

系统帮助中心

Help Center

Exported on May 27, 2022

Table of Contents

系统帮助中心	1
1 系统操作指南	4
1.1 系统入门指南	4
1.1.1 初始登录	4
1.1.2 登录系统，连接第三方应用	6
1.1.3 入门操作	6
1.1.4 功能介绍	7
1.2 首页	8
1.2.1 建议使用浏览器	8
1.2.2 重置密码操作	8
1.2.3 首页情况介绍	10
1.3 仪表盘	10
1.3.1 什么是【仪表盘】	11
1.3.2 如何创建仪表盘	11
1.3.3 仪表盘页面支持的相关操作	13
1.3.4 连接【预置仪表盘】	13
1.4 所有用户	15
1.4.1 如何手动创建用户	16
1.4.2 定制显示列	17
1.4.3 用户导入	18
1.4.4 用户导出	21
1.4.5 导出用户的 OpenID、UnionID	25
1.4.6 批量编辑用户	26
1.4.7 合并用户	28
1.4.8 搜索微信 ID	31
1.4.9 用户导入失败原因	33
1.4.10 用户查看	34
1.4.11 用户识别	40
1.4.12 筛选用户	41
1.5 用户群组	44
1.5.1 动态标签组	44
1.5.2 静态标签组	54
1.5.3 微信公众号粉丝组	56
1.5.4 群组目录	56
1.6 用户标签(beta)	57
1.6.1 什么是用户标签?	58
1.6.2 用户标签管理	58
1.6.3 查看用户标签报表	65
1.6.4 在系统其它功能中使用用户标签	68
1.7 报表分析	69
1.7.1 报表分析限制说明	69
1.7.2 事件分析	70
1.7.3 漏斗报表	79
1.7.4 用户分析	84
1.7.5 用户画像	89
1.7.6 分布分析	93
1.7.7 留存分析	96
1.7.8 路径分析	99
1.7.9 归因分析(beta)	102
1.7.10 添加临时群组	107
1.7.11 LTV 分析 (Beta)	108
1.7.12 自定义查询 (beta)	118

1.8 微信营销	120
1.8.1 触达	120
1.8.2 二维码管理	141
1.8.3 基础设置	157
1.8.4 微信分析	184
1.9 连接管理	217
1.9.1 微信公众号连接	217
1.9.2 自定义连接-自定义渠道	248
1.10 元数据管理	255
1.10.7 用户属性(自定义字段)	255
1.10.8 事件属性	258
1.10.9 事件元数据(自定义事件)	261
1.10.10 虚拟事件	266
1.10.11 自定义图元(事件元数据)	268
1.10.12 字典表	271
1.10.13 维度表	273
1.11 设置	279
1.11.1 网站追踪（主要是短链接）	错误！未定义书签。
1.11.2 高级设置	错误！未定义书签。
1.11.3 SFTP 站点设置	错误！未定义书签。
1.11.4 授权设置	错误！未定义书签。
1.11.5 使用情况	错误！未定义书签。
1.11.6 网站追踪（主要是短链接）	279
1.11.7 授权设置	291
1.11.8 SFTP 站点设置	293
1.11.9 高级设置	296
1.11.10 使用情况	328
2 技术指南	330
2.1 系统对接指南	330
2.1.1 一、概述	330
2.1.2 二、对接类型	331
2.1.3 三、对接场景	337
2.1.4 四、对接 API	338
2.2 自定义连接(自定义渠道)	339
2.2.1 自定义连接与系统对接	339
2.2.2 自定义图元	345
2.2.3 自定义事件(事件元数据)	348
2.2.4 同步连接客户	349
2.2.5 如何修改自定义连接图标	355
2.2.6 删除用户数据	356
2.2.7 同步连接事件	362
3 基本概念解释	367
3.1 报表分析-指标	367
3.1.1 什么是指标?	367
3.1.2 其他相关指标	368
3.2 维度	369
3.3 报表分析-公共筛选条件	370
3.3.1 什么是筛选条件	370
3.3.2 用户属性类型	375
3.3.3 标签	376
3.3.4 属性（及自定义字段）	377
3.3.5 群组	378
3.3.6 不正确的操作	379

1 系统操作指南

本《系统使用指南》仅介绍系统操作，系统用户可以参考：

- 系统入门指南
- 首页
- 仪表盘
- 所有用户
- 用户群组
- 用户标签(beta)
- 报表分析
- 微信营销
- 连接管理
- 元数据管理
- 设置

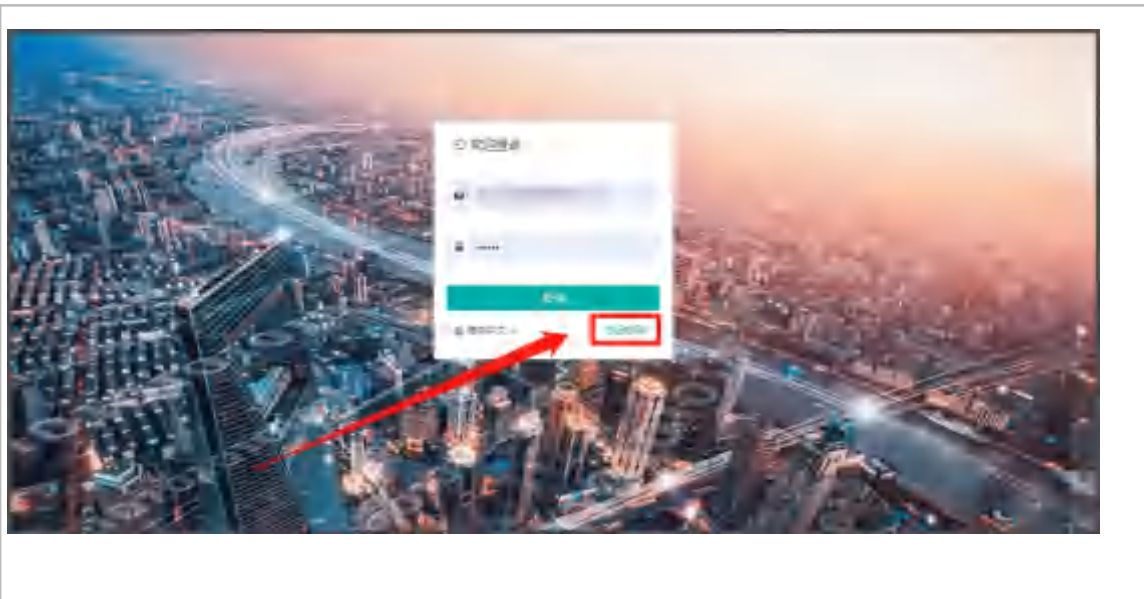
1.1 系统入门指南

- [初始登录](#)
 - [进行密码重置](#)
 - [连接第三方应用](#)
- [登录系统，连接第三方应用](#)

1.1.1 初始登录

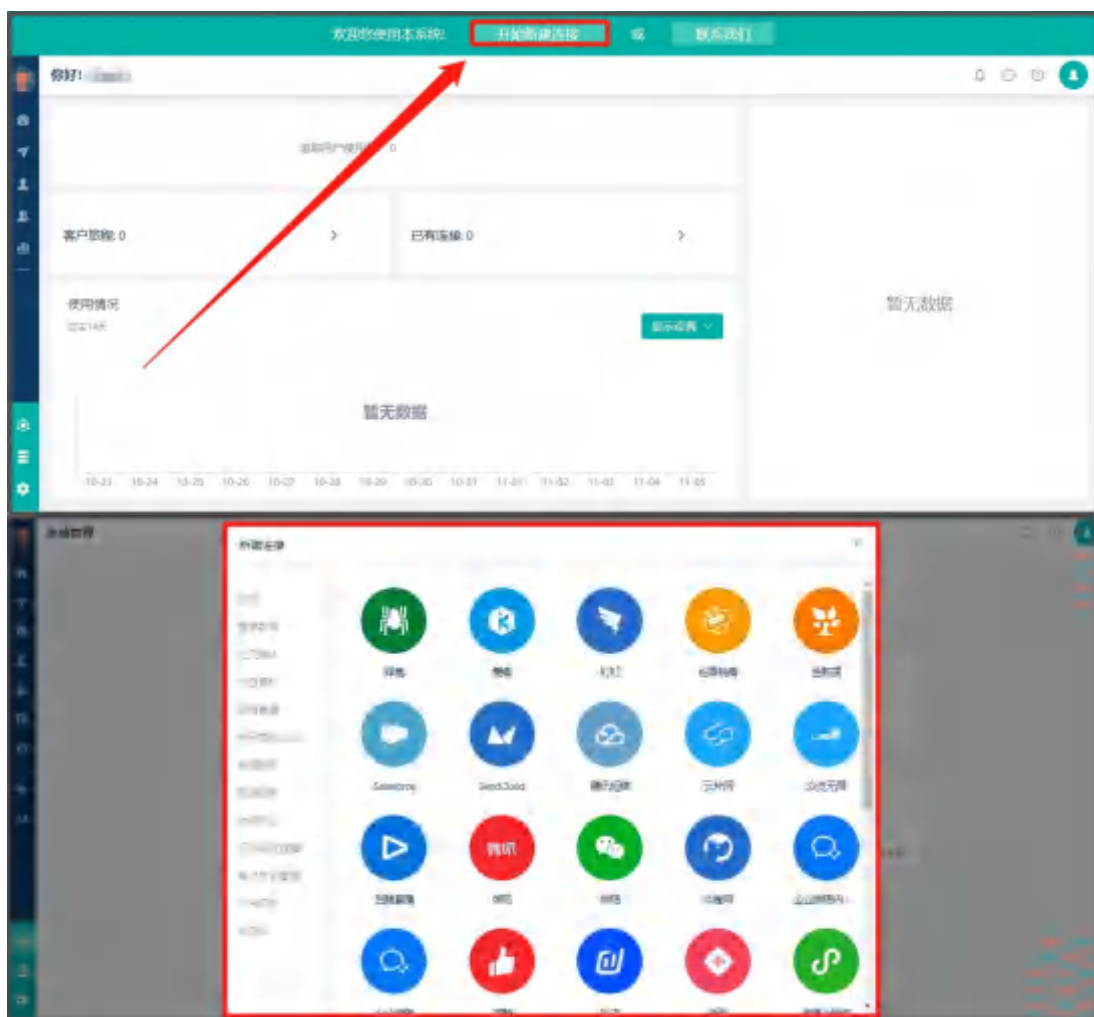
1.1.1.1 进行密码重置

系统登录页面



1.1.1.2 连接第三方应用

连接管理页面



1.1.2 登录系统，连接第三方应用

第三方应用：微信公众号、微信小程序、金数据、自定义渠道、短信平台、邮件发送平台等；

各个第三方应用与系统的对接可以点击查看 [《1.9 连接管理》](#)。

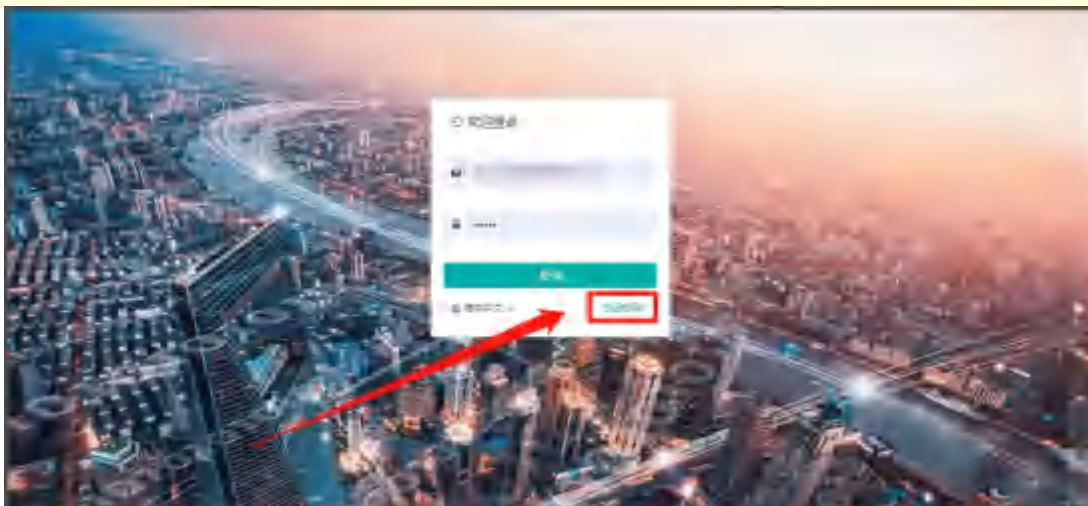
1.1.3 入门操作

1.1.3.1 初始登录

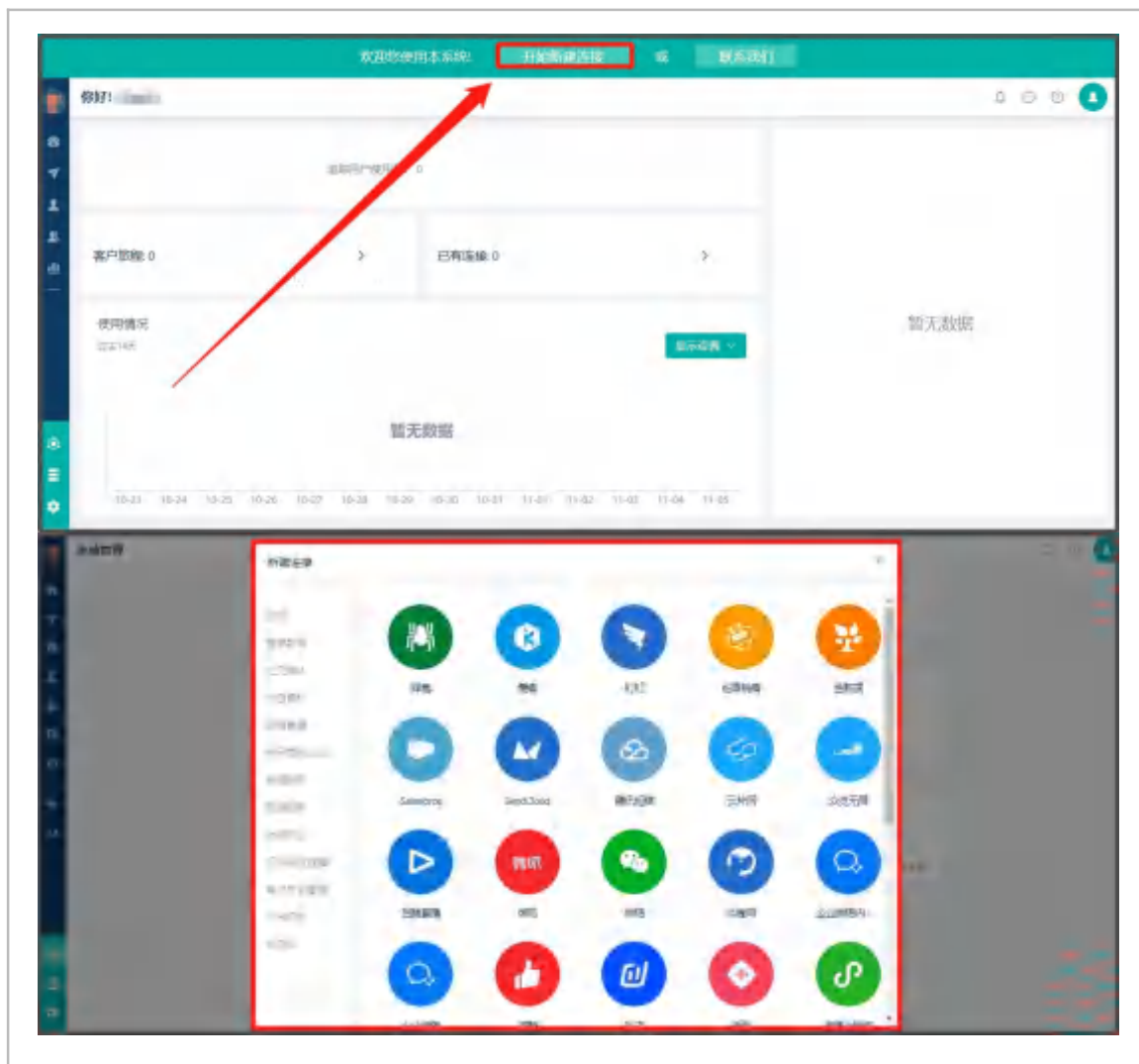
1.1.3.1.1 进行密码重置

登录[系统](#) > 点击【忘记密码】> 然后您的邮箱会收到一个密码重置链接 > 点击后[重置密码](#)

系统首个【用户】的权限默认为最高权限：【高级员工】，后续系统需要添加操作员，可以直接联系此【高级员工】



1.1.3.1.2 连接第三方应用



1.1.3.2 登录系统，连接第三方应用

第三方应用：微信公众号、微信小程序、金数据、自定义渠道、短信平台、邮件发送平台等；
各个第三方应用与系统的对接可以点击查看 [《1.9 连接管理》](#)。

1.1.4 功能介绍

详细可以点击查看 [《系统使用指南》](#)。



1.2 首页

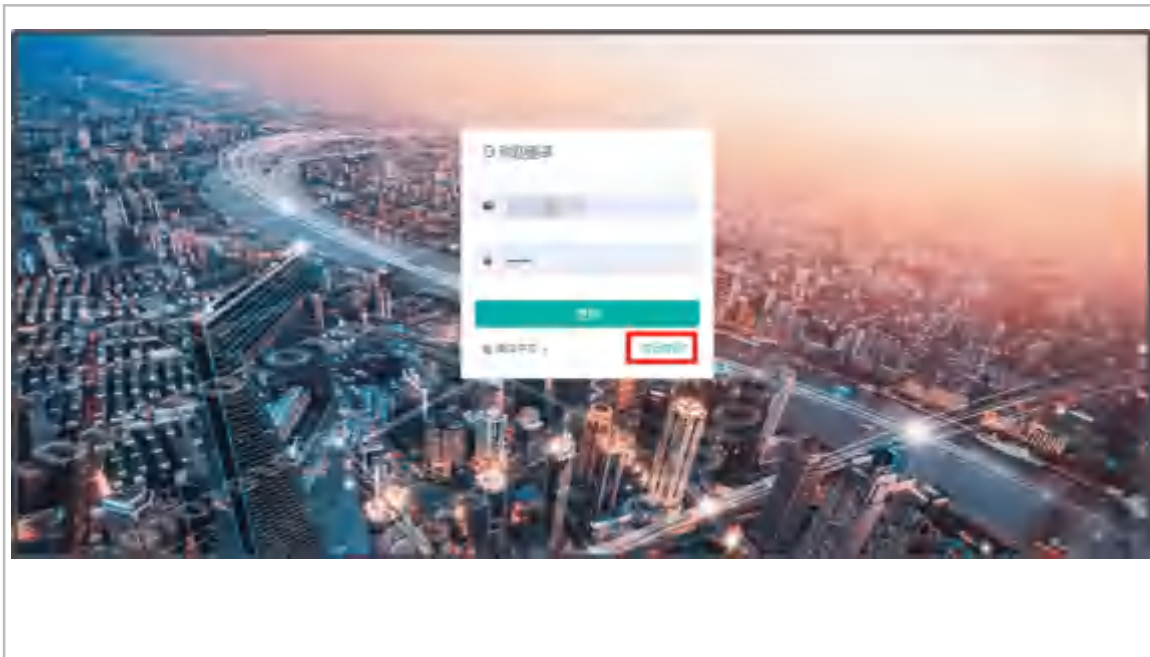
- [建议使用浏览器](#)
- [重置密码操作](#)
- [首页情况介绍](#)

1.2.1 建议使用浏览器

[系统](#)是一款运行在浏览器上的 SaaS 应用，[系统](#)可以在 Windows 和 Mac 平台上面的浏览器上运行，但是由于在客户旅程的图元设计中，使用了前端开发的新技术和新特性，所以强烈建议用户使用谷歌 chrome 浏览器。如果使用其他浏览器，可能会出现不可预知的页面错误，影响客户旅程功能的使用。

1.2.2 重置密码操作

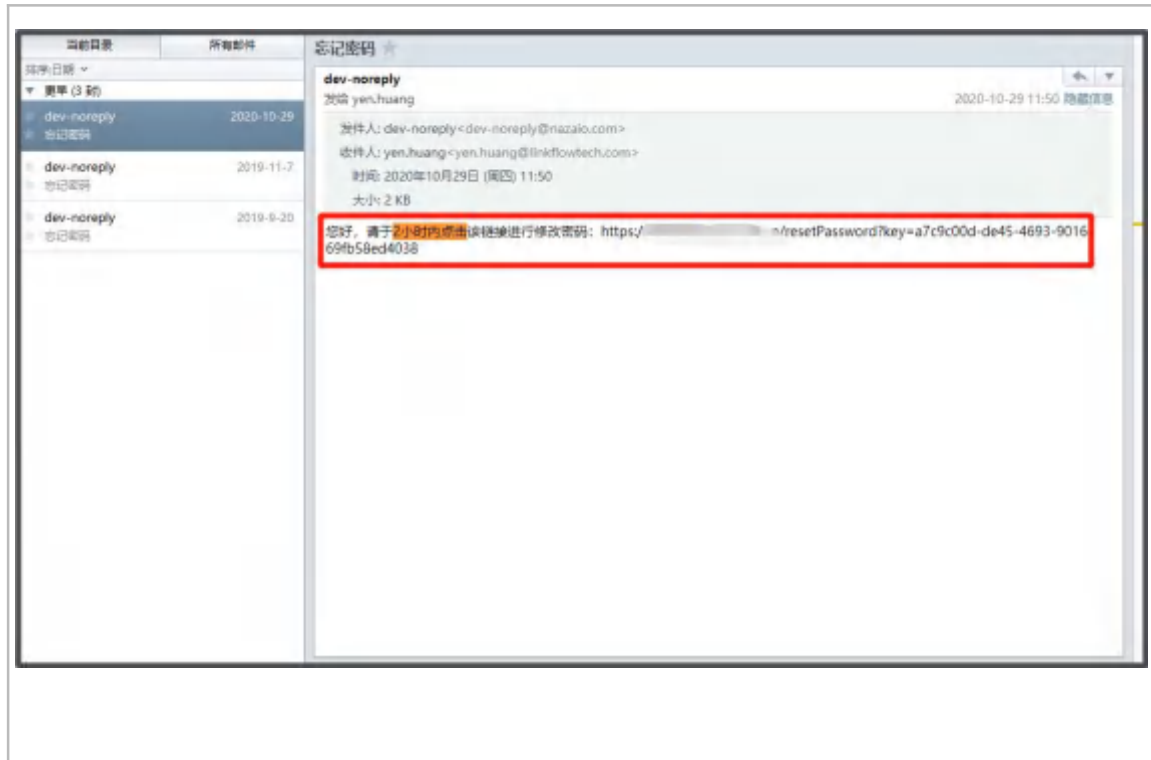
首先在登录页面点击【忘记密码】，见下图：



然后输入邮箱（即账号），见下图：



收到密码重置邮件后点击并重新设置新密码。



1.2.3 首页情况介绍

- 点击左方导航栏的【首页】，可以查看租户的使用情况：如版本、使用量、联系人情况（时间轴 + 具体事件）、客户旅程数量、第三方平台连接数量等，如下图：



- 点击显示设置，可查看所有用户的某些主动事件情况。
- 详细系统功能可直接查看[客户旅程](#)、[用户群组](#)、[连接管理](#)。

1.3 仪表盘

- [什么是【仪表盘】](#)
- [如何创建仪表盘](#)

- [仪表盘页面支持的相关操作](#)
- [连接【预置仪表盘】](#)
 - [什么是【预置仪表盘】](#)
 - [如何添加【预置仪表盘】](#)

1.3.1 什么是【仪表盘】

每个【仪表盘】目前默认最大添加 10 个报表，如果【仪表盘】数量达到上限，直接点击系统左下方的【在线客服】。

【报表分析】的【用户画像】的两个报表：【时域分析】&【地域分析】目前不支持添加到【仪表盘】进行管理。

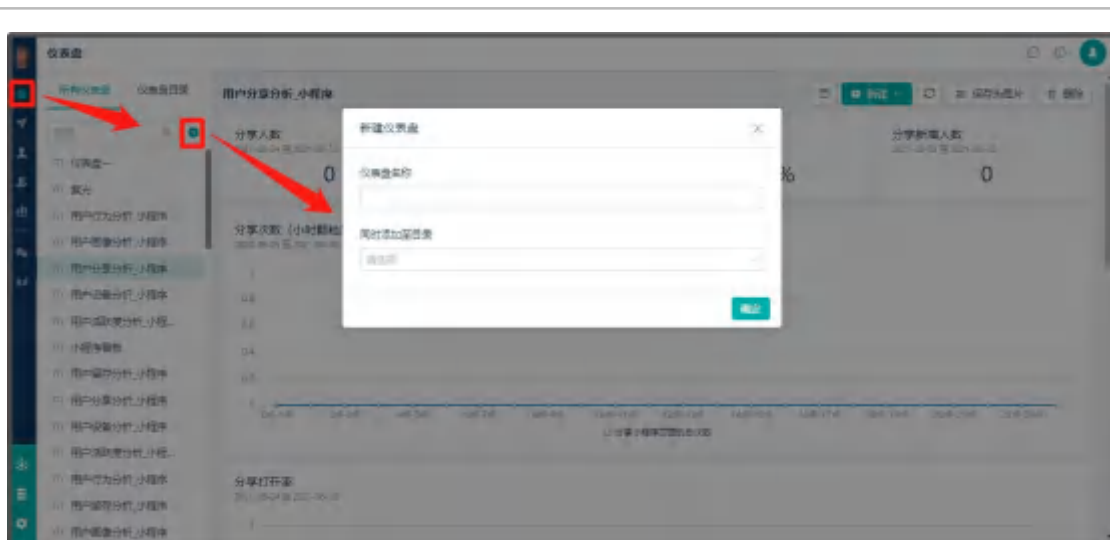
在系统中，仪表盘用于管理并展示相关报表，通过仪表盘可以直观查看所有需要查看的数据。

——比如：一个名为【小程序】的仪表盘，然后这个【小程序】仪表盘包含多个关于仪表盘的报表，如下图：

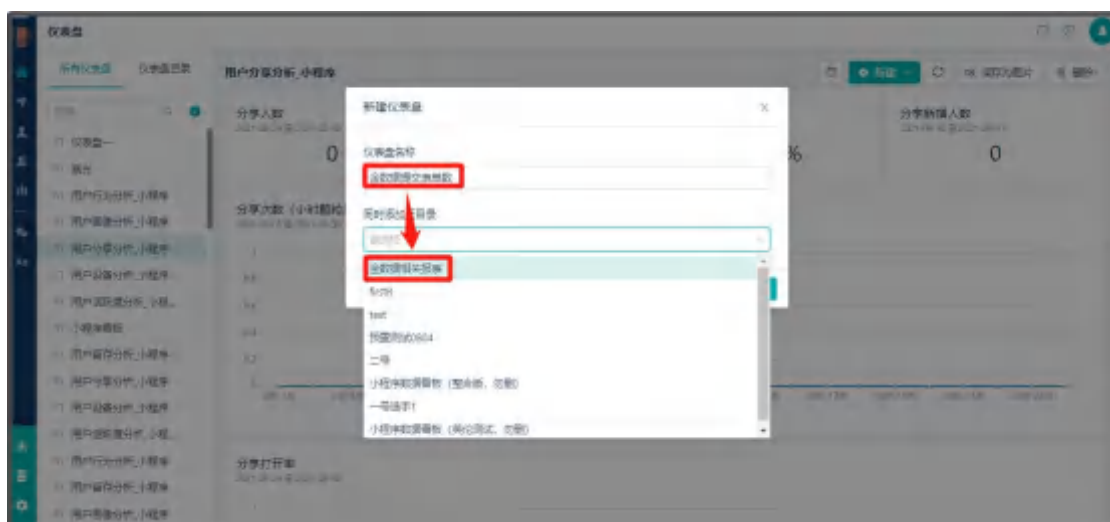


1.3.2 如何创建仪表盘

创建路径：点击左边的【仪表盘】>【所有仪表盘】>点击【+】>在弹窗中填写【仪表盘】的名称，并选择需要将仪表盘放置在哪个目录中进行统一管理



相关场景：我需要将【金数据提交表单数】的仪表盘，放置在【金数据相关报表】的仪表盘目录，操作如下：



如果没有合适的【仪表盘目录】，可以先创建一个【仪表盘目录】，然后再添加。

1.3.3 仪表盘页面支持的相关操作

支持在【仪表盘】页面中直接创建相关报表，直接点击【新建】：可以选择创建[事件分析](#)、[漏斗分析](#)、[用户分析](#)等相关报表，会直接跳转到创建页面。



相关场景：点击【事件分析】，跳转的页面如下：



1.3.4 连接【预置仪表盘】

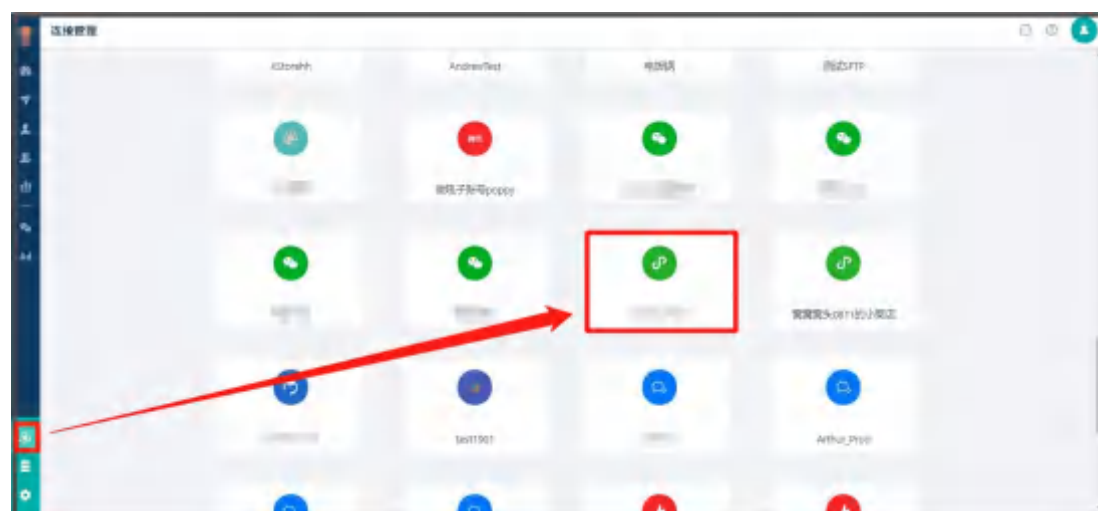
1.3.4.1 什么是【预置仪表盘】

——系统提前将【小程序】相关的分析报表提前设置好，如果客户有需要，可以直接开放【预置仪表盘】，系统中会直接展示【小程序】所有的分析报表，如下：



1.3.4.2 如何添加【预置仪表盘】

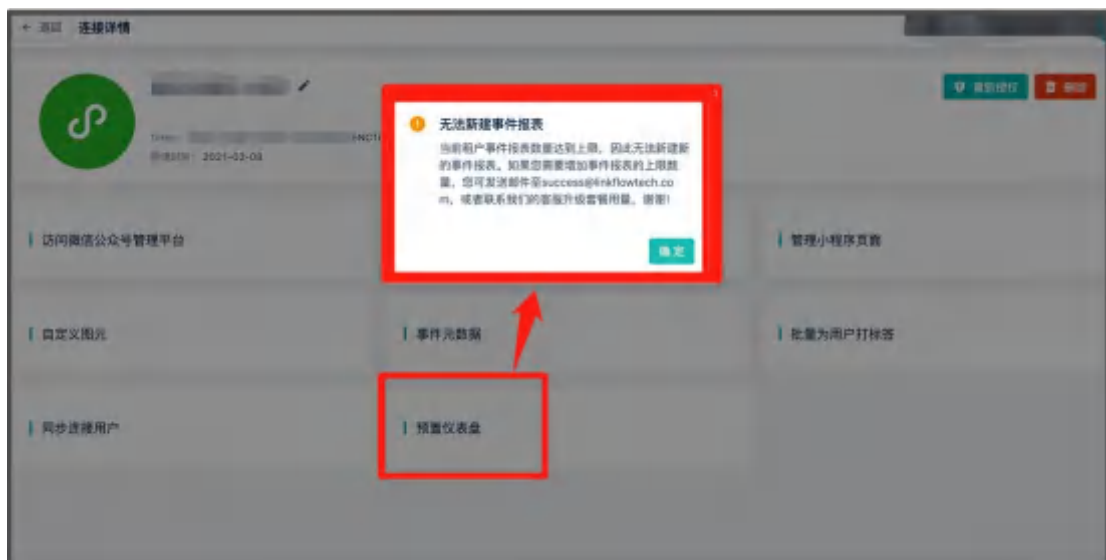
添加路径：首先在【仪表盘目录】中添加一个【小程序看板】目录，用于放置小程序报表 > 点击【连接管理】> 找到与系统对接的【小程序】> 点击【预置仪表盘】> 选择仪表盘目录





- 暂时支持添加小程序的【预置仪表盘】！！
- 目前小程序的【预置仪表盘】包含 66 个报表，如果添加失败，表明报表数已经达到上限，需要联系我司商务增加报表数量。

如下图：



1.4 所有用户

【所有用户】包含【匿名用户】&【追踪用户】&【匿名追踪用户】

1. 【匿名用户】——没有实名的用户，一般指匿名浏览 H5、网页等的用户，同一个用户多次浏览页面，在系统也会记录为多个匿名用户，无法获取到具体用户信息；
2. 系统不支持导出【匿名用户】
3. 每次最多导出 10 万【追踪用户】&【匿名追踪用户】！

1.4.1 手动创建用户

1.4.2 定制显示列

1.4.3 用户导入

1.4.4 用户导出

1.4.5 导出用户的 OpenID、UnionID

1.4.6 批量编辑用户

1.4.7 合并用户

1.4.8 搜索微信 ID

1.4.9 用户导入失败原因

1.4.10 用户查看

1.4.11 用户识别

1.4.1 如何手动创建用户

- 手动创建用户路径：点击左侧导航栏的【用户和标签】—— 点击右上方的【新建用户】，开始创建用户，如下图：



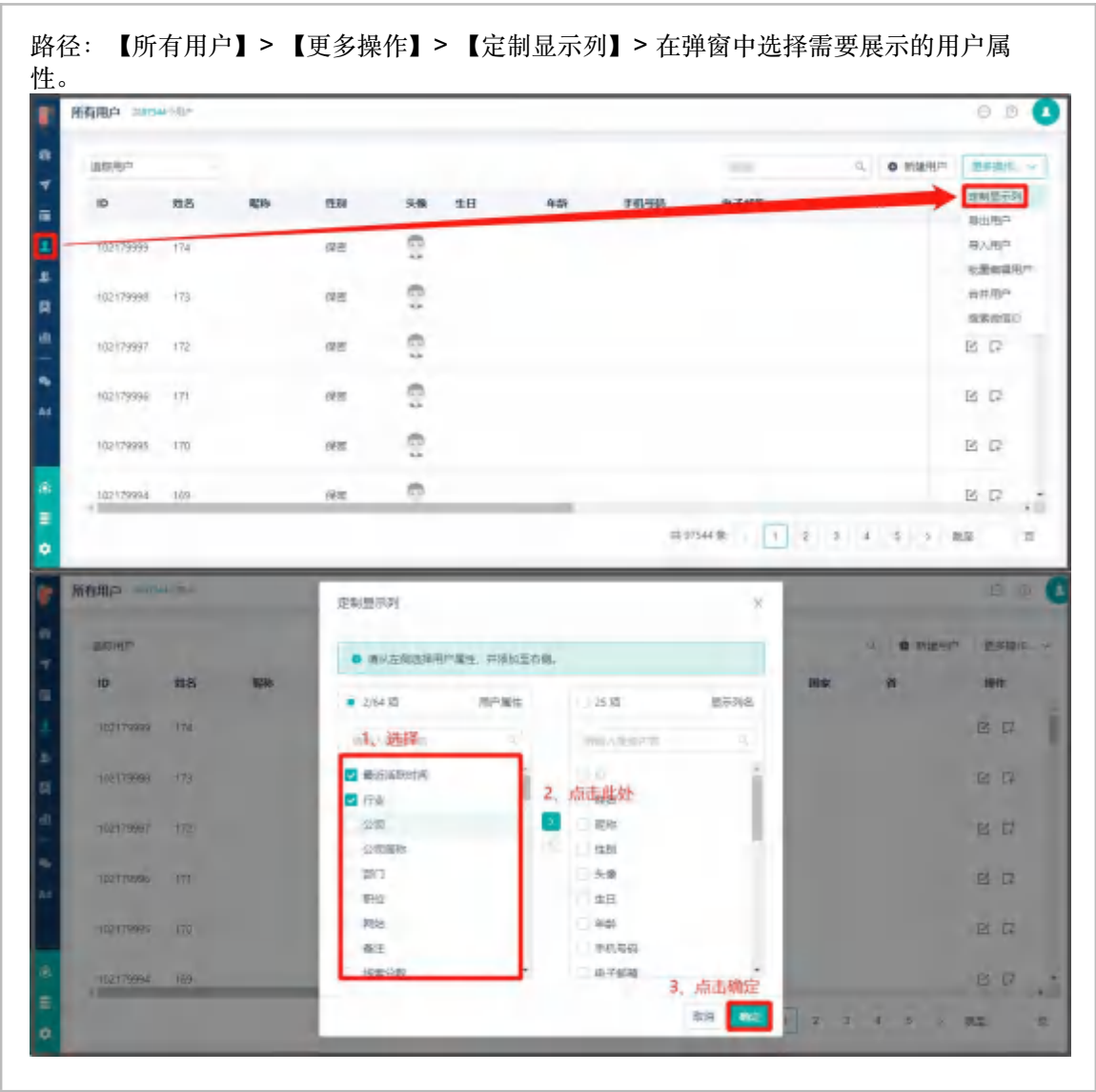
- 批量导入和导出用户可以点击查看 [《用户导出》](#) 和 [《用户导入》](#)。

1.4.2 定制显示列

- 定制显示列路径
- 注意事项

1.4.2.1 定制显示列路径

路径：【所有用户】>【更多操作】>【定制显示列】> 在弹窗中选择需要展示的用户属性。

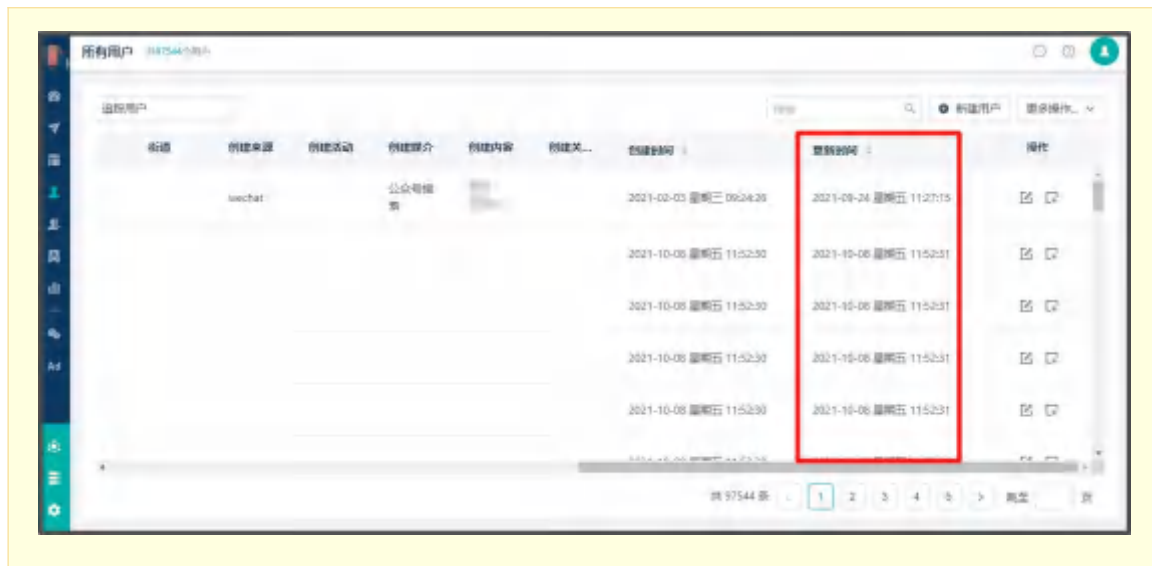


注意事项

用户列表目前按照更新时间、字段倒序排列，目前影响用户更新时间字段信息的条件包括：

- 更新用户属性字段（包括表单映射用户字段以及自动流程事件，触发更新用户属性和改变活跃度分数等）
- 用户增加或减少标签组。

符合以上两种情况的任意一种，联系人的更新时间都会被刷新。



1.4.3 用户导入

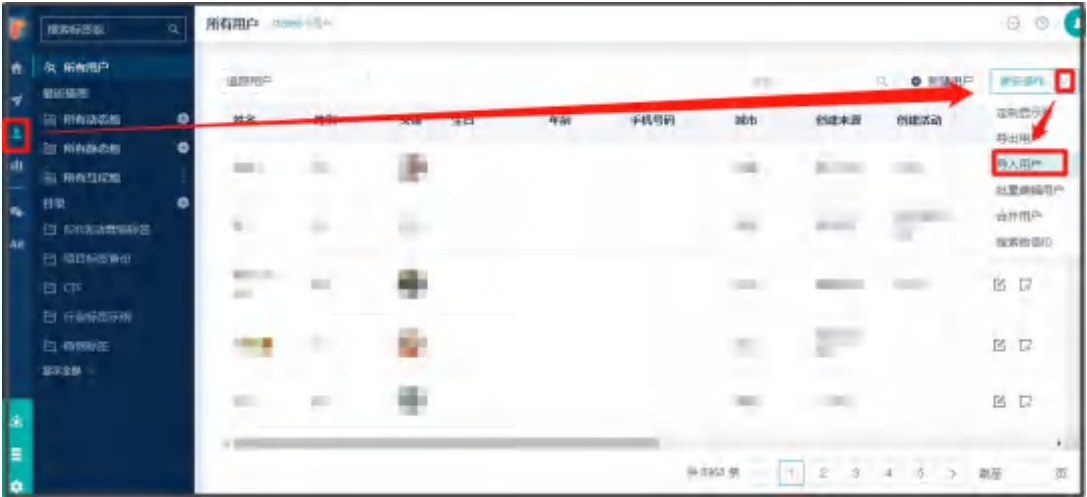
- [【用户导入】的注意事项](#)
- [如何导入用户信息](#)
- [导入用户失败原因](#)
 - [导入失败原因如下：](#)
 - [模板如下所示：](#)
- [导入结果查看](#)

1.4.3.1 【用户导入】的注意事项

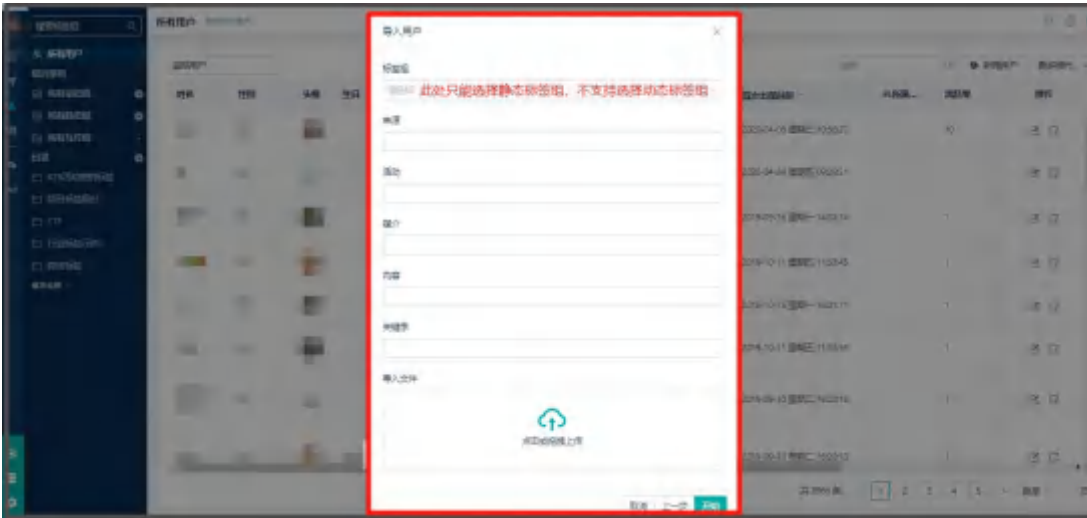
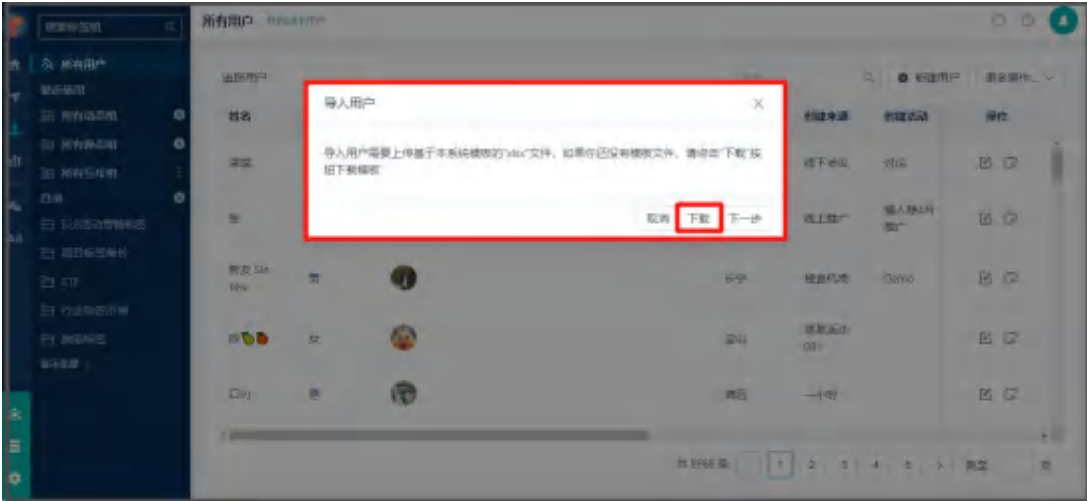
- 务必使用系统自带的 Excel 模板导入用户信息
- 每次导入最多不超过 2W 的用户数（导入需要时间，建议上传后，在【设置】>【通知中心】中查看到导入结果再进行二次上传）
- 用户信息整理时，【姓名】为必填项，另外存在空格、特殊符号“#&*.....%¥”、手机号码位数不对、邮箱格式不正确、手机号码写入了中文等等也会导入失败。
- 注：【姓名】为系统默认字段！！

1.4.3.2 如何导入用户信息

- 路径：【用户和标签】> 点击右上角的【更多操作】>【导入用户】



• 下载【模板】





注意：下载后，将需要导入的用户信息输入到此表格，不能使用非此系统模板的 excel 表导入系统！

- 用户导入失败提示：（可以点击【下载】，查看哪些用户导入失败，根据错误提示修改后再次导入）

姓名	手机	座机	邮箱	备注
lmding	1813272E		oalde.com	
vansey	13805371		163.com	
yangdu	1377660		163.com	
844705	13736431		163.com	
jenny0		05821	163.com	
616962			163.com	
13882134			163.com	
13612194			163.com	
117000			163.com	
flymad			163.com	
317421			163.com	
import			163.com	
203621			163.com	
133681			163.com	
53296			163.com	
tony02			163.com	
wly131			163.com	
wly131			163.com	
enc_wa			163.com	

1.4.3.3 导入用户失败原因

1.4.3.3.1 导入失败原因如下：

- 注：姓名为必填项，其他为非必填项，其他不填写，只要姓名填写也可以成功导入
- 1、存在空格无法导入（导入前可以批量替换空格）
 - 2、存在批注
 - 3、邮箱格式错误（填写中文或其他英文字符或数字或制表符等特殊字符）或是多邮箱
 - 4、电话号码存在特殊符号**（如 021-33654565-存在“-”或者是多个号码同时存在一个框）

1.4.3.3.2 模板如下所示：

1.4.3.4 导入结果查看

路径：【设置】>【通知中心】> 可以查看到成功导入用户数以及导入失败用户数，可以点击下载查看导入失败的原因



1.4.4 用户导出

- [导出用户路径](#)
- [导出用户表格下载](#)
- [功能新、旧版本对比](#)

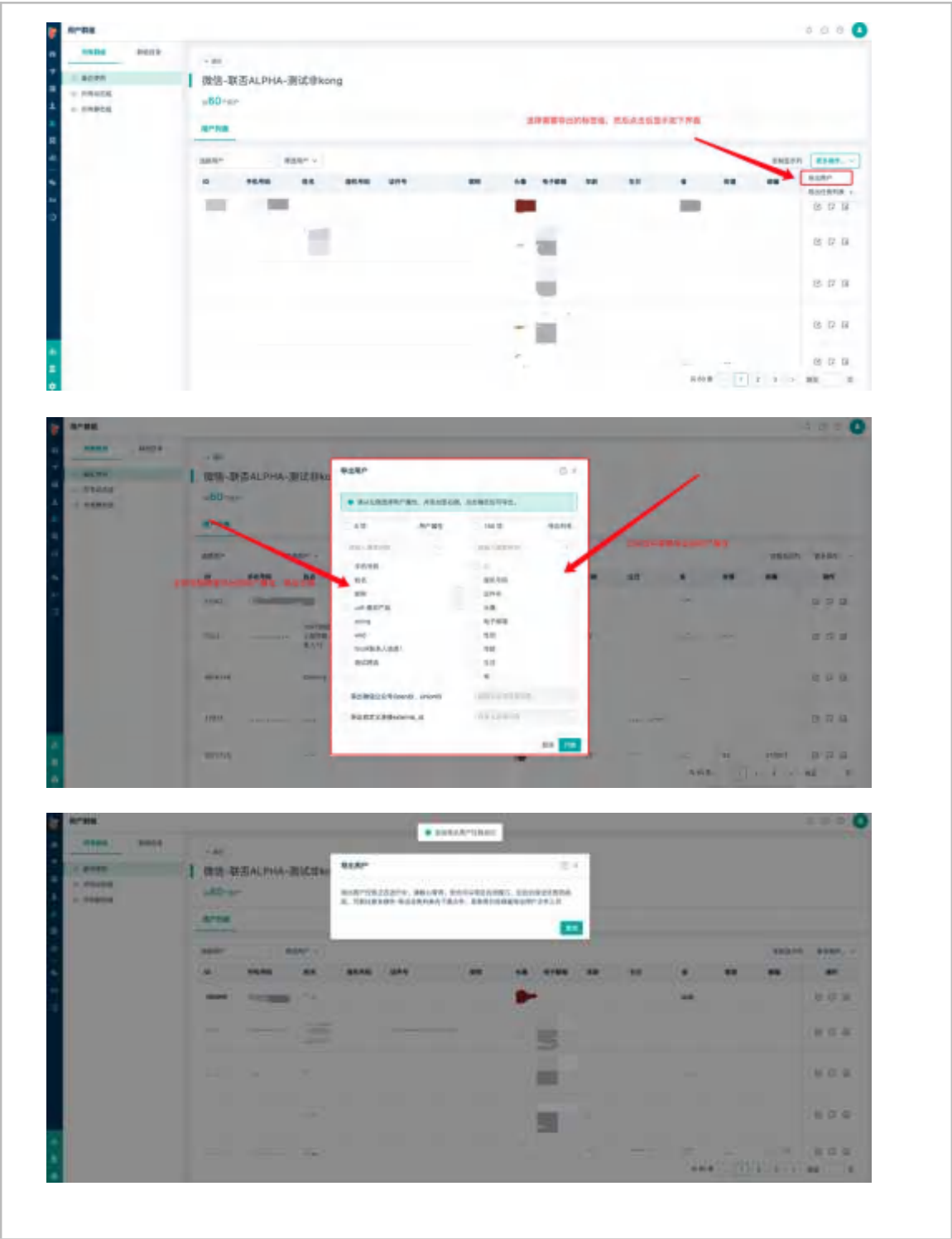
1.4.4.1 导出用户路径

——[系统](#)同样支持用户批量导出！

——一次导出的用户数量建议在 10 万以内！

注：目前仅支持导出“追踪用户”（实名用户），不支持导出匿名用户！

- 路径：> 点击【更多操作】-【导出】，可以任意选择需要导出的用户的字段，然后点击开始即可，如下：

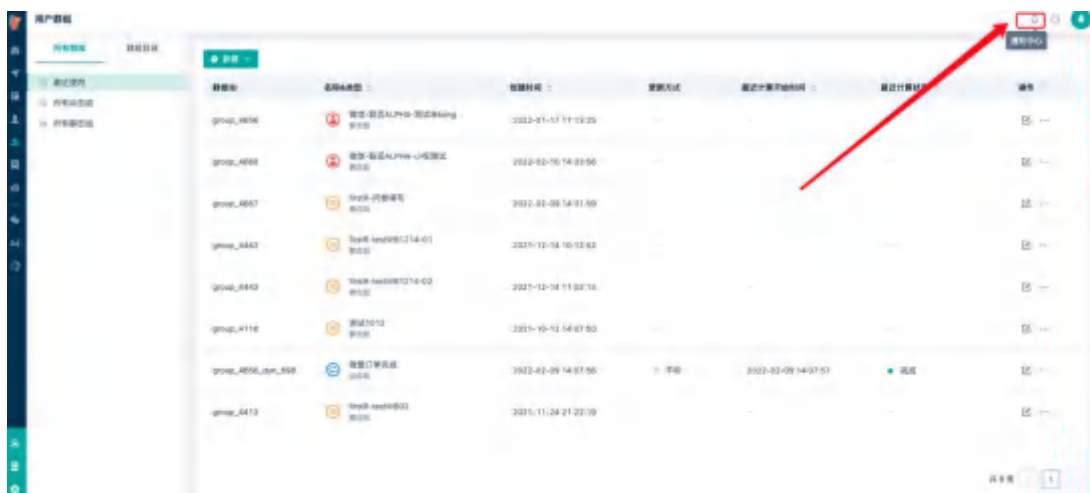


1.4.4.2 导出用户表格下载

导出的联系人信息列表会被存放在服务器中3天，导出任务结果会在【通知中心】告知，若通知任务成功完成，可前往【更多操作】-【导出任务列表】内下载。

- 导出任务通知

注：绿色通知表示导出任务成功，红色通知表示导出任务失败。

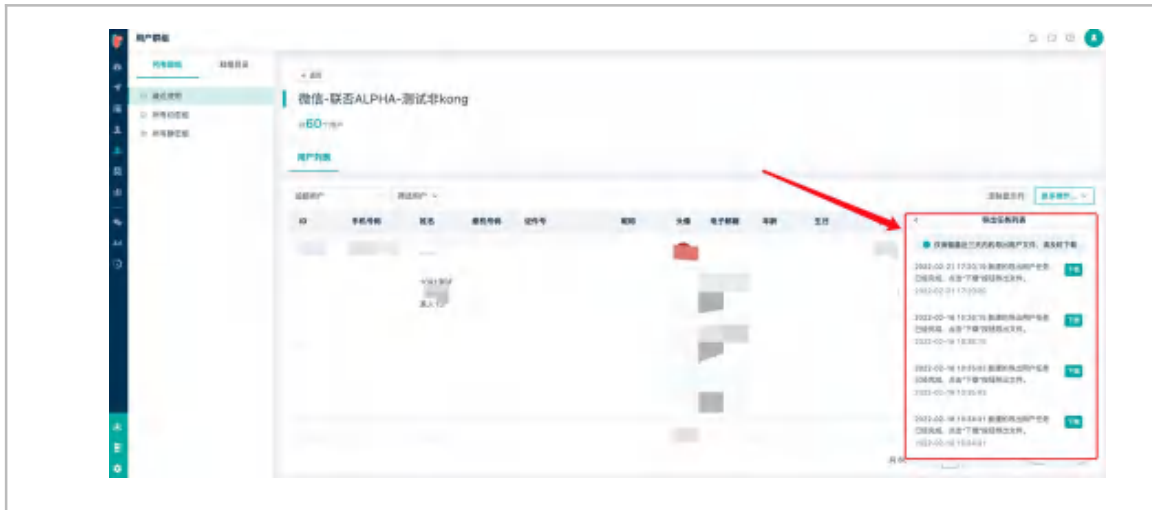


注：如果导入时，出现导入任务失败的提示，原因可能有以下：

1. 仍有用户导入任务运行—直接联系客服协助处理；
2. 登录系统的浏览器问题——更换 Chrome 浏览器；
3. 如果以上问题都不是，可以直接在[系统](#)中点击左方的【在线咨询】联系客服。

- 下载路径：【更多操作】-【导出任务列表】，如下：

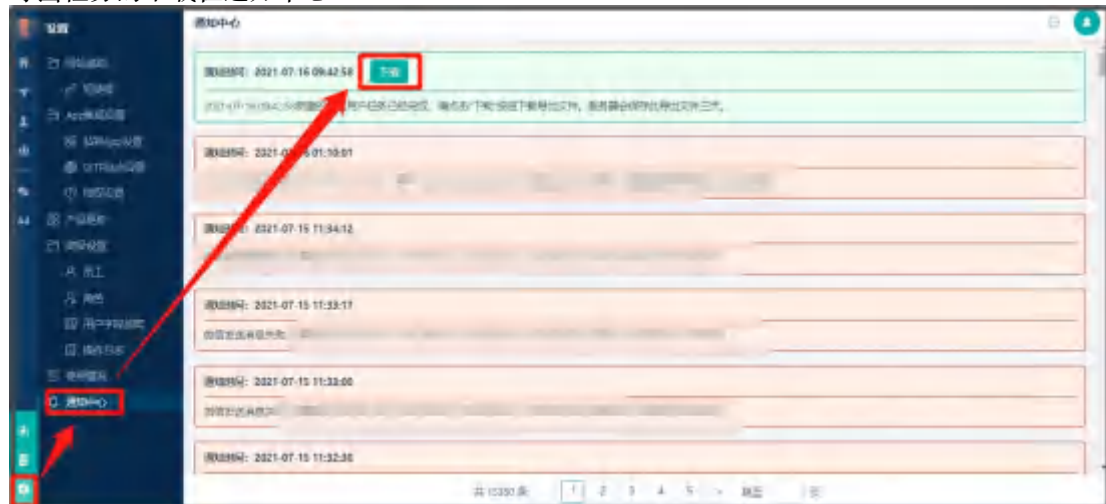




1.4.4.3 功能新、旧版本对比

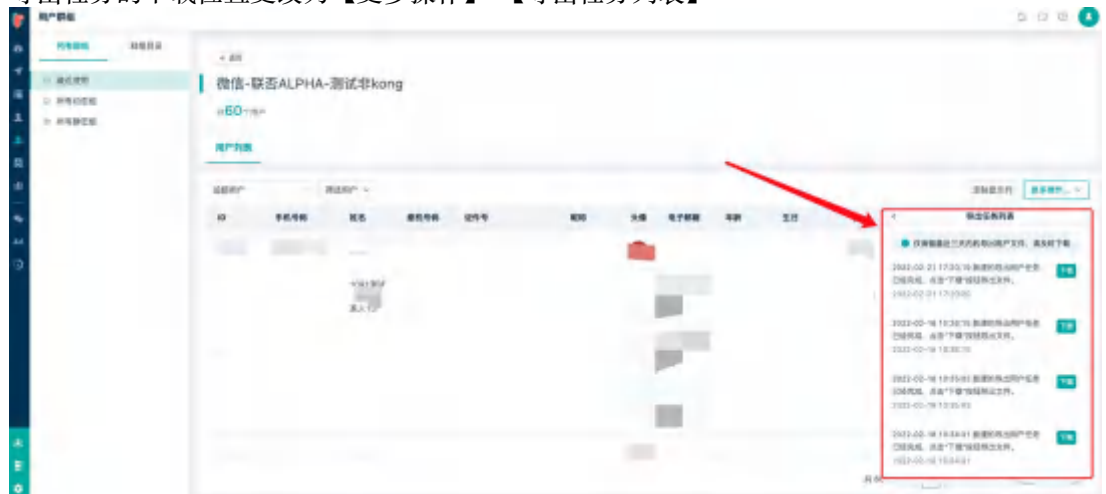
旧版本:

导出任务的下载在通知中心。



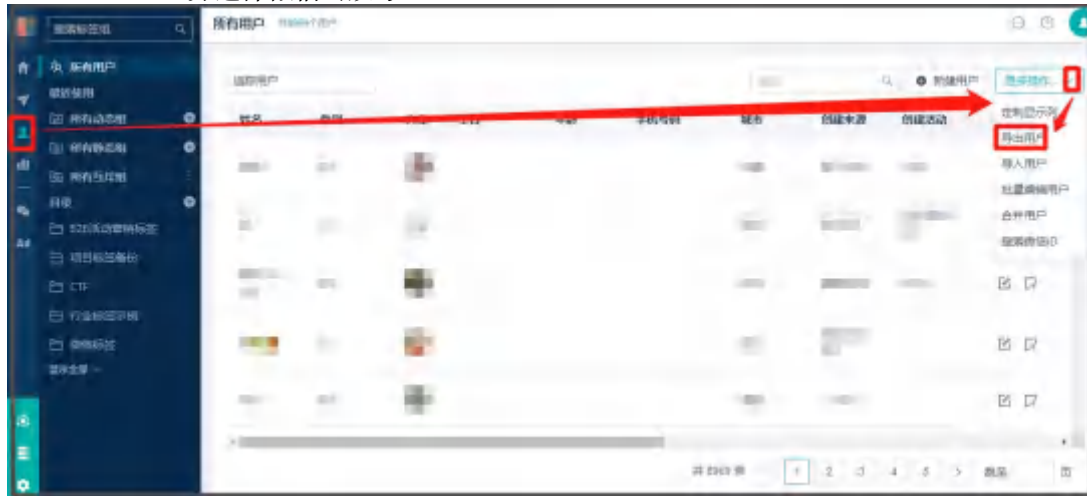
新版本:

导出任务的下载位置更改为【更多操作】-【导出任务列表】



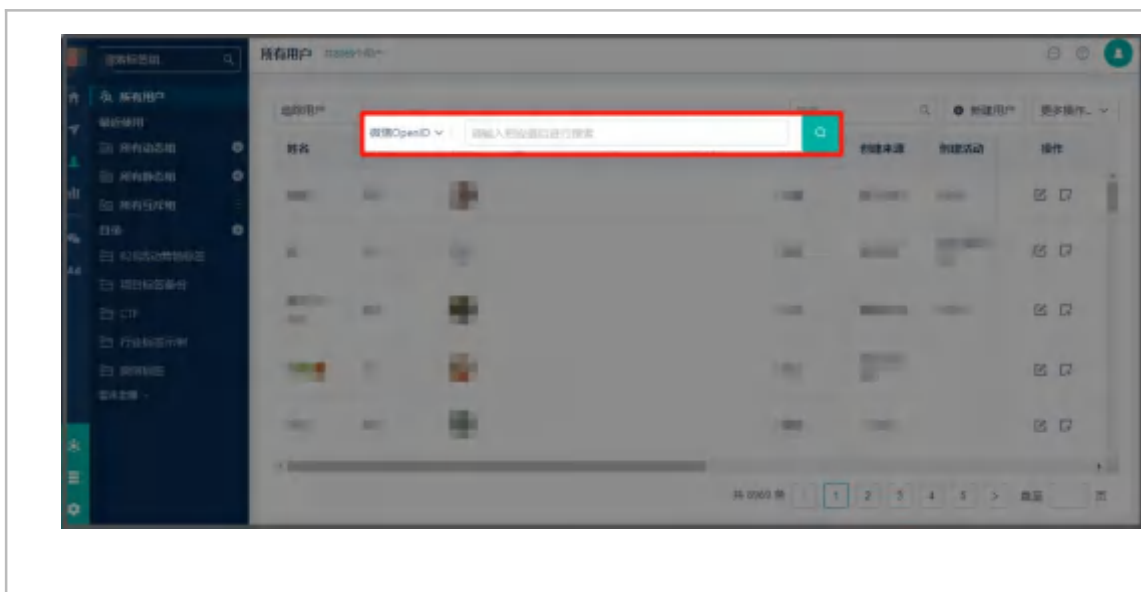
1.4.5 导出用户的 OpenID、UnionID

- 路径：【用户和标签】>【更多操作】> 导出用户 > 选择"导出微信公众号 OpenID、UnionID"，并选择微信公众号



- 如何通过微信公众号 OpenID、UnionID 搜索用户





1.4.6 批量编辑用户

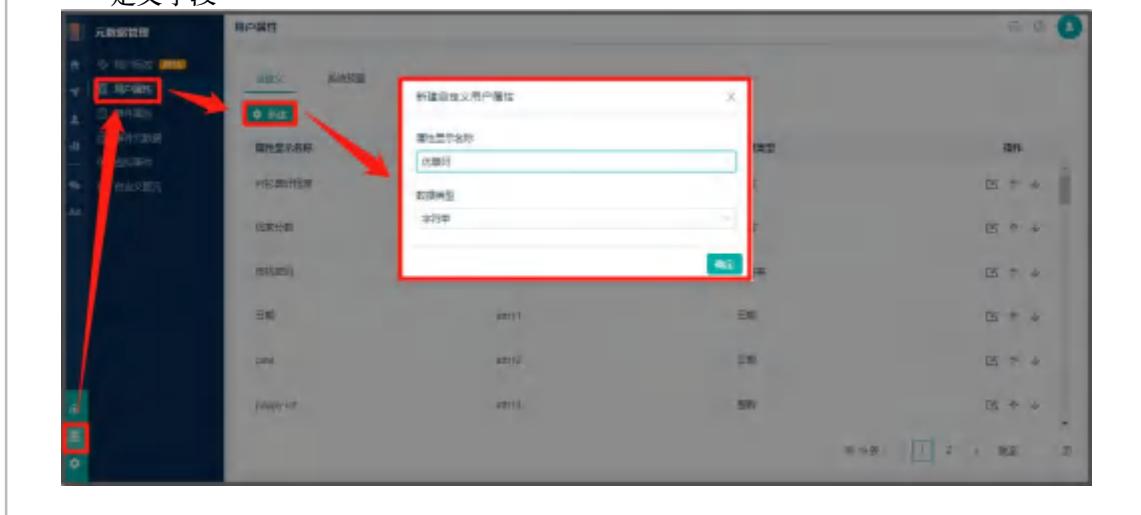
- [为什么批量更新用户属性?](#)
- [如何批量更新用户属性](#)

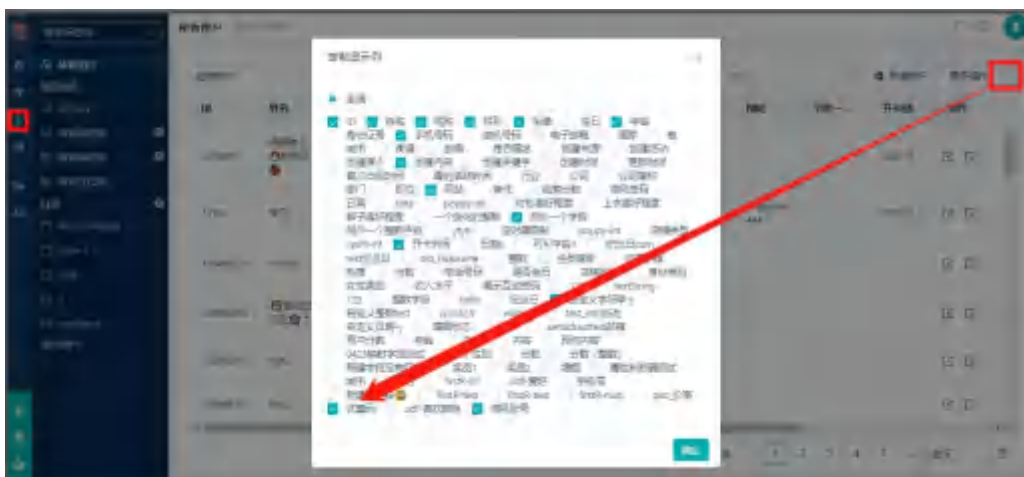
1.4.6.1 为什么批量更新用户属性?

——此功能可以批量更新某个标签组用户的属性（姓名、电话号码、地址、邮箱等用户信息），比如用 Excel 给用户批量生成“优惠码”，然后将用户导入到[系统](#)，使用[系统](#)发送“优惠码”给用户。

1.4.6.2 如何批量更新用户属性

- 您需要先在[系统](#)中创建“优惠码”自定义字段，这样导出的用户 xlsx 中会有“优惠码”列，您会在接下来的步骤中在此列进行“优惠码”的批量更新[用户属性](#)-在用户属性中添加自定义字段





- 导出标签组用户，参见“[导出用户](#)”，只需要将您需要编辑的字段导出即可，无需编辑的字段尽量不要选择，以免造成错误覆盖；
- 在导出的用户 xlsx 文件中，您可以在“优惠码”列，将此用户最新属性更新到单元格中。

注意：您也可以删除不需要更新的属性列，尤其是动态计算的属性（如客户旅程加分减分），如果您不删除，重新导入，会导致在[系统](#)中计算的新的值被覆盖到原始值。

- 操作路径：在【用户】-【更多操作】，点击【批量编辑用户】



- 上传您已经编辑过的 xlsx 文档，同时可选择将这批用户加入到静态标签组（非必选）



- [系统](#)会记录更新失败的数据，可以在通知中心查看、下载、编辑后，重新导入。
- 显示红色一般为全部导入失败，或者存在部分导入失败
原因可能是：手机号码、邮箱格式不正确、存在特殊符号、空格等等，请确保输入的数据是有效值



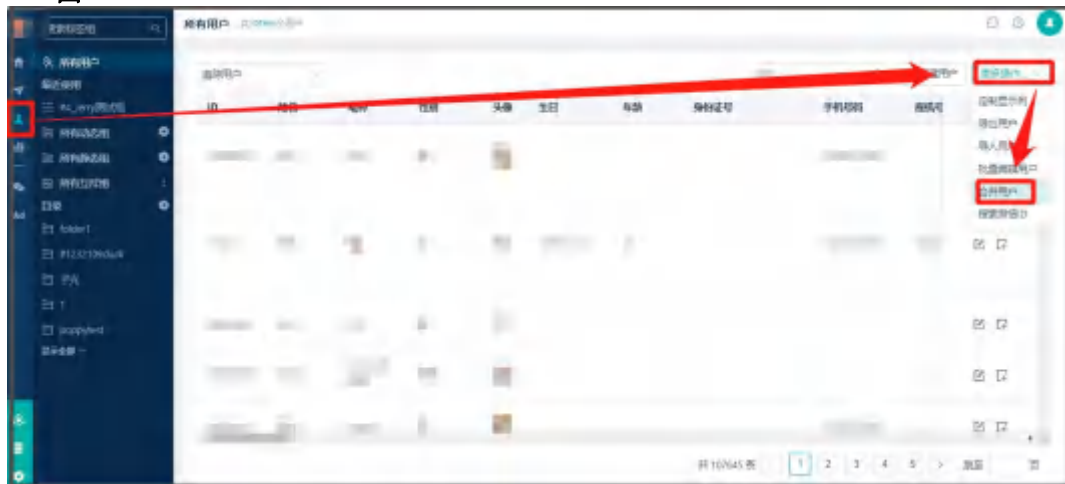
1.4.7 合并用户

- [如何查重与合并用户](#)

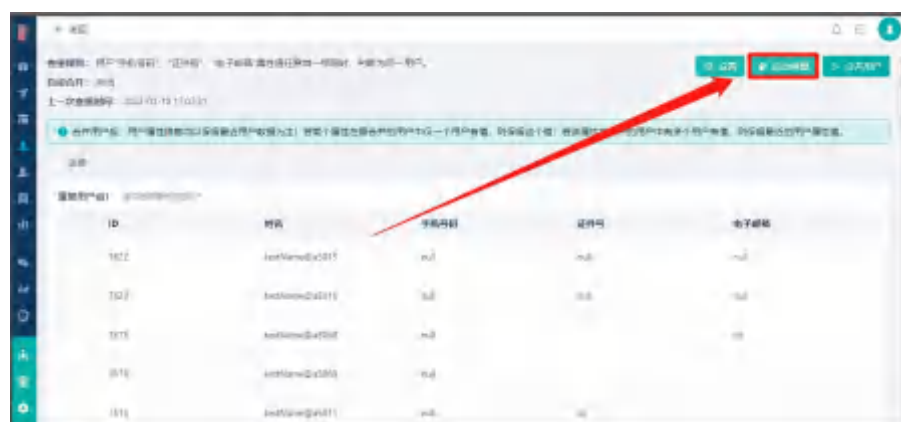
1.4.7.1 如何查重与合并用户

- 什么是用户合并？
- 将来自不同 SaaS 应用或手动创建的客户，根据一定的合并规则，合并成一个客户；
- 手机号码、邮箱、身份证号码任意一个相同均被列为重复的用户。

- 操作路径：**【用户和标签】-【所有用户】-【更多操作】-点击【合并用户】**，如下图：



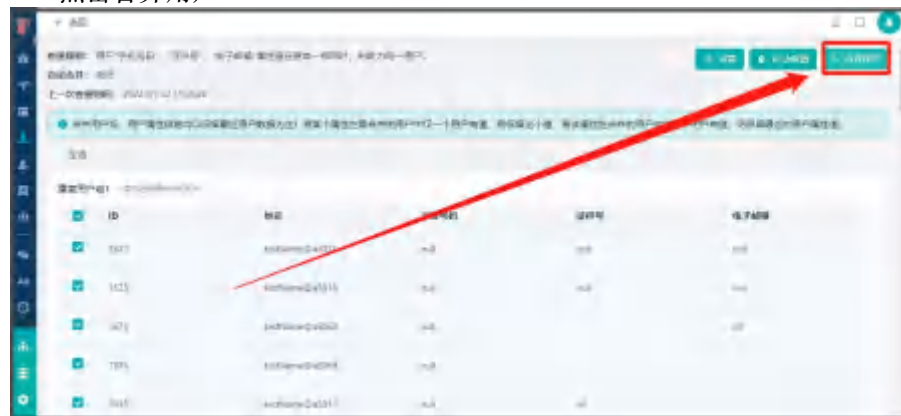
- 手动合并用户
 - 点击启动查重，系统会根据配置的查重规则进行联系人查重



- 选择要合并的用户



c. 点击合并用户



- 自动合并用户
 - a. 配置自动查重规则



- 只能按照身份证、手机、邮箱进行查重

设置方法

只能按照手机号码、证件号、邮箱进行查重，可以对其进行组合来配置查重规则：

- 1、所选属性值任意其一相同即判定为同一用户：

例：选中该选项，且下方属性选中【手机号码】、【证件号】，则表示这两属性只要有其中一个相同就判定为同一个用户。

2、所选属性值均相同时即判定为同一用户：

例：选中该选项，且下方属性选中【手机号码】、【证件号】，则表示必须这两属性值同时相同时才会判定为同一个用户。



合并用户设置查重规则时，可增加过滤条件，在判断条件所选的身份信息属性值等于过滤值的用户不参与查重与合并，可添加多个过滤条件。如，多个用户身份证或手机或邮箱相同且相同的值等于 1111111 或 null 的用户不会在查重结果中。

默认增加过滤条件：nil、null、undefined、1，操作员可通过设置删除或增加新的过滤条件

注：自动合并后的用户，用户信息均保留最近的用户！

1. 勾选查重



2. 保存后，系统会每天凌晨 2:45 按照配置的查重规则自动进行联系人的查重与合并。

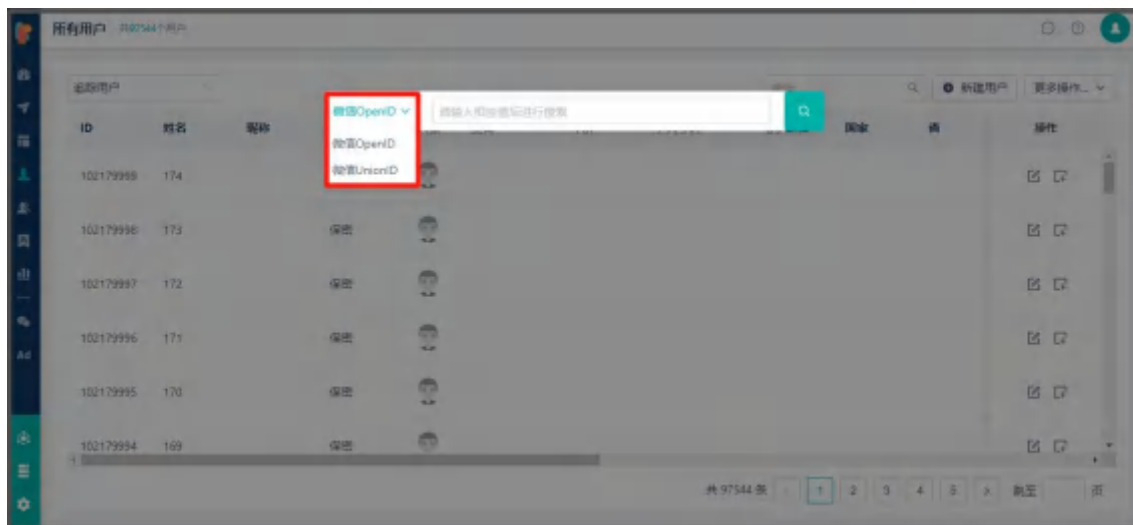
1.4.8 搜索微信 ID

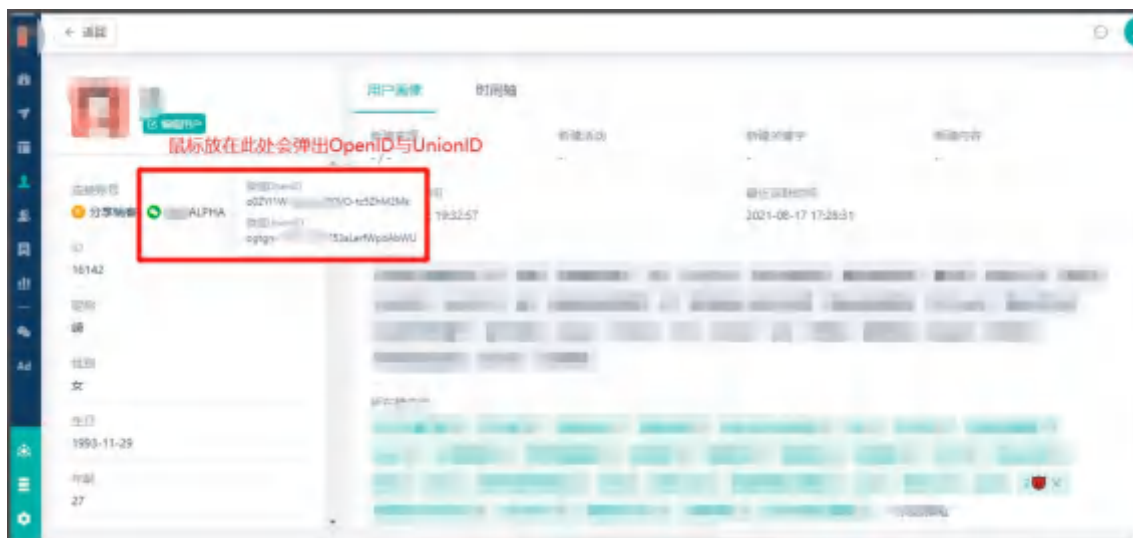
- [搜索微信 ID 路径](#)

1.4.8.1 搜索微信 ID 路径

路径：【所有用户】>【更多操作】>【搜索微信 ID】>输入需要查找的微信【Open ID】或【Union ID】

——在系统中的用户如果有关注微信就会有唯一的【Open ID】，如果此微信有绑定过微信开放平台，那么此用户也会有唯一的【Union ID】





1.4.9 用户导入失败原因

1. 没有使用系统自带的 Excel 表格（如下图 1）
2. 姓名为必填项，姓名均没有填写会全部导入失败，部分没填写姓名的用户导入失败，详细可以点击【设置】>【通知中心】查看导入结果（如下图 2）
3. 表格信息填写出现空格、邮箱填写不全或者错误、包含特殊符号（%%.....&等）、手机号码不到或多于 11 位等，也无法成功导入用户





1.4.10 用户查看

- [用户详情](#)
- [用户画像](#)
- [连接账号信息](#)
- [时间轴信息](#)
- [用户属性](#)
- [用户类别查找](#)
- [飞鱼导入实名用户](#)

1.4.10.1 用户详情

详细操作如下：



1.4.10.2 用户画像

包含信息：姓名、年龄、公司、邮箱、手机号等基本字段信息
如下图：



可设置需要显示的用户标签：全部标签或者在标签体系中的部分标签（参见[用户标签](#)）

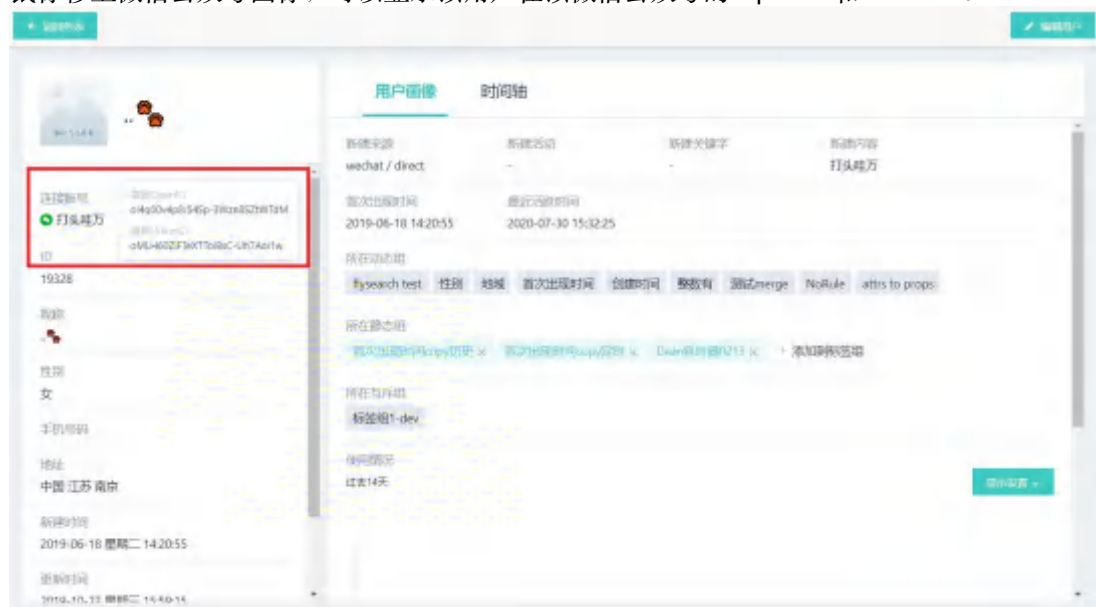


点击显示设置，可查看该用户的某些主动事件（outbound 事件）情况。



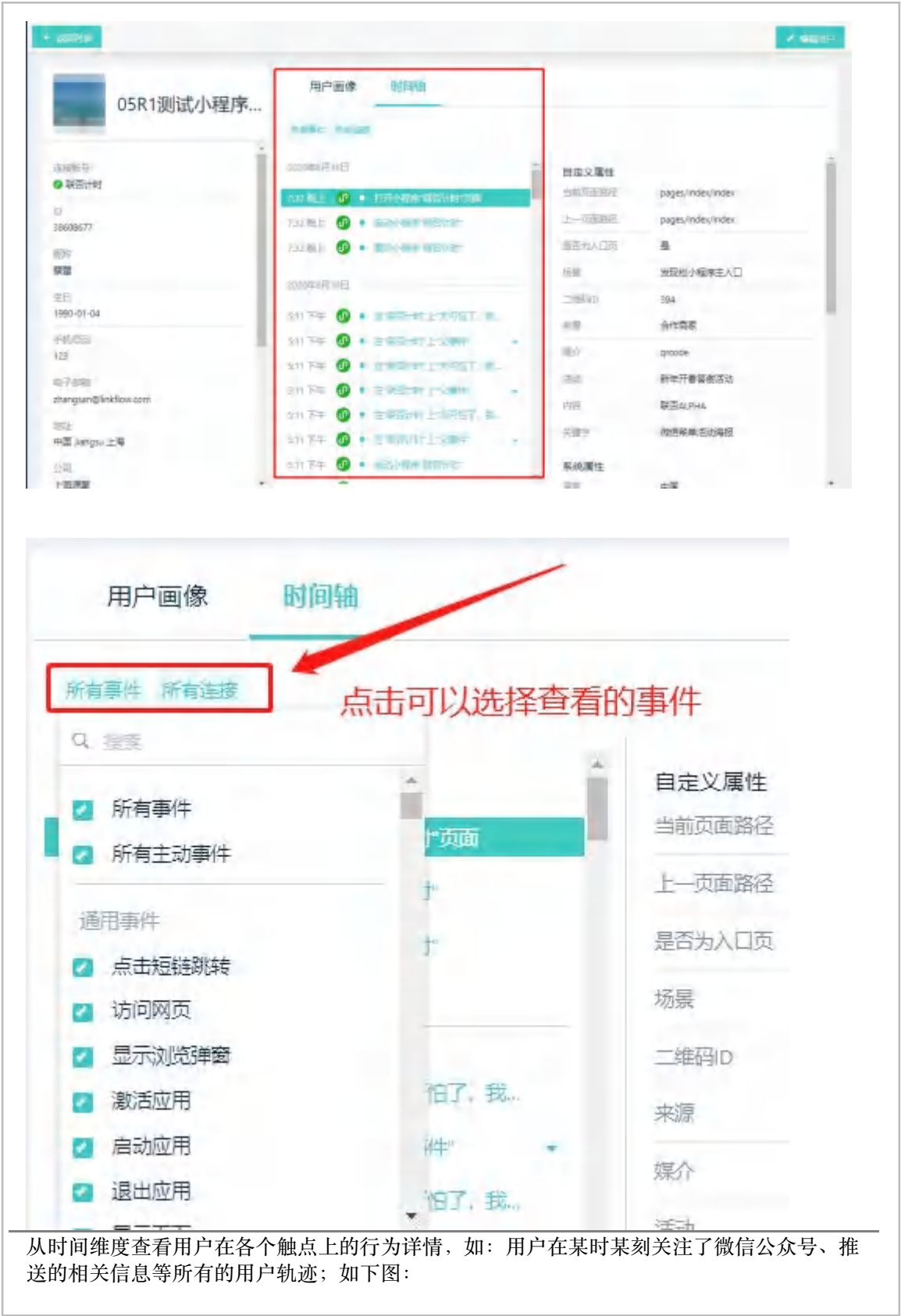
1.4.10.3 连接账号信息

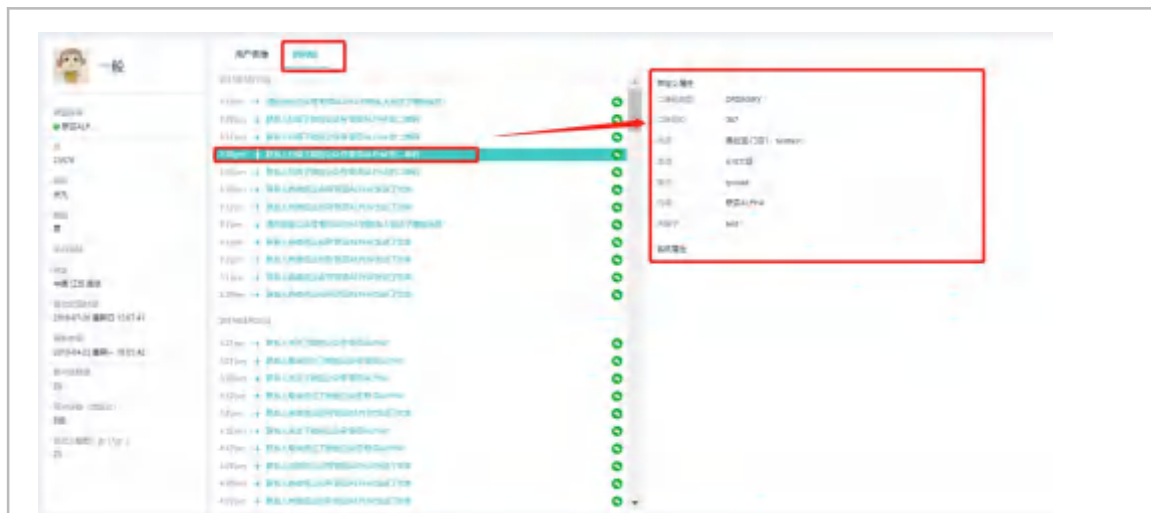
在用户详情页左侧的“连接账号”部分，显示与该用户相关的所有连接。
鼠标移上微信公众号图标，可以显示该用户在该微信公众号的 OpenID 和 UnionID。



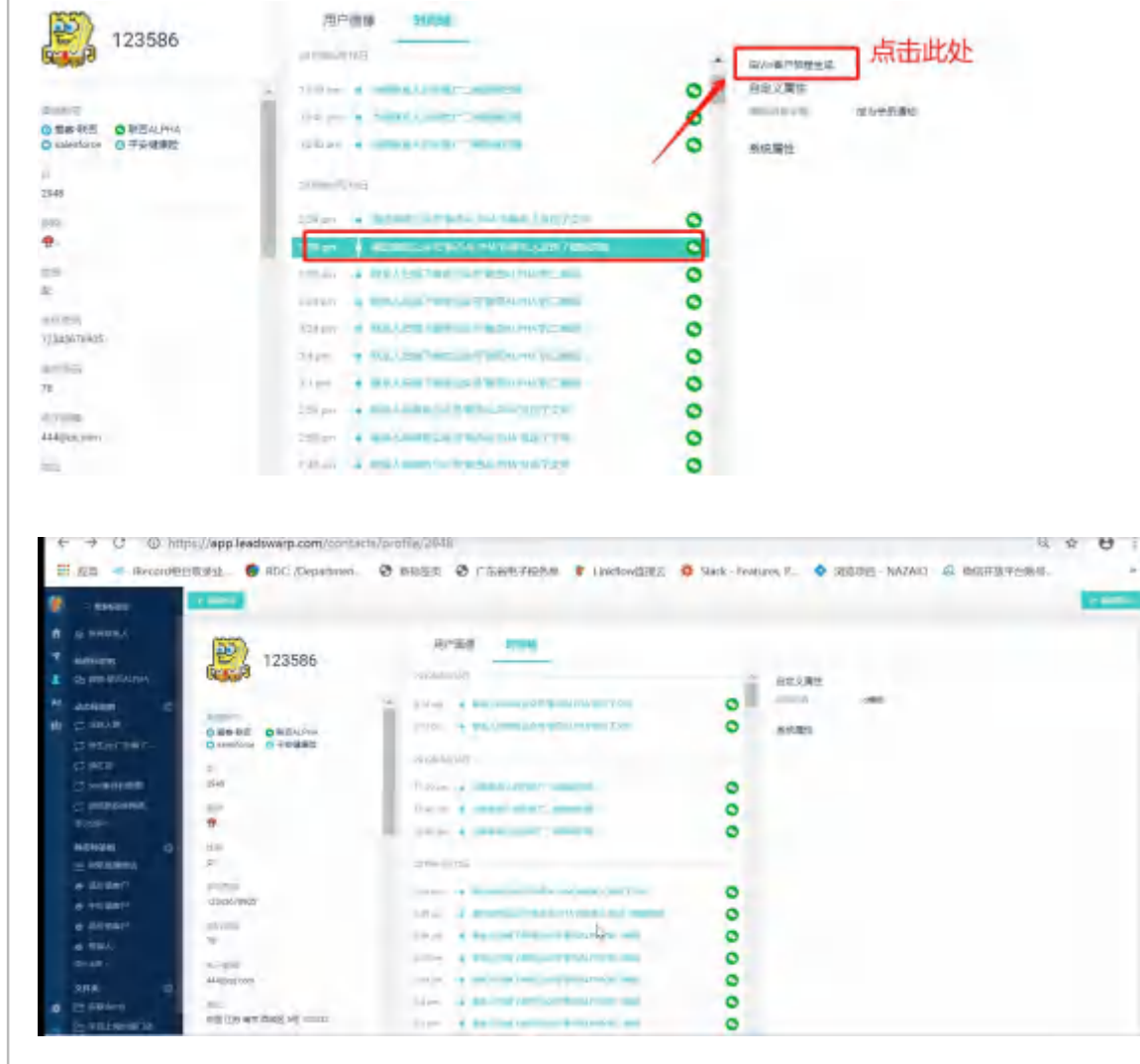
1.4.10.4 时间轴信息

可以自由选择查看用户的【所有时间】、【所有渠道】





点击事件，右边显示该事件相应的自定义属性和系统属性。
也可以查看用户的某些主动事件（outbound 事件）所在的工作流：



1.4.10.5 用户属性

首次出现时间：用户在系统系统中出现的时间。

最后一次活跃时间：用户最后一次 inbound 事件的发生事件。

创建时间：用户由匿名变为实名的时间（用户姓名、手机、邮箱这三个属性中只要有一个有值就判断为实名用户，否则为匿名用户）。

创建来源：用户由匿名变为实名时的广告追踪来源。

创建活动：用户由匿名变为实名时的广告追踪活动。

创建关键字：用户由匿名变为实名时的广告追踪关键字。

创建内容：用户由匿名变为实名时的广告追踪内容。

创建媒介：用户由匿名变为实名时的广告追踪媒介。



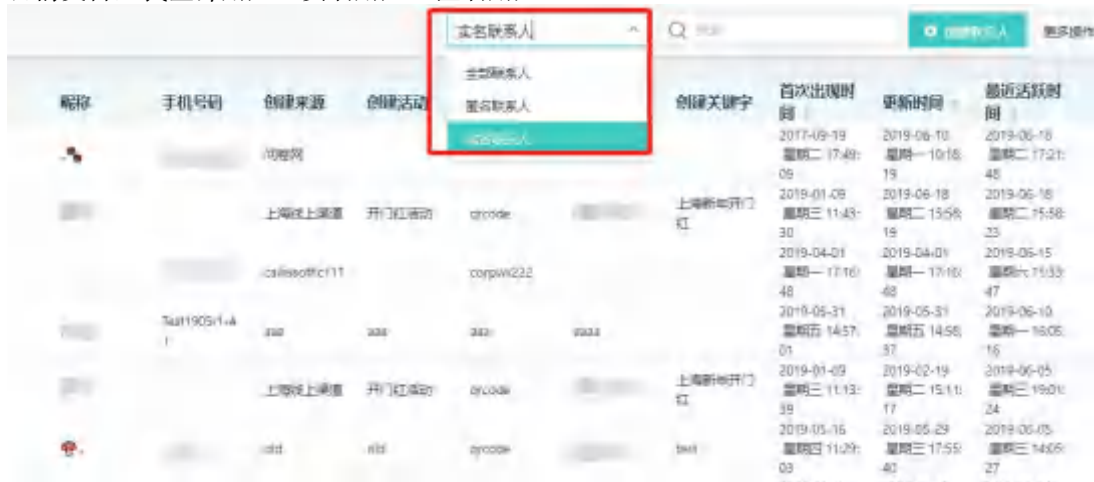
头像	姓名	性别	昵称	手机号码	创建来源	创建活动	创建媒介	创建内容	创建关键字	首次出现时间	更新时间	最近活跃时间	操作
	张三	男	张三	13800138000	微信	微信支付	微信支付	微信支付	微信支付	2019-05-16 10:40:42	2019-05-16 10:40:42	2019-05-16 10:40:42	编辑
	李四	女	李四	13800138001	微信	微信支付	微信支付	微信支付	微信支付	2019-05-16 10:40:43	2019-05-16 10:40:43	2019-05-16 10:40:43	编辑
	王五	男	王五	13800138002	微信	微信支付	微信支付	微信支付	微信支付	2019-05-16 10:40:44	2019-05-16 10:40:44	2019-05-16 10:40:44	编辑
	赵六	女	赵六	13800138003	微信	微信支付	微信支付	微信支付	微信支付	2019-05-16 10:40:45	2019-05-16 10:40:45	2019-05-16 10:40:45	编辑



创建活动	创建时间	创建来源	创建媒介	创建内容
微信支付	2019-05-16 10:40:42	微信支付	微信支付	微信支付
微信支付	2019-05-16 10:40:43	微信支付	微信支付	微信支付
微信支付	2019-05-16 10:40:44	微信支付	微信支付	微信支付
微信支付	2019-05-16 10:40:45	微信支付	微信支付	微信支付

1.4.10.6 用户类别查找

目前支持查找全部用户、实名用户、匿名用户



昵称	手机号码	创建来源	创建活动	创建媒介	创建内容	创建关键字	首次出现时间	更新时间	最近活跃时间
张三	13800138000	微信支付	微信支付	微信支付	微信支付	微信支付	2019-05-16 10:40:42	2019-05-16 10:40:42	2019-05-16 10:40:42
李四	13800138001	微信支付	微信支付	微信支付	微信支付	微信支付	2019-05-16 10:40:43	2019-05-16 10:40:43	2019-05-16 10:40:43
王五	13800138002	微信支付	微信支付	微信支付	微信支付	微信支付	2019-05-16 10:40:44	2019-05-16 10:40:44	2019-05-16 10:40:44
赵六	13800138003	微信支付	微信支付	微信支付	微信支付	微信支付	2019-05-16 10:40:45	2019-05-16 10:40:45	2019-05-16 10:40:45

1.4.10.7 飞鱼导入实名用户

首次出现时间：即为用户进入系统的时间
时间轴上的时间：用户在头条广告中填单的时间



1.4.11 用户识别

在系统创建连接后，会将外部应用中的用户自动同步到系统（自建应用创建自定义连接，调用识别用户接口），参见[系统对接指南](#)，系统会基于用户 ID 类型与用户 ID 对用户进行识别与合并。

用户 ID 类型

1. 不同第三方应用会有自己独有的用户 ID 标记应用中的用户，即系统系统中的渠道账号，如微信的 openId、unionId，有赞的 fansId 等，我们将这些称之为**用户 ID 类型**
2. 如果是使用自定义连接对接的自建应用（网站、IOS 移动应用、安卓移动应用），系统会提供一个 externalId 作为自建应用的用户 ID 类型

目前已对接的第三方应用中，一共有以下 10 种用户 ID 类型

用户 ID 类型	说明
externalId	自定义连接的用户 ID 类型，在系统中以 externalId_channelId_channelname 的形式展示出来，如 externalId_552_联否商城
wechat.unionId	微信开放平台 unionid
wechat.openId	微信公众号 openId
wecom.externalUserId	企业微信外部联系人 externalUserId
youzan.fansId	有赞微商城用户的 fansId
mudu.uid	目睹 uid
weimob.memberId	微盟商城用户的 memberId

ele.userId	饿了么用户 userId
qlchat.userName	千聊用户 userName
douyin.openId	抖音用户 openId

用户 ID

每个用户 ID 类型都会有多个用户 ID 来作为外部系统中用户（即渠道账号）的唯一识别标识，如在某个微信公众号的粉丝的 openId 为 wx0837khhfu382686，则 wx0837khhfu382686 为一个 **用户 ID**

将一个外部系统的用户同步到系统后，系统会将这个外部系统用户创建一个系统用户，用 contactId 标识

contactId	externalId_552_联否商城	wechat.unionId	wechat.openId	wecom.externalUserId	youzan.fansId	mudu.uid	weimob.memberId	ele.userId	qlchat.userName	douyin.openId
1			wx0837khhfu382686							

如果通过相同用户 ID 类型和用户 ID 合并了用户后，一个系统用户就会与多个渠道账号关联，即一个 contactId 会有多个用户 ID 类型的用户 ID

contactId	externalId_552_联否商城	wechat.unionId	wechat.openId	wecom.externalUserId	youzan.fansId	mudu.uid	weimob.memberId	ele.userId	qlchat.userName	douyin.openId
1	3	wxu7002fud0bdbapd	wx0837khhfu382686							

1.4.12 筛选用户

- [什么是筛选用户?](#)
- [如何筛选用户?](#)

1.4.12.1 什么是筛选用户?

