

# 仅需3步 带你轻松接管各种疑难账户



## 耿冰洋

---

艾奇学院行业专家  
首创六元素创意撰写法  
华夏医界网专栏作家  
翻译BFHI（婴儿之友理念）  
HEART身心同疗倡导者

# 接管账户3步走

1 查：查看推广账户，全面了解推广概况

2 分：分析投放数据，深度掌握投放效果

3 调：调整优化账户，重点有序保障优化效果

# 第一步：查看

## 基础设置VS投放稳定

账户中心

账户产品

投放设置

物料设置

# 第一步：查看

## 账户中心

### 账户管理

账户中心绑定 ( [更换](#) )

### 账户管理

安全中心：手机绑定和密码 ( [更换](#) )

### 推广管理

合规信用中的网站问题分析 ( [记录](#) )

### 推广管理

门店管理和商户名片 ( [确认](#) , [后改](#) )

# 第一步：查看

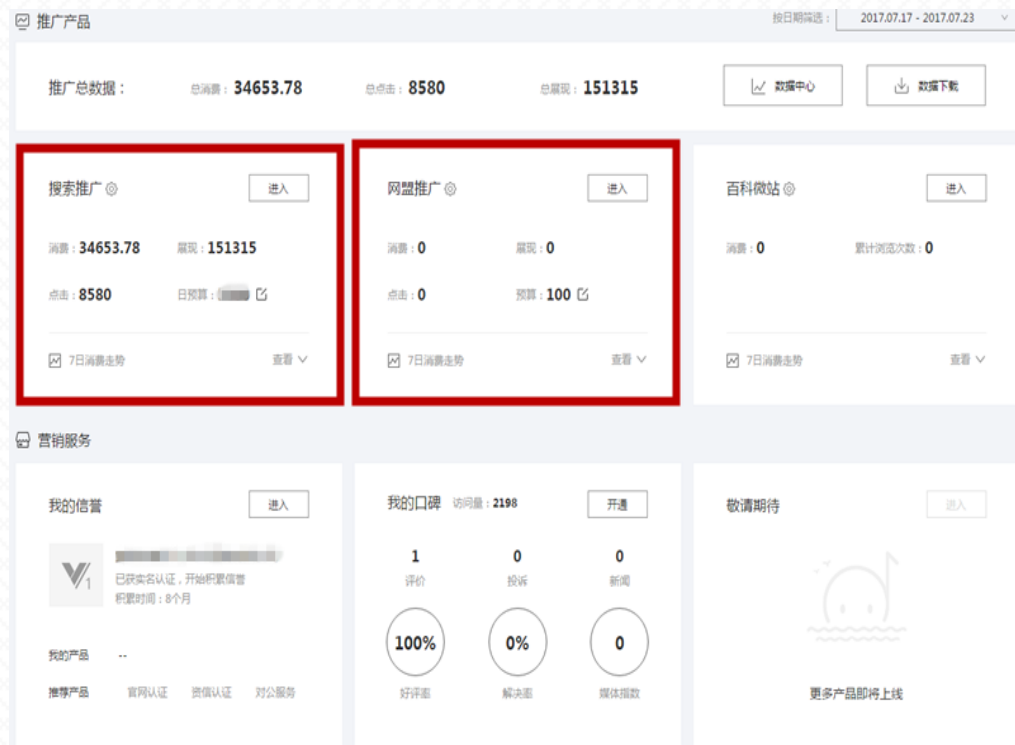
The screenshot shows the Baidu Promotion Account Management interface. The top navigation bar includes 'Baidu 推广', '首页', '账户', and '财务'. The '账户' menu is highlighted. The left sidebar contains several categories: '账户管理' (Account Management), '推广管理' (Promotion Management), and '服务交易管理' (Service Transaction Management). Under '账户管理', '门店管理' (Store Management) is highlighted in blue. The main content area shows the '门店添加' (Add Store) form with fields for '门店名称', '门店地址', '标识门店', '商圈选择', '门店备注', '电话号码', and '其它号码'. A '提交' (Submit) button is at the bottom.

