

搜索推荐扩量工具



客户在常规CPC投放时的难点



扩大覆盖流量



稳定控制成本



丰富投放资源

产品介绍及物料要求

对历史搜索用户，进行人群重定向召回广告，扩充流量

产品优势

- 1、以“搜索推荐”的形式，针对历史有搜索行为的这批用户，进行人群重定向
- 2、计划通过绑定人群重定向的方式，灵活调整相应的溢价系数，实现扩量
- 3、利用搜索人群重定向，在360优质推荐资源位进行投放，帮助广告主获取更多转化

尺寸要求

PC端：180x100、660x220、300x300、500x500

物料类型：支持JPG/PNG，50K以内，GIF，500K以内

支持设置溢价系数，设置范围为0.1-1.0

Ps：新建时，至少校验上传一张图片才可通过；同一尺寸物料最多上传10张图片；若对已设置的计划再次批量添加素材，则会覆盖计划原有图片

操作入口

搜索推广->实用工具->搜索推荐扩量工具

在实用工具中可找到工具入口，该工具可实现对历史搜索用户，进行人群重定向召回广告，已达到扩充流量，增加转化的目的

The screenshot displays the 360 Point-to-Point Real-time Platform interface. The top navigation bar includes '360点晴实效平台', '搜索推广', '首页', '我的账户', '搜索推广' (highlighted with a red box), '移动推广', '展示广告', '企业服务', and '一体化投放'. Below the navigation bar, there are tabs for '投放管理', '实用工具' (highlighted), '效果评估', and '资产'. The main content area features a grid of 20 tool cards. The '搜索推荐扩量工具' card in the bottom right corner is highlighted with a red box. The card contains the following text: '搜索推荐扩量工具' and '对历史搜索用户，进行人群重定向召回广告，扩充流量'. The footer of the page contains the text: 'Copyright © 360安全网址. All Rights Reserved. 京ICP证080047号'.

投放指导

360点读实效平台 控制推广 首页 我的账户 数据推广 移动推广 展示广告 企业服务

计划管理 实用工具 效果评估 推广

搜索推荐扩展工具

计划管理 效果评估

添加素材 删除 刷新 删除 出价策略

计划名称	出价系数
ty建站推广移动	0.1
消息基础验证1914	0.2

Copyright © 360安全网络

添加素材

1 选择范围并设置出价系数 2 添加素材

对已设置的计划再次设置出价系数，会覆盖原有设置

请选择推广计划	选择全部	已选择推广计划	出价系数	删除全部
ty建站推广移动	[-]	ty建站推广移动	0.5	[-]
建站转化使用lvk2	[-]	建站转化使用lvk2	0.5	[-]
消息基础验证1914	[-]	消息基础验证1914	0.5	[-]
yqr 0.16 test	[-]	yqr 0.16 test	0.5	[-]
添加选项	[+]			
推广计划1011	[+]			
啊啊啊啊啊啊啊	[+]			
推广计划1819	[+]			
推广计划1719	[+]			
推广计划1557	[+]			
测试重复	[+]			
dhy	[+]			