筛选用户功能，即可根据不同的用户属性设置筛选条件来检索用户。可用来查找符合一定条件的用户，如下图。



1.4.12.2 如何筛选用户？

1、功能入口：

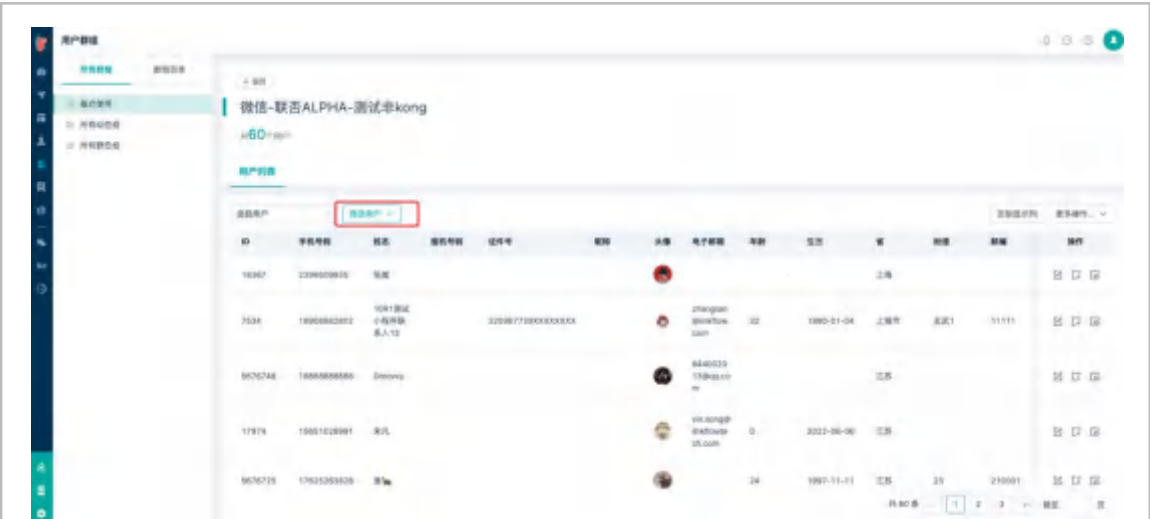
“所有用户”和“群组”功能模块均可对用户进行筛选，不同点是“所有用户”是在所有用户的基础上进行筛选，而“群组”内的筛选用户是在该群组用户的基础上进行筛选。

①所有用户→筛选用户：



②群组→选择某个群组→进入群组详情页→筛选用户





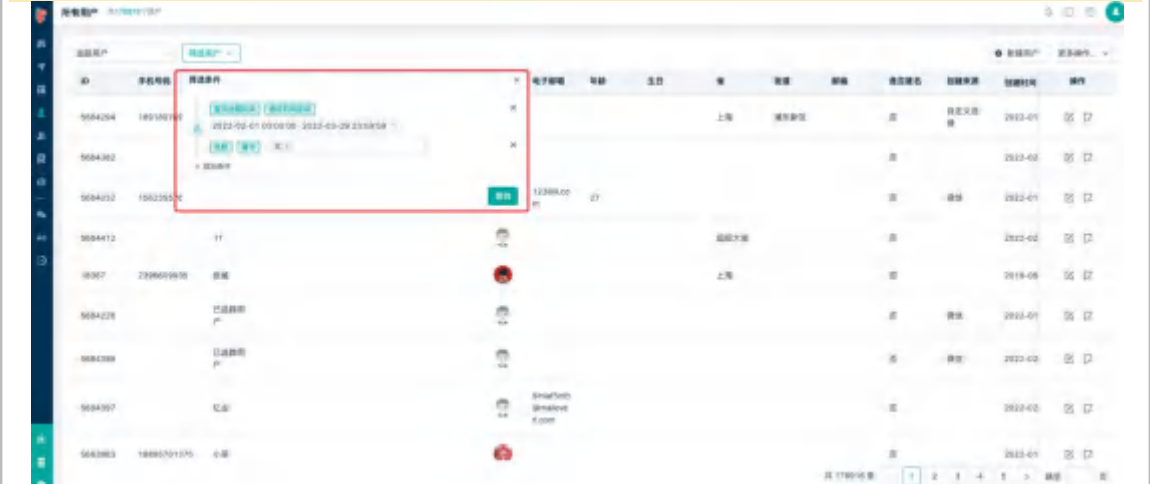
2、功能操作：

①设置筛选条件

根据不同的用户属性设置筛选条件，点击下方“查询”按钮。

注：

- 支持筛选系统用户属性和自定义用户属性；
- 各用户属性之间仅支持“且”的关系。



②取消筛选

查询后，下方用户列表展示筛选后的结果。若需取消筛选，可直接点击“取消”即可。



③导出筛选用户

筛选用户后，若需导出筛选后的用户列表，可直接点击“更多操作”-“导出用户”。这样即可下载得到符合一定条件的用户列表。



1.5 用户群组

- [动态标签组](#)
- [静态标签组](#)
- [微信公众号粉丝组](#)
- [群组目录](#)

1.5.1 动态标签组

- [什么是动态标签组?](#)
- [如何创建动态标签组](#)
 - [创建动态标签组的注意事项](#)
 - [创建动态标签组](#)

- [如何预估动态标签组人数](#)
- [动态组筛选条件选择说明](#)
- [复制新的【动态标签组】](#)
- [动态标签组使用场景](#)
 - [场景一](#)
 - [场景二](#)
 - [场景三](#)
 - [场景四](#)

1.5.1.1 什么是动态标签组？

——根据一定的业务规则将用户（联系人）自动加入的一种分组类型。

如：需要查看哪些用户【提交过金数据表单】且【有关注微信公众号】的用户，可以通过【动态标签组】筛选。

路径：【用户群组】> 显示此图案“”的都是动态标签组



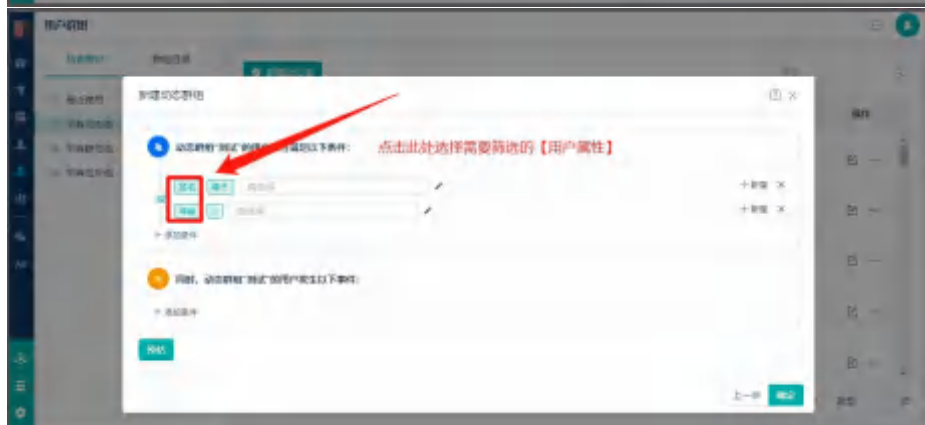
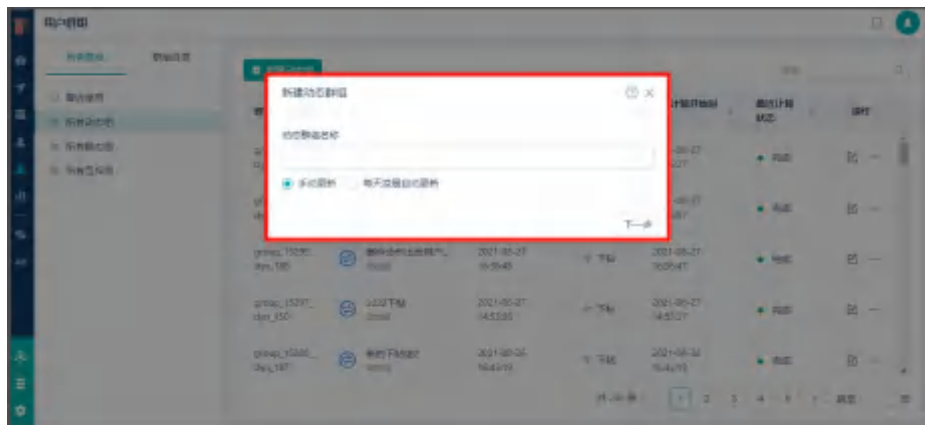
1.5.1.2 如何创建动态标签组

1.5.1.2.1 创建动态标签组的注意事项

- 创建【动态标签组】时，如果选择【每天凌晨自动更新】，那么数据在凌晨之后才能同步到动态标签组；
- ——如：数据是当天上午 10 点导入的数据，那么此需要至少要在第二天，数据同步到系统；
- 如选择【手动更新】，需要重新获取或者变更动态标签组数据，需要手动编辑后才能获取；（建议选择手动更新）；
- 如选择【每天凌晨自动更新】，每天凌晨后动态标签组数据会更新完毕。

1.5.1.2.2 创建动态标签组

- 创建路径：**【用户群组】> 点击【新建动态组】> 输入动态标签组名称 > 选择筛选条件**

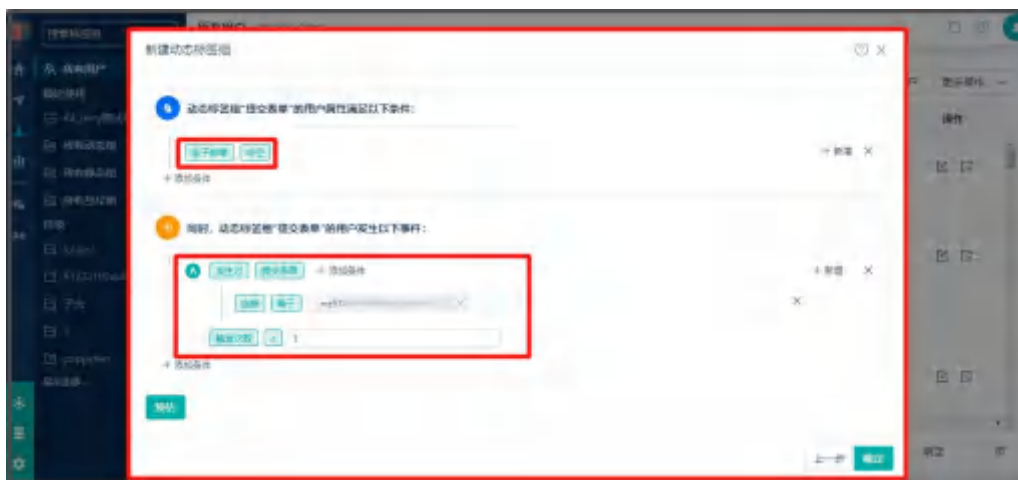
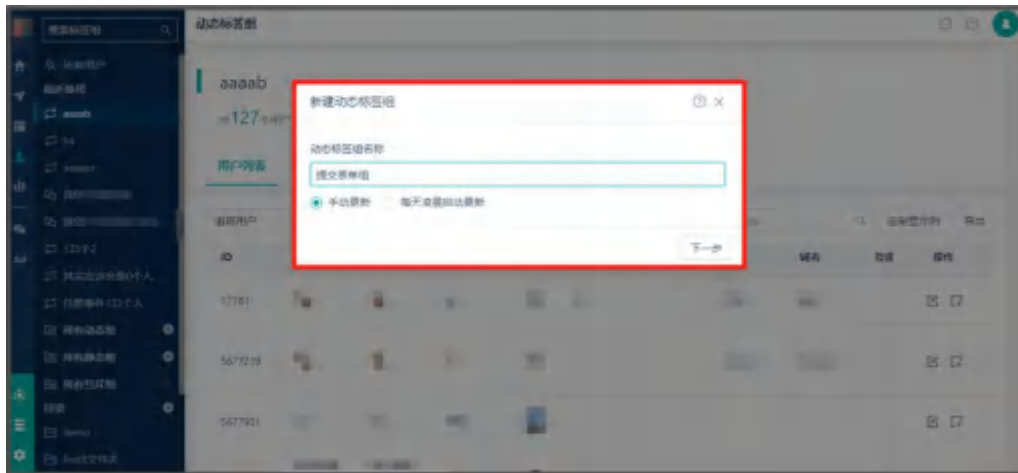


注：

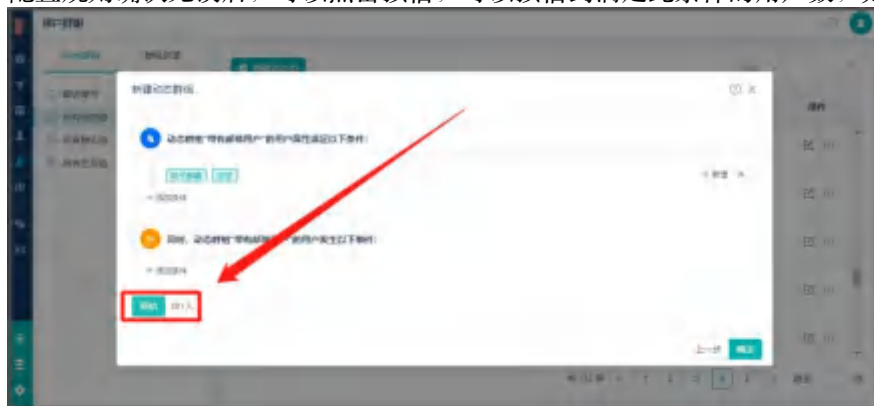
目前【动态标签组】创建界面的筛选条件包含两个大类：

【用户属性】（此处包含所有用户的属性条件&用户所在的【动态标签组】或者是【静态标签组】）

比如：需要筛选在标签组【问卷】且带有电子邮箱的用户，并且曾经提交过金数据表单的用户，如下图：



- 配置规则确认无误后，可以点击预估，可以预估到满足此条件的用户数，如下图：



点击保存。保存后系统会立即发起计算

1. 待计算：已经发起计算任务，等待系统计算
2. 计算中：系统正在计算用户群组，尚未计算结束
3. 计算完成：当天用户群组计算完成，并更新到群组日表中；由于新的计算结果尚未冗余到群组宽表，所有动态组、报表的计算还是使用上次群组计算结果进行计算。
4. 计算失败：计算失败了
5. 冗余中：将新计算的群组结果冗余到群组宽表中
6. 完成：冗余结束，系统会使用最新的群组结果进行动态组、报表的计算

7. 失败：冗余失败

编辑

- 【动态标签组】在完成状态时，才可以进行编辑



- 立即计算**

手动更新群组的方式，只有在完成、计算失败、失败的状态时，才可以进行重新计算。

- 删除&重新计算**

——删除标签后，不可再重复使用被删除的标签 ID 创建新的标签。所以请尽量编辑标签而不是删除标签。

——重新计算，当状态为【完成】时，可以点击【重新计算】以获取最新的用户数据



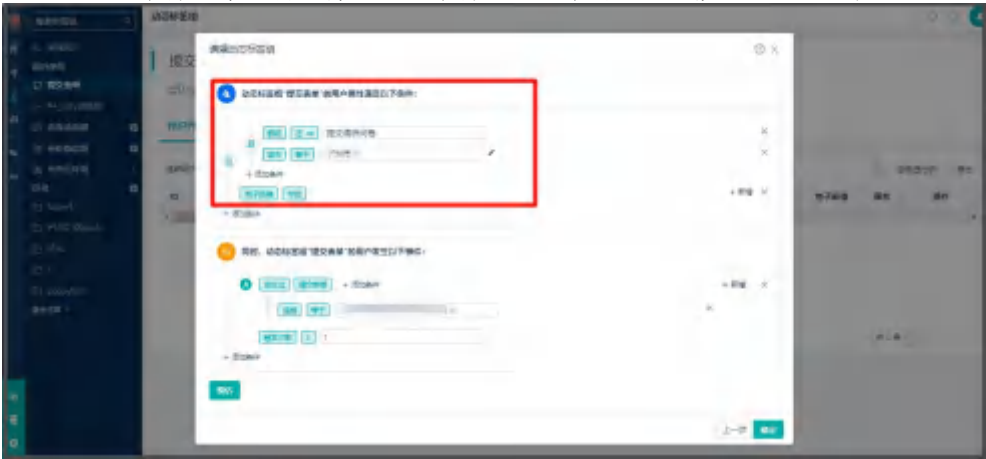
1.5.1.3 如何预估动态标签组人数

查看路径：【用户群组】> 点击【新建动态组】> 输入动态标签组名称 > 选择筛选条件 > 点击【预估】可以快速查看人数

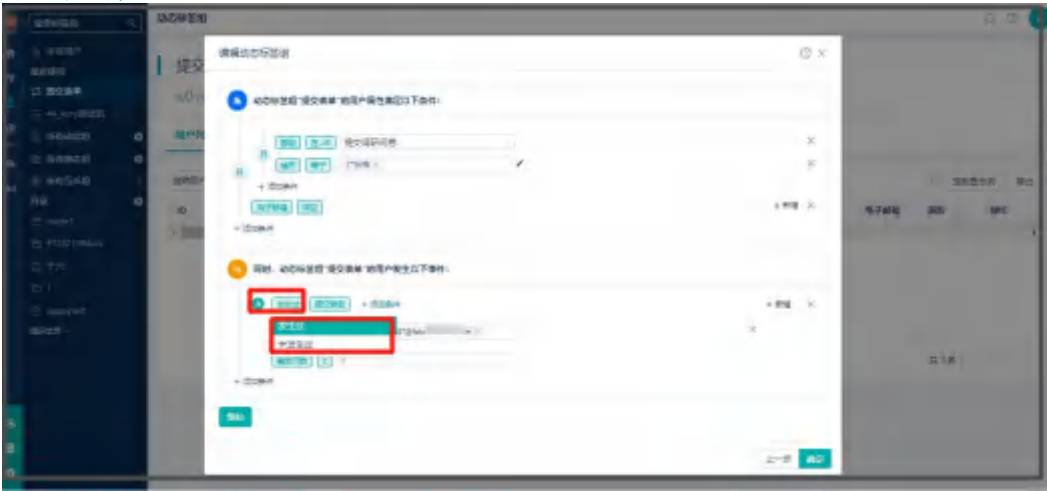


1.5.1.4 动态组筛选条件选择说明

- 目前支持二次嵌套的条件选择，如【用户属性】选择为一层条件——“广州”且在标签组“问卷”（二层条件）中，再选择【一层条件】-“电子邮箱”为“非空”的用户，如下：

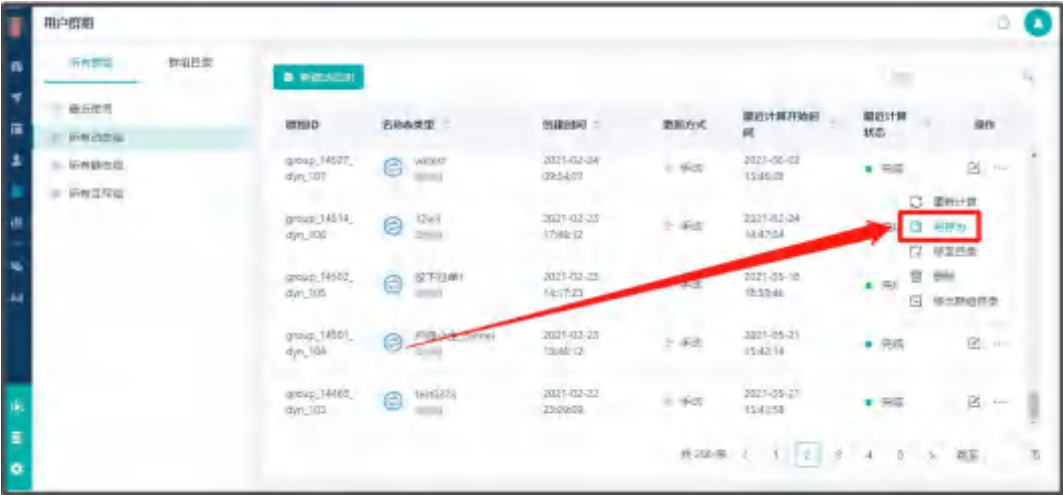


- 事件筛选支持反向事件选择
——以前仅支持“发生过的事件”，系统升级后支持“反向事件”选择，比如：以前只能筛选提交过表单的用户，现在可以筛选出“未提交过表单”的用户，且支持二次嵌套的条件选择



1.5.1.5 复制新的【动态标签组】

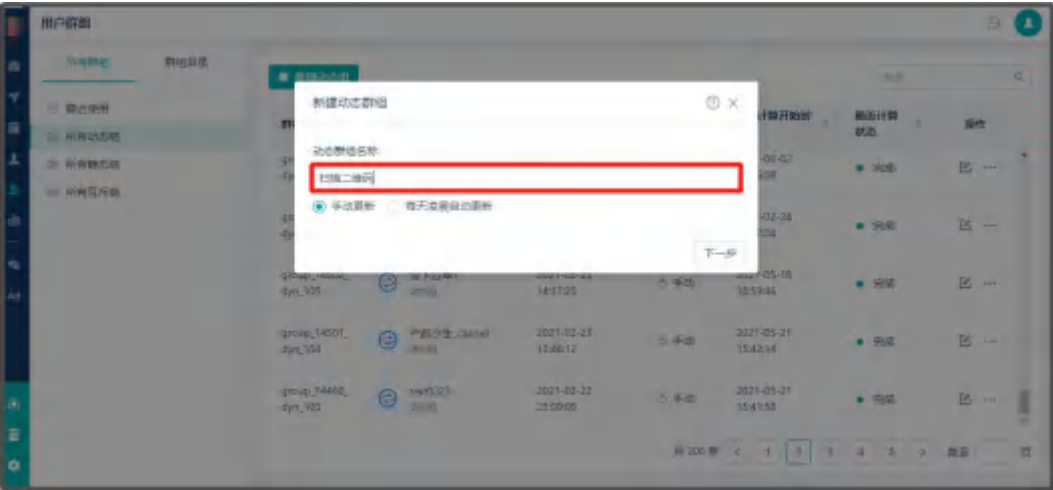
路径：【用户群组】> 找到需要复制的动态标签组 > 点击【另存为】
会将目前动态标签组复制（筛选规则与被复制的动态标签组一致）

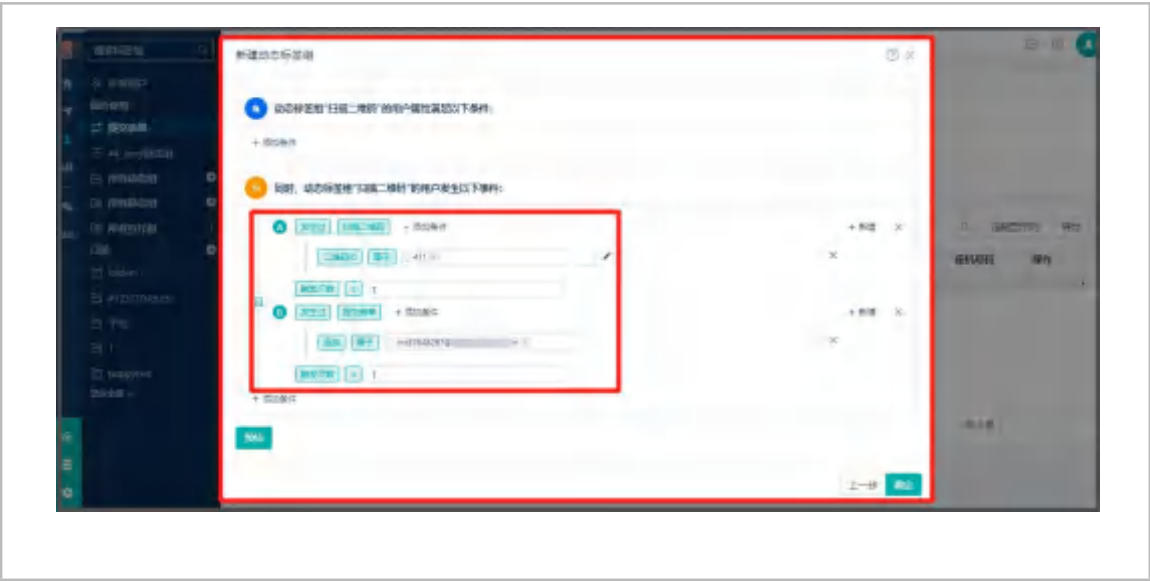


1.5.1.6 动态标签组使用场景

1.5.1.6.1 场景一

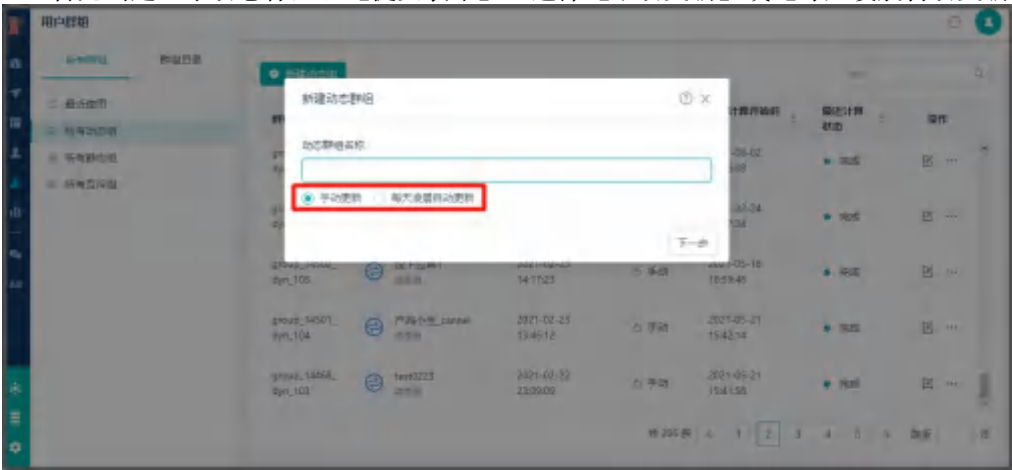
- 需要筛选扫描二维码“411”并提交金数据表单的有哪些用户
- 具体操作如下：





1.5.1.6.2 场景二

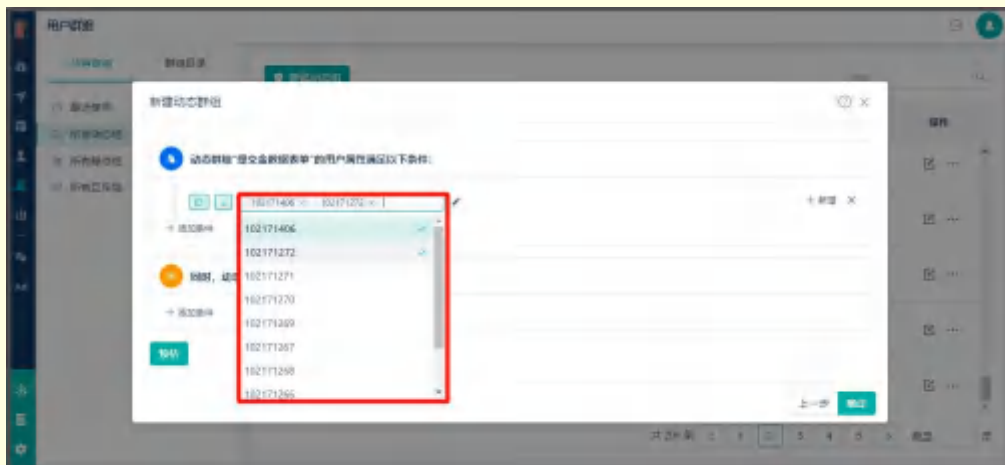
- 需要筛选出提交过金数据表单的用户：
首先创建一个动态标签组【提交表单】，选择【手动更新】或【每天凌晨自动更新】



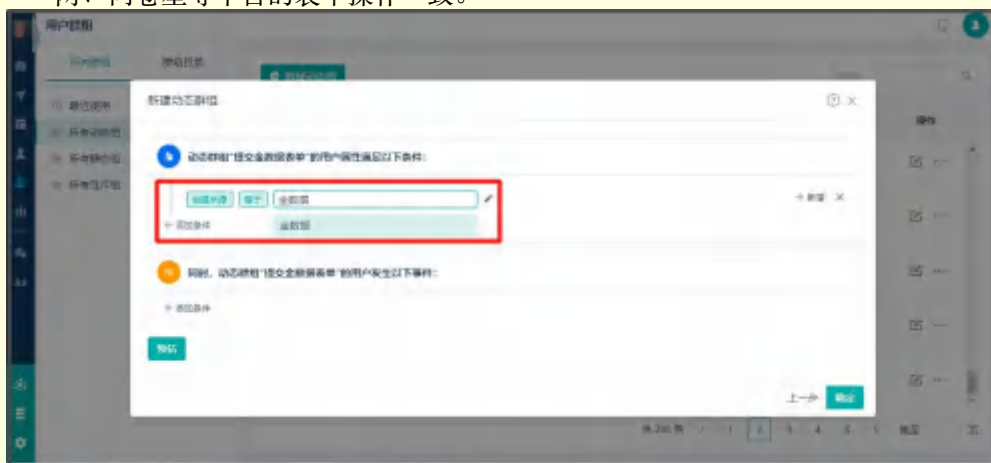
凡是提交过此表单的用户均会在此动态标签组。

注：

- 添加属性条件时，可以通过下拉选择数据，不需要手动输入。

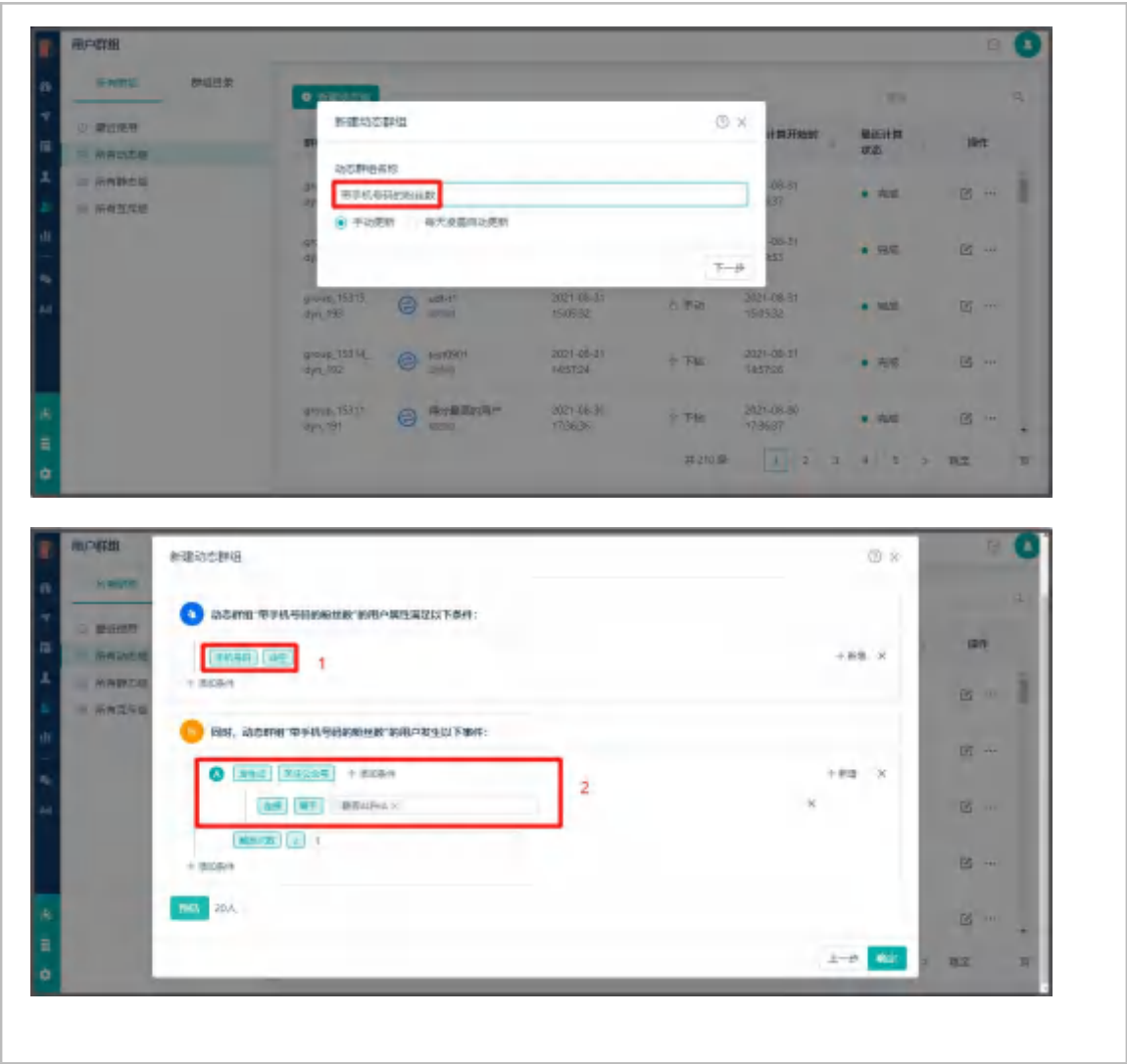


2. 金数据表单需要完成表单映射，才能在此选择对应的金数据表单，以此类推，问卷网、问卷星等平台的表单操作一致。



1.5.1.6.3 场景三

需要筛选出【关注公众号】且【带有手机号码】的用户数



支持筛选未发生过的事件，如筛选出【从未扫描过二维码】的粉丝



1.5.2 静态标签组

- [什么是静态标签组?](#)
- [如何创建静态标签组](#)
- [同步到微信标签](#)
- [静态标签组使用场景](#)
 - [场景一](#)

1.5.2.1 什么是静态标签组?

——手工地将用户进行分组，可以通过客户旅程将用户打入不同的静态标签组。

1.5.2.2 如何创建静态标签组

- 创建路径：【用户群组】>【新建静态组】>输入静态标签组名称

注：

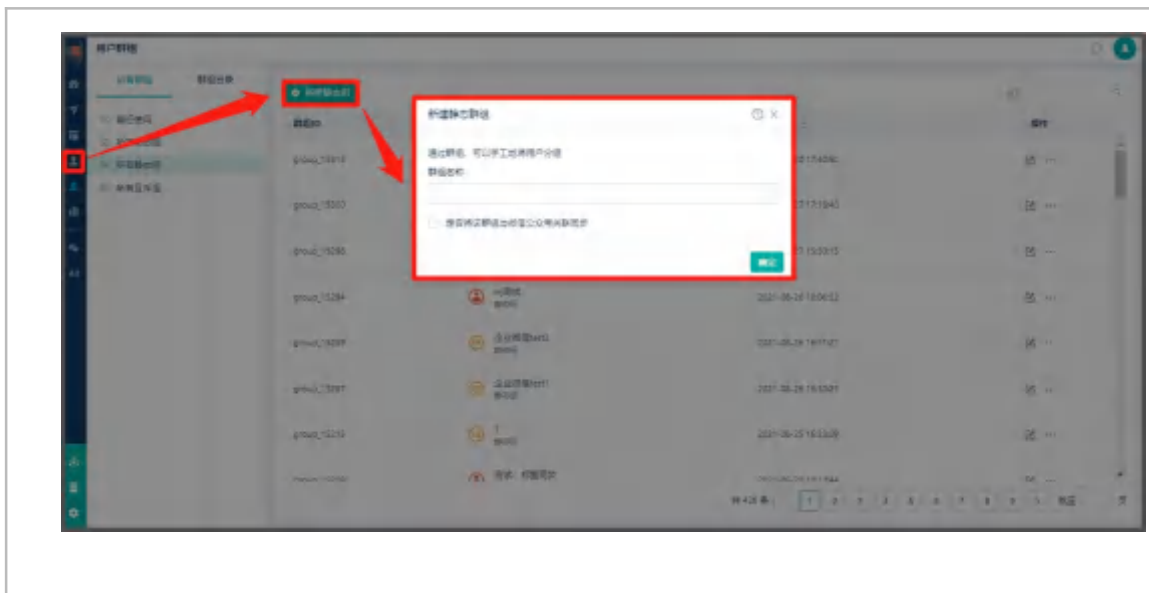
1. **【是否将该群组与微信公众号关联同步】**，一旦选择后，无法取消；
2. **【1】**中的功能如果选择，此标签组同时会在**【微信公众号】**后台创建；
3. 创建**【静态标签组】**的时候，需要此静态标签组与微信公众号关联同步，请勾选此选项，如果系统绑定了多个微信公众号，需要选择合适的微信公众号



1.5.2.3 同步到微信标签

背景描述：在系统中创建了一个与微信公众号关联同步的**【静态标签组 A】**，那么此**【静态标签组 A】**同时存在微信公众号后台，会容易出现以下情况：

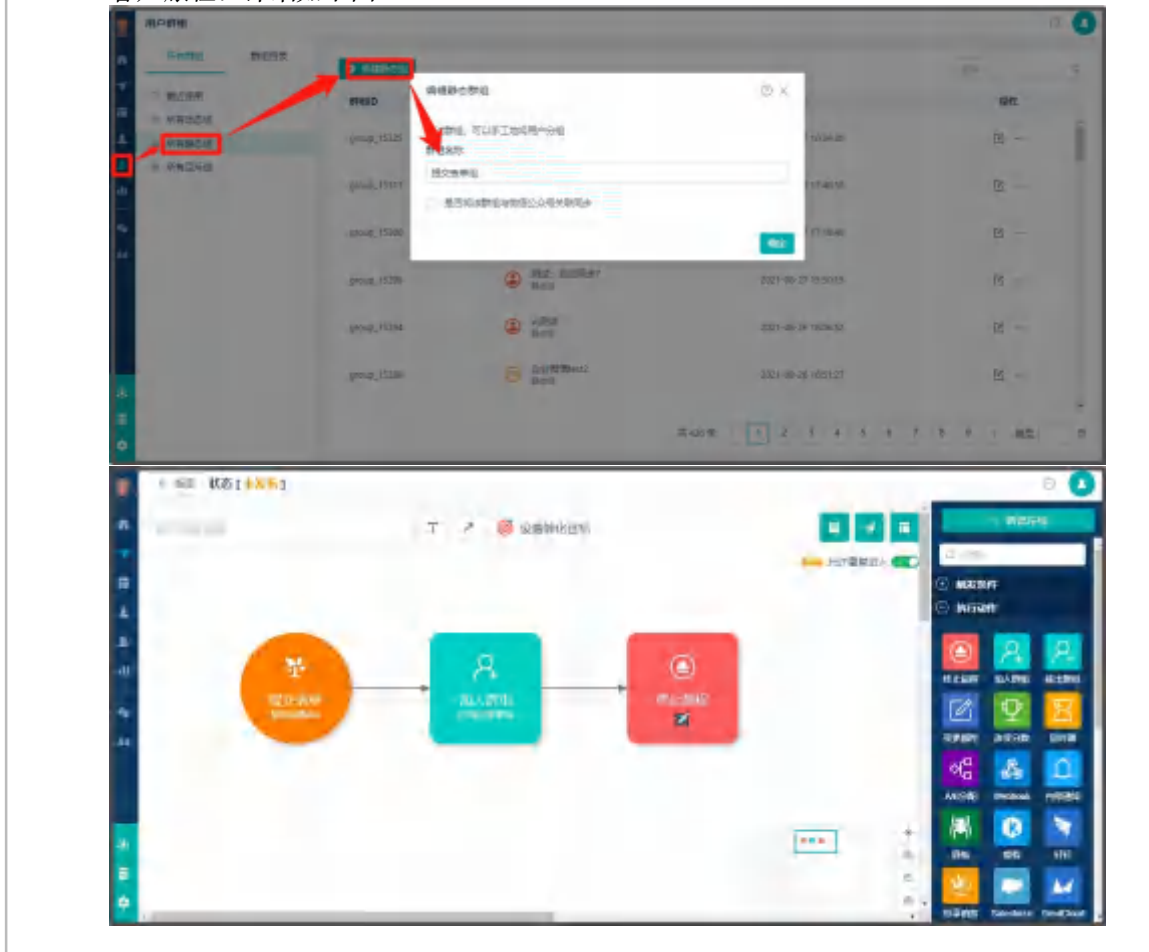
- ——如果**【用户 A】**存在系统中的**【静态标签组 A】**，但是并没有关注微信公众号，那么此**【用户 A】**也不会存在在微信公众号后台；
 - ——如果**【用户 A】**后来关注了微信公众号，但是依然不存在在微信公众号后台
 - ——如果**【用户 A】**关注了微信公众号，但并不在系统中的**【静态标签组 A】**
 - **【1】 & 【2】 & 【3】**导致的结果就是微信公众号后台的**【静态标签组 A】**与系统中的**【静态标签组 A】**的数量不一致。
- **解决办法如下：找到该**【静态标签组 A】**，点击**【同步到微信标签】****



1.5.2.4 静态标签组使用场景

1.5.2.4.1 场景一

- 场景描述：凡是提交过【金数据表单】的人都添加到一个《提交表单组》
- 操作说明：首先创建一个【提交表单组】的静态标签组，然后在客户旅程中创建一个客户旅程，详细如下图：



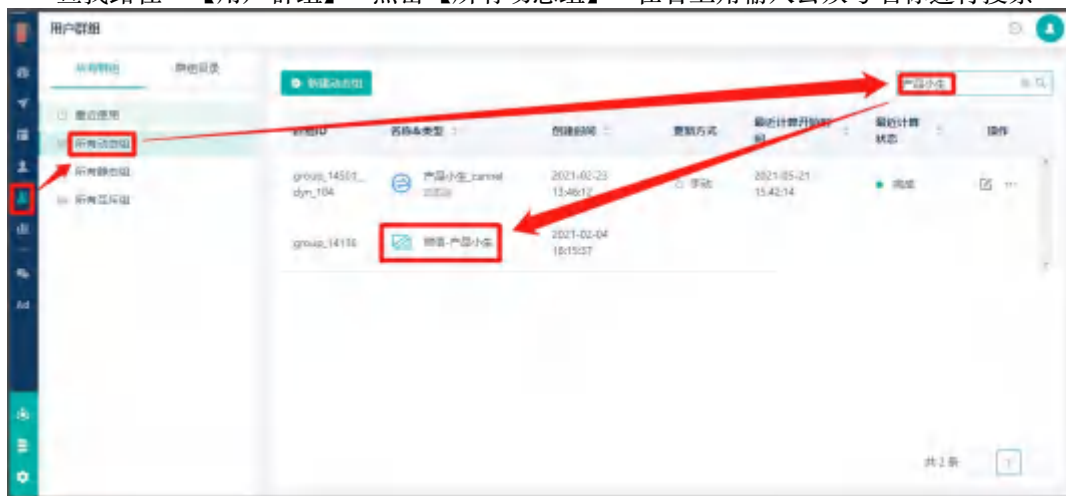
1.5.3 微信公众号粉丝组

- 与系统对接的微信公众号的当前粉丝数叫【微信公众号粉丝组】，也叫【前置标签组】
- 此标签组的粉丝数与微信公众号的粉丝数一致，如果发现粉丝数不一致，可以同步粉丝数

- 路径：【连接管理】> 找到【微信公众号】> 点击【重新获取微信公众号粉丝】

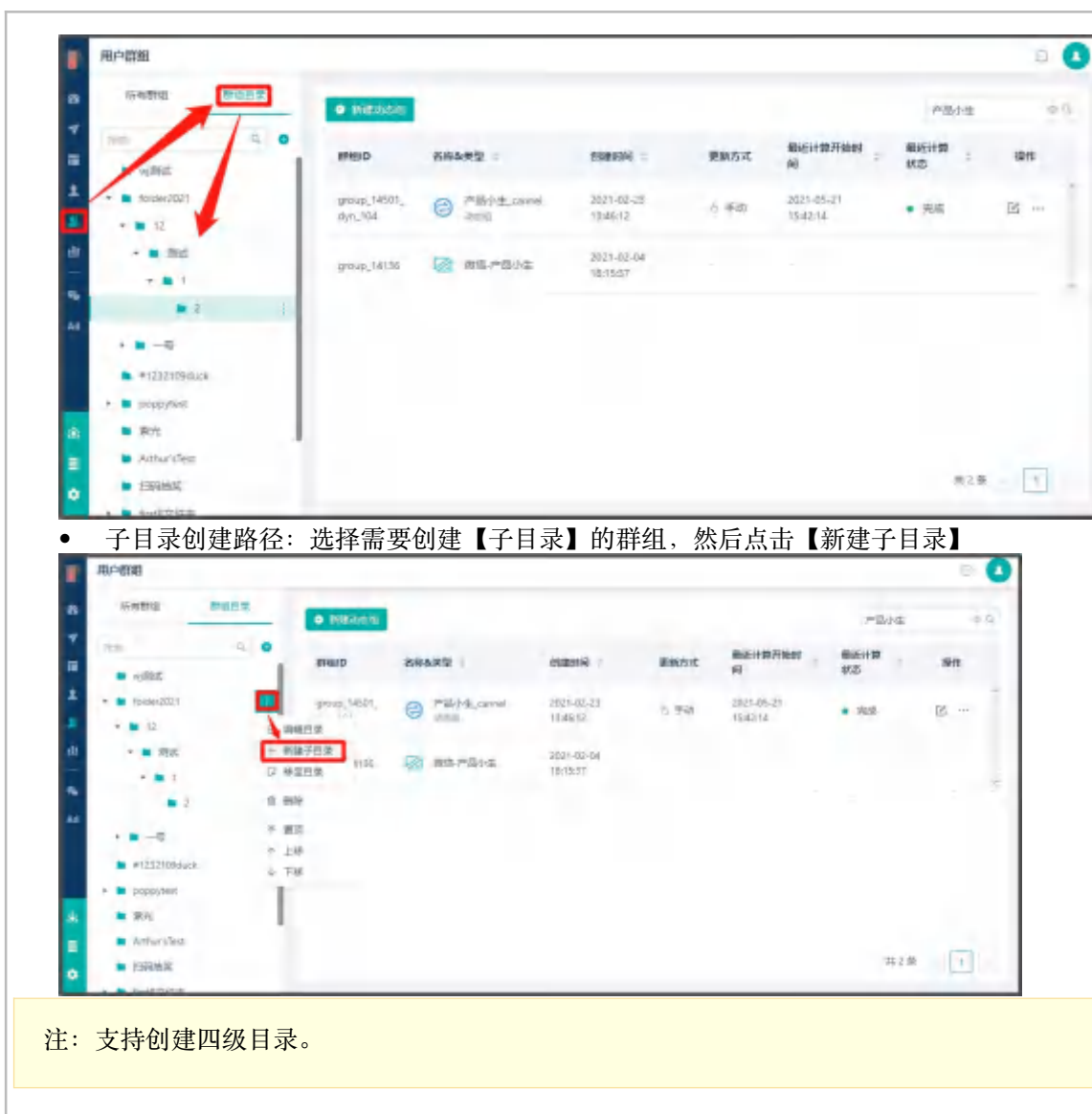


- 查找路径：【用户群组】> 点击【所有动态组】> 在右上角输入公众号名称进行搜索



1.5.4 群组目录

- 创建路径：【用户群组】> 【群组目录】> 点击“+”新建一级目录



1.6 用户标签(beta)

- 什么是用户标签?
- 用户标签管理
 - 自定义分层标签
 - 事件偏好标签
 - 事件指标标签
 - 事件首次/末次标签
 - 自定义 SQL 标签
 - 外部文件标签
 - 情感标签

- [用户在公众号的留言、图文下的留言会带有情感，通过分析这些文本的情感，给用户打上用户对公众号或者某个图文的情感 设置标签规则：](#)
- [查看用户标签报表](#)
 - [选择标签计算时间范围](#)
 - [强制刷新报表](#)
 - [选择查看分组](#)
 - [将报表结果保存为动态组](#)
- [在系统其它功能中使用用户标签](#)

1.6.1 什么是用户标签？

标签是企业通过对用户社会属性、行为偏好、消费等各个维度，通过一些规则计算出来的用户指标，比如，注册用户的城市分层、商品类别偏好、最近一次订单金额等。企业可以通过标签查看用户的分布，挖掘潜在价值。

1.6.2 用户标签管理

创建入口：左边导航栏 > 【用户标签】

- 1、输入用户标签名称。在系统其它功能上使用用户标签时，可通过用户标签名称进行标签的标识
- 2、用户标签 ID。系统中用户标签的唯一标识。全局唯一（大小写敏感），以 tag_ 开头，且命名需是合法的变量名，只包含：大小写字母、数字、下划线；一旦保存，不可编辑
- 3、设置更新频率：根据数据的时效性设置，长期不会改变的标签，例如性别、生日、注册信息等标签可以设置为手动计算、需要定时更新保证标签有效性，例如用户活跃状态、购买情况的标签需要设置为每天凌晨自动更新
- 4、设置标签规则。系统支持自定义分层标签、事件偏好标签、事件指标标签



1.6.2.1 自定义分层标签

如用户活跃城市分层标签、用户会员等级标签等，一个标签最多可设置 20 个分层。
比如一个企业会将自己的用户进行等级划分，需要定期查看每个等级用户数量的变化趋势，同时对不同等级的用户采取不同的运营手段，利用不同的运营策略，提高订单成交金额。可以创建一个名称为【会员等级】的标签，

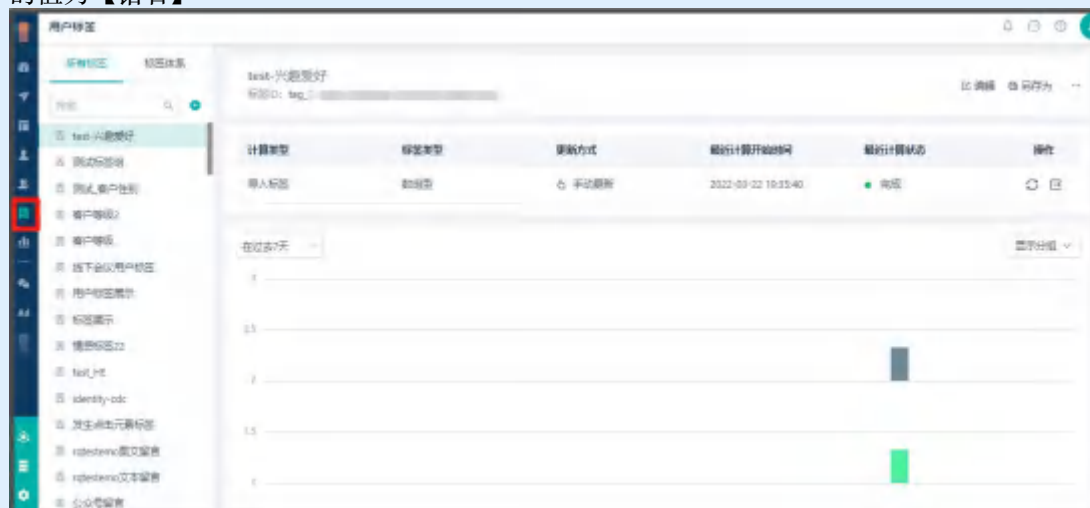
这个标签包含了以下四个分层：普通、黄金、白金、钻石。

- 普通：注册用户，但未发生过购买行为
- 黄金：当月购买过一次的用户
- 白金：当月购买金额大于 100 元，且发生过取消订单金额小于等于 10 元
- 钻石：当月购买金额大于 500 元，且发生过取消订单金额小于等于 50 元

会员等级独立且互斥，在使用分层标签创建规则时，需要仔细考虑分层顺序，如果一个用户同时满足多个分层规则，优先会被标记上顺序靠前的标签，所以为了保证用户被标记到正确的标签，我们会将分层按照以下顺序进行

创建：钻石、白金、黄金、普通。

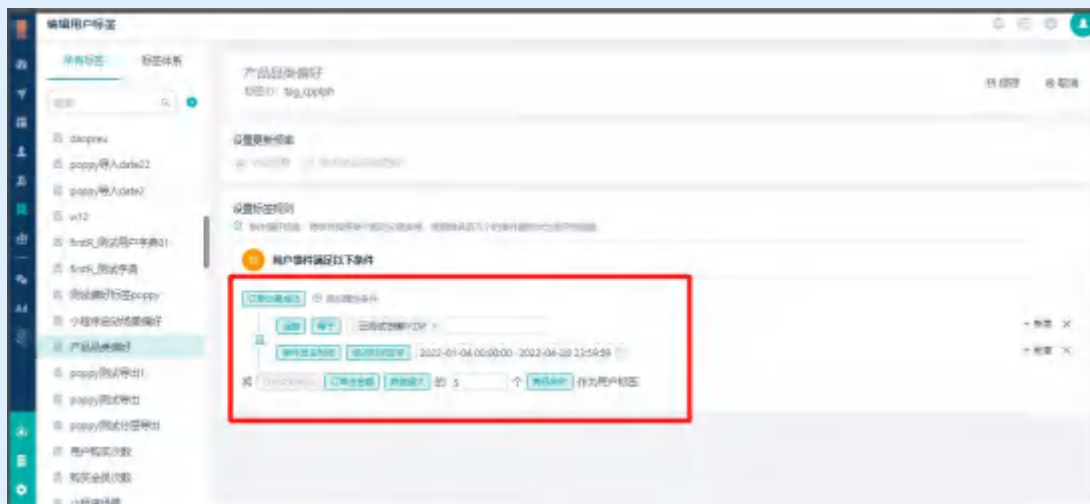
【钻石会员】的配置如下，如果一个用户满足钻石的规则，则这个用户的【会员等级】标签的值为【钻石】



【白金会员】的配置如下，如果一个用户满足白金的规则，则这个用户的【会员等级】标签的值为【白金】



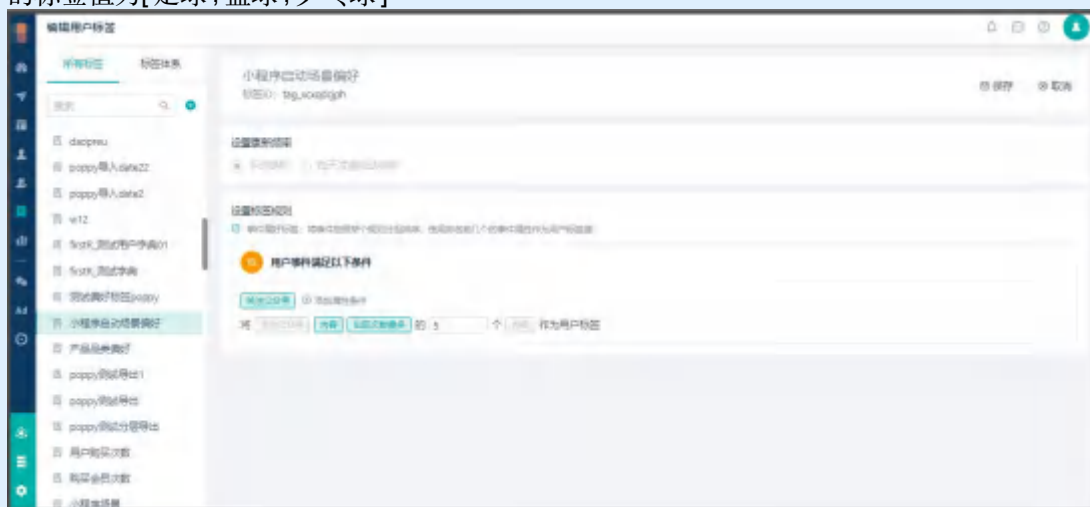
【黄金会员】的配置如下，如果一个用户满足黄金的规则，则这个用户的【会员等级】标签的值为【黄金】



【普通会员】的配置类似上图，可以定义一个普通会员的规则，如果一个用户满足普通的规则，则这个用户的【会员等级】标签的值为【普通】

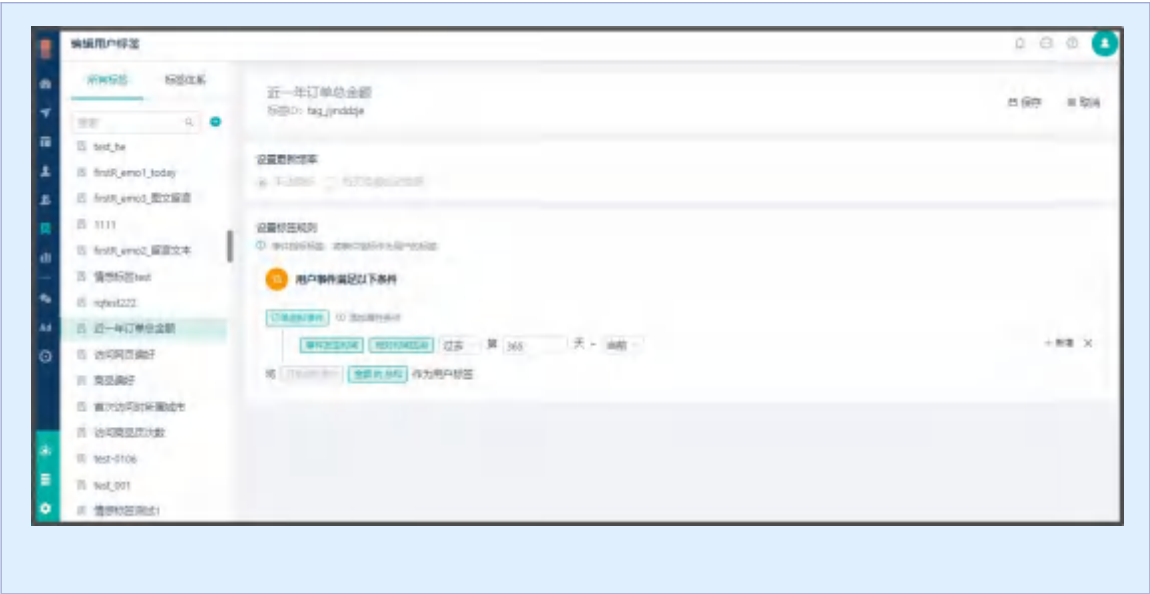
1.6.2.2 事件偏好标签

将事件按照某个规则分组排序，使用排名前几个的事件属性作为用户标签值，比如，想找出用户购买次数最多的 3 商品名称，可进行如下设置，计算出来的用户标签为数组，如用户 1 的标签值为['足球','篮球','乒乓球']



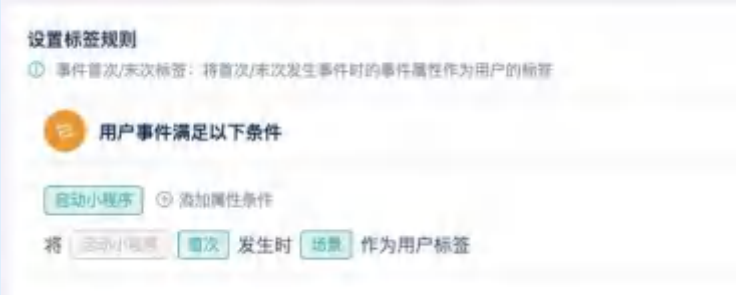
1.6.2.3 事件指标标签

将事件指标作为用户的标签，比如，最近一个月用户的订单总金额可进行如下设置，计算出来的用户标签为数组，如用户 1 的标签值为 356.2



1.6.2.4 事件首次/末次标签

将首次/末次发生事件时的事件属性作为用户的标签，比如用户 A 首次启动小程序时的场景。



1.6.2.5 自定义 SQL 标签

自定义 SQL 标签数据源：
事件表 event_view：事件存储的是所有的系统预置事件、自定义事件数据，表字段包含所有的系统事件属性和自定义事件属性；需要查询的事件及其属性可在事件元数据中查询。一下表格对重点表字段进行说明，

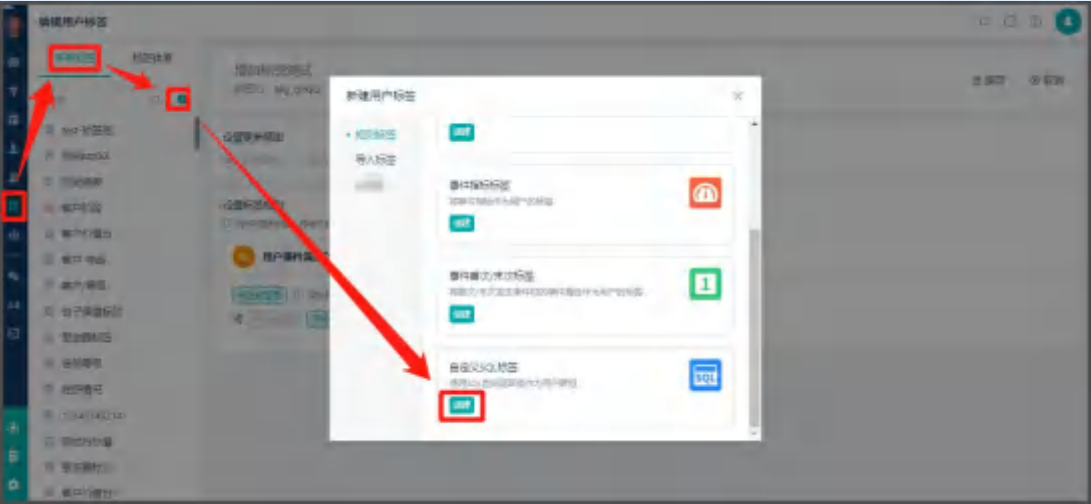
表字段	说明
contact_id	用户在系统中的唯一主键，与用户表的关联字段
event	对应事件元数据的事件编码
event_alias	对应事件元数据的事件 ID
event_date	事件发生时间
event_day	事件发生日期
p_开头的字段	自定义事件属性,因为作为表列名需要和系统属性区分，所以会加上 p_前缀

用户表 contact_view：用户表存储的是所有的用户数据，表字段包含所有的用户系统属性、用户自定义字段、标签组、用户标签。

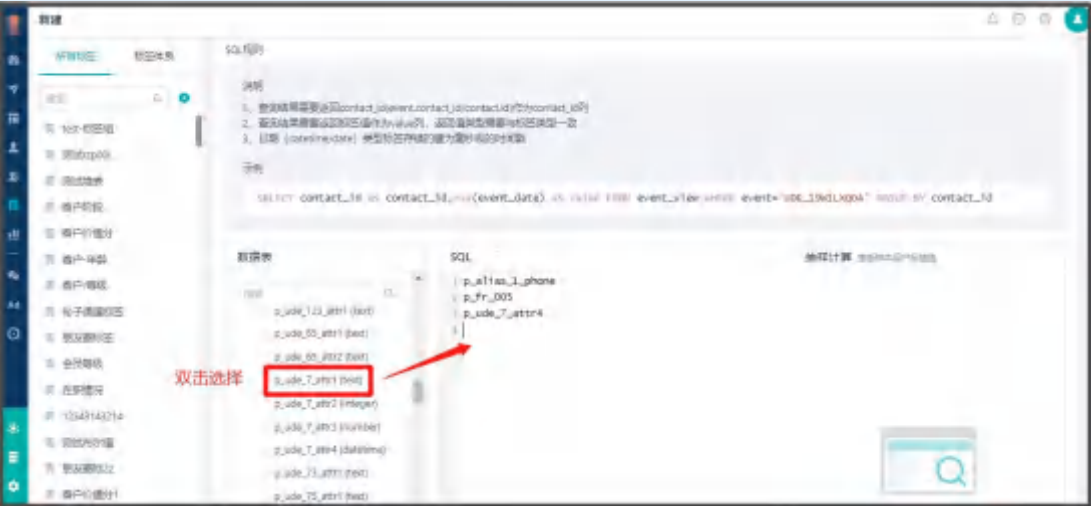
表字段	说明
id	用户在系统中的唯一主键，与事件表的关联字段
group_开头的字段	标签组
tag_开头的字段	用户标签
p_attr 开头的字段	用户自定义字段,因为作为表列名需要和系统属性区分，所以会加上 p_前缀

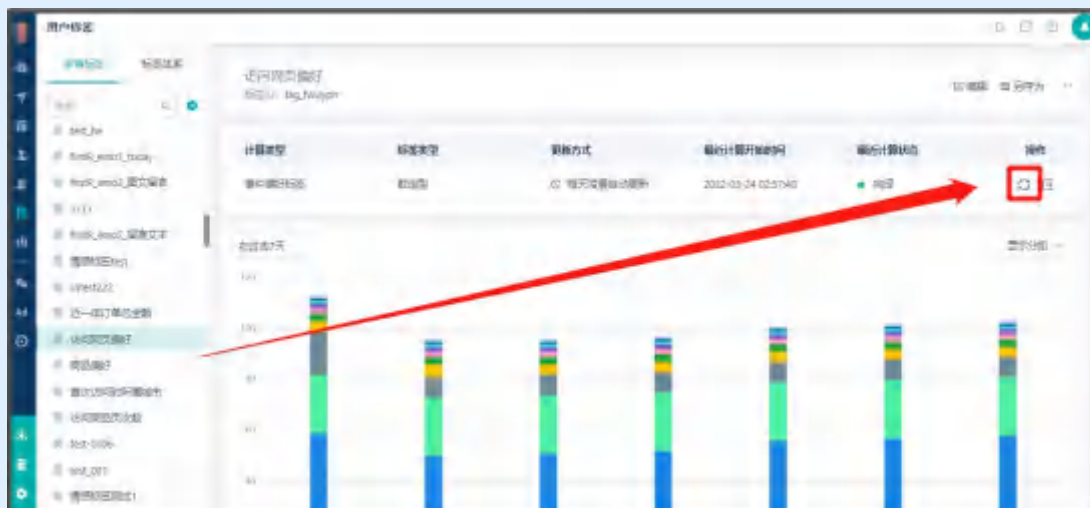
清楚需要查询的表及字段后，需要写 sql 语句，系统会根据保存的 sql 语句进行用户标签的计算，sql 语句需要注意一下三点。

- 1、查询结果需要返回 contact_id(event.contact_id/contact.id)作为 contact_id 列
- 2、查询结果需要返回标签值作为 value 列，返回值类型需要与标签类型一致
- 3、日期（datetime/date）类型标签存储的值为毫秒级的时间戳
- 4、布尔型和数字型数字型是可以混用的，因为布尔型存在 hudi 的是 integer 的类型。如果数据的类型是 date 型的，会把他转为 bigint 型，因此数字型和日期型也是可以混用的。在计算用户标签时需要确定好标签的业务使用场景再确定标签类型
- 5、在子查询里不能用 select *，需要列出用到的字段
- 6、本功能使用 presto 查询引擎，不兼容 Hive 的部分语法和函数。presto 官方支持的函数列表参考：[点击查看](#)



- 5、配置规则确认无误后，点击保存。
- 6、保存后系统不会立即发起计算，需要确保配置规则无误后，手动点击计算按钮，发起计算。





整个计算过程会有以下几个状态：

- 待计算：已经发起计算任务，等待系统计算
- 计算中：系统正在计算当天用户标签，尚未计算结束
- 计算完成：当天用户标签计算完成，并更新到标签日表中，计算完成后，用户标签报表使用新计算的结果展示，但是由于新的计算结果尚未冗余到用户表，所以动态组、报表的计算还是使用上次冗余到用户表的标签结果进行计算。
- 计算失败：计算失败了
- 冗余中：将新计算的用户标签结果冗余到用户表中
- 完成：冗余结束，系统会使用最新的用户标签结果进行动态组、报表的计算
- 失败：冗余失败

编辑

只有在完成、计算失败、失败的状态时，才可以进行编辑

立即计算

手动更新标签结果的方式，只有在待计算、完成、计算失败、失败的状态时，才可以进行立即计算。一天内的重复计算，不会保留每次的计算结果，只保留最近一次的计算结果。

删除

删除标签后，不可再重复使用被删除的标签 ID 创建新的标签。所以请尽量编辑标签而不是删除标签。

1.6.2.6 外部文件标签

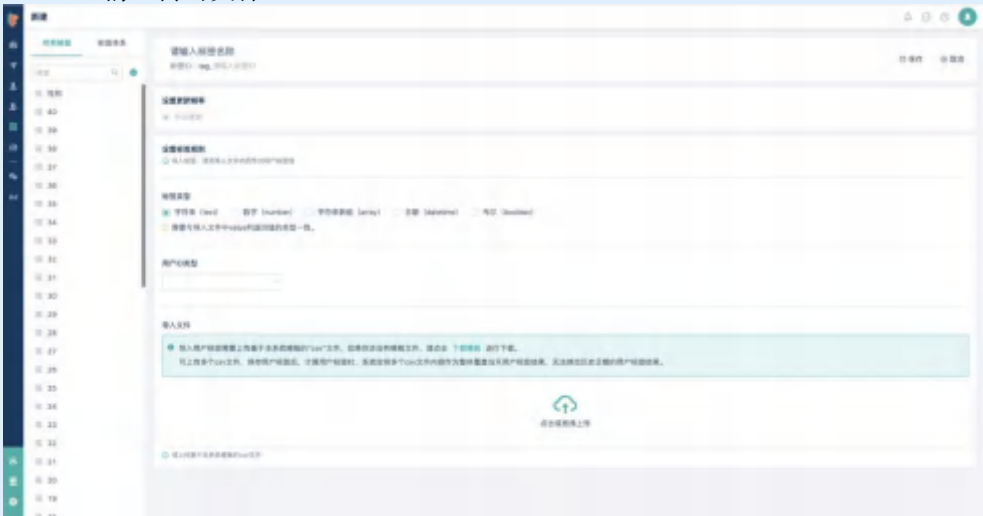
企业如果有自己的基础标签，会将基础标签导入到系统，从而进行人群的圈选后对人群做营销推送。

操作员选择外部文件标签类型创建标签



设置标签规则：

- 更新频率：默认为手动更新，不可修改
- 标签类型：可选字符型、数字、字符串数组、日期、布尔，一旦保存，不可重新修改
- 选择用户 ID 类型：默认为空，保存时需要校验，为空不可保存；可选用户 ID 类型参见（参见[用户识别](#)）
- 上传文件：可上传多个文件，也可手动删除导入的文件，保存后，重新编辑时，展示之前上传的文件



如果导入的是字符串数组类型的标签，使用 Excel 编辑上传文件时，value 的格式为 足球,篮球,乒乓球，如果是使用文本编辑器编辑上传文件，value 的格式为"足球,篮球,乒乓球"

用户 ID	value	说明
123	"足球,篮球,乒乓球"	文本编辑器编辑
123	足球,篮球,乒乓球	Excel 编辑器编辑，因为 Excel 编辑后会自动在文本上添加引号，所以无需再加上引号

1.6.2.7 情感标签

用户在公众号的留言、图文下的留言会带有情感，通过分析这些文本的情感，给用户打上用户对公众号或者某个图文的情感 设置标签规则：

- 更新频率：默认为手动更新，不可修改
- 选择待分析事件和属性：只支持“留言文本”和“微信图文留言”这两个事件的留言内容进行分析

编辑

只有在完成、计算失败、失败的状态时，才可以进行编辑

计算

保存后系统不会立即发起计算，需要确保配置规则无误后，手动点击计算按钮，发起计算。



整个计算过程会有以下几个状态：

- 待计算：已经发起计算任务，等待系统计算
- 计算中：系统正在计算当天用户标签，尚未计算结束
- 计算完成：当天用户标签计算完成，并更新到标签日表中，计算完成后，用户标签报表使用新计算的结果展示，但是由于新的计算结果尚未冗余到用户表，所以动态组、报表的计算还是使用上次冗余到用户表的标签结果进行计算。
- 计算失败：计算失败了
- 冗余中：将新计算的用户标签结果冗余到用户表中
- 完成：冗余结束，系统会使用最新的用户标签结果进行动态组、报表的计算
- 失败：冗余失败

手动更新标签结果的方式，只有在待计算、完成、计算失败、失败的状态时，才可以进行立即计算。一天内的重复计算，不会保留每次的计算结果，只保留最近一次的计算结果。

删除

删除标签后，不可再重复使用被删除的标签 ID 创建新的标签。所以请尽量编辑标签而不是删除标签。

1.6.3 查看用户标签报表

系统默认展示最近 7 天的标签用户数，使用标签值作为维度查看每天不同标签值的用户分布。



一天内的重复计算，不会保留每次的计算结果，只保留最近一次的计算结果。所以如果在6月12日发生了多次计算，报表中6月12日的数据只展示当天最后一次计算的结果。

1.6.3.1 选择标签计算时间范围

如果是首次计算，计算完成后，在过去7天并没有历史数据，所以报表会展示暂无数据，需要手动切换到“今日”进行今日数据的查看：



1.6.3.2 强制刷新报表

如果当天重复计算标签，希望查看最新的计算结果报表，需要点击强制刷新按钮进行报表刷新



1.6.3.3 选择查看分组

系统会返回 top100 个分组的用户数



报表中支持查看最近 50 次的计算结果（一天内多次计算只保留最后一次计算结果），如果超过 50 个，会在第二天凌晨对超出限制的历史版本进行删除，保留最新的 50 次计算结果。

1.6.3.4 将报表结果保存为动态组

如果想对 6 月 10 日计算出的白金用户进行微信群发，可点击表格中当天该分组的数字，选择新建动态组。动态组计算完成之后，可在微信营销中选择此动态组进行群发。



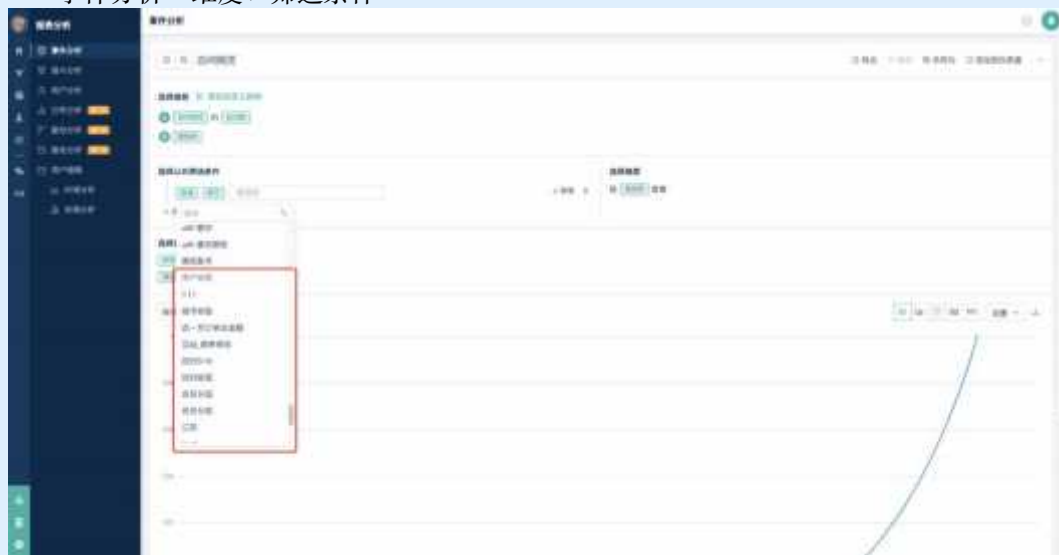
1.6.4 在系统其它功能中使用用户标签

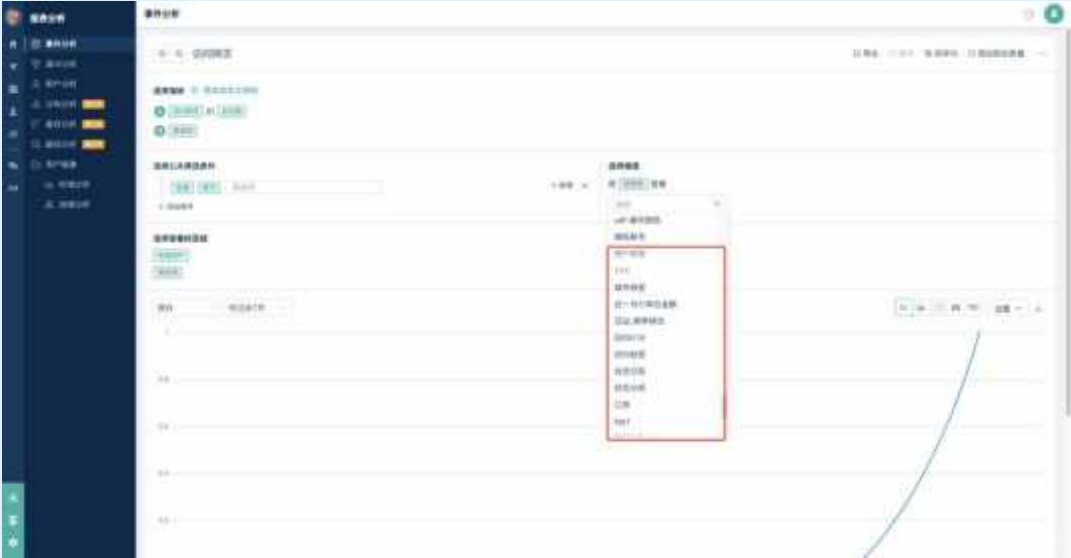
客户旅程：不支持

动态组：支持作为用户属性筛选条件

报表分析：

- 事件分析：维度、筛选条件





- 用户分析：维度、筛选条件
- 漏斗分析：筛选条件
- 分布分析：筛选条件
- 路径分析：筛选条件
- 留存分析：筛选条件
- 归因分析：筛选条件

注意：如果一天内多次修改标签规则计算新的结果，需要在使用此标签的报表上强制刷新才能使用最近计算结果查询报表指标

1.7 报表分析

1.7.1 报表分析限制说明

	用户分析	事件分析	漏斗分析	分布分析	留存分析	路径分析
UI 限制--维度分组数	1000	100	100	1000	/	/
后台导出限制--维度分组数	4000	4000	400	4000	/	/
UI 限制--事件数据时间范围	不限	不限	不限	不限	不限	不限

1.7.1.1 事件分析

1.7.1.2 分布分析(beta)

1.7.1.3 归因分析(beta)

1.7.1.4 新建临时群组

1.7.1.5 漏斗报表

1.7.1.6 用户分析

1.7.1.7 用户画像

1.7.1.8 留存分析(beta)

1.7.1.9 路径分析(beta)

1.7.2 事件分析

- [事件分析概述](#)
- [事件分析报表相关名词解释](#)
- [如何创建事件分析报表](#)
- [如何删除事件分析报表](#)
- [事件报表如何添加到仪表盘](#)
- [事件分析支持图表](#)

1.7.2.1 什么是事件分析

——[系统](#)记录用户的事件信息，如用户注册、浏览产品详情页、成功投资、提现等，通过对这些事件分析，研究与事件发生关联的所有因素，进而挖掘用户行为事件背后的原因、交互影响等。

——简单说就是通过[系统](#)创建一个关于事件的相关报表

——创建路径：【报表分析】> 【事件分析】> 点击右上角的

【事件】是追踪或记录的用户行为或业务过程。

举例来说，一个电商产品可能包含如下事件：用户注册、浏览商品、添加购物车、支付订单等。

【事件分析】是指基于事件的指标统计、属性分组、条件筛选等功能的查询分析。

可以做到很多全面的分析，以下为简单的一些分析示例：

1. 示例 1：需要了解这一个月，关注公众号的总人数，取关人数
2. 示例 2：需要了解过去半年，访问网页（电商网页）的总人数，支付金额在哪个额度之间且支付成功的人数
3. 示例 3：需要筛选出过去一个星期，来自上海的有多少人提交过金数据表单.....