The screenshot shows the Baidu Promotion Account Management interface. The top navigation bar includes 'Baidu 推广', '首页', '账户', and '财务'. The '账户' menu is highlighted. The left sidebar contains several categories: '账户管理' (Account Management), '推广管理' (Promotion Management), and '服务交易管理' (Service Transaction Management). Under '推广管理', '合规信用' (Compliance and Credit) is highlighted in blue. The main content area shows the '推广网站问题分析' (Promotion Website Problem Analysis) section. It includes a '主体的合规信用' (Compliance and Credit of the Entity) section with a '推广网站问题分析' link. Below this is a '一、推广网页无法访问' (1. Promotion Website Cannot Be Accessed) section with a '404!' error message and a '建议解决方案' (Suggested Solution) section. At the bottom, there is a '二、移动端展现PC页' (2. Mobile Display PC Page) section with an image of a smartphone.

# 第一步：查看

## 账户产品

## 投放产品查询



# 第一步：查看

## 投放设置

### 便捷管理

不宜推广 (记录, 后改)  
看排名包 (记录, 后加)

### 推广管理

更多设置 (记录, 后统一改)

### 资产管理

门店信息 (记录, 后加)  
资产图片 (记录, 后加)

### 工具中心

商盾策略 (记录, 后加)

### 百度统计

安装正确性、异常URL (记录, 后改)  
转化设置 (记录, 后设)

# 第一步：查看

客户权益: [✖✖✖](#) | 状态: [有效](#) [充值](#) | 日预算: [¥](#) [编辑](#) | 人群: [8个计划](#) [编辑](#) | 地域: [焦作, 安阳, 开封等17个地区](#) [编辑](#) | [后台任务记录](#)

[基本设置](#) | [精确匹配扩展](#) | [搜索合作网络](#) | [同台展现设置](#) | [目标客户追投](#) | [百度首页流量](#) | [百度贴吧流量](#) | [流量优化助手](#) | [好词快投](#) | [夜间流量设置](#)

## 编辑门店素材

\* 门店名称:

\* 门店地址:

\* 标识门店:   
 您标注的位置  


\* 商圈选择:

\* 门店备注:

\* 门店管理人姓:

\* 门店管理电话:

\* 门店接待电话:

\* 所属行业:

店铺页信息   店铺页内容为非必选项, 开启后可完善店铺页内容。

\* 营业时间:  工作  周末  
 日  :  -  :   
 周末  :  -  :

\* 门店图片:    
 图片尺寸不小于600\*600, 大小不超过2048KB, 支持格式JPG、JPEG、P

\* 商家特色标题:

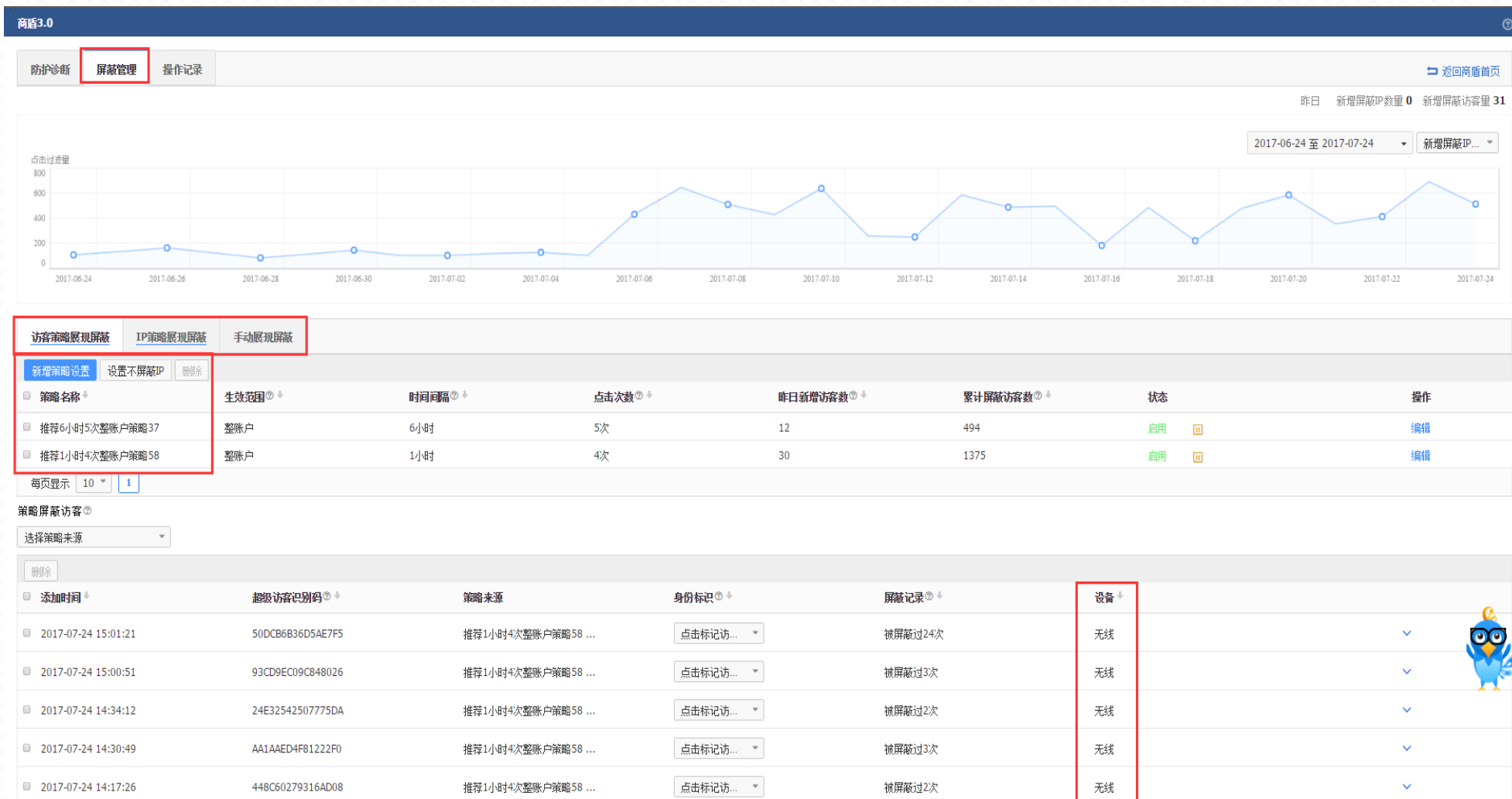
\* 商家特色描述:

