

字节搜索广告流量洞察项目

目录

1. 项目背景.....	1
2. 客户调研报告	2
3. 需求文档.....	4

项目背景

抖音的收入主要来自于效果广告与品牌广告，效果广告包含信息流广告与搜索广告。巨量引擎搜索广告是用户通过搜索关键词触发，并在搜索结果页中展现。其中关键词是商家在投放广告前购买获得，使广告可以投放至有明确意图的客户群体。

因而客户在抖音投放搜索广告之前，需要确定关键词。但不同行业、不同关键词的搜索流量是不同的，因而在选择关键词和效果方面存在一些问题。帮助客户更好的投放广告，提高广告投放效果，满足不同行业、不同客户的需求。进行了字节搜索广告流量洞察项目，该项目的实现分为四部分：

1. 负责客户调研：通过访谈调研的方式，与不同行业不同规模的客户、不同行业的客户运营沟通，分析客户在投放广告与流量分析相关的核心诉求与问题。完成 10+广告主调研，包括游戏、电商、金融、教育等重点行业。

2. 负责竞品分析：核心调研百度广告平台--凤巢，梳理分析相关功能模块，产出竞品分析报告 1 份。

3. 负责产品方案设计：结合客户调研与竞品情况，梳理产品框架与能力，并产出需求文档。

4. 负责项目推进：协调设计、开发等角色，推进项目完成，保证项目如期上线。

本次项目，我的重点工作为：

1. 客户调研：通过电话调研的方式，分析客户在投放广告与流量分析相关的核心诉求与问题，完成客户调研报告。

2. 产品方案设计：结合客户调研与竞品情况，梳理客户需求和痛点，并产出需求文档。

客户调研报告

一、调研说明

1.调研背景和目的

收到客户和销售关于平台的一些反馈，有一部分是共性的，关于广告投放效果，和搜索广告特有的关键词选择相关的问题。另一部分是客户遇到的各种各样的问题，这些客户来自不同行业，所属的公司经营状况也不同。

开展调研的目的，是为进一步了解问题，从而帮助客户更好的投放广告。

2.调研对象和形式

(1) 调研对象：目前在平台投放广告的客户，覆盖行业包括：游戏、影视平台、金融、教育、汽车、房产。

(2) 调研形式：1V1 客户访谈

3.调研内容

调研内容主要包括客户对搜索广告的认知情况、关键词选择相关内容，具体内容如下：

1.对搜索广告的认知情况

(1) 有安排专门的人负责搜索广告的投放吗？

(2) 从什么时候开始尝试投放搜索广告的？

(3) 主要会在哪些平台投放搜索广告（抖音、快手、百度）？投放比例大概是什么情况？

(4) 搜索广告和信息流广告的预算大概分布是什么样的？

(5) 搜索广告会占到贵公司获客量的什么比例呢？其中字节会占到什么样的比例？

2.关键词选择

(1) 您认为关键词在搜索广告投放中的作用是什么？是否了解关键词会具体影响什么？

(2) 在投放搜索广告时，会单独设置关键词吗？

(3) 怎么去找到适合自己的关键词的？（直接使用其他渠道的关键词，或使用平台提供的关键词工具，还是自己总结？）

- (4) 在关键词的数量上会如何考虑? 一般会添加多少个关键词?
- (5) 怎么判断所选择的关键词的质量是否精准?
- (6) 有对比过相同的关键词, 在不同的平台效果的差异吗?
- (7) 会着重考虑关键词和所使用的短视频的相关性吗? 会针对关键词单独优化广告素材吗?
- (8) 是否考虑使用其他平台的关键词?
- (9) 您认为在关键词方面可以有哪些改进?或选择其他平台的主要原因是?

二、调研结果

1.对搜索广告的认知情况

(1) 大部分客户对搜索广告有一定的了解, 部分客户表示尝试过投放搜索广告。关于投放平台的选择, 客户会根据预算、项目规模、公司经营规模等情况决定, 但大部分客户开始更倾向于短视频平台。

(2) 多数客户对搜索广告的投放效果持积极态度, 认为通过搜索广告能够提升品牌知名度, 吸引潜在客户。但同时也反映出一些问题, 如广告点击率不稳定、广告转化率低等。