批量设置出价系数: 0.5

下一步 取消

添加素材

1 选择范围并设置出价系数 2 添加素材

对已设置的计划再次添加素材，会覆盖原有素材。同一尺寸最多上传10张图片：jpg/png/图片M50K以内，gif图片500K以内

180x100 660x220 300x300 500x500

+

下一步 保存 取消

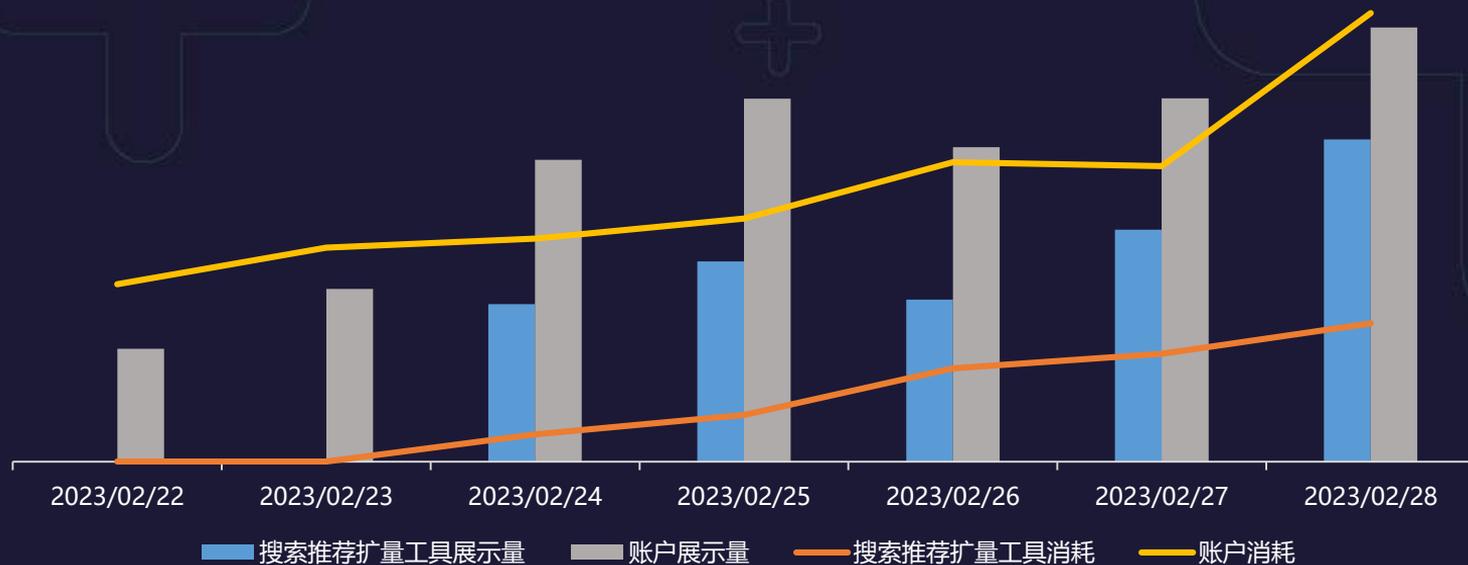
数据报表

搜索推广->实用工具->搜索推荐扩量工具->效果评估

在搜索推荐扩量工具中可查看相关投放数据，时间范围为最近90天，支持账户层级和计划层级的展点消数据；设备类型为计算机

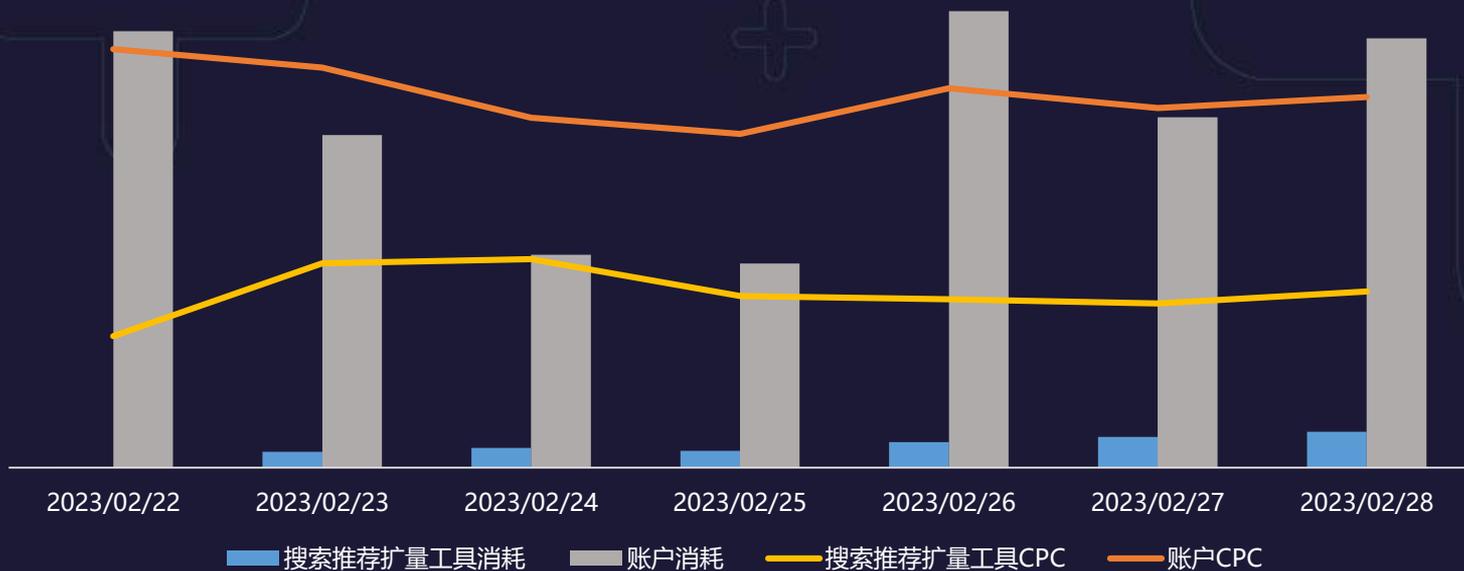
The screenshot displays the '360点购实效平台' (360 Point-to-Point Advertising Platform) interface. The top navigation bar includes '搜索推广' (Search Advertising), '实用工具' (Practical Tools), '效果评估' (Effect Evaluation), and '资产' (Assets). The '搜索推广' and '实用工具' tabs are highlighted with red boxes. Below the navigation bar, the '搜索推荐扩量工具' (Search Recommendation Expansion Tool) section is visible, with the '效果评估' (Effect Evaluation) sub-tab also highlighted with a red box. The interface includes a date range selector set to '2023-02-08 至 2023-02-14', report type options (Account Report and Plan Report), device type options (Computer), and summary options (All and Daily). A '查询' (Query) button and a '下载' (Download) button are present. The main content area shows a '详细报告' (Detailed Report) table with columns for '时间' (Time), '投放设备' (Placement Device), '展示次数' (Impressions), '点击次数' (Clicks), '点击率' (Click-through Rate), '总费用' (Total Cost), and '平均每次点击费用' (Average Cost per Click). The table currently displays '暂无数据' (No data).