\* 店铺介绍url:



# 第一步：查看

## 投放设置



# 第一步：查看

## 投放设置

统计 主页 报告 高级分析 **管理** 应用中心

### 网站列表

# 99.8%

推广URL代码安装率

安装正确的URL

## 226,349

安装异常的URL

## 478

[查看详情](#)

[下载安装异常的URL](#)

推广URL提示:

- 如果您的推广URL安装率未达到100%，会直接影响您推广报告数据的准确性以及推广优化效果。
- 推广URL代码安装率指标每周六由系统自动更新。

自有网站

汇总网站

推广URL安装列表

网站名称	安装率	操作												
1	99.8%	<div style="display: flex; justify-content: space-between; align-items: center;"> <span>ycangelyy.com</span> <span><a href="#">获取代码</a></span> <span><a href="#">自动安装</a></span> </div> <div style="display: flex; justify-content: space-between; margin-top: 5px;"> <span>安装正确URL列表 ( 226349 )</span> <span style="border: 2px solid red; padding: 2px;">安装异常URL列表 ( 478 )</span> </div> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; margin-top: 5px;"> <tbody> <tr><td>1</td><td><a href="#">http://[redacted]/fkzl/pqjb/20170525499.htm?-08-W-FKYZ-PQJY-142644-10&amp;Match=2&amp;Rank=mt1</a></td></tr> <tr><td>2</td><td><a href="#">http://[redacted]ahqh/20170527526.html20170527526.html?-21-W-SHQH-CORE-176070-10&amp;Match=2&amp;Rank=mt1</a></td></tr> <tr><td>3</td><td><a href="#">http://[redacted]wutongrenliu/20170704_1025.html?-03-P-JHSY-RLSH-200044-9&amp;Match=1&amp;Rank=cl1</a></td></tr> <tr><td>4</td><td><a href="#">http://[redacted]zyjc/20170427880.html?-03-P-JHSY-ZY-110009-9&amp;Match=2&amp;Rank=cl2</a></td></tr> <tr><td>5</td><td><a href="#">http://[redacted]zyjc/20170427882.html?-03-P-JHSY-ZY-110085-9&amp;Match=2&amp;Rank=cl1</a></td></tr> <tr><td>6</td><td><a href="#">http://[redacted]zyjc/20170427883.html?-03-P-JHSY-ZY-110725-9&amp;Match=1&amp;Rank=cl1</a></td></tr> </tbody> </table>	1	<a href="#">http://[redacted]/fkzl/pqjb/20170525499.htm?-08-W-FKYZ-PQJY-142644-10&amp;Match=2&amp;Rank=mt1</a>	2	<a href="#">http://[redacted]ahqh/20170527526.html20170527526.html?-21-W-SHQH-CORE-176070-10&amp;Match=2&amp;Rank=mt1</a>	3	<a href="#">http://[redacted]wutongrenliu/20170704_1025.html?-03-P-JHSY-RLSH-200044-9&amp;Match=1&amp;Rank=cl1</a>	4	<a href="#">http://[redacted]zyjc/20170427880.html?-03-P-JHSY-ZY-110009-9&amp;Match=2&amp;Rank=cl2</a>	5	<a href="#">http://[redacted]zyjc/20170427882.html?-03-P-JHSY-ZY-110085-9&amp;Match=2&amp;Rank=cl1</a>	6	<a href="#">http://[redacted]zyjc/20170427883.html?-03-P-JHSY-ZY-110725-9&amp;Match=1&amp;Rank=cl1</a>