详细可以查看更多关于报表分析的示例展示。

1.7.2.2 事件分析报表相关名词解释

- [常规指标](#)
- [添加自定义指标（搭配预定义指标实现分析场景）](#)

1.7.2.2.1 常规指标

在第一个下拉框中选择事件，在第二个下拉框中选择要分析的指标，可以添加多个指标。
对于所有事件，都可以分析如下指标：

1. **总次数**：在选定时间范围内，该事件触发的次数。
2. **触发用户数**：在选定时间范围内，触发该事件的独立用户数。
3. **人均次数**：在选定时间范围内，独立用户触发该事件的平均次数。

对于所有类型的属性，都可以将如下值作为分析指标：

1. **去重数**：在选定时间范围内，该属性出现的独立去重个数。

对于有数值型属性的事件，还可以将数值型属性作为分析指标：

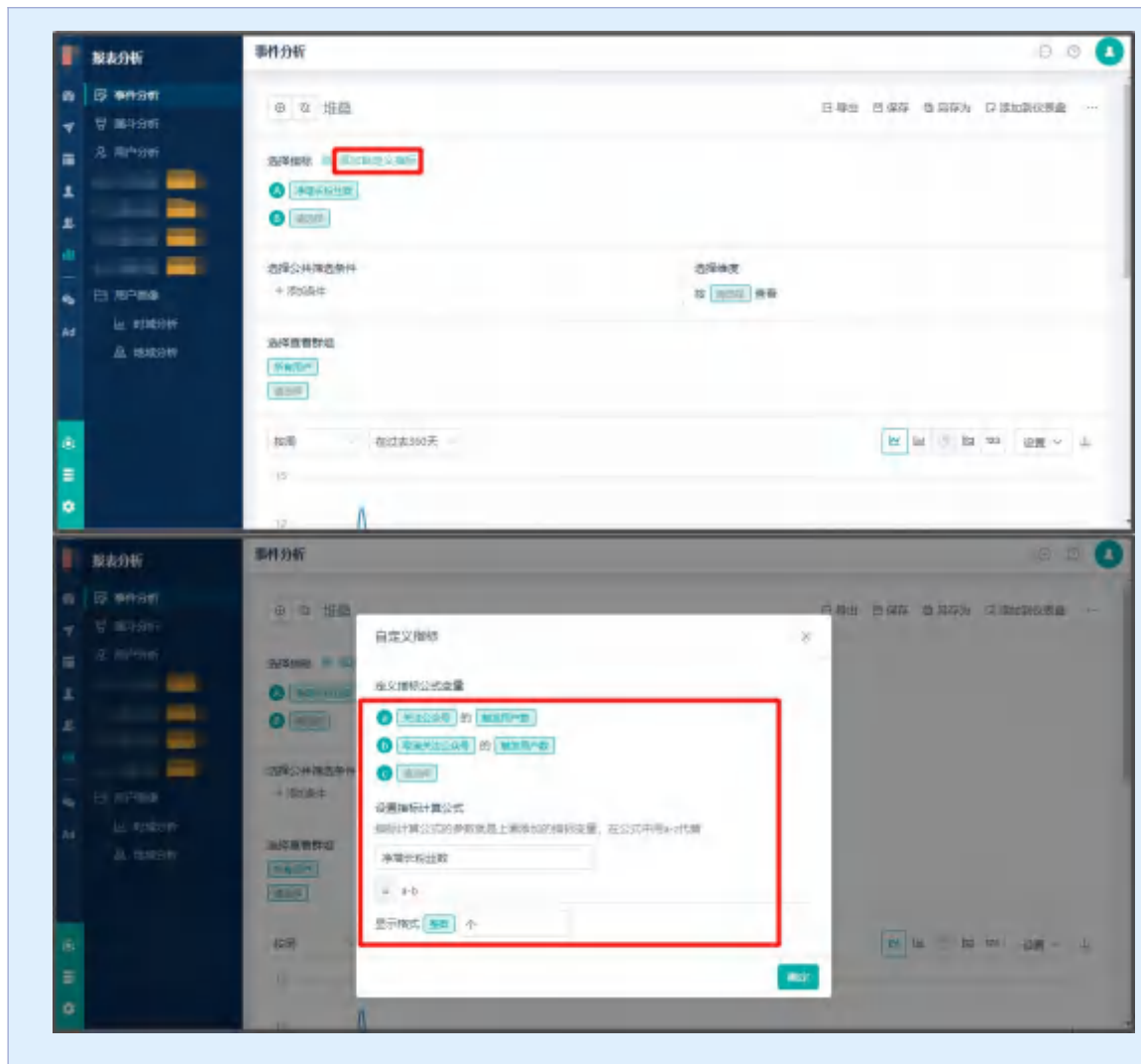
1. **总和**：在选定时间范围内，该属性的取值求和。
2. **均值**：在选定时间范围内，该属性取值的算术平均值。
3. **最大值**：在选定时间范围内，该属性取值的最大值。
4. **最小值**：在选定时间范围内，该属性取值的最小值。



1.7.2.2.2 添加自定义指标（搭配预定义指标实现分析场景）

对于某些特殊的分析场景，需要使用自定义指标来实现计算，**如下场景**：

1. 上周关注公众号的净增长人数，首选需要知道上周总共新增关注的粉丝数，以及相关的粉丝总数
2. 净增长粉丝=新增粉丝总数- 取关的粉丝总数

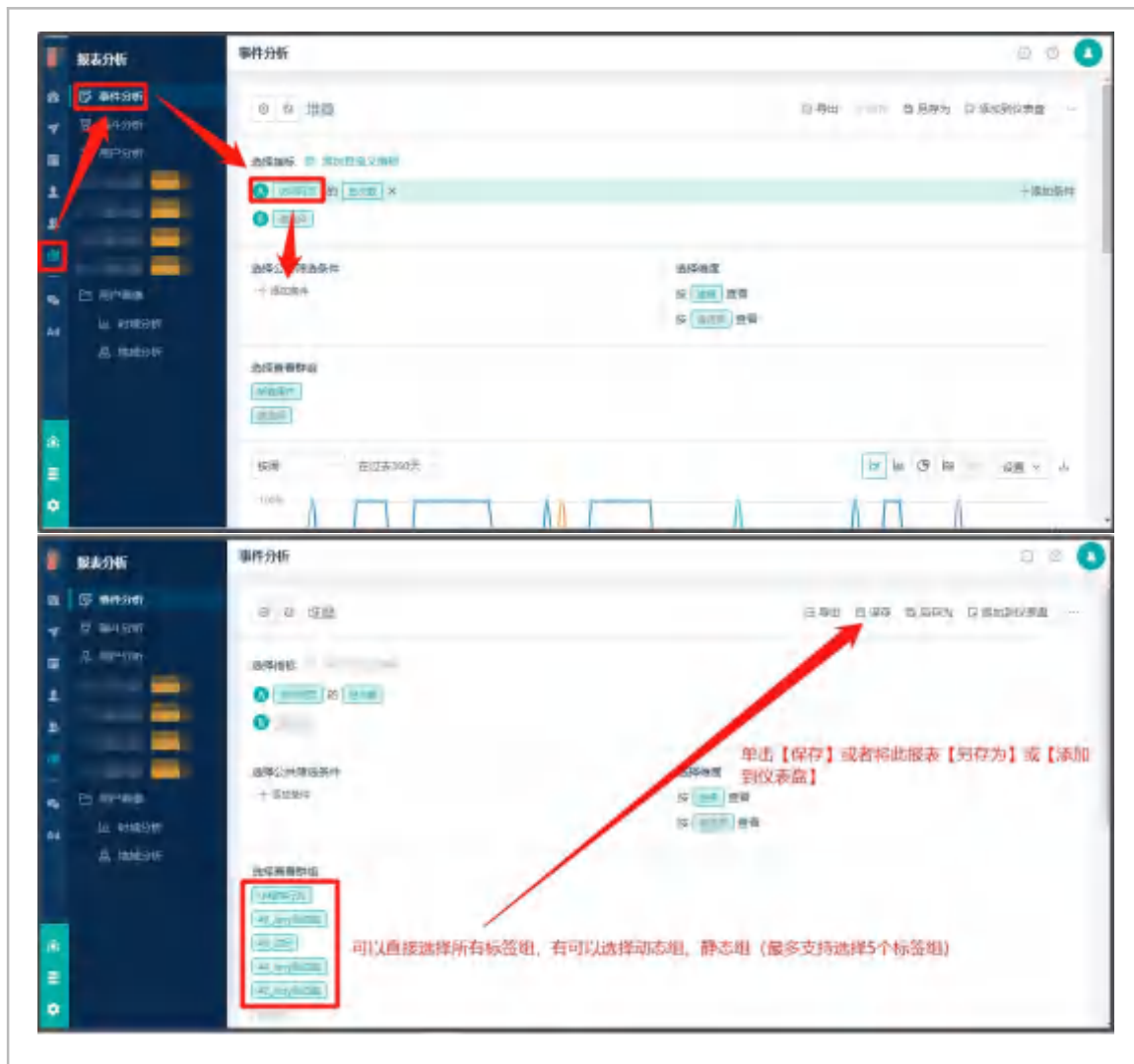


1.7.2.3 如何创建事件分析报表

创建路径：【报表分析】>【事件分析】> 选择指标、公共筛选条件等

注：

1. 更多关于事件分析报表的信息可以点击查看 [《事件分析相关名词解释》](#)；
2. 事件分析报表如果达到上限，可以联系商务协助调整；

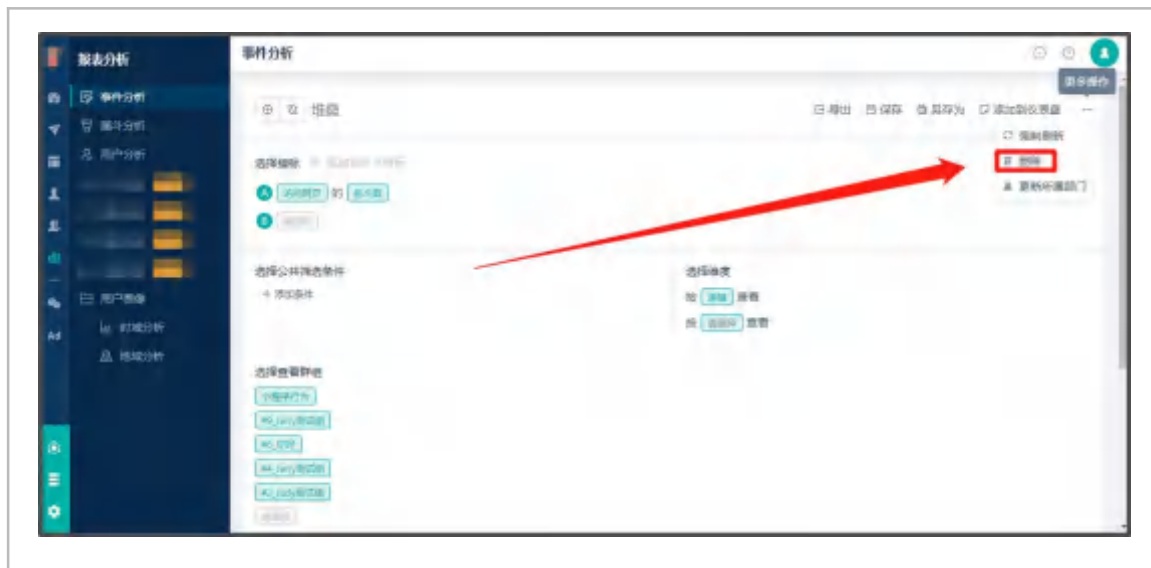


1.7.2.4 如何删除事件分析报表

更多可以点击查看 [《事件分析相关》](#)

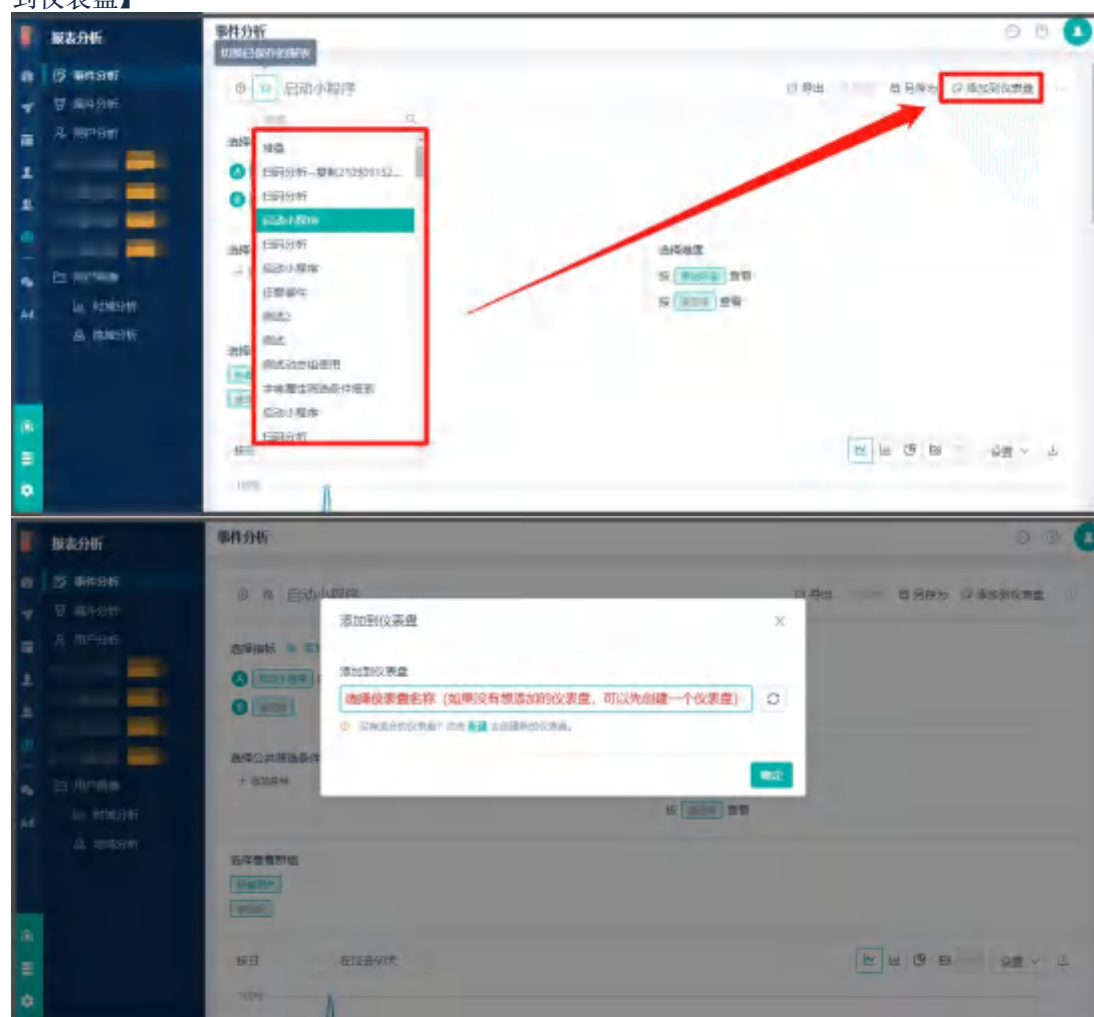
删除路径：【报表分析】>【事件分析】> 选择需要删除的报表 > 点击右上角的“删除”





1.7.2.5 事件报表如何添加到仪表盘

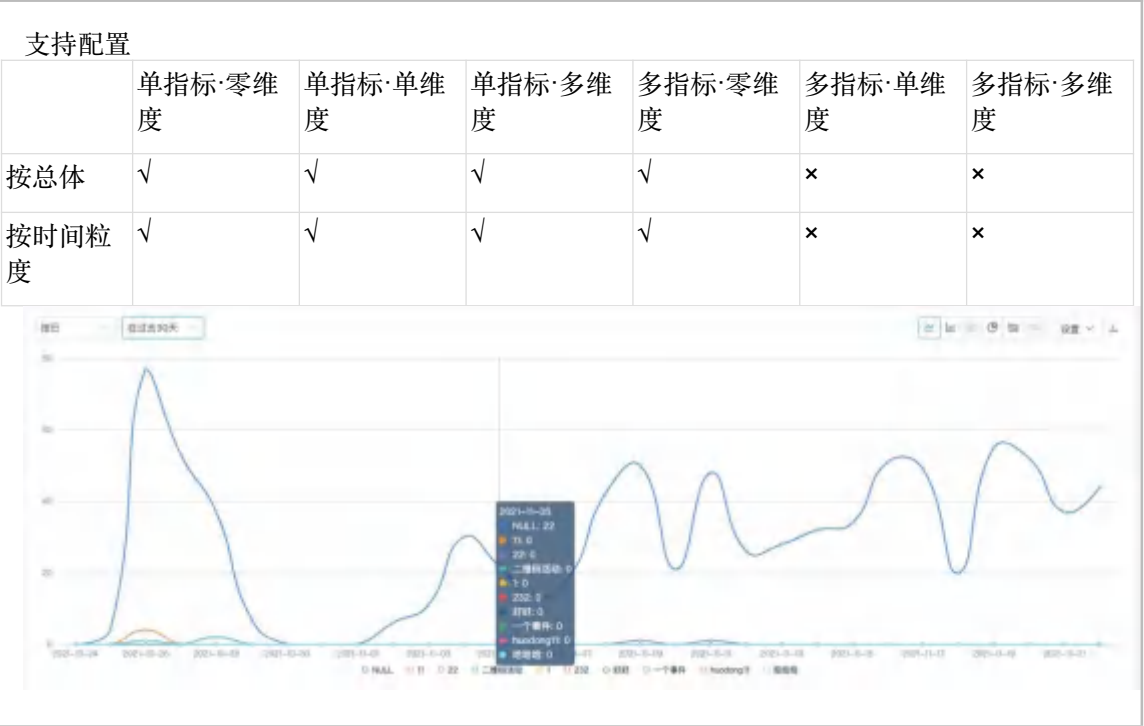
添加路径：【报表分析】>【事件分析】> 选择需要需要添加到仪表盘的报表 > 点击【添加到仪表盘】



1.7.2.6 事件分析支持图表

- 折线图
- 时间柱状图
- 堆叠柱状图
- 饼图
- 堆叠面积图
- 数字
- 表格

1.7.2.6.1 折线图



1.7.2.6.2 时间柱状图





1.7.2.6.3 堆叠柱状图

支持配置						
	单指标·零维度	单指标·单维度	单指标·多维度	多指标·零维度	多指标·单维度	多指标·多维度
按总体	√	√	√	×	×	×
按时间粒度	×	×	×	×	×	×

操作员选择维度

- 一个维度：维度作为堆叠维度
- 两个维度及以上：最后一个维度作为堆叠维度
- 图表和表格对堆叠维度固定展示 top12+其他分组，不支持自定义勾选分组
- 图表和表格对横坐标维度的展示与设置不变（在分组设置中设置），支持自定义勾选分组



1.7.2.6.4 饼图

	单指标·零维度	单指标·单维度	单指标·多维度	多指标·零维度	多指标·单维度	多指标·多维度
按总体	√	√	√	×	×	×
按时间粒度	×	×	×	×	×	×



1.7.2.6.5 堆叠面积图

	单指标·零维度	单指标·单维度	单指标·多维度	多指标·零维度	多指标·单维度	多指标·多维度
按总体	√	√	√	√	×	×
按时间粒度	√	√	√	√	×	×



1.7.2.6.6 数字

	单指标·零维度	单指标·单维度	单指标·多维度	多指标·零维度	多指标·单维度	多指标·多维度
按总体	√	√	√	×	×	×
按时间粒度	×	×	×	×	×	×

选择指标 选择公共筛选条件 选择数据源

选择公共筛选条件 选择数据源

选择数据源

882

1.7.2.6.7 表格

	单指标·零维度	单指标·单维度	单指标·多维度	多指标·零维度	多指标·单维度	多指标·多维度
按总体	√	√	√	√	√	√
按时间粒度	√	√	√	√	√	√

初始日期			日期范围								导出
事件/编辑活动	指标	总计	2021-10-24	2021-10-25	2021-10-26	2021-10-27	2021-10-28	2021-10-29	2021-10-30	2021	
创建线索 NULL	任意事件的总次数	542	0	0	0	0	1	0	0	0	
员工添加客户 ...	任意事件的总次数	102	0	2	10	16	12	6	0	0	
触发客户旅程 ...	任意事件的总次数	66	0	0	11	11	10	2	0	0	
客户删除员工 ...	任意事件的总次数	42	0	1	3	10	4	0	0	0	
创建订单 NULL	任意事件的总次数	11	0	0	11	0	0	0	0	0	
管理订单号 NULL	任意事件的总次数	10	0	0	1	0	1	0	0	0	
发送文本 NULL	任意事件的总次数	5	0	0	5	0	0	0	0	0	
取消关注公众号 ...	任意事件的总次数	8	0	0	4	0	0	0	0	0	
添加页面 NULL	任意事件的总次数	7	0	0	8	1	0	0	0	0	
点击元素 NULL	任意事件的总次数	7	0	0	8	1	0	0	0	0	
登录成功 NULL	任意事件的总次数	6	0	0	6	0	0	0	0	0	
发送短信/短信验证码 ...	任意事件的总次数	5	0	0	0	0	4	1	0	0	
其他分类	任意事件的总次数	63	0	1	24	16	7	0	0	0	

1.7.3 漏斗报表

- [漏斗分析概述](#)
- [如何创建漏斗报表](#)
- [如何编辑&删除漏斗报表](#)
- [漏斗报表相关示例](#)

1.7.3.1 漏斗分析概述

- [什么是【漏斗分析】报表](#)
- [漏斗分析概述](#)

1.7.3.1.1 什么是【漏斗分析】报表

如果【漏斗分析】报表提示数量已达上限，可直接点击系统左下方的【在线客服】咨询。

——【漏斗分析】是追踪客户做出最终决定之前所经历的步骤。

漏斗分析帮助企业了解在最终决定前的每一步中应该怎么帮助他的客户。

在漏斗分析中，主要包含以下的概念：

- **步骤**：指【漏斗分析】中的每一步，其业务含义是客户做出决策之前所要经历的过程步骤，在系统系统中，每个漏斗最多支持八个步骤。
- **事件**：指企业引导客户完成每一个步骤所要进行的行为。
- **窗口期**：也被称为转化周期，是指一个客户完成【漏斗分析】中的所有步骤所需要的时间。假设一个漏斗中包含了 A、B、C、D、E 五个步骤，选择的时间范围是 2015 年 1 月 1 日到 2015 年 1 月 9 日，窗口期是 7 天，那么，如果用户在 2015 年 1 月 1 日到 2015 年 1 月 9 日触发了步骤 A，并且在步骤 A 发生的 7 天内，按顺序依次触发了 B、C、D、E，则视作该用户完成了一次成功的漏斗转化。窗口期最大可选择 30 天（720 小时）
- **小时窗口期数据例子**
同一个用户 A，事件 1 发生时间为 1 日 9 点，事件 2 发生时间为 2 日 10 点。
如果窗口期为 1 天，则用户 A 计入漏斗转化。

如果漏斗期为 24 小时，则用户 A 不计入漏斗转化。

- **限制窗口期在时间区间内数据例子**

用户 A，事件 1 发生时间为 1 日，事件 2 发生时间为 7 日。

用户 B，事件 1 发生时间为 1 日，事件 2 发生时间为 8 日。

如果时间筛选选 1-7 日，窗口期为 7 天，在之前的情况下，用户 A、B 都计入漏斗转化。

在选中“限制窗口期在时间区间内”后，用户 B 不再满足，不会被计入。

- **时间区间：**指【漏斗分析】中第一个步骤发生的时间。
- **转化率：**有两种转化率，一种是两个步骤之间的转化率，一种是整个漏斗的转化率。
两个步骤之间的转化率=进入第二步的人数/进入第一步的人数，整个漏斗的转化率=所有步骤转化率之积。

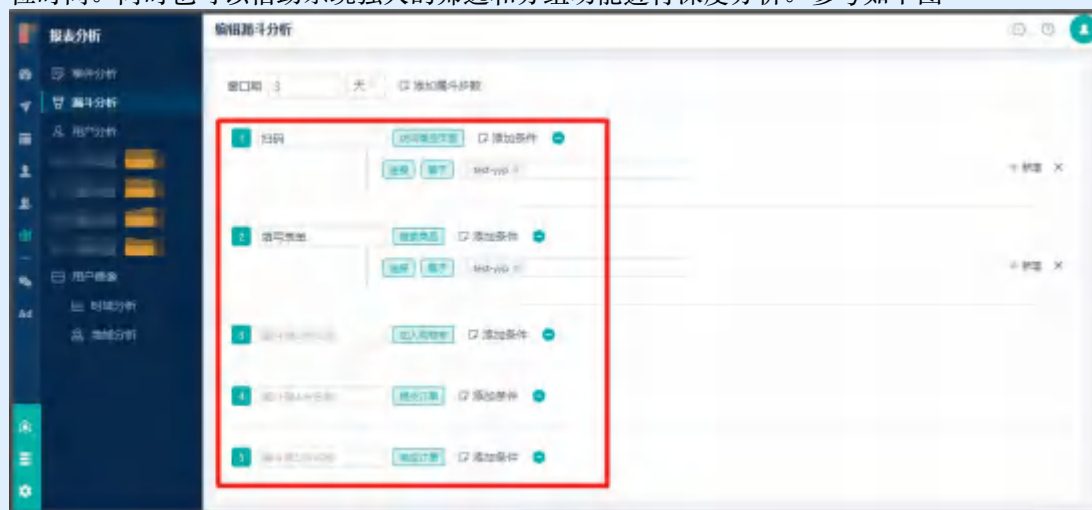
1.7.3.1.2 漏斗分析概述

漏斗模型主要用于分析一个多步骤过程中每一步的转化与流失情况。

举例来说，用户购买商品的完整流程可能包含以下步骤：

1. 访问商品网页
2. 搜索商品
3. 加入购物车
4. 提交订单
5. 完成订单

可以将如上流程设置为一个漏斗，分析整体的转化情况，以及每一步具体的转化率和转化中位时间。同时也可以借助系统强大的筛选和分组功能进行深度分析。参考如下图：



1.7.3.2 如何创建漏斗报表

- [漏斗窗口期](#)
- [创建漏斗报表](#)

1.7.3.2.1 漏斗窗口期

窗口期：用户完成漏斗的时间限制，即只有在这个时间范围内，用户从第一个步骤，行进到

最后一个步骤，才能被视为一次成功的转化。

如:从浏览网页 — 加入购物车 — 提交订单 — 完成支付，这个过程预估会在 2 天内完成支付，那么窗口期为 2 天（也就是客户成功转化需要 2 天），此为转化率！

注：

1. 目前窗口期最大时间为 30 天（含 30 天）！
2. 漏斗步数默认最少为 2 个步数，无法删除！（如下图）
3. 漏斗步骤最多创建八个

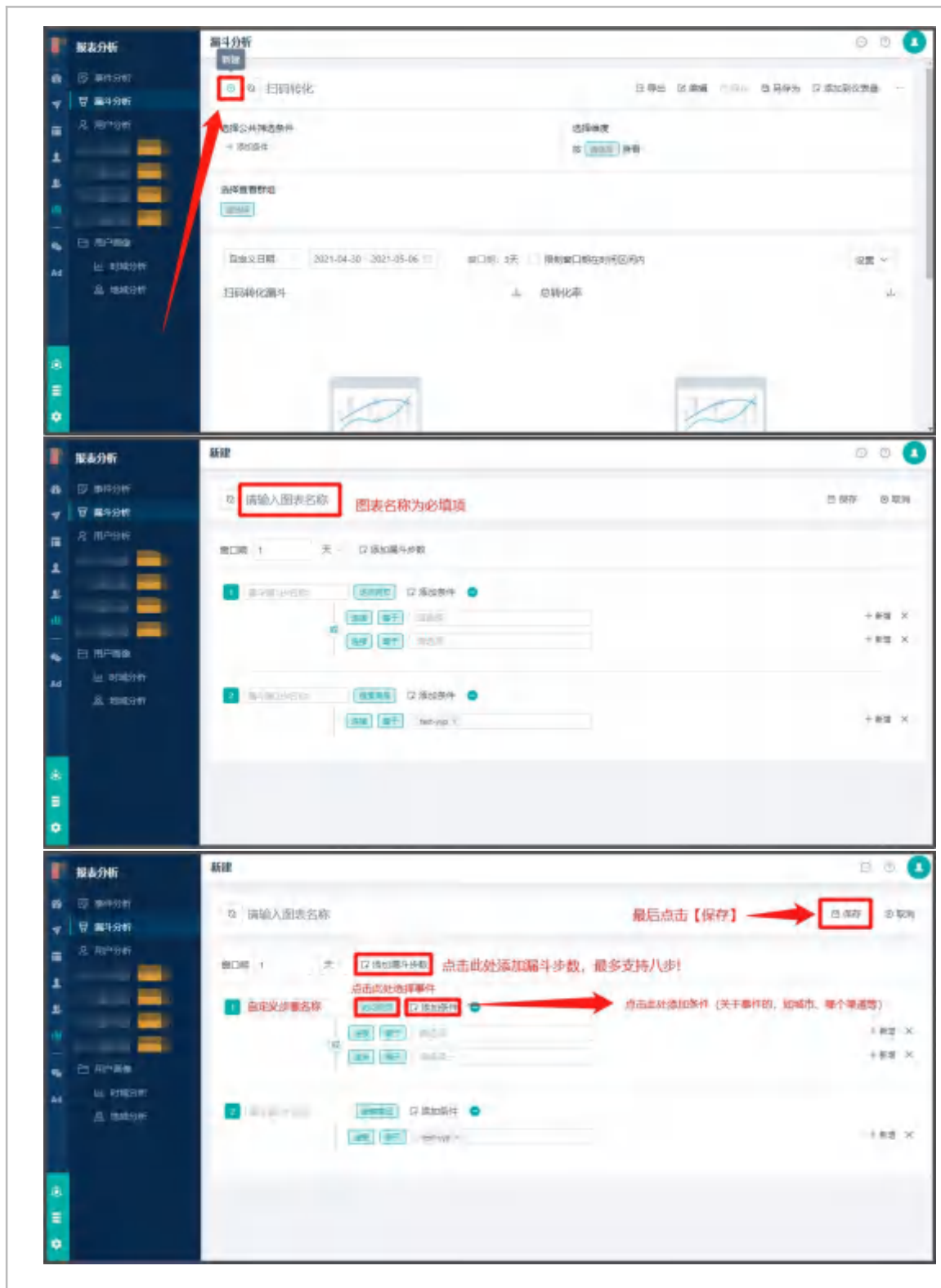


1.7.3.2.2 创建漏斗报表

创建路径：【报表分析】>【漏斗分析】> 点击“”> 点击“”

注：

1. 以上路径进去后，会默认为 2 个漏斗步数，如需新增，可以直接点击【添加漏斗步数】；一个漏斗中至少包含 2 个步骤，每个步骤对应一个事件（可附带一个或多个筛选条件）。
2. 漏斗名称（图表名称）为必填项
3. 由一个 元事件/虚拟事件 加一个或者多个筛选条件组成，表示一个转化流程中的一个关键性的步骤。

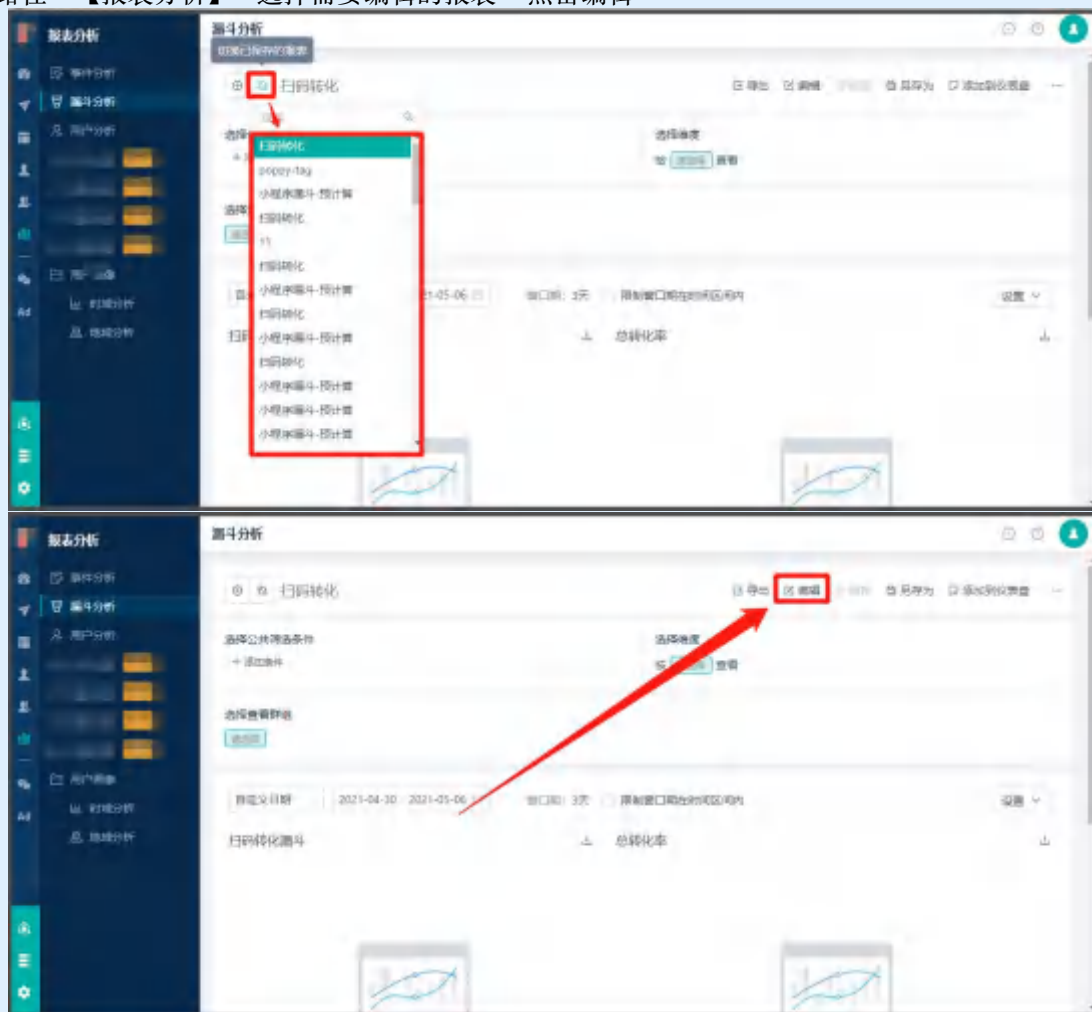


1.7.3.3 如何编辑&删除漏斗报表

- [编辑漏斗报表](#)
- [删除漏斗报表](#)

1.7.3.3.1 编辑漏斗报表

路径：【报表分析】> 选择需要编辑的报表 > 点击编辑



1.7.3.3.2 删除漏斗报表

查找路径同上，然后点击右上方的【更多操作】后点击【删除】



1.7.3.4 漏斗报表相关示例

示例一：微信公众号转化分析漏斗，从关注公众号——成功留言为转化率，如下图：



1.7.4 用户分析

1.7.4.1 什么是用户分析？

按照不同的属性来统计用户数等指标的占比。例如，统计不同城市的用户占比。

1.7.4.2 主要概念解释

1.7.4.2.1 指标

——指标是指要分析什么数据，分成两大类：用户数和属性的指标。

1.7.4.2.1.1 用户分析的指标

- 对任何属性，都有一个指标
- 即去重数：在选定时间范围内，该属性出现的独立去重个数**对于数字型属性，可以有如下的指标总和：**
 - 在选定时间范围内，该属性的取值求和**均值；**
 - 在选定时间范围内，该属性取值的算术平均值**最大值；**
 - 在选定时间范围内，该属性取值的最大值**最小值；**
 - 在选定时间范围内，该属性取值的最小值。

1.7.4.2.1.2 公共筛选条件

满足设置的筛选条件的数据才会进入统计，包括：

- 联系人属性
- 更多可以点击查看[《属性筛选条件说明》](#)。

1.7.4.2.2 分析维度

查看分析的角度。分析维度是指察看属性指标分析结果的不同角度，这样可以更加精细化的分析数据。分析维度支持用户属性

- **用户属性**：任何用户属性都可以作为分析维度如果属性是**非数字型**，那么维度的取值就是属性值中的枚举值；如果是**数字型**，那么维度的取值就是数字的取值范围区间，可在系统中进行配置。
可以有多个分析维度，当有多个分析维度的时候，那么查看的角度就是这些维度的笛卡尔积。

1.7.4.3 新建用户分析

- 路径【报表分析】-【用户分析】进入用户分析新建界面。
- 1. 输入您的分析名字
- 2. 选择指标，可以选择用户数，数值型属性，可以选择：总和、均值、最大值、最小值

属性分析用户数（21号到27号）

用户数的 总数

Q 搜索

提交订单次数 >

裙子的喜好程度 >

牛仔裤的喜欢程度 >

udf_int(勿删) >

poppy-str >

poppy-int >

poppy-date >

vinTest >

测 >

Zoe-Demo操作员密码字段 >

会员积分 >

string >

总和

均值

最大

最小

去重数

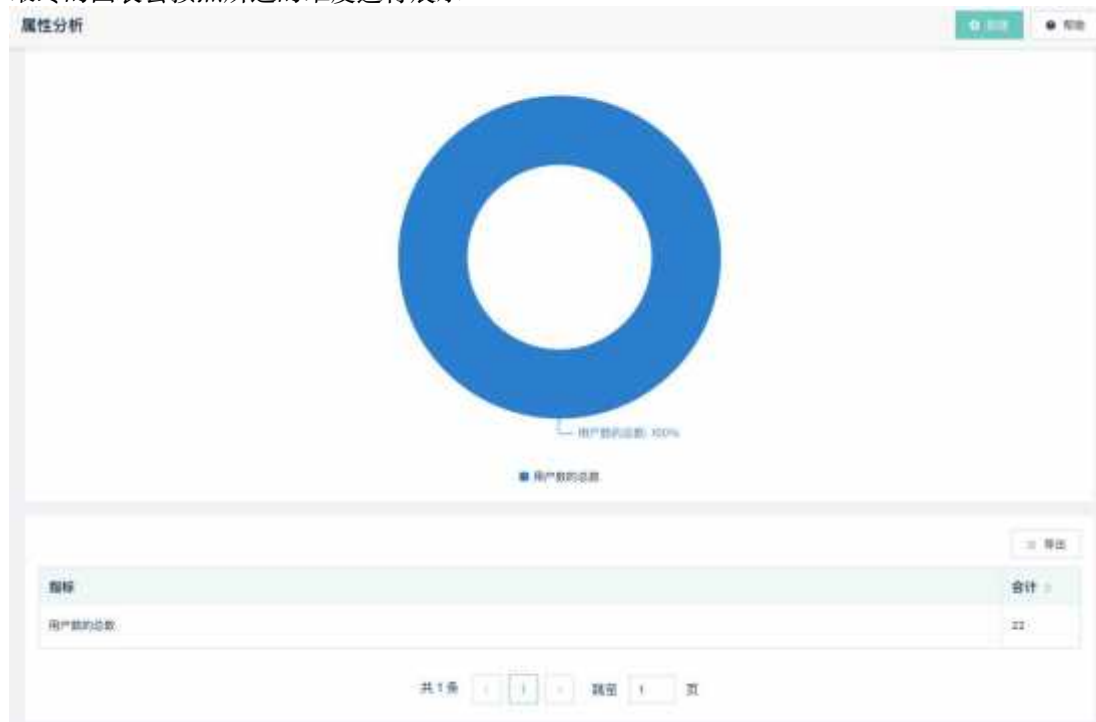
- 3. 选择分析维度。如果分析维度选择的是数字型，那么维度的取值就是数字的取值范围区间
- 4. 默认对所选属性进行分析，也可在"添加公共筛选条件"按钮中选择属性的过滤条件，

错误！未定义样式。 – 85

- 限制进入分析的数据。筛选条件可以有多个，多个之间运算可以是与和或
5. 选择查看标签组。报表默认查看所有用户的数据，如果只想查看某一标签组的数据，可在此选择标签组（静态组、动态组、前置标签组、互斥组）。
 6. 完成所有设置好后，点击右下角保存，系统会保存设置好的用户分析报表

1.7.4.4 修改和查看用户分析

最终的图表会按照所选的维度进行展示



1.7.4.4.1 创建聚合分组

当选择的维度是联系人的国家、省份或者城市时，可以将某几个省份或者城市聚合成一个大的分组，如将某十个城市分组聚合成“10 个关键城市”分组

注意：如果选择国家、省份、城市之外的维度时，是不可以创建聚合分组的。如果同时有两个维度，如按照国家+城市的维度进行查看，也是不可以创建聚合分组的。

1.7.4.4.2 多个标签组对比

[系统](#)的用户分析，支持五个标签组的对比。



注意：当某一个饼状图为空，即，如下图所示，代表该饼状图无数据（用户数为 0 人）

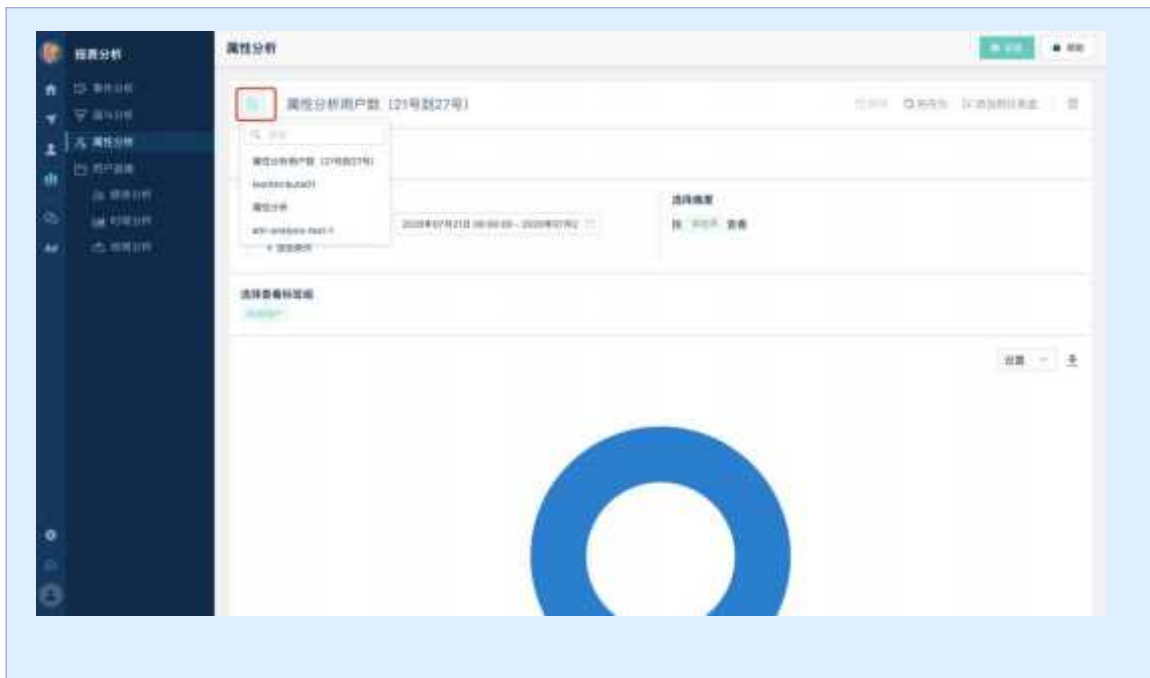
1.7.4.5 导出数据

如果现有用户分析提供的数据展示方式无法满足更复杂的计算或展示要求，您可以点击导出数据，将数据导出后，在 Excel 中进行加工。

1.7.4.6 用户分析管理

1.7.4.6.1 查看历史用户分析

点击用户分析名称前面的 icon，可搜索或直接选择保存过的历史用户分析



1.7.4.6.2 复制用户分析

在用户分析查看页面，点击"另存为"按钮，系统会将当前查看用户分析复制一份。可在新复制的用户分析上继续进行编辑、保存等操作。



1.7.4.6.3 将用户分析添加到仪表盘

有两种方式可将分析添加到仪表盘

- 1、在仪表盘中直接添加用户分析
- 2、点击用户分析查看页面上的“添加到仪表盘”按钮

注意：一个用户分析在仪表盘只能添加一次，但是可以被添加到多个仪表盘



1.7.4.6.4 删除用户分析

可在用户分析查看页面点击“删除”按钮，删除当前用户分析。删除用户分析，也会将仪表盘中的相关图表也一并删除。



1.7.5 用户画像

- [时域分析](#)
- [地域分析](#)

1.7.5.1 时域分析

- [一、功能概述](#)
- [二、时域分析](#)

1.7.5.1.1 一、功能概述

时域分析：根据标签组的选择，分析该标签组中联系人的创建时间的分布情况，此分析提供了热力透视图、时间点分布图、星期分布图。

1.7.5.1.2 二、时域分析

路径：系统-报表分析-用户画像-时域分析

时域分析可以根据不同标签组的选择，通过联系人的创建时间为条件，计算分析联系人在不同标签组下的时间分布。

选择对应标签组后，即可计算分析出该标签组联系人的时域分布，例如标签组选择【动态组-有赞订单交易成功】，分析结果如下图：



最近更新时间：2019/03/08 02:00:00

，【最近更新时间】表示当前数据最近一次的更新时间，目前每天同步一次更新，在凌晨 2 点同步更新过去 24 小时的数据变化；

点击“”，可以下载保存当前的图表信息，保存格式为【.png】。

——热力透视图反映了某标签组中的联系人在哪些时间点属于集中分布，哪些时间点属于稀疏分布，区域趋于红色，说明该时间点联系人越集中，反之区域趋于黄色，说明该时间点联系人越稀疏。

周日到周六的数据分布，表示选定的标签组从产生到现在，标签组所有联系人的总和，例如：某标签组从产生到现在已经一年，此刻周一上午 10 点的数据为 100，这 100 表示这一年所有星期的数据总和，而不是过去一周的数据总和，其他以此类推

——一周分布图反映了一周内，哪些天的联系人分布集中，哪些天联系人分布稀疏，各天的数值按照百分比展示， $\text{百分比} = \frac{\text{该天的数值}}{\text{一周总数值}}$ 。

周日到周六的数据分布，表示选定的标签组从产生到现在，标签组所有联系人的总和。例如：某标签组从产生到现在已经一年，此刻周一上午 10 点的数据为 100，这 100 表示这一年的数据总和，而不是过去一周的数据总和，其他以此类推

——时间点分布图反映了某时间点一周内，哪些时间点联系人分布集中，哪些时间点联系人分布稀疏，各个时间点的数值按照百分比展示， $\text{百分比} = \frac{\text{该时间点的数值}}{\text{一周总数值}}$ 。

0 点到 23 点的数据分布，表示选定的标签组从产生到现在，标签组所有联系人的总和，例如：某标签组从产生到现在已经一年，此刻 10 点的数据为 100，这 100 表示这一年每天 10 点的数据总和，而不是过去其中一天的数据总和，其他以此类推

1.7.5.2 地域分析

- [一、功能概述](#)
- [二、地域分析](#)

1.7.5.2.1 一、功能概述

地域分析：根据标签组的选择，分析该标签组中联系人的省份分布情况，此分析提供了中国地图、饼状图、报表。

1.7.5.2.2 二、地域分析

路径：系统-报表分析-用户画像-地域分析

地域分析可以根据不同标签组的选择，计算分析联系人在不同标签组下的地域分布。

选择对应标签组后，即可计算分析出该标签组联系人的地域分布，例如标签组选择【动态组-有赞订单交易成功】，分析结果如下图：

地域分析

选择地域: 选择地域并统计

显示数据: 2019/03/08 02:00:00

【最近更新时间】表示当前数据最近一次的更新时间，目前每天同步一次更新，在凌晨 2 点同步更新过去 24 小时的数据变化；

【保存】可以保存当前的图表信息，保存格式为【.png】。

中国地图通过热力色彩反映不同地域的联系人分布情况，区域趋于红色，说明该地域联系人越集中，反之区域趋于黄色，说明该地域联系人越稀疏。

饼状图反映了不同地域的各自分布数据，鼠标悬浮于某个区块时，显示该区块的具体数值和百分比。

，在地域分析-数据报表中，点击【导出数据】按钮，即可 csv 格式的报表信息，内容和当前报表信息一致，如下图：

省份	用户数	百分比
未知	29	24.20%
四川	25	20.80%
北京	15	12.50%
广东	14	11.70%
浙江	12	10.00%
上海	8	6.70%
河北	4	3.30%
湖北	4	3.30%
天津	3	2.50%
海南	2	1.70%
山西	1	0.80%
黑龙江	1	0.80%
安徽	1	0.80%
贵州	1	0.80%
总和	120	-

其中，未知代表用户填写的信息不符合既有的实际存在信息，则归类到未知中，例如：省份【江东】，但我国省份中并没有【江东】，或者为空值，都划归到未知。

，搜索框支持按省份，输入具体关键词模糊或精确查询，例如：输入【上海】，报表只展示省份为【上海】的信息，或者输入【上】或【海】，那么省份中把带有【上】或【海】的省份都检索出来，如下图：

省份	用户数	百分比
上海	8	6.7%

1.7.6 分布分析

- [什么是分布分析?](#)
- [创建分布分析](#)

1.7.6.1 什么是分布分析？

分布分析是查看某一事件指标分布的区间内有多少去重用户数的报表，比如，看最近 7 天订单平均金额在 1000-2000 元的用户有多少。

1.7.6.2 创建分布分析

定义需查看事件指标的分布区间

1. 选择指标



2. 设置分布区间

- 有两种分组方式：
 - A、【默认区间】---系统会提供默认的区域进行分组；
 - B、【自定义区间】--可自行设置区间范围



如，订单平均金额在 1000-2000 元，可按照以下配置进行设置

区间 1000-2000（包含 1000，但是并不包含 2000），其他区间规则一致！



设置公共筛选条件

- 可对所选事件的事件属性和用户属性配置条件，满足此条件的事件和用户的数据才会进入分析

选择查看维度

1. 选择事件属性维度
可按照分析指标事件的属性作为维度查看不同维度的用户数的分布，比如按照订单的送货城市查看最近 7 天订单平均金额在 1000-2000 元的用户有多少



2. 选择用户属性维度
可按照用户属性查看用户数的分布，比如查看最近 7 天订单平均金额在 1000-2000 元的用户男性有多少、女性有多少

选择查看标签组

- 查看某一标签组的用户的分布情况

查看分析结果

自定义日期	2021-03-01 - 2021-03-18		刷新	导出	
事件发生时间	总用户数	2K	10,100	110,201	220,500
2021-03-08~2021-03-15	1	50.00% 在这个区间的用户数 50.00% 这个区间的用户数占总用户数的百分比	0	0%	0
2021-04-05~2021-04-12	1	20.00%	2	0%	2
2021-03-01~2021-03-08	1	20.00%	1	0%	0
2021-03-29~2021-04-05	1	20.00%	1	40.00%	1
2021-04-12~2021-04-19	1	100.00%	0	0%	0

将分析添加到仪表盘



1.7.7 留存分析

- [什么是留存分析?](#)
- [什么是总用户](#)
- [什么是留存用户?](#)
- [什么是流失用户?](#)
- [创建留存分析](#)

1.7.7.1 什么是留存分析?

留存是基于某个用户群体的初始行为时间来计算的，描述发生了某个行为的群体，在一段时间后是否发生了期望的行为。

1.7.7.2 什么是总用户

总用户（目标用户）指在统计日期，发生过初始行为事件的用户。

1.7.7.3 什么是留存用户?

留存用户数指在某个时间范围发生的初始行为 X 的用户，在之后的第 N 日/周/月进行了结束行为 Y 的用户（X 可以等于 Y）。

时间范围是初始行为事件发生的时间范围，如选择“7 天留存”，后续事件发生时间范围的截止日期会被相应延展；例，统计 2020 年 5 月 1 日的 7 日留存。则后续事件发生事件范围延展至到 2020 年 5 月 8 日（2020 年 5 月 1 日向后延展 7 天）。# 什么是留存用户?

1.7.7.4 什么是流失用户?

流失用户数指连续多“天”(不包含当天，即从触发初始行为事件之后，从第 1 天开始计算，连续多“天”)没有发生后续事件才认为是流失用户，例，“第 2 天”流失用户数 103,582 人，是指进行初始事件后持续 2 天没有进行后续事件的总用户数为 103,582 人

时间范围是初始行为事件发生的时间范围，如选择“7 天流失”，后续事件发生时间范围的截止日期会被相应延展；例，统计 2020 年 5 月 1 日的 7 日流失。则后续事件发生事件范围延展至到 2020 年 5 月 8 日（2020 年 5 月 1 日向后延展 7 天）。

1.7.7.5 创建留存分析

选择初始行为和后续行为

可为初始行为和后续行为添加事件属性筛选条件，满足筛选条件的事件数据才会进入分析

设置公共筛选条件

可对用户属性配置条件，满足此条件的用户数据才会进入分析

选择查看指标

指标可选项为【留存用户】与【流失用户】

选择留存/流失周期

次日/周/月的解释：当选择次日/周/月时，选择次日：展示第 0 天和第 1 天；选择次周：展示本周和第 1 周；选择次月：展示本月和第 1 月

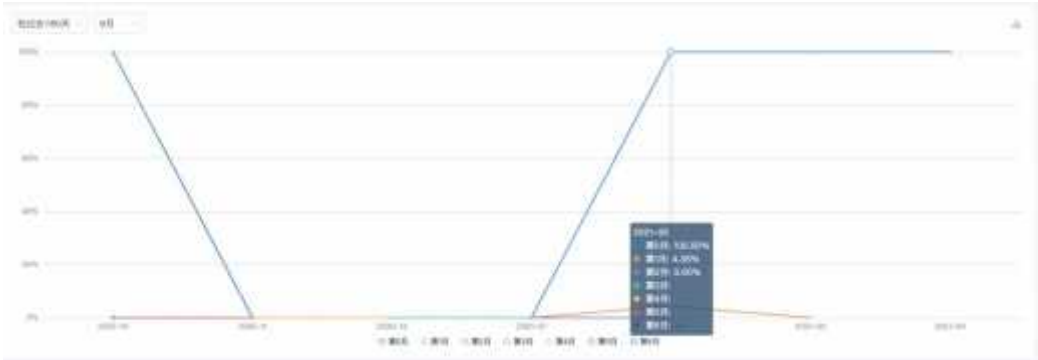


选择查看标签组

查看某一标签组的用户的分布情况

查看分析结果

折线图：按照初始行为日期查看每个初始行为日期在以后时间周期的转化



表格：可点击表格的转化用户数，将用户保存为标签组

初始行为日期	转化用户数	第0天	第1天	第2天	第3天	第4天	第5天	第6天
2020-1-1	5	3 100.00%	3 9.00%	3 9.00%	6 9.00%	6 9.00%	6 9.00%	3 9.00%
2020-1-2	6	3 100.00%	3 9.00%	3 9.00%	6 9.00%	6 9.00%	6 9.00%	
2020-1-3	6	3 100.00%	3 9.00%	3 9.00%	6 9.00%	6 9.00%		
2020-1-4	6	3 100.00%	3 9.00%	3 9.00%	6 9.00%			
2020-1-5	22	22 100.00%	1 9.00%	3 9.00%				
2020-1-6	6	6 100.00%	3 9.00%					
2020-1-7	3	1 100.00%						

将分析添加到仪表盘



1.7.8 路径分析

- [什么是路径分析?](#)
- [创建路径分析](#)

1.7.8.1 什么是路径分析?

用户路径分析，顾名思义，用户在 APP 或网站中的访问行为路径。为了衡量网站优化的效果或营销推广的效果，以及了解用户行为偏好，时常要对访问路径的转换数据进行分析。以电商为例，买家从登录网站 / APP 到支付成功要经过首页浏览、搜索商品、加入购物车、提交订单、支付订单等过程。而在用户真实的选购过程是一个交缠反复的过程，例如提交订单后，用户可能会返回首页继续搜索商品，也可能去取消订单，每一个路径背后都有不同的动机。与其他分析模型配合进行深入分析后，能为找到快速用户动机，从而引领用户走向最优路径或者期望中的路径。

1.7.8.2 创建路径分析

选择需要分析的路径包含的事件
所选的事件作为路径节点进入分析

选择参与分析的事件

扫描二维码, 关注公众号, 取消关注公众号, 留言公众号, ...

🔍 搜索

☐ 所有事件

☐ 所有主动事件

通用事件

☐ 点击短链跳转

☒ 合并了用户

☐ 触发客户旅程

☐ 激活应用

☐ 启动应用

☐ 退出应用

☐ 展示页面

☐ 点击元素

☐ 退出页面

设置分析目标

起始事件：如果选择某一事件作为起始事件，分析目标为将这个事件作为用户路径的第一步，分析此事件的后续行为路径。比如，启动小程序后，有多少用户是直接进行注册，有多少用户先访问了推荐页。

结束事件：如果选择某一事件作为结束事件，分析目标为将这个事件作为用户路径的最后一步，分析此事件的前序行为路径。比如，客户到店，哪些是小程序留资过来的，哪些是外呼留资过来的。

选择参与分析的事件

起始事件 为 扫描二维码

活动

等于

314活动 X

设置事件间隔

指路径两个事件之间的最大时间间隔，超出此时间间隔，就不会算作同一个会话中的路径。比如，设置事件间隔时间为 2 分钟，扫描二维码后 1 分钟关注了公众号，此次的扫描二维码和关注公众号算作一个会话路径的两个相邻的事件，而关注公众号后 3 分钟才点击了菜单，点击菜单事件就不能算作此次会话路径的事件了。

设置事件间隔

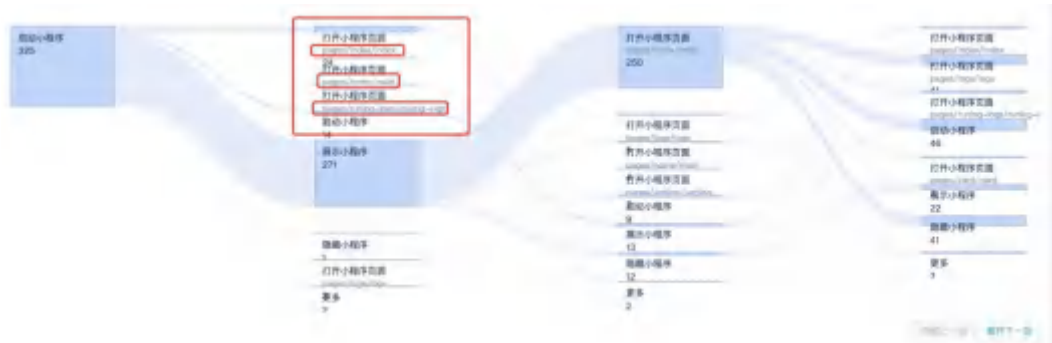
事件间隔时间为

30

分钟

选择维度

选择按某一事件的事件属性，细分用户路径；比如查看页面之间的路径时，可以按照页面标题，看不同页面标题的路径走向



选择公共筛选条件

可选用户属性，作用于分析的所有事件

选择查看标签组

只查看某一标签组的用户的路径分析

选择合并/不合并连续重复节点

连续重复节点：左右相邻节点，如果事件和维度分组都相同，算作连续重复节点

不合并↓



合并↓



查看分析结果

点击查询按钮发起请求，查看查询结果

通过桑基图的方式查看各个路径转化，每个节点事件的会话次数，从该节点上后续事件的留存量（会话数）和流失量（会话数）

节点会话数：当前节点会话数

节点留存量: 当前节点下一个步骤与当前节点连接的会话数总和

节点流失量：「当前节点会话数」减「当前节点下一个步骤与当前节点连接的会话数总和」



桑基图默认展示四个节点事件，可点击“展开下一层”按钮展示更多的后续路径；每层最多展示7个节点，可手动调整节点数字调整桑基图的节点



将分析添加到仪表盘

路径分析添加到仪表盘后，暂不支持仪表盘全局的临时时间设置及全局的强制刷新

1.7.9 归因分析(beta)

- 什么是归因分析

- [创建归因分析](#)
 - [将分析添加到仪表盘](#)

1.7.9.1 什么是归因分析

在复杂的数据时代，我们每天都会面临产生大量的数据以及用户复杂的消费行为路径，在广告位、推广位的效果评估上，往往会产生一系列的问题：

1. 哪些广告位、推广位促成了销售？
2. 他们的贡献率分别是多少？

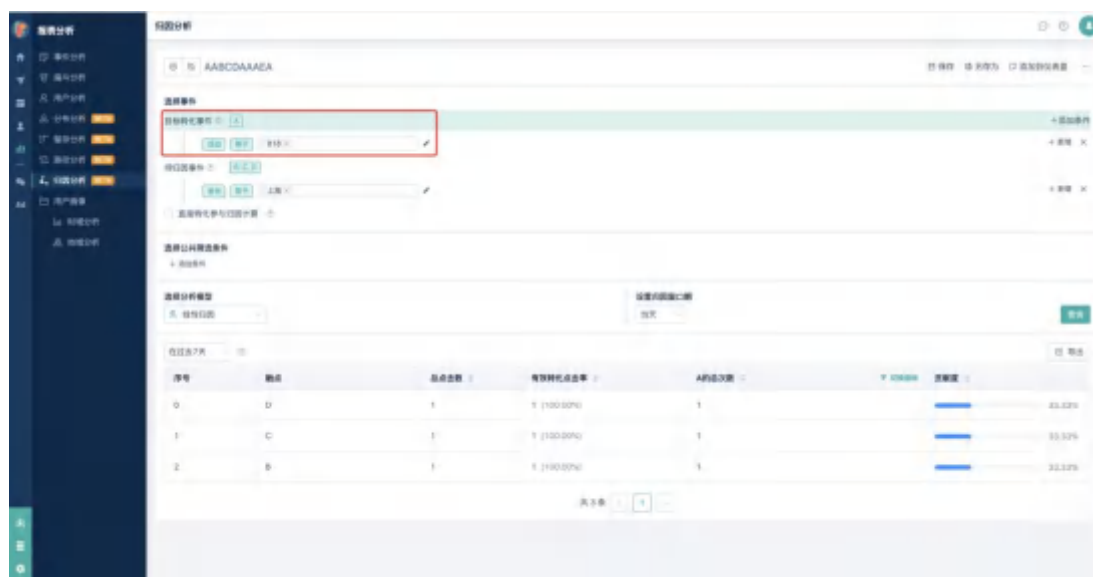
此类场景，可以使用归因分析模型来分析待归因事件（广告位点击、推广位点击）对目标转化事件（支付订单等）的贡献。

1.7.9.2 创建归因分析

选择目标转化事件

目标转化事件是指企业定义的作为完成一次转化的事件，一般是与收益相关的事件，比如支付订单

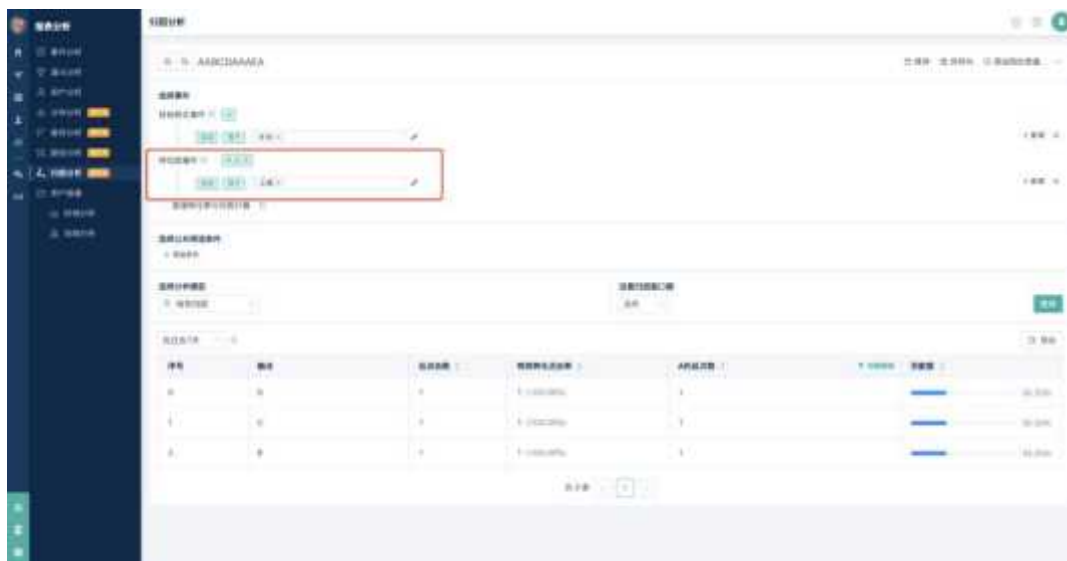
也可给目标转化事件加筛选条件，如支付方式为“微信支付”的支付订单事件



选择待归因事件

待归因事件是指在完成一次转化前，哪些事件可能促成目标转化事件，一般是运营相关的事件，比如运营位的点击。会统计这些事件对目标转化事件的贡献。

也可给待归因事件添加筛选条件，如支付方式为“微信支付”的支付订单事件



选择公共筛选条件

作用于分析的所有事件

设置归因窗口期

当天:

设置目标转化事件为 A, 待归因事件为 B、C

A 事件的发生时间为 2021 年 7 月 1 日, B 事件的发生时间为 2021 年 7 月 1 日, C 事件的发生时间为 2021 年 7 月 2 日

B 就在 A 事件的窗口期内, 而 C 不在 A 事件的窗口期内

自定义: 2 天

A 事件的发生时间为 2021 年 7 月 3 日, B 事件的发生时间为 2021 年 7 月 3 日, C 事件的发生时间为 2021 年 7 月 1 日

B 就在 A 事件的窗口期内, C 也在 A 事件的窗口期内



选择分析模型

目前支持的分析模型有三种: 首次触点归因、末次触点归因、线性归因

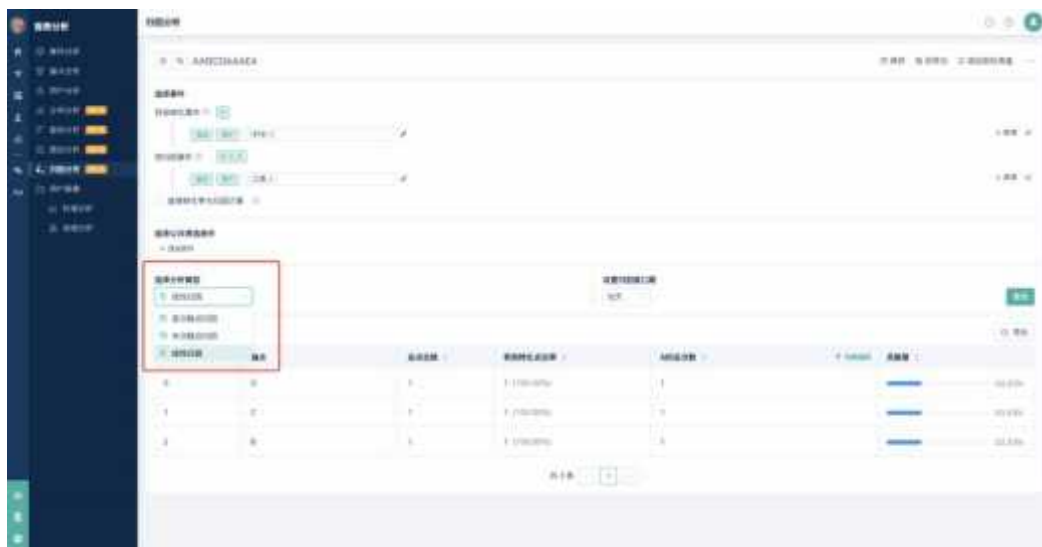
比如在一个窗口期内, 用户发生了以下事件: B→E→C→D→A

设置目标转化事件为 A, 待归因事件为 B、C、D

首次触点归因: 认为 B 促成 A 的转化, B 对此次 A 的转化贡献权重为 100%

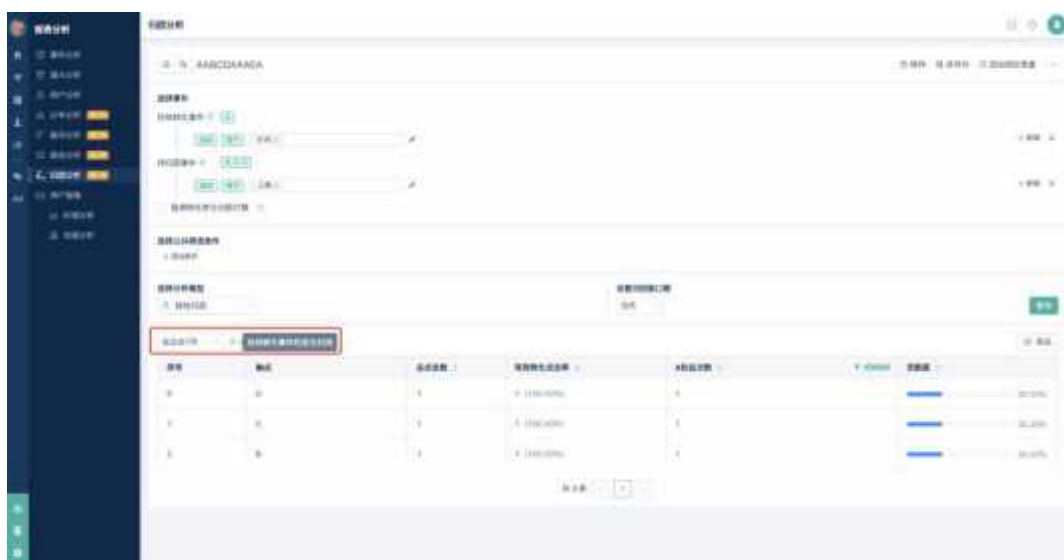
末次触点归因: 认为 D 促成 A 的转化, D 对此次 A 的转化贡献权重为 100%

线性归因：认为 B、C、D 都促成了此次 A 的转化，对此次 A 的转化贡献权重各为 33.3%



选择时间范围：

此时间范围指的是目标转化事件的发生时间



直接转化

目标转化事件的窗口期内，无对应待归因事件，算是直接转化，比如：

设置目标转化事件为 A，待归因事件为 B，窗口期为当天，一个用户发生了以下几个事件

- 2021 年 7 月 1 日 10: 00 A
- 2021 年 7 月 2 日 10: 00 B
- 2021 年 7 月 2 日 12: 00 A

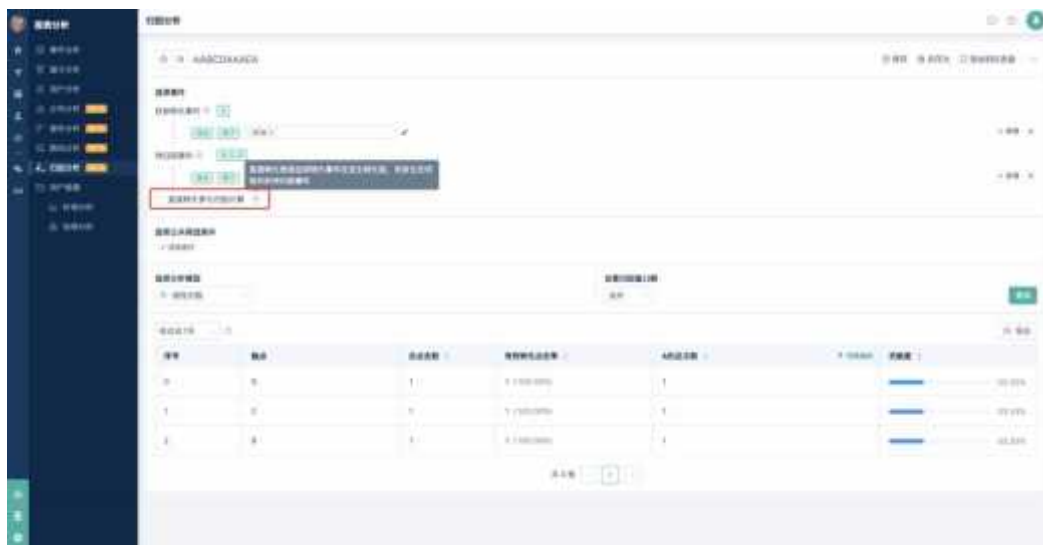
2021 年 7 月 1 日 10: 00 发生的 A 算作直接转化

2021 年 7 月 2 日 12: 00 发生的 A 算作 2021 年 7 月 2 日 10: 00 发生的 B 促成的转化

直接转化参与归因计算

勾选：报表展示直接转化的数据，贡献度会将直接转化的数据计算进去

不勾选：报表隐藏直接转化的数据，贡献度不会将直接转化的数据计算进去



设置完成后，点击查询按钮，系统会以表格的形式将查询结果展示出来，查询结果按照待归因事件分组，展示每个待归因事件（触点）的四个指标：

总点击数：待归因事件在时间范围内（目标转化事件时间范围加上窗口期，比如目标转化时间范围为“2020-08-10 至 2020-08-15”，窗口期为“1 天”，那么待归因事件的时间范围为“2020-08-09 至 2020-08-15”）的点击次数

有效转化点击数：如果某次待归因事件发生在目标转化事件之前，且和目标转化事件发生在同一窗口期，则认为该次待归因事件为有效待归因事件，称之为有效点击数

有效转化点击率：有效转化点击数/总点击数*100%

目标转化事件总次数：此待归因事件对每个目标转化事件发生次数的贡献权重之和

还可以点击“切换指标”按钮，查看目标转化事件其他指标（只支持数值型属性的总和计算）

第 1 次转化贡献权重*第 1 次目标转化事件指标+第 2 次转化贡献权重*第 2 次目标转化事件指标+第 n 次转化贡献权重*第 n 次目标转化事件指标

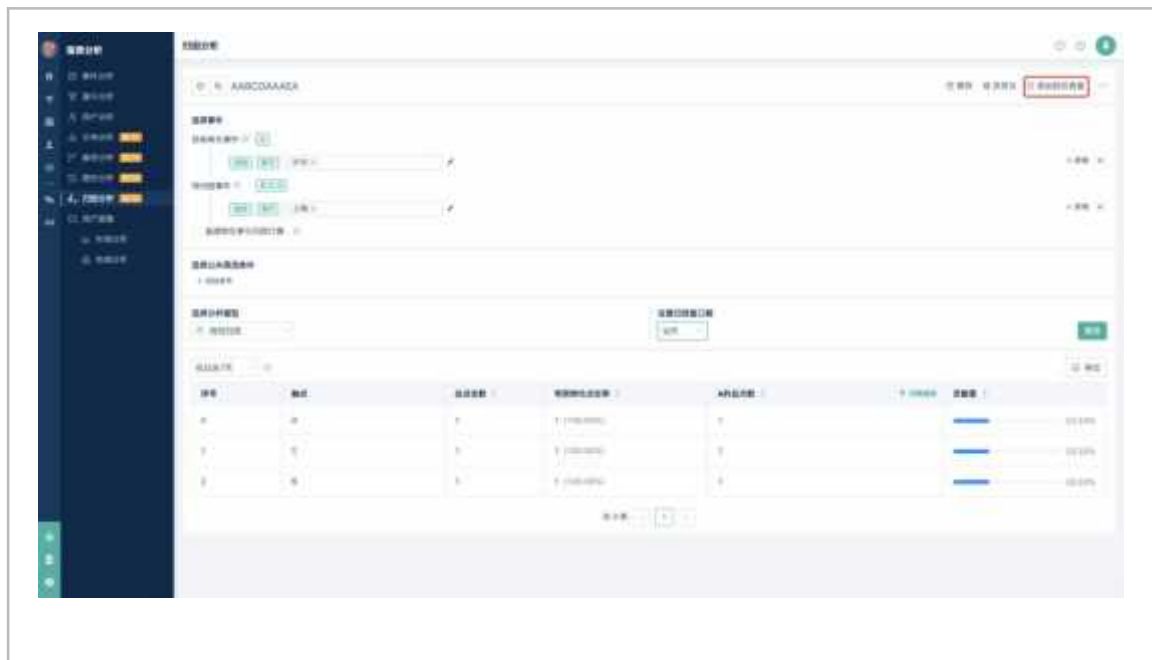
贡献度：每个触点贡献的指标占有所有触点贡献指标的百分比

序号	触点	总点击数	有效转化点击数	A的总点击数	贡献度
0	D	1	1 (100.00%)	1	33.33%
1	C	1	1 (100.00%)	1	33.33%
2	B	1	1 (100.00%)	1	33.33%

点击保存，即可将当前报表查询规则保存。

1.7.9.2.1 将分析添加到仪表盘

点击添加到仪表盘按钮，可将结果表格添加到仪表盘



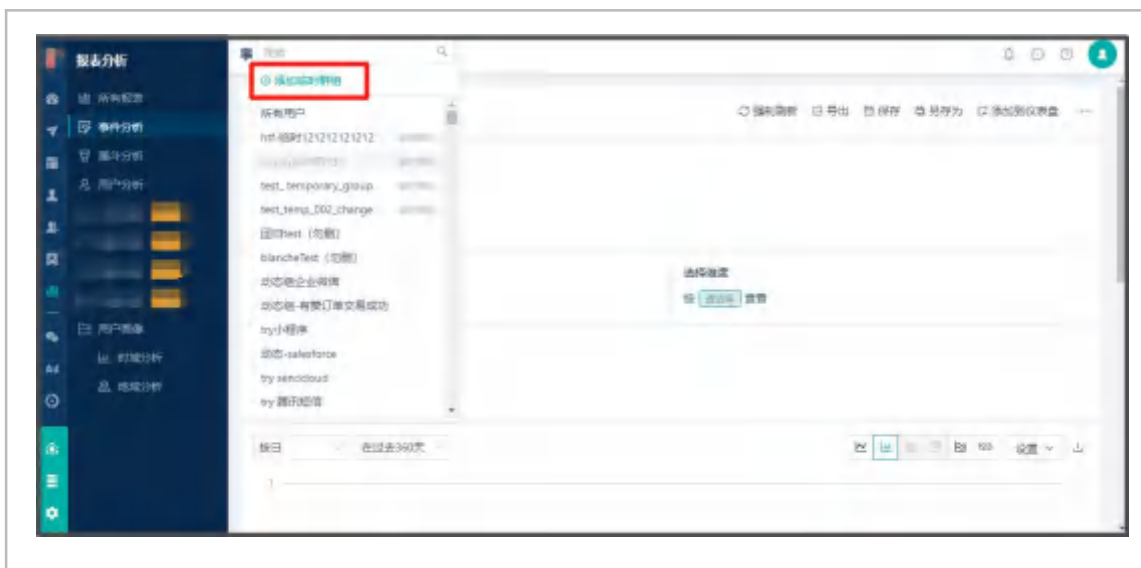
1.7.10 添加临时群组

客户在查看报表指标时，遇到需要查看不同群组的指标表现的情况，使用【临时群组】可快速切换群组条件，和报表一起即席查询，而不用提前计算某一条件群组用户，提高查询效率。

添加路径：【报表分析】>选择已创建报表> 点击【选择查看群组】> 点击【请选择】> 点击【添加临时群组】

每个账号只能添加 3 个临时群组！





1.7.11 LTV 分析 (Beta)

- [配置 LTV 报表](#)
 - [1、定义初始用户和营收行为](#)
 - [2、选择公共筛选条件](#)
 - [3、选择维度](#)
 - [4、选择群组](#)
 - [5、选择周期](#)
- [理解 LTV 报表](#)
 - [1、LTV 趋势图](#)
 - [2、LTV 详情表](#)
 - [3、计算过程](#)

LTV (long term value) 分析是计算新客户为公司带来营收等相关的一组指标的分析模型，这些指标是在企业发展各个阶段都应该观测的重要指标。使用 LTV 分析可以看到不同的新用户群体如何快速有效地转化为付费用户，并为未来的新用户的营收设定基准和目标。

1.7.11.1 配置 LTV 报表

1.7.11.1.1 1、定义初始用户和营收行为

初始用户：可以使用用户属性或者用户的某一事件发生时间作为初始用户筛选依据，例如用户属性【注册时间】记录了用户成为新用户的时间点，或者用户在已经使用 LF SDK 埋点的 APP 中发生了注册事件这一行为的时间点，如果想找出 2020 年 9 月 1 日-2020 年 9 月 30 日这一时间段的新用户，就可以进行以下设置

定义营收行为

初始用户 用户在 创建时间在 2020-09-01 00:00:00 2020-09-30 23:59:59 的用户

或者

定义营收行为

初始用户 事件 属性 的事件发生时间在 自定义范围 2020-09-01 00:00:00 2020-09-30 23:59:59 的用户

营收事件：用户为企业带来营收的相关事件，如完成订单事件，同时需要选择营收指标，比如【完成订单】事件的【总金额】事件属性作为营收指标，可以根据【总金额】计算的营收指标有四个：

- 总和：在分析周期的时间范围内收到的总收入。具体来说，它是所有新用户的总收入的总和。可以按照每天、每周、每月的频率来划分。
- 付费用户：成为初始用户的日期之后后，指定日/周/月内首次发生营收事件的用户数量。
- ARPU：每个用户平均收入的简称，是一个新用户群在成为新用户之后的第 n 天/周/月的累计总收入，除以该群的初始用户数。
- ARPPU：与 ARPU 相同，是一个新用户群在成为新用户之后的第 n 天/周/月的累计总收入，除以该群的付费用户数。付费用户是指在某个时间点上发生过营收事件的用户。

1.7.11.1.2 2、选择公共筛选条件

通过设置公共筛选条件，对初始用户进行进一步的筛选

1.7.11.1.3 3、选择维度

将初始用户用所选维度进行分组，看不同分组中的初始用户后续的营收指标

- 使用用户属性作为初始用户筛选依据时，可选的维度是用户属性、用户标签
- 使用事件发生事件作为初始用户筛选依据时，可选的维度是事件属性、用户属性、用户标签

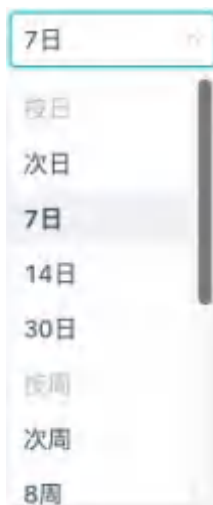
最多支持 2 个维度

1.7.11.1.4 4、选择群组

通过选择群组，对初始用户进行进一步的筛选，只查看初始用户中在所选群组的那一部分的用户营收数据

当选择两个及以上群组时，维度不可选

1.7.11.1.5 5、选择周期



LTV 图表是基于队列的：在同一天的新用户被放入同一个用户队列。图表上显示的每个数据点是一个特定的新用户队列的所有第 N 天/周/月指标的平均值。通过设置周期队列，可按照天、周、月查看营收趋势。

天

- 第 0 天：24 小时内，如果初始用户时间是 2020 年 4 月 1 日 19: 00，在 2020 年 4 月 2 日 12: 00 发生的营收事件会计入第 0 天
- 第 n 天：24* (n+1) 小时内

周

- 第 0 周：当前自然周内（周一-周日），如果初始用户时间是 2020 年 4 月 1 日 19: 00（周三），在 2020 年 3 月 30 日 00: 00 至 2020 年 4 月 5 日 24: 00 发生的营收事件会计入第 0 周
- 第 n 周：第 n 个自然周

月

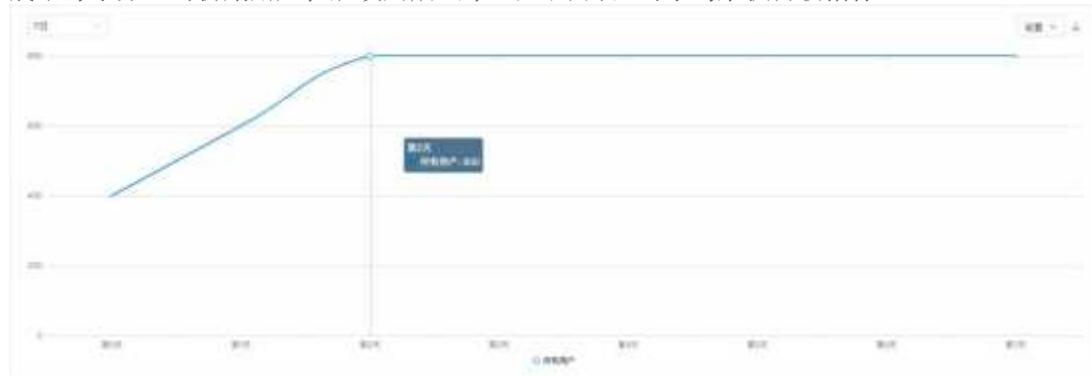
- 第 0 月：当前自然月内，如果初始用户时间是 2020 年 4 月 1 日（4 月），在 2020 年 4 月 1 日 00: 00 至 2020 年 4 月 30 日 24: 00 发生的营收事件会计入第 0 月
- 第 n 月：第 n 个自然月



1.7.11.2 理解 LTV 报表

1.7.11.2.1 1、LTV 趋势图

展示每个分组的初始用户在后续周期（第 n 天/周/月）的平均累积营收指标



1.7.11.2.2 2、LTV 详情表

展示每个分组的初始用户在每个周期粒度（某天/某周/某月）在后续周期（某天后第 n 天/某周后第 n 周/某月后第 n 月）的营收指标

数据源	指标	初始人数	付费人数	第0天	第1天	第2天	第3天	第4天	第5天	第6天	第7天
所有用户	LTVLastEvent的订单总金额	4	2 50.00%	400	600	800	800	850	900	850	800
	2020-04-01	2	1 50.00%	300	400	500	500	500	500	500	500
	2020-04-02	1	1 100.00%	100	200	300	300	300	300	300	300
	2020-04-03	1	0 0.00%	0	0	0	0	0	0	0	0

1.7.11.2.3 3、计算过程

假设有用户数据、事件数据如下：

用户	事件属性：事件	事件属性：事件发生时间	事件属性：活动	事件属性：总金额
1	访问网页	2020-04-01 10: 00	双十一	
2	访问网页	2020-04-01 10: 30	双十一	
2	访问网页	2020-04-01 11: 00	618	
2	支付订单	2020-04-01 10: 30		100
2	支付订单	2020-04-01 11: 30		100
2	支付订单	2020-04-01 11: 50		100
2	支付订单	2020-04-02 11: 50		100
2	支付订单	2020-04-03 11: 50		100
3	支付订单	2020-04-01 10: 30		100

4	访问网页	2020-04-02 12: 00	618		
4	支付订单	2020-04-03 11: 50			100
4	支付订单	2020-04-04 11: 50			100
4	支付订单	2020-04-05 11: 50			100
5	访问网页	2020-04-03 12: 00	618		

分析目标：查看在 2020-04-01 至 2020-04-02 之间被广告引流到官网发生过访问网页事件的用户在以后的 7 天的支付订单情况

配置条件：
 初始用户：事件 访问网页 的事件发生时间 在 2020-04-01 至 2020-04-02 的 用户
 营收事件：支付订单

计算过程：
 1、当前系统时间为 2020-04-05，找出在 2020-04-01 至 2020-04-02 发生过访问网页事件的数据，按照用户分组，每个用户事件发生时间增序排列，取每个用户的第一个访问网页事件数据，所以找到用户 1、2、4 的最早访问网页事件，用红色标注

联系 人 id	用户属性： 注册时间	事件属 性：事 件	事件属性： 事件发生 时间	事件属 性：活 动	事件属 性：总金 额	说明
1	2020-04-01 10: 00	访问网 页	2020-04-01 10: 00	双十一		
2	2020-04-01 10: 30	访问网 页	2020-04-01 10: 30	双十一		
2	2020-04-01 10: 30	访问网 页	2020-04-01 11: 00	618		用户 2 在 2020-04-01 至 2020-04-02 第二次发生的访问网页事件，所以不符合条件
2	2020-04-01 10: 30	支付订 单	2020-04-01 10: 30		100	
2	2020-04-01 10: 30	支付订 单	2020-04-01 11: 30		100	
2	2020-04-01 10: 30	支付订 单	2020-04-01 11: 50		100	
2	2020-04-01 10: 30	支付订 单	2020-04-02 11: 50		100	
2	2020-04-01 10: 30	支付订 单	2020-04-03 11: 50		100	
3	2020-04-01 10: 30	支付订 单	2020-04-01 10: 30		100	
4	2020-04-02 12: 00	访问网 页	2020-04-02 12: 00	618		
4	2020-04-02 12: 00	支付订 单	2020-04-03 11: 50		100	

4	2020-04-02 12: 00	支付订 单	2020-04-04 11: 50		100		
4	2020-04-02 12: 00	支付订 单	2020-04-05 11: 50		100		
5	2020-04-03 12: 00	访问网 页	2020-04-03 12: 00	618			用户 5 没有在 2020-04-01 至 2020-04-02 发生的访问网页事件，所以不符合条件
2、找出在第一步符合条件用户，在符合条件的访问网页事件之后 7 天内发生的支付订单事件，所以找到用户 1、2、4 的在最早访问网页后的支付订单事件，用绿色标注							
联系 人 id	用户属 性：注册 时间	事件属 性：事 件	事件属性： 事件发生时 间	事件属 性：活 动	事件属 性：总金 额	第 n 天	说明
1	2020-04-01 10: 00	访问网 页	2020-04-01 10: 00	双十一			
2	2020-04-01 10: 30	访问网 页	2020-04-01 10: 30	双十一			
2	2020-04-01 10: 30	访问网 页	2020-04-01 11: 00	618			用户 2 在 2020-04-01 至 2020-04-02 第二次发生的访问网页事件，所以不符合条件
2	2020-04-01 10: 30	支付订 单	2020-04-01 10: 30	双十一	100	0	因为是活动为双十一的浏览页面导致的支付事件，所以支付事件的活动为双十一
2	2020-04-01 10: 30	支付订 单	2020-04-01 11: 30	双十一	100	0	因为是活动为双十一的浏览页面导致的支付事件，所以支付事件的活动为双十一
2	2020-04-01 10: 30	支付订 单	2020-04-01 11: 50	双十一	100	0	因为是活动为双十一的浏览页面导致的支付事件，所以支付事件的活动为双十一
2	2020-04-01 10: 30	支付订 单	2020-04-02 11: 50	双十一	100	1	因为是活动为双十一的浏览页面导致的支付事件，所以支付事件的活动为双十一
2	2020-04-01 10: 30	支付订 单	2020-04-03 11: 50	双十一	100	2	因为是活动为双十一的浏览页面导致的支付事件，所以支付事件的活动为双十一
3	2020-04-01 10: 30	支付订 单	2020-04-01 10: 30	618	100		用户 3 没有在 2020-04-01 至 2020-04-02 发生访问网页事件，所以支付订单不符合条件
4	2020-04-02 12: 00	访问网 页	2020-04-02 12: 00	618			
4	2020-04-02 12: 00	支付订 单	2020-04-03 11: 50	618	100	1	因为是活动为 618 的浏览页面导致的支付事件，所以支付事件的

												活动为 618
4	2020-04-02 12: 00	支付订单	2020-04-04 11: 50	618	100	2						因为是活动为 618 的浏览页面导致的支付事件，所以支付事件的活动为 618
4	2020-04-02 12: 00	支付订单	2020-04-05 11: 50	618	100	3						因为是活动为 618 的浏览页面导致的支付事件，所以支付事件的活动为 618
5	2020-04-03 12: 00	访问网页	2020-04-03 12: 00	618								用户 5 没有在 2020-04-01 至 2020-04-02 发生的访问网页事件，所以不符合条件
3、计算指标总和												
活动	初始日期	初始人数	付费人数	第 0 天	第 1 天	第 2 天	第 3 天	第 4 天	第 5 天	第 6 天	第 7 天	
双十一	+总体	2	1 50%	300	400	500	500	500				
618	+总体	1	1 100%	0	100	200	300	300				
活动	初始日期	初始人数	付费人数	第 0 天	第 1 天	第 2 天	第 3 天	第 4 天	第 5 天	第 6 天	第 7 天	
双十一	一 总体	2 (为用户 1 和用户 2, 即当前分组初始时间在 2020-04-01 至 2020-04-05 范围内当前分组的去重用户)	1 (为用户 1 和用户 2, 即当前分组初始时间在 2020-04-01 至 2020-04-05 范围内当前分组的去重用户) 50%	300 (当前分组初始用户中第 0 天新增消费合计, 即此列下方在此分组中的每行新增消费总和 300+0+0+0+0=300)	400 (当前分组初始用户中第 1 天新增消费合计+前 n-1 天新增消费, 即此列下方在此分组中的每行新增消费的总和 [100+0+0+0=100] +[第 0 天的 300]=400)	500 (当前分组初始用户中第 2 天新增消费合计+前 n-1 天新增消费, 即此列下方在此分组中的每行新增消费的总和 [100+0+0=100] +[第 1 天的 100]+[第 0 天的 300]=500)	500 (当前分组初始用户中第 3 天新增消费合计+前 n-1 天新增消费, 即此列下方在此分组中的每行新增消费的总和 [0+0=0] +[第 2 天的 100]+[第 1 天的 100]+[第 0 天的 300]=500)	500 (当前分组初始用户中第 4 天新增消费合计+前 n-1 天新增消费, 即此列下方在此分组中的每行新增消费的总和 [0]+[第 3 天的 0]+[第 2 天的 100]+[第 1 天的 100]+[第 0 天的 300]=500)				

