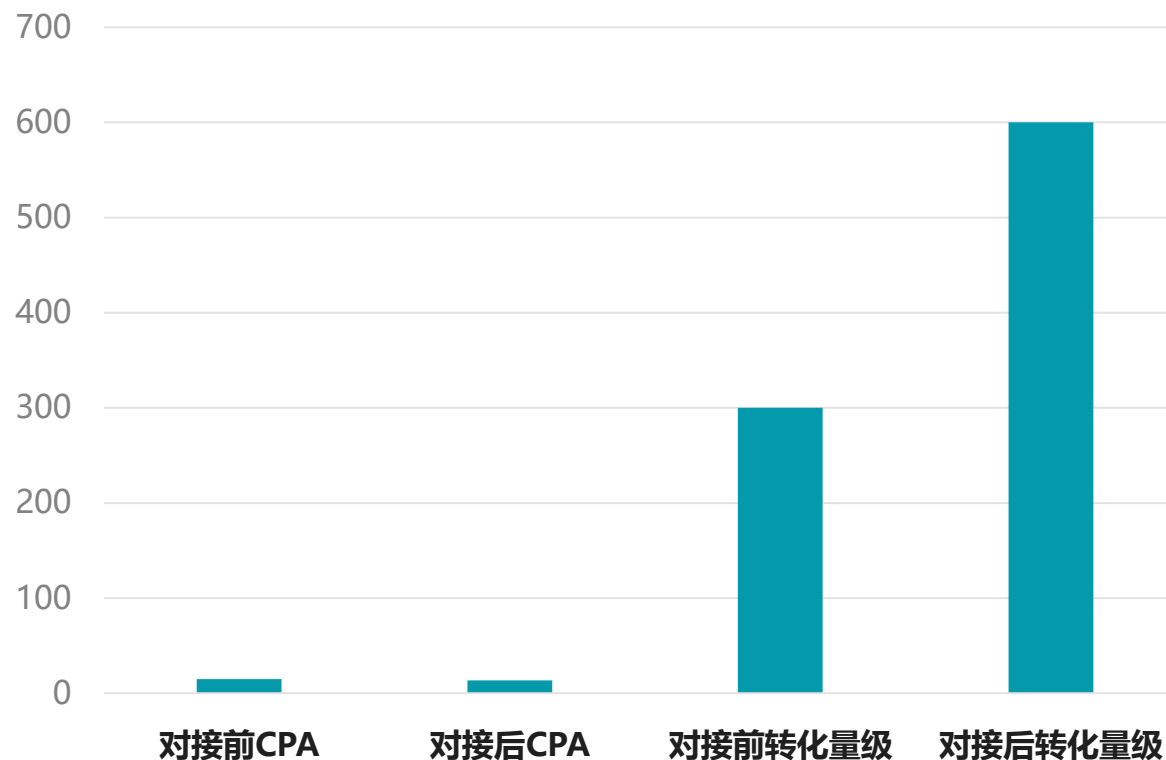
- 对接方式：API
- 转化类型：线索量
- 进入二阶时间：4月12号



移动搜索oCPC投放案例

客户B：有效提升注册量，转化量翻倍提升