2.关键词选择

(1) 大部分客户对关键词有一定的了解, 部分客户表示希望能够获得更专业的关键词投放指导, 以提高广告投放效果。

(2) 客户在关键词选择、投放时间等方面的差异, 会导致相同或不同行业的客户均存在广告投放效果不佳的困惑。

三、总结

不同行业, 不同的关键词的搜索流量不一样, 而大部分客户对关键词的选择存在认知不足。因此需要进一步优化功能, 提供更专业、更个性化的关键词投放策略, 以满足不同行业、不同客户的需求。

需求文档

一、产品概述

1.版本历史

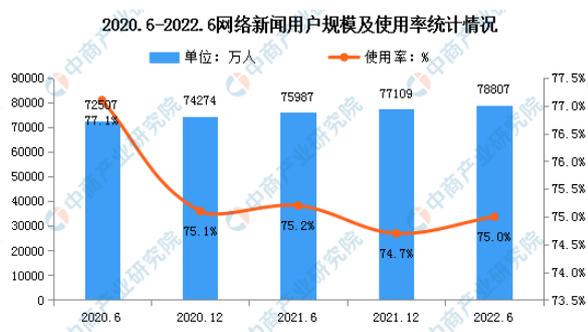
版本号	日期	操作类型	负责人
1.0		新增	

2.市场背景

CTR 发布的《2023 年中国搜索引擎行业研究报告》报告指出，随着我国互联网用户规模不断增长，搜索引擎用户使用率也不断持续回升，百度、360 搜索、搜狗搜索位居位列行业渗透率前三甲。截至 2023 年 6 月，我国搜索引擎用户规模达 8.41 亿人，较 2022 年 12 月增长 3963 万人，占网民整体的 78.0%。



数据来源:《2023 年中国搜索引擎行业研究报告》

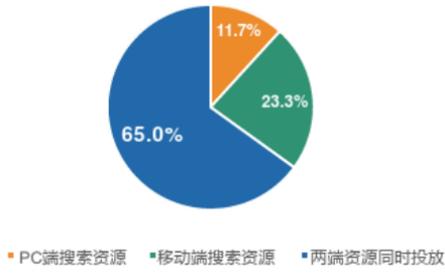


数据来源: 中国互联网络信息中心、中商产业研究院

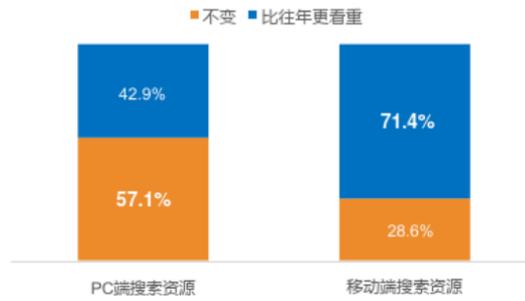
随着短视频的兴起，“刷短视频”“手机上看新闻”“听音乐”成为搜索用户触媒习惯的前三名，尤其是移动端用户则更习惯“刷短视频”。因此，多数广告主开始呈现两端资源同时投放，据统计有 65% 的广告主选择同时在移动端和 PC 端同时进行广告投放，并且 71.4% 的用户比往年更看重移动端。



广告主搜索广告端口投放选择



广告主搜索各端口未来看重情况



数据来源：《2023 年中国搜索引擎行业研究报告》

3. 产品介绍

巨量引擎是抖音集团旗下综合的数字化营销服务平台，是抖音广告的主要投放平台之一。通过巨量引擎，广告主可以在抖音平台上投放广告，实现品牌宣传、用户获取和业务增长等目标。