		数)									
2020-04-01	2 (为用户1和用户2)	1 (为用户2) 50%	300 (用户2第0天消费300元)	400 (用户2第1天新增消费100元, 截止第1天累计消费400元)	500 (用户2第2天新增消费100元, 截止第2天累计消费500元)	500 (用户2第3天新增消费0元, 截止第3天累计消费500元)	500 (用户2第4天新增消费0元, 截止第4天累计消费500元)	因为当前系统时间为2020-04-05, 第5天是2020-04-06, 还没到, 所以这个单元格显示空	同理第5天, 显示空		
2020-04-02	0 (没有用户在04-02这天发生初始事件, 可能和留存分析一样, 不展示)	0 (没有用户在04-02这天发生初始事件, 所以付费人数必然为0)	0 (没有用户在04-02这天发生初始事件, 所以消费金额必然为0)	0	0	0					
618	— 总体	1	1	0	100	200	300	300			
		100 %									
2020-04-	1	1	0	100	200	300					
		100 %									

02												
ARPU												
活动	初始日期	初始人数	付费人数	第0天	第1天	第2天	第3天	第4天	第5天	第6天	第7天	
双十一	+总体	2	1 50%	150	200	250	250	250				
618	+总体	1	1 100%	0	100	200	300	300				
活动	初始日期	初始人数	付费人数	第0天	第1天	第2天	第3天	第4天	第5天	第6天	第7天	
双十一	一总体	2 (为用户1和用户2,即初始时间在2020-04-01至2020-04-05范围内当前分组的去重用)	1 (为用户2,即当前分组初始用户中发生付费的用户) 50%	150 (当前分组初始用户中第0天平均每初始用户的累计消费,即分组内此列下方[每行累计消费之和 300+0+0+0+0=300]/[每行初始人数 2+0+0+0+0=2]=150)	200 (当前分组初始用户中第1天平均每初始用户的累计消费,即分组内此列下方[每行累计消费之和 400+0+0+0+0=400]/[每行初始人数 2+0+0+0+0=2]=200)	250 (当前分组初始用户中第2天平均每初始用户的累计消费,即分组内此列下方[每行累计消费之和 500+0+0=500]/[每行初始人数 2+0+0=2]=250)	250 (当前分组初始用户中第3天平均每初始用户的累计消费,即分组内此列下方[每行累计消费之和 500+0=500]/[每行初始人数 2+0=2]=250)	250 (当前分组初始用户中第4天平均每初始用户的累计消费,即分组内此列下方[每行累计消费之和 500]/[每行初始人数 2]=250)				

		户数)											
2020-04-01	2	1 (为用用户2)租用用户2)	150 (用户2第0天消费300元, ARPU=300/初始人数2=150)	200 (用户2第1天新增消费100元, 截止第1天累计消费400元, ARPU=400/初始人数2=200)	250 (用户2第2天新增消费100元, 截止第2天累计消费500元, ARPU=500/初始人数2=250)	250 (用户2第3天新增消费0元, 截止第3天累计消费500元, ARPU=500/初始人数2=250)	250						
618	一总体	1	100%	0	100	200	300	300					
2020-04-02	1	1	100%	100	300	300	300						
ARPPU													
活动	初始日期	初始人数	付费人数	第0天	第1天	第2天	第3天	第4天	第5天	第6天	第7天		
双十一	+总体	2	150%	300	400	500	500	500					
618	+总体	1	100%	0	100	200	300	300					
活动	初始日期	初始人数	付费人数	第0天	第1天	第2天	第3天	第4天	第5天	第6天	第7天		
双十一	一总体	2	150%	300	400 (当前分组初始用户中第1天平均每付费用户的累计消费, 即分组内此列下方[每行累计消费之和400+0+0+0=400]/[每行付费人数1+0+0+0=1]=400)	500 (当前分组初始用户中第2天平均每付费用户的累计消费, 即分组内此列下方[每行累计消费之和500+0+0=500]/[每行付费人数1+0+0=1]=500)	500	500					
2020-04-01	2	1	50%	300 (用户2第0天消费300元, ARPPU=300/	400 (用户2第1天新增消费100元, 截止第1天累计消费400元, ARPPU=400/付	500			500	500			

				付费人数 1=150)	费人数 1=400)							
618	— 总体	1	1	0	100	200	300	300				
	2020-04-02	1	1	0	100	200	300					
			100%									
			100%									
新增付费人数												
活动	初始日期	初始人数	付费人数	第 0 天	第 1 天	第 2 天	第 3 天	第 4 天	第 5 天	第 6 天	第 7 天	
双十一	+总体	2	1	1	0	0	0	0				
			50%									
618	+总体	1	1	0	1	0	0	0				
			100%									
活动	初始日期	初始人数	新增付费人数	第 0 天	第 1 天	第 2 天	第 3 天	第 4 天	第 5 天	第 6 天	第 7 天	
双十一	— 总体	2	1	1	0	0	0	0				
			50%									
	2020-04-01	2	1	1	0	0	0	0				
			50%									
618	— 总体	1	1	0	1	0	0	0				
			100%									
	2020-04-02	1	1	0	1	0	0					
			100%									

1.7.12 自定义查询 (beta)

自定义查询可支持写 SQL 查询系统中的两张表：event_view、contact_view

事件表 event_view：事存储的是所有的系统预置事件、自定义事件数据，表字段包含所有的系统事件属性和自定义事件属性；需要查询的事件及其属性可在事件元数据中查询。一下表格对重点表字段进行说明，

表字段	说明
contact_id	用户在系统中的唯一主键，与用户表的关联字段
event	对应事件元数据的事件编码
event_alias	对应事件元数据的事件 ID
event_date	事件发生时间

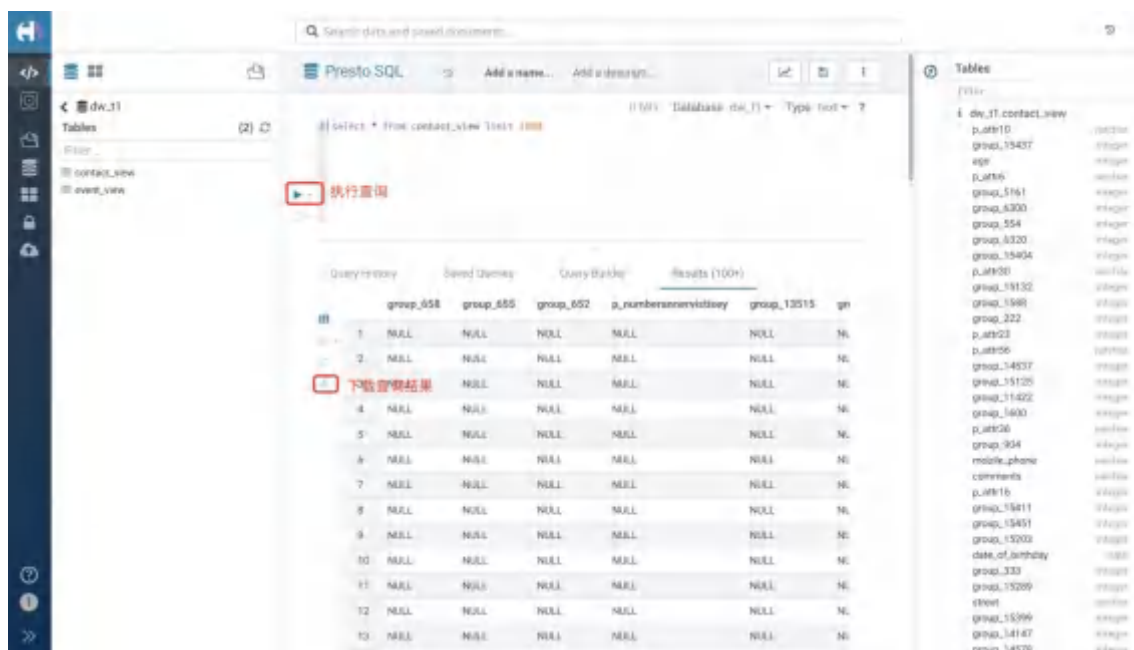
event_day	事件发生日期
p_开头的字段	自定义事件属性,因为作为表列名需要和系统属性区分，所以会加上 p_前缀

用户表 contact_view: 用户表存储的是所有的用户数据，表字段包含所有的用户系统属性、用户自定义字段、标签组、用户标签。

表字段	说明
表字段	说明
id	用户在系统中的唯一主键，与事件表的关联字段
group_开头的字段	标签组
tag_开头的字段	用户标签
p_attr 开头的字段	用户自定义字段,因为作为表列名需要和系统属性区分，所以会加上 p_前缀

本功能使用 presto 查询引擎，不兼容 Hive 的部分语法和函数。presto 官方支持的函数列表参考：[点击查看](#)





1.8 微信营销

- [触达](#)
- [二维码管理](#)
- [基础设置](#)
- [微信分析](#)

1.8.1 触达

- [模板消息通知](#)
- [群发](#)
- [订阅通知](#)

1.8.1.1 模板消息通知

- [模板消息通知](#)
 - [一、模板消息功能描述](#)
 - [二、如何创建模板消息通知](#)
 - [三、如何查看已经发送的模板消息](#)

1.8.1.1.1 模板消息通知

注：关于微信官方关于【模板消息】的调整：
服务号【模板消息】能力的设计初衷，旨在帮助开发者实现及时通知，但存在一些问题，如：

- 部分开发者在用户无预期的情况下，发送与用户无关的信息，对用户造成了骚扰。
 - 模板消息是用户触发后的通知消息，不支持营销类消息，不能满足部分业务需求。为提升微信用户体验，我们开始灰度测试服务号订阅通知功能。
- 详细可以点击查看 2021 年 1 月 27 日微信团队在微信开放社区发布官方公告 [《服务号订阅通知灰度测试》](#)

1.8.1.1.1.1 一、模板消息功能描述

- 标签组内或所有用户的部分用户没有关注[微信公众号](#)，则无法接收到“模板消息”！
- 即使微信粉丝长期（超过 48 小时）没有点击[微信公众号](#)菜单或留言等主动行为，也可以接收到模板消息！
- [微信公众号](#)的群发不支持发送“模板消息”，但是通过【客户旅程】可以触发发送模板消息！
- “模板消息”有不同的模板，需要在[微信公众号](#)后台添加，才能在[系统](#)中显示，如果需要定制，也需要在[微信公众号](#)申请并通过审核，然后才能添加！
- 4 月底[微信公众号](#)的模板消息会有变动，届时可能会对部分营销类模板造成影响，具体以[微信公众号](#)公布的规则为准

1.8.1.1.1.2 二、如何创建模板消息通知

路径：【微信营销】>【触达】>【模板消息通知】> 点击左上方的“新建模板消息”> 编辑模板消息 > 点击右下角的【发送】





1.8.1.1.1.3 三、如何查看已经发送的模板消息



1.8.1.2 群发

- 群发
 - 群发注意事项
 - 新建群发详细操作
 - 公众号：选择要使用哪个公众号账号进行群发
 - 群发对象
 - 群发类型：
 - 操作说明：
 - 删除已群发的图文消息

- [1、哪些已群发的消息支持删除？](#)
- [2、删除方式](#)
- [3、如何删除群发消息](#)

1.8.1.2.1 群发

1.8.1.2.1.1 群发注意事项

注：（以下描述只针对服务号）

- 每个粉丝每月最多只能接收到**四次**群发消息，如果该粉丝已经接收过超过四次，群发时将无法再次接收，请留意。
- 如粉丝 A，在 5 个标签组，本月对粉丝 A 所在的标签组群发四次，接收过四次的群发，对粉丝 A 所在的第五个标签组进行群发时，粉丝 A 无法收取第五次群发的消息！
- 注：群发调用的是微信公众号的群发接口，不受“48 小时”限制！发送的粉丝即使在“48 小时”内没有任何互动，也可以正常接收信息。
- 通过客户旅程发送信息，[微信公众号](#)提供的是客服消息接口，当用户和公众号在“48 小时”内有产生特定动作的交互时，粉丝才可以接收到文本、图片、图文素材等信息。
- 群发速度（不同标签组使用不同的接口发送，如下图）
 - A. openID 群发速度，3w/分钟
 - B. 群发接口群发，我们用的是微信的 30w/分钟
 - C. A、B 发送速度为最快速度，如网络受限或者其他原因会慢于此速度



如果超过 48 小时还想对粉丝发送消息，只能用模板消息群发、服务号每月 400 次群发，粉丝与公众号互动具体有扫公众号二维码、点菜单、对话，粉丝在 48 小时内都能不限制推送消息。

新建群发

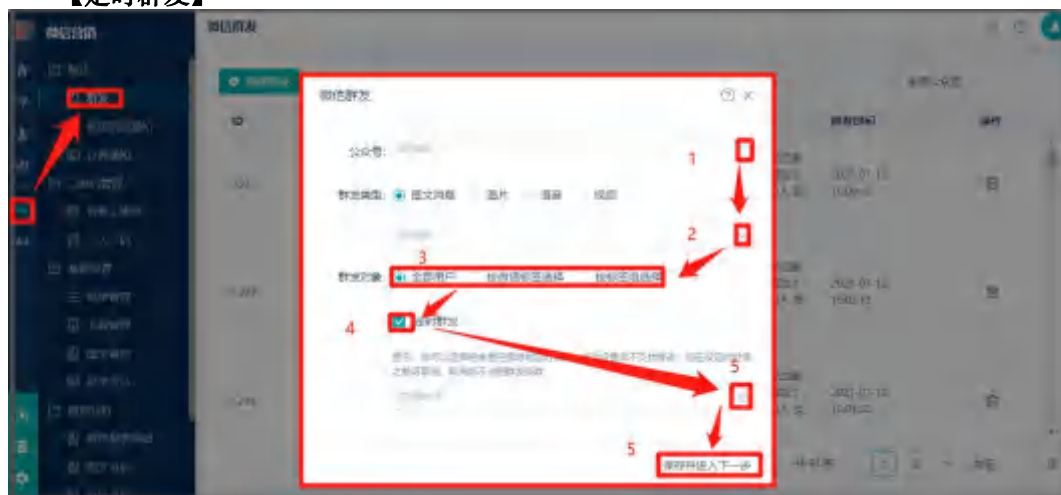
- 创建群发的路径：**【微信营销】 > 【触达】 > 【群发】 > 【新建群发】**；支持**【实时群发】** & **【定时群发】**

群发，微信限制每天上限为 100 万，如需要提高上限，可以向微信申请提升额度。

- 【实时群发】如下：



- 【定时群发】



1.8.1.2.1.2 新建群发详细操作

公众号：选择要使用哪个公众号账号进行群发



1.8.1.2.1.2.1 群发对象

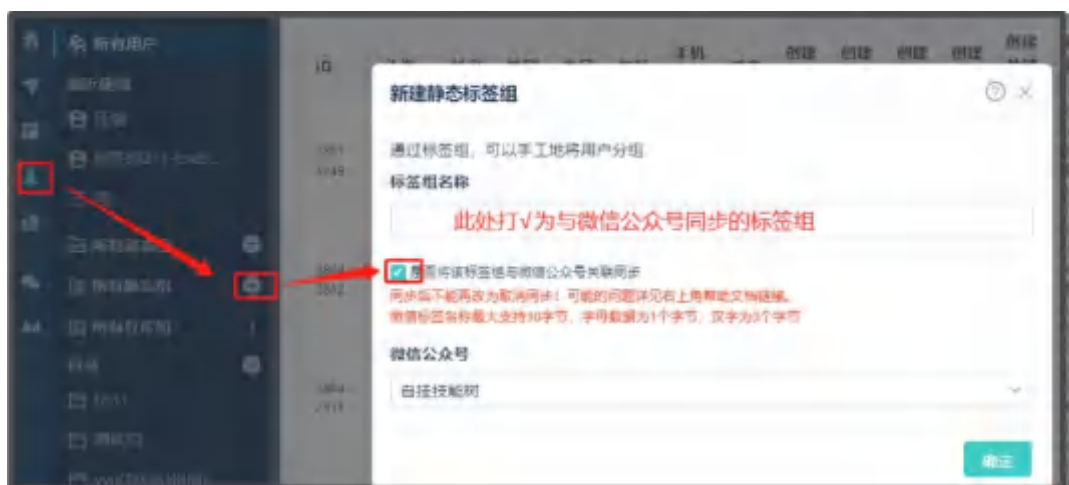
1. 全部用户

在[系统](#)中的所有用户，但是选择后，只能群发给关注此群发公众号的粉丝，存在[系统](#)中的用户，但是并非此公众号的粉丝，则无法收取；



2. 按微信标签选择

指与微信标签组同步的[静态标签组](#)，此处不能选择[动态标签组](#)



3. 按标签组选择

支持选择所有标签组，包括[静态标签组](#)（与微信同步的或不同步的[静态标签组](#)均支持）、[动态标签组](#)。

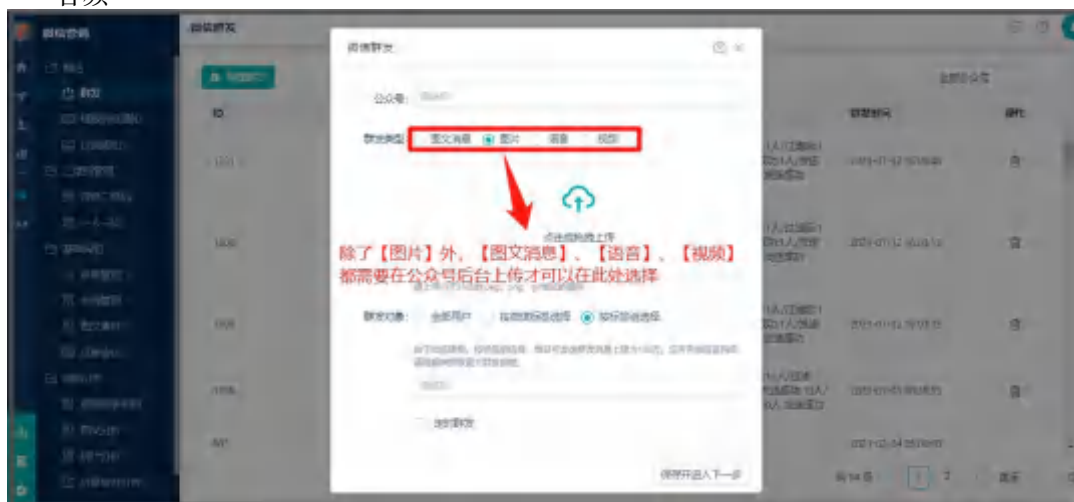
此处是通过调用标签组中的粉丝的 open id 来群发消息！

- 注：如果标签组的用户并未关注群发时选择的[微信公众号](#)，也无法收取群发消息。



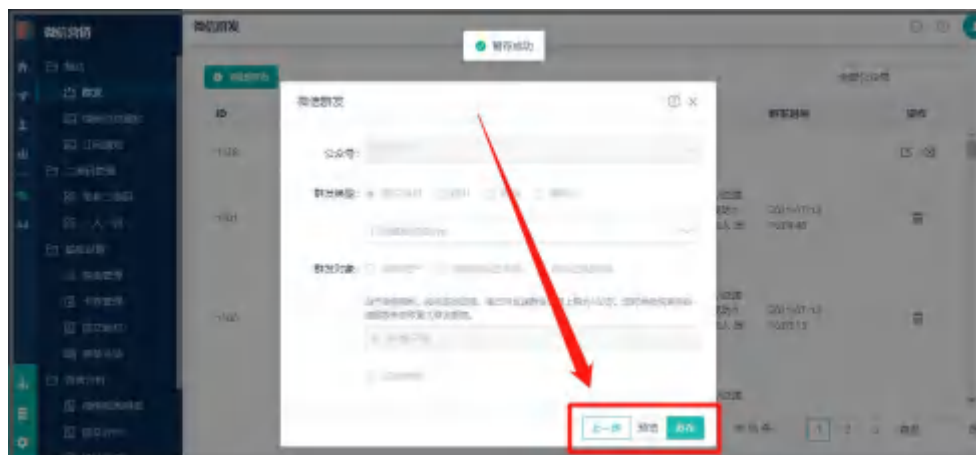
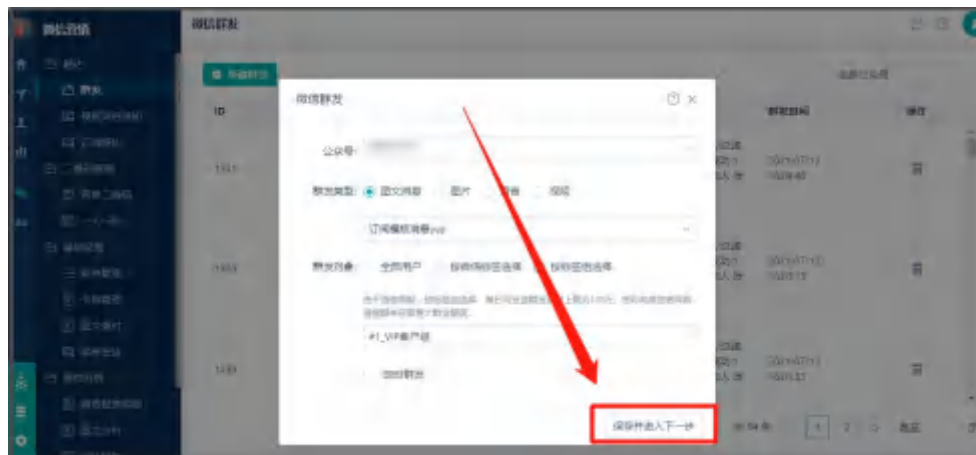
1.8.1.2.1.2.2 群发类型：

- 图文消息
- 图片
- 语音
- 音频

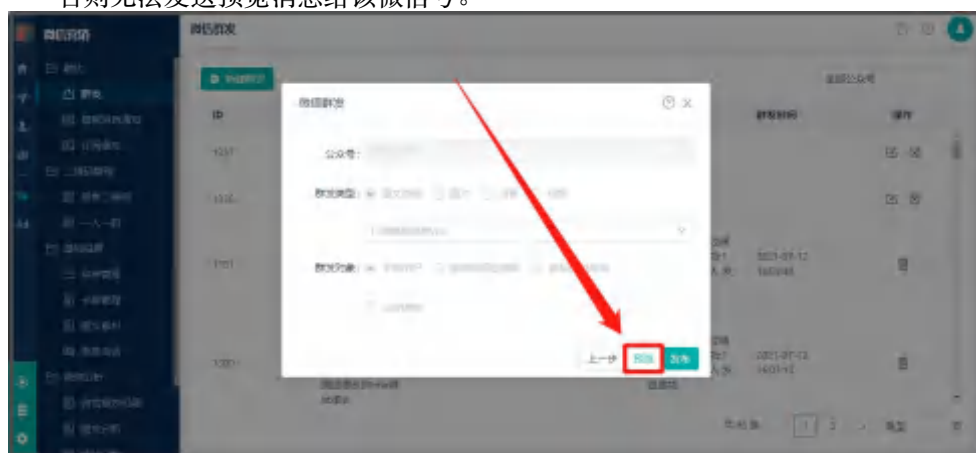


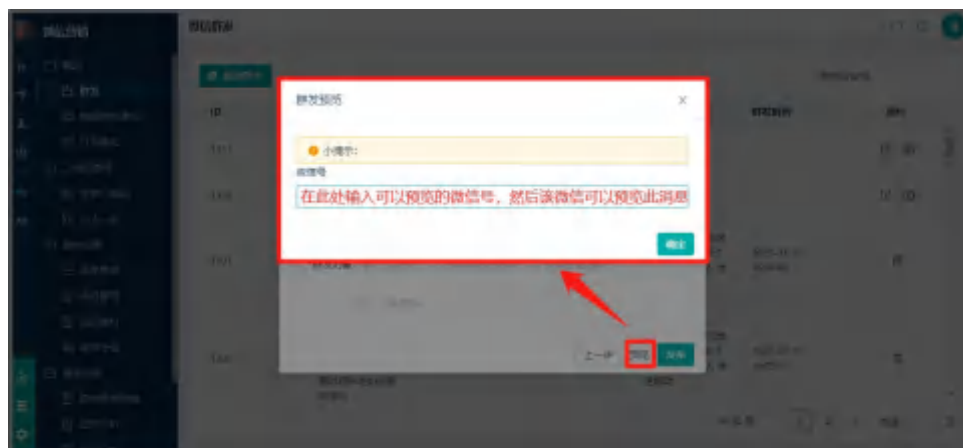
1.8.1.2.1.2.3 操作说明：

- a. 保存并进入下一步：点保存并进入下一步按钮后，会保存一条群发记录，并进入预览、群发状态窗口

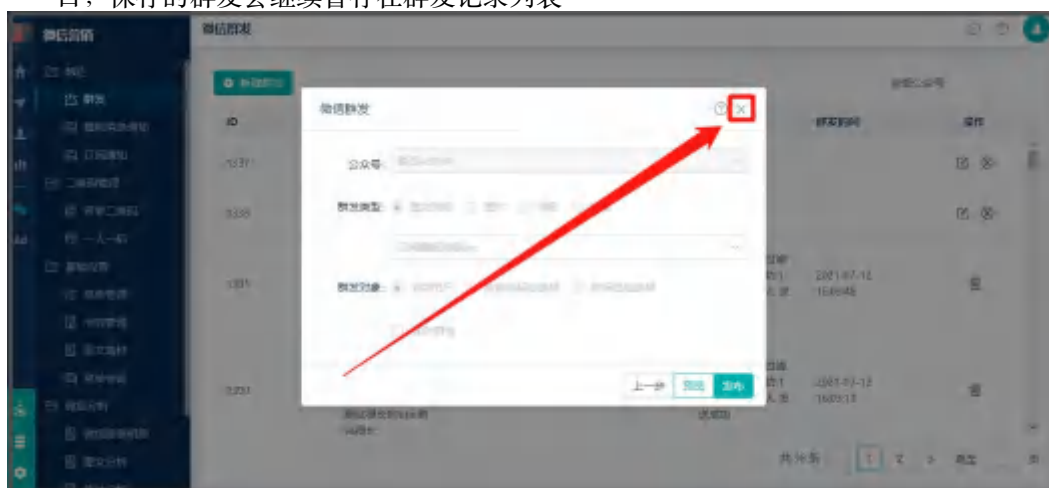


- a. 预览：如果需要在发送之前预览该微信消息，请点击右下方的【预览】按钮进行预览。请注意能够预览微信消息的微信号必须已经关注该微信公众号，否则无法发送预览消息给该微信号。

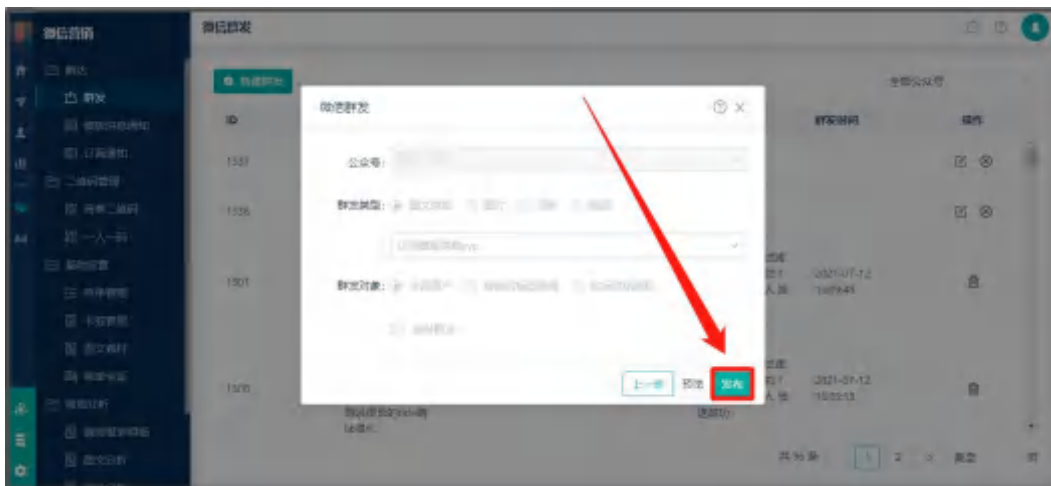




1. 关闭：如果您不想立即发布这个微信消息，可以点击右上方的【×】按钮关闭当前窗口，保存的群发会继续暂存在群发记录列表



2. 保存并发布：点击【保存并发布】按钮，并再次确认发布后，就会按上面设置的群发类型、群发对象进行群发。



3. 对于【待发布】的微信群发消息，可以点击最右边的【编辑】按钮进入编辑页面，也可以点击【取消】按钮取消该微信群发消息。



4. 对于已发布的微信消息，可以看到发送的状态（成功多少人和失败多少人），也可以点击最右边的【删除】按钮删除该消息的群发。请注意，删除对于已经收到微信消息的粉丝是无效的，删除仅对未收到微信消息的微信粉丝有效。





- 公众号切换：通过右上角的公众号切换配置，控制要在下方列表显示哪个公众号的按钮



1.8.1.2.1.3 删除已群发的图文消息

1.8.1.2.1.3.11、哪些已群发的消息支持删除？

图文消息（单图文、多图文）、视频、语音、图片等。（关于这四个的描述可以点击[此处查看《如何群发消息》](#)）

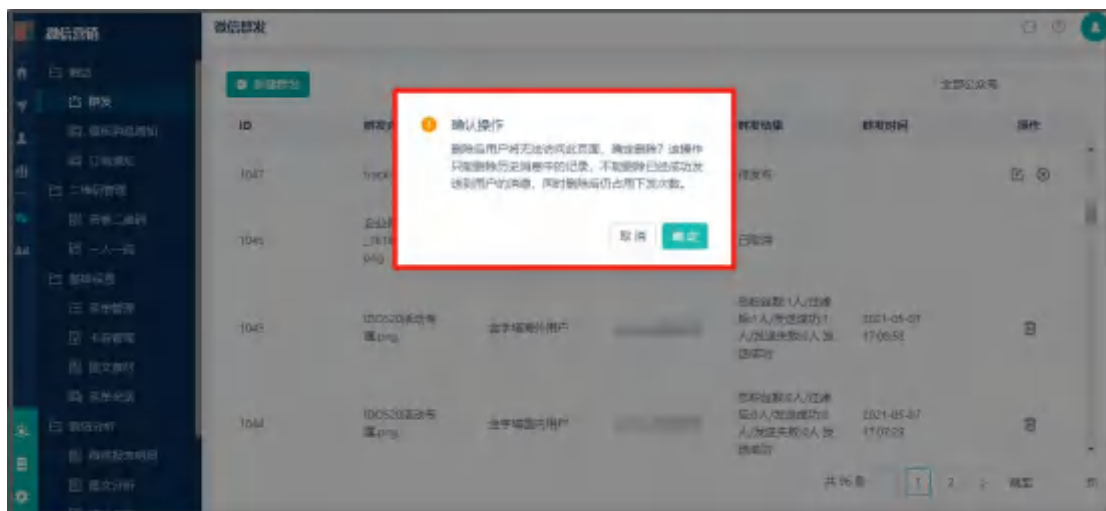
1.8.1.2.1.3.22、删除方式

- 如果是通过[微信公众号后台](#)群发的图文消息，需要登录[微信公众号后台](#)删除，系统无法操作；
- [微信公众号](#)与[系统](#)对接后，通过[系统](#)群发的消息，可以登录[系统](#)删除。

1.8.1.2.1.3.33、如何删除群发消息

删除路径：登录[系统](#)** > 【微信营销】> 群发 > 选择“微信公众号”> 找到已群发的消息 > 点

击右方的“”，在弹出的窗口中选择需要删除的图文消息。**



1.8.1.3 订阅通知

- [注：微信团队官方公告](#)
- [一、开通订阅通知功能](#)
- [二、在系统上更新公众号订阅通知的权限](#)
- [三、在图文/网页中设置订阅通知组件](#)
- [四、追踪用户同意订阅和取消订阅的行为事件](#)
- [五、通过系统发送订阅通知](#)

注：微信团队官方公告

为提升微信用户体验，2021 年 1 月 27 日微信团队在微信开放社区发布官方公告[《服务号订阅通知灰度测试》](#)，服务号订阅通知灰度测试期自 2021 年 1 月 27 日 0:00 至 4 月 30 日 24:00，期间服务号【模板消息】可正常使用；灰度测试期结束后服务号【订阅通知】的策略将另行公布，届时以官方信息为准。

【订阅通知】是微信提供的用户主动订阅、服务号按需下发的通知能力。使用【订阅通知】功能时需遵循[《微信公众平台运营规范》](#)，不可用奖励或其它形式强制用户订阅，不可下发与用户预期不符或违反国家法律法规的内容。

如何通过[系统](#)来使用微信服务号【订阅通知】功能呢？步骤如下：

- 在微信公众号原生后台开通【订阅通知】功能，并申请合适的行业类目以及并选用模板
 - 在微信图文消息或内部开发的网页中设置【订阅通知】的组件。
 - 用户在【图文消息】或者【网页】中同意/取消接收【订阅通知】后，系统记录用户同意【订阅通知】和用户取消授权【订阅通知】的客户事件。
 - 运营人员在[系统](#)的微信营销板块创建【订阅通知】，向已经同意接收【订阅通知】的客户发送订阅通知。
 - [系统](#)支持在【订阅通知】内容中插入客户动态参数。
- 提示：【订阅通知】功能只开放给已认证的境内主体服务号哦~

1.8.1.3.1 一、开通订阅通知功能

- 使用[系统](#)微信订阅消息功能前，首先要在微信[公众号原生后台](#)添加订阅通知功能插件。
- 已认证过的微信服务号在“微信公众号”后台点击【功能-添加功能插件】，选择【订阅通知】，点击开通。





- 请根据服务号所属的行业和需要的【订阅通知】类型，申请合适的行业类目。

需要注意的是：

- 一次性订阅：指用户订阅一次，服务号可不限时间地下发一条对应的订阅通知；
- 长期订阅：指用户订阅一次，服务号可长期多次下发通知，长期订阅通知仅向政务民生、医疗等公共服务领域开放。



- 请根据通知使用场景，在公共模版库选用合适的【订阅通知】模板。



1.8.1.3.2 二、在系统上更新公众号订阅通知的权限



接着使用服务号绑定的管理员个人微信号扫描二维码进入更新授权页面，点击更新授权后您就可以通过系统发送订阅通知了。





如果您是使用自建的第三方平台
请先登录微信开放平台。并点击修改第三方平台，添加公众号的【订阅通知】权限。再按照上述步骤修改权限集。

1.8.1.3.3 三、在图文/网页中设置订阅通知组件

可以在图文消息、网页等场景设置订阅通知功能，供用户主动订阅。

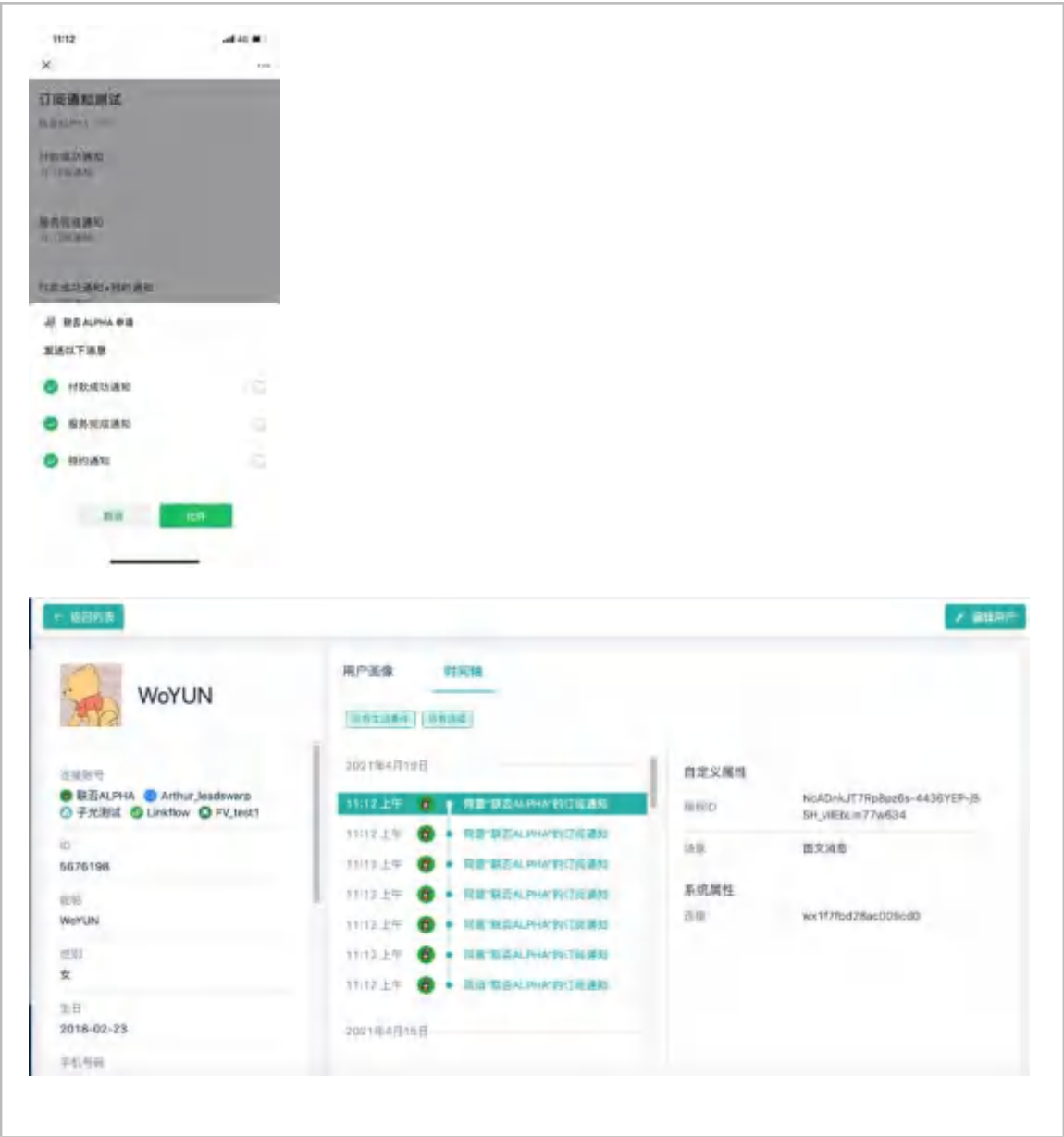
- 可通过图文编辑器，在文章中插入【订阅通知】组件。每篇文章最多插入 10 个【订阅通知】组件（每个组件至多包含 5 条通知，每个组件不能同时包含一次性订阅和长期订阅），文章推送后用户即可点击订阅。
- 也可以使用[开放标签能力](#)，在网页内设置订阅通知组件。仅支持在[JS-安全域名](#)下的网页（已认证的服务号，最多 5 个安全域名）

e.g.以图文消息为例：



1.8.1.3.4 四、追踪用户同意订阅和取消订阅的行为事件

如果用户在弹出的【订阅通知】组件中是点击允许/取消按钮，[系统](#)会记录用户同意【订阅通知】和用户取消授权订阅通知的客户事件。



1.8.1.3.5 五、通过系统发送订阅通知

后台新建【订阅通知】
运营人员在[系统](#)的微信营销板块创建订阅通知，向已经同意接收【订阅通知】的客户发送订阅通知。[系统](#)支持在【订阅通知】内容中插入客户动态参数。
具体步骤和说明如下：

- 公众号：选择要发送【订阅通知】的公众号
- 【订阅通知】名称：输入本次群发的名称，方便在列表查看
- 【订阅通知】模版：您在“微信公众号”后台已选用的模版
- 订阅模版参数内容：您在“微信公众号”后台选用模版时勾选的默认参数，支持配置动态参数。需要注意的是，【订阅通知】的模版参数内容有较大限制，请仔细查看“模版内容限制说明”后填写参数值。

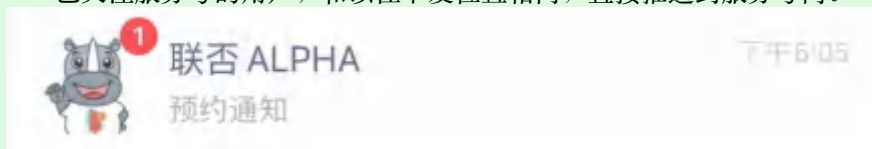
- 打开方式：“H5”或“微信小程序”，此处的配置与模版消息一致。如果勾选 H5，需要填写一个链接；如果勾选微信小程序，需要填写与公众号有关联的小程序 Appid & 页面路径（暂不支持小游戏）；如果同时勾选了 H5 和微信小程序，用户的手机端默认优先打开小程序。
- 发送对象：
- 所有订阅过此通知的用户：如果选中该项，[系统](#)将会把此通知发送给所有有订阅过且有发送机会的用户。点击右侧的头像可以看到预计发送的人数以及关注情况；
- 标签组选择：如果选中该项，[系统](#)将会筛选出标签组中有订阅过该通知的用户进行发送。



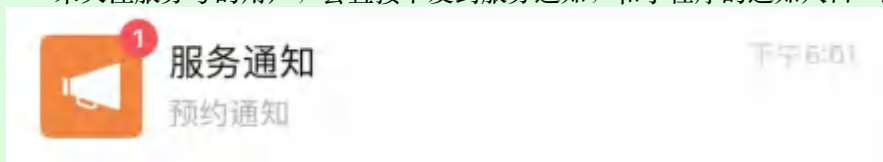
用户手机端收到【订阅通知】

已关注和未关注服务号，用户收到消息通知的表现形态有区别，具体表现形式为：

- 已关注服务号的用户，和以往下发位置相同，直接推送到服务号内。



- 未关注服务号的用户，会直接下发到服务通知，和小程序的通知入口一致。



查看【订阅通知】发送情况

查看发送情况：成功人数和失败人数。

注意：此处的发送失败不会扣减用户的可发送次数。



订阅通知

ID	订阅通知名称	模板名称	发送对象	发送结果	公众号
483	付款成功1	付款成功通知	已订阅的用户	成功: 2人 失败: 3人	联齿ALPHA
482	系统升级通知12	系统升级通知	已订阅的用户	成功: 3人 失败: 0人	联齿ALPHA
481	小核测试3	预约通知	标签组: 开发测试1	成功: 2人 失败: 0人	联齿ALPHA
479	测测测	预约通知	已订阅的用户	成功: 6人 失败: 1人	联齿ALPHA
478	系统升级通知11	系统升级通知	标签组: bianchilast (删除)	成功: 3人 失败: 0人	联齿ALPHA

共 25 条 1

单条订阅通知发送不成功的几种情况：

- 用户拒绝接受消息，如果用户之前曾经订阅过，则表示用户取消了订阅关系
- 模板参数不准确，可能为空或者不满足规则
- 小程序 appid/page 路径不正确

1.8.2 二维码管理

- [带参二维码\(原为普通二维码\)](#)

1.8.2.1 带参二维码(原为普通二维码)

- [二维码创建路径](#)
- [永久与临时二维码创建](#)
- [批量创建/导出二维码](#)
- [如何查找带参二维码](#)
- [扫码后回复、加组](#)
- [二维码分组管理](#)
- [带参二维码在触发条件中使用](#)

1.8.2.1.1 二维码创建路径

- [创建带参二维码](#)
 - [注意事项](#)
 - [如何创建带参二维码](#)

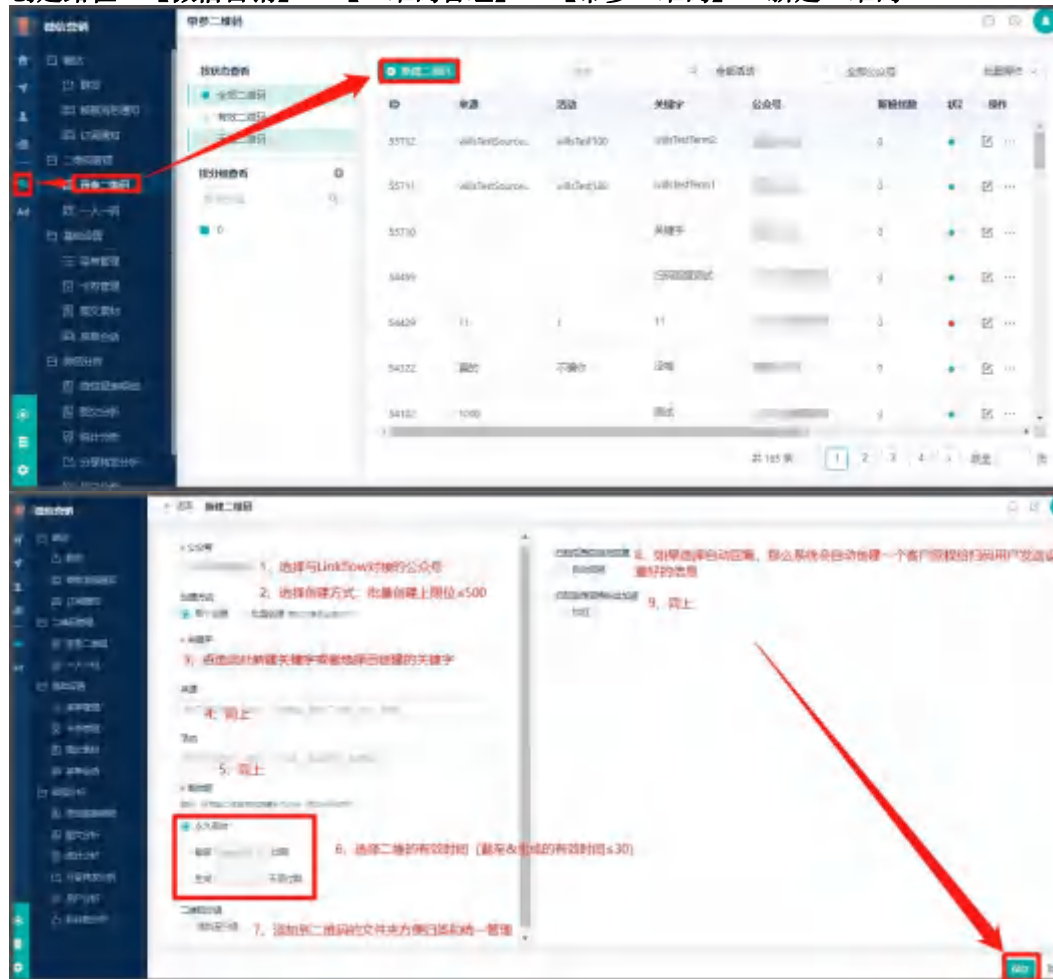
1.8.2.1.1.1 创建带参二维码

注意事项

1. 微信订阅号无法创建二维码！！
2. 尚未认证的微信服务号也无法创建二维码！

1.8.2.1.1.1.1 如何创建带参二维码

创建路径：【微信营销】>【二维码管理】>【带参二维码】>新建二维码



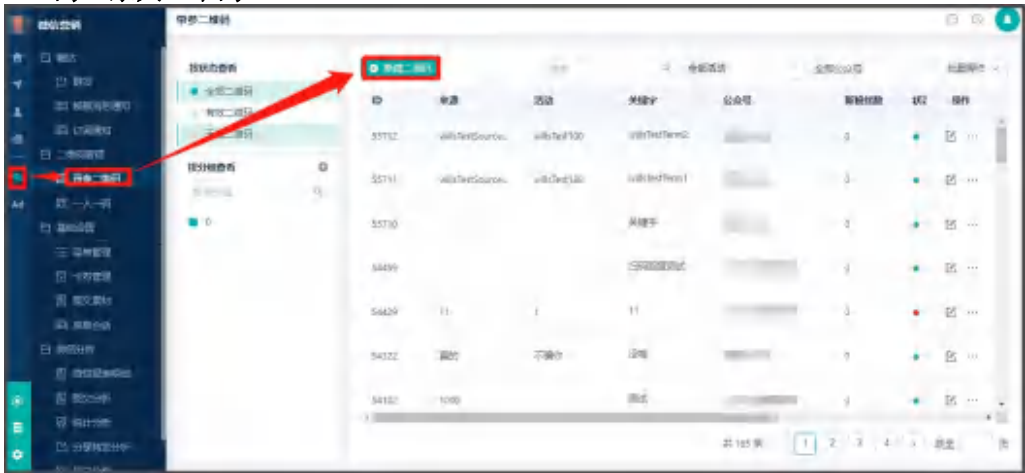


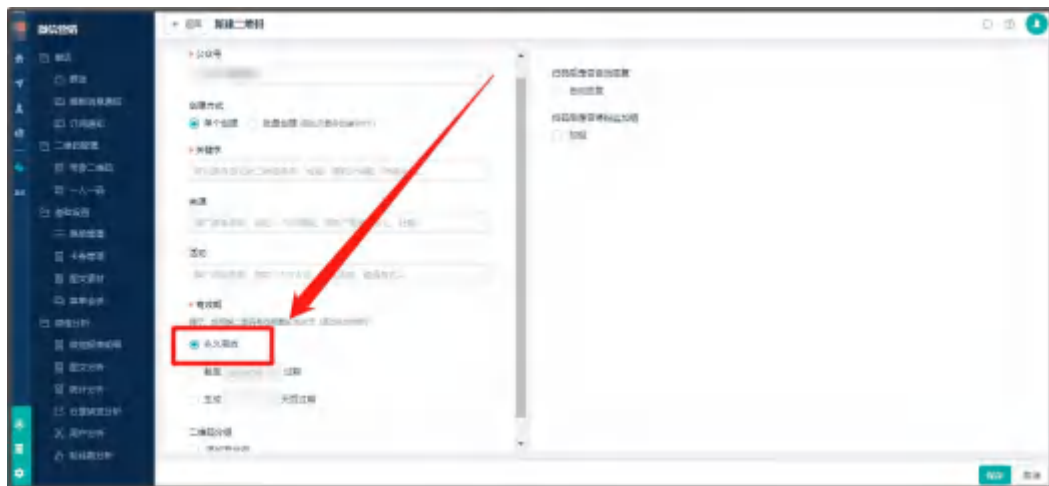
1.8.2.1.2 永久与临时二维码创建

- [创建永久二维码](#)
- [创建临时二维码](#)
- [二维码搜索](#)

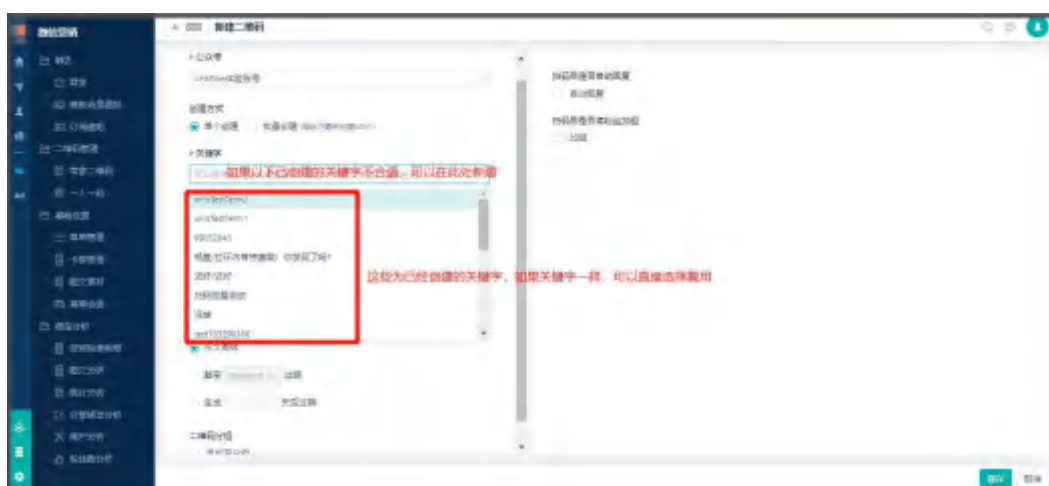
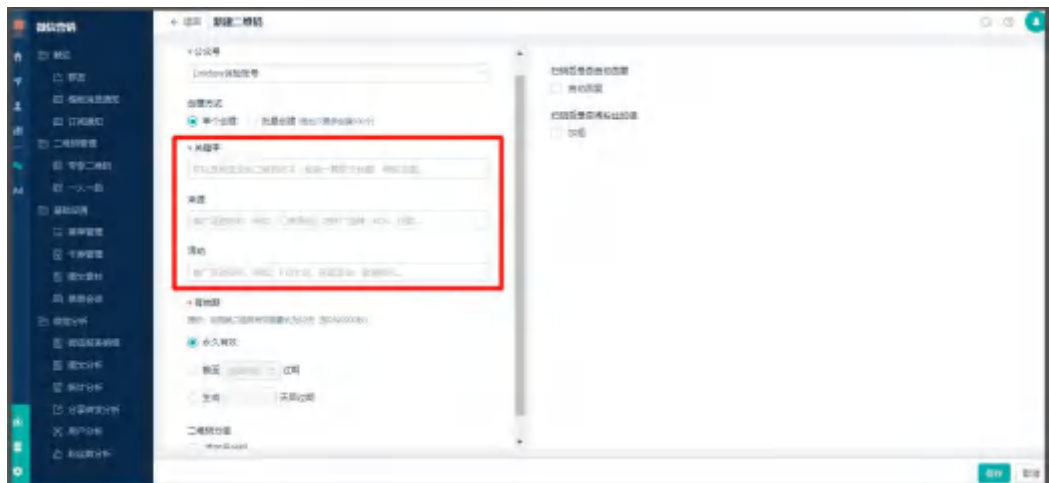
1.8.2.1.2.1 创建永久二维码

- 永久二维码的创建路径：**【微信营销】>【管理二维码】>【带参二维码】>新建二维码>永久二维码**





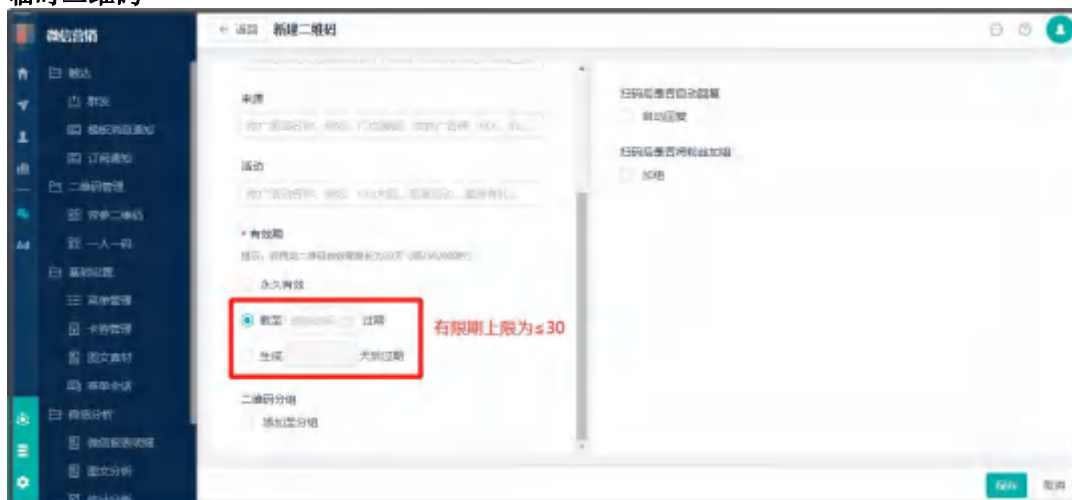
- 如下位置设置关键字、来源、活动等 UTM 参数，可以输入新值，也可以复用之前输入过的值：



注：来源与活动创建暂不支持修改或删除

1.8.2.1.2.2 创建临时二维码

临时二维码的创建路径：**【微信营销】>【管理二维码】>【带参二维码】>新建二维码>临时二维码**



注：后两个二维码有效期最长不能超过 30 天！

1.8.2.1.2.3 二维码搜索

1. 支持按 ID、来源、关键字进行搜索
2. 同时可以按公众号、活动进行筛选

注：二维码筛选和二维码搜索功能之间是“且”的关系，比如，按活动“双 11”筛选出了 20 张活动为双 11 的二维码，20 张二维码中，5 张的来源包含“门店”，再用搜索功能搜“门店”，最终结果会展示 5 张二维码。



1.8.2.1.3 批量创建/导出二维码

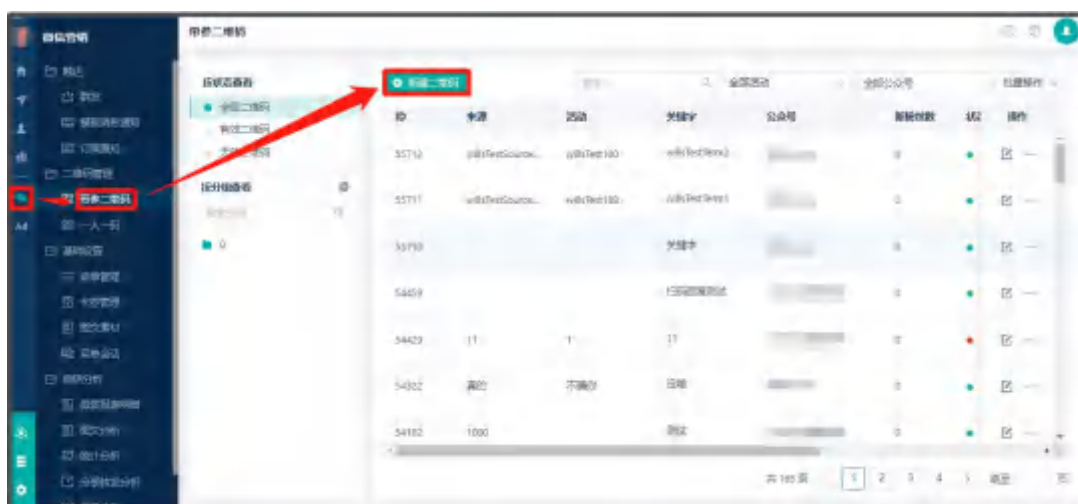
- [批量创建二维码](#)
- [批量创建列表中导出二维码](#)
- [批量导出二维码](#)

1.8.2.1.3.1 批量创建二维码

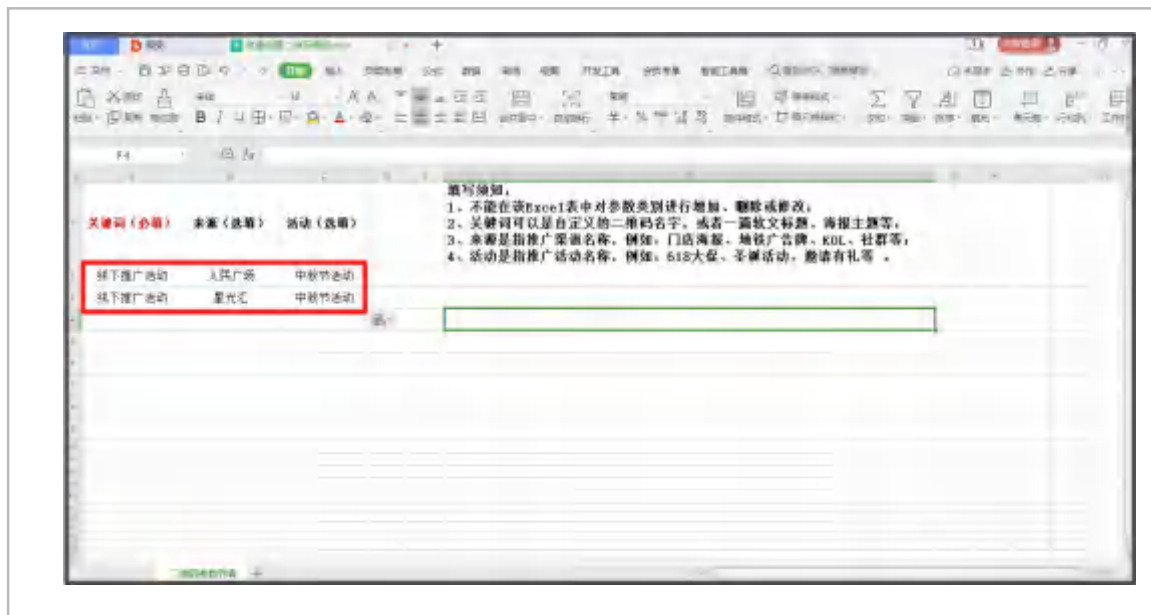
批量创建路径：**【微信营销】 > 【二维码管理】 > 【带参二维码】 > 新建二维码> 批量创建**

1. 批量创建 excel 模版中的关键字为必填项（最多一次性创建 500 个二维码）；
2. **【批量创建二维码】** 不支持配置回复和加组的工作流。

◇需要注意的是：最多一次性创建 500 个二维码，方便后续的导出二维码操作。



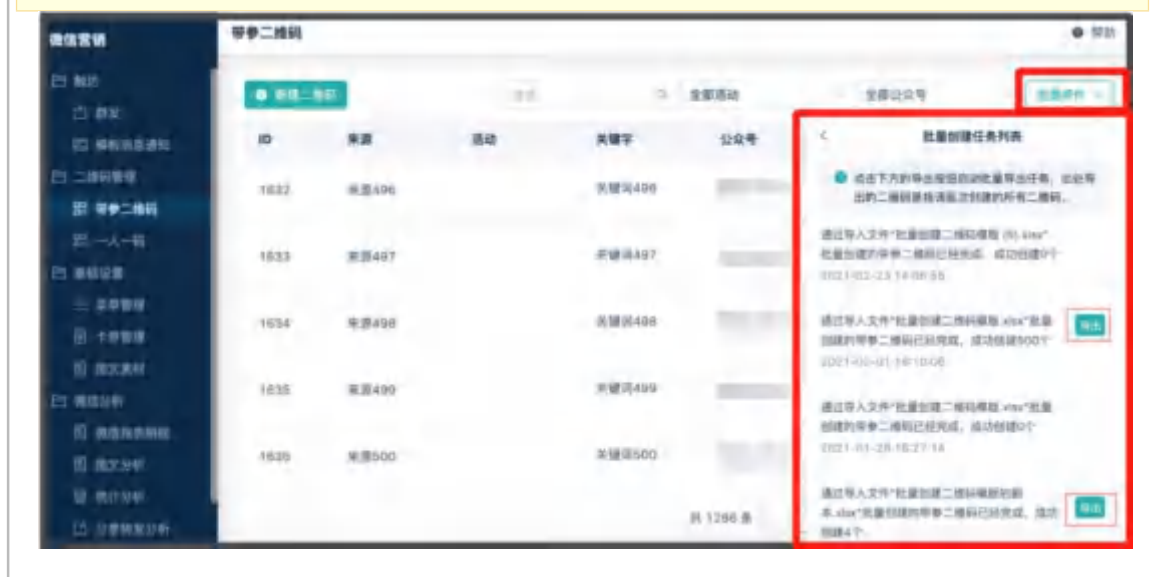
3. 批量创建 Excel 表格模板如下：



1.8.2.1.3.2 批量创建列表中导出二维码

批量创建后直接导出路径：**【微信营销】 > 【二维码管理】 > 【带参二维码】 > 【批量创建任务列表】 > 【导出】**

◇您在批量创建后，可以直接在此处查看批量创建任务的状态以及导出该批次创建的所有二维码。（≥500 的二维码无法导出）

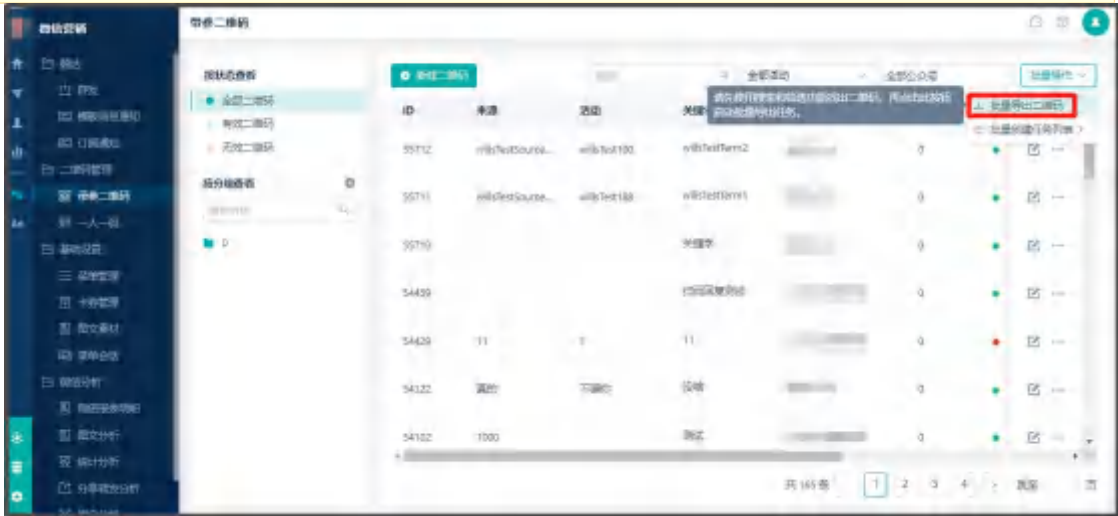


1.8.2.1.3.3 批量导出二维码

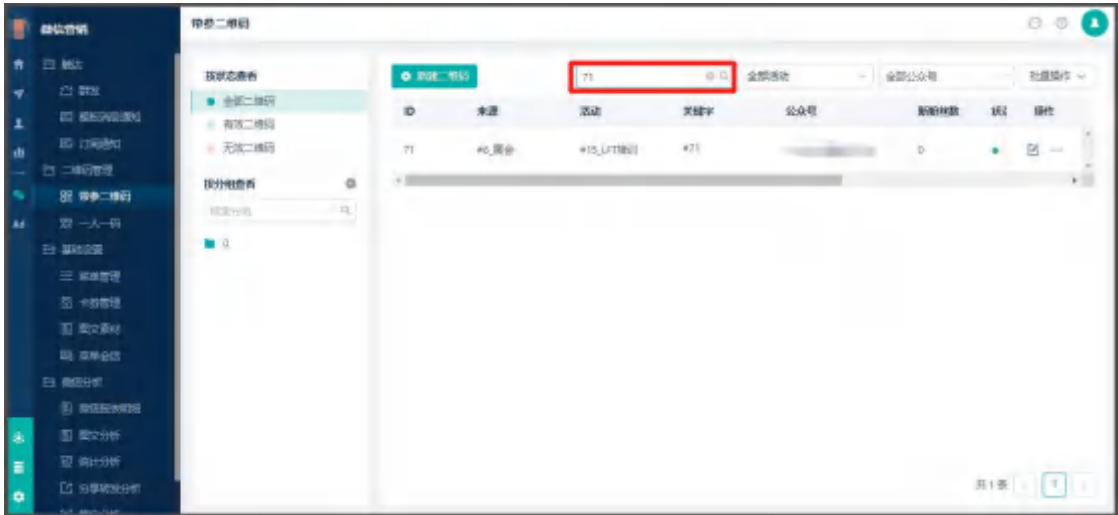
批量创建后直接导出路径：**【微信营销】 > 【二维码管理】 > 【带参二维码】 > 批量导出二维码**

- ◇
1. 请您先使用搜索和筛选功能找出二维码，再点击此按钮启动批量导出任务；

2. 此处导出的二维码是经过筛选出的所有二维码。（最多批量导出 500 个二维码）



搜索框支持 ID、来源、关键字的模糊搜索。



1.8.2.1.4 如何查找带参二维码

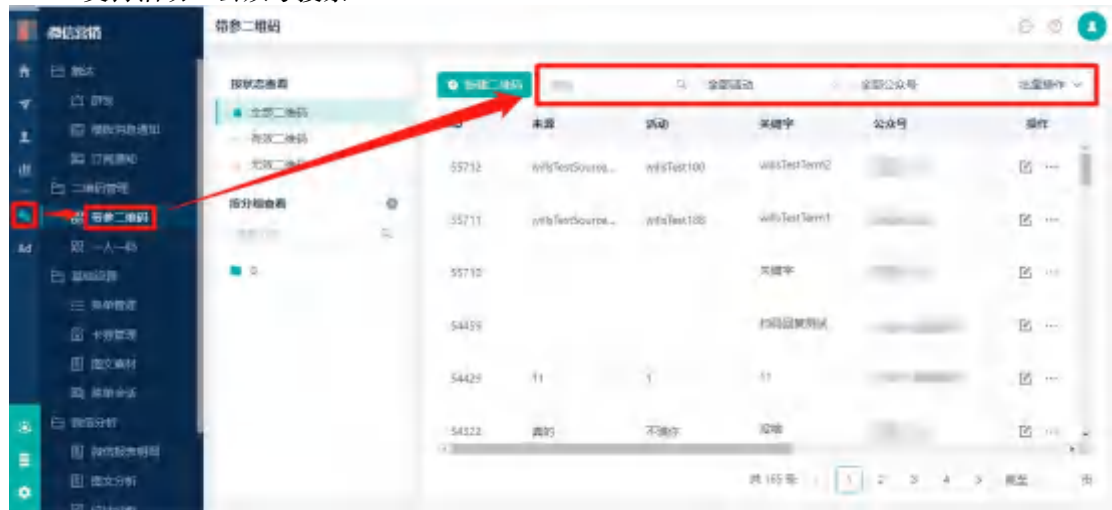
- [如何查找二维码](#)
 - [查找路径](#)
 - [如何输入查看内容](#)
 - [带参二维码常见问题](#)

1.8.2.1.4.1 如何查找二维码

1.8.2.1.4.1.1 查找路径

查看路径：**【微信营销】>【二维码管理】>【带参二维码】>输入信息查找二维码**

1. 目前支持二维码 ID 搜索
2. 支持模糊搜索
3. 支持活动、公众号搜索

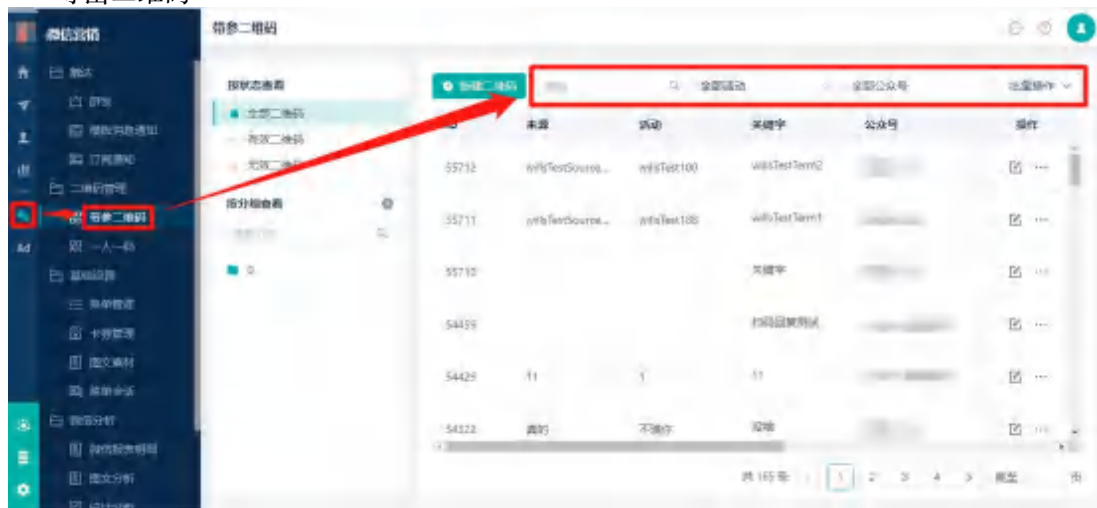


1.8.2.1.4.1.2 如何输入查看内容

选择需要查看的公众号，然后可以输入关键字搜索二维码

目前支持搜索的类型：

1. ID（或其他模糊搜索）
2. 活动
3. 微信公众号
4. 导出二维码

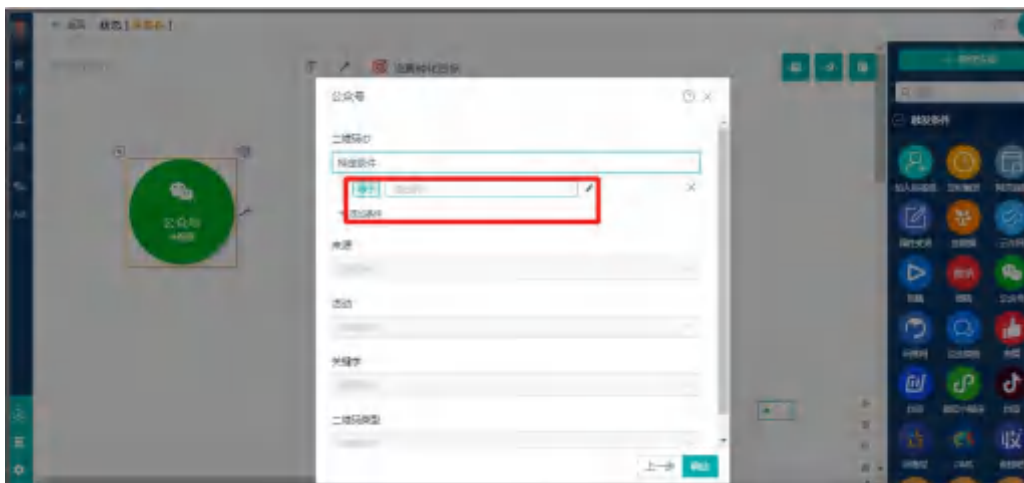


1.8.2.1.4.1.3 带参二维码常见问题

问题 1：无法在客户旅程的【触发条件】中选择带参二维码；

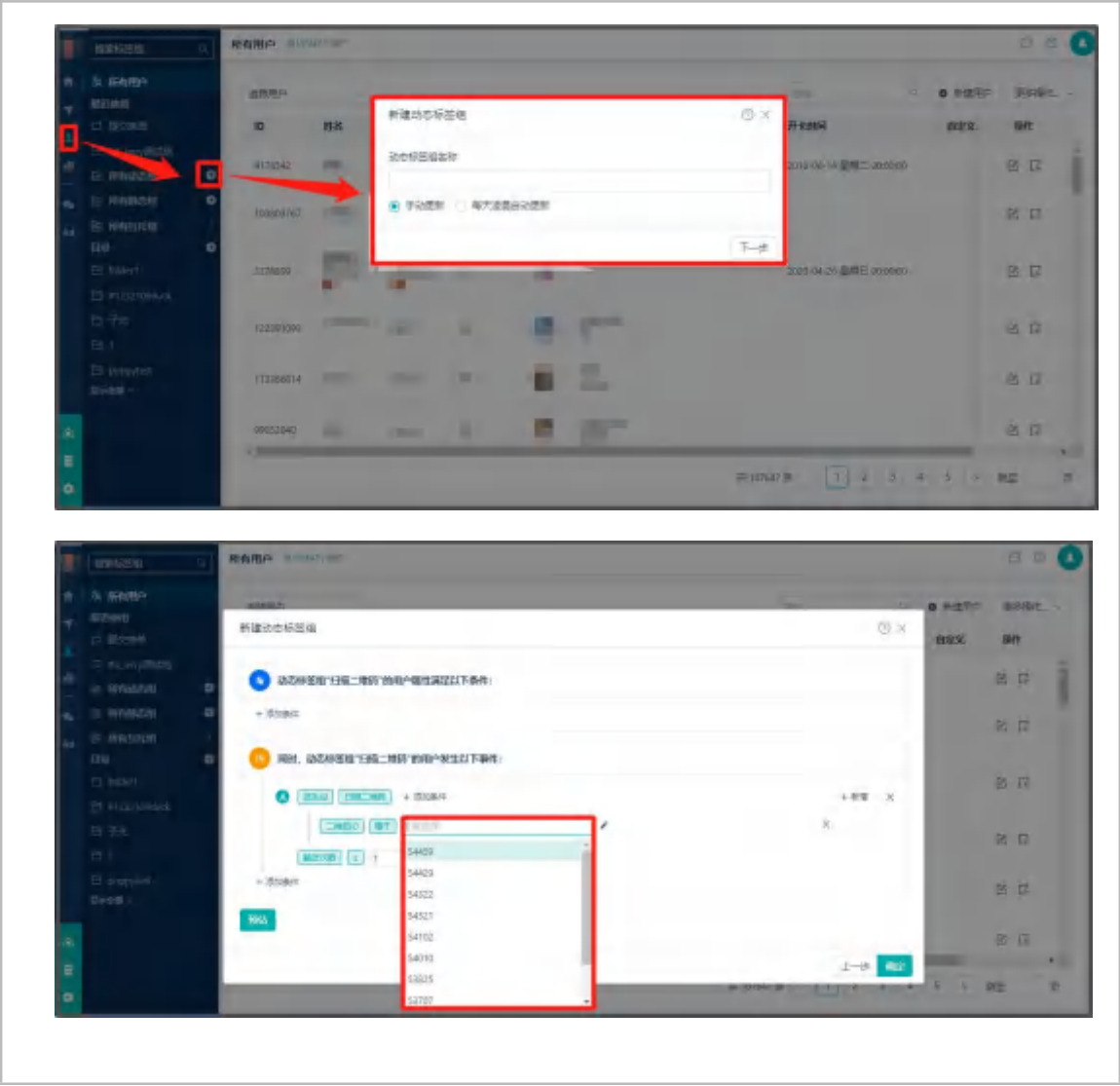
- 路径：【客户旅程】>【新建客户旅程】>【新建空白客户旅程】>【触发条件-微信公众号】>【扫描二维码】

——原因：二维码创建后，没有被任何粉丝扫描过二维码。



问题 2：创建【动态标签组】时，也无法选择，等等

- 路径：【用户和标签】> 点击“+”
- 原因：二维码创建后，没有被任何粉丝扫描过二维码。



问题3: 【事件分析】报表中无法选择二维码 ID

- 路径: 【报表分析】> 【事件分析】
——原因: 二维码创建后, 没有被任何粉丝扫描过二维码。



1.8.2.1.5 扫码后回复、加组

- [扫描带参二维码后，回复、加组](#)
 - [扫码后是否自动回复](#)
 - [扫码后是否将粉丝加组](#)
 - [编辑二维码](#)

1.8.2.1.5.1 扫描带参二维码后，回复、加组

1.8.2.1.5.1.1 扫码后是否自动回复

- 在【扫码后是否自动回复】配置项，可以设置有人扫码后自动回复的内容，默认不回复内容；
- 目前可回复的内容类型有文字、图文消息、图片、语音、视频、H5。有关回复内容的具体设置，可以参考：[微信执行动作](#)。



1.8.2.1.5.1.2 扫码后是否将粉丝加组

1. 在【扫码后是否自动加组】配置项，可以配置是否将扫描二维码的人加入一个组统一进行管理，以便进行后需要的营与分析；
2. 目前仅可以选择当前租户内已经创建的静态组。



1.8.2.1.5.1.3 编辑二维码

扫描【带参二维码】后回复的内容、加组的组时支持编辑修改的。比如，当您的宣传物料粘贴了【带参二维码】，扫码后回复内容、加入组需要根据活动而改变时，就可以通过修改【带参二维码】来满足；
之后回复内容、加组支持编辑修改，其他配置暂不支持修改。



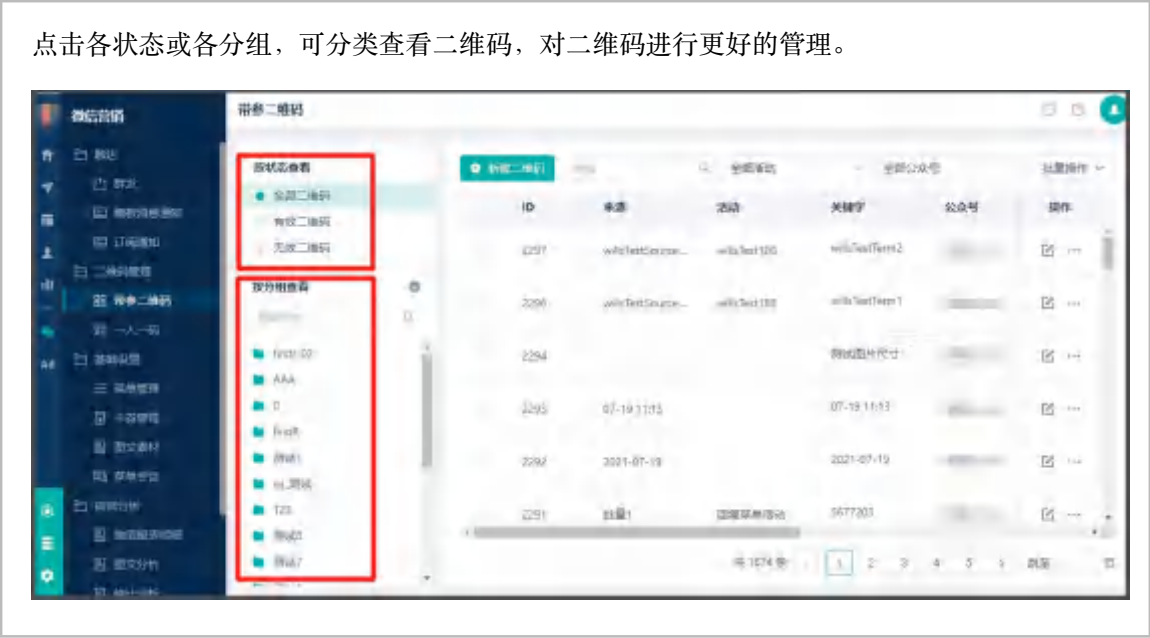
1.8.2.1.6 二维码分组管理

- [二维码分组](#)
 - [按分组查看](#)
 - [分组操作](#)
 - [添加至分组](#)

1.8.2.1.6.1 二维码分组

1.8.2.1.6.1.1 按分组查看

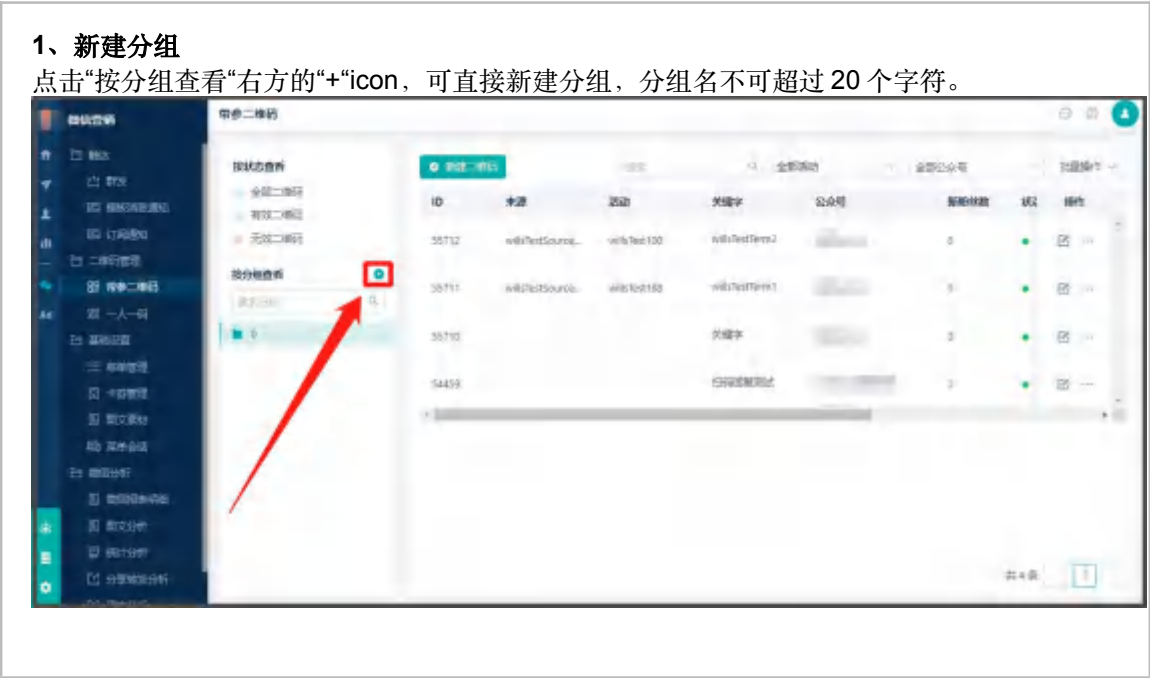
点击各状态或各分组，可分类查看二维码，对二维码进行更好的管理。

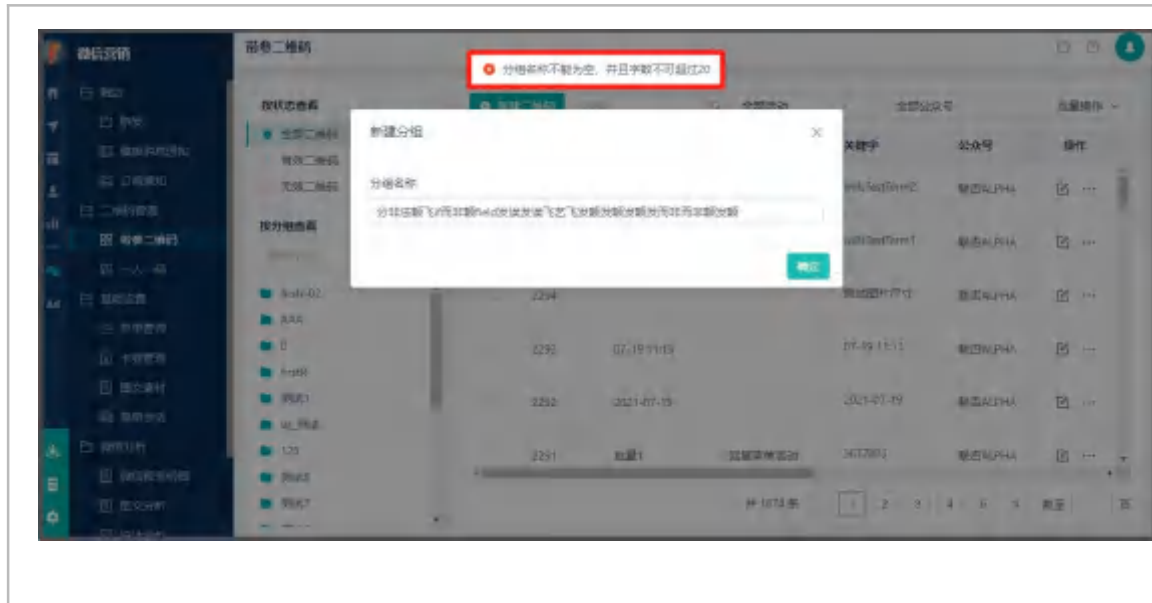


1.8.2.1.6.1.2 分组操作

1、新建分组

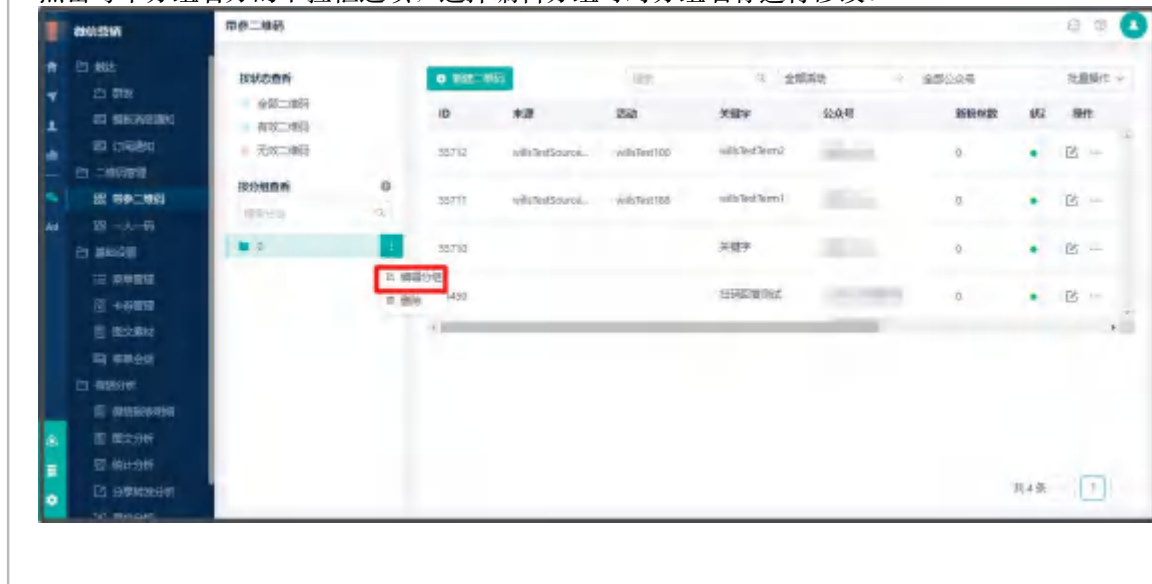
点击“按分组查看”右方的“+”icon，可直接新建分组，分组名不可超过 20 个字符。