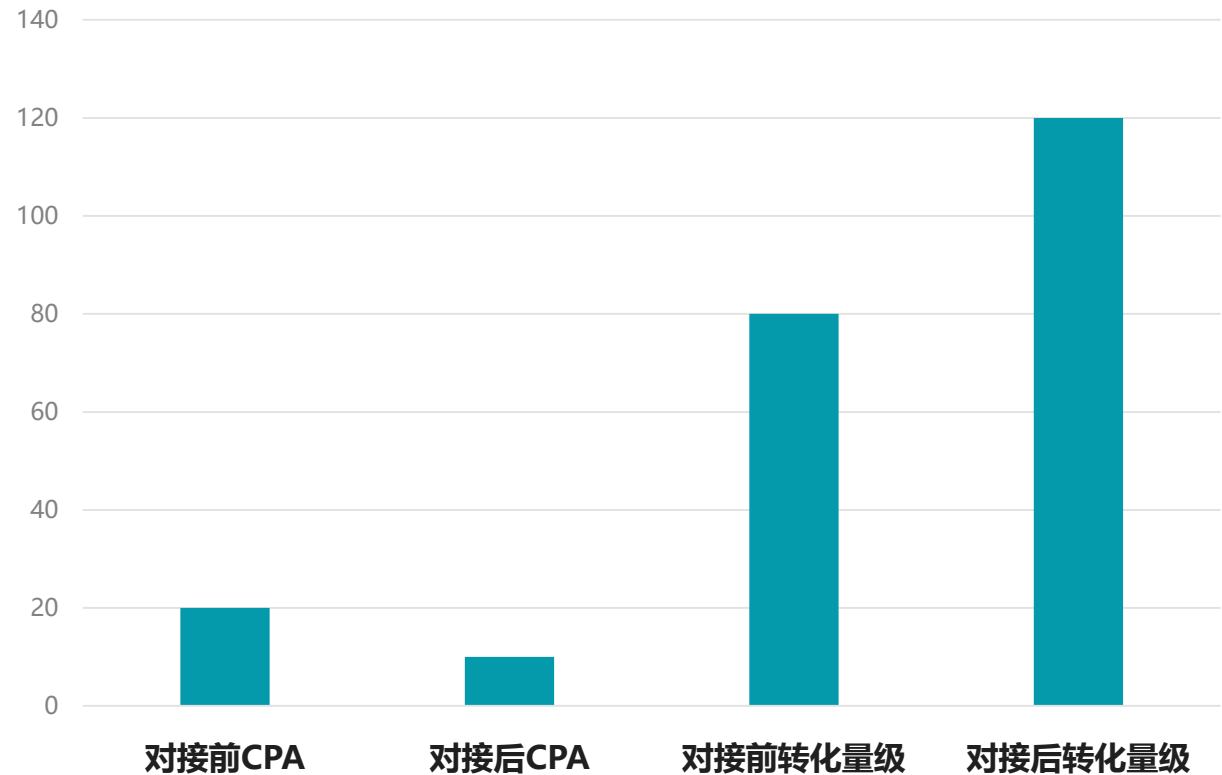
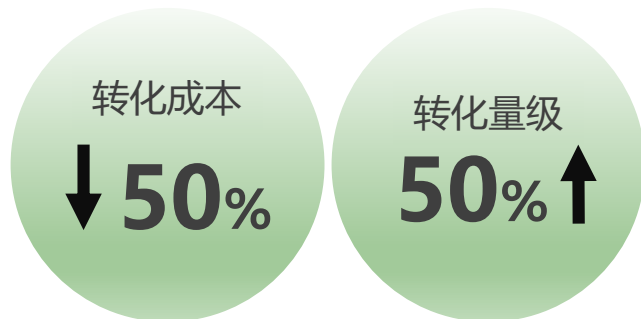
- 对接方式：API
- 转化类型：app注册
- 进入二阶时间：3月24日