1	<a href="#">http://[redacted]/fkzl/pqjb/20170525499.htm?-08-W-FKYZ-PQJY-142644-10&amp;Match=2&amp;Rank=mt1</a>													
2	<a href="#">http://[redacted]ahqh/20170527526.html20170527526.html?-21-W-SHQH-CORE-176070-10&amp;Match=2&amp;Rank=mt1</a>													
3	<a href="#">http://[redacted]wutongrenliu/20170704_1025.html?-03-P-JHSY-RLSH-200044-9&amp;Match=1&amp;Rank=cl1</a>													
4	<a href="#">http://[redacted]zyjc/20170427880.html?-03-P-JHSY-ZY-110009-9&amp;Match=2&amp;Rank=cl2</a>													
5	<a href="#">http://[redacted]zyjc/20170427882.html?-03-P-JHSY-ZY-110085-9&amp;Match=2&amp;Rank=cl1</a>													
6	<a href="#">http://[redacted]zyjc/20170427883.html?-03-P-JHSY-ZY-110725-9&amp;Match=1&amp;Rank=cl1</a>													

# 第一步：查看

## 投放设置

基本转化设置 > 新增事件转化目标 - hjszn.cn

### 目标定义

目标名称

转化类型 [?](#)  注册  沟通  下单  留言咨询  其他

### 目标设置

添加方式 [?](#)  预览添加ID  手动添加ID

通过预览网页获取事件ID的方式添加转化，事件ID在网页源代码应唯一，不支持Flash元素、AJAX元素以及源代码无ID的事件。

预览网址  [预览](#)

若页面需登录后才能访问，请登录后在同一浏览器中进行预览。

事件元素ID

事件页面集

若事件所在的页面不唯一，请将URL的变量部分用\*通配；直接填写\*代表整个网站。 [查看示例](#)

转化收益 [?](#)

[提交](#) [取消](#) 完成设置20分钟后，可在报告的自定义指标中勾选转化指标查看数据。

基本转化设置 > 新增页面转化目标 - hjszn.cn

### 目标定义

目标名称

转化类型 [?](#)  注册  沟通  下单  留言咨询  其他

### 目标设置

目标网址 [?](#)  [+](#)

若目标网址是一组相似的url，请将目标url的变量部分用\*通配。 [查看示例](#)

记录方式 [?](#)  [v](#)

转化路径 [?](#)

转化收益 [?](#)

[提交](#) [取消](#) 完成设置20分钟后，可在报告的自定义指标中勾选转化指标查看数据。

# 第一步：查看

## 物料设置

### 计划层级

数量、比例、地域、时段、否词、动态创意

### 单元层级

数量、分类、比例、否词

### 关键词层

数量、分类、出价、URL

### 创意层级

数量、内容

# 第一步：查看

总结

清晰

正确

合理

## 第二步：分析

### 分析数据VS转化结果

**消费词报告**

**搜索词报告**

**产品效果报告**

**人工统计数据报告**

**竞争信息整理**

## 第二步：分析

### 消费词报告

- 1、计划消费占比
- 2、病种消费占比
- 3、点击单价数值  
(记录：加投&减投)

## 第二步：分析

### 搜索词报告

- 1、匹配程度
- 2、高展现词
- 3、未添加词  
( 记录：加词&否词 )