2、编辑分组

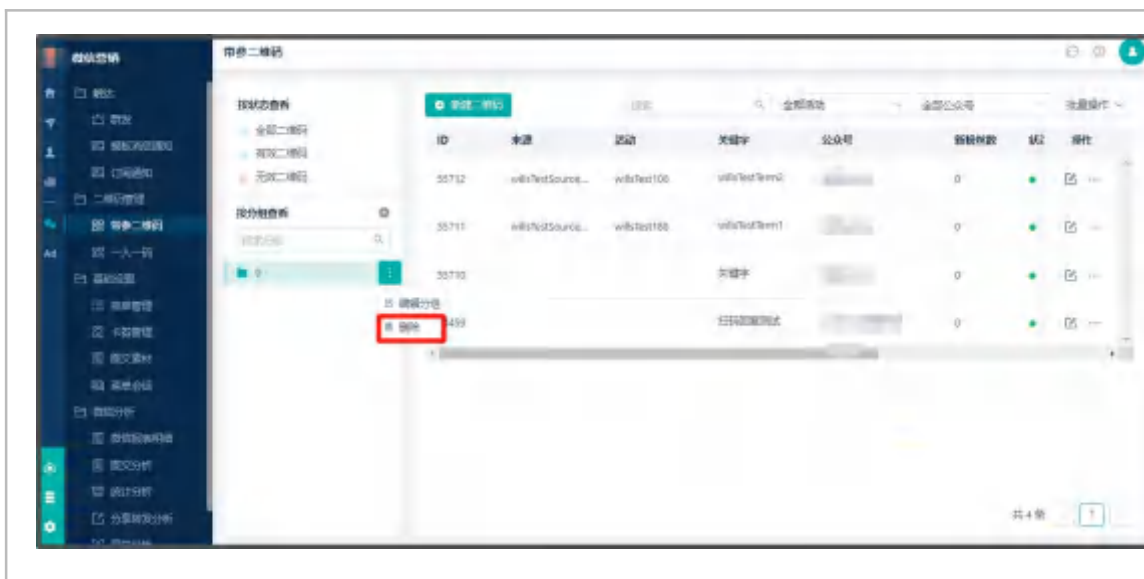
点击每个分组右方的下拉框选项，选择编辑分组可对分组名称进行修改。



3、删除分组

点击删除分组，可删除已选中的分组。

注意：删除已有二维码的分组，分组内的二维码不会被删除，仅是默认未分组，可在“全部二维码”中进行查看。

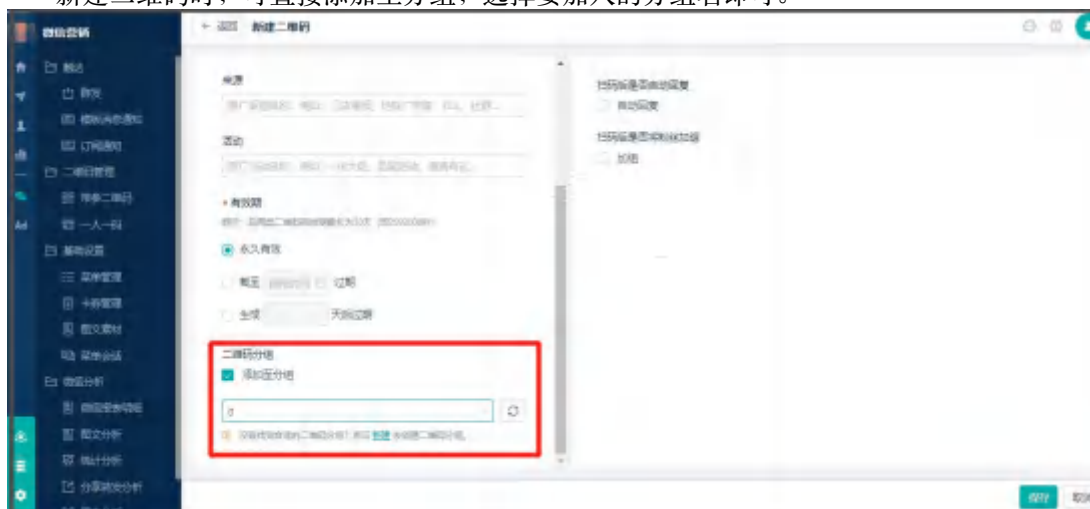


1.8.2.1.6.1.3 添加至分组

给带参二维码添加至分组，有三种方式：

1. 方式一：新建二维码时选择分组

新建二维码时，可直接添加至分组，选择要加入的分组名即可。



2. 方式二：二维码单个添加至分组

点击操作一览的“添加至分组”，在下拉框中选择想要加入的分组名即可。



3. 方式三：二维码批量添加至分组

首先选中多个二维码，点击上方的“添加至分组”，可将选中的二维码批量添加至分组。

注意：ID 左方的全选中框仅表示全选中当前也的二维码。



1.8.3 基础设置

- [菜单管理](#)
- [图文素材](#)
- [菜单会话](#)
- [微信标签](#)

1.8.3.1 菜单管理

- [微信公众号相关设置](#)
 - [公众号菜单的设置路径](#)

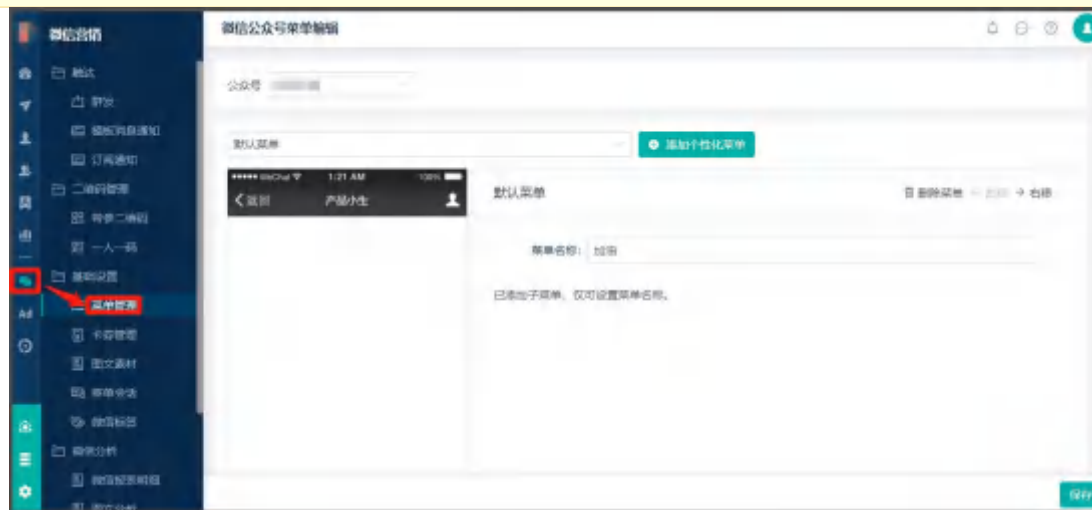
- [【默认菜单】&【个性化菜单】设置](#)
 - [默认菜单](#)
 - [个性化菜单](#)
 - [添加【个性化菜单】流程](#)
 - [添加【个性化菜单】分布匹配项](#)
 - [如何删除整个【个性化菜单】](#)
 - [【默认菜单】&【个性化菜单】一级菜单&二级菜单设置](#)
 - [如何新增&删除【默认菜单】的一级、二级菜单&如何删除](#)
 - [新增二级菜单](#)
 - [删除二级菜单](#)
 - [删除一级菜单](#)
 - [如何删除&新增【个性化菜单】的一级、二级菜单](#)
 - [1.新增一级菜单](#)
 - [2.新增二级菜单](#)
 - [3.删除一级菜单](#)
 - [4.删除二级菜单](#)
 - [【默认菜单】&【个性化菜单】内容设置](#)

1.8.3.1.1 微信公众号相关设置

1.8.3.1.1.1 公众号菜单的设置路径

路径：【微信营销】>【基础设置】>【菜单管理】>【选择公众号】

- 1、只有在系统中配置了[微信公众号](#)菜单，LF 才能收集粉丝点击[微信公众号](#)菜单的客户事件，从而才可以在自动流程中调用点击公众号菜单触发条件，触发客户旅程。
- 2、[微信公众号](#)菜单的【个性化菜单】设置时，最多仅支持设置≤2 个一级域名外链的跳转！【默认菜单】不受此限制，可以添加多个一级域名外链！

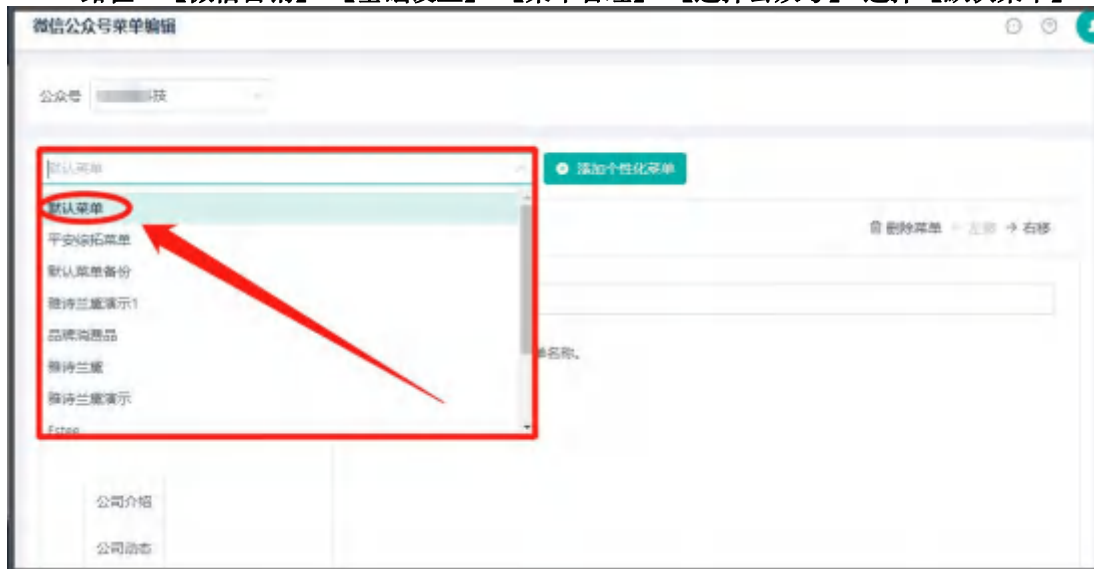


1.8.3.1.1.2 【默认菜单】&【个性化菜单】设置

1.8.3.1.1.2.1 默认菜单

系统会为用户预置默认菜单，用户进行菜单样式设置后，发布默认菜单。

- 路径：【微信营销】-【基础设置】-【菜单管理】-【选择公众号】-选择【默认菜单】



1.8.3.1.1.2.2 个性化菜单

添加【个性化菜单】流程

手动添加个性化菜单——个性化菜单样式设置——发布个性化菜单。

目的：通过设置个性化菜单，可以让公众号的不同用户群体（标签组）看到不一样的自定义菜单。[微信个性化菜单](#)

添加【个性化菜单】分布匹配项

- 路径：【微信营销】-【基础设置】-【菜单管理】-【选择公众号】-点击右上角的【添加个性化菜单】，操作如下：





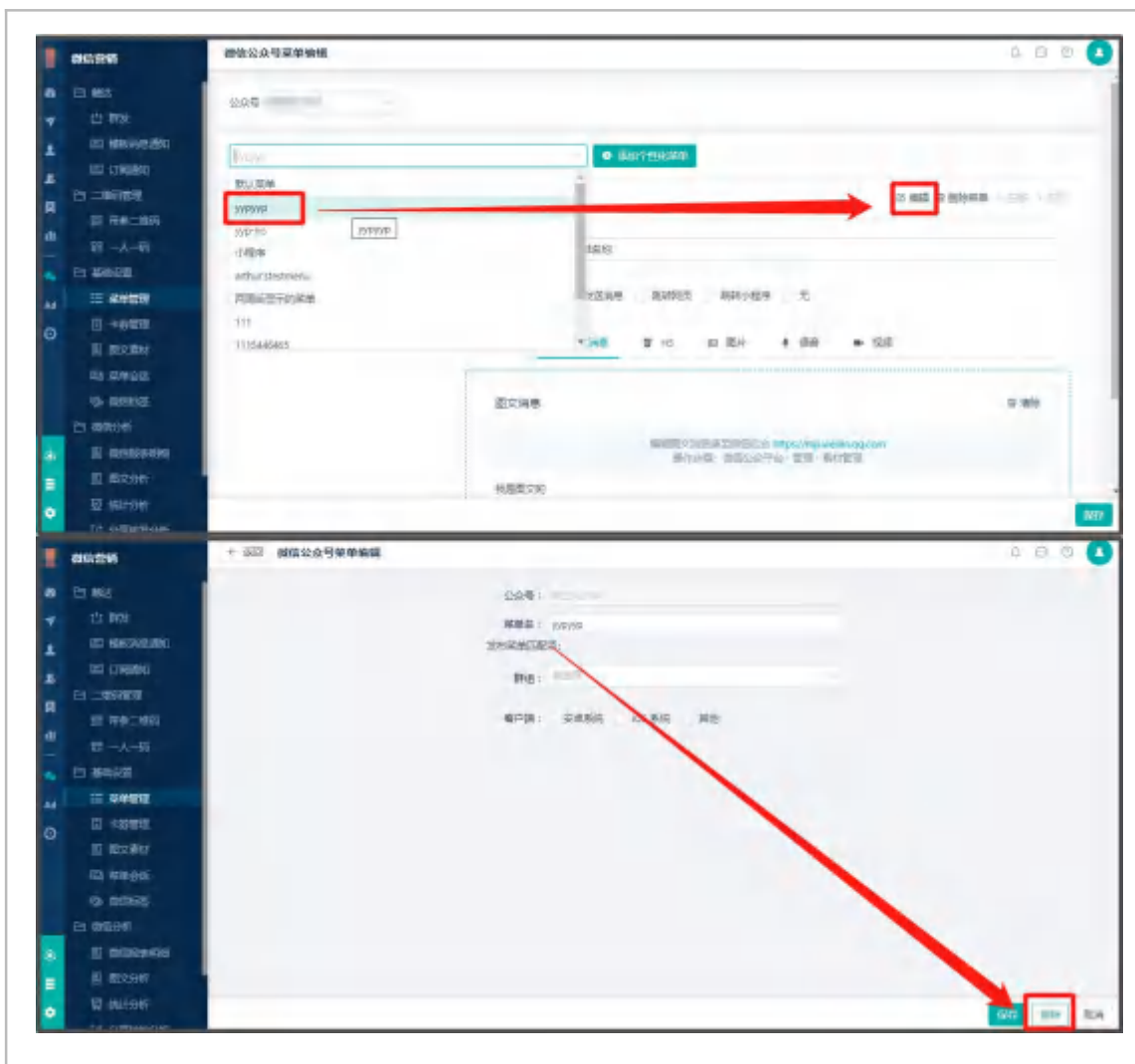
2、编辑菜单样式（见菜单样式设置）



如何删除整个【个性化菜单】

首先选择需要删除的【个性化菜单】> 点击【编辑】> 点击右下角的【删除】





1.8.3.1.1.2.3 【默认菜单】&【个性化菜单】一级菜单&二级菜单设置

菜单设置数量：一级菜单最多可设定 3 个，二级菜单最多可设定 5 个

- 1、新增或删除菜单后，必须点击右下角的【保存】，菜单才会生效！
- 2、【默认菜单】无法整个删除，仅支持删除一级&二级菜单；
- 3、支持删除整个【个性化菜单】。

如何新增&删除【默认菜单】的一级、二级菜单&如何删除

1. 新增一级菜单

默认菜单

添加个性化菜单

***** WeChat 李 1:21 AM 100%

< 返回

筛选组队

随机组队

王企鹅

奥术大师多

+

旅游资讯

组团出游

卫栖梧

默认菜单

在此处新增或者修改

菜单名称 组团出游

已添加子菜单，仅可设置菜单名称。

一级菜单

2. 新增二级菜单

默认菜单

添加个性化菜单

默认菜单

菜单名称

菜单名称

菜单内容

发送消息

跳转网页

跳转小程序

文字

图文消息

图片

筛选组队

随机组队

王企鹅

奥术大师多

菜单名称

二级菜单

旅游资讯 组团出游 卫栖梧

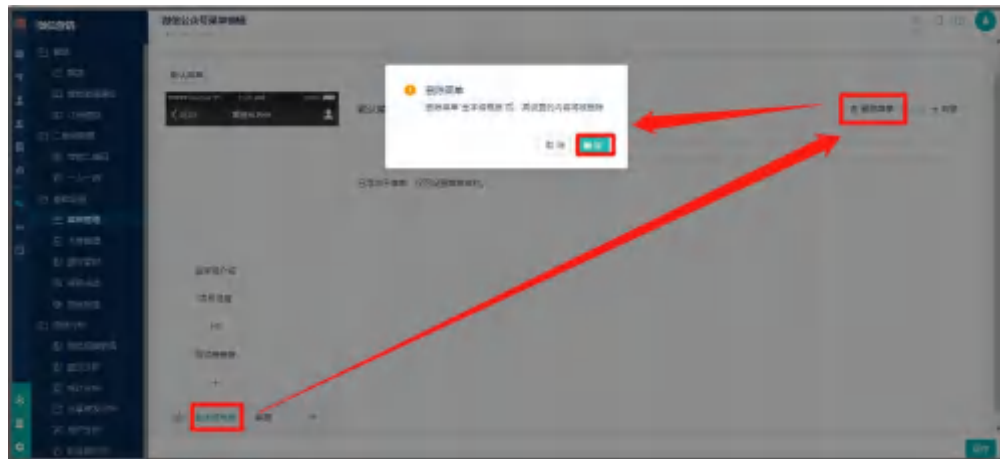
3.

4. 删除二级菜单

5.

6. 删除一级菜单

7.

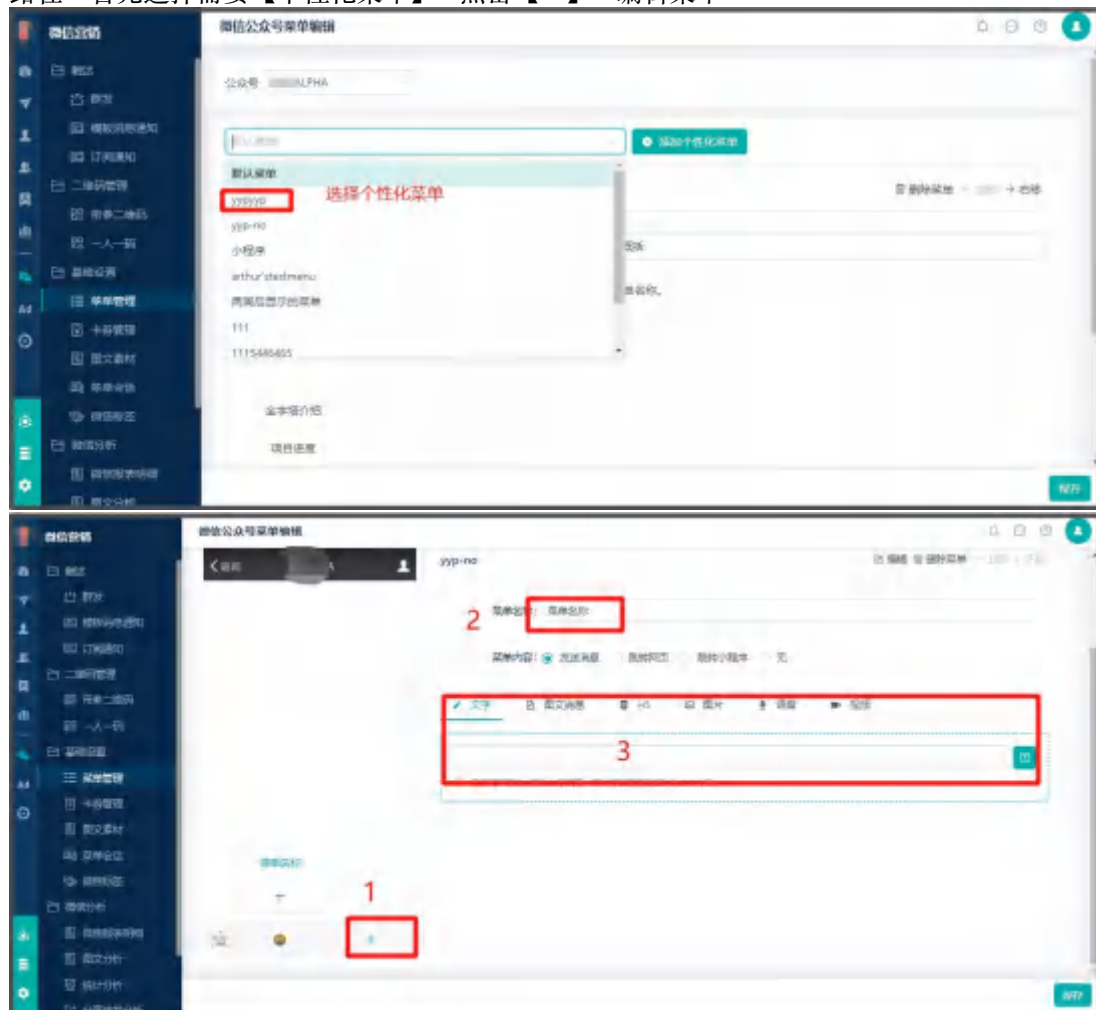


注意：如果此菜单为一级菜单，则它的父菜单按钮名称和 id 都会为自己的按钮名称和 id；如果此菜单为二级菜单，则它的父菜单按钮名称和 id 会为自己所属一级菜单按钮名称和 id。

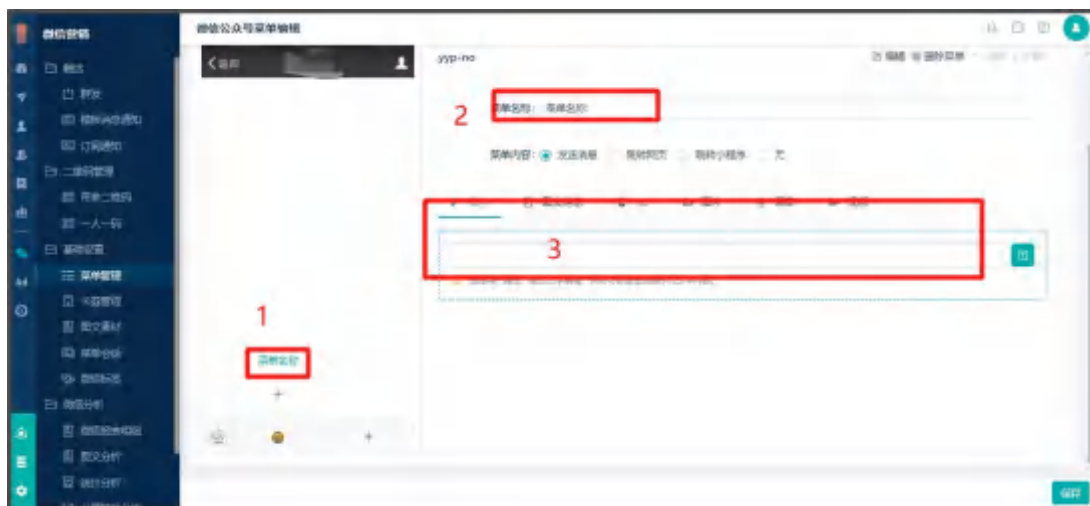
如何删除&新增【个性化菜单】的一级、二级菜单

1.新增一级菜单

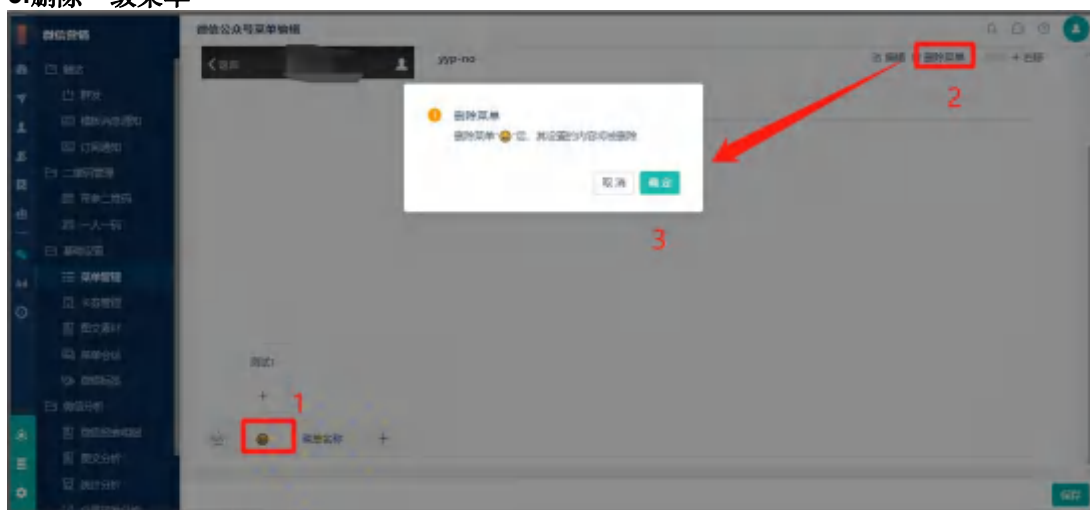
路径：首先选择需要【个性化菜单】> 点击【+】> 编辑菜单



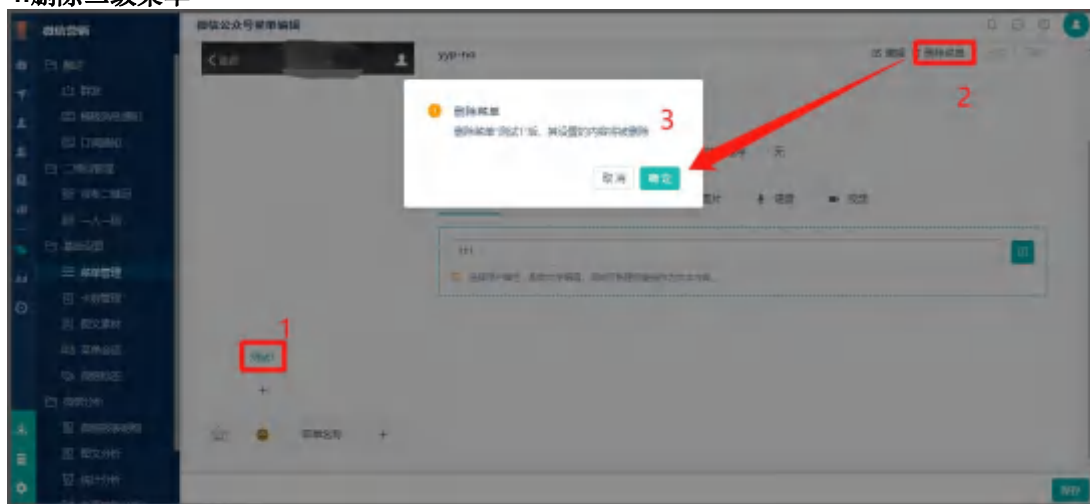
2.新增二级菜单



3.删除一级菜单



4.删除二级菜单



1.8.3.1.1.2.4 【默认菜单】&【个性化菜单】内容设置

新增一级菜单或二级菜单后，可设置点击后出现的内容：

1. 发送消息：即点击后可在聊天框中发送消息，支持以下几种消息类型：



——**图文消息**：[系统](#)会从微信公众号后台同步已发布的图文消息（单图文消息与多图文消息均支持）

——**文字**：可直接在[系统](#)中编辑，并支持插入动态参数

——**图片**：系统会同步微信公众号后台的图片素材，同时在系统的[触发条件-微信](#)中上传图片。

——**语音**：需自行在微信公众号后台按照路径：微信公众平台 - 管理 - 素材管理-语音，进行语音素材上传，方可在此选中并使用

——**视频**：需在【微信公众号】后台上传视频素材，成功上传后才能在系统进行选择。

- 路径：登录[微信公众号后台](#)-点击左侧【管理】-【素材管理】-【视频】

——**H5**：您可在此处自定义微信多图文。

填写图文标题、描述、图片链接、内容链接等已经维护好的内容，就可生成微信多图文。粉丝点击此按钮系统就会将此多图文回复给微信粉丝。

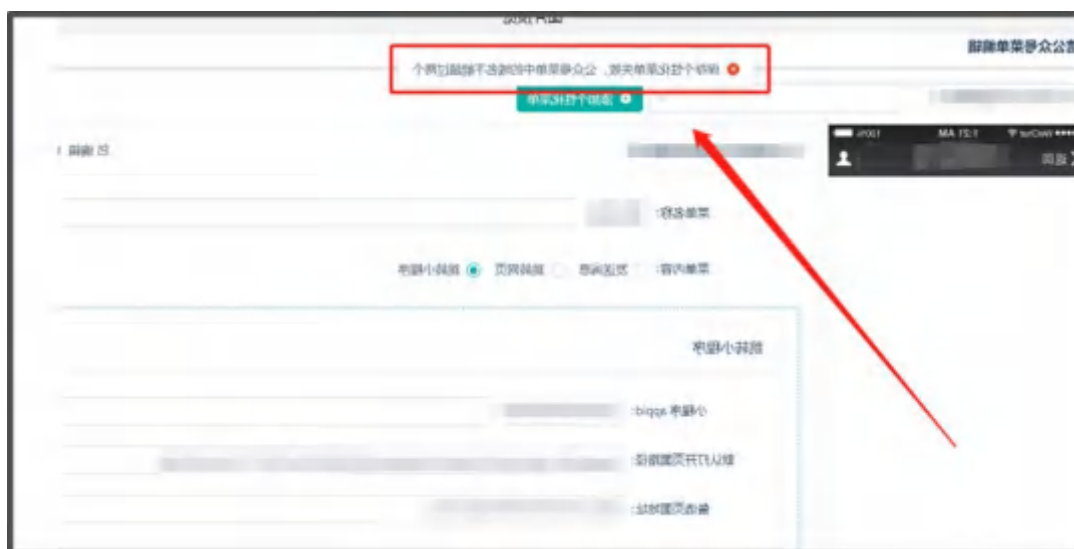




跳转网页

——支持插入第三方应用链接及固定链接。

注：目前【个性化菜单】搭建时，最多只支持插入不超过 2 个的一级域名，如果超过两个（不包含 2 个），【个性化菜单】不能保存：



可以直接在【短链接】中插入跳转网页，如下图：



注意：如果插入的跳转网页链接是“微信页面模板（专辑）”的话，要拼接上&scene=18 的参数，如下图，或者直接将链接通过系统生成[短链接](#)，这样可以捕捉到**粉丝点击菜单事件**！！





跳转小程序：可跳转已和公众号绑定的小程序。



注：如果您在同一个菜单中有两个跳转小程序的按钮，同时跳转路径相同，如 pages/index/index，系统会将这两个按钮的点击都记录在其中一个按钮上，而另外一个按钮的点击次数为 0；所以，在填写“默认打开页面路径”时，需要加上参数对两个按钮进行区别，如按钮 1 的路径为 pages/index/index?button=1, 按钮 2 的路径为 pages/index/index?button=2。

1.8.3.2 图文素材

- [【图文素材】说明](#)
- [【历史图文】如何转换为【草稿箱素材】](#)
- [在系统中发送图文消息](#)

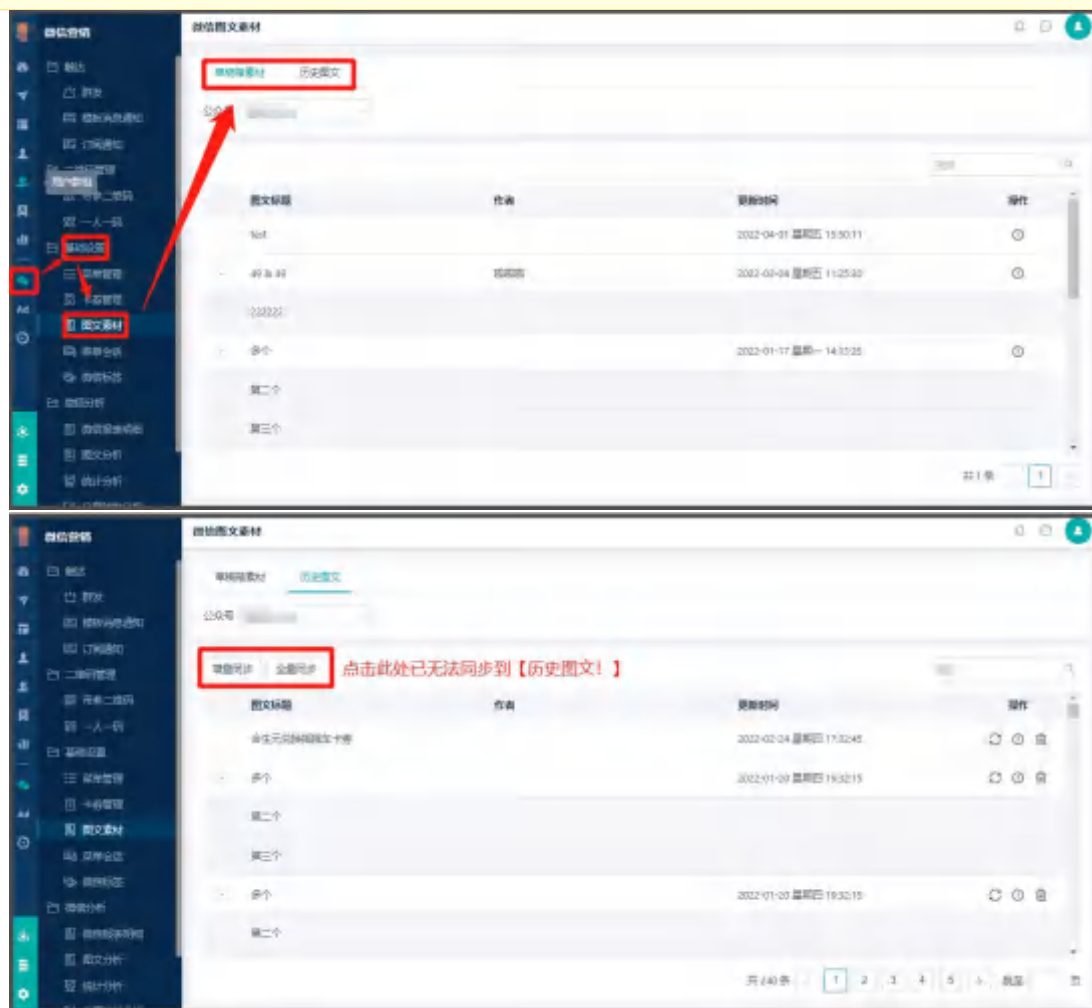
- [使用场景一：扫描【带参数二维码】自动回复【已发布的素材】](#)
- [使用场景二：客户旅程中【发送图文消息】](#)

1.8.3.2.1 【图文素材】说明

路径：**【微信营销】>【图文素材】>选择已连接的微信公众号**

类型：**【草稿箱素材】&【历史图文】**

《[微信公众平台新增草稿箱和发布接口的公告](#)》出来后，原**【历史图文】**接口已全面下架，因为在系统中已无法通过**【增量同步】&【全量同步】**获取到已经群发的**【历史图文】**
【历史图文】需要再次发送，需要转化为**【草稿箱素材】**并且**【发布】**（不占用群发次数），才可以对外发送且在系统中获取。



1.8.3.2.2 【历史图文】如何转换为【草稿箱素材】

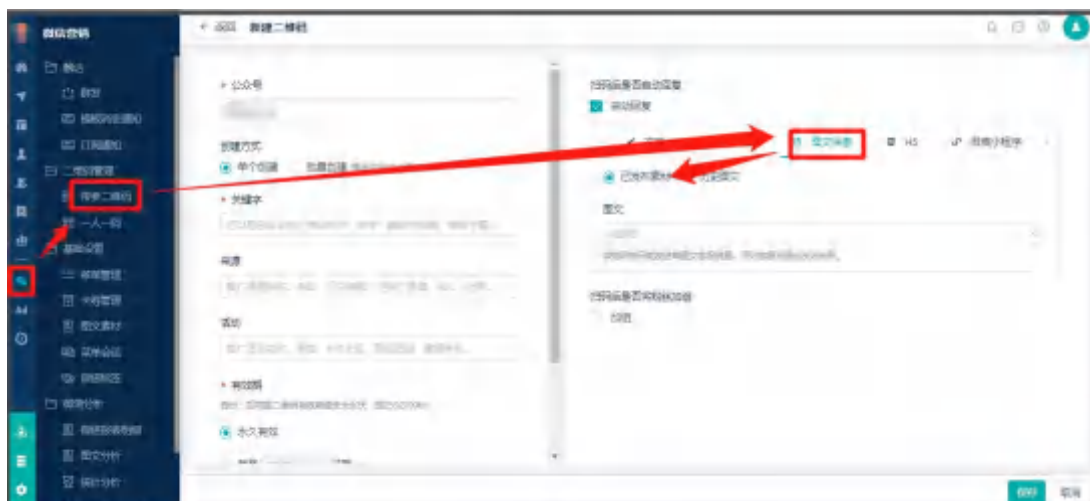
路径：登录微信公众号后台 > **【草稿箱】>【历史图文素材】>选择【历史图文素材】>【转化为草稿箱】>回到【草稿箱】>选择刚转化的历史图文素材>点击【发布】>登录系统>在**【已发布素材】**中可以选择刚发布的素材**



1.8.3.2.3 在系统中发送图文消息

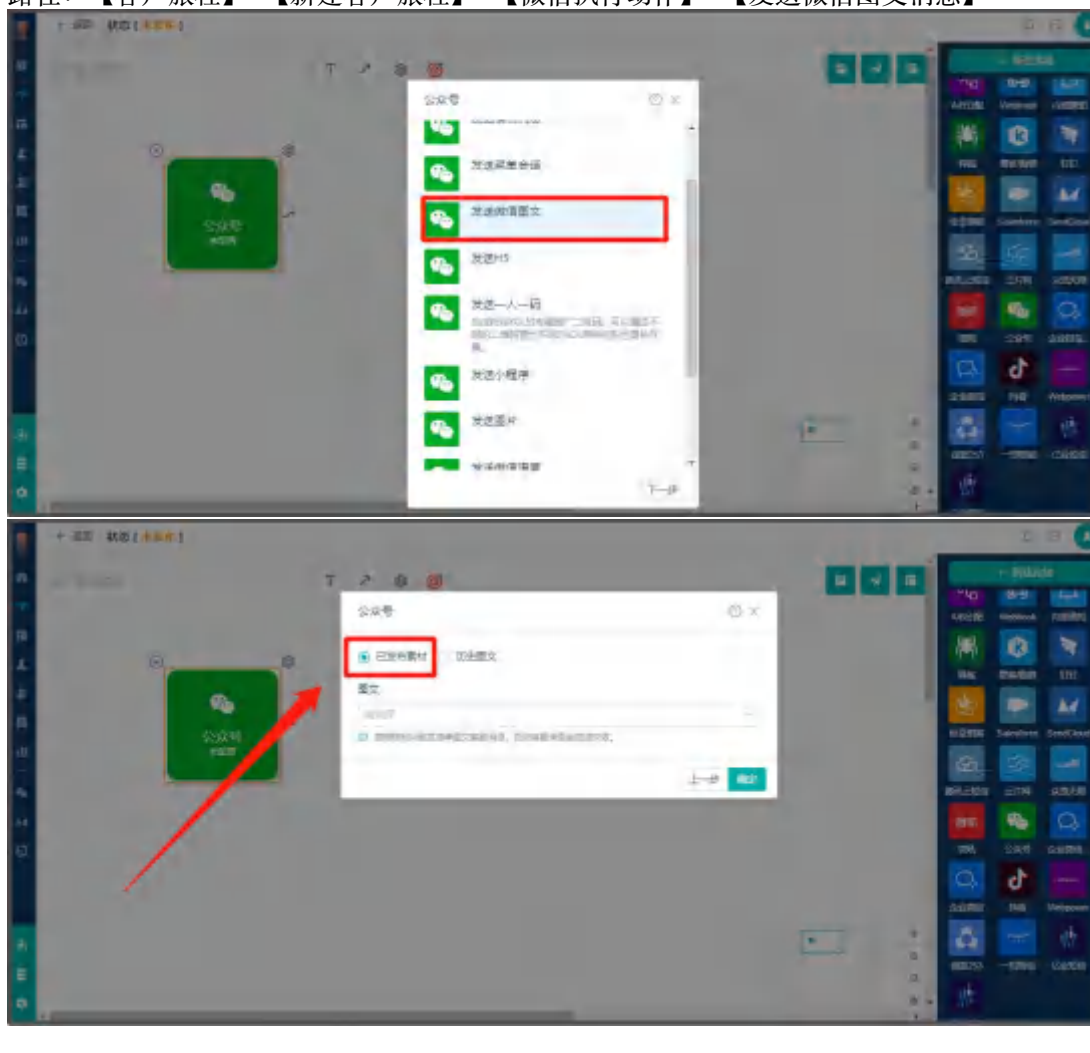
使用场景一：扫描【带参数二维码】自动回复【已发布的素材】

路径：【微信营销】>【二维码管理】>【带参数二维码】>【新建二维码】>【自动回复】>【图文消息】>选择【已发布素材】



使用场景二：客户旅程中【发送图文消息】

路径：【客户旅程】>【新建客户旅程】>【微信执行动作】>【发送微信图文消息】



1.8.3.2.4 图文素材使用说明

根据 2022 年 2 月微信公众号的草稿箱功能升级，原图文素材相关接口升级为草稿箱相关接口。

具体改变如图：

- 1、草稿箱素材可以直接用作群发；
- 2、草稿箱素材需要在微信后台发布后，才能在系统的客户旅程、菜单管理、菜单会话、新建二维码回复中使用。
- 3、历史图文素材目前可以直接群发也可以在客户旅程等处使用，但该功能微信已弃用，故无法新增，新公众号首次全量同步后，内容无法再变化。



1.8.3.3 菜单会话

- [一、菜单会话功能概述](#)
 - [二、如何应用菜单会话](#)
 - [如何创建与管理菜单会话](#)

1.8.3.3.1 一、菜单会话功能概述

1. **【菜单会话】**是微信公众号回复消息的一种形式，通过给用户发送可点击的菜单选项，达到与用户自动对话的效果。
2. 给客户发送**【菜单会话】**前需要，需要先在**【微信营销-基础设置-菜单会话】**完成**【菜单会话】**的配置，然后在**【客户旅程-微信执行动作】**选择并发送**【菜单会话】**。
3. 通过客户旅程发送**【菜单会话】**，也是需要满足微信粉丝48小时内有互动的规则，否则粉丝无法收取到**【菜单会话】**。

4. 同一级**最多添加 10 个**菜单选项，一个菜单会话选项的**总数不超过 100 个**。添加 10 个选项后，添加按钮变为不可点击状态



1.8.3.3.1.1 二、如何应用菜单会话

- 接下来具体介绍如何创建、发送菜单会话，并基于用户与菜单会话的交互行为进行进一步的精细化运营：
 - a. 创建与管理菜单会话
 - b. 发送菜单会话
 - c. 分析、应用用户与菜单会话互动行为数据

1.8.3.3.1.2 如何创建与管理菜单会话

- 路径：【微信营销】>【基础设置】>【菜单会话】>【新建菜单会话】
- 注意：需要先授权微信连接，才能看到【微信营销】模块！！



- 点击【新建菜单会话】按钮，进入到菜单会话配置页面。（注意：【菜单会话】将归属在点击菜单按钮时，所选的公众号下）
 - 【菜单会话】名称：仅在系统系统内应用，方便辨识【菜单会话】
 - 开头语、结束语：一般是关于菜单选项的描述，用于引导用户点击菜单选项，根据需要进行填写
 - 菜单选项：供用户点击的选项，下面展开描述



- 菜单选项：
 - 根据需要可以设置多个，比如下图中服装零售示例



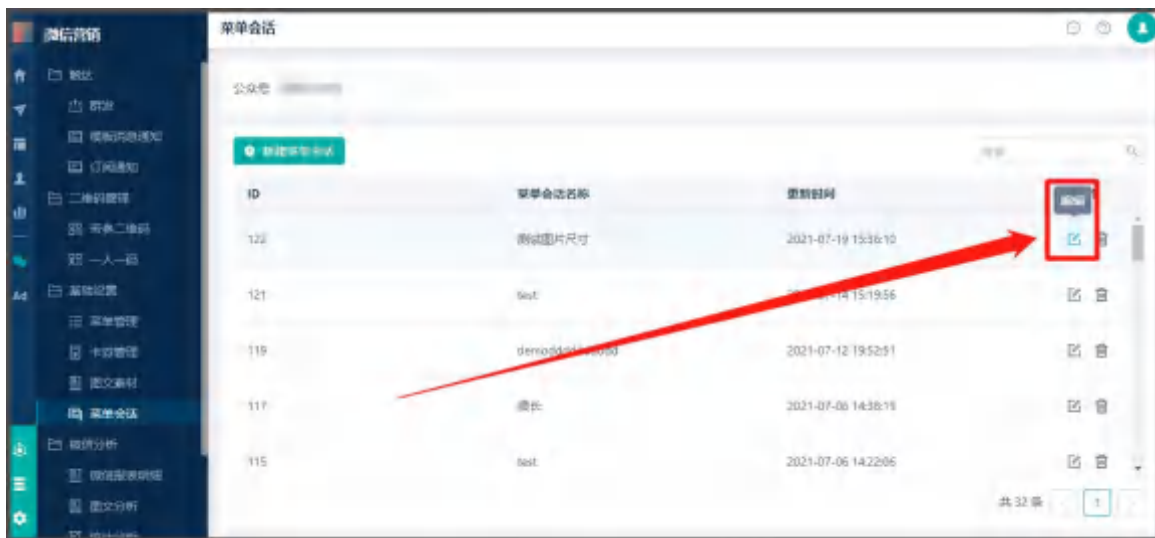
- b. 可以给每个菜单选项设置要回复的内容，可以是文字、图片、H5、小程序等形式，也可以是【菜单会话】

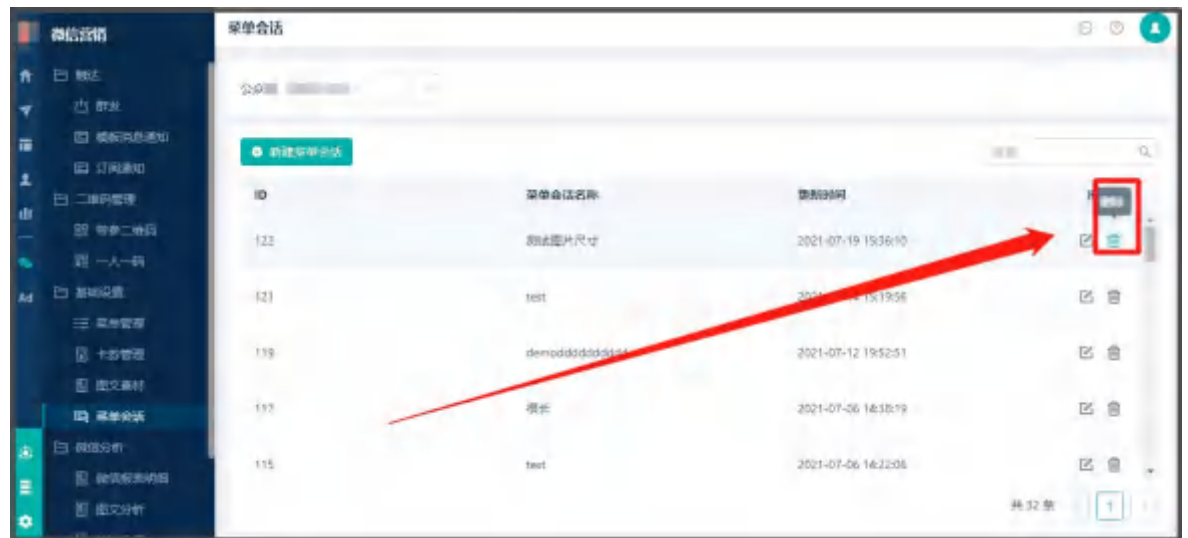


- c. 成功创建后，点击右下方的【保存】



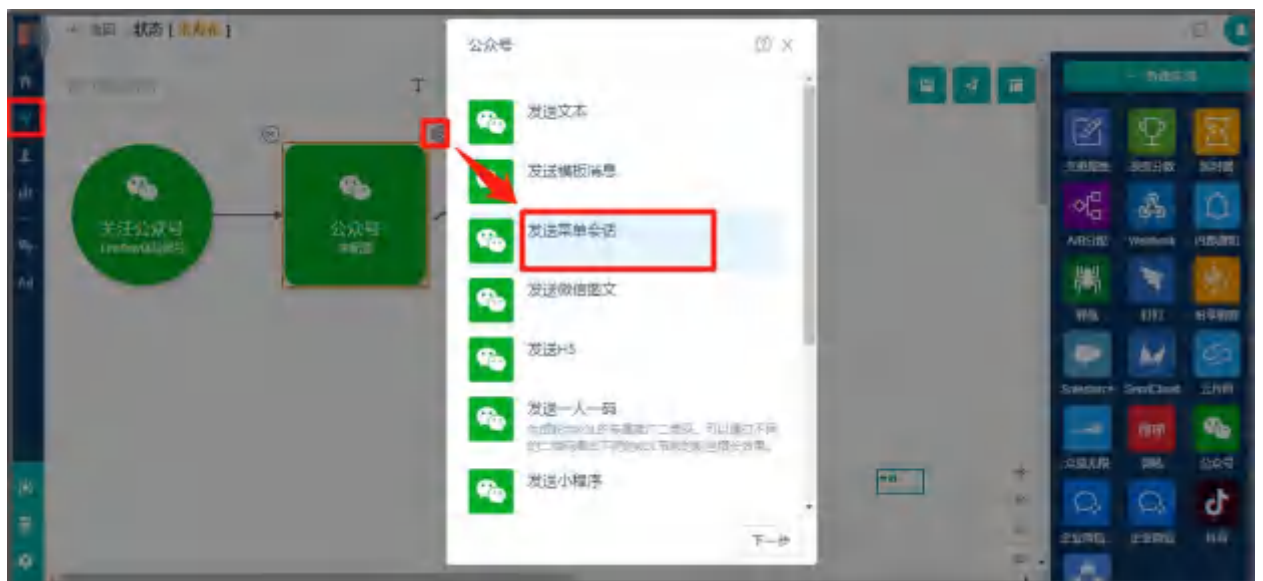
- d. 成功创建的【菜单会话】会显示在菜单会话列表，在【菜单会话】可以进行如下操作：
- (1) 编辑菜单会话
 - (2) 删除菜单会话





1.8.3.3.1.3 2.2 发送【菜单会话】

1. 成功创建的【菜单会话】可以在客户旅程-微信执行动作-发送菜单会话中选择到，后续将按工作流程触发规则发送给用户。



2. 用户手机收到【菜单会话】后，可以点击选项，然后继续查看，如下图，是调查用户对于衣服的相关调研，选择不同的选项可以发送相关的内容：



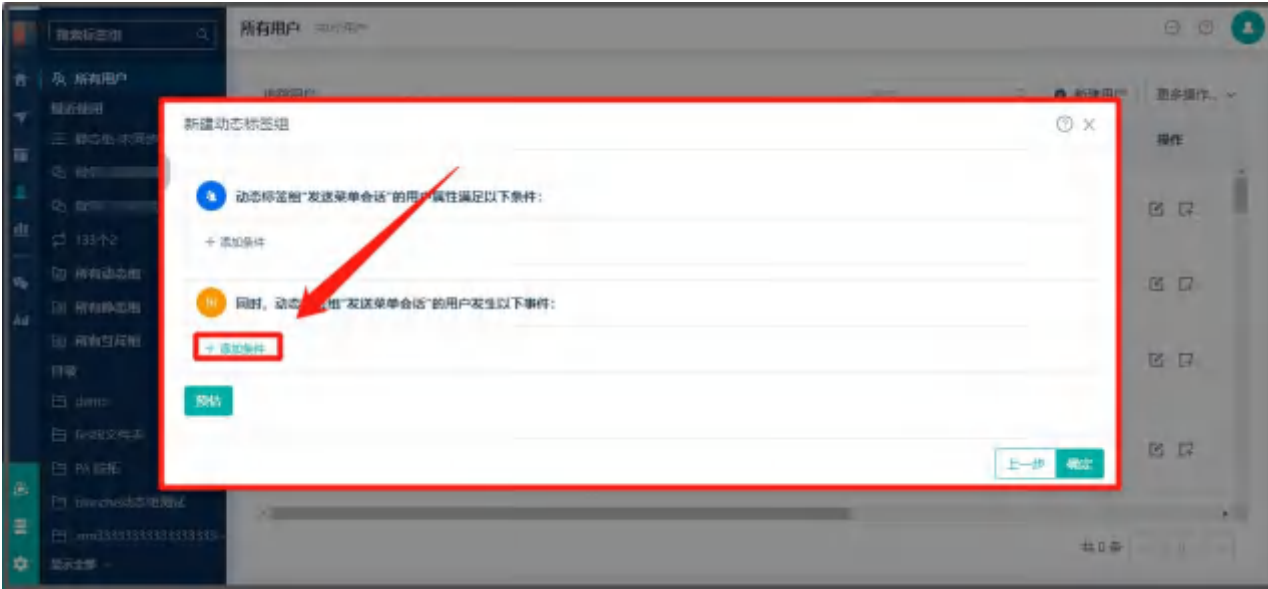
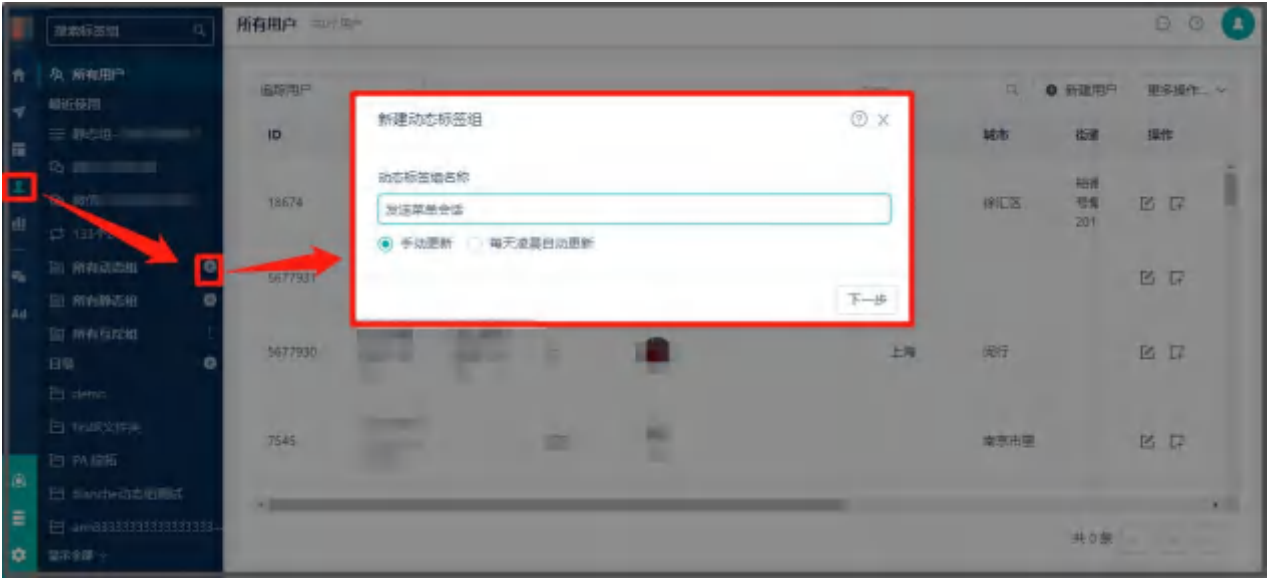
3. 【菜单会话】可以通过不同的类容，让用户根据自己的爱好习惯，选择需要查看的内容。

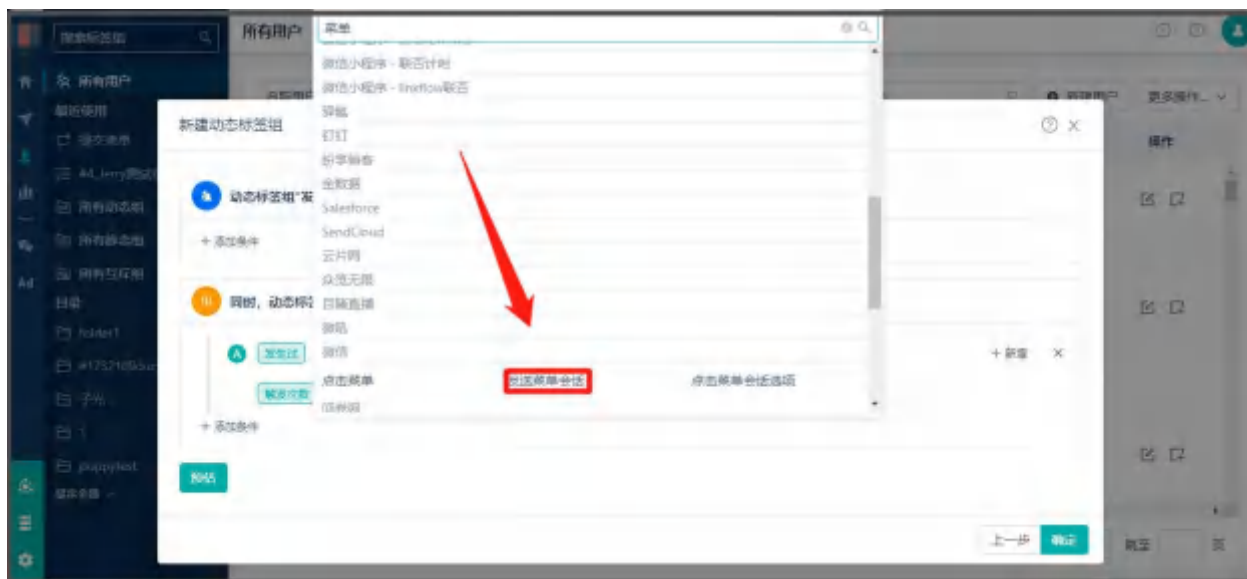
1.8.3.3.1.4 2.3 分析、应用用户与菜单会话互动行为数据

- 在通过 workflow 发送【菜单会话】、用户点击【菜单会话】选项的过程中，系统系统将记录以下事件：
 - a. 发送【菜单会话】事件
 - b. 用户点击【菜单会话】按钮事件
- 这些事件可以在【事件分析】、【漏斗分析】等分析模型处选择到，进行相关事件的分析；



- 也可以在【动态标签组】选择到，进行人群的全选。





1.8.3.4 微信标签

路径：【微信营销】>【基础设置】>【微信标签】>选择已连接的微信公众号

建立微信连接后自动拉取公众号标签数据的逻辑已删除，以后微信标签同步，可以在“微信标签”菜单下全量同步或选则某一个标签同步。

列表中展示该公众号下的微信标签、对应的粉丝数和最后同步时间。

标签名称	标签ID	标签类型	最后同步时间	操作
标签1	1	1	2022-02-11 11:00:00	[Icon]
标签2	2	2	2022-02-11 11:00:00	[Icon]
标签3	3	3	2022-02-11 11:00:00	[Icon]
标签4	4	4	2022-02-11 11:00:00	[Icon]
标签5	5	5	2022-02-11 11:00:00	[Icon]
标签6	6	6	2022-02-11 11:00:00	[Icon]
标签7	7	7	2022-02-11 11:00:00	[Icon]
标签8	8	8	2022-02-11 11:00:00	[Icon]
标签9	9	9	2022-02-11 11:00:00	[Icon]
标签10	10	10	2022-02-11 11:00:00	[Icon]

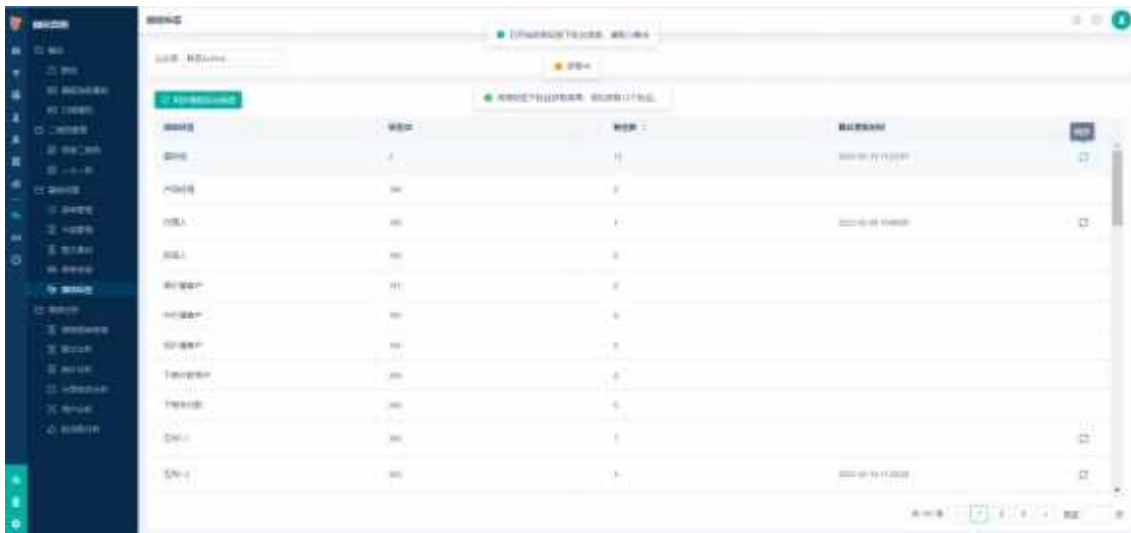
点击“同步微信后台标签”按钮可以将最新微信标签粉丝信息全量同步到系统系统中。该方式同步时间较长，12 小时才能启动一次，适用于微信标签粉丝数量较少的公众号。



同步结果可在通知中心查看。

- 标签更新规则：
- 微信有、[系统](#)无的标签，会同步该标签和粉丝到[系统](#)的标签组；
- 微信无、[系统](#)有的标签，在系统里取消微信标签的标记，里面的联系人不做变动；
- 微信有、[系统](#)有的标签，将微信联系人增量同步到[系统](#)的标签组内
例如，微信公众号后台和系统都有标签组【VIP 用户】。微信公众号后台的标签组【VIP 用户】粉丝有：A、B，系统系统中的【VIP 用户】标签组联系人有：C、D。
同步之后，系统系统中【VIP 用户】标签组联系人有：A、B、C、D。

点击操作栏的"同步"按钮，可以针对某个标签单独同步标签下的粉丝信息，适用于微信标签粉丝量较大的公众号。



点击“粉丝数”可以按粉丝数对列表排序



1.8.4 微信分析

- [微信报表明细](#)
- [图文分析](#)
- [统计分析](#)
- [分享转发分析](#)
- [微信用户分析](#)
- [粉丝数分析](#)
- [微信报表相关名词解释](#)

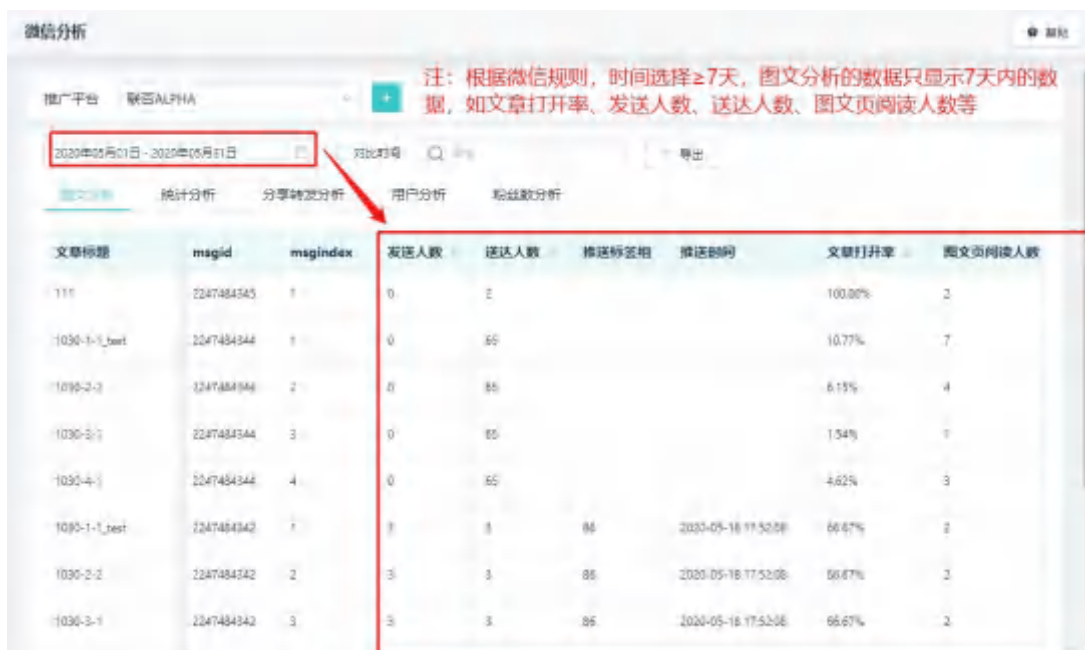
1.8.4.1 微信报表明细

- [微信分析](#)
 - [一、微信分析定义](#)
 - [二、微信分析包含哪些分析](#)
 - [图文分析](#)
 - [系统的图文分析的定义](#)
 - [统计分析](#)
 - [分享转发分析](#)
 - [用户分析](#)
 - [粉丝数分析](#)
 - [图文每日阅读数据](#)
 - [备注:](#)
 - [三、查看各个数据分析的历史数据（主要查看与系统绑定前的历史数据）](#)
 - [FAQ（常见问题）](#)

1.8.4.1.1 微信分析

1.8.4.1.1.1 一、微信分析定义

- **【微信分析】**可以帮助市场经理或运营经理，了解群发的每篇的阅读人数、阅读次数、收藏人数、收藏次数以及在各个渠道（例，朋友圈、好友会话等）的阅读数等多个指标维度的阅读情况。
- 路径：**【报表分析】-【微信分析】**



注：根据微信规则，图文分析的数据最多显示为 7 天的数据！！

- 如：选择的时间是 5 月 1 日-5 月 31 日（一个月），其中一篇图文发送时间：5 月 31 日，那么此处的文章打开率、发送人数、送达人数等的的数据为 7 天的数据：5 月 31 日~6 月 6 日（共 7 日）

微信分析

推广平台 联合ALPHA

2020年05月01日 - 2020年05月31日

对比时间

导出

图文分析 统计分析 分享转发分析 用户分析 粉丝数分析

注：根据微信规则，时间选择≥7天，图文分析的数据只显示7天内的数据，如文章打开率、发送人数、送达人数、图文页阅读人数等

文章标题	msgid	msgindex	发送人数	送达人数	推送标签组	推送时间	文章打开率	图文页阅读人数
111	2247484343	1	0	0			100.00%	2
1030-1-1_test	2247484344	1	0	66			10.77%	7
1030-2-2	2247484344	2	0	88			6.15%	4
1030-3-3	2247484344	3	0	88			1.54%	1
1030-4-4	2247484344	4	0	66			4.62%	3
1030-1-1_test	2247484342	1	3	3	88	2020-05-18 17:52:08	66.67%	2
1030-2-2	2247484342	2	3	3	88	2020-05-18 17:52:08	66.67%	2
1030-3-3	2247484342	3	3	3	88	2020-05-18 17:52:08	66.67%	2

如：选择的时间为 5 月 18 日-5 月 18 日（1 天），那么会显示当天推送的图文消息，但是此推文的文章打开率、发送人数、送达人数等的数据为 7 天的数据，5 月 18 日~5 月 24 日，如下图：

微信分析

推广平台 联合ALPHA

2020年05月18日 - 2020年05月18日

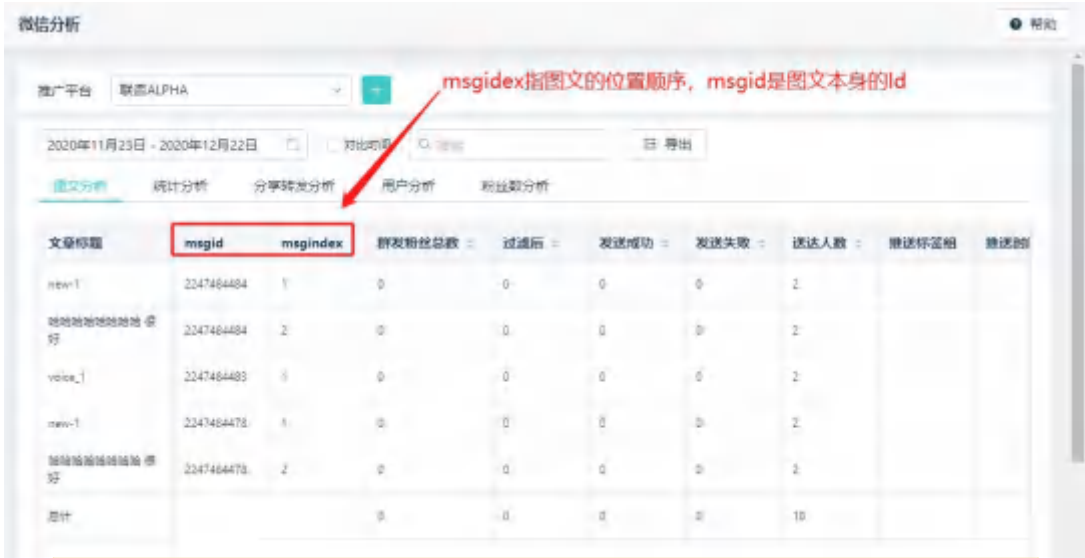
对比时间

导出

图文分析 统计分析 分享转发分析 用户分析 粉丝数分析

这些数为5月18日-5月24日的数据

文章标题	msgid	msgindex	发送人数	送达人数	推送标签组	推送时间	文章打开率	图文页阅读人数
1030-1-1_test	2247484342	1	3	3	88	2020-05-18 17:52:08	66.67%	2
1030-2-2	2247484342	2	3	3	88	2020-05-18 17:52:08	66.67%	2
1030-3-3	2247484342	3	3	3	88	2020-05-18 17:52:08	66.67%	2
1030-4-4	2247484342	4	3	3	88	2020-05-18 17:52:08	66.67%	2
总计			12	12			66.67%	8



微信分析

推广平台 联盟ALPHA

2020年11月25日 - 2020年12月22日

对比时间 导出

图文分析 统计分析 分享转发分析 用户分析 粉丝数分析

文章标题	msgid	msgindex	群发粉丝总数	过滤后	发送成功	发送失败	送达人数	推送标签组	推送时间
new-1	2247464484	1	0	0	0	0	2		
啦啦啦啦啦啦啦啦 您好	2247464484	2	0	0	0	0	2		
voice_1	2247464483	1	0	0	0	0	2		
memo-1	2247464478	1	0	0	0	0	2		
啦啦啦啦啦啦啦啦 您好	2247464478	2	0	0	0	0	2		
总计			0	0	0	0	10		

注：文章打开率可能会超过 100%，因为同一个粉丝，可能会多次打开此图文，所以文章打开率会出现超过 100%的情况。

1.8.4.1.1.2 二、微信分析包含哪些分析

1.8.4.1.1.2.1 图文分析

- 根据微信规则，图文分析的数据最多显示为 7 天的数据！
【微信分析】可以帮助市场经理或运营经理，了解群发的每篇的阅读人数、阅读次数、收藏人数、收藏次数等多个指标维度的阅读情况。
当且仅当发送图文时通过菜单“微信营销”->“触达”->“群发”->“新建群发”->“群发对象”->“按微信标签选择”时，能关联并显示“推送标签组”和“推送时间”；“全部用户”或“按标签组选择”时会通过微信 openid 单个发送，无法关联。



- msg_index: 图文的位置顺序
- msgid: 图文本身的 Id

1.8.4.1.1.2.1.1 系统的图文分析的定义

基于微信已有的每次推送，每篇图文的阅读人数、阅读次数，结合展示并结合系统的微信群发功能，展示每篇图文推送的标签组、推送时间，计算文章打开率，并获取微信后台的图文评论数，通过多指标数据，更好的了解每次发送的图文的阅读质量。

微信分析

推广平台 微信ALPHA

2020年05月01日 - 2020年05月31日

对比时间

导出

图文分析 统计分析 分享转发分析 用户分析 粉丝数分析

文章标题	msgid	msgIndex	发送人数	送达人数	推送标签组	推送时间	文章打开率	图文页阅读人数
111	2247484345	1	0	2			100.00%	2
1030-1-1_1	2247484344	1	0	65			10.77%	7
1030-2-2	2247484344	2	0	65			0.15%	4
1030-3-1	2247484344	3	0	65			1.54%	1
1030-4-1	2247484344	4	0	65			4.62%	3
1030-1-1_1	2247484342	1	3	3	66	2020-05-18 17:52:08	66.67%	2
1030-2-2	2247484342	2	3	3	66	2020-05-18 17:52:08	66.67%	2
1030-3-1	2247484342	3	3	3	66	2020-05-18 17:52:08	66.67%	2
1030-4-1	2247484342	4	3	3	66	2020-05-18 17:52:08	66.67%	2

选择跨度无显示，根据选择的时间段会显示在此时间内发送的所有图文消息
注：但是这些图文消息的文章打开率均显示为7天的数据！

1.8.4.1.1.2.2 统计分析

【统计分析】是统计在每个时间段内不同渠道的阅读人数等指标数据。更好的分析，文章的时域数据，选择最佳的文章推送时间，达到更好的传播效果。

微信分析

推广平台 微信ALPHA

2020年04月01日 - 2020年05月25日

对比时间

导出

图文分析 统计分析 分享转发分析 用户分析 粉丝数分析

时间段	来源	图文页阅读人数	图文页阅读次数	分享人数	分享次数
3点-6点	历史消息页	1	4	0	0
9点-10点	历史消息页	1	2	0	0
10点-11点	会话	2	2	0	0
10点-11点	历史消息页	1	1	0	0
11点-12点	会话	3	10	0	0
11点-12点	历史消息页	3	3	0	0
12点-13点	历史消息页	1	1	0	0
14点-15点	好友	1	1	0	0

此处支持选择任意时间段，且统计分析的数据显示为此时间段的数据综合，与图文分析的仅显示7天不一样

1.8.4.1.1.2.3 分享转发分析

【分享转发分析】是统计在每个时间段内，每个场景的转发人数和转发次数。

时间段	分享场景	分享人数	分享次数
0000-0100	好友转发	1	4
0100-0200	好友转发	3	2
0300-0400	朋友圈	1	1
0500-0600	好友转发	0	2
0700-0800	好友转发	6	10
0900-1000	朋友圈	8	5
1100-1200	好友转发	4	6
1300-1400	朋友圈	1	1
1500-1600	好友转发	1	1
1700-1800	好友转发	3	3

1.8.4.1.1.2.4 用户分析

【用户分析】统计每日在每个场景的【新增关注人数】和【取消关注人数】。

日期	渠道	新增用户	取消关注用户
2020-01-02	扫描二维码	0	0
2020-01-06	扫描二维码	3	2
2020-02-24	扫描二维码	2	2
2020-03-05	扫描二维码	2	2
2020-01-21	公众号搜索	2	2
2020-01-17	公众号搜索	2	2
2020-01-02	图文页右上角菜单	2	1
2020-01-02	其他合计	2	2
2020-01-03	扫描二维码	2	1
2019-12-31	扫描二维码	2	1

微信分析

推广平台: 腾讯ALPHA

2020年04月01日 - 2020年05月25日

图文分析 统计分析 分享转发分析 用户分析 粉丝数分析

新增用户数量最多的默认排在首位，如需调整，可以点击上下三角形重新排序

日期	场景	新增用户数量	取消关注用户数量
2020-04-21	扫描二维码	5	1
2020-04-30	公众号搜索	3	3
2020-04-10	扫描二维码	3	0
2020-05-11	公众号搜索	2	1
2020-04-27	扫描二维码	2	2
2020-05-20	公众号搜索	1	0
2020-05-19	其他合计	1	2
2020-05-18	公众号搜索	1	1

1.8.4.1.1.2.5 粉丝数分析

【粉丝数分析】统计公众号每日的【总关注用户数】、【新增用户数】、【取消关注用户数】

微信营销

微信分析

推广平台: 腾讯ALPHA

2019年10月01日 - 2020年11月30日

图文分析 统计分析 分享转发分析 用户分析 粉丝数分析 图文每日阅读数据

日期	新增用户数量	取消关注用户数量	总用户数
2020-10-21	19	2	79
2020-04-21	5	1	65
2020-03-24	5	5	63
2020-01-07	4	4	67
2020-03-05	4	4	63
2020-06-28	3	1	67
2020-04-30	3	4	65
2020-04-10	3	0	63
2020-11-29	2	1	79
2020-10-18	2	2	64
2020-09-28	2	1	63

1.8.4.1.1.2.6 图文每日阅读数据

统计每个公众号图文的【每日阅读情况】



1.8.4.1.1.3 备注：

- 为确保公众号数据已完成统计和处理，请于每天上午 8 点后查询公众号前一天的数据；
- 当完成授权公众号后，【统计分析】、【分享转发分析】数据暂不提供历史数据查询；
- 当完成授权公众号后，【图文分析】、【图文每日阅读数据】支持一年半的历史数据（540 天）
——（每天获取历史中 30 天的数据，例，T+1 天获取近 30 天的数据，T+2 天获取近 31 天到近 60 天的数据，以此类推）；

注：【T】为微信公众号授权绑定系统当天，如果授权时间（T）=2021 年 2 月 1 日，那么 T+1（2 月 2 日），就可以获取到 1 月 2 日~31 日；T+2（2 月 3 日），就可以获取到 12 月 3~1 月 1 日的数据（但不能获取到 1 月 2 日~31 日的的数据了），以此类推。

1. 【用户分析】、【粉丝数分析】支持近 100 天的历史数据（每天获取历史中 30 天的数据，例，T+1 天获取近 30 天的数据，T+2 天获取近 31 天到近 60 天的数据，以此类推）；
2. 历史图文暂不支持获取评论数；
3. 【图文分析】按照图文群发时间统计图文群发 7 天内的总数据，即页面所选择的时间为图文群发日期；
4. 【msgid】是图文消息 id，当同一个素材在同一天内被多次推送，则【msgid】一致。为了避免数据统计混乱，建议不要使用同一个素材在同一天进行多次推送。

名词解释：

- msgid: 图文消息 id
- msgindex: 图文序号，例如 msgindex 为 3，假设该次群发的图文消息共 5 个文章（因为可能为多图文），3 表示 5 个中的第 3 个

多图文中的各个图文

文章标题	msgid	msgindex	群发粉丝总数	过滤后	发送成功	发送失败	送达人数	推送
1028-1	2247484497	1	0	0	0	0	3	
1028-2	2247484497	2	0	0	0	0	3	
1028-3	2247484497	3	0	0	0	0	3	
1028-4	2247484497	4	0	0	0	0	3	
1028-5	2247484497	5	0	0	0	0	3	
1028-6	2247484497	6	0	0	0	0	3	
1028-7	2247484497	7	0	0	0	0	3	

同一篇图文，且为多图文

1.8.4.1.1.4 三、查看各个数据分析的历史数据（主要查看与系统绑定前的历史数据）

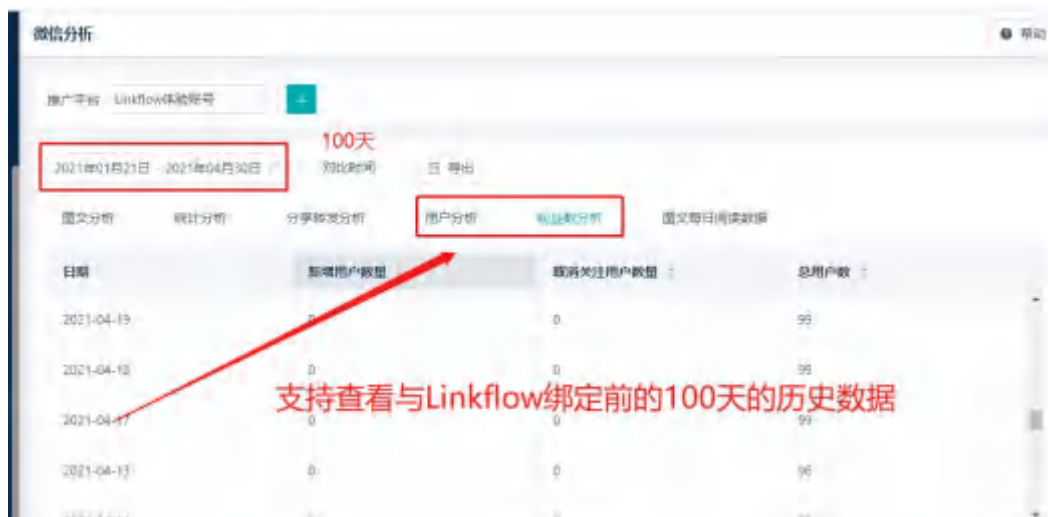
——问：微信公众号与系统绑定后，绑定前的数据是否可以查看？

——答：支持查看部分绑定前的历史数据，但是部分不支持

1. **【图文分析】&【图文每日阅读数据】**可以查看与系统绑定前的最近一年半的数据
如：微信公众号与系统在 2021 年的 5 月 1 日绑定，绑定后，可以在此处查看到 2019 年 11 月 1 日~2021 年 4 月 31 日的历史数据



2. 【统计分析】&【分享转发分析】不支持查看绑定前的历史数据
3. 【用户分析】&【粉丝数分析】可以查看与系统绑定前的 100 天的历史数据
如：微信公众号与系统在 2021 年的 5 月 1 日绑定，绑定后，可以在此处查看到 2021 年 1 月 21 日~2021 年 4 月 31 日的历史数据



4. 关于【微信分析】数据来源说明
——【微信分析】所有的数据只针对通过【群发】发送的消息（如群发文本、图文等）进行分析（如下图）
——如果是在系统中，通过客户旅程发送的消息（文本、图文等），这些数据的阅读数不包含在【微信分析】

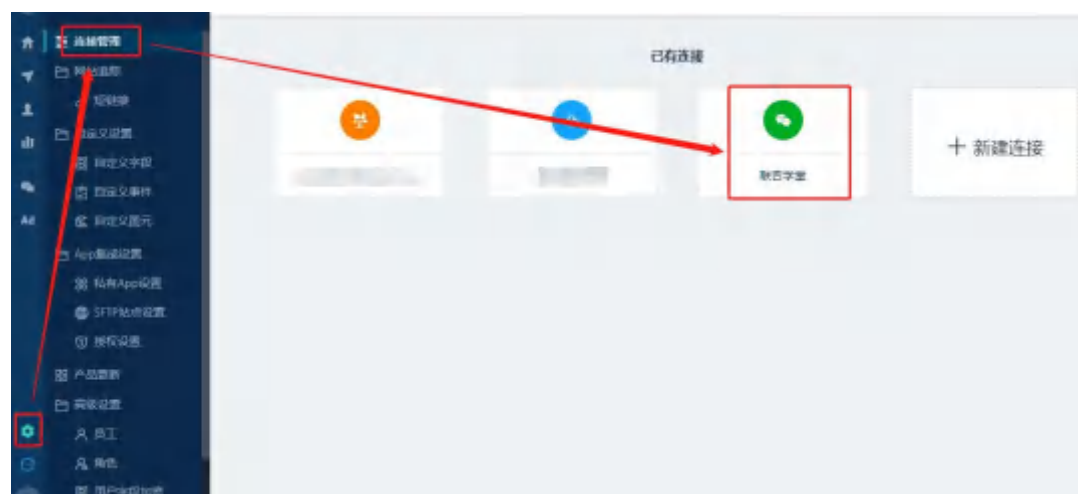


1.8.4.1.1.5 FAQ (常见问题)

1、在所选日期内推送了图文群发。但是报表中获取的图文数据不全或者报表显示为空？
(即没有图文群发后的数据)

答：

- ①为确保公众号数据已完成统计和处理，请于每天上午8点后查询公众号前一天的数据。
- ②若当前时间已超过8点，则进入该微信公众号的连接详情页，【设置】-【连接管理】，找到对应的微信公众号，点击后进入连接详情页面。



③点击【微信消息通知】，选择对应的时间段，重新获取数据



2、【分享转发分析】报表，分享场景为具体数值？
答：分享场景是从微信获取的场景，若展示的是数值，则，微信未定义该场景。

1.8.4.2 图文分析

- [什么是微信图文分析？](#)
 - [什么是指标？](#)
 - [什么是分析维度？](#)
 - [新建图文分析](#)
- [修改和查看分析报表](#)
 - [设置自定义指标](#)
- [图文分析管理](#)
 - [查看历史图文分析](#)
 - [复制漏斗分析](#)
 - [保存至仪表盘](#)
 - [删除图文分析](#)
- [FAQ（常见问题）](#)

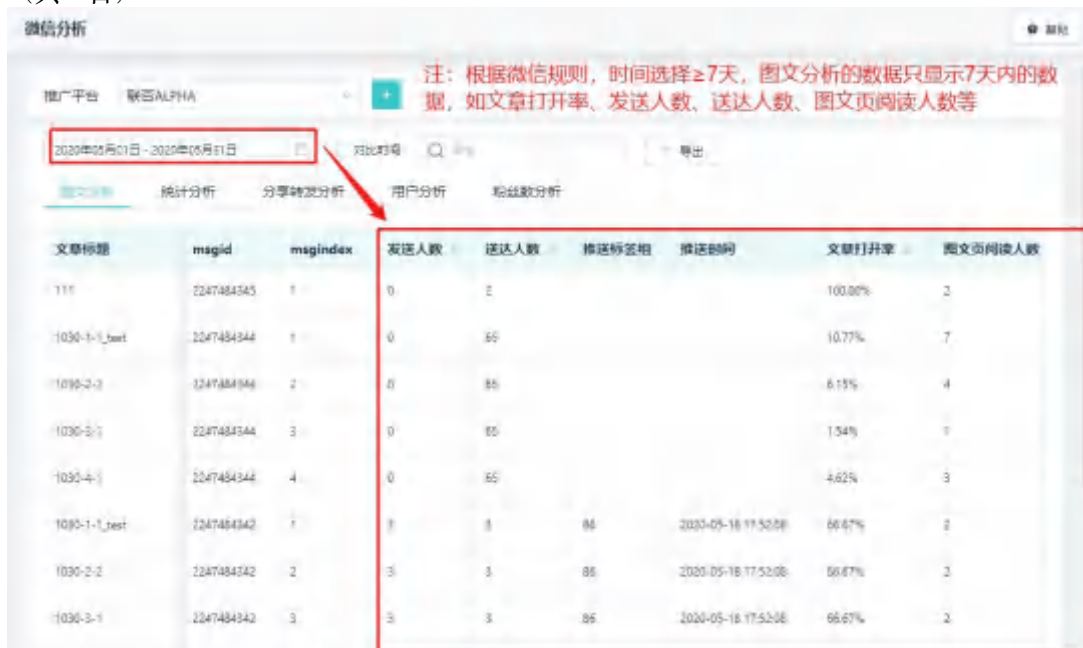
1.8.4.2.1 什么是微信图文分析？

系统记录微信每次群发推送的阅读信息，如阅读人数、阅读次数等，通过对这些阅读情况分析，研究每次推送的阅读情况，进而挖掘用户行为背后的原因、从而提高阅读量等。

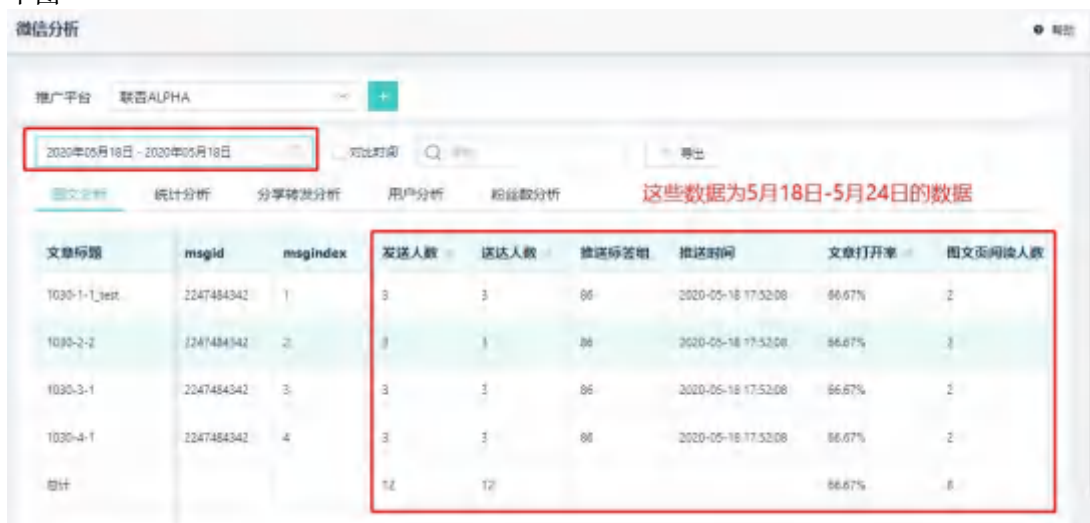
注：根据微信规则，图文分析的数据最多显示为 7 天的数据！！

如：选择的时间是 5 月 1 日-5 月 31 日（一个月），其中一篇图文发送时间：5 月 31 日，那

么此处的文章打开率、发送人数、送达人数等的的数据为7天的数据：5月31日~6月6日（共7日）



如：选择的时间为5月18日-5月18日（1天），那么会显示当天推送的图文消息，但是此推文的文章打开率、发送人数、送达人数等的的数据为7天的数据，5月18日~5月24日，如下图：



文章打开率可能会超过 100%，因为同一个粉丝，可能会多次打开此图文，所以文章打开率会超过 100%。

1.8.4.2.1.1 什么是指标？

指标是指要分析报表的什么数据。

1.8.4.2.1.2 什么是分析维度？

查看分析的角度。分析维度是指察看指标分析结果的不同角度，这样可以更加精细化的分析数据。

1.8.4.2.1.3 新建图文分析

- 按照路径【微信营销】-【图文分析】进入图文分析界面。
- 新建图文分析，请点击右上角【新建】按钮进入新建页面，具体操作如下：
 1. 输入您的分析报表名字
 2. 选择需要分析的微信公众号及指标
 3. 选择分析维度
 4. 完成所有设置好后，点击右下角保存，系统会保存设置好的图文分析报表



1.8.4.2.2 修改和查看分析报表

最终的图表会按照所选的维度进行分组，按照所选的日期范围和粒度展示为图表。

1.8.4.2.2.1 设置自定义指标

除了默认相关指标外，系统也支持自定义指标公式。具体操作见下图：

自定义指标

定义指标公式变量

a

收藏的次数 的 总数

x

b

收藏的人数 的 总数

c

请选择

设置指标计算公式

指标计算公式的参数就是上面添加的指标变量，在公式中用a-z代替

人均次数

= a/b

显示格式 两位小数

确定

1.8.4.2.3 图文分析管理

1.8.4.2.3.1 查看历史图文分析

点击图文分析名称前面的 icon，可搜索或直接选择保存过的历史图文分析

本周

test-asfasf

test-dee

5

123

afdsd

11111

test save

test save

保存

另存为

添加到仪表盘

100

80

60

40

20

0

10

20

30

40

50

60

70

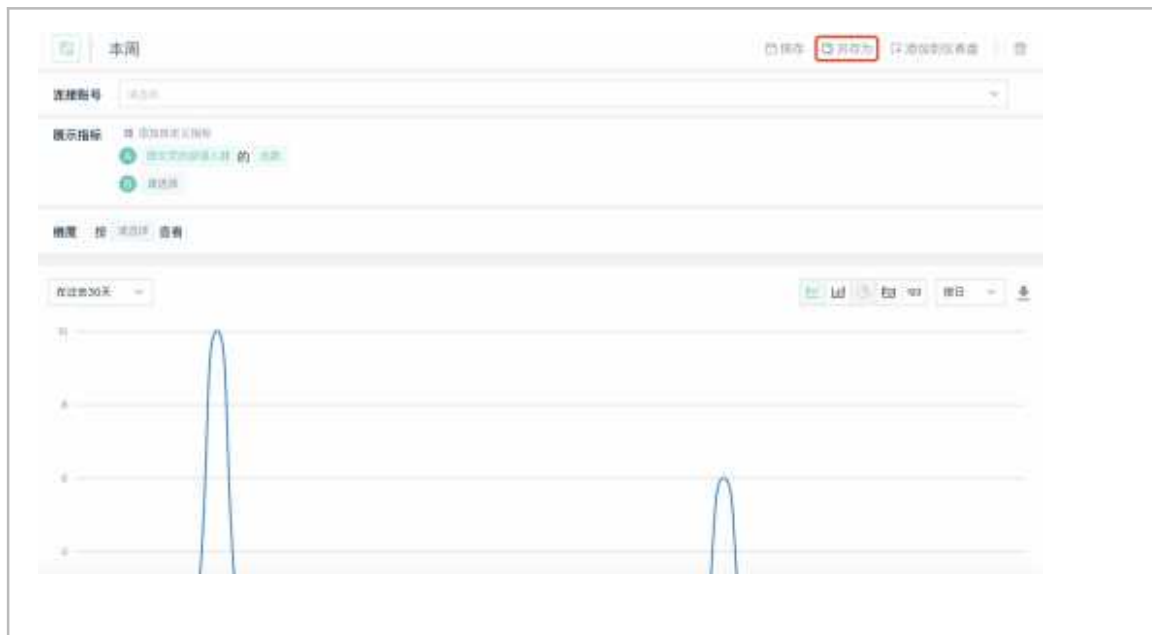
80

90

100

1.8.4.2.3.2 复制漏斗分析

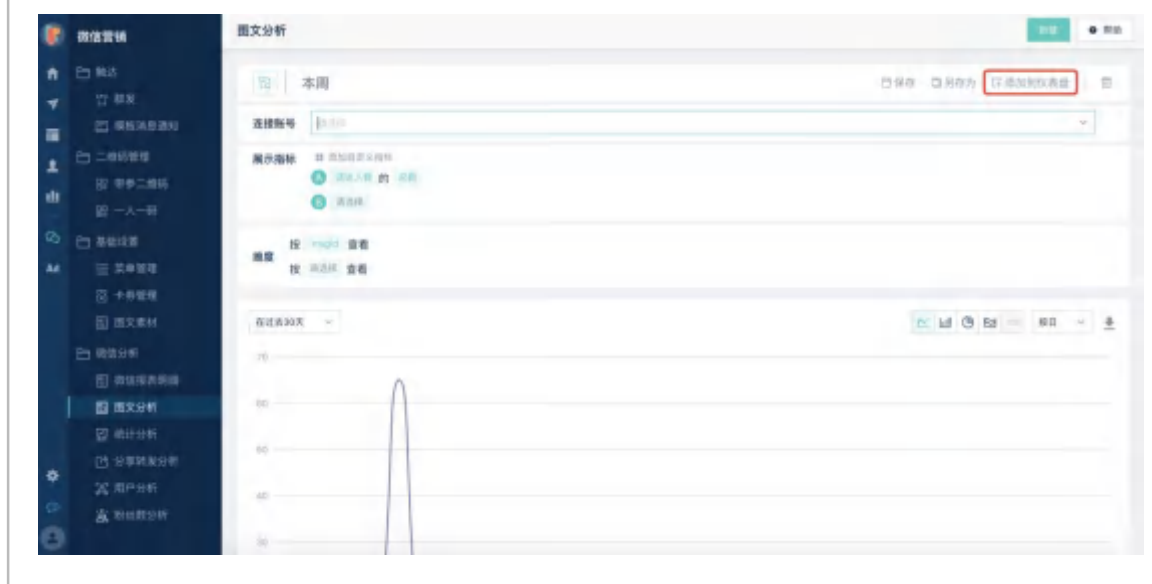
通过点击报表“另存为”按钮，对现有报表进行复制，如下图：



1.8.4.2.3.3 保存至仪表盘

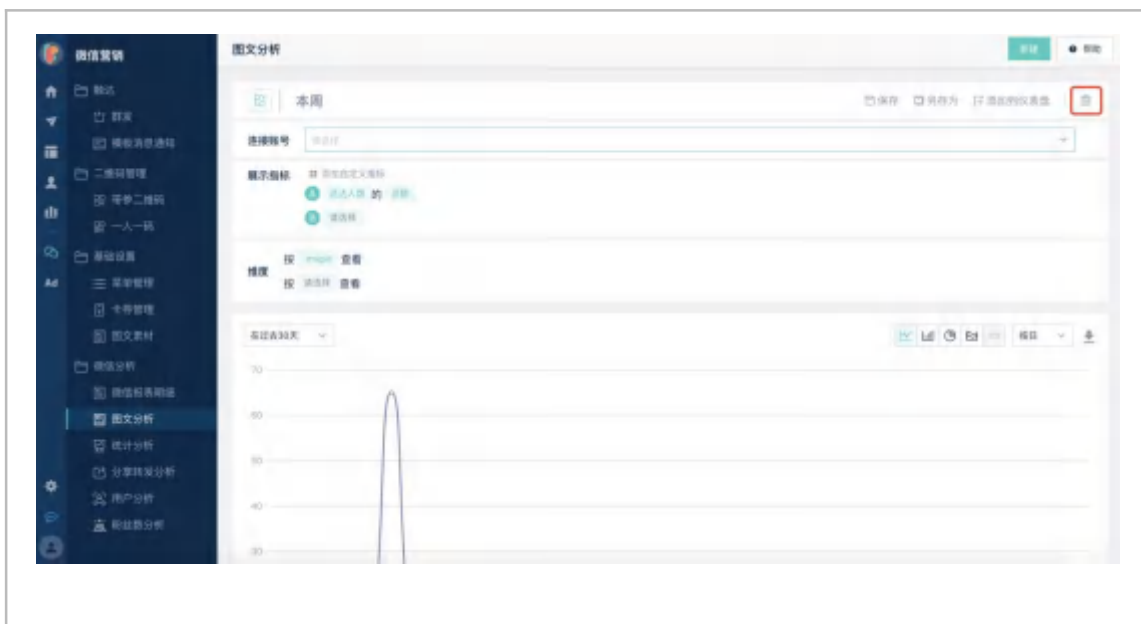
- 有两种方式可将分析添加到仪表盘
 - 在仪表盘中直接添加图文分析
 - 点击图文分析查看页面上的“添加到仪表盘”按钮

注意：一个图文分析在仪表盘只能添加一次，但是可以被添加到多个仪表盘



1.8.4.2.3.4 删除图文分析

可在图文分析查看页面点击“删除”按钮，删除当前分析。删除分析，也会将仪表盘中的相关图表也一并删除。



1.8.4.2.4 FAQ (常见问题)

- 为什么找不到群发的图文？
页面展示的时间是是图文群发时间（仅统计图文群发 7 天内的数据），不是图文的阅读时间（即某天阅读了该篇图文）
- 群发分析总数、过滤后、发送成功、发送失败、送达人数的关系？
群发分析总数、过滤后、发送成功、发送失败是通过 LF 的微信群发功能，将群发返回数据与图文进行关联送达人数是通过微信图文 API 接口获取，每篇图文推送的送达人数

1.8.4.3 统计分析

- [什么是统计分析？](#)
 - [什么是指标？](#)
 - [什么是分析维度？](#)
 - [新建统计分析](#)
- [修改和查看分析报表](#)
 - [设置自定义指标](#)
- [统计分析管理](#)
 - [查看历史统计分析](#)
 - [复制统计分析](#)
 - [保存至仪表盘](#)
 - [删除统计分析](#)

1.8.4.3.1 什么是统计分析?