移动搜索oCPC投放案例

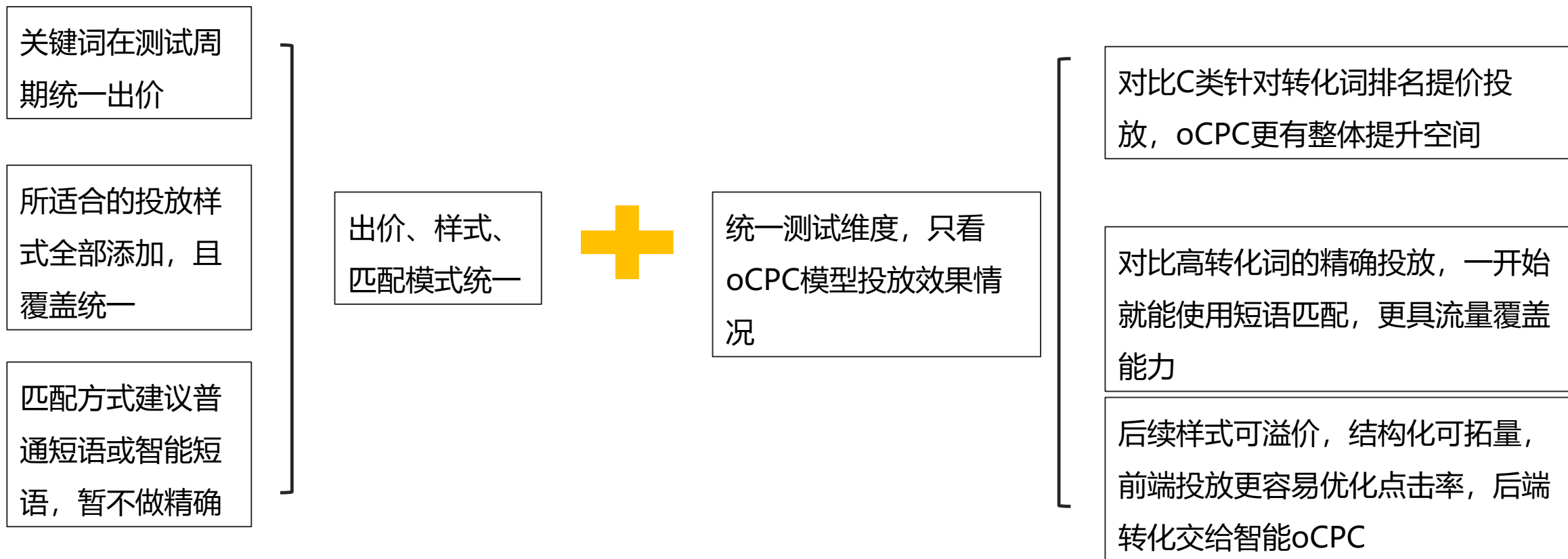
客户C：表单提交成本下降一半，转化量级提升

- 对接方式：API
- 转化类型：表单提交
- 进入二阶时间：3月28号



移动搜索oCPC投放案例

移动搜索oCPC优化方法论：一阶统一维度，限量测试把控



oCPC vs CPC 的更多操作空间

对比C类针对转化词排名提价投放，oCPC更有整体提升空间

对比高转化词的精确投放，一开始就能使用短语匹配，更具流量覆盖能力

后续样式可溢价，结构化可拓量，前端投放更容易优化点击率，后端转化交给智能oCPC

移动搜索oCPC投放案例

移动搜索oCPC优化方法论：从一阶到二阶，针对调整放宽时段

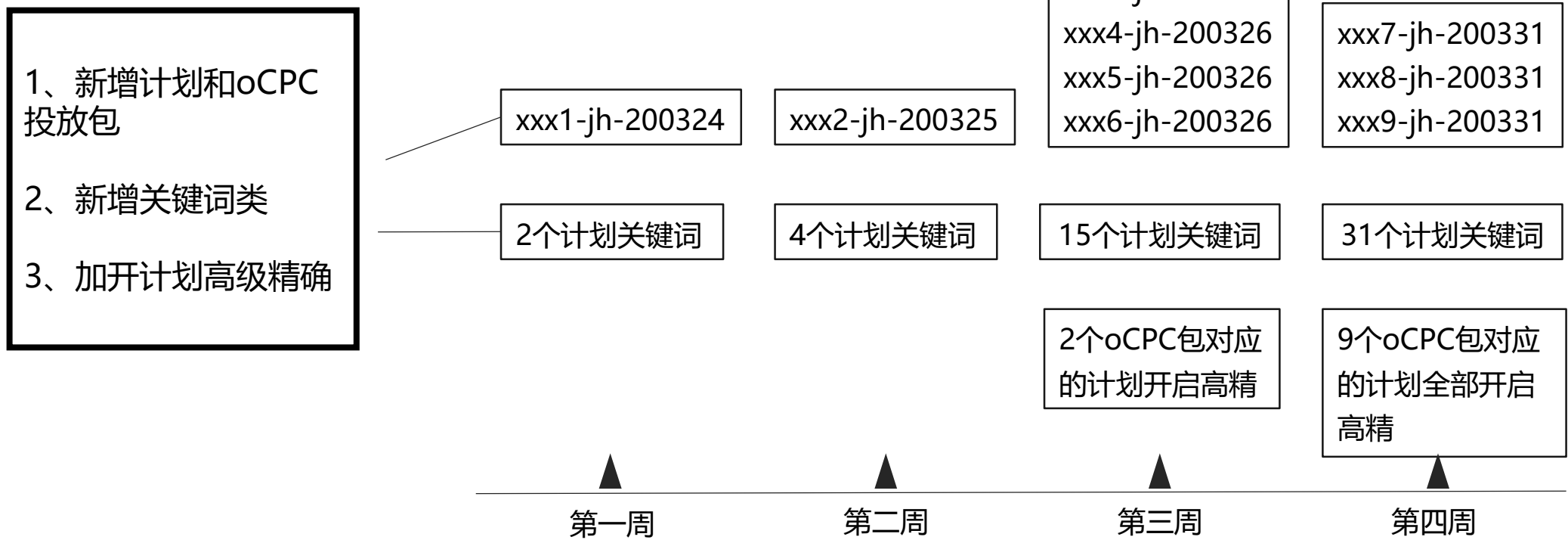
一阶：挑选C类投放经验中，消费及转化量级较大计划绑定oCPC投放，且限制时段，保障4天进入二阶且能够控制节奏