投放案例



游戏行业客户，成本无明显波动的情况下，日均消耗提升1000+

投放案例



教育行业客户，扩量工具以较低单CPC价格获取更多PC端流量，成本无明显波动，日均消耗提升500+

常见问题

Q1: 报表数据里为什么只有PC端的数据?

A: 目前该工具仅支持PC端

Q2: 搜索推荐扩量工具是否支持批量操作?

A: 支持, 可进行单独或批量修改所选计划的启用/暂停/溢价系数

Q3: 搜索推荐扩量工具拓展的流量都包括哪些?

A: 覆盖360站内弹窗、橱窗、信息流等优质资源位

Q4: 搜索推荐扩量工具如何计费?

A: 出价是根据账户关键词出价, 再乘搜索推荐扩量工具设置的溢价系数, 最终再进行排序扣费

Q5: 投放素材是否会被系统加工处理投放到多个位置, 是否会出现站内站外都有投放的情况?

A: 目前只会投放到站内, 且不会做系统加工处理

Q6: 如果投放行业本身在展示的相关投放位置受限, 通过该工具是否可投放?

A: 不可以, 如果行业本身受限, 则无法参与投放

常见问题

Q7: 搜索推荐扩量工具的素材更新上传是否会导致在投落地页触发审核?

A: 不会, 只会对素材进行审核, 且素材审核规则同搜索配图一致

Q8: crm系统里目前是否能直接下载搜索推荐扩量工具投放的相关数据?

A: 目前不可以, 账户中可以

Q9: 搜索推荐扩量工具的素材是需要客户自提?

A: 对, 需要客户自提对应的素材

Q10: 搜索推荐扩量工具功能是否跟ocpc有冲突, 比如同一个计划绑定了oCPC, 又绑定了搜索推荐扩量工具, 那么是否会在oCPC的情况下投放到推荐的资源位上?

A: 不建议出现相关操作, 同一个计划如果既绑定了oCPC, 又绑定了搜索推荐扩量工具, 那么搜索推荐扩量工具将不会生效

Q11: 搜索推荐扩量工具投放的是哪些人群?

A: 搜索推荐扩量工具投放的人群为30天内有搜索过账户投放相关关键词的用户

Q12: 为什么在使用搜索推荐扩量工具绑定计划后, 物料在审核状态时, 对应创建计划就已经产生了消费?

A: 在使用搜索推荐扩量工具创建策略时, 系统会根据账户中已上传过的物料和算法优选物料进行投放, 待上传物料审核通过后, 再进行统一优选投放

欢迎使用搜索推荐扩量工具