## 第二步：分析

产品效果报告

个性化推荐报告

目标客户追投报告

好词快投报告

记录：匹配程度&是否关闭

## 第二步：分析

### 人工统计数据报告

每日数据&每月数据

品牌词数据

病种数据

地域数据

咨询数据

## 第二步：分析

### 人工统计数据报告

表1 (整体数据)	A		B			C			D		
数据	消费	点击	对话量	预约量	到诊量	咨询率	预约率	预约到诊率	对话成本	预约成本	到诊成本
日均	3549	538	36	6	4	6.69%	16.67%	66.67%	99	592	887
月份1	106470	16140	1080	180	120	6.69%	16.67%	66.67%	99	592	887
月份2	125998	19385	1359	220	170	7.01%	16.19%	77.27%	93	573	741
月份3	136993	21088	1520	260	200	7.21%	17.11%	76.92%	90	527	685

**表1：主要判断转化环节。**一般消费和点击都是固定的，主要是看BCD。对话量：用于判断是需要加钱。咨询率：用于判断页面转化率。预约率：用于判断咨询的能力。预约到诊率：用于判断咨询是否甩号和医院品牌度。成本是通过前面的几个环节调整后自然会下降。

## 第二步：分析

### 人工统计数据报告

表2 (品牌词)	A		B			C			D		
数据	消费	点击	对话量	预约量	到诊量	咨询率	预约率	预约到诊率	对话成本	预约成本	到诊成本
月份1	2036	226	32	10	8	14.16%	31.25%	80.00%	64	204	255
月份2	3260	362	45	18	12	12.43%	40.00%	66.67%	72	181	272
月份3	3599	399	62	30	22	15.54%	48.39%	73.33%	58	120	164
月份4	5899	659	108	49	36	16.39%	45.37%	73.47%	55	120	164

**表2：主要判断品牌度。**指标1：观察A列点击和消费的量是否有上升。指标2：观察C列3个率是否有上升。指标3：观察B列的量是否上升。

# 第二步：分析

## 人工统计数据报告

表3 (病种占比)	病种1	病种2	病种3	病种4	病种5	病种6	病种7	病种8	病种9	病种10	总体
消费	200	500	800	1000	2000	3000	8000	10000	15000	20000	60500
对话	2	10	1	6	20	40	40	70	80	90	359
预约	1	2	1	5	8	22	16	40	49	58	202
到诊	1	1	1	2	7	12	10	25	26	30	115
对话成本	100	50	800	167	100	75	200	143	188	222	169
到诊成本	200	500	800	500	286	250	800	400	577	667	526
消费占比	0.33%	0.83%	1.32%	1.65%	3.31%	4.96%	13.22%	16.53%	24.79%	33.06%	
对话占比	0.56%	2.79%	0.28%	1.67%	5.57%	11.14%	11.14%	19.50%	22.28%	25.07%	
预约占比	0.50%	0.99%	0.50%	2.48%	3.96%	10.89%	7.92%	19.80%	24.26%	28.71%	
到诊占比	0.87%	0.87%	0.87%	1.74%	6.09%	10.43%	8.70%	21.74%	22.61%	26.09%	

**表3：主要判断各个病种的投入转化情况（按月）。** 指标1：到诊率高的病种加投。指标2：单体开发多的病种多投。指标3：预约到诊率到的病种多投。指标4：到诊成本低于平均成本的多投。数据反之的降低或者调整。指标5：消费多对话少的调页面。指标6：对话多预约少的咨询话术针对性提升或者病种消费降低，有一些病种就是转化很低。

## 第二步：分析

### 人工统计数据报告

表4（电话量） 数据	A			B	
	拨打量	预约量	到诊量	预约率	到诊率
月份1	62	30	15	48.39%	50.00%
月份2	75	35	20	46.67%	57.14%
月份3	86	44	29	51.16%	65.91%
月份4	98	65	53	66.33%	81.54%

**表4：主要判断品牌度+咨询转化能力（纯拨入量，不含其它转量）。**指标1：观察A列拨打量是否有上升。指标2：观察B列数值否达到50%，平均可以达到60-80%。

## 第二步：分析

### 人工统计数据报告

#### 个人转化率月总计：

姓名	咨询总里	预约总里	到诊总里	预约率	到诊转化率
A	71	31	25	43.66%	35.21%
B	53	30	16	56.60%	30.19%
C	67	21	18	31.34%	26.87%
D	93	10	9	10.75%	9.68%
E	52	16	8	30.77%	15.38%