二、客户需求及解决方案

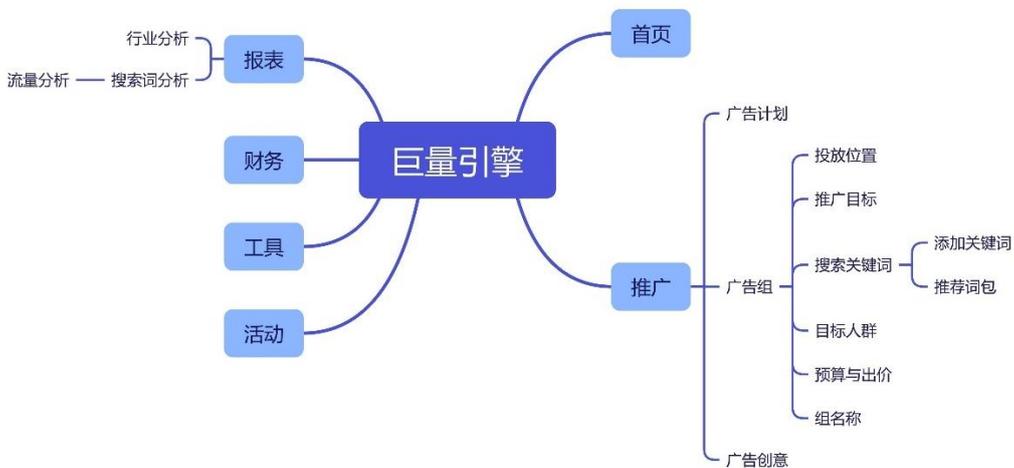
从前期的客户调研分析中提炼出以下两点需求：

1. 希望平台能提供与自己相匹配的关键词；
2. 希望平台能提供自己所在行业关键词的相关数据，便于自己分析。

针对以上两点需求，分别提出以下解决方案：

1. 新增关键词推荐工具；
2. 新增搜索词流量分析工具。

三、信息结构图

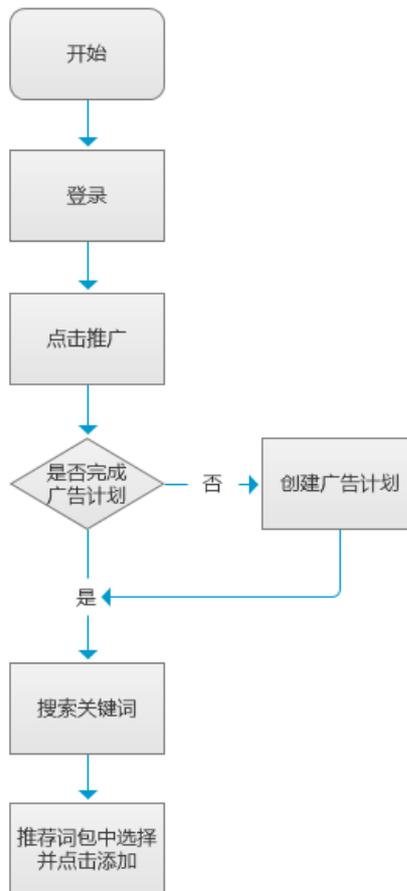


四、关键词推荐工具

1.需求背景

搜索广告是用户通过搜索关键词触发的，因而在投放广告时客户需要选择购买关键词。大部分客户对关键词投放有一定的了解，但对于如何找到适合自己的关键词、如何精准选择关键词等方面存在困惑。

2.业务流程图



3.功能说明

(1) 前置条件

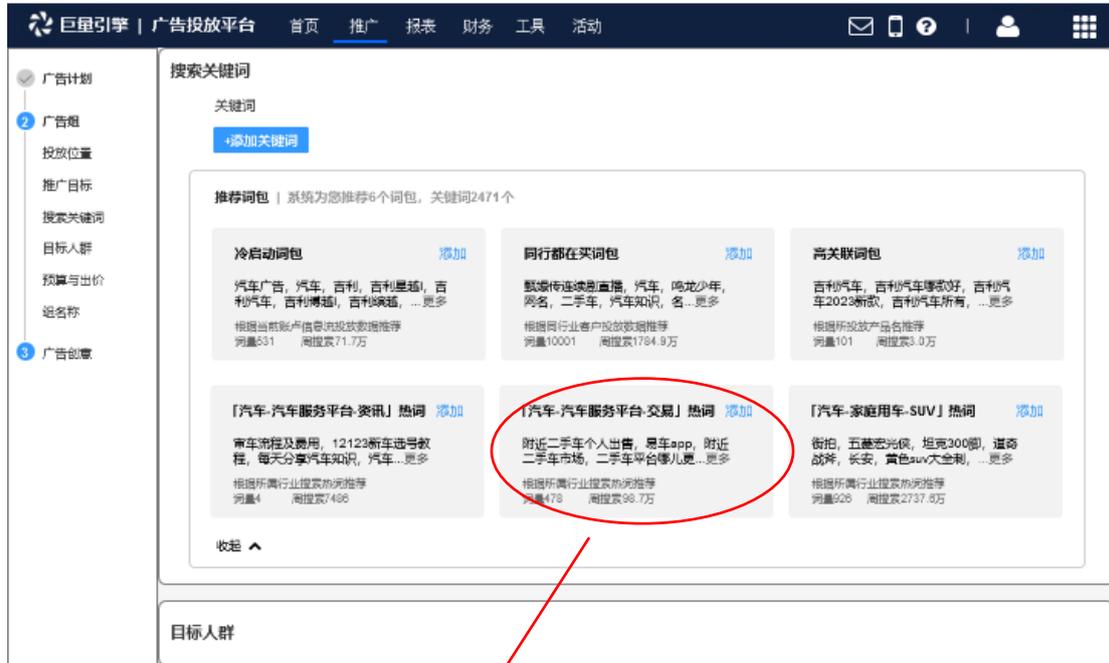
客户登录时，系统会根据登记信息标记一个两级行业标签，例如：教育-职业教育。但根据其经营执照信息，无法具体明确或无法得知客户投放倾向是哪方面的职业教育。