系统记录微信公众后每日的阅读情况，如阅读人数、阅读次数等，通过对这些阅读情况分析，研究每次推送的阅读情况，进而挖掘用户行为背后的原因。按照用户喜好的阅时间，为微信群发时间提供数据判断基础，最大可能提升公众号的阅读量，从而提升品牌效应。

1.8.4.3.1.1 什么是指标?

指标是指要分析报表的什么数据。

1.8.4.3.1.2 什么是分析维度?

查看分析的角度。分析维度是指察看指标分析结果的不同角度，这样可以更加精细化的分析数据。

1.8.4.3.1.3 新建统计分析

按照路径【微信营销】-【统计分析】进入统计分析界面。

新建统计分析

请点击右上角【新建】按钮进入新建页面，具体操作如下：

- 1、输入您的分析报表名字
- 2、选择需要分析的微信公众号及指标
- 3、选择分析维度
- 4、完成所有设置好后，点击右下角保存，系统会保存设置好的统计分析报表

1.8.4.3.2 修改和查看分析报表

最终的图表会按照所选的维度进行分组，按照所选的日期范围和粒度展示为图表。

1.8.4.3.2.1 设置自定义指标

除了默认相关指标外，系统也支持自定义指标公式。具体操作见下图：



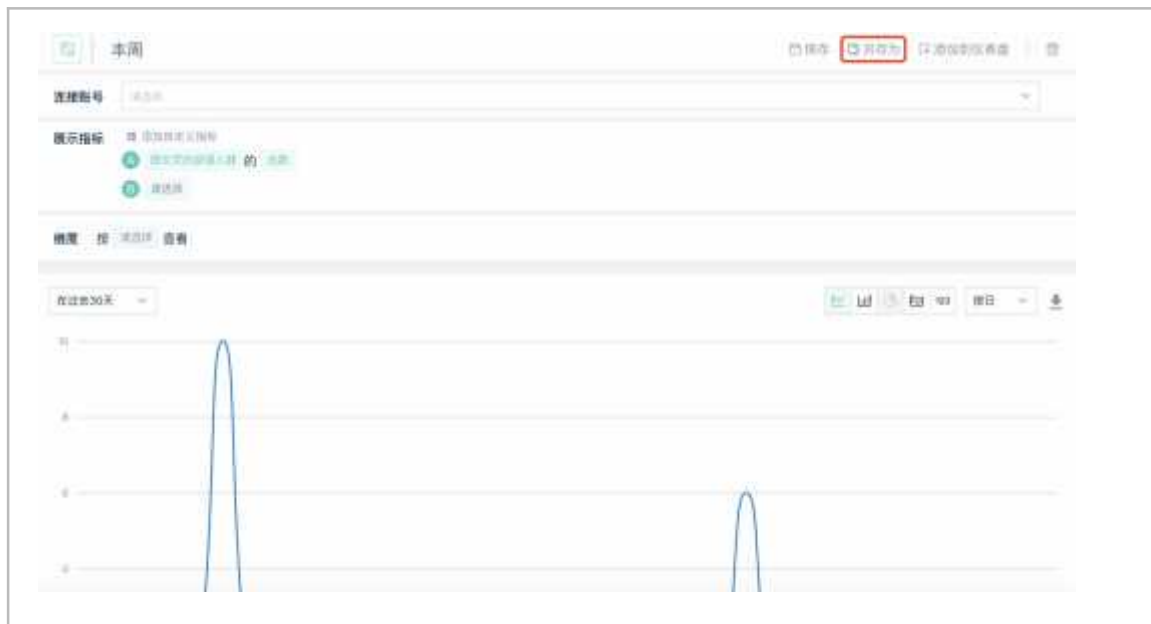
1.8.4.3.3 统计分析管理

1.8.4.3.3.1 查看历史统计分析



1.8.4.3.3.2 复制统计分析

通过点击报表“另存为”按钮，对现有报表进行复制，如下图：



1.8.4.3.3.3 保存至仪表盘

有两种方式可将分析添加到仪表盘

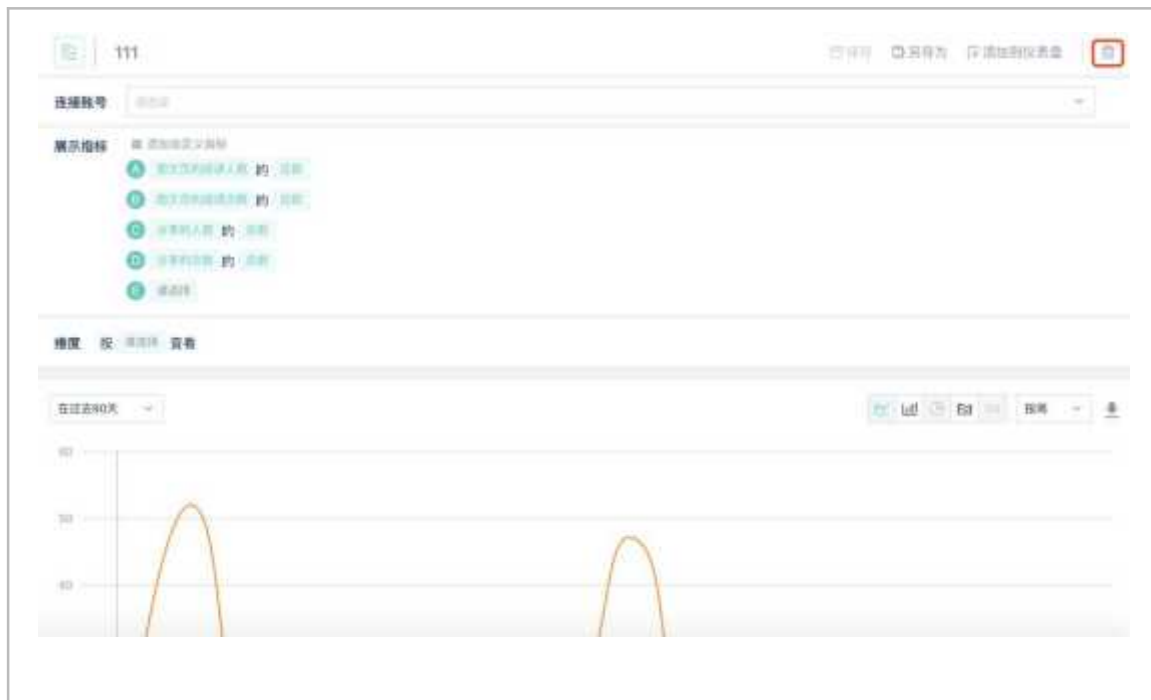
- 1、在仪表盘中直接添加统计分析
- 2、点击统计分析查看页面上的“添加到仪表盘”按钮

注意：一个统计分析在仪表盘只能添加一次，但是可以被添加到多个仪表盘

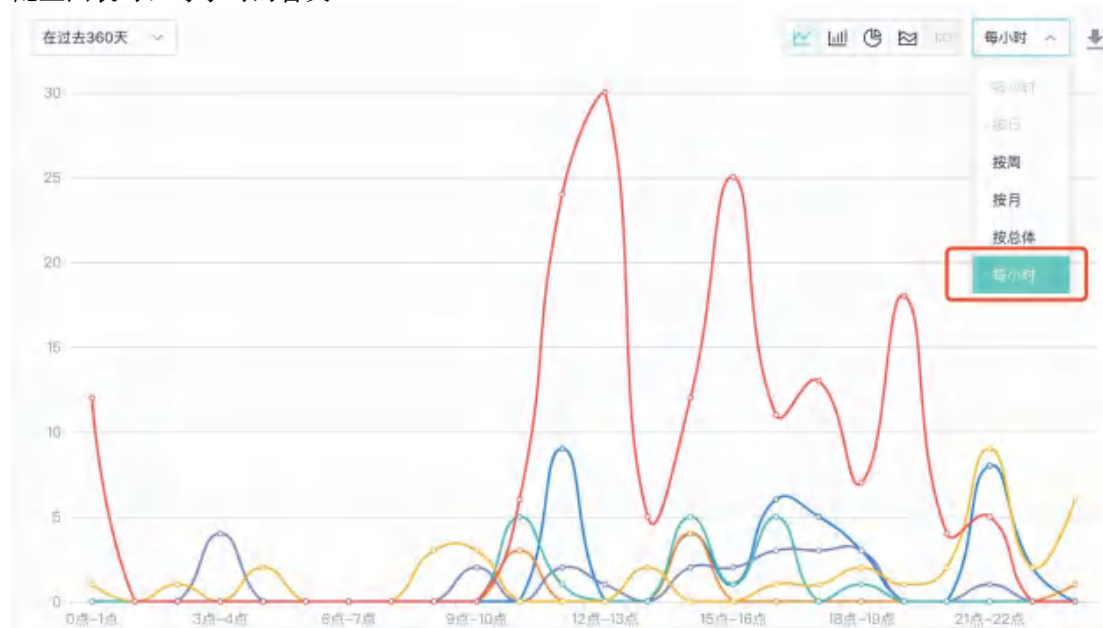


1.8.4.3.3.4 删除统计分析

可在统计分析查看页面点击“删除”按钮，删除当前分析。删除分析，也会将仪表盘中的相关图表也一并删除。



FAQ:
配置图表时，每小时的含义？



每小时是指，相同小时段的数据进行累加展示，例5月1号，10点到11点，阅读人数10人；5月2号，10点到11点，阅读人数5人。设置每小时查看是，x轴10点到11点，y轴对应人数15人。

1.8.4.4 分享转发分析

1.8.4.4.1 什么是分享转发分析？

系统记录微信公众后每日的所有推送图文（不提供每篇图文的分享转发明细数据）的分享转发情况，如有 10 人在微信朋友圈场景进行分享等，

1.8.4.4.2 什么是指标？

指标是指要分析报表的什么数据。

1.8.4.4.3 什么是分析维度？

查看分析的角度。分析维度是指察看指标分析结果的不同角度，这样可以更加精细化的分析数据。

1.8.4.4.4 新建分享转发分析

按照路径【微信营销】-【分享转发分析】进入分享转发分析界面。

新建分享转发分析

请点击右上角【新建】按钮进入新建页面，具体操作如下：

- 1、输入您的分析报表名字
- 2、选择需要分析的微信公众号及指标
- 3、选择分析维度
- 4、完成所有设置好后，点击右下角保存，系统会保存设置好的分享转发分析报表

1.8.4.4.5 修改和查看分析报表

最终的图表会按照所选的维度进行分组，按照所选的日期范围和粒度展示为图表。

1.8.4.4.5.1 设置自定义指标

除了默认相关指标外，系统也支持自定义指标公式。具体操作见下图：

自定义指标

定义指标公式变量

- a 分享的次数 的 总数
- b 分享的人数 的 总数
- c 请选择

设置指标计算公式

指标计算公式的参数就是上面添加的指标变量。在公式中用a-z代替

人均分享

= a/b

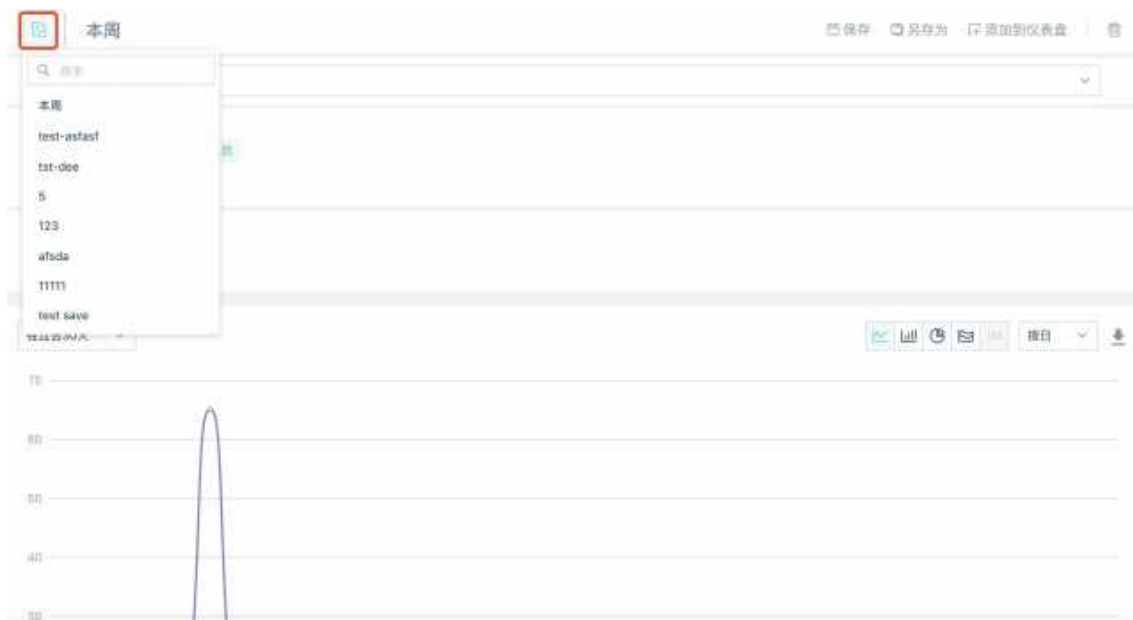
显示格式 整数

确定

1.8.4.4.6 分享转发分析管理

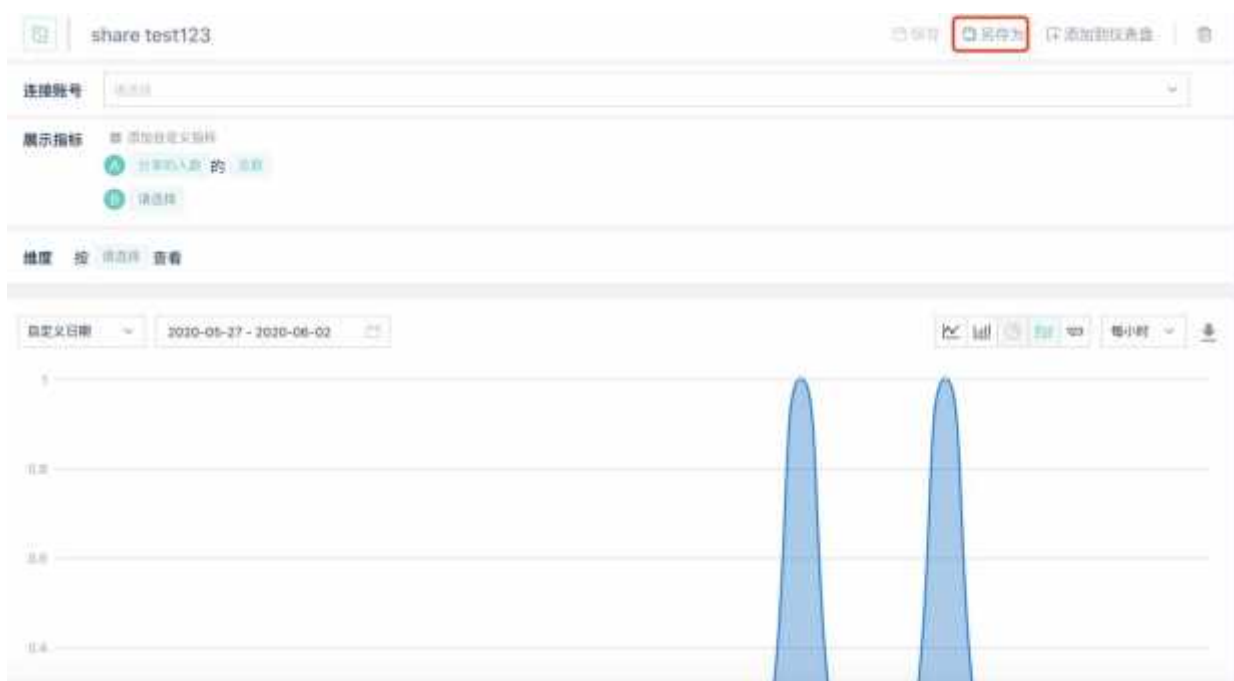
1.8.4.4.6.1 查看历史分享转发分析

点击分析转发分析名称前面的 icon，可搜索或直接选择保存过的历史分享转发分析



1.8.4.4.6.2 复制分享转发分析

通过点击报表“另存为”按钮，对现有报表进行复制，如下图：



1.8.4.4.6.3 保存至仪表盘

有两种方式可将分析添加到仪表盘

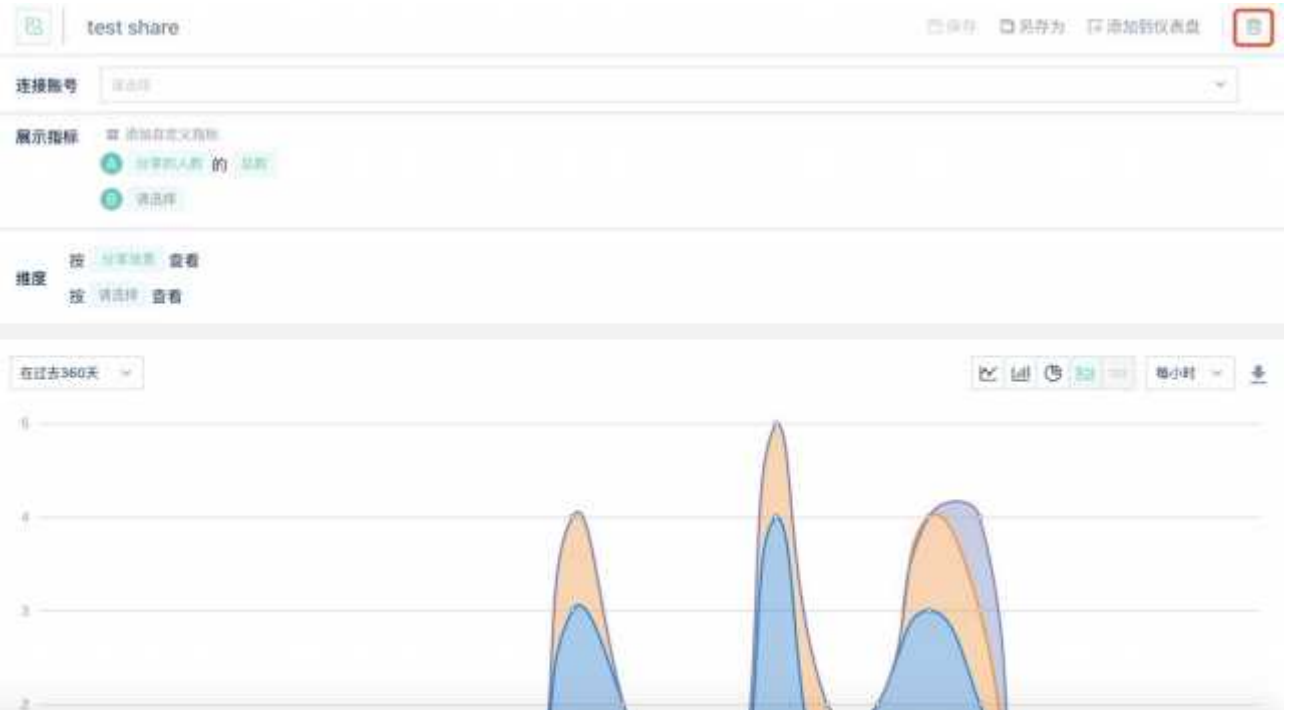
- 1、在仪表盘中直接添加微信分析
- 2、点击分析转发分析查看页面上的“添加到仪表盘”按钮

注意：一个分享转发分析在仪表盘只能添加一次，但是可以被添加到多个仪表盘



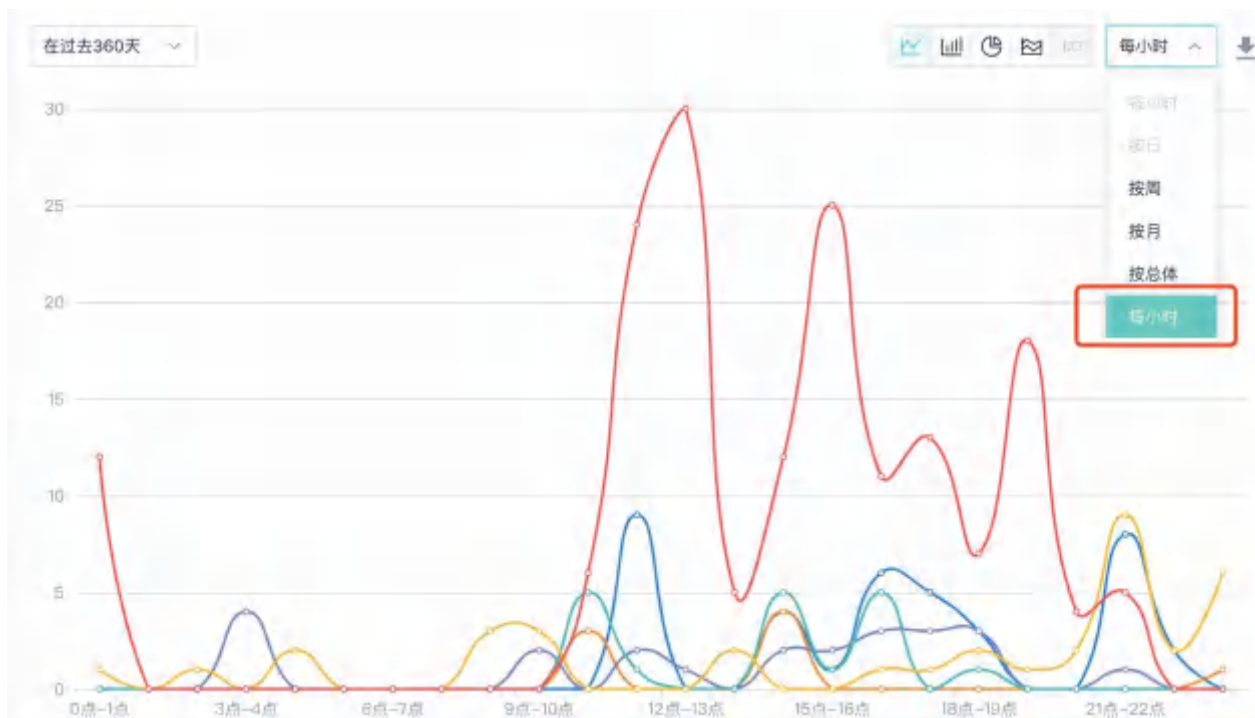
1.8.4.4.6.4 删除分享转发分析

可在分享转发分析查看页面点击“删除”按钮，删除当前分析。删除分析，也会将仪表盘中的相关图表也一并删除。



FAQ:

- 1、配置图表时，每小时的含义？



每小时是指，相同小时段的数据进行累加展示，例 5 月 1 号，10 点到 11 点，分享人数 10 人；5 月 2 号，10 点到 11 点，分享人数 5 人。设置每小时查看是，x 轴 10 点到 11 点，y 轴对应人数 15 人。

2、为什么分享场景为具体数值？

分享场景是从微信获取的场景，若展示的是数值，则，微信未定义该场景。

1.8.4.5 微信用户分析

1.8.4.5.1 什么是微信用户分析？

系统记录微信公众号每个场景下关注与取关的人数。

1.8.4.5.2 什么是指标？

指标是指要分析报表的什么数据。

1.8.4.5.3 什么是分析维度？

查看分析的角度。分析维度是指察看指标分析结果的不同角度，这样可以更加精细化的分析数据。

1.8.4.5.4 新建用户分析

按照路径【微信营销】-【用户分析】进入用户分析界面。

新建用户分析

请点击右上角【新建】按钮进入新建页面，具体操作如下：

- 1、输入您的分析报表名字
- 2、选择需要分析的微信公众号及指标
- 3、选择分析维度
- 4、完成所有设置好后，点击右下角保存，系统会保存设置好的用户分析报表

1.8.4.5.5 修改和查看分析报表

最终的图表会按照所选的维度进行分组，按照所选的日期范围和粒度展示为图表。

1.8.4.5.5.1 设置自定义指标

除了默认相关指标外，系统也支持自定义指标公式。具体操作见下图：

自定义指标

定义指标公式变量

a

新增用户数量

的

总数

b

取消关注用户数量

的

总数

c

请选择

设置指标计算公式

指标计算公式的参数就是上面添加的指标变量，在公式中用a-z代替

净关注人数

= a-b

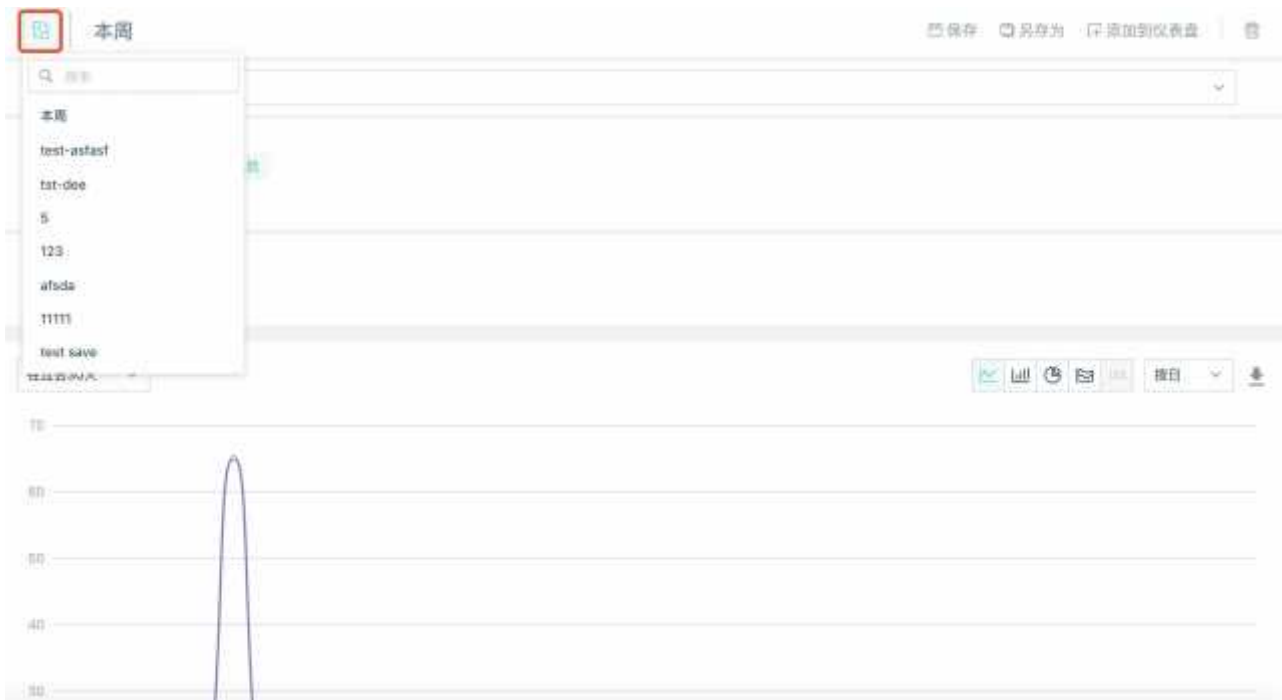
显示格式 整数

确定

#微信用户分析管理

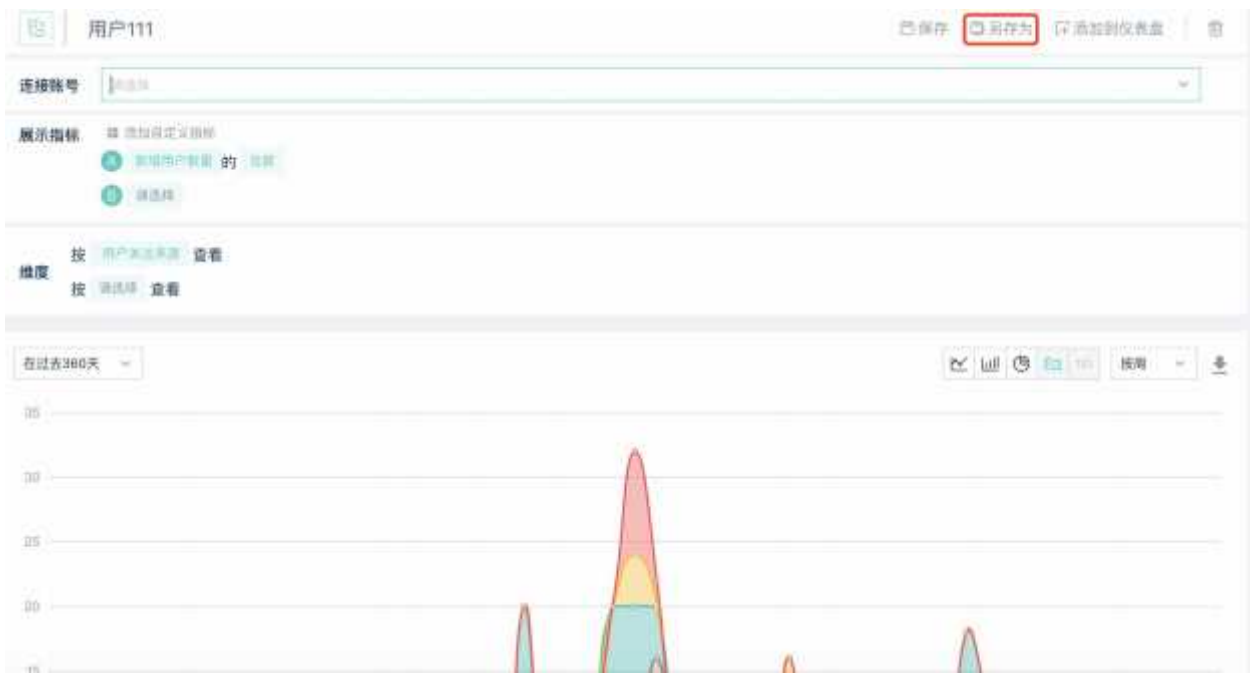
1.8.4.5.5.2 查看历史微信用户分析

点击分析转发分析名称前面的 icon，可搜索或直接选择保存过的历史微信用户分析



1.8.4.5.5.3 复制微信用户分析

通过点击报表“另存为”按钮，对现有报表进行复制，如下图：

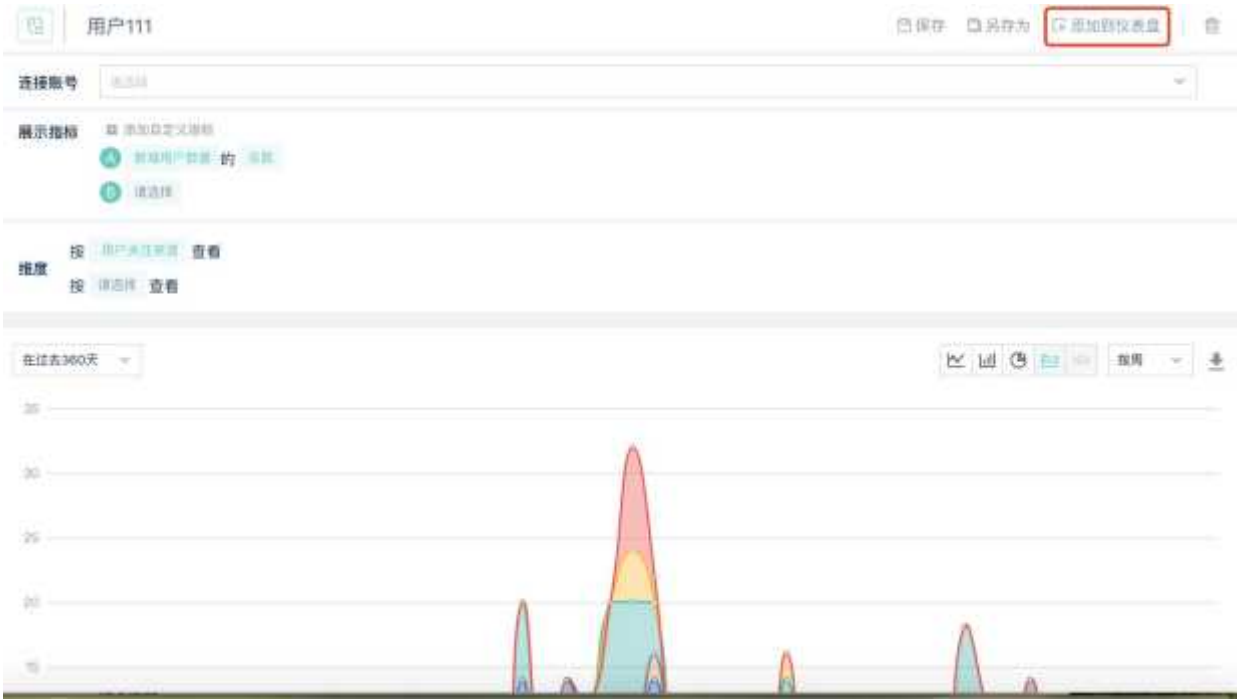


1.8.4.5.5.4 保存至仪表盘

有两种方式可将分析添加到仪表盘

- 1、在仪表盘中直接添加微信分析
- 2、点击分析转发分析查看页面上的“添加到仪表盘”按钮

注意：一个微信用户分析在仪表盘只能添加一次，但是可以被添加到多个仪表盘



1.8.4.5.5 删除微信用户分析

可在微信用户分析查看页面点击“删除”按钮，删除当前分析。删除分析，也会将仪表盘中的相关图表也一并删除。



1.8.4.6 粉丝数分析

- 什么是微信粉丝数分析？
 - 什么是指标？
 - 什么是分析维度？

- [新建粉丝数分析](#)
- [修改和查看分析报表](#)
 - [设置自定义指标](#)
 - [查看历史微信粉丝数分析](#)
 - [复制微信粉丝数分析](#)
 - [保存至仪表盘](#)
 - [删除微信用户分析](#)

1.8.4.6.1 什么是微信粉丝数分析？

系统记录微信公众号每天的新增关注人数、取关的人数和粉丝总数。

微信分析

推广平台 联合ALPHA

2020年04月01日 - 2020年05月25日

对比时间 导出

图文分析 统计分析 分享转发分析 用户分析 粉丝数分析

注：此处默认以新增用户数量最多的排在首位，如需调整，可以点击上下三角形重新排序！

日期	新增用户数量	取消关注用户数量	总用户数
2020-04-21	5	1	65
2020-04-30	3	4	65
2020-04-10	3	0	63
2020-05-11	2	1	65
2020-04-27	2	3	65
2020-04-24	2	2	66
2020-04-03	2	2	61
2020-05-20	1	0	65

1.8.4.6.1.1 什么是指标？

指标是指要分析报表的什么数据。

1.8.4.6.1.2 什么是分析维度？

查看分析的角度。分析维度是指察看指标分析结果的不同角度，这样可以更加精细化的分析数据。

1.8.4.6.1.3 新建粉丝数分析

按照路径【微信营销】-【粉丝数分析】进入粉丝数分析界面。

新建粉丝数分析

请点击右上角【新建】按钮进入新建页面，具体操作如下：

- 1、输入您的分析报表名字
- 2、选择需要分析的微信公众号及指标

- 3、选择分析维度
- 4、完成所有设置好后，点击右上角保存，系统会保存设置好的用户分析报表

1.8.4.6.2 修改和查看分析报表

最终的图表会按照所选的维度进行分组，按照所选的日期范围和粒度展示为图表。

1.8.4.6.2.1 设置自定义指标

除了默认相关指标外，系统也支持自定义指标公式。具体操作见下图：

自定义指标

定义指标公式变量

a

新增用户数量

的

总数

b

取消关注用户数量

的

总数

c

请选择

设置指标计算公式

指标计算公式的参数就是上面添加的指标变量，在公式中用a-z代替

净关注人数

= a-b

显示格式

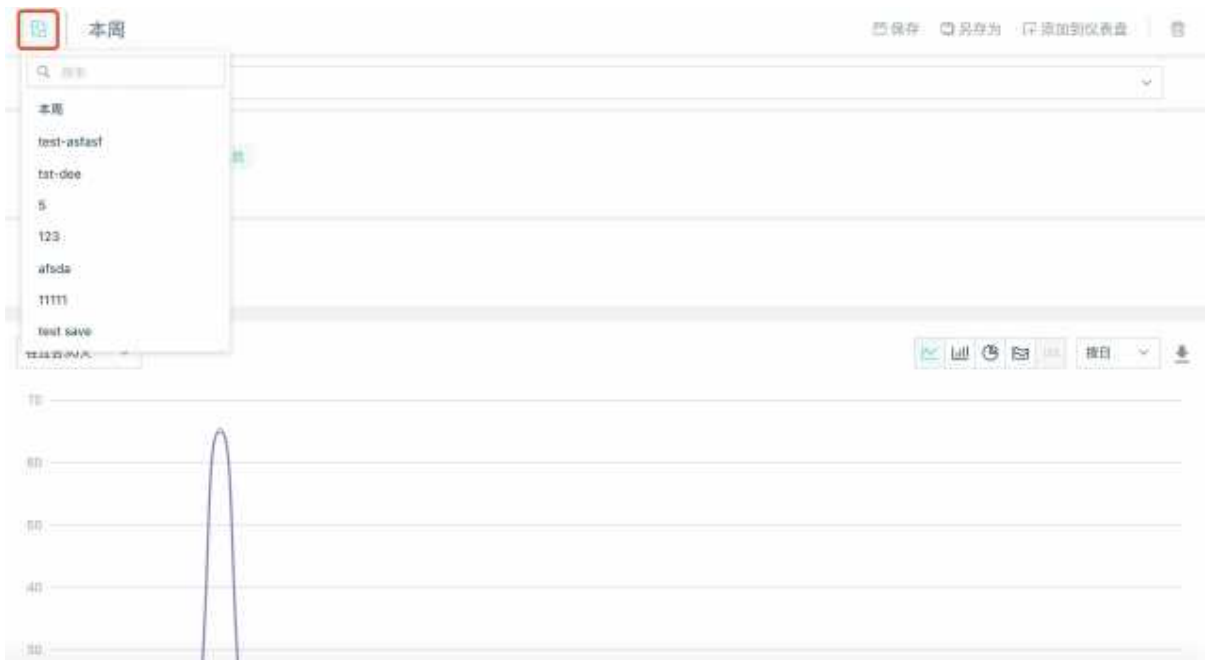
整数

确定

#微信粉丝数分析管理

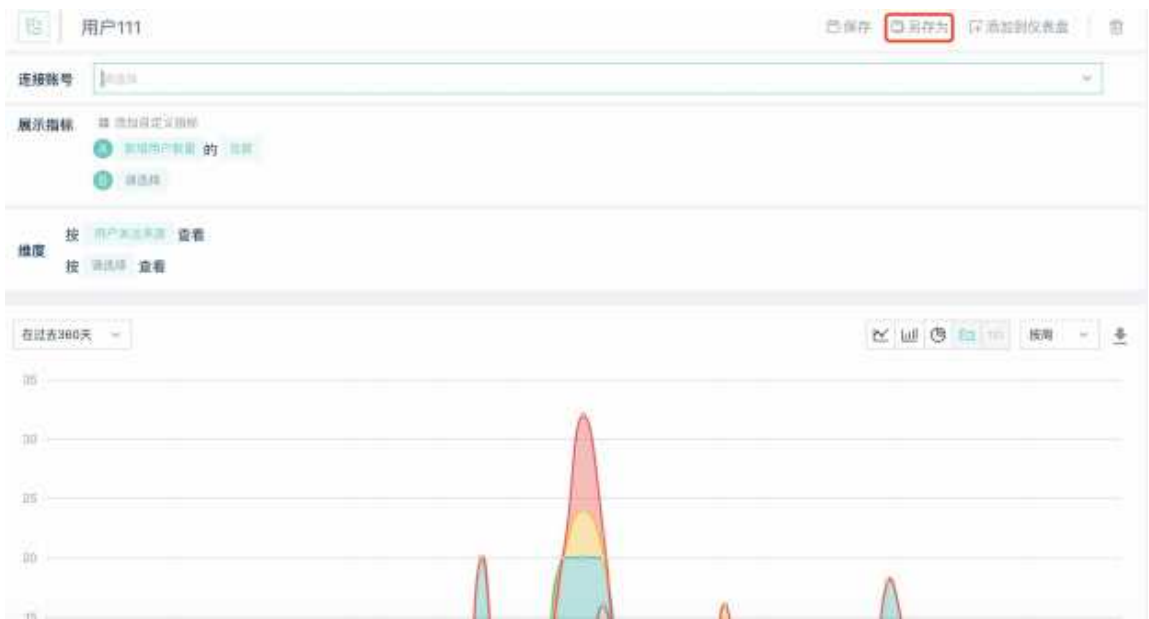
1.8.4.6.2.2 查看历史微信粉丝数分析

点击分析转发分析名称前面的 icon，可搜索或直接选择保存过的历史微信粉丝数分析



1.8.4.6.2.3 复制微信粉丝数分析

通过点击报表“另存为”按钮，对现有报表进行复制，如下图：



1.8.4.6.2.4 保存至仪表盘

有两种方式可将分析添加到仪表盘

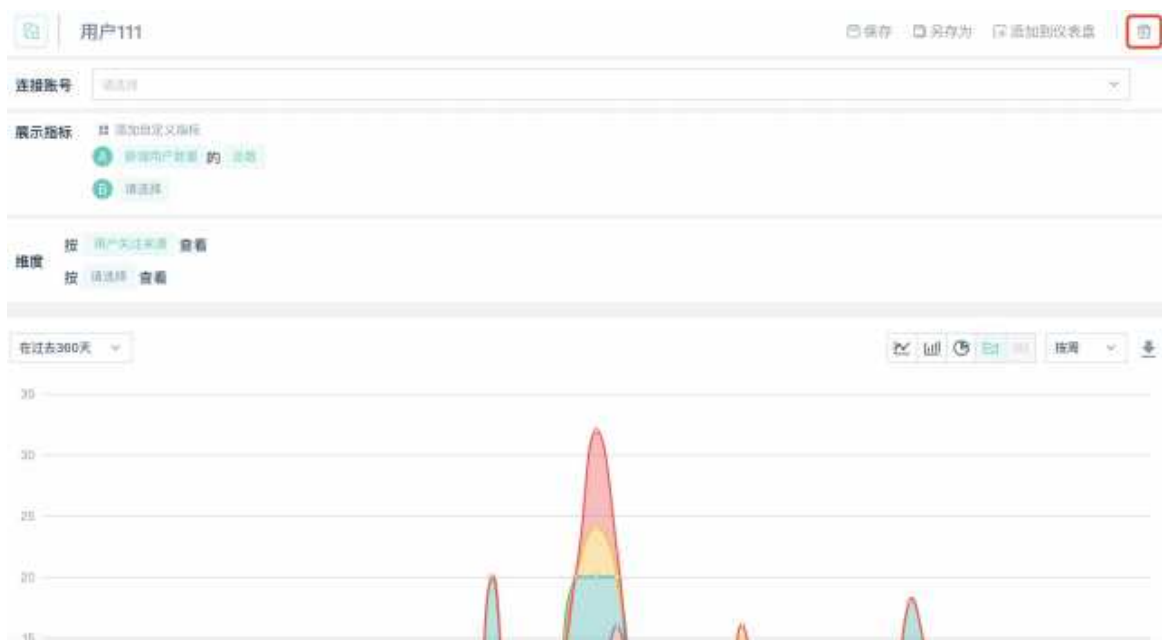
- 1、在仪表盘中直接添加微信分析
- 2、点击分析转发分析查看页面上的“添加到仪表盘”按钮

注意：一个粉丝数分析在仪表盘只能添加一次，但是可以被添加到多个仪表盘



1.8.4.6.2.5 删除微信用户分析

可在微信用户分析查看页面点击“删除”按钮，删除当前分析。删除分析，也会将仪表盘中的相关图表也一并删除。



1.8.4.7 微信报表相关名词解释

【图文页】
——指你在微信图文消息编辑时写的内容页，页面地址以“<http://mp.weixin.qq.com/s/>”为开头，具体页面如下图截屏：



【原文页】

——指你在微信发图文消息时，如果这条消息是你参考的其他网页文章，那么这个网页就称为原文页。原文页链接可以是网络上的任何一个链接，因此也有很多人用这个链接来链接到别的地方去。原文链接在微信中的位置如下图：



【图文页阅读次数】

——点击图文页的次数（同一粉丝重复点击计算在内），包括非粉丝的阅读；

【图文页阅读人数】

——点击图文页的人数（不包括重复点击），包括非粉丝人数；

【原文页阅读人数】

——指的是你添加的原文链接有多少人看过。如果没有加，那么原文页阅读人数就显示为0；

【原文页阅读次数】

——点击原文页的次数，不排除重复点击。统计原理一样。

【公众号会话】

——是指公众号发送的推文，聊天会话是指通过别人的分享点击进去。

【公众号会话阅读/人数】

——是统计粉丝通过公众号群发时候的消息页面，或者公众号聊天框内打开的。

【聊天会话阅读/人数】

是指通过好友/群内转发打开的数据。

1.9 连接管理

1.9.1 微信公众号连接

1.9.1.1 微信公众号

1.9.1.2 微信开放平台

1.9.1.3 微信公众号

1.9.1.3.1 删除微信 GDPR 数据

1.9.1.3.2 如何同步微信标签组

1.9.1.3.3 如何在系统里面连接和设置微信

1.9.1.3.4 微信客服会话管理

1.9.1.3.5 微信消息通知

1.9.1.3.6 批量为用户打标签

1.9.1.3.7 重新获取微信公众号信息

1.9.1.3.8 重新获取微信公众号标签

1.9.1.3.9 重新获取微信公众号粉丝

1.9.1.3.10 如何在系统里面连接和设置微信

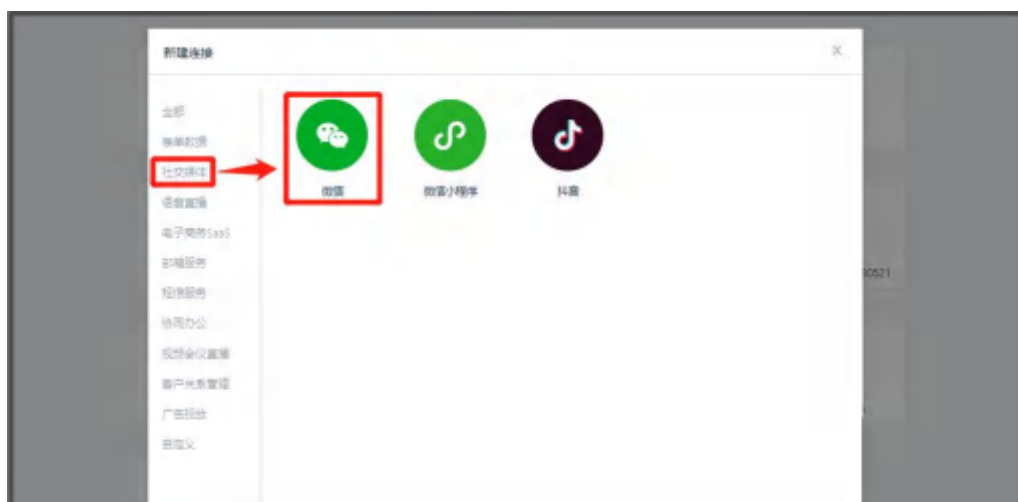
- [了解更多请点击【微信公众号&系统对接后的使用说明】&【微信营销】](#)
- [绑定微信公众号](#)
- [绑定微信公众号同步的信息](#)
- [订阅号与服务号](#)
- [解绑微信公众号](#)

1.9.1.3.10.1 了解更多请点击【微信公众号&系统对接后的使用说明】&【微信营销】

1.9.1.3.10.2 绑定微信公众号

系统支持连接多个微信公众号!

- 路径：【连接管理】-【创建连接】-【连接微信】绑定微信服务号/订阅号，此步骤需要【微信管理员】使用微信配合扫码绑定：



- 使用公众平台绑定的管理员个人微信号扫描，进行公众号授权和绑定，即可将公众号

绑定至系统平台上。

- 绑定时，管理员的微信扫码后会出现以下功能授权，可以选择功能进行授权。
- 微信公众号默认授权给系统的功能如下：



- 授权时也可以点击自定义权限，选择需要授权的权限，如下：



绑定成功，即显示在下图已连接项目中：



1.9.1.3.10.3 绑定微信公众号同步的信息

系统会将微信公众号的标签同步到系统作为系统的标签组，并将该微信标签下的粉丝移到对应的系统标签组。

如果是重新绑定微信公众号，会重新更新标签组

如果您需要对公众号菜单的点击操作进行事件追踪，则需要通过系统创建公众号菜单。

- 建议尽量使用《**已认证的服务号**》进行绑定，否则部分功能由于微信官方的限制将无法使用。如带参二维码创建等。

1.9.1.3.10.4 订阅号与服务号

其他参考可点击以下查看：

[《订阅号、服务号、企业微信、小程序的区别》](#)

[腾讯官方说明：公众平台服务号、订阅号、企业微信、小程序的相关说明](#)

[公众号接口权限说明](#)

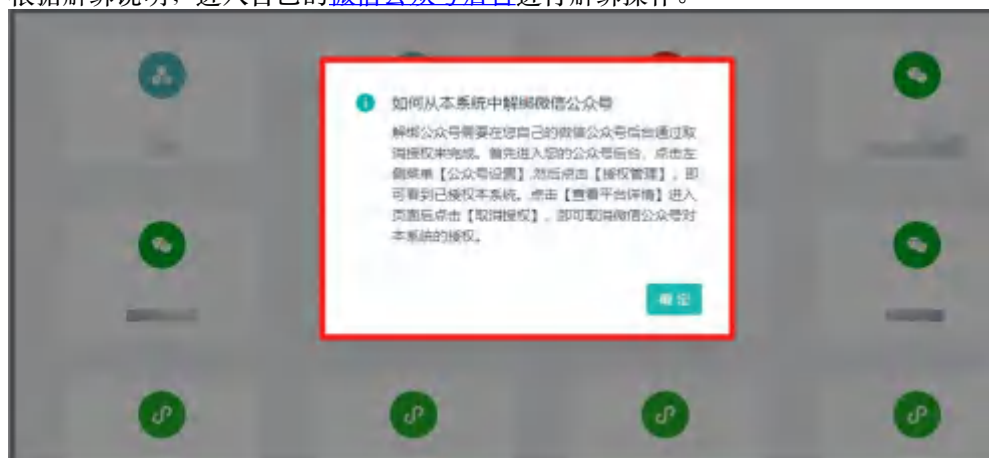
与系统对接后，订阅号与服务号可实现的功能对别

订阅号、服务号与 LF 对接后，可实现的功能对别

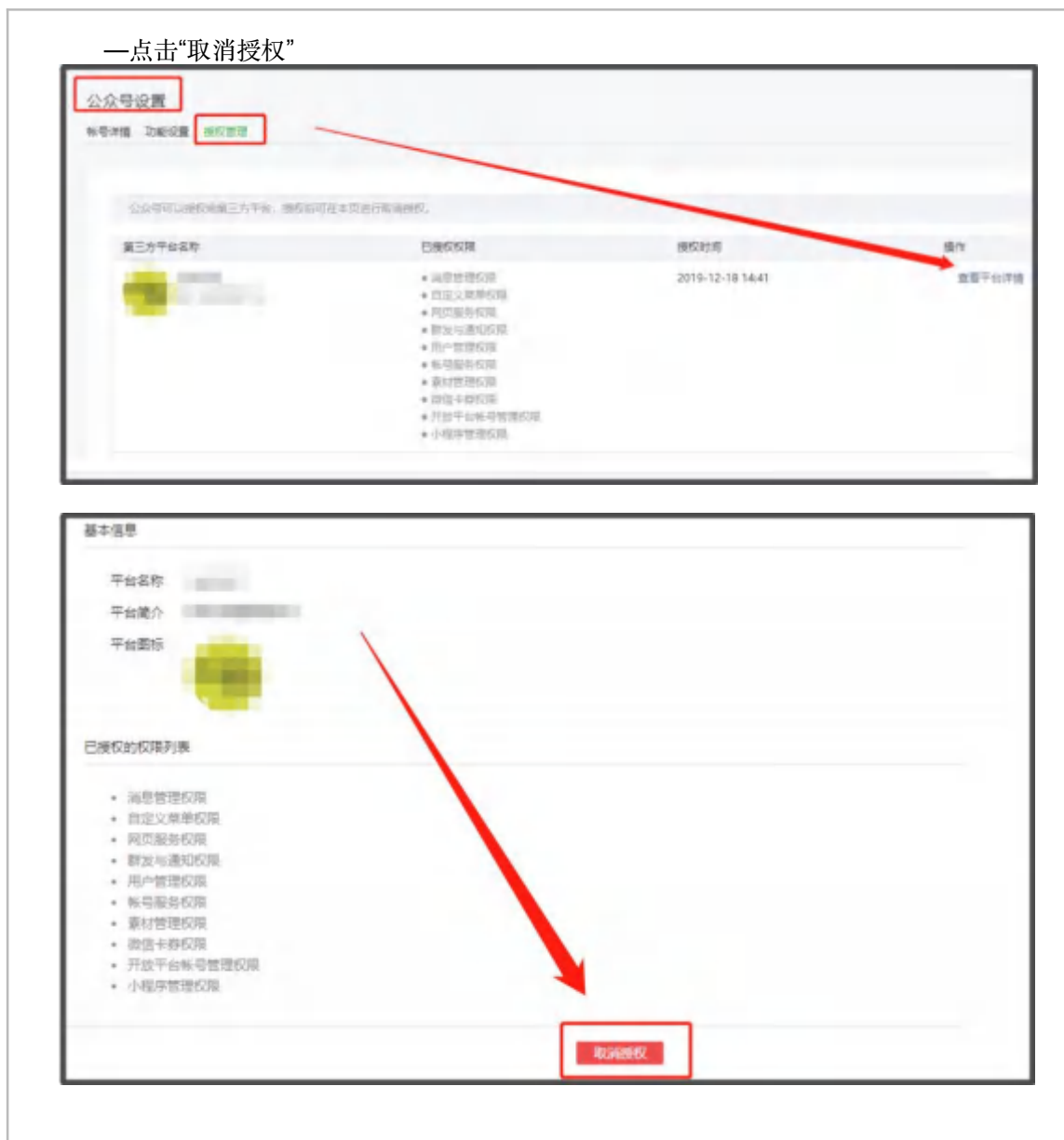
系统微信相关功能	认证的订阅号	认证的服务号
每天可以群发 1 条消息	√	×
每个月只能群发 4 条消息	×	√
获取公众号粉丝列表	√	√
关键词自动回复	√	√
自定义菜单编辑（默认菜单+个性化菜单）	√	√
基本的消息接收/运营接口（如粉丝发送聊天信息、留言等）	√	√
粉丝点击菜单事件捕捉	√	√
创建带参二维码/一人一码/短链接	×	√
图文素材管理	√	√
微信图文群发	√	√
页面微信授权	×	√
微信环境下访问页面的客户身份识别	×	√
微信模版消息	×	√
有微信公众号的身份识别号（openid）并支持用户合并（网页授权获取用户基本信息）	√	√
高级开发	×	√
微信支付-商户能力	部分支持	√

1.9.1.3.10.5 解绑微信公众号

1. 点击微信列表中需解绑公众号的右侧操作栏【删除】按钮，系统弹框显示解绑说明：
2. 根据解绑说明，进入自己的[微信公众号后台](#)进行解绑操作。



路径：【公众号设置】-【授权管理】-找到已绑定的系统，然后点击“查看平台详情”——



1.9.1.3.11 如何同步微信标签组

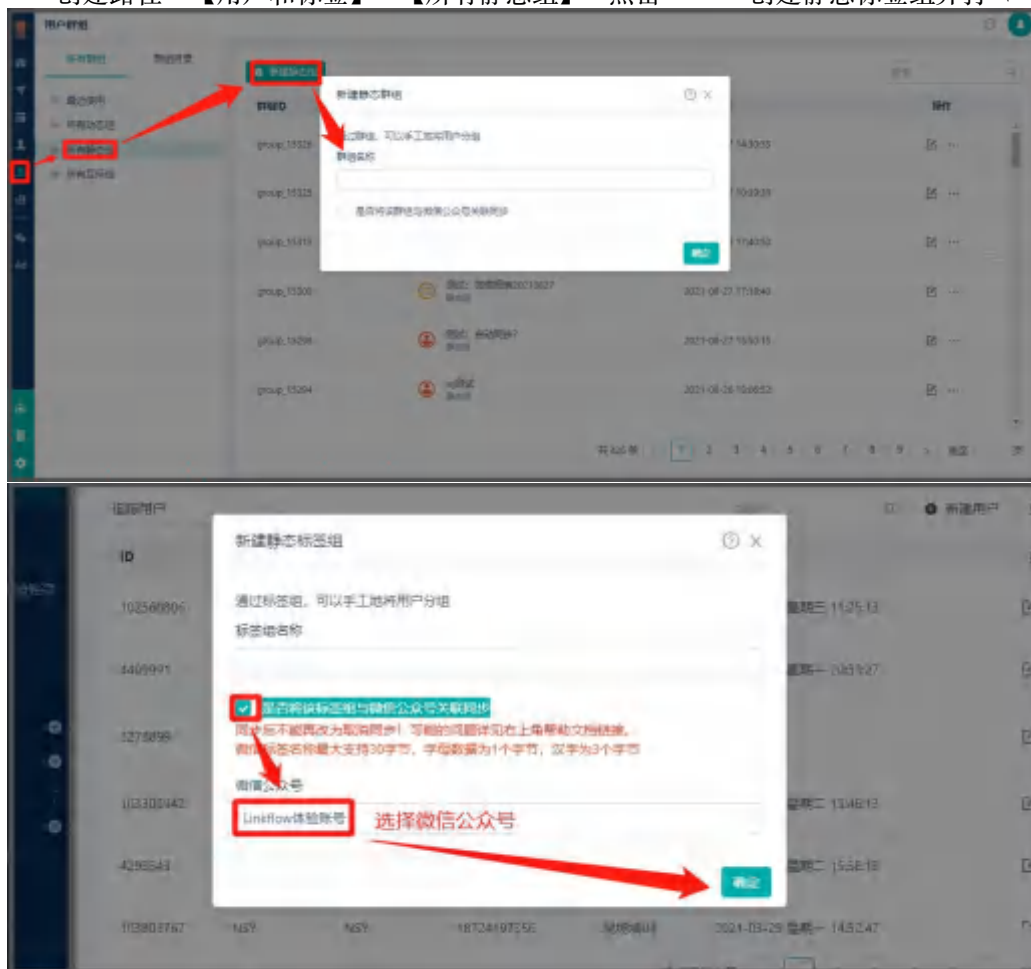
- [什么是【同步标签组】？](#)
- [静态标签组如何与微信公众号关联同步](#)
- [如何从微信同步标签到系统](#)

1.9.1.3.11.1 什么是【同步标签组】？

——在系统创建的标签组的用户可以同步到微信公众号后台，反之亦然。

1.9.1.3.11.2 静态标签组如何与微信公众号关联同步

- 创建路径：【用户和标签】>【所有静态组】> 点击  > 创建静态标签组并打“√”



- 用户点击同步标签按钮，[系统](#)会更新标签组（见标签更新规则）。



1.9.1.3.11.3 如何从微信同步标签到系统

详见[微信标签](#)

1.9.1.3.12 重新获取微信公众号信息

1.9.1.3.13 重新获取微信公众号粉丝

1.9.1.3.14 重新获取微信公众号标签(已下线)



1.9.1.3.15 微信客服会话管理

- [添加路径](#)
- [操作路径](#)

当启用微信客服会话之后（在[微信公众号](#)后台添加“微信客服”）

1.9.1.3.15.1 添加路径

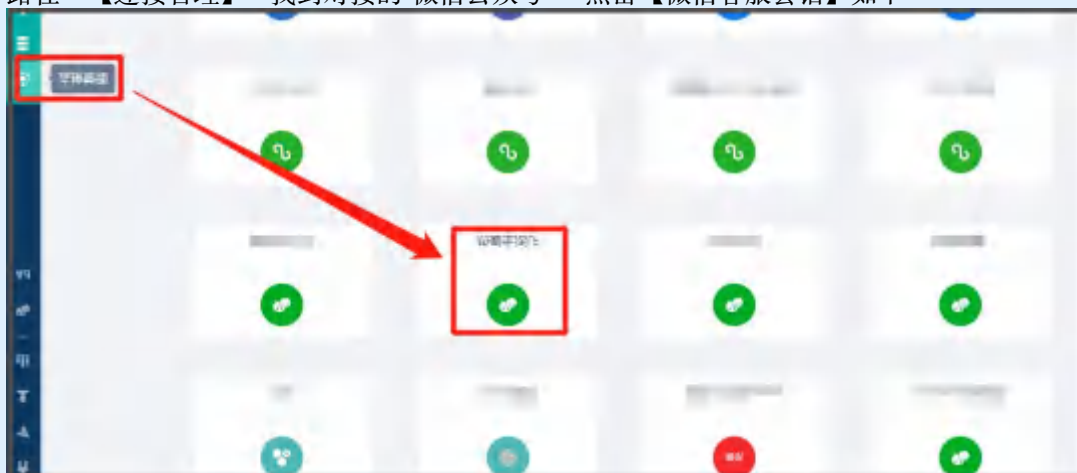
- 登录[微信公众号](#) > 客服功能（没有的需要添加）> 添加微信客服 > 添加成功后点击【在线客服功能】登录

微信粉丝在[微信公众号](#)中的留言匹配启用关键字后，微信就会启动客服会话转移功能，该粉丝在[微信公众号](#)中的留言都会转发给客服系统，而不会推送给本系统。



1.9.1.3.15.2 操作路径

路径：【连接管理】> 找到对接的“微信公众号”> 点击【微信客服会话】如下：





1.9.1.3.16 微信消息通知

- [一、微信消息通知路径+包含内容](#)
- [二、微信消息重新获取](#)
- [微信公众号数据同步到系统的时间说明](#)

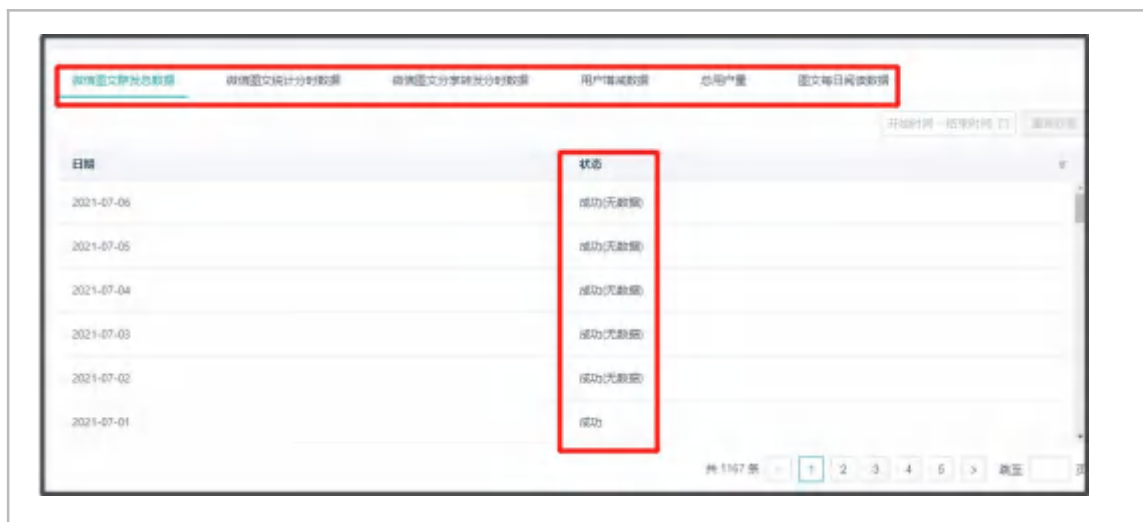
1.9.1.3.16.1 一、微信消息通知路径+包含内容

- 路径：**【连接管理】-【[微信公众号](#)】-【微信消息通知】**



点击进去后可以查看以下数据：

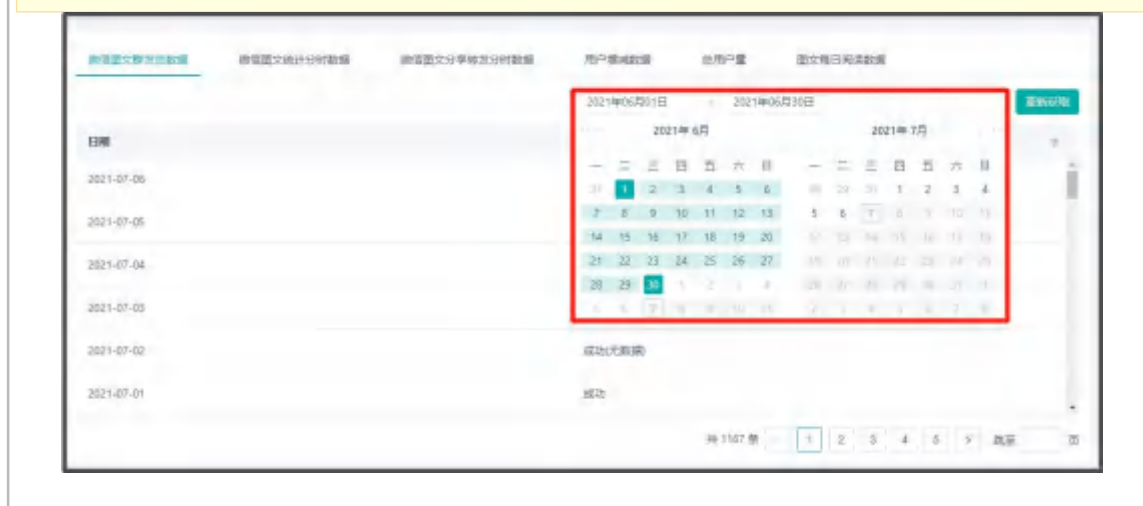
- 1、微信图文群发总数据
- 2、微信图文统计分时数据
- 3、微信图文分享转发分时数据
- 4、用户增减数据



1.9.1.3.16.2 二、微信消息重新获取

可以重新获取微信消息信息（重新获取最大时长为一个月）

注：如[微信分析](#)数据显示不全，可以在此处重新获取，并再次到[微信分析](#)中查看数据。



1.9.1.3.16.3 微信公众号数据同步到系统的时间说明

- 为确保[微信公众号](#)数据已完成统计和处理，请于每天上午 8 点后查询公众号前一天的数据；
- 分时统计分析、分享转发数据暂不提供历史数据查询；
- 历史图文暂不支持获取评论数。

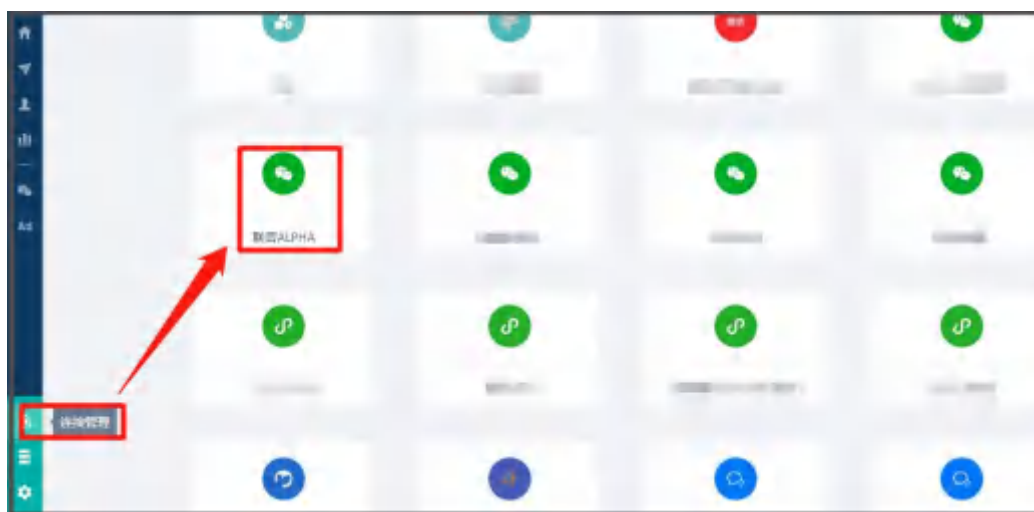
1.9.1.3.17 批量为用户打标签

如果有一批 openid 或 unionid，并想批量将这些 openid/unionid 对应的粉丝加入系统的静态标签组，可以使用系统的批量为用户打标签功能。

注：这些 openid/unionid 对应的粉丝，如果原来并不存在系统，无法批量为用户打标签，

因为此项功能就为系统已存在的用户批量打上其他静态标签！

- 路径 1: 【首页】> 点击【已有连接】> 查找微信公众号并进入，点击【批量为用户打标签】
- 路径 2: 【连接管理】> 点击【已有连接】> 查找微信公众号并进入，点击【批量为用户打标签】

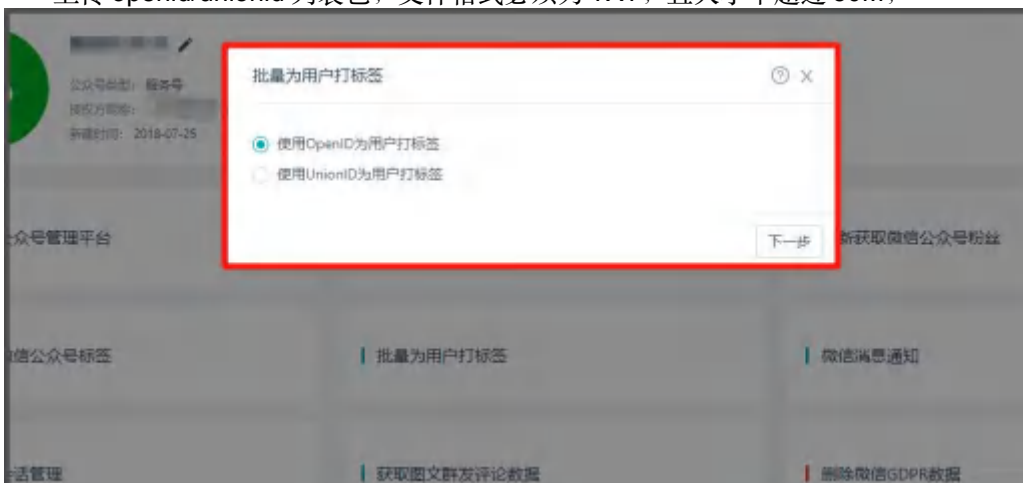




- 选择需要加入的静态标签组

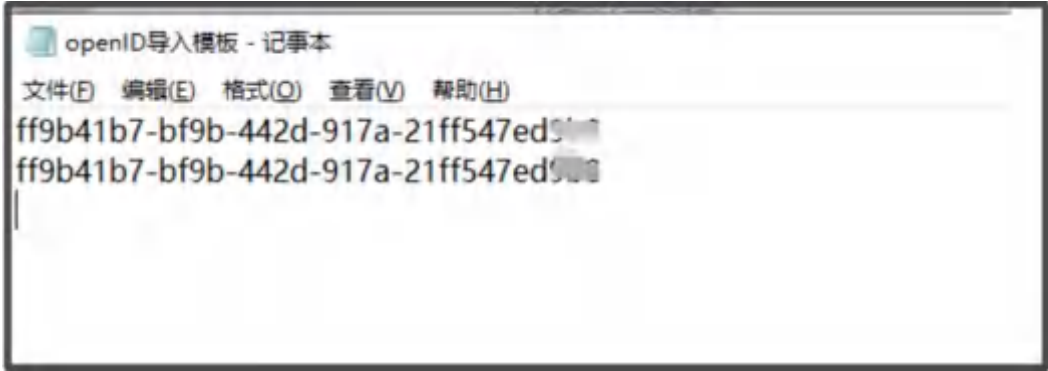


- 上传 openid/unionid 列表包，文件格式必须为 TXT，且大小不超过 50M；





- 文档必须为 TXT，格式如下：



- 将需要导入的 open id/unionid 复制到 TXT 文档后，直接上传。
- 上传成功后，就可以在对应标签组查看到上传的 openid/unionid 对应的联系人了。

1.9.1.3.18 删除微信 GDPR 数据

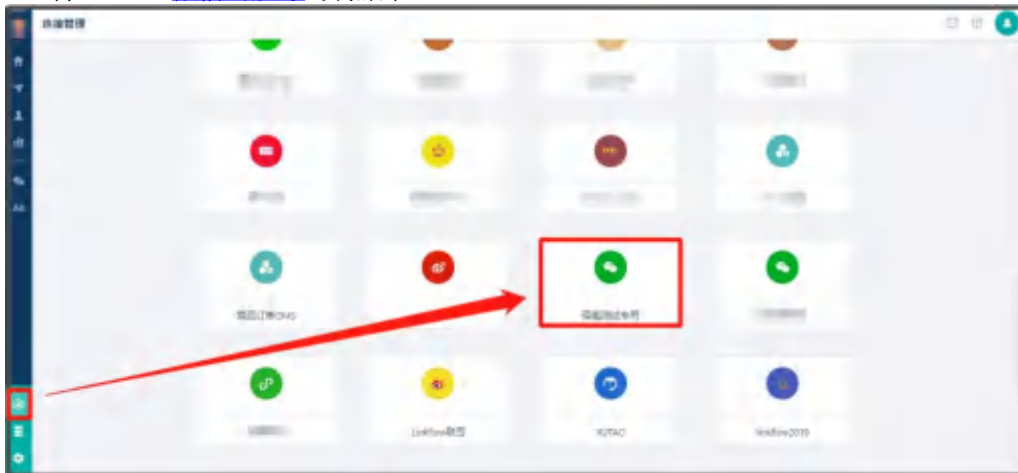
- [一、GDPR 的定义](#)
- [二、删除路径](#)
- [三、如何查看操作日志](#)

1.9.1.3.18.1 一、GDPR 的定义

微信在欧洲的运营受欧盟的 General Data Protection Regulation (GDPR) 条例要求，如果欧盟的用户取消关注公众号，微信会删除该微信用户的相关数据，也会要求公众号运营方删除该微信用户的相关数据。

1.9.1.3.18.2 二、删除路径

- 路径：【连接管理】> 点击“[微信公众号](#)”> 点击“删除微信 GDPR 数据”> 找到需要删除 GDPR“[微信公众号](#)”并点击



- 输入 OpenID/UnionID 并点击删除，系统会删除对应的所有数据，并记录操作日志。



1.9.1.3.18.3 三、如何查看操作日志

- 路径：**【设置】>【高级设置】>【操作日志】**> 在搜索栏选择操作“删除微信 GDPR 数据”> 点击“查询”。

注：只有是系统系统的“高级管理员”，才有查看操作日志的权限！



- 更多关于操作日志的查看可以点击查看 [《操作日志》](#)

1.9.1.4 微信开放平台

1.9.1.4.1 申请微信开放平台

1.9.1.4.2 认证微信开放平台

1.9.1.4.3 微信开放平台绑定公众号

1.9.1.4.4 在微信开放平台中绑定小程序

1.9.1.4.5 如何创建并连接第三方平台

1.9.1.4.6 申请微信开放平台

- [微信开放平台申请所需素材](#)
- [申请账号](#)

[微信开放平台](#)的申请是为了在开放平台上绑定小程序、微信公众号、移动应用，实现不同平台用户身份的打通和统一管理（微信开放平台会给已绑定的各个应用、小程序等分配同一个 union id，在系统中通过 union id 会自动识别并合并用户）。除此之外，也可以实现 App 内，微信支付和微信第三方登录的功能。

1.9.1.4.6.1 微信开放平台申请所需素材

以下申请资料以微信官方说明为准！

1. 企业工商营业执照副本（需完成有效年检）的彩色扫描件（清楚的照片也可以）（三证合一）
 2. 运营人员身份证件正反面扫描件或者照片。
 3. 企业向腾讯公司出具的申请公函。（《一般企业申请认证公函》《艺人申请认证公函》《个体工商户申请认证函》）
 4. 企业开户银行、名称、帐号。（对公账户）
 5. 企业法定代表人、注册资本、办公地址等其他填写资料。
- 如果对于微信申请有其他疑问可以查看[微信官方申请流程指引](#)

1.9.1.4.6.2 申请账号

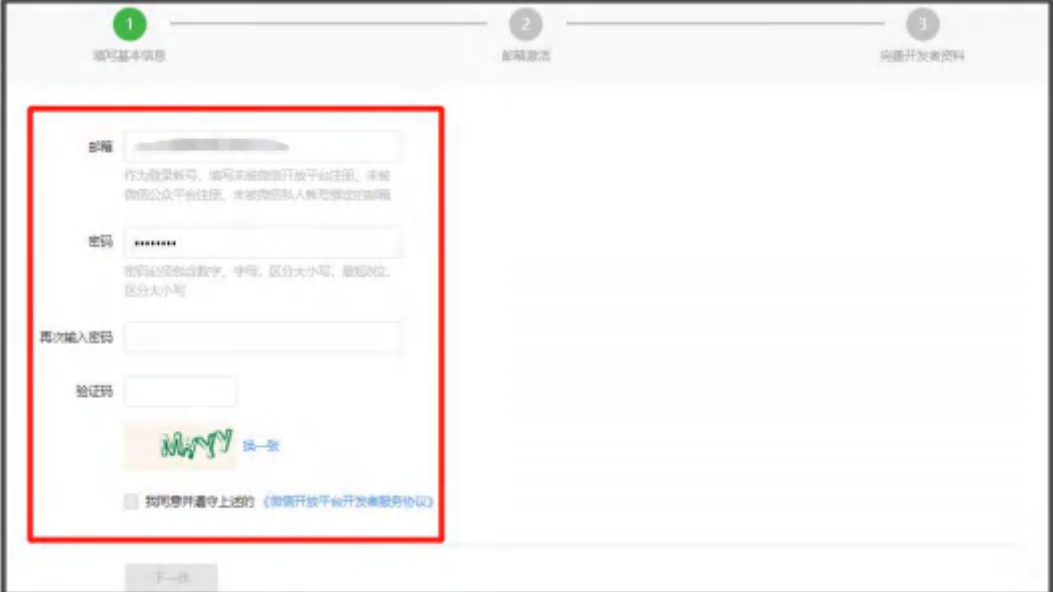
注意：

- ①由于微信网站更新原因可能界面有不一样的地方
- ②图片文字来源于百度经验，原网址链接：点击查看原网址教程

- 1、首先进入[微信开放平台](https://open.weixin.qq.com/)官网：<https://open.weixin.qq.com/>
- 2、进入官网后，点击官网右上角“注册”按钮，如图所示：



- 3、进入到注册页面，在页面上填写好注册信息，勾选同意遵守协议，然后点击下一步，如图所示：



The screenshot shows a registration form with three steps: 1. 填写基本信息 (Fill in basic information), 2. 邮箱激活 (Email activation), and 3. 完善开发者资料 (Complete developer information). The first step is active. The form includes fields for 邮箱 (Email), 密码 (Password), 再次输入密码 (Re-enter password), and 验证码 (Captcha). A red box highlights the email and password fields. Below the fields is a checkbox for 我同意并遵守上述的《微信开放平台开发者服务协议》 (I agree and comply with the WeChat Open Platform Developer Service Agreement). A 下一步 (Next) button is at the bottom.