## 第二步：分析

### 市场信息整理

#### 竞争者信息VS自我信息

- 1、价格（高&低）
- 2、技术（卖点）
- 3、专家（本地认可度）
- 4、设备（独家）
- 5、资质（品牌背书）
- 6、定位（高低端）
- 7、病种数量（核心病种）
- 8、争抢位置（强&弱）
- 9、自我优势提炼（差异化体现）  
( 为调整投放方向和投放物料做准备 )

## 第二步：分析

### 市场信息整理

#### XX市各公立医院检查项目价格比对表

项目 医院	腹部彩超	四维彩超	TCT	宫颈刮片	阴道镜
一医院	90	300-500三维	128	100以下	
二医院	100	300-500四维	200左右		122
中心医院		400四维(三维)	200左右		
中医院		300-500三维			
妇幼医院	120	330系统彩超	200左右	150-200	150-160
A医院		280四维E7			
B医院					
我方医院		360四维E8	180		72

优势：①美国GE-E8四维彩超，目前本地区最高清的设备。②预约后免排队。③家属可陪同观察检查过程。④U盘视频制作，方便携带存放更时尚

## 第三步：调整

### 投放方向VS执行步骤

紧急处理项（**1-3天**）

同步处理项（**5-15天**）

助手处理项（**10-30天**）

## 第三步：调整

### 紧急处理项

- 1、解绑更换
- 2、门店名片
- 3、不宜推广
- 4、更多设置
- 5、商盾策略
- 6、统计代码
- 7、转化设置

## 第三步：调整

同步处理项

资产图片&必要专题

特殊表格模板

整理着陆页表

# 第三步：调整

## 到诊信息记录表

日期	姓名	科室	计划	病种	电话/QQ	渠道	端口	关键词	排名	到诊时间
5月1日	名字1	妇科	xxx计划	无痛人流		百度	4g.yc	哪里可以做四维	mt1	5.1
	名字2	妇科		无痛人流		百度	4g.yc	宫颈囊肿	mt3	5.2
	名字3	妇科		无痛人流		百度	4g.yc	女生下面流黑色的异物	mt2	
	名字4	产科		四维		百度下拉	4g.yc			5.2
	名字5	妇科		妇检		网络电话		怀孕多久能做人流		5.2
5月2日	名字5	妇科		无痛人流		百度	4g.yc	人流手术		5.5
	名字6	妇科		早孕检查		百度	4g.yc	为何做了彩超下边不舒服		
	名字7	妇科		妇科检查		百度	4g.yc	堕胎药	mt1	5.2
	名字8	妇科		妇科检查		百度	4g.yc			5.2
	名字9	产科		四维		百度	4g.yc	怀孕多久可以做人流	mt2	5.4
	名字10	妇科		无痛人流		神马	m.yc			5.11
	名字11	妇科		妇检		120ask				5.2
	名字12	产科		四维		商转微	4g.yc	四维彩超的时间	mb1	
	名字13	产科		分娩		商转Q				5.2
	名字14	妇科		妇检		网络电话				5.2
	名字15	产科		四维		网络电话		怀孕一个月可以做b超检查吗		
名字16	妇科		早孕检查		120ask				5.2	