为进一步明确客户的行业标签，梳理各行业的三级行业标签（三级行业标签以下以 tag 简称），例如：教育-职业教育-公务员考试、教育-职业教育-司法考试、教育-职业教育-注册建造师考试等等。

(2) 后置条件

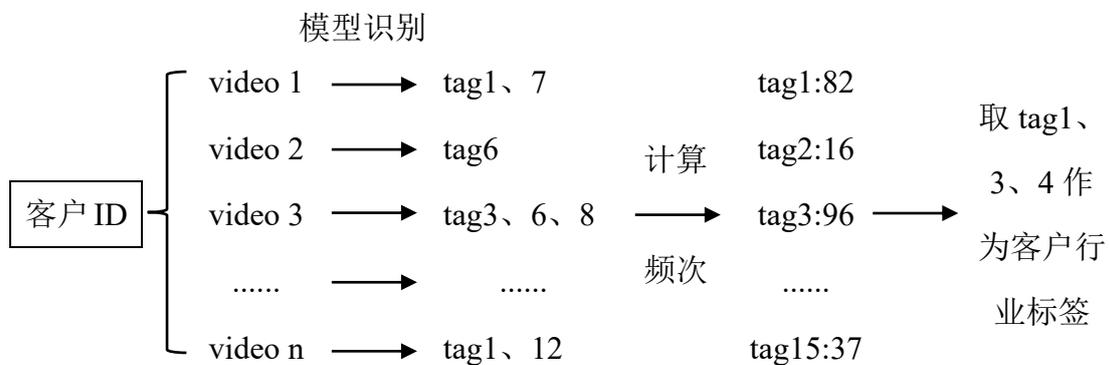
提取客户 ID 和抖音用户输入的搜索词，通过模型识别得到客户业务的 tag 和 tag 下所含的关键词，从而为客户提供相匹配的关键词。

推荐关键词工具最终呈现页面如下图所示：



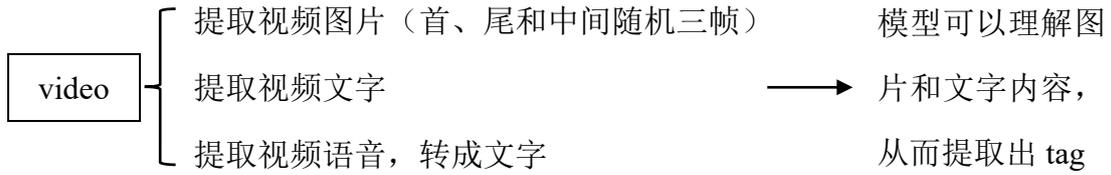
① 获取客户业务 tag 的逻辑规则

提取客户 ID 近期投放的前 500 个短视频，通过模型识别各个短视频的 tag，通过计算统计 tag 的频次，取频次前三的 tag 作为客户业务标签。



模型识别是通过多模态识别确定具体的 tag，提取短视频中的图片、文字和

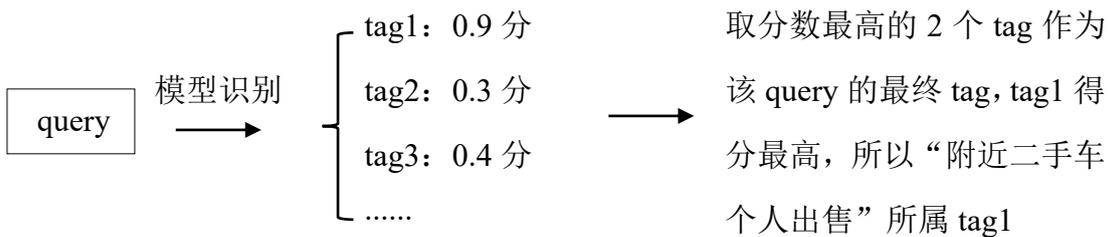
语音，最终转化成模型可以理解图片和文字内容，从而提取出 tag。



② 获取 tag 下所含的关键词的逻辑规则

抖音用户每天都会在搜索框内输入搜索词（简称 query），通过模型识别会得到 query 可以属于哪些 tag，通过打分所有 tag，取分数最高的 2 个 tag 作为该 query 的最终 tag。因此由于用户每天搜索的内容不同，tag 分属不同，所推荐的关键词可能会有变化。