二阶：当二阶成本稳定后放开时段寻找潜在流量，并增加其他词类绑定新oCPC包



移动搜索oCPC投放案例

移动搜索oCPC优化方法论：二阶放量胆大心细

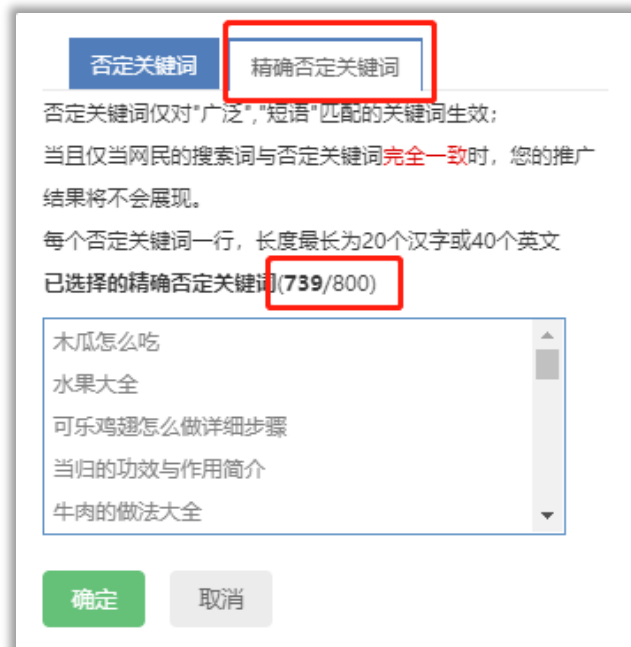


移动搜索oCPC投放案例

移动搜索oCPC优化方法论：二阶放量胆大心细

保持添加相关性差的
搜索词，作为精确否
词

提升账户投放精准度



关键词	cpa情况	consume	对应该时段的搜索词-暂停
木瓜吃法大全	无激活	247.43	木瓜怎么吃
水果	无激活	186.04	水果大全
可乐鸡翅最正宗的做法	无激活	122.87	可乐鸡翅怎么做详细步骤
当归的功效与吃法	无激活	117.06	当归的功效与作用简介
家常牛肉的做法	无激活	111.37	牛肉的做法大全
雪莲果的营养成份	无激活	102.71	雪莲果



若有产品疑问请联系您的销售/营销顾问

如需获取360商业产品最新动态

欢迎关注微信公众号：360营销学苑

或 登录yingxiao.360.cn