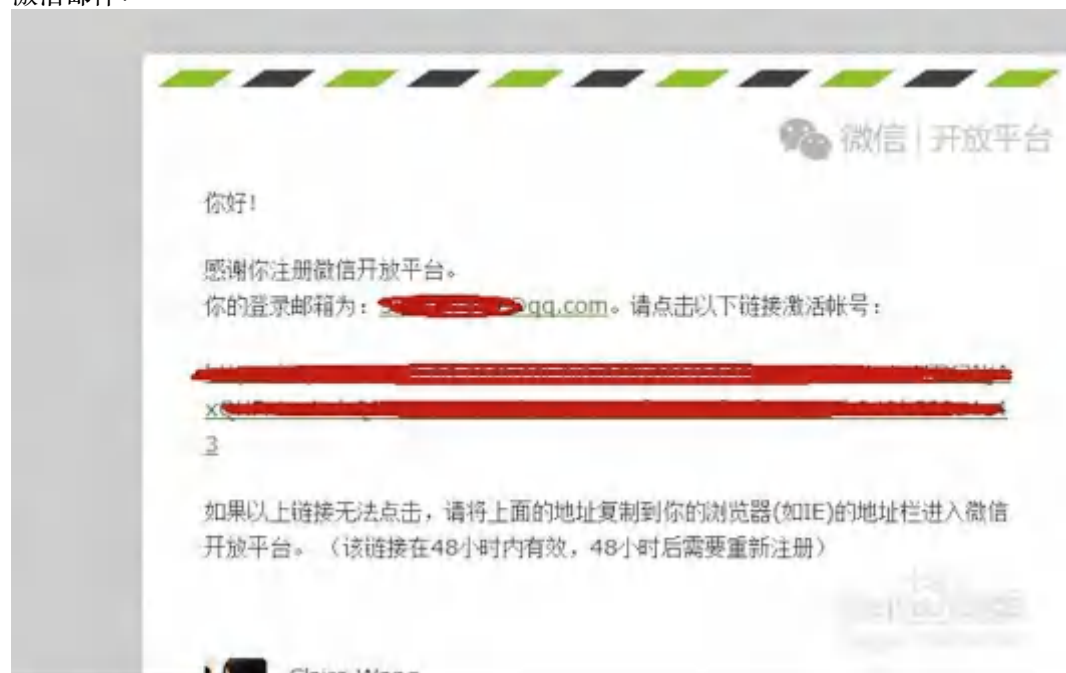
4、点击下一步，需要登录邮箱激活邮件，如图所示：
登录邮箱：



找到邮件：



激活邮件:



5、激活邮件后, 需要验证管理员基本信息

6、进入基本资料, 点击验证, 验证管理员基本信息



1.9.1.4.7 认证微信开放平台

- [资质认证注意事项](#)
- [开发者资质认证的步骤](#)

1.9.1.4.7.1 资质认证注意事项

- 微信开放平台帐号的开发者资质认证提供更安全、更严格的真实性认证、也能够更好的保护企业及用户的合法权益；
- 开发者资质认证通过后，微信开放平台帐号下的应用，将获得微信登录、智能接口、第三方平台开发等高级能力；
- 审核费用：中国大陆地区：300 元，非中国大陆地区：99 美元；
- 认证流程与微信公众号认证基本一致。

- 认证流程以微信官方说明为准。

微信开放平台完成认证后，进行开发者资质认证



1.9.1.4.7.2 开发者资质认证的步骤

注：最新认证流程以微信官方说明为准！

打开开放平台网址：<https://open.weixin.qq.com> 登录上去。

打开帐号中心-开发者资质认证-现在申请-选择机构类型

上传完毕后按照提示下一步—填写发票-支付费用（300 元/年认证）
如下点击【现在申请】

选择【机构类型】后会出现以下界面，需要申请方填写相关资料：

对公账户信息

开户名称

对公账户需跟主体证件上的机构名称保持一致。对公账户填写指引
企业是必须要有对公账户的。若无对公账户请先办理对公账户

开户银行

请输入正确的银行账户

如选择对公账户打款校验，后续需用对公账户向我司汇入一笔指定金额，请填写真实有效的对公账户

主体验证方式

☒ 对公账户打款 ☐ 法人扫描

认证订单创建后需用对公账户向我司账户汇入一笔指定金额，以验证对公账户的真实性。打款金额将在10个工作日内退回原账户。

认证联系人信息

联系人姓名

联系人身份证号码

联系人电话

获取验证码

短信验证码

请输入验证码

联系人座机

请完整填写区号，手机号和分机号，用于手机联系不到你的手机。

电子邮箱

上一步

下一步

填写以上信息后，点击下一步，然后填写公司的发票信息，填写完毕后页面会跳转到支付页面，支付完毕后，一般2-7个工作日内会完成审核。

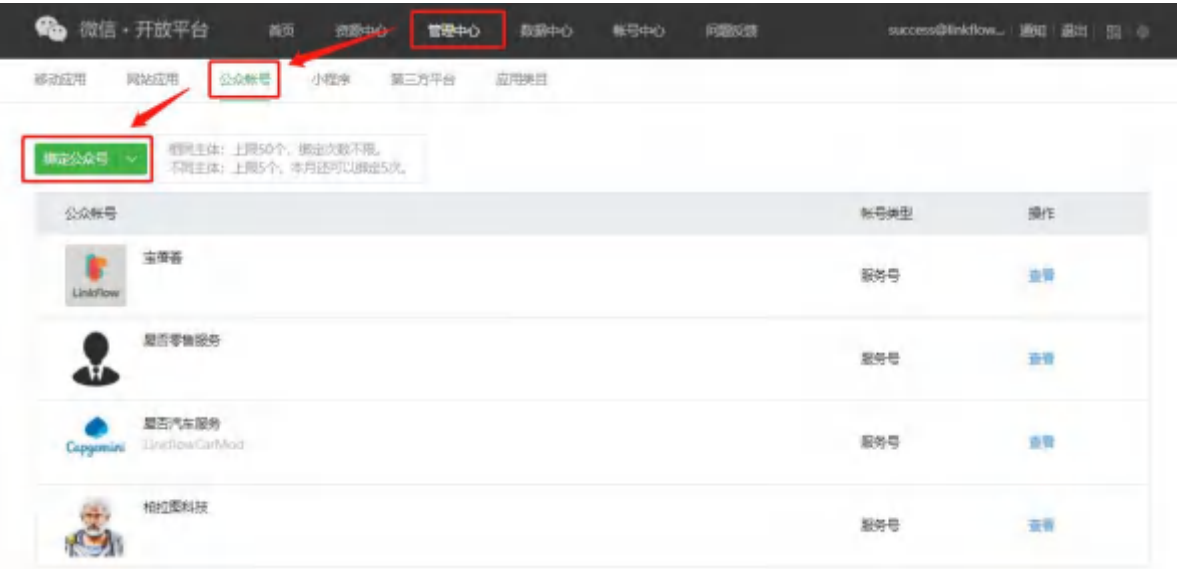
1.9.1.4.8 微信开放平台绑定公众号

- [登录微信开放平台](#)
- [绑定微信公众号](#)
- [填写公众号的账号密码](#)
- [管理员授权](#)
- [绑定完成](#)

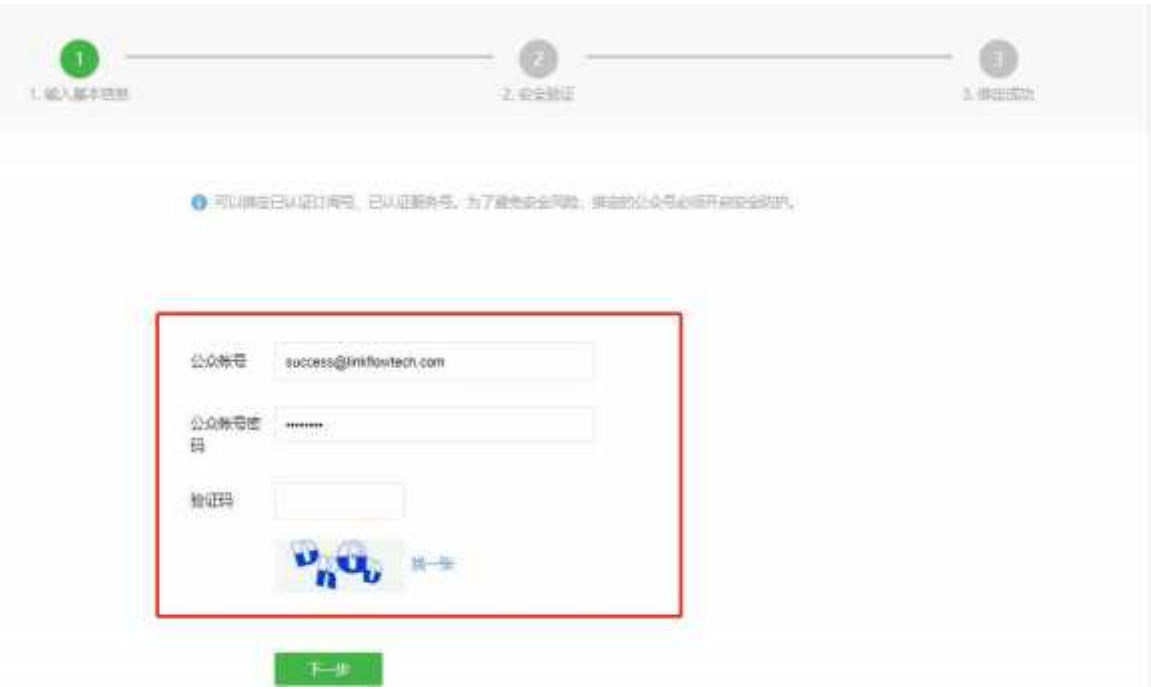
1.9.1.4.8.1 登录微信开放平台

路径：登录[微信开放平台](#)—管理中心—公众帐号—绑定公众帐号

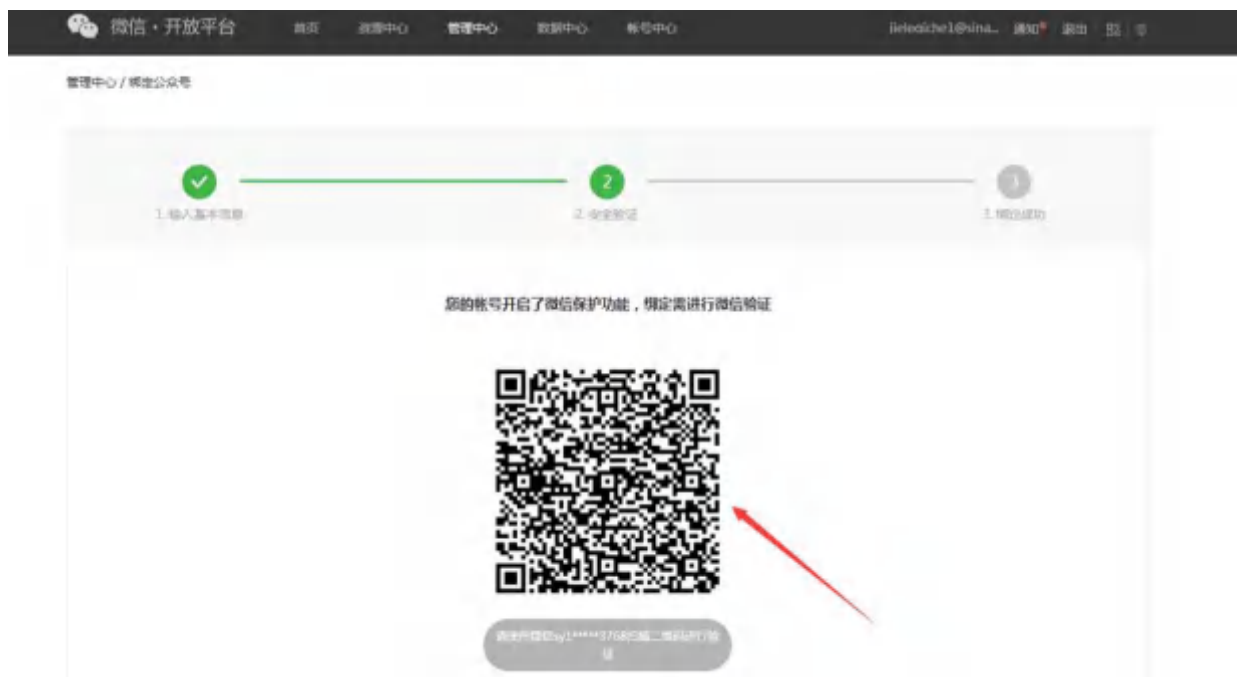
1.9.1.4.8.2 绑定微信公众号



1.9.1.4.8.3 填写公众号的账号密码



1.9.1.4.8.4 管理员授权



1.9.1.4.8.5 绑定完成



1.9.1.4.9 如何创建并连接第三方平台

- [第三方平台申请](#)
 - [申请注意事项](#)
- [详细操作指引](#)
 - [1、创建路径](#)
 - [2、选择【平台型服务商】并完善相关信息](#)
 - [3、选择权限集（平台型服务商）](#)
 - [4、填写开发资料（平台型服务商）](#)

- [5、点击下一步，确认提交，等待审核。](#)

1.9.1.4.9.1 第三方平台申请

1.9.1.4.9.1.1 申请注意事项

- 定制化开发服务商：上限 5 个
- 平台型服务商：上限 5 个
- 所以：输入基本信息中要特别注意，平台名称不可以改变！
- 平台简介和平台图片都是后续可以改的，但是也建议不要随便填写，每次更改信息都需要再一次的审核！
- 创建第三方平台流程如下：
- 输入基本信息
- 选择权限集（平台型服务商）
- 填写开发资料（平台型服务商）
- 提交审核
- 详细可以点击查看 [《如何创建第三方平台》](#)

1.9.1.4.9.2 详细操作指引

1、创建路径

登录[【微信开放平台】](#)，点击【管理中心】-【第三方平台】-点击【创建第三方平台】



2、选择【平台型服务商】并完善相关信息



微信·开放平台

首页 注册中心 **管理中心** 数据中心 账号中心

管理中心 / 创建第三方平台

1 输入基本信息 2 选择权限 3 编写开发逻辑 4 等待审核

1 基本信息将在公众平台用户登录后, 自动填充

平台类型 ☐ 定制化的开放服务商 ☒ 平台型服务商
可以创建第三方平台, 通过第三方平台开发或运营小程序。 [查看详情](#)

平台名称
需2-40个字符之间(不含特殊符号), 不能以“微信”开头, 不能包含“商”“站”或“test”等文字, 请通过[测试平台名称](#)进行测试

业务标签 + 添加标签

业务标签 + 添加标签

平台简介
平台简介将显示在平台详情页, 需在4到30个字符之间

官方网站
请确保用户可以在官方网站了解你的业务和功能, 请勿输入http等协议头

平台图标

请上传高清图片作为平台图标
108*108像素, 仅支持PNG格式, 大小不超过300KB。

选择文件



参考示例 (不允许直接作为平台图标)


☒ 已阅读并同意 [《微信开放平台公众号平台开发者平台协议》](#)

下一步

3、选择权限集（平台型服务商）

注：第三方平台申请后，支持再次修改权限。

The screenshot displays a four-step process for setting up a public account. Step 2, 'Select Permissions' (选择权限), is the active step. A red arrow points from the top navigation bar to a red box containing the 'Select Permissions' step indicator and a list of permission categories: 'Public Account Permissions' (公众号权限), 'Mini Program Permissions' (小程序权限), and 'WeChat Store Permissions' (微信小程序). A red text annotation states: '选择分类后，会出现该分类的所有权限，可以选择需要授权的权限' (After selecting a category, all permissions for that category will appear, and you can select the permissions you need to authorize).

Below this, the 'Public Account Permissions' (公众号权限) section is expanded. A red box highlights a list of specific permissions, including 'Message Management' (消息管理权限), 'Menu Management' (菜单管理权限), 'Page Management' (页面管理权限), 'Push and Notification' (推送与通知权限), 'User Management' (用户管理权限), 'Account Management' (帐号管理权限), 'Material Management' (素材管理权限), 'WeChat Store Management' (微信小程序管理权限), and 'WeChat Store Management' (微信小程序管理权限). A red text annotation states: '选择需要开放的权限' (Select the permissions you need to open).

At the bottom of the screenshot, the section header '4. 填写开发资料（平台型服务商）' (4. Fill in development information (Platform Service Provider)) is followed by the text '详细可以点击查看《[申请资料说明](#)》，了解更多！' (For more details, click to view 'Application Information Statement', learn more!).

1 输入基本信息
2 选择权限
3 设置开发信息
4 等待审核

⚠️ 请确保已经仔细阅读并清楚相关资料后，再填写开发资料。

授权范围相关

授权页面域名

该域为本小程序网页授权登录的域名。本小程序是微信内，无法访问http(s)域外的其它资源。

授权测试公众号/小程序列表

在公网发布之前，仅能对测试公众号或小程序帐号进行授权，以便调试。请编写公众号或小程序的测试账号ID（可在公众平台网站的公众号设置中找到小程序绑定测试号），最多10个，以英文“,”隔开。

授权事件接收URL

http://

用于接收微信回调消息、授权成功通知、微信支付通知，也用于接收支付快付、微信支付平台方的退款消息。

授权后实现业务

消息校验Token

开发者在代替公众号或小程序接收到消息时，用此Token来校验消息。

消息加解密Key

在代替公众号或小程序收发消息过程中使用，必须是长度为43位的字符串，只能是字母和数字。

消息与事件接收URL

http://

通过该URL接收公众号或小程序消息和事件推送。该参数按规则填写（需包含\$APPID\$, 如www.abc.com/\$APPID\$/callback）。实际接收消息时\$APPID\$将被替换为公众号或小程序AppId。

公众号开发域名

第三方平台在代公众号做网页授权、调用JS SDK等网页开发工作时所用的域名，以
隔开。为了满足开发者管理需要，符合以下要求的下级域名也将生效：
\$APPID\$.wxabc.com（\$APPID\$为公众号的AppID的替換符）
[请下载校验文件](#)，并将文件放置在域名根目录下，例如wx.qq.com，并确保可以访问该文件。
每月可提交修改申请3次，本月有3次机会

公众号开发域名

第三方平台在代公众号调用接口时，需使用 SDK 框架内计算生成的域名。该域名，为了验证开发者的身份，符合以下要求的下级域名自动生成：
 APPID123-abcdefg.com (APPID123为公众号的AppID的唯一标识)
请下载校验文件，将文件内容放在域名的根目录下。@qq.com、@weibo.com、@sina.com.cn等公网域名不可使用。

点击下载【校验文件】

其他

白名单IP地址列表

仅当开发者IP地址在该列表中时，才被允许调用相关接口。最多填写100个IP地址，以英文“,”隔开。

[返回上一步](#) [提交](#)

3589935261 (1).txt

3589935261 | 记事本

文件(F) 编辑(E) 格式(O) 查看(V) 帮助(H)

37f7f9b372c

将此信息提供给Linkflow同事协助配置

公众号开发域名

第三方平台在代公众号调用接口时，需使用 SDK 框架内计算生成的域名。该域名，为了验证开发者的身份，符合以下要求的下级域名自动生成：
 APPID123-abcdefg.com (APPID123为公众号的AppID的唯一标识)
请下载校验文件，将文件内容放在域名的根目录下。@qq.com、@weibo.com、@sina.com.cn等公网域名不可使用。

需要下载此校验文件，然后提交给Linkflow的同事协助配置，然后提供“公众号开发域名”，此处不填写，无法继续申请哦~~

其他

白名单IP地址列表

仅当开发者IP地址在该列表中时，才被允许调用相关接口。最多填写100个IP地址，以英文“,”隔开。

[返回上一步](#) [提交](#)

1.9.2 自定义连接-自定义渠道

- [自定义介绍](#)
- [在系统系统首页创建自定义渠道](#)
- [修改自定义连接图标](#)
 - [在自定义渠道中创建 iOS 应用](#)
 - [停用/启用 iOS 移动应用](#)
 - [在 iOS 移动应用中集成 iOS SDK](#)
- [在自定义渠道中创建安卓应用](#)
 - [停用/启用安卓移动应用](#)
 - [在安卓移动应用中集成 Android SDK](#)
- [在自定义渠道中创建网站追踪](#)
 - [停用/启用网站追踪](#)
 - [在网站中集成 JS SDK](#)

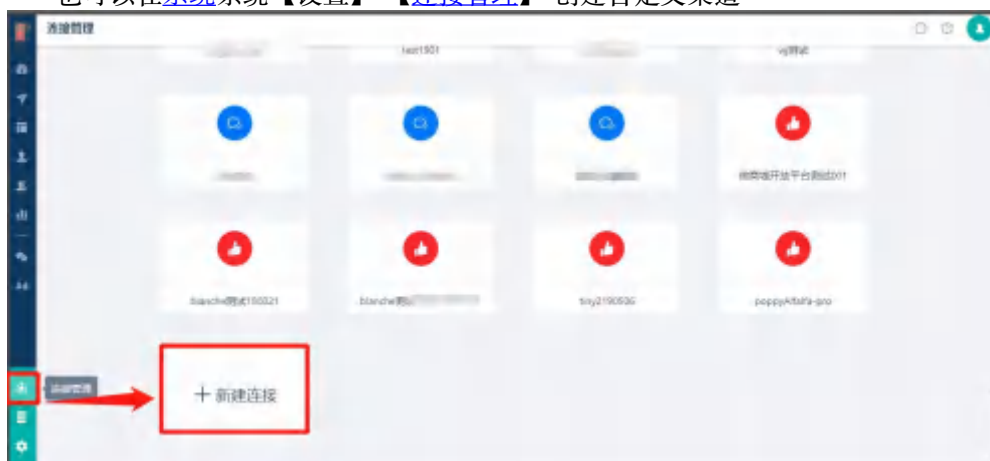
更多关于自定义连接操作可以点击查看 [《（自定义连接-自定义渠道）相关操作》](#)！

1.9.2.1 自定义介绍

自定义连接是指一个 App 类型的实例，比如"系统联否"微信服务号就是微信服务号的一个实例。您除了可以在首页连接管理中创建[系统](#)已经实现了对接的 APP 的实例，也可以创建您自己内部系统的连接实例，我们称之为自定义连接。

创建一个自定义连接之后，您可以将您内部自建、使用同一域名的网站、iOS 移动应用、安卓移动应用、私有 APP 统一绑定到此自定义连接上，在[系统](#)上实现自建系统的联系人管理和事件追踪。

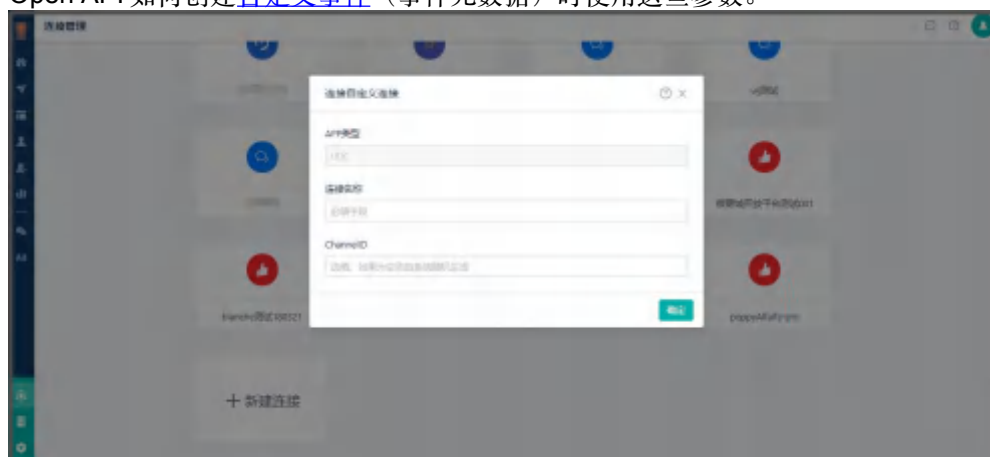
- 您可以通过 Open API 创建自定义连接（参见[创建自定义渠道](#)）
也可以在[系统](#)系统【设置】-【[连接管理](#)】-创建自定义渠道





在系统系统首页创建自定义渠道

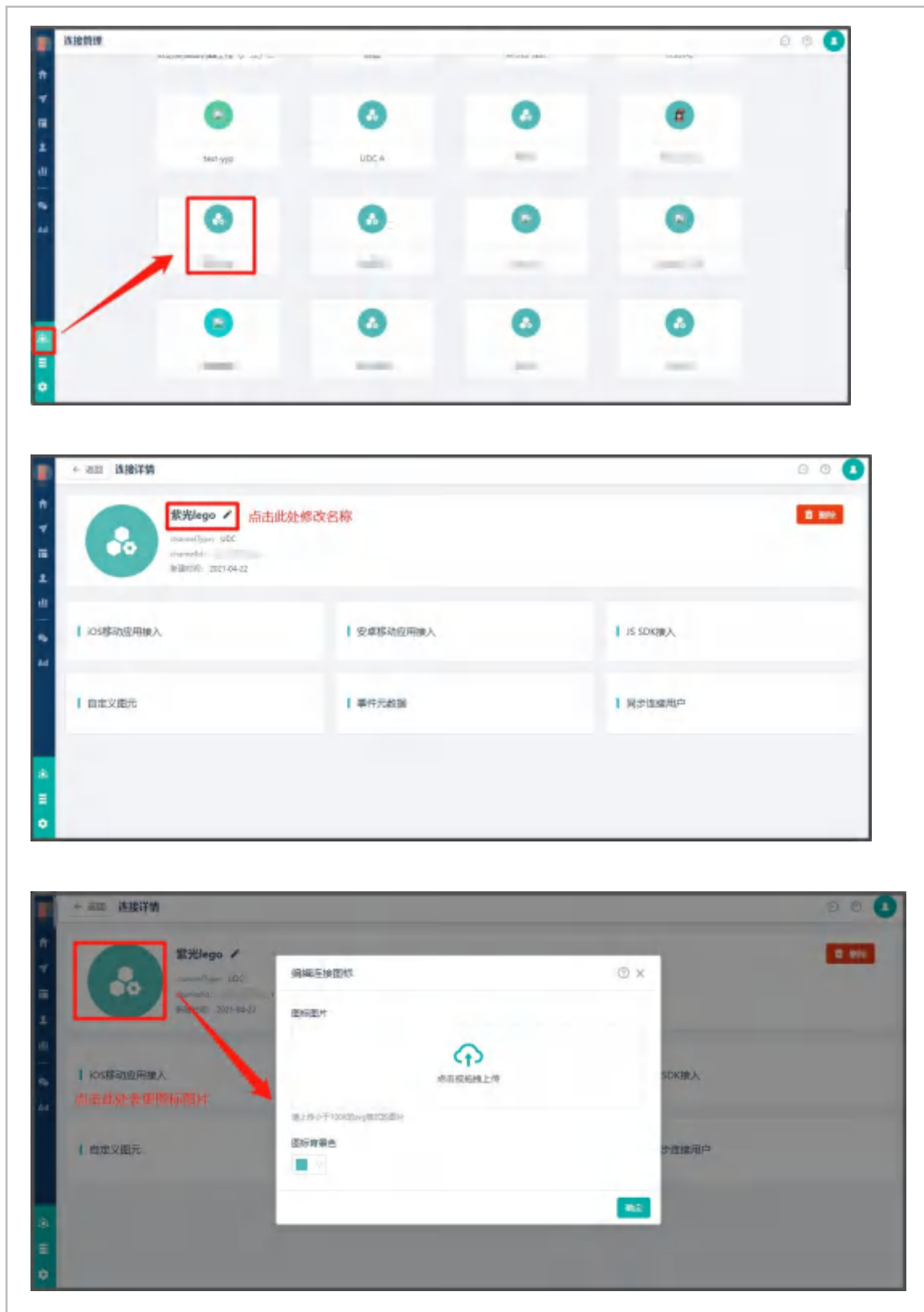
1. 点击创建连接，选择自定义渠道图标
2. 输入渠道名字和 ChannelID
3. ChannelID 是自定义渠道的唯一标识，如果您维护唯一标识，可填写您的 ChannelID，如果您不维护，可不填写，[系统](#)就会为您自动生成 ChannelID。
4. 创建成功，您可在连接设置页面查看 channelType 和 ChannelID。您可以在调用 Open API 如何创建[自定义事件](#)（事件元数据）时使用这些参数。



1.9.2.2 修改自定义连接图标

自定义连接也可以上传图标了，在“连接管理”页面中可以显示。

上传路径：**【设置】> 选择“自定义渠道”> 点击“修改”图标 > 上传图标**



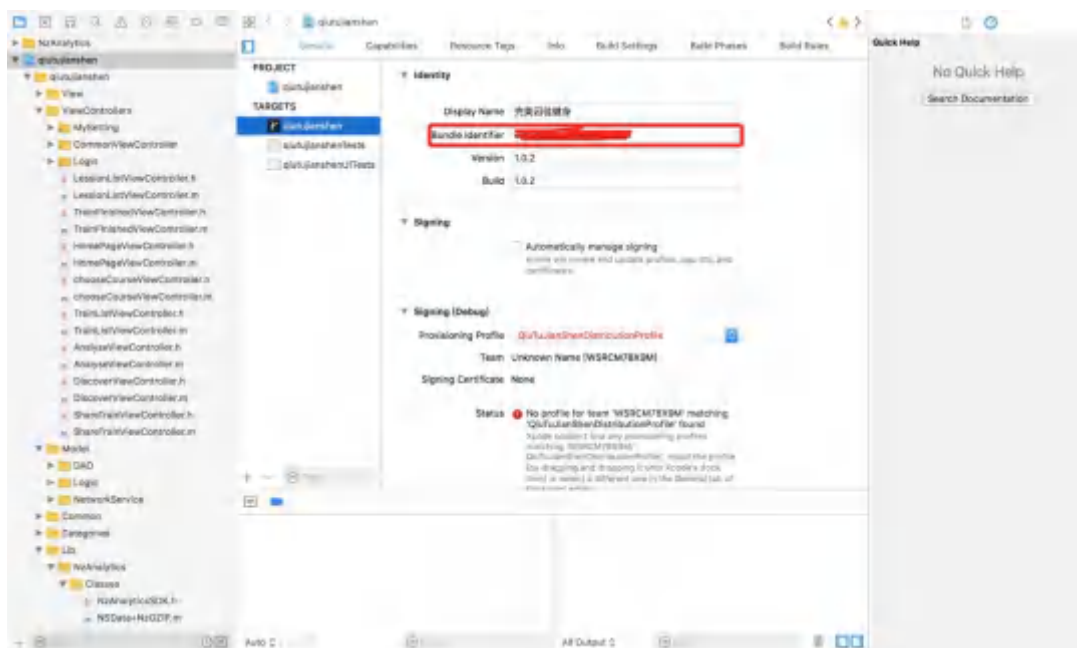
1.9.2.2.1 在自定义渠道中创建 iOS 应用

您可以在您已经创建的自定义渠道中，创建和此渠道相关的 iOS 应用：

- 路径：【设置】- 【连接管理】- 【自定义渠道】- 【iOS 移动应用接入】



1. 进入自定义渠道的渠道设置页面
2. 点击 iOS 移动应用接入按钮，进入 iOS 移动应用列表页
3. 点击【创建】，输入 iOS 移动应用名称和应用包名，点击确定，创建 iOS 移动应用。
 - 注：【自定义事件】就是【事件元数据】，可以点击此处查看【事件元数据】
 - 备注：您可从 iOS 移动应用开发者获取应用包名（iOS 移动应用的应用包名为 Bundle Identifier）



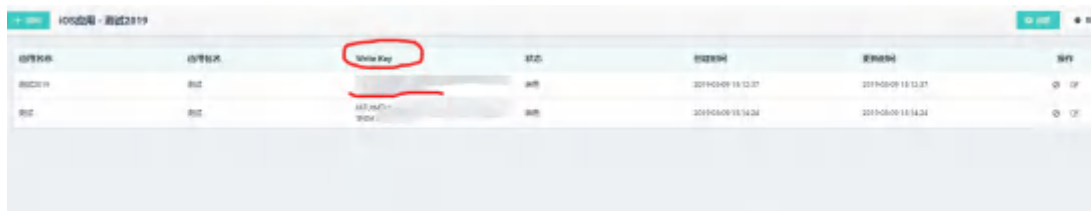
1.9.2.2.2 停用/启用 iOS 移动应用

停用之后，[系统](#)不再处理该移动应用的事件，iOS SDK 返回的数据也不会计算进入 MAU。重新启用后，[系统](#)会继续处理新产生事件，但是[系统](#)系统不会有停用期间发生的所有事件。

应用名称	应用包名	App Key	状态	创建时间	更新时间	操作
应用名称	应用包名	App Key	启用	2019-08-15 10:07	2019-08-15 10:07	停用
应用名称	应用包名	App Key	停用	2019-08-15 10:07	2019-08-15 10:07	启用

1.9.2.2.3 在 iOS 移动应用中集成 iOS SDK

在已创建的移动应用获取 WriteKey，并查看 [《iOS SDK 接入指南》](#)，将系统 iOS SDK 集成到此 iOS 移动应用项目中。



1.9.2.3 在自定义渠道中创建安卓应用

您可以在您已经创建的自定义渠道中，创建和此渠道相关的安卓应用

1. 进入自定义渠道的渠道设置页面
2. 点击安卓移动应用接入按钮，进入安卓移动应用列表页
3. 点击【创建】，输入安卓移动应用名称和应用包名，点击确定，创建安卓移动应用。



备注：您可从安卓移动应用开发者获取应用包名

1.9.2.3.1 停用/启用安卓移动应用

停用之后，[系统](#)不再处理该移动应用的事件，Android SDK 返回的数据也不会计算进入 MAU。重新启用后，[系统](#)会继续处理新产生事件，但是[系统](#)系统不会有停用期间发生的所有事件。



1.9.2.3.2 在安卓移动应用中集成 Android SDK

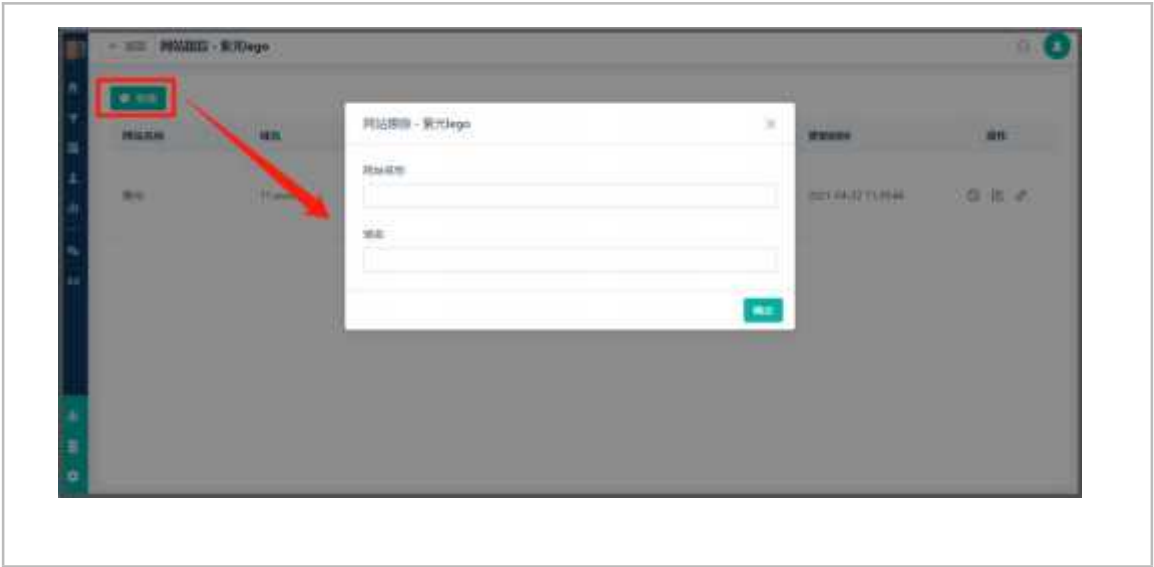
可以点击查看 [《Android 移动应用接入》](#)

1.9.2.4 在自定义渠道中创建网站追踪

您可以在您已经创建的自定义渠道中，创建和此渠道相关的网站应用：

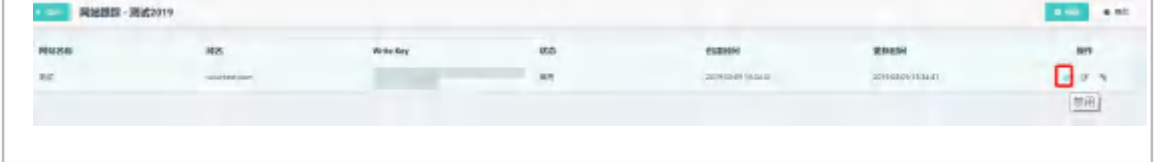
1. 进入自定义渠道的渠道设置页面
2. 点击 JS SDK 接入按钮，进入网站追踪列表页
3. 点击“创建”，输入网站名称和域名，点击确定，创建待追踪网站。





1.9.2.4.1 停用/启用网站追踪

停用之后，系统不再处理该网站的事件，JS SDK 返回的数据也不会计算进入 MAU。重新启用后，系统会继续处理新产生事件，但是系统系统不会有停用期间发生的所有事件。



1.9.2.4.2 在网站中集成 JS SDK

您可以点击网站追踪列表的链接按钮，查看当前网站的 JS SDK 集成指导。请注意，不同网站追踪的 Writekey 不同，请确保您所追踪的网站集成代码中的 Writekey 和系统中提供的一致。



1.10 元数据管理

1.10.1 用户属性(自定义字段)

1.10.2 事件元数据(自定义事件)

1.10.3 事件属性

1.10.4 虚拟事件

1.10.5 自定义图元(事件元数据)

1.10.6 字典表

1.10.7 用户属性(自定义字段)

- [用户属性（自定义字段）](#)
 - [创建自定义字段](#)
 - [编辑自定义字段](#)
 - [识别联系人时，更新自定义字段](#)
 - [纪念日类型](#)
 - [动态日期型](#)

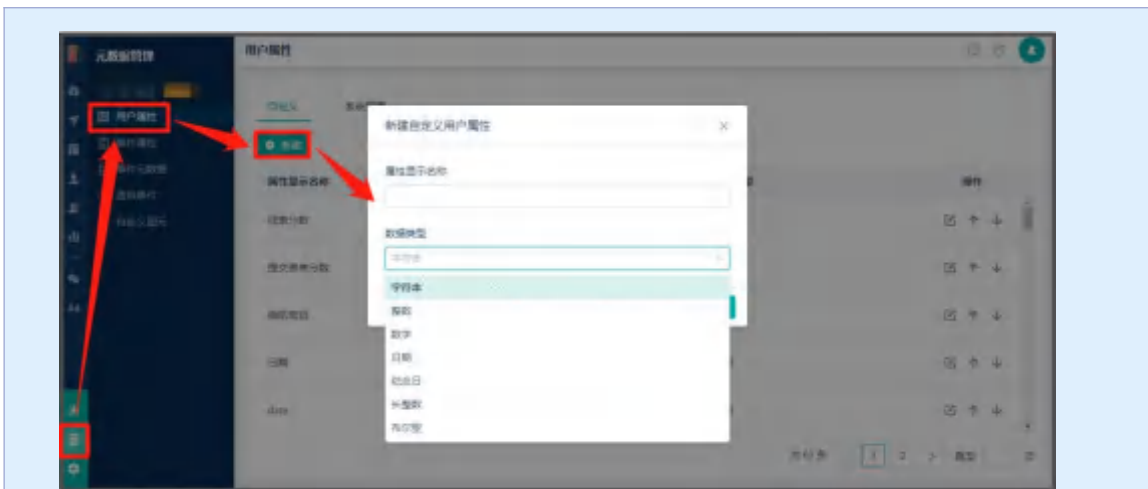
1.10.7.1 用户属性（自定义字段）

——自定义字段是指当联系人上面的系统字段不够使用的时候，用户可以定义一些字段作为联系人的属性来使用。

1.10.7.1.1 创建自定义字段

[系统](#)中有通用的初始系统字段，若您的联系人信息含有系统中没有的字段，可以在此处创建。

- 路径：【元数据管理】> 【】 【自定义设置】 - 【自定义字段】 进行创建：



然后在【联系人和标签】中点击编辑联系人，可以查看到“VIP 会员”字段：



目前自定义字段只支持字符串、整数、分数、日期、纪念日五种类型，字符串是指文本类型的值，整数型是指数字类型的值（不支持小数）、日期指时间；分数也是数字类型的值，支持小数，如：1.2、10.5 等；自定义字段保存之后，类型不能更改。

请注意：自定义字段在创建后是无法删除的。

1.10.7.1.2 编辑自定义字段

在您创建自定义字段后，您会在自定义字段列表页面看到所有的自定义字段。您可以在这个页面对每个字段进行如下的编辑：

1. 修改自定义字段的名称。
2. 上移自定义字段的顺序。
3. 下移自定义字段的顺序。



1.10.7.1.3 识别联系人时，更新自定义字段

在埋点或使用 Open API 识别联系人接口时，使用自定义字段对应的属性名传参。详细使用参见各 SDK 接入指南。



1.10.7.1.4 纪念日类型

纪念日类型：

当设置某个字段为计算日类型时，[系统](#)会生成一个动态日期型的字段。

需要注意：

- 1、目前联系人的【生日】已是纪念日类型字段
- 2、自定义字段中最多能创建两个纪念日类型的字段

1.10.7.1.5 动态日期型

该类型字段仅能通过创建纪念日类型的字段进行创建，且该字段不做展示用途，仅在动态组选择用户属性条件时，可选择



1.10.8 事件属性

- [事件属性类型](#)
 - [系统预置属性](#)
 - [自定义属性](#)
- [SDK 预置属性](#)
- [自定义属性管理](#)
 - [添加自定义属性](#)
 - [更改自定义属性](#)
 - [删除自定义属性](#)

【事件属性】是描述某一事件具体细节的字段，与事件关联，可以作为分析事件的指标、维度、筛选条件。

1.10.8.1 事件属性类型

1.10.8.1.1 系统预置属性

【系统预置属性】是在创建租户时就已经存在的属性，如，第三方应用预置事件上的属性以及 SDK 预置属性

1.10.8.1.2 自定义属性

如果在创建自定义事件（[事件元数据](#)）时，【系统预置属性】无法描述特定的行为追踪所需的信息，管理员可创建自定义属性，并与自定义事件进行关联，需要注意的是，系统会提供 SDK 预置属性，使用系统的 SDK 会自动采集 SDK 预置属性，无需重复在自定义事件[事件元数据](#)元数据）上关联类似属性。

1.10.8.2 SDK 预置属性

使用系统的 SDK 会自动采集 SDK 预置属性，详情见下图。不提供自动采集的，需要您手动在 `sendEvent` 方法中，传参数值（后期系统会逐步增加各 SDK 对系统字段的自动采集能力）。

字段名称	类型	说明	JS SDK 自动采集	iOS SDK 自动采集	Android SDK 自动采集	小程序 SDK 自动 采集	服务端 SDK 自动 采集
\$sdk_version	字符串	SDK 的版本	Y	Y	Y	N	N
\$sdk_type	字符串	记录此事件的 SDK	Y	Y	Y	N	N
\$platform	字符串	应用平台	N	Y	Y	Y	N
\$screen_width	数值	屏幕宽度	N	Y	Y	N	N
\$screen_height	数值	屏幕高度	N	Y	Y	N	N
\$app_version	字符串	应用版本	N	Y	Y	N	N
\$bundle_key	字符串	应用包名	N	Y	Y	N	N
\$os	字符串	操作系统	Y	Y	Y	Y	N
\$os_version	字符串	操作系统版本，例如 8.1.1	Y	Y	Y	Y	N
\$browser	字符串	浏览器名称	Y	N	N	N	N

\$browser_version	字符串	浏览器版本	Y	N	N	N	N
\$country	字符串	国家	Y	Y	Y	Y	N
\$province	字符串	省份	Y	Y	Y	Y	N
\$city	字符串	城市	Y	Y	Y	Y	N
\$network_type	字符串	网络类型	N	Y	Y	Y	N
\$manufacturer	字符串	设备供应商	Y	Y	Y	Y	N
\$device_model	字符串	设备类型	Y	Y	N	Y	N
\$operator	字符串	运营商	N	Y	Y	N	N
\$debug_mode	布尔值	是否是测试数据	Y	Y	Y	Y	Y
\$imei	字符串	IMEI	N	N	Y	N	N
\$ip	字符串	ip 地址	Y	Y	Y	Y	N
\$latitude	数值	纬度	N	N	N	N	N
\$longitude	数值	经度	N	N	N	N	N
\$utm_source	字符串	最近广告来源	Y	N	N	Y	N
\$utm_medium	字	最近广告媒	Y	N	N	Y	N

	符 串	介					
\$utm_campaign	字 符 串	最近广告活 动	Y	N	N	Y	N
\$utm_content	字 符 串	最近广告内 容	Y	N	N	Y	N
\$utm_term	字 符 串	最近广告关 键词	Y	N	N	Y	N

1.10.8.3 自定义属性管理

1.10.8.3.1 添加自定义属性

添加自定义属性有两种方式：

- 在属性列表页新增属性
- 在添加自定义事件（[事件元数据](#)）扩展属性时自动创建
- 创建自定义属性，需要填写以下信息：

属性 ID：编写埋点代码用到的属性 ID，需全局唯一（大小写敏感），且为合法的变量名，只包含：大小写字母、数字、下划线，并且不可以"s_"开头；一旦保存，不可编辑。

属性显示名：期望在报表、动态组、客户旅程查看到的属性显示名

数据类型：目前只支持数字、整数、字符串、布尔型、日期这 5 种数据类型，如属性 orderAmount 的类型如果设置为整数，在埋点代码中，orderAmount 的值应该保证为整数类型的值。日期型属性格式为“2020-01-01 00:00:00”

1.10.8.3.2 更改自定义属性

点击属性编辑按钮：

属性 ID：不可编辑

属性显示名：可编辑

数据类型：不可编辑

1.10.8.3.3 删除自定义属性

只可删除尚未回数的自定义属性，即尚未有关联此属性的事件的行为数据进入到系统

1.10.9 事件元数据(自定义事件)

- [事件元数据介绍](#)
- [事件元数据类型](#)

- [系统预置事件](#)
- [如何创建事件元数据（自定义事件）](#)
 - [在【事件元数据】中创建“自定义事件”](#)
- [自定义事件管理](#)
 - [添加自定义事件](#)
 - [更改自定义事件](#)
 - [删除自定义事件](#)

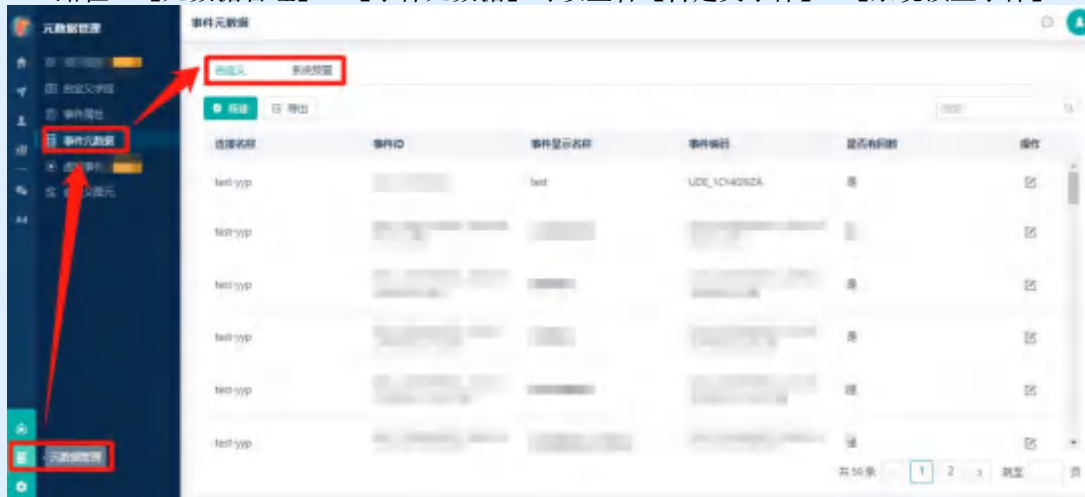
1.10.9.1 事件元数据介绍

——【事件元数据】的事件及其属性的描述，管理员可以添加和管理所有事件和属性的描述，并组织数据，帮所有操作员理解在系统中的数据。事件和属性的定义清晰、准确、易找，可以减少学习曲线。

事件：是用户在应用程序或网站中执行的操作。

事件属性：是描述该操作的具体细节（参见[事件属性](#)）。

- 路径：[【元数据管理】](#) > [【事件元数据】](#) 可以查看 [【自定义事件】](#) & [【系统预置事件】](#)



1.10.9.2 事件元数据类型

1.10.9.2.1 系统预置事件

- 系统预对接的事件，在创建租户时，就已经预置了这些事件，比如[【微信公众号】](#)、[【金数据】](#)等，在租户对接[系统](#)前，已经获取了这些应用对应的事件（详细可以通过[【连接管理】](#)了解更多关于如何对接应用等相关操作）
- 当管理员成功创建某一连接时，系统会自动记录这一连接发生的预置事件。相关应用对应的事件列举如下：
 - **【微信公众号连接】**：关注公众号、取消关注公众号、扫描二维码等事件
 - **【小程序连接】**：如果使用了系统的微信小程序 SDK 来实现你的微信小程序事件追踪，SDK 自动采集启动小程序、展示小程序等事件（参见[小程序 SDK 接入指南](#)）
 - **【自定义接连】**：

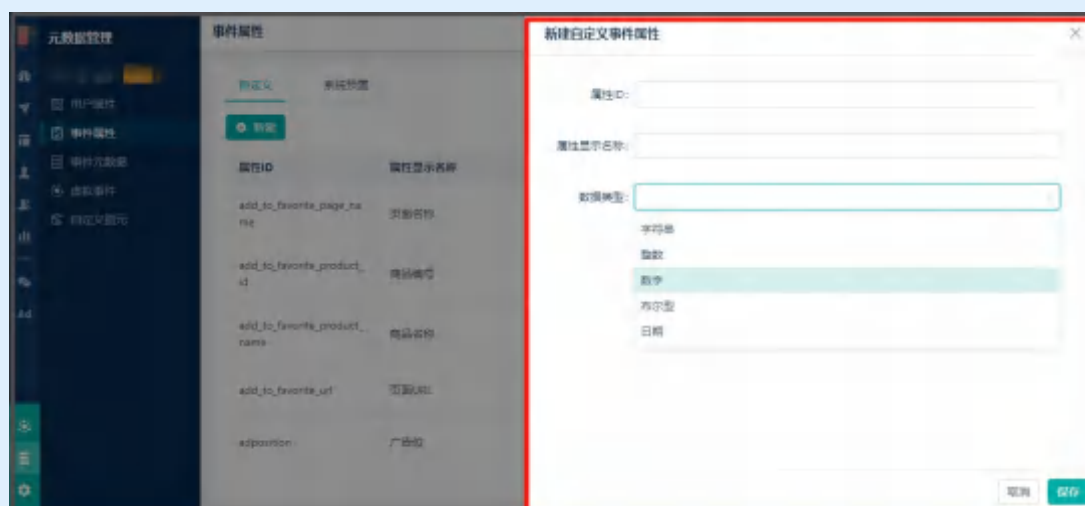
如果使用系统的 JS SDK 来实现你的 web 事件追踪，SDK 自动采集网页追踪事件（参见 [JS SDK 接入](#)）。

如果使用系统的 Android/iOS SDK 来实现你的移动应用事件追踪，SDK 自动采集激活应用、启动应用等事件（参见 [iOS 移动应用接入/事件元数据\(自定义事件\)](#)）。

1.10.9.3 如何创建事件元数据（自定义事件）

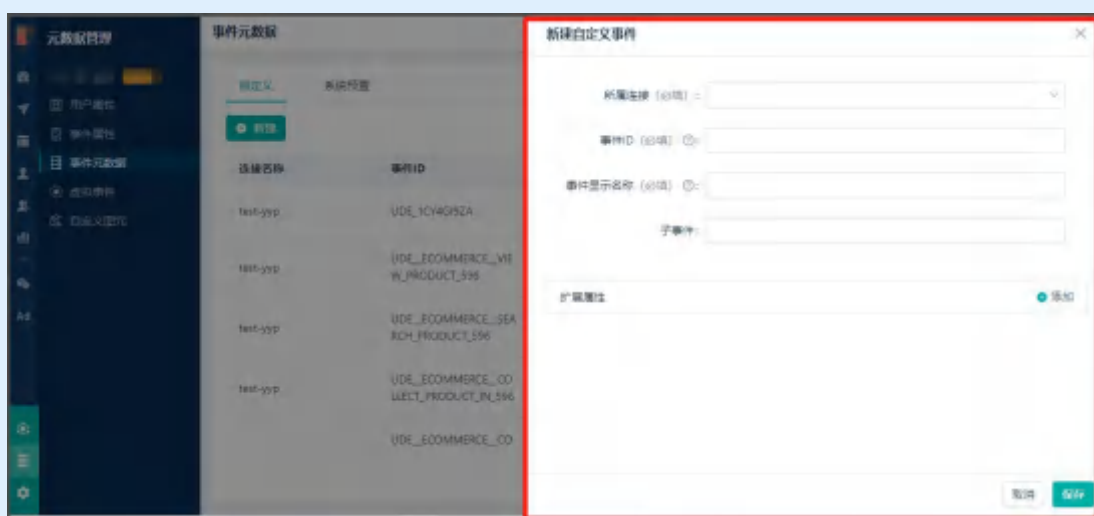
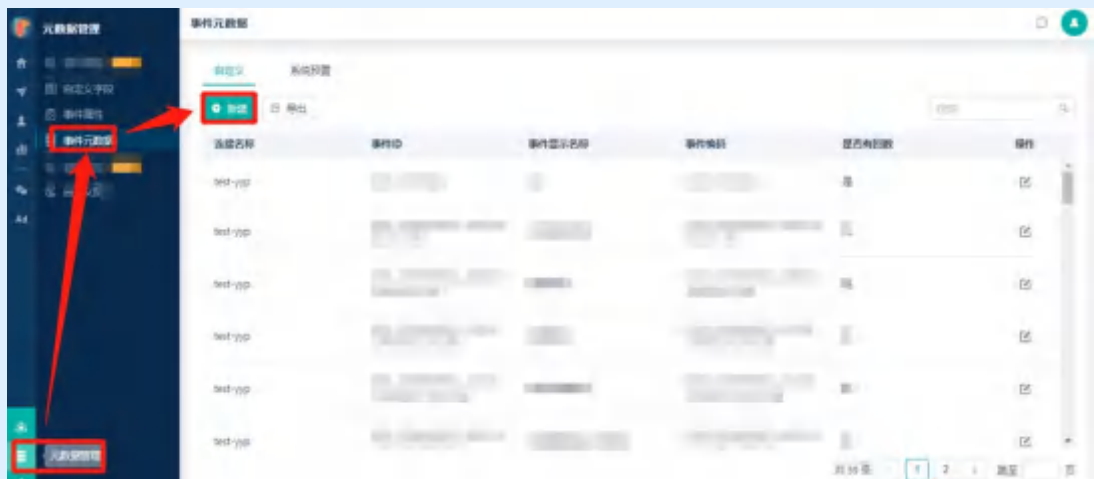
注：创建【事件元数据】时，需要先在【事件属性】中创建“自定义事件属性”

- 创建路径：【元数据管理】>【事件属性】> 点击【新建】



1.10.9.3.1 在【事件元数据】中创建“自定义事件”

创建路径：【元数据管理】>【事件元数据】> 点击“新建”



点击“”可以查看填写说明！

自定义事件

当在以下场景中：

- 使用系统的 JS SDK 来实现你的 web 事件追踪
- 使用系统的 Android /iOS SDK 来实现你的移动应用事件追踪
- 使用系统的 Open API 来实现你的服务端事件追踪

如果【系统预置事件】无法满足特定的行为追踪，管理员可创建自定义事件进行事件追踪，如“提交订单”。事件显示名和埋点代码的事件名一一对应。

如，您可在创建报表的时候，通过选择【自定义渠道】- 连接 - 提交订单事件，定位到创建的自定义事件。

1.10.9.4 自定义事件管理

1.10.9.4.1 添加自定义事件

点击新建按钮，并填写自定义事件信息：

所属连接：在哪个自定义/小程序渠道会收集此事件

事件 ID：编写埋点代码用到的事件 ID，需全局唯一（大小写敏感），且为合法的变量名，只包含：大小写字母、数字、下划线；一旦保存，不可编辑

```

window.LFAPP.sendEvent({
  submitOrder: { 事件名
    orderId: "UHo3uuoy49984075097",
    orderAmount: 78,
    $utm_source: "source",
    $utm_campaign: "campaign"
  }
}, function () {
  // success callback
}, function () {
  // fail callback
});

```

事件显示名：期望在报表、动态组、客户旅程查看到的事件显示名

子事件：此事件的子事件，如完成订单事件的子事件是购买商品，指的是在一次订单完成时购买的商品

添加扩展属性：可添加系统中预置事件的属性，也可添加自定义事件属性

- **【系统预置事件】**的属性：如公众号扫描二维码事件的 `s_qrCodeType`，系统预置事件的属性 ID 都会以 "s_" 开头，无法变更预置事件的数据类型
- **自定义事件属性**：如果 **【系统预置事件】** 的属性无法满足事件的具体细节，可直接在空扩展属性行中填写属性 ID、属性显示名称，选择数据类型。属性 ID 需全局唯一（大小写敏感），且为合法的变量名，只包含：大小写字母、数字、下划线；一旦保存，不可编辑，并且不可以 "s_" 开头。
- 如果使用系统的 JS SDK/Android SDK/iOS SDK/微信小程序 SDK 来实现你自定义事件追踪，SDK 会发送自动追踪的 SDK 预置属性（参见[事件属性](#)-SDK 预置属性）。

1.10.9.4.2 更改自定义事件

只可更改 **【自定义事件】** 和 **【事件属性】**

点击事件编辑按钮：

所属连接：不可编辑

事件 ID：不可编辑

事件显示名：可编辑

子事件：可添加新的子事件，但不可删除已添加的子事件

添加扩展属性：可添加新的扩展属性，但不可删除已添加的扩展属性

1.10.9.4.3 删除自定义事件

只可删除尚未回数的自定义事件，即尚未有此事件的行为数据进入到系统

1.10.10 虚拟事件

- [什么是虚拟事件?](#)
- [管理虚拟事件](#)

1.10.10.1 什么是虚拟事件?

将【事件元数据】拆解或者组合形成新的「虚拟事件」，从而减少每次在分析过程中反复对固定常用的事件进行筛选配置。

1.10.10.2 管理虚拟事件

创建入口：【元数据管理】>【虚拟事件】



- 1、点击“新建”按钮
- 2、添加事件及事件筛选条件

将多个事件合并为一个虚拟事件，如多渠道完成订单事件合并为虚拟订单事件，如下图，当任意一个虚拟事件构成的事件发生时，都会被虚拟事件包含在内



将一个事件拆分为多个虚拟事件，如点击广告位事件拆分为：点击坑位 1 事件、点击坑位 2 事件

如下图，当构成事件发生，且满足广告位=1 时，才会被虚拟事件包含在内





- 3、点击保存后，系统保存虚拟事件
- 虚拟事件是一个规则，而非真正的元数据，在使用虚拟事件时，会动态的关联虚拟事件所包含事件元数据的所有属性
- 编辑**
- 可随时编辑虚拟事件
- 删除**
- 可随时删除虚拟事件

1.10.11 自定义图元(事件元数据)

- [1、创建自定义事件](#)
- [2、使用系统创建的自定义渠道的图元](#)
- [3、创建自定义图元](#)
- [4、使用自定义渠道图元](#)

您可以在系统使用自定义图元功能创建自定义触发器。创建完成自定义图元，就可以实现用《自定义事件》触发客户旅程。

注：仅支持创建【触发条件】的自定义图元，【执行动作】&【条件分支】不支持创建自定义图元。

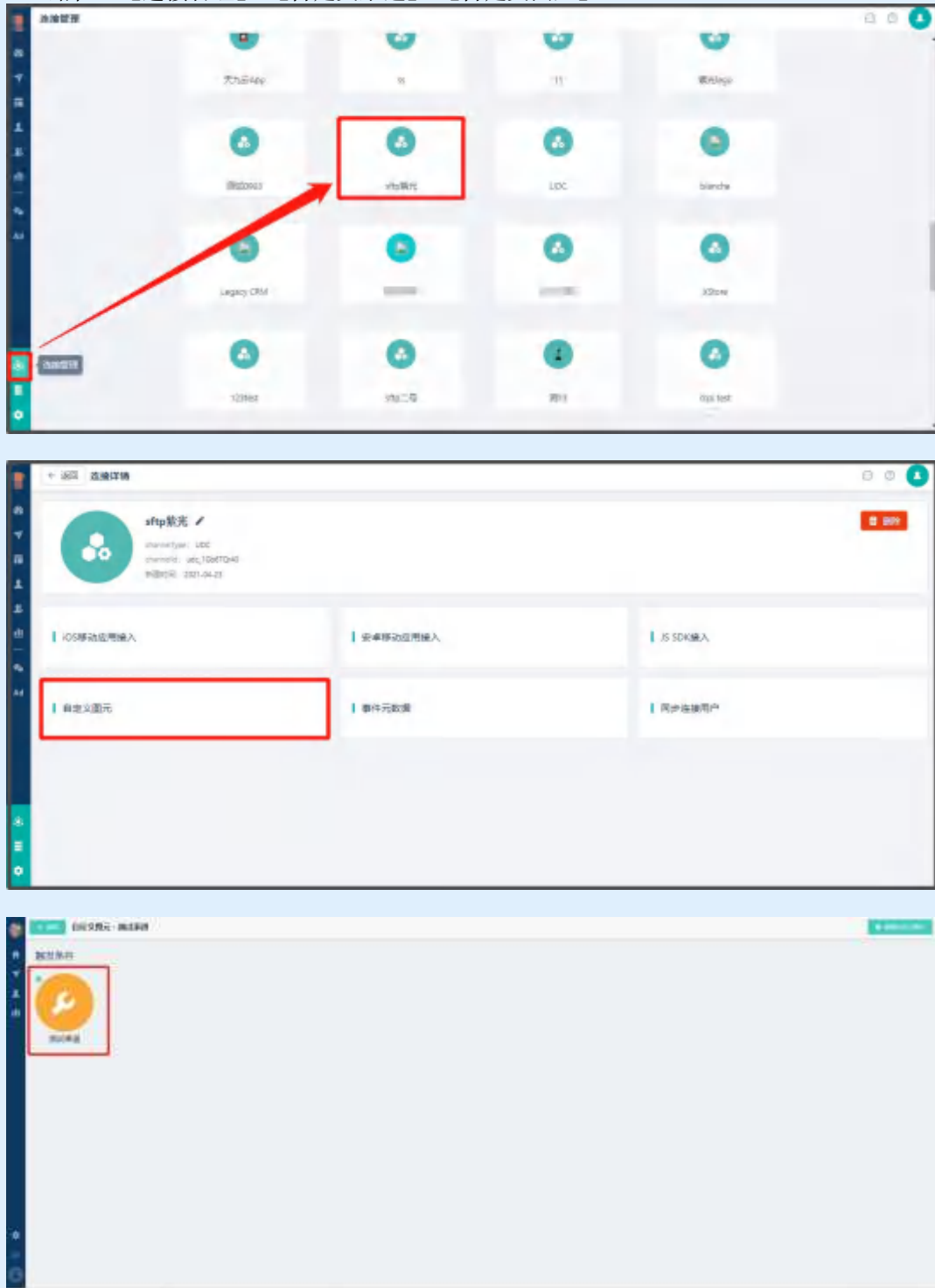
1.10.11.11、创建自定义事件

参见[《自定义事件-事件元数据》](#)

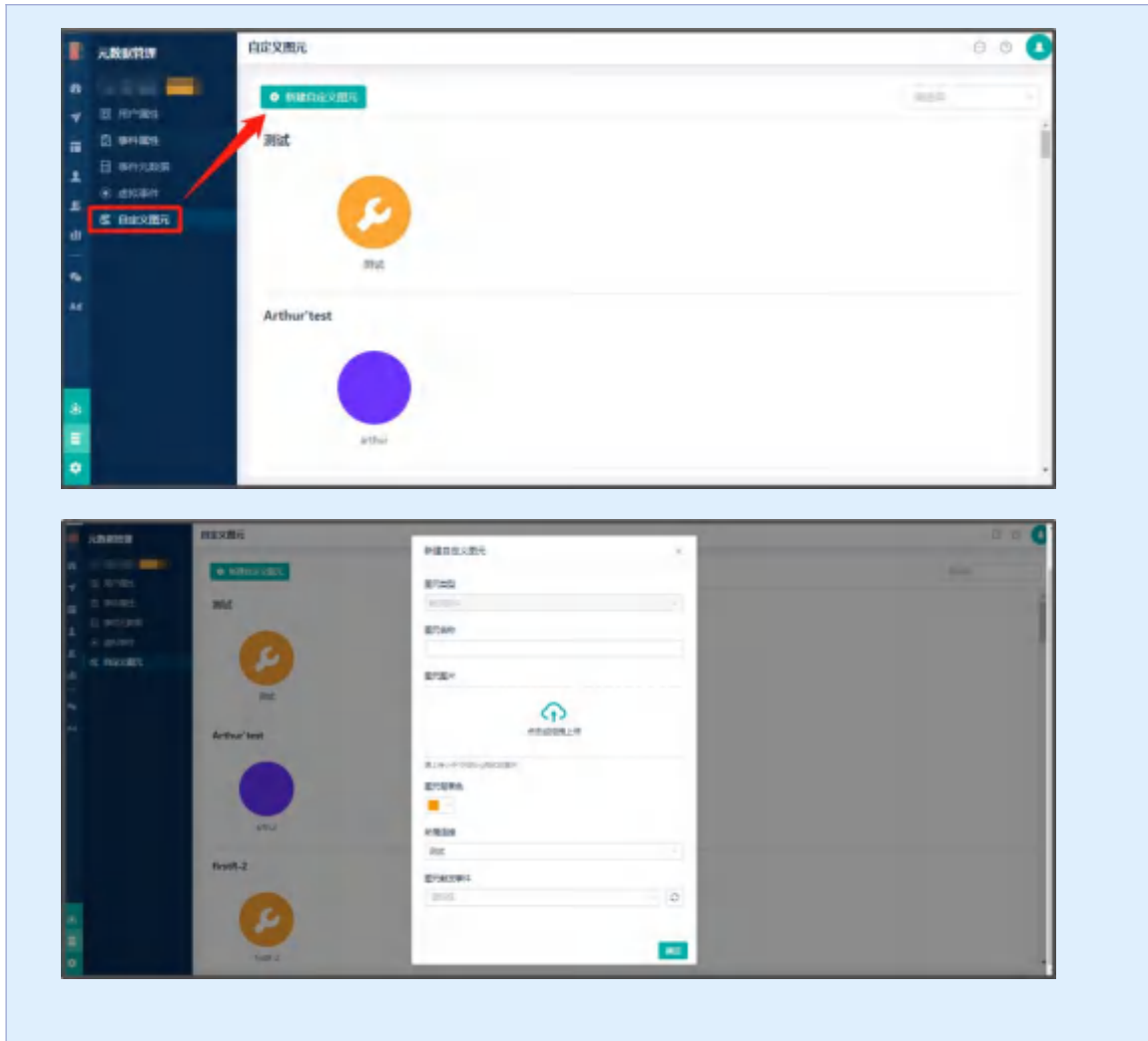
1.10.11.22、使用系统创建的自定义渠道的图元

每创建一个自定义渠道连接，[系统](#)会自动为这个自定义渠道创建此自定义渠道的默认图元。您可点击连接设置页面的自定义图元查看。

- 路径：**【连接管理】 - 【自定义渠道】 - 【自定义图元】**



默认图元的触发事件包含自定义渠道的系统事件，您也可以通过编辑默认图元，添加在此自定义渠道创建的自定义事件（[事件元数据](#)），作为默认图元的触发事件。



1.10.11.33、创建自定义图元

您也可以根据自己的实际需要，创建此自定义渠道下的自定义图元

- A、输入图元名字
- B、点击上传图元图片或者选择图元背景色
- C、选择自定义事件（[事件元数据](#)）（只能选择当前自定义渠道创建的自定义事件）。
- D、自定义图元不包含自定义渠道的系统事件。

1.10.11.44、使用自定义渠道图元

编辑和创建完成后，您可以在客户旅程创建页面，选择默认图元或自定义图元进行客户旅程设计。



和其他图元不同的是，自定义渠道的图元已经确认了连接信息，所以在配置图元的过程中，不需再选择具体连接。

1.10.12 字典表

- [应用场景](#)
 - [小程序原始场景值](#)
- [字典表管理](#)
 - [上传](#)
 - [下载](#)
 - [删除](#)

1.10.12.1 应用场景

1.10.12.1.1 小程序原始场景值

系统预置小程序连接事件：启动小程序、展示小程序、隐藏小程序、打开小程序页面上都有原始场景(s_originScene)事件属性，此事件属性记录的是用户进入小程序路径的原始场景值，参见[微信小程序场景值](#)

因为原始场景值只是一串数字，并不能传达明确的业务含义，如果在系统中直接用原始场景值展示事件详情或者分析结果，会造成很多困扰。所以系统给原始场景(s_originScene)这个属性维护了属性字典表，这个字典表的内容是原始场景值以及每个场景值对应的场景描述（参见[微信小程序场景值列表](#)），有了字典表的翻译，系统可以在展示事件详情或者分析结果的时候，根据场景值查找到场景描述，将场景描述展示到页面上。

原始场景	描述	合计
10000	启动小程序的总次数	1177946
10001	启动小程序的总次数	1114003
10002	启动小程序的总次数	400000
10003	启动小程序的总次数	447779
10004	启动小程序的总次数	200000
10005	启动小程序的总次数	200000
10006	启动小程序的总次数	237779
10007	启动小程序的总次数	100000
10008	启动小程序的总次数	100000
10009	启动小程序的总次数	70000
10010	启动小程序的总次数	90000
10011	启动小程序的总次数	50000
10012	启动小程序的总次数	100000
10013	启动小程序的总次数	100000

无字典表

场景	描述	合计
发现小程序主入口	启动小程序的总次数	57
微信退出访问	启动小程序的总次数	4
NULL	启动小程序的总次数	3
微信首页顶部搜索框搜索结果页「使用过的小程序」列表	启动小程序的总次数	3
微信首页顶部搜索框的搜索结果页	启动小程序的总次数	3
长按图片识别二维码	启动小程序的总次数	2
其他	启动小程序的总次数	2
单人聊天会话中的小程序消息卡片	启动小程序的总次数	1

上传了字典表

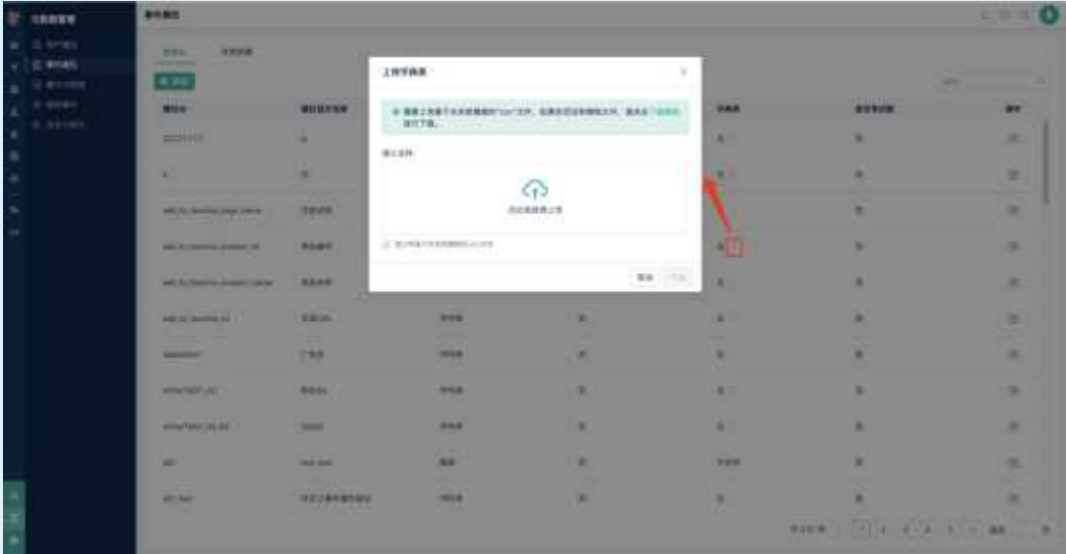
所以系统提供了给事件属性、用户属性上传字典表的功能，以解决类似小程序原始场景值的问题。

1.10.12.2字典表管理

支持字典表的属性：系统事件属性、自定义事件属性、系统用户属性、自定义用户属性中类型为字符串的属性

1.10.12.2.1上传

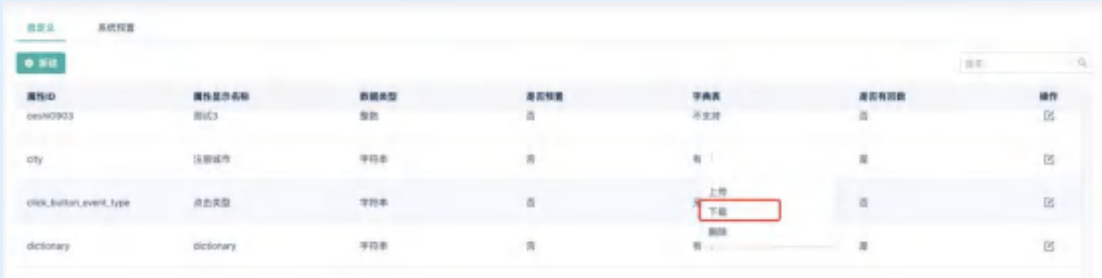
操作员点击字典表列的上传按钮，系统展示上传字典表的弹窗，操作员上传字典表文件，并点击确认



如果导入失败，弹框会展示报错信息，可重新上传文件重新发起导入任务
可重复上传字典表，每次上传的更新方式为全量覆盖，系统会以最后一次上传字典表为准

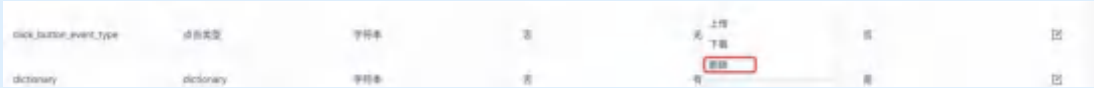
1.10.12.2.2 下载

如果想查看属性当前使用的字典表的内容，可点击下载查看字典表 csv 文件



1.10.12.2.3 删除

如果不再使用字典表，可点击删除



1.10.13 维度表

1.10.13.1 背景介绍

维度表是维度建模的一个基础知识，以下是维度建模的相关概念：

- 维度建模：所谓的维度建模就是一种组织数据仓库的形式、模型，用这种方式组织搭建的数据仓库，对快速支持数据分析有着巨大的帮助。目前是比较主流的数仓模型。
- 事实表：事实表是指其中保存了大量业务度量数据的表，是数仓最核心的表。通常，最有用的事实就是数字类型的事实和可加类型的事实。系统中 **contact** 表和 **event** 表都可以在某种程度上视作事实表
- 维度表：维度表中包含事实表中记录的特性，提供描述性信息，比如一个订单中商品 SKU 的信息。
- 外键（FK）：维度表的每行数据都应该分配一个外键，作为这行维度的唯一标识，可事实表会记录与事实相关的维度的外键，在查询的时候，会将事实表记录的外键关联到维度表的这一行，将维度表的这一行作为事实的扩展描述

当一个用户发生了 **order_complete**（完成订单）这个事件后，系统会在 **event** 表中记录一条数据，这条数据包含了这笔订单的一些事实，如 **amount**、**discount**，也包含一个外键—**sku_id**，见下图 **event** 表

这条 **event** 数据可以通过 **sku_id** 与维度表关联，找到维度表上 **sku_id=010289** 的这条维度描述信息，可得知这个用户在这笔订单中购买的是大桶洗洁精，外包装为红色，见下图 **sku** 维度表



1.10.13.2使用场景

- 1、初期埋点计划不完善，并没有在事件上记录一些信息，而这些信息又希望可以用来作为这个事件的维度在事件分析中分组查看，比如提交订单事件并没有记录商品颜色，只是记录了 **sku_id**，这时就可以增加一张 **sku** 维度表，将 **sku_id** 作为外键、商品颜色作为维度属性
- 2、希望在报表里将某些城市组合成一个新的分组（城市类型）查看，可以增加一张城市维度表，将城市编码作为外键、城市分类作为维度属性

1.10.13.3管理维度表

1.10.13.3.11、创建维度表

创建维度表即定义维度表的表结构

创建自定义维度表	
Step	Action
1	操作员点击新建按钮
2	系统展示新建自定义维表抽屉
3	操作员填写 - 维度表 ID：合法的变量名，只包含：大小写字母、数字、下划线，不可以 s_ 开头，需要全局唯一 - 维度表名称：无限制 - 选择关联属性（将事件表或者用户表上的哪个属性作为关联此维度表的外键）：选择系统预置事件属性、自定义事件属性、预置用户属性、自定义用户属性 - 添加维度表字段：点击添加按钮，在属性列表下方增加属性行，可删除尚未保存的新增加的属性行，属性 ID 在维度表中需唯一。 - 选择维度表主键（将维度表的哪个属性作为维度表的外键，并且是维度的唯一标识）：单选，必选

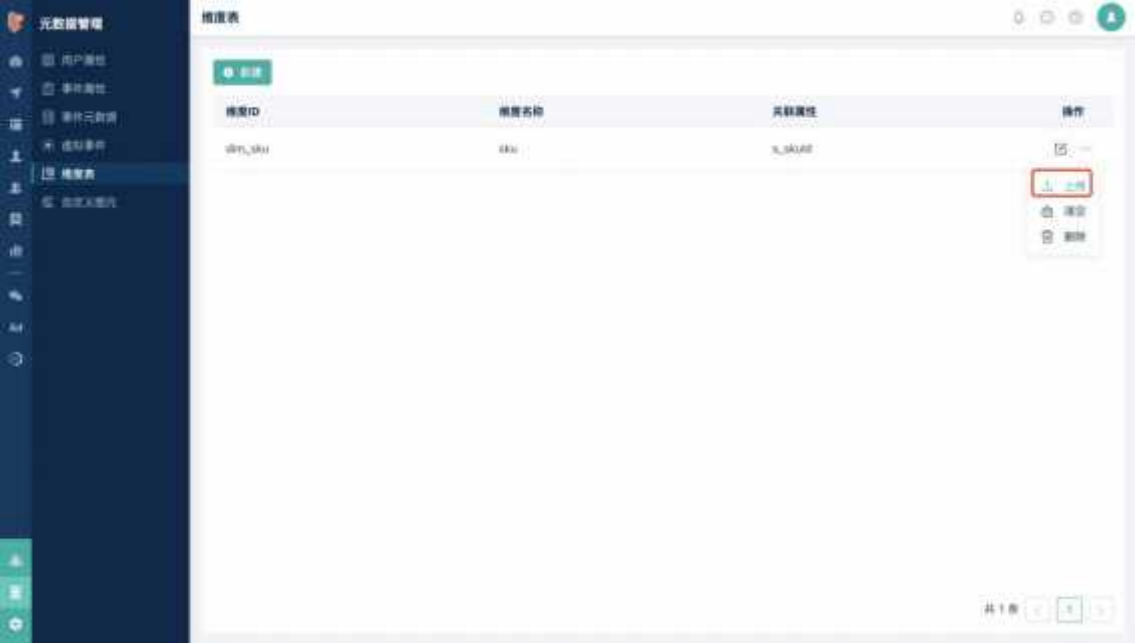


更新维度表	
Step	Action
1	操作员点击操作列编辑按钮
2	系统展示自定义维表抽屉
3	操作员可进行以下操作：

	- 修改【维度表名称】 - 选择关联属性：默认展示已关联的属性，可删除重新选择； - 添加表字段：点击添加按钮，在属性列表下方增加属性行，可删除尚未保存的新增加的属性行，属性 ID 在维度表中需唯一 - 修改主键，当未传数据到维度表时，可以修改主键，如果维度表已经有数据，则主键不可再修改
--	--

1.10.13.3.22、上传维度表数据

上传维度表数据	
Step	Action
1	操作员点击操作列上传按钮
2	系统展示上传文件弹框
3	操作员上传文件，点击开始
4	上传成功后，系统会依次消费文件中的数据，将数据流式更新到维度表中





1.10.13.3.33、清空维度表

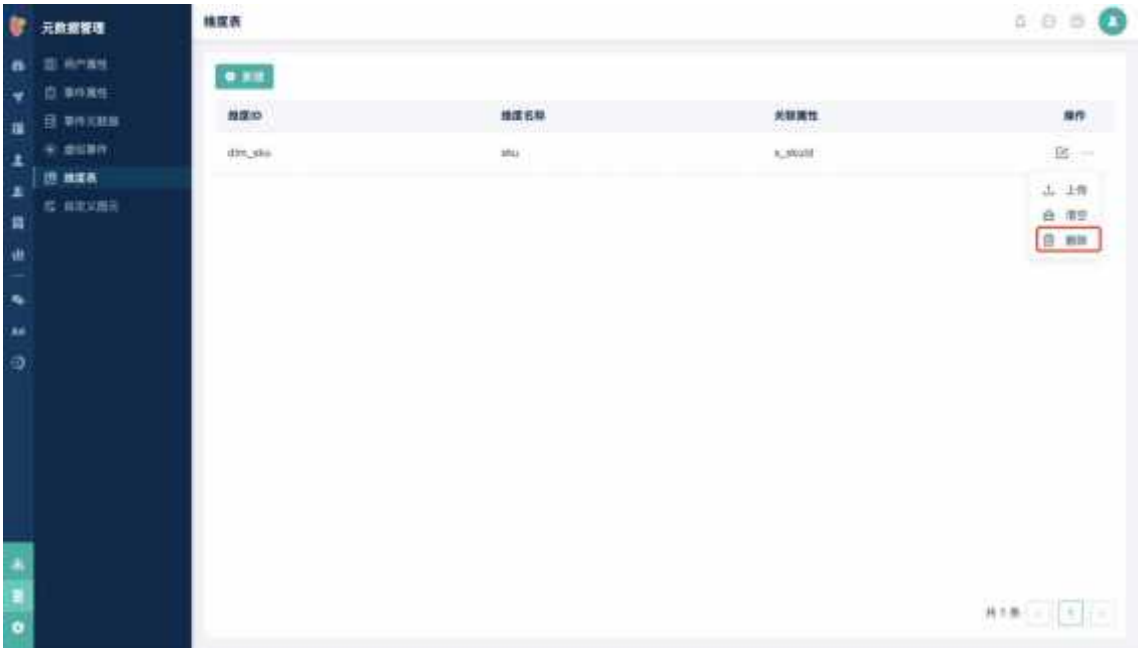
如果希望全量更新维度表数据或者主键设置错误时，可选择清空维度表后重新设置主键、上传数据

注意：当维度表数量过大，清空任务会持续一段时间，此时维度表中还有数据，是无法修改主键的，所以需要等一段时间清空完成后才能修改



1.10.13.3.44、删除维度表

当不再需要维度表时，可删除，会清空维度表中的数据并且将表也一并删除



1.10.13.4使用维度表

当上传的维度表数据全部进入系统后，可在报表分析中使用维度表

在筛选条件中使用维度表	
Step Action	
1	操作员选择事件/用户属性，如果属性关联了维度表且维度表有数据，可点击属性进入关联维度表的属性列表，维度表属性列表展示维度表所有列

在维度中使用维度表	
Step Action	
1	操作员选择事件/用户属性，如果属性关联了维度表且维度表有数据，可点击属性进入关联维度表的属性列表，维度表属性列表展示维度表所有列



1.11 设置

1.11.1 网站追踪（主要是短链接）

【网站追踪】——主要指某个 H5 页面、网页等需要获取到浏览次数等

如需要精准获取到某个页面（含名称等），需要埋点等操作，详细的埋点、JSSDK 等相关技术文档，可以点击此处查看 [《技术指南》](#)。

1.11.1.1 短链接

1.11.1.2 短链接

1.11.1.2.1 短链接管理

1.11.1.2.2 分组管理短链接

1.11.1.2.3 批量创建/导出短链接

1.11.1.2.4 短链接管理

- [什么是短链接?](#)
- [短链接类型](#)
- [创建第三方应用短链接](#)
- [创建固定链接短链接](#)
- [复制短链接](#)
- [如何查找点击短链接的用户（联系人）](#)
 - [查找方式一](#)

- [查找方式二](#)
- [查找方式三](#)

1.11.1.2.4.1 什么是短链接？

——短链接是系统将目标地址（网页的链接）用系统的链接进行一次包装，您可以将包装后的系统链接（短链接）发送给用户进行点击。

——当用户点击该短链接之后，系统的服务器会记录下客户的点击，并将链接转到真正的网页链接。

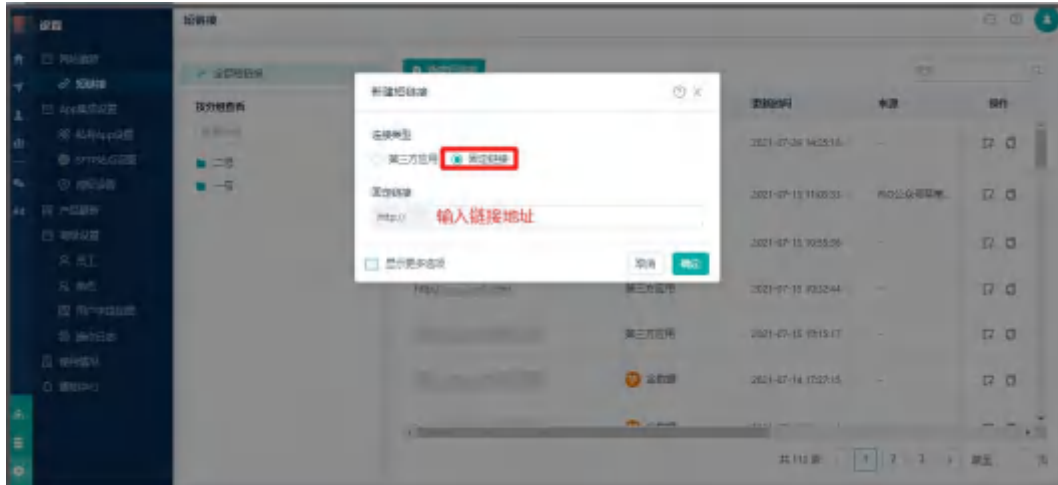
- 创建路径：**【设置】>【网页追踪】>【短链接】>【新建短链接】**



1.11.1.2.4.2 短链接类型

- 目前系统支持的短链接包装有两种类型：
 - 第三方应用（包含未与系统对接的与已与系统对接的第三方应用可以直接选择）
 - 固定链接

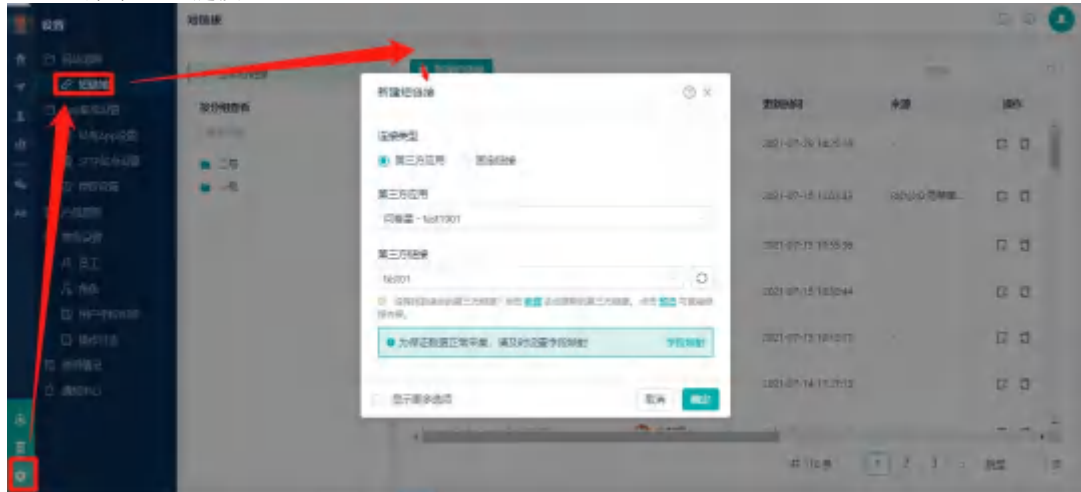




- 如果短链接的目标地址是一个第三方应用的链接，那么用户点击该链接的事件会被挂在这个第三方应用渠道上；
- 如果短链接的目标地址是固定链接，那么用户点击链接的事件会挂在目标地址域名的渠道上。