例如搜索词为“附近二手车个人出售”，该 query 可以属于 tag1：汽车-汽车服务平台-交易；tag2：汽车-汽车服务平台-SUV；tag3：汽车-汽车服务平台-资讯等等）



③ 数据统计

为了解关键词推荐工具的使用效果，需要分别对搜索关键词页面展现、推荐词包卡片展示、点击添加的页面浏览量 pv 和独立访客数 uv 进行统计。

五、搜索词流量分析工具

1.需求背景

客户通过关键词推荐工具优化关键词、增加搜索词，但客户对流量天花板、提升空间不明确，导致缺乏投放动力。例如，格斗游戏客户购买了“格斗”，但不清楚自己从“格斗”总流量中所获的流量占比，因而不确定是否加投。

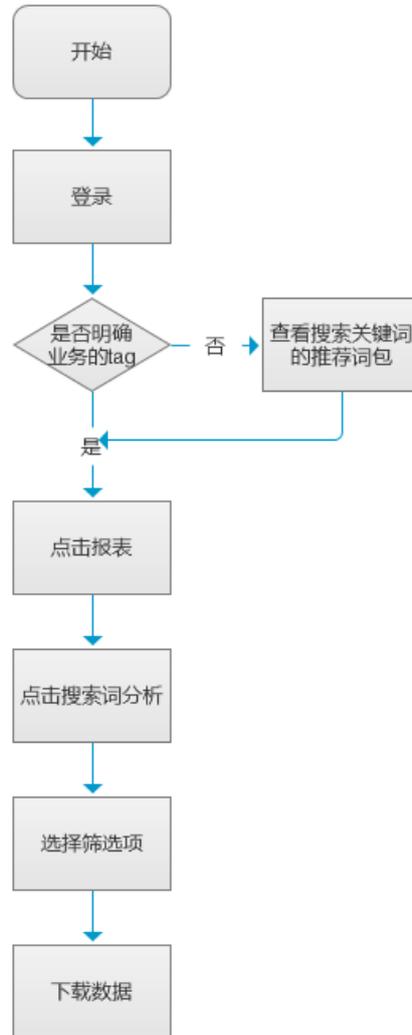
本质上，客户想知道自己可以最大拥有多少流量，这个问题取决于两点：客户已有搜索词和所在行业。解决这个问题可以拆解成三步：

- (1) 该行业有多少流量？
- (2) 客户已有的搜索词自身总流量有多少？

(3) 客户从已有的搜索词中获取了多少流量？

平台可以通过搜索词流量分析量化出客户的潜在空间,更好地刺激客户进行优化。

2.业务流程图



3.功能说明

(1) 前置条件

由关键词推荐工具客户可以得到与自己业务相匹配的 tag, 即所属的一级、二级和三级行业。

(2) 后置条件

通过输入筛选条件 (tag 和城市), 可以得到搜索词热度分析-词云、高跑量词和飙升词。

搜索词流量分析工具最终呈现页面如下图所示:



①热搜词的逻辑规则

热搜词以词云的形式展示，展示内容为近 7 天浏览量前 300 个的 query。鼠标悬浮某个搜索词时，会展示具体搜索词、近 7 日搜索量 pv 和近 7 日搜索量排名。近 7 日搜索量 pv 汇总的计算规则为 $pv * 2 + (0 \sim 9)$ 随机数，近 7 日搜索量排名的计算规则是将近 7 日搜索量 pv 汇总进行排序，得到的排序数值。



②高跑量词的逻辑规则

高跑量词为近 7 日跑量情况较好的前 100 个 query，按跑量能力由高到低排序。高跑量词计算规则为近 7 日消耗汇总中的排序，得到的排序数值，即跑量词

直接代表商业价值。

③飙升词的逻辑规则

飙升词是指近 7 日搜索量 pv 涨幅由高到低排列的前 100 个 query。计算规则为最近 2 日相比前 2 日搜索量 pv 提升 5%以上的搜索词,即涨幅=(近 2 日搜索量-前 2 日搜索量)/前 2 日搜索量。