到诊信息表核心：维度准确  
到诊信息表目的：数据统计+竞价调整参考



# 第三步：调整

	A	B	C	D	E
1	A (基本信息+专题)				
2	B妇科 (妇科检查-阴道镜-白带常规-内分泌检查-性激素检查-B超检查-造影检查-妇科技术)				
3	C妇科 (妇科炎症-宫颈糜烂-宫颈囊肿-宫颈炎-宫颈息肉-子宫内膜炎-阴道炎-附件炎-外阴炎-盆腔炎-盆腔积液-阴道出血-尿道炎)				
4	D妇科 (子宫肌瘤-卵巢囊肿-多囊卵巢)				
5	E妇科 (白带异常-月经问题-早孕检查-HCG-人流-药流-上环取环-引产-宫外孕)				
6	F妇科 (不孕-输卵管-排卵障碍-内分泌)				
7	G妇科 (乳腺疾病-乳腺增生-乳腺炎-乳房肿块-乳腺结节)				
8	H妇科 (处女膜修复-阴道紧缩-阴唇整形-阴蒂整形)				
9	I月子 (月子中心-满月发汗)				
10	K产科 (四维彩超-生产-唐筛-孕前-婚检-产前-排畸-分娩-产后康复)				
11	L儿科 (婴儿游泳)				
12					
13					
14	<b>栏目</b>	<b>分类</b>	<b>标题</b>	<b>网址</b>	
15	<b>基本信息</b>	医院简介		<a href="http://mo.imsem.com.cn/ppjj/2016121914.html">http://mo.imsem.com.cn/ppjj/2016121914.html</a>	
16		专家团队		<a href="http://mo.imsem.com.cn/zjtd/">http://mo.imsem.com.cn/zjtd/</a>	
17		来院路线		<a href="http://mo.imsem.com.cn/ppjj/2016122016.html">http://mo.imsem.com.cn/ppjj/2016122016.html</a>	
18		预约挂号		<a href="http://mo.imsem.com.cn/zt/guahao/index.html">http://mo.imsem.com.cn/zt/guahao/index.html</a>	
19					
20	<b>妇科中心</b>	<b>妇科检查</b>	好的妇科检查医院	<a href="http://mo.imsem.com.cn/fkzl/fkjc/20170112107.html">http://mo.imsem.com.cn/fkzl/fkjc/20170112107.html</a>	
21		<b>内分泌检查</b>	妇科内分泌六项检查	<a href="http://mo.imsem.com.cn/fkzl/fkjc/20170428254.html">http://mo.imsem.com.cn/fkzl/fkjc/20170428254.html</a>	第2次
22		<b>妇科炎症</b>	专业治疗妇科炎症的医院	<a href="http://mo.imsem.com.cn/fkzl/fkyz/20170112110.html">http://mo.imsem.com.cn/fkzl/fkyz/20170112110.html</a>	
23			妇科炎症有哪些症状	<a href="http://mo.imsem.com.cn/fkzl/fkyz/2016122239.html">http://mo.imsem.com.cn/fkzl/fkyz/2016122239.html</a>	
24		<b>子宫肌瘤</b>	治疗子宫肌瘤哪家医院好	<a href="http://mo.imsem.com.cn/fkzl/fkzl/20170504324.html">http://mo.imsem.com.cn/fkzl/fkzl/20170504324.html</a>	第3次
25			多囊卵巢综合症的治疗方法	<a href="http://mo.imsem.com.cn/fkzl/fkzl/20170504343.html">http://mo.imsem.com.cn/fkzl/fkzl/20170504343.html</a>	第3次
26		<b>白带异常</b>	白带发黄怎么回事	<a href="http://mo.imsem.com.cn/fkzl/bdyc/20170116118.html">http://mo.imsem.com.cn/fkzl/bdyc/20170116118.html</a>	
27		<b>早孕检查</b>	早孕的检查项目有哪些	<a href="http://mo.imsem.com.cn/zyjc/">http://mo.imsem.com.cn/zyjc/</a> <a href="http://mo.imsem.com.cn/zyjc/20170119129.html">http://mo.imsem.com.cn/zyjc/20170119129.html</a>	
28		<b>不孕不育</b>		<a href="http://mo.imsem.com.cn/byby/">http://mo.imsem.com.cn/byby/</a>	
29		<b>乳腺疾病</b>	治疗乳腺疾病的好医院	<a href="http://mo.imsem.com.cn/rxjb/rxjc/">http://mo.imsem.com.cn/rxjb/rxjc/</a> <a href="http://mo.imsem.com.cn/rxjb/rxjc/20170427251.html">http://mo.imsem.com.cn/rxjb/rxjc/20170427251.html</a>	第2次
30					
31					
32					
33					
34					
35					
36					
37					
38					
39					
40					

## 第三步：调整

### 助手处理项

#### 制作一个调整进度顺序表

- 1、是否关闭某些产品
- 2、转化好的计划(单元)加投
- 3、转化差的计划(单元)减投或暂停
- 4、批量否词一次（7或30天）
- 5、重点计划关键词分类（新增或修改）

# 第三步：调整

## 调整进度顺序表

### 账户修改顺序

### 计划修改顺序

#### 调整账户物料的两选择

- ①一人一个计划，完整修改
- ②多人同时，按层修改（顺序:单元分词、修正URL、改创意）

**TIPS：**注意估算员工完成时间和重点主次分配

# 总结

**先观察·查设置**

**做记录·比数据**

**分主次·调顺序**

# Thank you!



WWW.27SEM.COM ©艾奇学院



让医疗更有创意和温度 ©一木先生