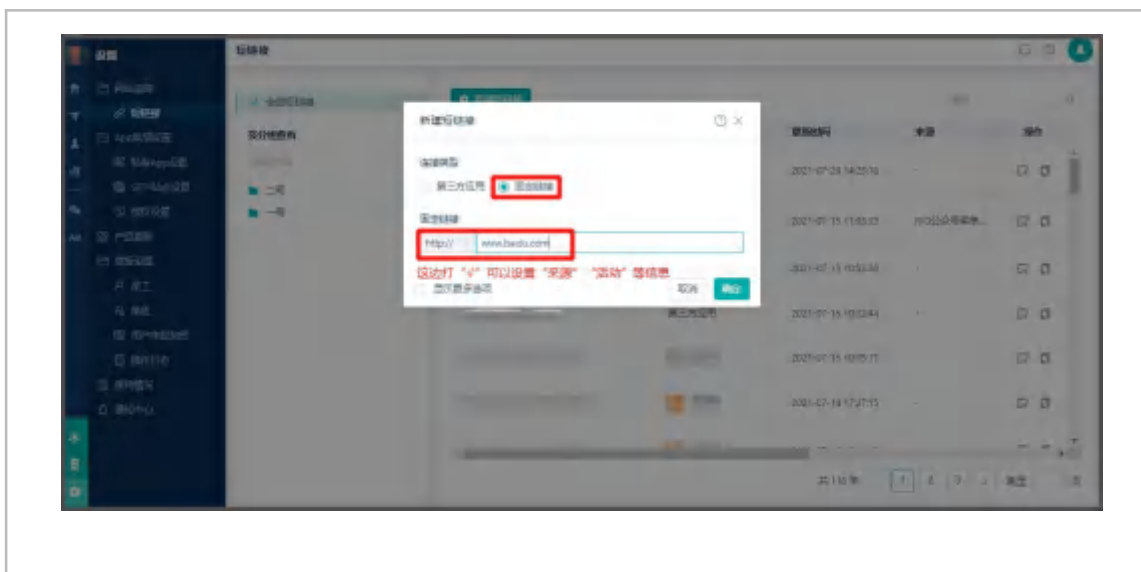
1.11.1.2.4.3 创建第三方应用短链接

1. 选择链接类型为【第三方应用】
2. 选择第三方应用渠道（与系统已对接的第三方渠道）
3. 选择第三方链接



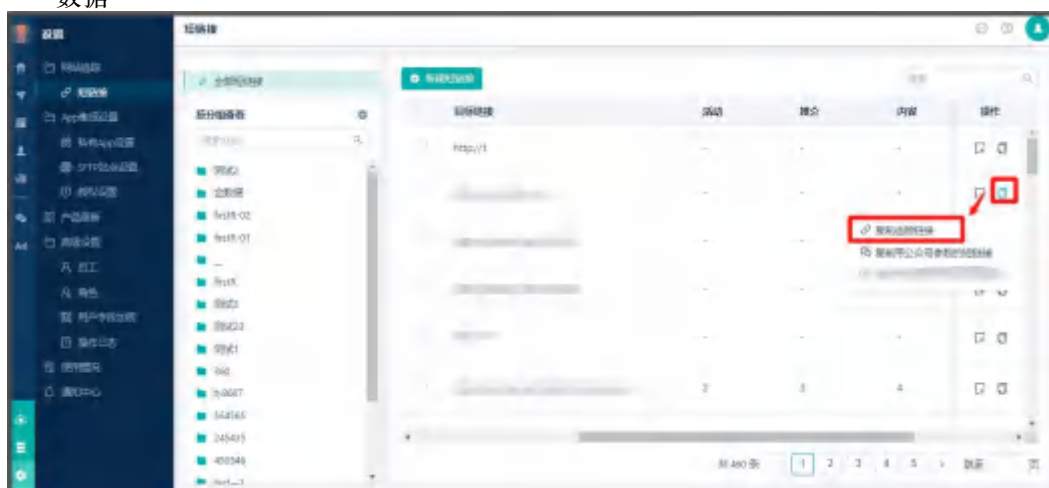
1.11.1.2.4.4 创建固定链接短链接

1. 选择链接类型为【固定链接】
2. 选择填写固定链接目标地址

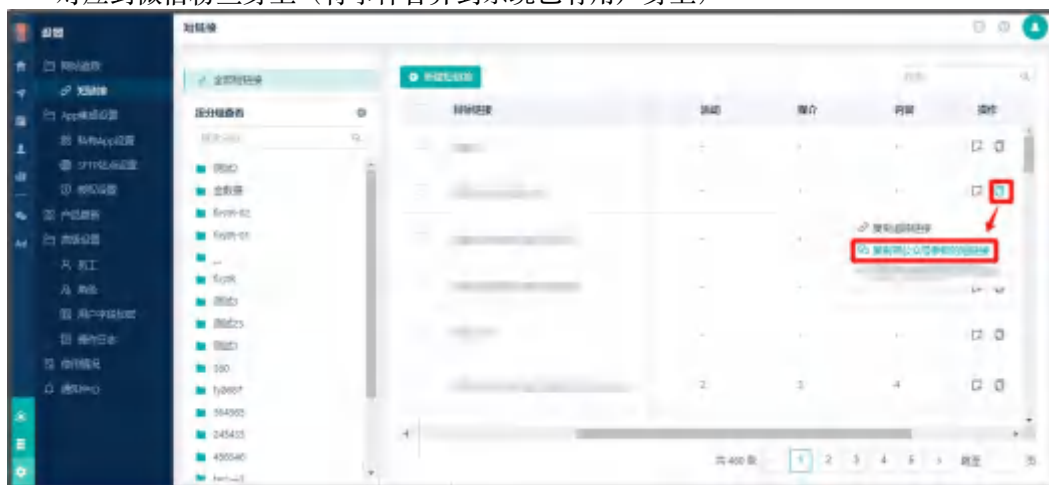


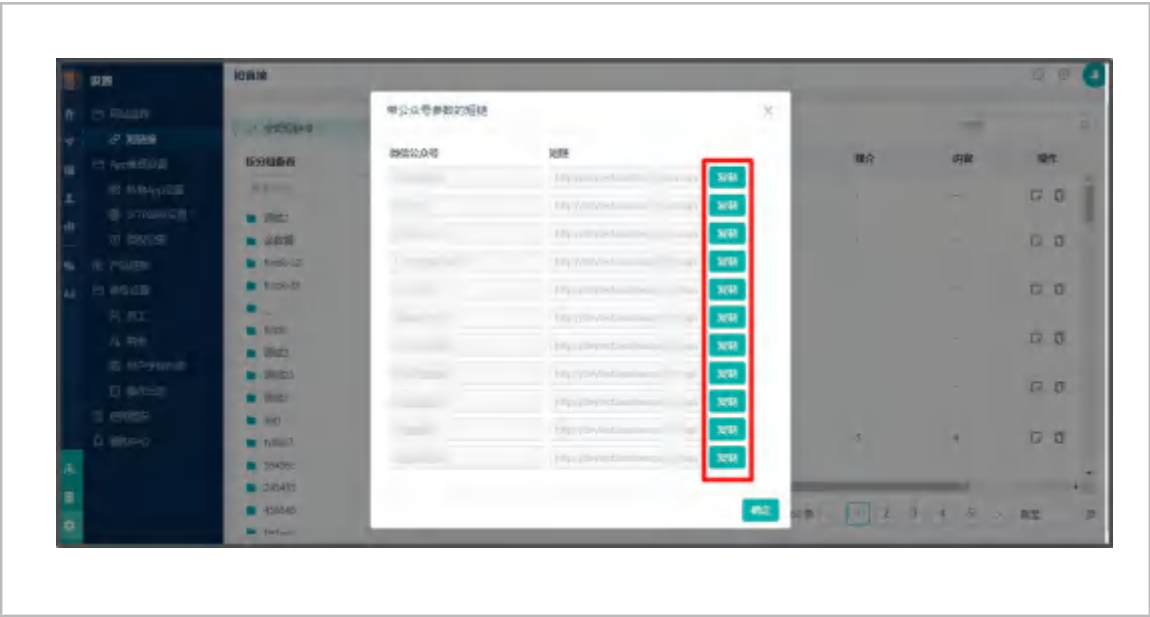
1.11.1.2.4.5 复制短链接

- 以下为【不带公众号参数的短链接】，可以在非微信环境下使用追踪匿名点击短链接数据



- 【带公众号参数的短链接】，可以在微信环境追踪粉丝点击短链接的数据，直接可以对应到微信粉丝身上（将事件合并到系统已有用户身上）





1.11.1.2.4.6 如何查找点击短链接的用户（联系人）

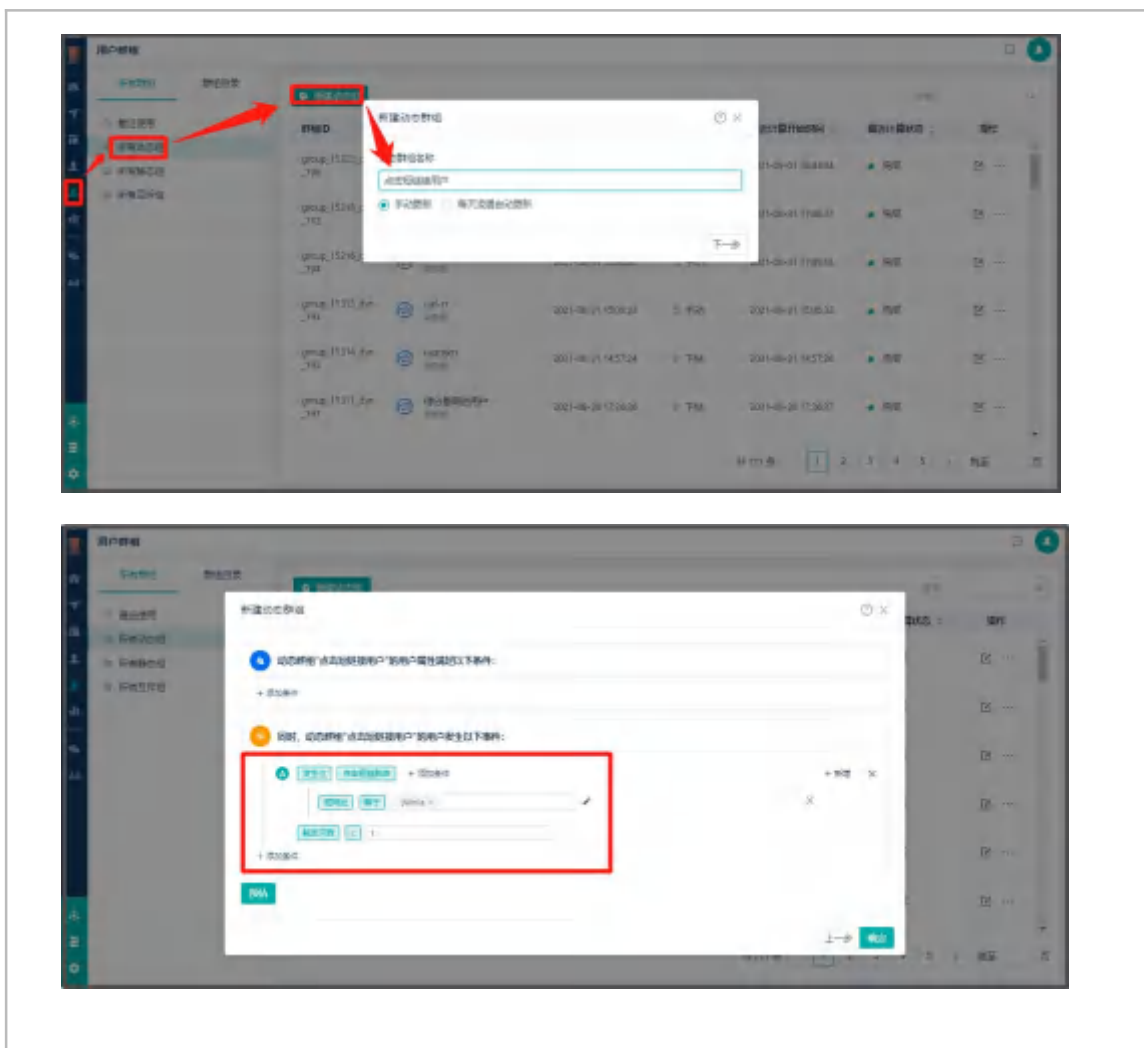
1.11.1.2.4.6.1 查找方式一

- 通过【用户群组】> 点击任意用户 > 【时间轴】
——当用户点击包装后的短链接，系统会为联系人记录点击链接事件



1.11.1.2.4.6.2 查找方式二

- 创建动态标签组筛选
- 查找路径：【用户群组】> 点击所有动态组 > 【新建动态组】> 输入筛选条件，参考下图：



1.11.1.2.4.6.3 查找方式三

通过【报表分析】，创建报表时可以筛选出点击短链接的用户数



1.11.1.2.5 分组管理短链接

- [注意事项](#)
- [新建/编辑/删除分组](#)
- [添加至分组](#)

1.11.1.2.5.1 注意事项

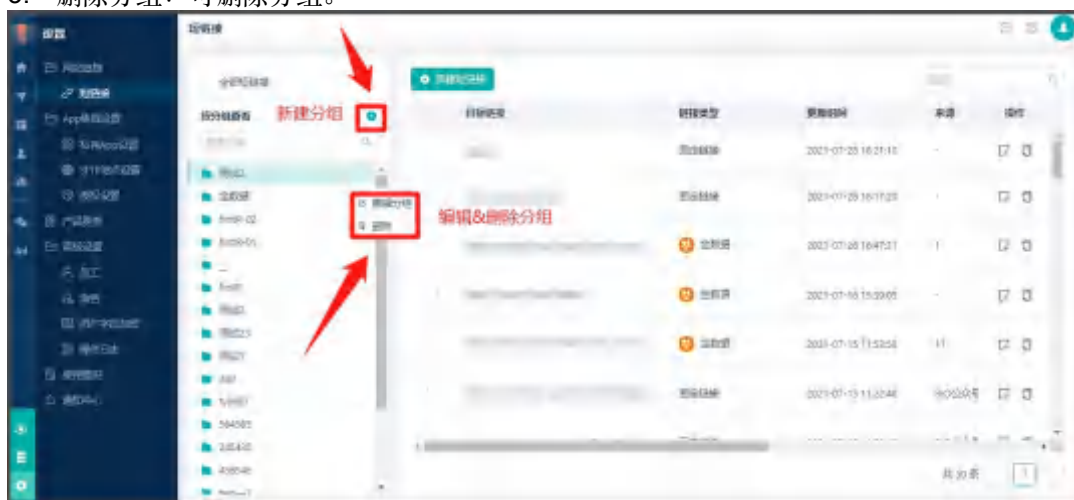
支持短链接分组管理。

注意：

1. 在哪个分组内点击新建短链接，新建的短链接将自动添加至该组。
2. 删除已有短链接的分组，其中的短链接不会被删除，仅默认未分组，可在“全部短链接”中进行查看。
3. 短链接仅支持加入一个组，当将短链接加入其他组时，该短链接将会从当前组中移除。

1.11.1.2.5.2 新建/编辑/删除分组

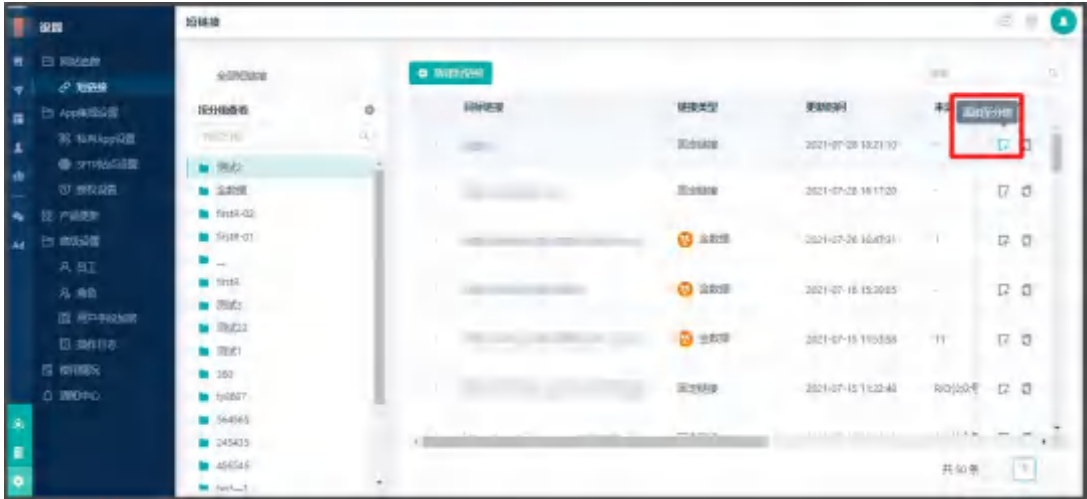
1. 新建分组：点击“+”号新建分组，分组名称不可超过 20 字，且不可重复。
2. 编辑分组：可编辑分组名称。
3. 删除分组：可删除分组。



1.11.1.2.5.3 添加至分组

将短链接添加至分组有以下两种方式：

1. 单个短链接添加至分组：
在短链接操作一栏点击添加至分组，选择分组即可。



2. 批量将短链接添加至分组：
首先选中短链接，点击上方的添加至分组后，将会批量将选中的短链接添加至分组。

注意：目标链接左侧的全选中框，仅表示全选中当页的短链接。



1.11.1.2.6 批量创建/导出短链接

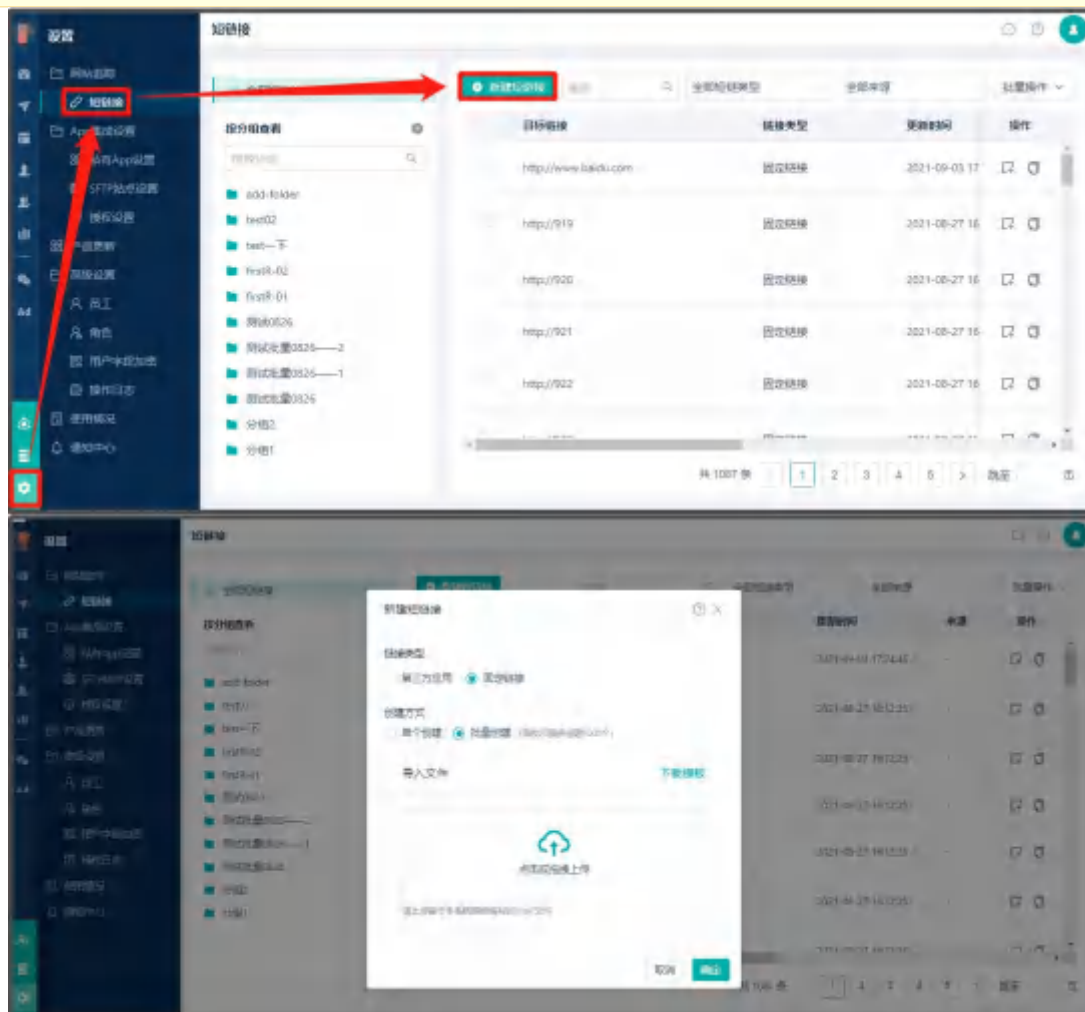
- [支持【批量创建短链接】及【批量导出短链接】。](#)
- [如何批量创建短链接](#)
- [批量导入短链接文件格式](#)
- [批量导出短链接](#)
 - [按【条件筛选】导出短链接](#)
 - [按批量创建任务列表导出短链接](#)
 - [导出的短链接 excel 文件](#)
 - [常见问题](#)

1.11.1.2.6.1 支持【批量创建短链接】及【批量导出短链接】。

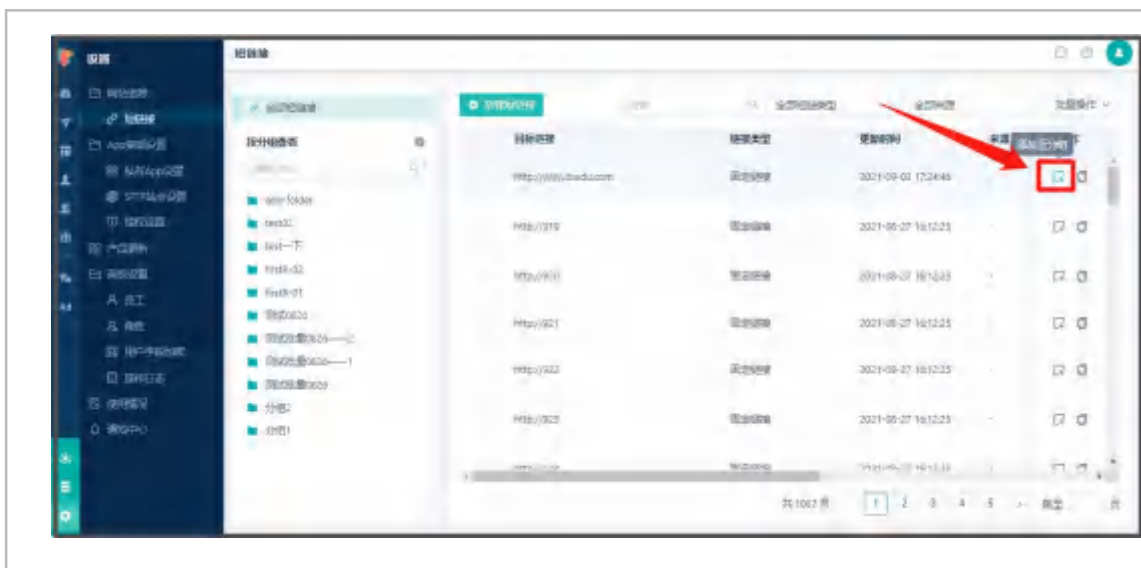
1.11.1.2.6.2 如何批量创建短链接

创建路径：【设置】>【网页追踪】>【短链接】>【新建短链接】> 在弹窗中选择【固定链接】或【第三方应用】> 选择【批量创建】> 将需批量创建的短链接 excel 文件导入，操作如下图：

注：仅支持批量创建【固定链接】，且每次最多创建 1000 条。



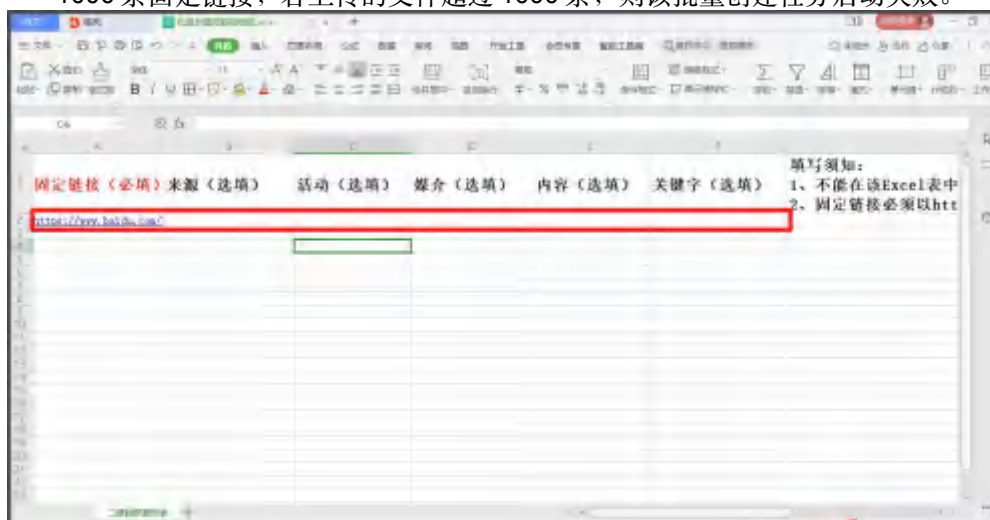
注意：【新建短链接】默认不分组，如需要分组，可以在选择所有新建的短链接，点击【添加至分组】，如下图：



1.11.1.2.6.3 批量导入短链接文件格式

【批量创建短链接】文件格式要求如下：

1. 必须是系统的模板——在新建短链接弹窗中点击“下载模版”，导入的短链接文件表头字段需与该模版内一致，否则创建失败。
2. 【固定链接】为必填项，【UTM 参数】选填——其中，固定链接必须以 <http://>或 <https://>开头，否则不会创建该条短链接。
3. 文件内链接条数不可超过 1000 条——单次仅可上传一个文件，一个文件内最多支持 1000 条固定链接，若上传的文件超过 1000 条，则该批量创建任务启动失败。



1.11.1.2.6.4 批量导出短链接

批量导出短链接有两种方式：《按条件筛选导出短链接》& 《按批量创建任务列表导出短链接》。

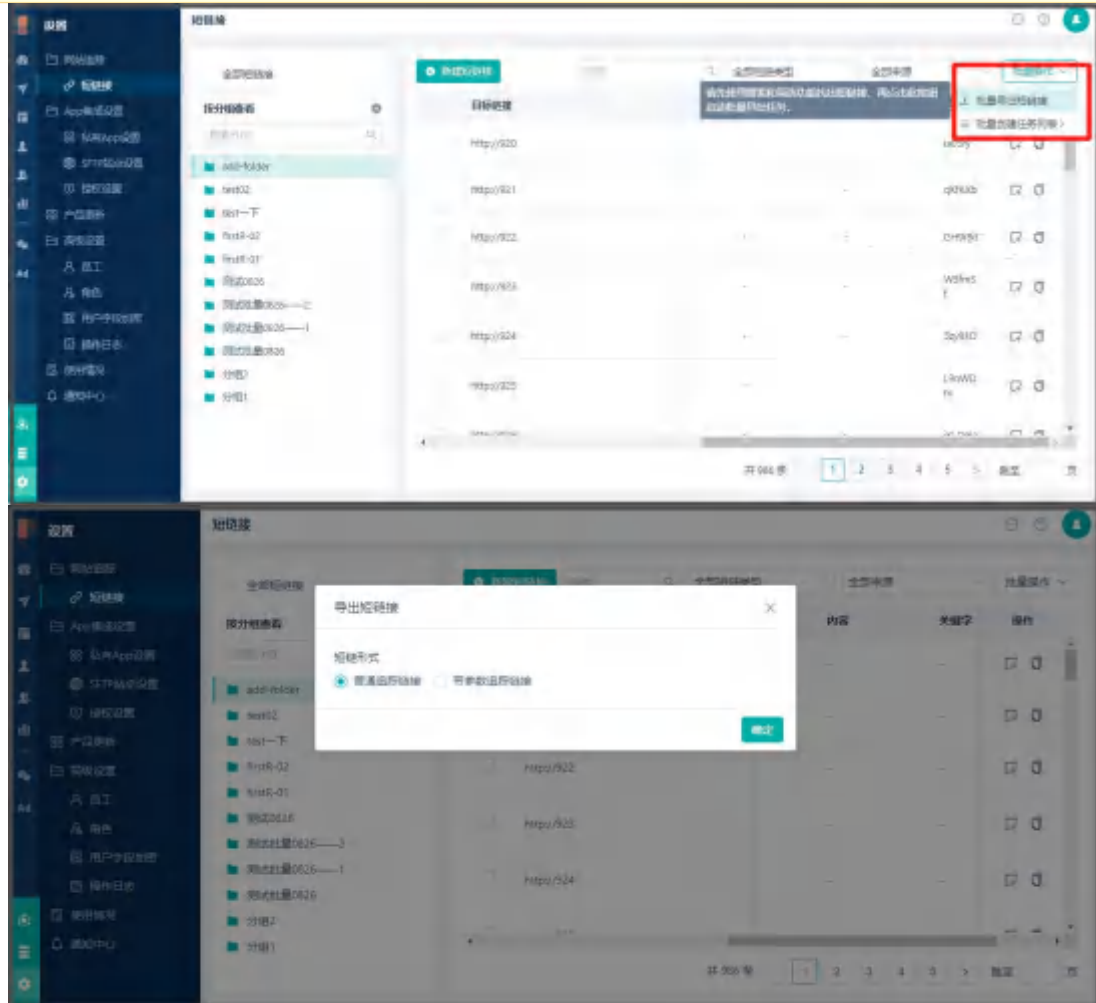
按【条件筛选】导出短链接

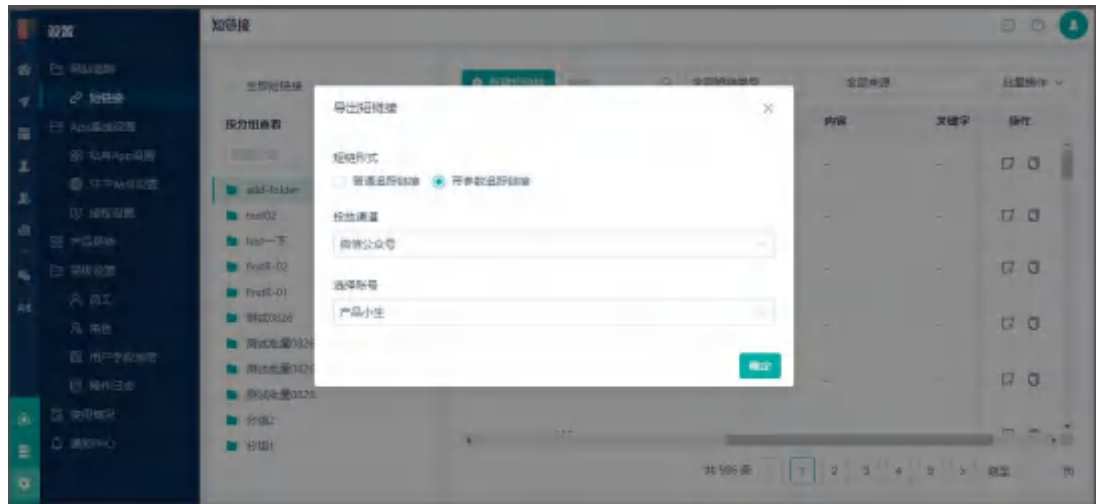
导出路径 1：【设置】>【网页追踪】>【短链接】> 点击【全部短链接/分组】> 在右上方输入筛选条件，筛选出需要导出的短链接 > 点击【批量操作】> 选择【批量导出短链接】> 在弹窗中选择需要导出的短链接类型：普通追踪链接 或者 带参数追踪链接

1. 普通追踪链接：若选择普通追踪链接，则导出的均是不带参数的短链接，可非微信环境下使用追踪匿名点击短链接数据；这里导出的链接和在【短链接列表-操作-复制链接-复制追踪链接】复制的一致。
2. 带参数追踪链接：若选择的是带参数追踪链接，需要选择投放渠道，进而选择该渠道下的账号。点击确定后即可导出；这里导出的链接和在【短链接列表-操作-复制链接-复制带公众号参数/微博参数的短链接】复制的一致。

注意：

- 若不对类型/来源进行筛选，则表示导出下方界面显示了的所有短链接。
- 一次性仅可导出 1000 条短链接，若超过 1000 条，可将短链接分多个组再导出。

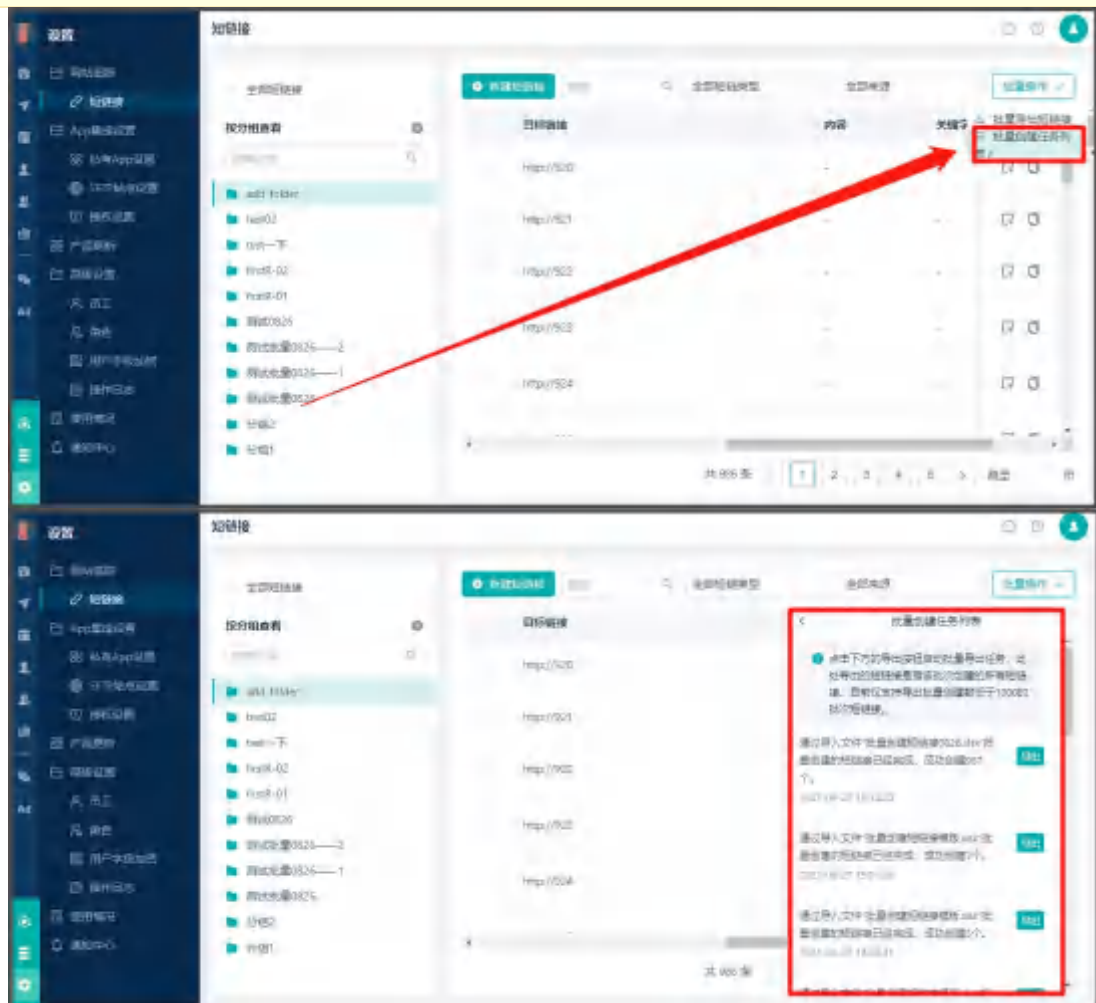




按批量创建任务列表导出短链接

导出路径：【设置】>【网页追踪】>【短链接】> 点击【全部短链接/分组】> 点击【批量操作】> 选择【批量导出短链接】> 在弹窗中选择需要导出的短链接类型：【普通追踪链接】或者【带参数追踪链接】

注意：批量创建任务列表仅展示最近一个月的记录，若需按任务列表导出，请及时操作。



1.11.1.2.6.4.1 导出的短链接 excel 文件

1. 若在导出弹窗中选择的导出“普通追踪短链接”，则导出的 excel 最后一列即是所有链接对应的普通追踪短链接。



2. 若在导出弹窗中选择的导出“带参数短链接”，则导出的 excel 最后一列即是带有所选渠道账号参数的短链接。



1.11.1.2.6.4.2 常见问题

Q: 批量创建成功的短链接条数与上传的文件列表数不一致。

A: 导致这种情况可能是因为以下两个原因：

- 上传的文件内有部分行的短链接没按要求填写，比如不是 `http://`或 `https://`开头。
- 上传的文件内有链接、UTM 参数等都一样的配置行，这样导入后，不会重复创建，只会创建一条。

1.11.2 授权设置

- [查看授权设置](#)
- [新建/编辑授权](#)

为了方便您调用需要鉴权的接口，[系统](#)支持您配置相应的授权用于获取鉴权所需的令牌等信息。

1.11.2.1 查看授权设置

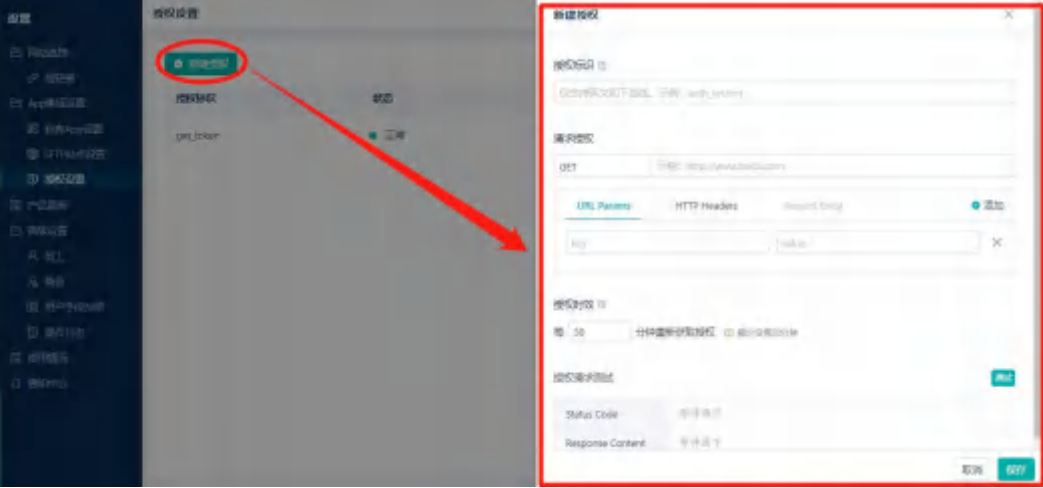
1. 点击【设置】>【App 集成设置】>【授权设置】，打开授权设置页。



2. 已配置好的授权在该页展示，您可以看到授权的状态、更新时间、和创建日期，您也可以点击右侧操作编辑授权、或重新获取授权。

1.11.2.2 新建/编辑授权

1. 点击右上角的新建授权，或是编辑已有授权进入授权编辑页面。



2. 授权配置介绍：
- 授权标识：授权标识代表您为该授权起的唯一名称，支持英文和下划线。
 - 请求授权：填写您用于请求授权的方式、URL、以及请求参数。
 - 授权时效：为了防止授权过期，您可以设置重新获取该授权的循环时间。不过，系统也提供了自动防过期机制，即每当使用了该授权返回的令牌在鉴权时返回了 HTTP 401 Response 时，系统会自动重新获取该授权以保证再次鉴权时能够使用最新的令牌。
1. 授权请求测试：当您配置完上述步骤后，可以点击测试按钮以测试该授权是否成功返回，以及查看返回的结构体。

授权请求测试 测试

Status Code	200
Response Content	<pre>{ "token": "eyJhbGciOiJIUzUxMiJ9.eyJzdWIiOiJhcnRodXIueGlhQ "expiration": 1614769898000, "user": { "forceMfaEnabled": false, "hasMfaDevice": false, "enabled": true, "accountExpired": false, "accountLocked": false, "passwordExpired": false, "level": "ADVANCED" } }</pre>

2. 最终，该授权的结构体会被完全保存，您可以使用#{auth.授权标识.返回结构体中的

key}}的方式用于获取相应返回结构体中的具体值。

注：目前仅支持在客户旅程 -- webhook 鉴权时可使用上述通配符获取相应授权的值。

1.11.3 SFTP 站点设置

- [创建站点](#)
- [编辑站点](#)
- [测试站点连接](#)

[系统](#)可以连接 SFTP 站点。

创建的站点可在连接中使用，获取存储在此站点上固定文件夹中的渠道联系人信息 csv 文件，从而可同步小程序连接或者自定义渠道连接的渠道联系人。

使用此功能的前提是，您有一台 SFTP 服务器，并有可在里面创建文件夹，上传文件的权限；此后，需要联系此服务器的维护人员，将[系统](#) IP 和公钥加入服务器白名单，以便[系统](#)访问此服务器上的文件。

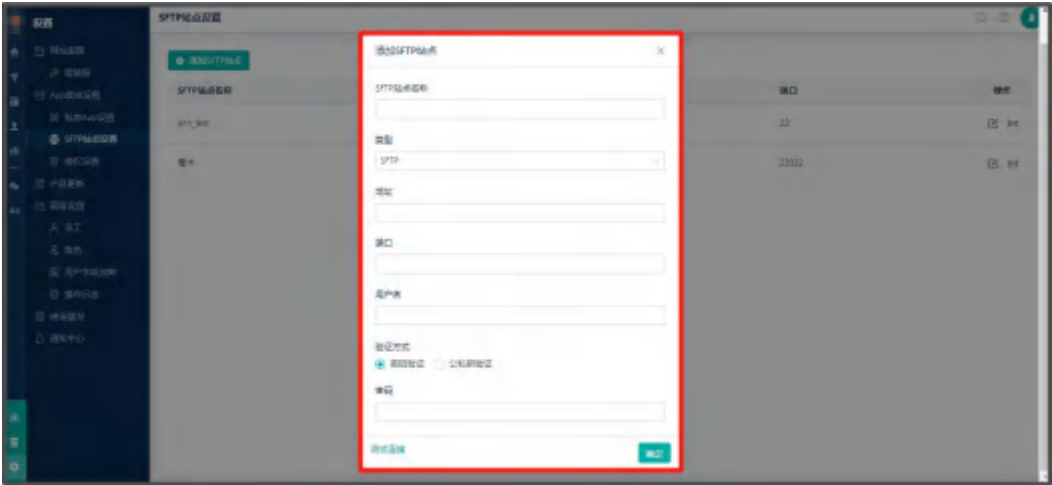
系统 IP: 139.196.120.1

公钥：

1.11.3.1 创建站点

1. 在【设置】>【APP 集成设置】>【SFTP 站点设置】中添加站点





站点名称：需要给站点创建名称，以便在连接详情页面使用

- 类型：目前只提供“SFTP”这一种类型
 - 地址：联系 SFTP 服务器维护人员提供
 - 端口：联系 SFTP 服务器维护人员提供
 - 用户名：联系 SFTP 服务器维护人员提供
 - 验证方式：密码验证&公私钥验证
1. 点击弹窗中左下角“测试连接”，测试是否能正常连接到服务器，如果提示连接成功，则可点击确定保存此配置；如果连接失败，则需要联系 SFTP 服务器维护人员确认提供的信息是否正确。

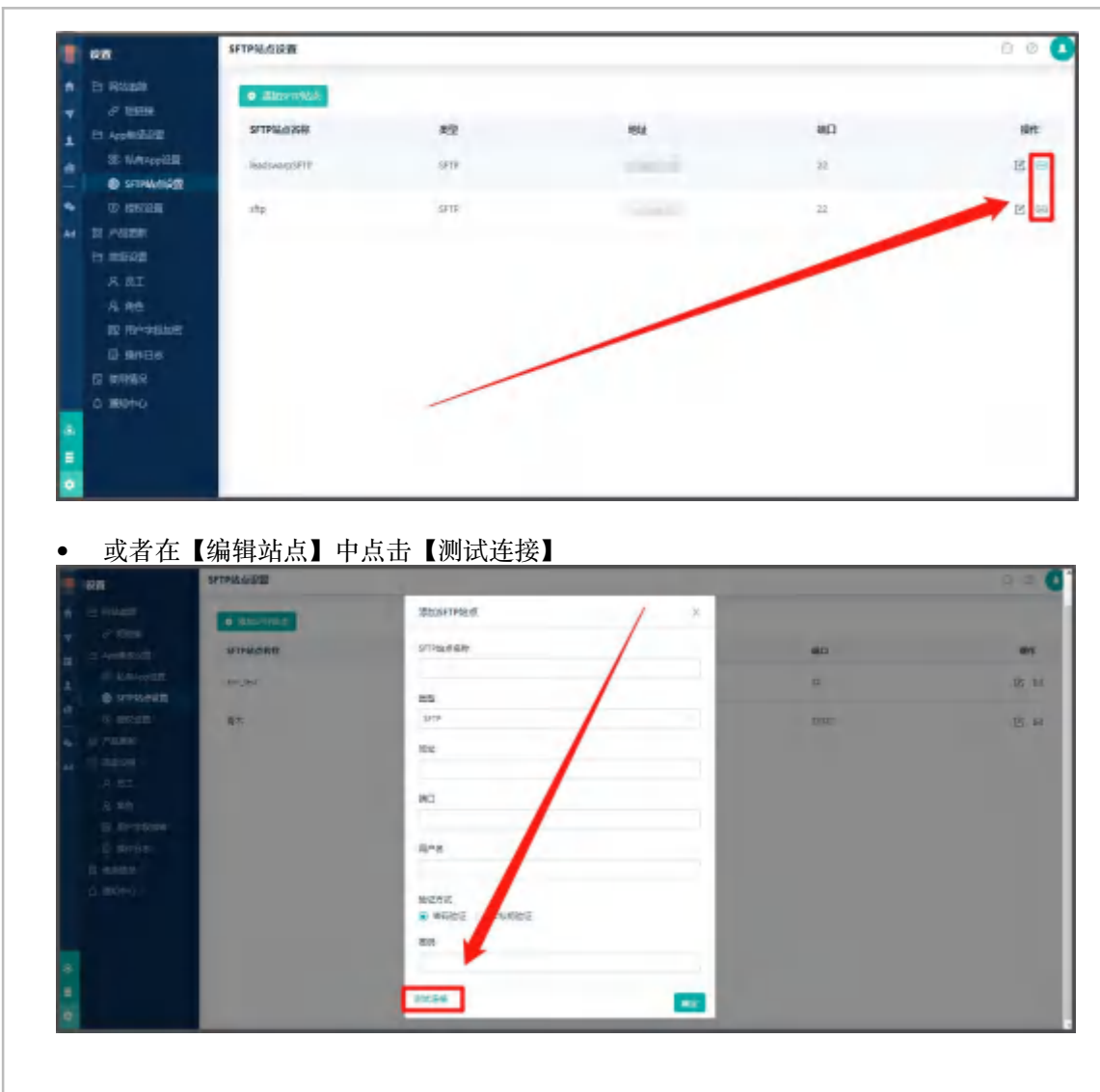
1.11.3.2 编辑站点

1. 点击编辑按钮，可重新编辑站点的配置



1.11.3.3 测试站点连接

- 选择其中一个站点，然后点击“”



- 或者在【编辑站点】中点击【测试连接】

1.11.4 高级设置

1.11.4.1 操作日志

1.11.4.2 员工

1.11.4.3 角色

1.11.4.4 用户字段加密

1.11.4.5 员工

1.11.4.5.1 如何添加员工(操作员)

1.11.4.5.2 如何下载并安装多因数验证(登录验证码)

1.11.4.5.3 如何添加员工(操作员)

- [什么是员工?](#)
- [员工类型](#)
 - [如何添加员工](#)

1.11.4.5.3.1 什么是员工?

- 指使用[系统](#)系统的操作人员；
- 客户可以根据贵司的情况添加相关的操作人员；
- 创建时请留意，需要先添加角色（岗位职责），才能成功添加员工。

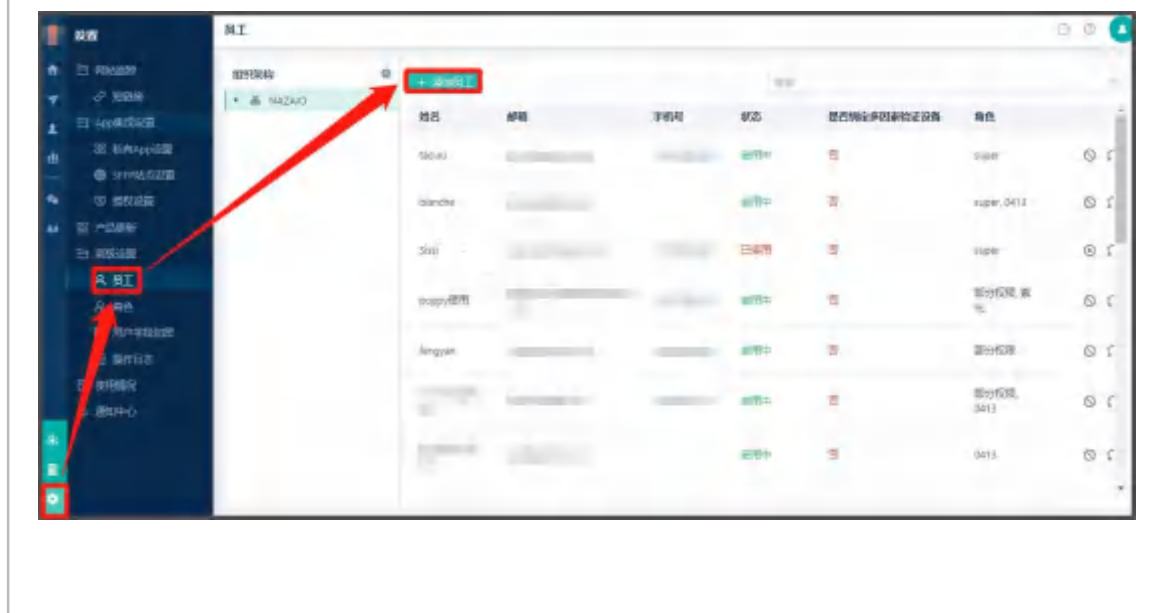
1.11.4.5.3.2 员工类型

1. **【高级员工】**：[系统](#)的最高权限的员工，在系统开通时，由客户决定高级员工数量并由[系统](#)人员开通，客户无法自行开通**【高级员工】**，需要增加**【高级员工】**，烦请联系[系统](#)商务。
2. **【员工】**：一般操作员，在系统中没有**【高级设置】**功能，只有**【高级员工】**可以在系统添加/删除/编辑员工信息。



1.11.4.5.3.2.1 如何添加员工

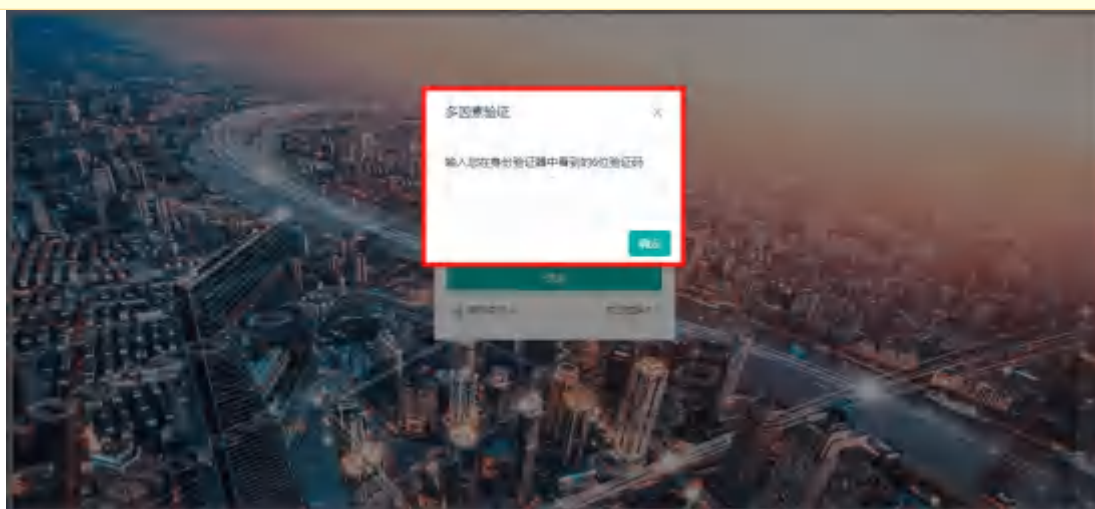
添加路径：【设置】>【高级设置】>【员工】>【添加员工】





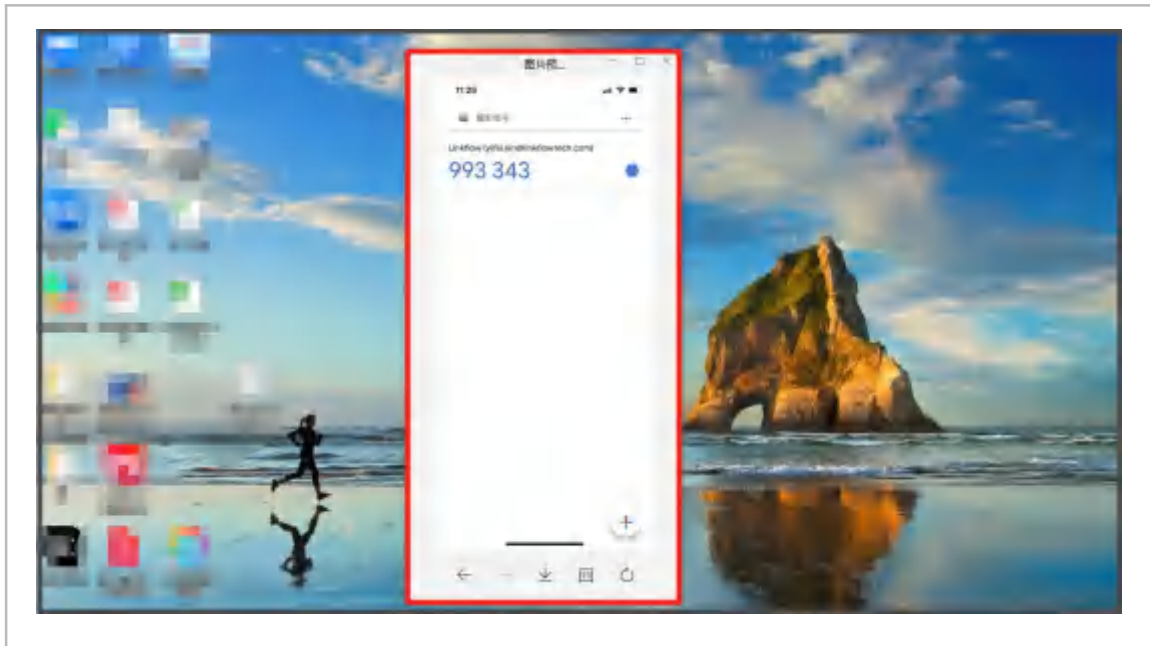
注：

1. **【密码】**：没有限制，可以任意设定字母、数字等
2. **【角色】**：需要先在**【角色】**中设定角色以及改角色对应的权限
3. 什么是开启多因素验证？
——随着网络用户数据的泄露问题日益严重，单纯使用用户名和密码来保护用户资料已不够安全。主要的网络服务都开始使用多因素验证来进一步保护用户数据安全。多因素验证的英文是 **Multi-factor authentication**，常缩写为 **MFA**。
——使用账号密码登录系统时，除了输入账号密码外，还需要输入**【多因素验证 APP】**中的 6 位数的验证码。



——创建员工时，如果开启了多因素验证，使用员工账号密码登录时，需要提供一个 6 位数验证码才可以登录[系统](#)。

——需要登录手机，打开多因素验证 APP，然后将 6 位数验证码填写到以上登录页面。（每次打开，验证码会随机变动）



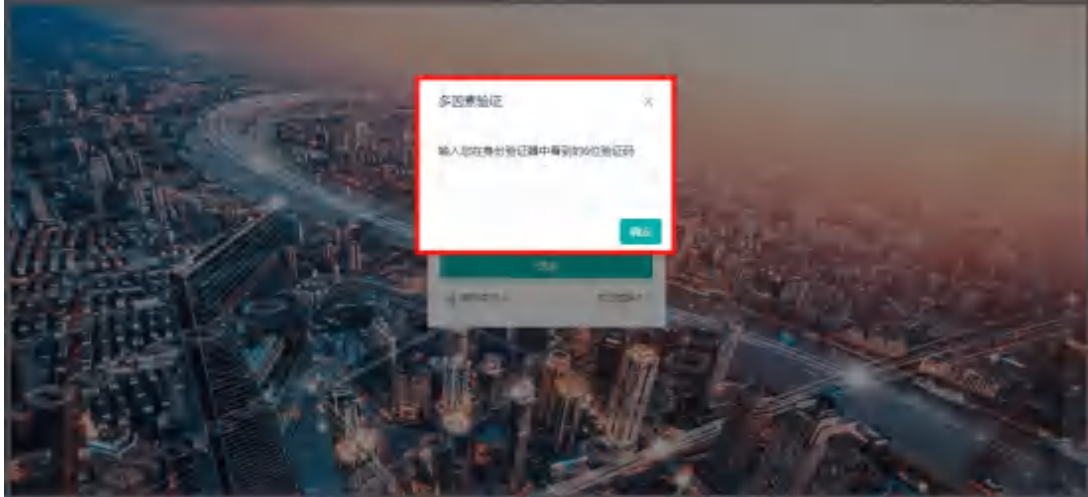
1.11.4.5.4 如何使用【多因素验证器】(登录验证码)

- [什么是【多因素验证器】？](#)
- [如何下载并安装【多因素验证器】？](#)
- [如何开启多因素验证](#)
- [如何关闭多因素验证？](#)
 - [多因素验证场景](#)
 - [关闭方式](#)

1.11.4.5.4.1 什么是【多因素验证器】？

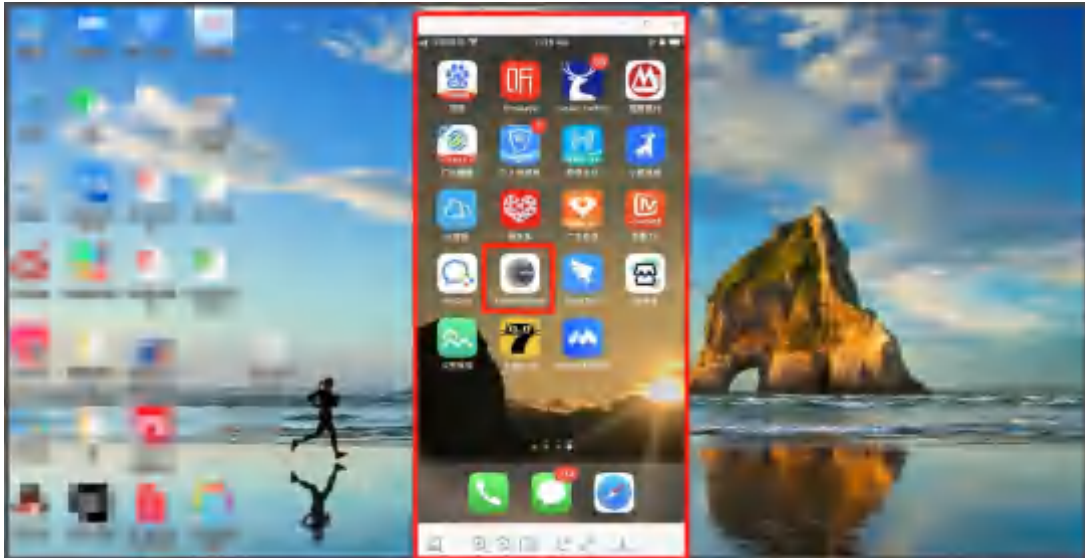
——随着网络用户数据的泄露问题日益严重，单纯使用用户名和密码来保护用户资料已不够安全。主要的网络服务都开始使用多因素验证来进一步保护用户数据安全。多因素验证的英文是 Multi-factor authentication，常缩写为 **MFA**。

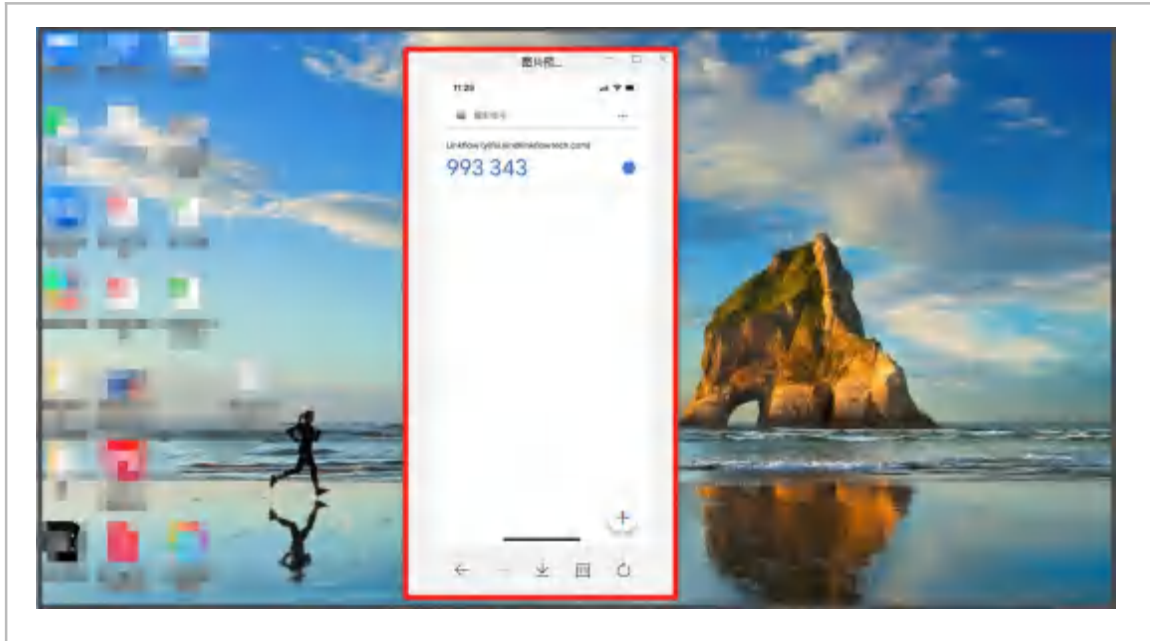
——使用账号密码登录系统时，除了输入账号密码外，还需要输入【多因素验证 APP】中的 6 位数的验证码。



——创建员工时，如果开启了多因素验证，使用员工账号密码登录时，需要提供一个6位数验证码才可以登录[系统](#)。

——需要登录手机，打开多因素验证 APP，然后将6位数验证码填写到以上登录页面。（每次打开，验证码会随机变动）





1.11.4.5.4.2 如何下载并安装【多因素验证器】？

——被要求开启多因素验证后，操作员首次登录[系统](#)时，需要进行第二步验证的设备绑定

A. 需要登录的员工在应用市场下载“身份验证器”，苹果手机下载“Google authenticator”，安卓手机如果无法使用“Google 身份验证器”，可使用【M 令牌】或【小米令牌】等身份验证器应用。

B. 多因素验证有多种类型，[系统](#)采用的是借助身份验证器应用这种类型的验证方式，您可以在应用商店下载“身份验证器”应用，免费获取验证码，即使手机未连接到网络也无妨。

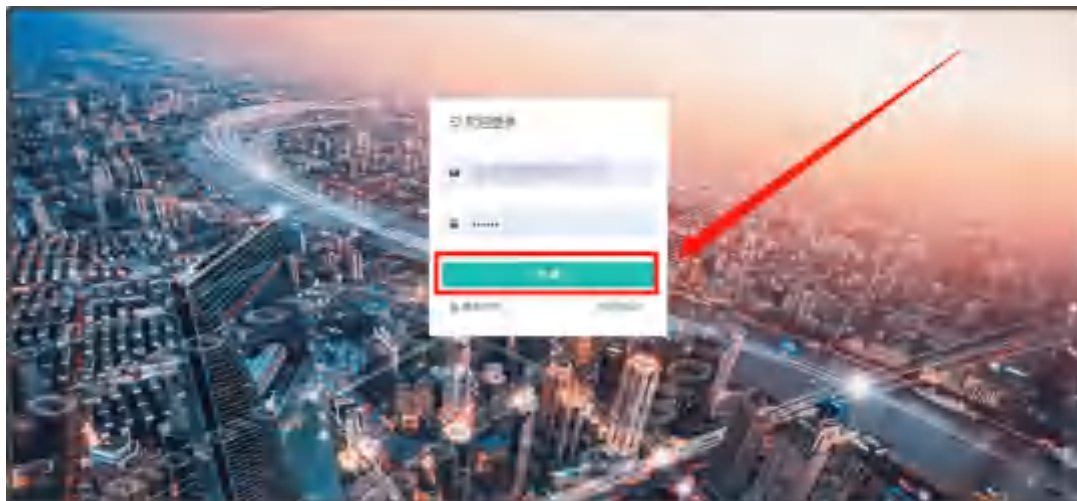
【Android】和【iPhone】的应用市场都可以找到此类应用，比如“Google 身份验证器”

注：应用类存在更新或者下架问题。

iphone 扫描以下二维码：



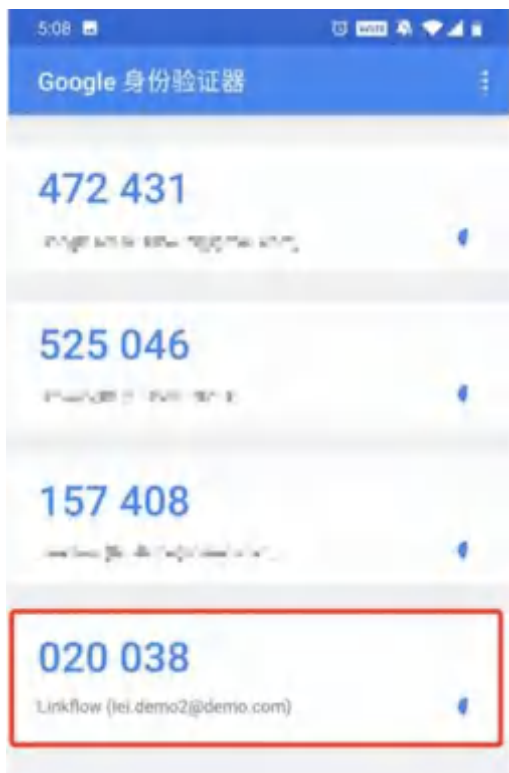
【Android】安卓手机【应用市场】如果无法使用“Google 身份验证器”，可使用【M 令牌】或【小米令牌】等身份验证器应用（支持基于谷歌身份验证的应用或 web 登录服务，兼容安卓 9.0）；
或者直接搜索【Authenticator】开启多因素验证的操作员首次点击登录，并点击下一步进入到二维码页面，可通过【身份验证器】扫描此二维码绑定设备



C. 绑定设备，使用手机下载好的【身份验证器】，点击“添加”按钮，扫描二维码



扫描成功后，会在“身份验证器”应用中新增一行验证码



如果无法扫描二维码，则可点击获取密钥，通过“身份验证器”采取手动“输入提供的密钥”的方式，进行设备验证





D. 输入验证码进行验证

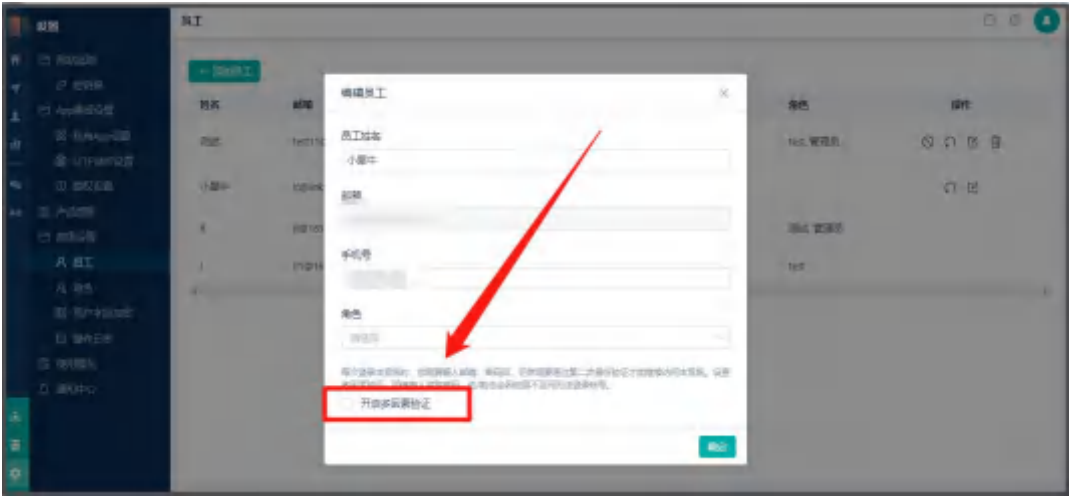
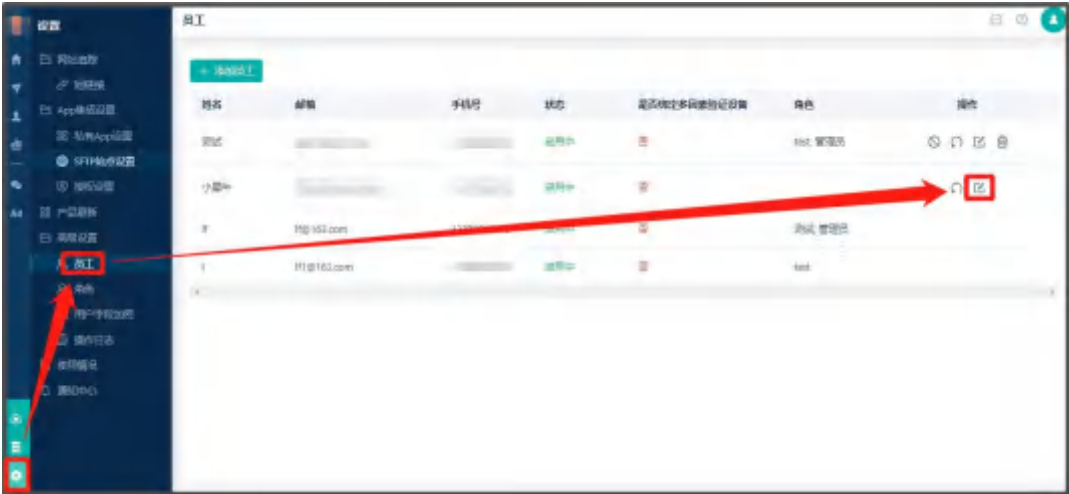
将“身份验证器”的动态验证码输入到[系统](#)中，如果输入正确，则完成首次绑定



1.11.4.5.4.3 如何开启多因素验证

首先使用【高级员工】登录系统 > 然后选择需要开启多因素验证的员工（无【高级员工】权限无法进行此权限设置）

- 路径：【设置】>【高级设置】>【员工】



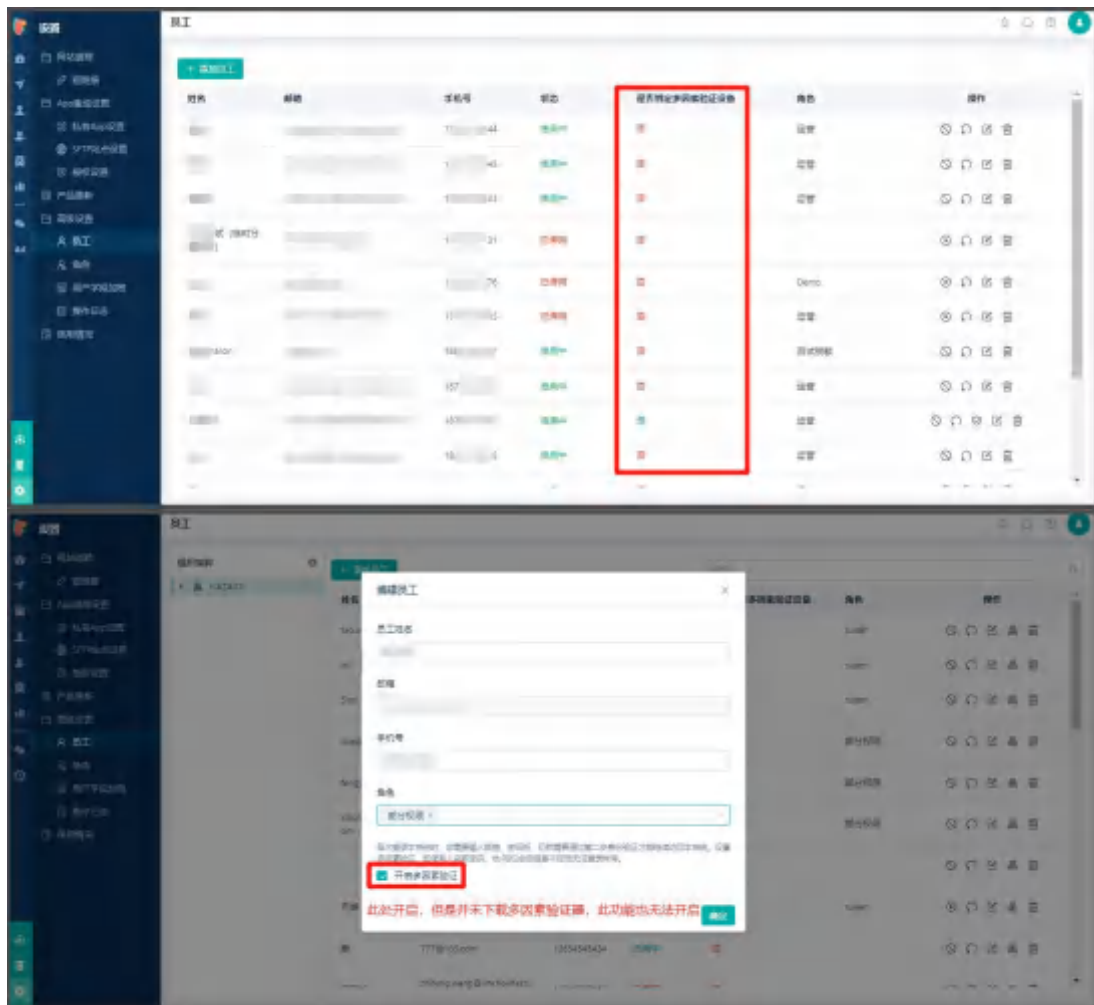
- 开启后并下载【多因素验证器】，操作如上
- 关闭【多因素验证】操作路径与开启路径一致。

1.11.4.5.4.4 如何关闭多因素验证？

多因素验证场景

1、已【开启多因素验证】并已经下载并绑定过【多因素验证设备】，会显示是；

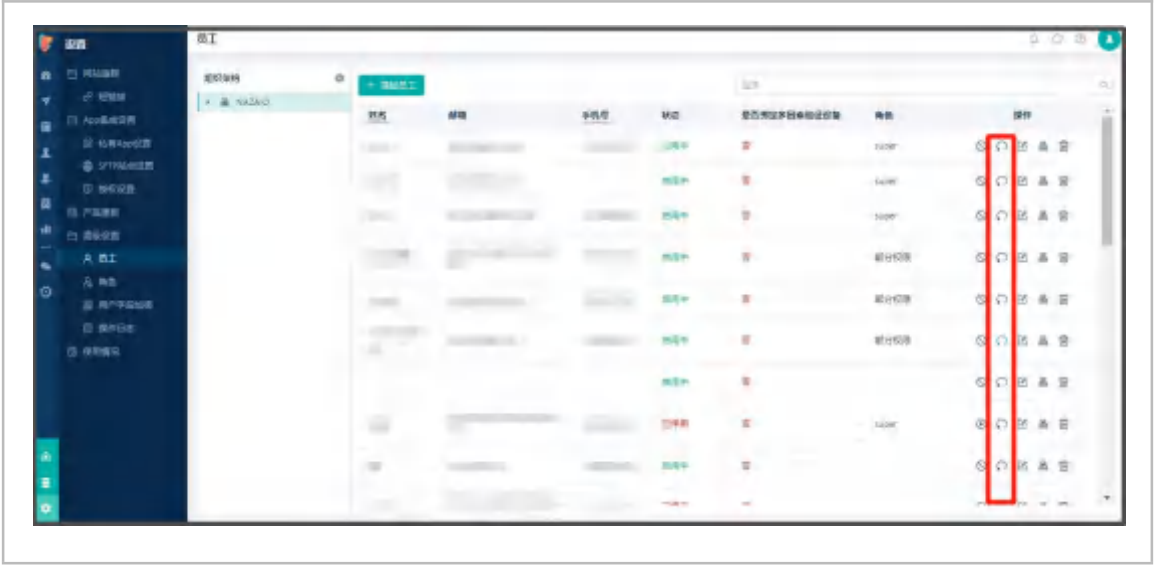
2、已【开启多因素验证】，但并未下载和绑定过【多因素验证设备】，会显示否。（如下图）



关闭方式

关闭路径：【设置】>【员工】>选择已开启多因素验证的“员工”>取消勾选【多因素验证】>点击【重置】





1.11.4.5.5 业务对象分配所属部门

- [什么是业务对象分配所属部门?](#)
- [如何给业务对象分配所属部门?](#)
 - [新增业务对象的初始部门](#)
 - [更改业务对象所属部门](#)
 - [查看业务对象数据](#)

1.11.4.5.5.1 什么是业务对象分配所属部门?

系统支持分配数据权限，若想实现不同的部门间查看的业务对象不同，即可用该功能实现。给业务对象分配所属部门后，即仅该部门及其父部门内的员工可查看到该业务对象。现支持分配所属部门的业务对象有：仪表盘及仪表盘文件夹、客户旅程及客户旅程文件夹、报表分析、微信报表。

注：使用该功能前，请联系客服开启组织架构功能，未开启无法使用该功能。

1.11.4.5.5.2 如何给业务对象分配所属部门?

新增业务对象时，系统会自动给该对象分配一个所属部门，您也可以更改该业务对象的所属部门。下面将从以下几个部分进行说明：
1、新增业务对象的初始部门。
2、更改业务对象所属部门。
3、查看业务对象数据。
说明：给各业务对象分配所属部门的操作及规则均类似，下面以仪表盘和仪表盘文件夹为例讲述。
新增业务对象的初始部门
新增仪表盘的初始所属部门为哪个取决于是否在文件夹内新建仪表盘：

操作		对象所属部门
新增仪表盘	在文件夹内新建仪表盘 (新建的对象会自动添加至文件夹内)	1、若文件夹已有所属部门，则在该文件夹内新建的仪表盘所属部门默认同文件夹部门 2、若文件夹未有所属部门，则在该文件夹内新建的对象所属部门默认同创建员工所在的部门
	不在文件夹内新建仪表盘 (新建的对象不关联任何文件夹)	新建的对象所属部门默认同创建员工所在的部门

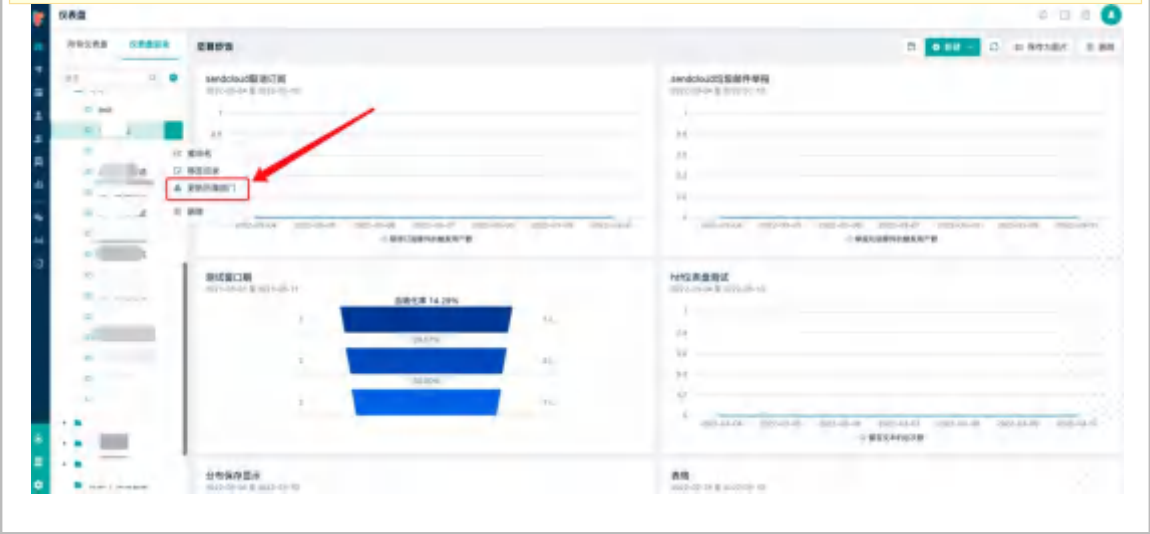
新增仪表盘文件夹的初始所属部门为哪个取决于新建的是父文件夹还是子文件夹：

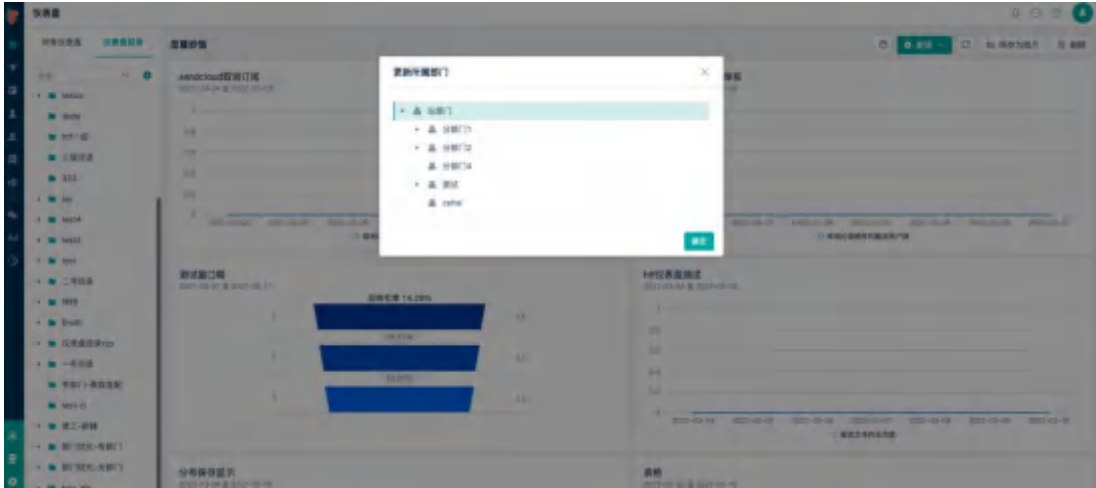
操作		对象所属部门
新建文件夹	新建父文件夹	文件夹所属部门默认为创建员工所在部门
	新建子文件夹	1、其父文件夹已有所属部门，则该新建的子文件夹所属部门默认同其父文件夹部门 2、其父文件夹未有所属部门，则新建的子文件夹默认同创建员工所在的部门

更改业务对象所属部门

1、更改所属部门操作：
在仪表盘/仪表盘文件夹的更多操作内点击“更新所属部门”选项，在弹出的弹窗内选择需更改的部门即可。

注：
1、仅可更改为员工自身所在部门或其下的子部门。
2、若需更改部门的仪表盘在文件夹内，需看该文件夹是否分配所属部门，若已分配，则不可更改这个仪表盘的所属部门；反之，可更改。
3、若需更改文件夹的所属部门，需看该文件夹是否为父文件夹，若为父文件夹，可更改；若为子文件夹，需进而看该文件夹的父文件夹是否分配所属部门，若已分配，不可更改，反之可更改。





2、更改所属部门的规则

更改仪表盘所属部门

操作		说明
更改仪表盘所属部门	仪表盘在文件夹内	1、若该文件夹已有所属部门，不可更改其下仪表盘的所属部门。 2、若该文件夹未有所属部门，可更改其下的仪表盘的所属部门。且更改所属部门弹窗内仅可选择该操作员工所在部门及其所有子部门
	仪表盘不在文件夹内	可更改所属部门，且更改所属部门弹窗内仅可选择该操作员工所在部门及其所有子部门。

更改文件夹所属部门

操作		说明
更改文件夹所属部门	更改父文件夹	可更改所属部门，且更改所属部门弹窗内仅可选择该操作员工所在部门及其所有子部门。 更改后，该父文件夹下的所有子文件夹及其下的所有仪表盘的所属部门均同步更改，更改为父文件夹所在部门。
	更改子文件夹	1、若其的父文件夹已有所属部门，不可更改该子文件夹的所属部门。 2、若其的父文件夹未有所属部门，可更改该子文件夹的所属部门，且更改所属部门弹窗内仅可选择该操作员工所在部门及其所有子部门。 更改后，该子文件夹下的所有仪表盘的所属部门均同步更改，更改为该子文件夹所在部门。

添加至目录/移至目录

操作		说明
将仪表盘添加至目录		1、添加至目录的弹窗内仅可显示有数据权限的文件夹，即仅显示可查看的文件夹。 2、若添加至的文件夹已有所属部门，则移动后，仪表盘的所属部门自动更改为文件夹所在部门； 若添加至的文件夹未有所属部门，则移动后，仪表盘的所属部门不变更。
将文件夹移至其他		1、移至目录的弹窗内仅显示有数据权限的文件夹，即仅显示可查看的文件

目录下	夹。 2、若移至的目录已有所属部门，则移动后，该文件夹的所属部门自动变更为移至的文件夹所在部门。 若移至的目录未有所属部门，则移动后，该文件夹的所属部门不变更。
-----	--

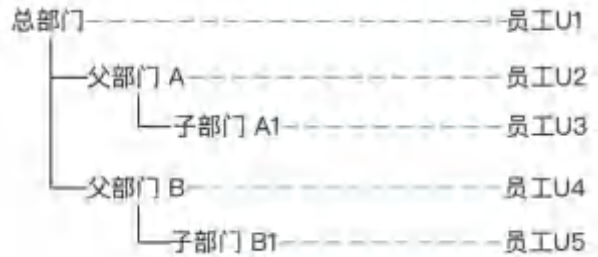
查看业务对象数据

登录系统后，是否能查看到业务对象的数据，具体要看是否具有该业务对象的数据权限。

业务对象	数据权限
未分配所属部门的业务对象	所有员工均有该类业务对象的数据权限。
已分配所属部门的业务对象	仅其所属部门及其父部门内的员工有该类业务对象的数据权限

案例说明：

假设现有组织架构：



若按照上述规则更改所属部门后，仅可能存在三种情况：

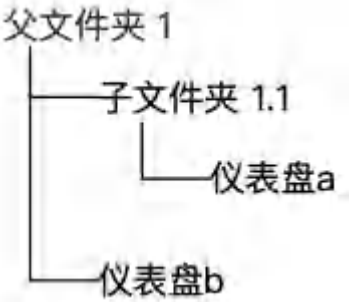
①文件夹和其下子文件夹、其下业务对象的所属部门均一致。

案例	查看数据	
	员工	业务对象
	U1、U2	文件夹：可查看 1、1.1 仪表盘：可查看 a、b
	U3、U4、U5	均不可查看

②文件夹未分配部门，其下业务对象有分配部门。

案例	查看数据	
	员工	业务对象
	U1	文件夹：可查看 1、1.1 仪表盘：可查看 a、b、c
	U2	文件夹：可查看 1、1.1 仪表盘：可查看 a、c
	U4	文件夹：可查看 1 仪表盘：可查看 b、c
	U3、U5	文件夹：可查看 1 仪表盘：可查看 c

③文件夹及其下业务对象均未分配部门。

案例	查看数据	
	员工	业务对象
	U1、U2、U3、U4、U5	文件夹：可查看 1、1.1 仪表盘：可查看 a、b

注：
1、特殊情况：具有仪表盘数据权限，但无其内报表（卡片）的数据权限
可查看仪表盘数据，但是点击卡片-编辑时，跳转到的报表页会显示无权限。



1.11.4.6 角色

- [如何添加角色、管理角色](#)
 - [新建角色](#)
 - [管理角色](#)
- [功能权限的定义](#)
- [添加普通员工和管理员普通员工](#)

——对于中大型客户，会有多个部门的不同用户（如：销售、销售经理、运营经理、运营专员等角色）使用系统，这样就需要对这些用户进行权限管理。因此，系统提供了角色功

能满足不同的用户有不同的业务权限的需求。
——【角色】是一项高级功能，需要[系统](#)官方授权，然后由【高级员工】来添加、管理角色。

1.11.4.6.1 如何添加角色、管理角色

使用【高级员工】账号登录[系统](#)后，可以进行角色权限分配。

新建角色

1、按路径【设置】>【高级设置】>【角色】> 在该页面显示所有的角色+支持新建“角色”

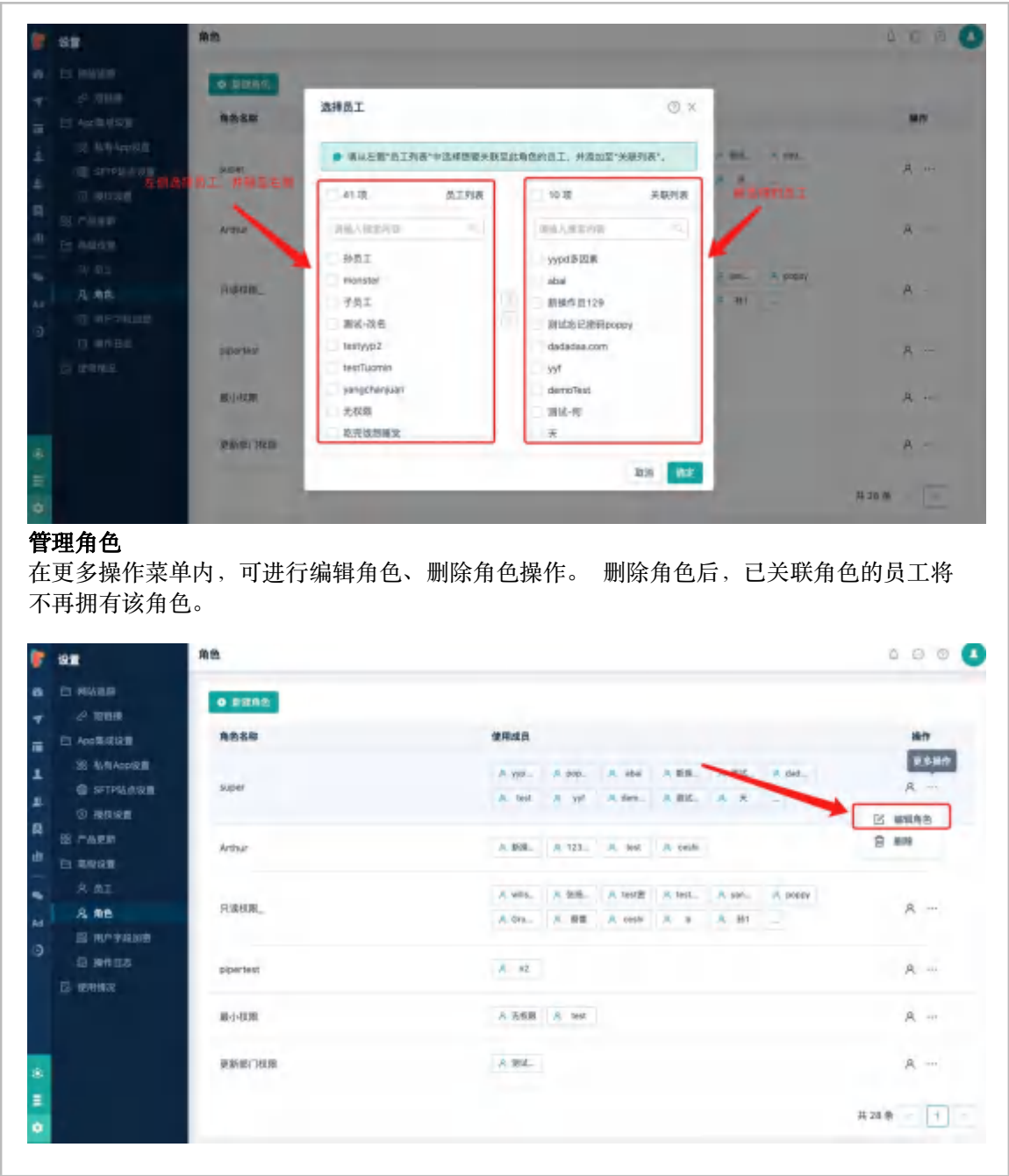


2、点击“新建角色”，进入新建角色页面，在此可以设置角色名称以及配置该角色拥有的功能权限。



3、您可以自定义设置角色功能权限，也可使用“快速选择”功能，系统预置了几类角色可供您快速选中权限。选择后也可对权限进行调整。





管理角色
在更多操作菜单内，可进行编辑角色、删除角色操作。 删除角色后，已关联角色的员工将不再拥有该角色。

1.11.4.6.2 功能权限的定义

以下功能（如用户标签）在 TMS 内未开通，则无法配置该功能相关的权限；只有给租户开启功能后，系统内才能配置该功能的权限。					
一级菜单	二级菜单	权限	说明	页面/模块	可用操作
仪表盘	仪表盘	查看	可查看仪表盘数据。	所有仪表盘	搜索；查看仪表盘列表；
				仪表盘数据	查看仪表盘数据；选择临时时间范围、刷新、保存为图片

		编辑	可新建仪表盘，编辑仪表盘，管理仪表盘卡片。	仪表盘卡片	强制刷新、漏斗/趋势；
				所有仪表盘	新建、重命名、更新所属部门、移至目录；
				仪表盘目录-目录列表	新建-新建仪表盘；
				仪表盘卡片	小/中/大、移除；
		报表分析页	添加至仪表盘；添加至仪表盘-新建；		
		删除	可删除仪表盘。	所有仪表盘-仪表盘列表	删除；
				仪表盘目录-仪表盘列表	删除；
				仪表盘数据	删除；
	仪表盘目录	查看	可查看仪表盘目录。	目录列表	搜索；
		编辑	可新建仪表盘目录，编辑仪表盘目录。	目录列表	编辑目录、更新所属部门、置顶、上移、下移；
				目录列表	新建目录、新建子目录；
		删除	可删除仪表盘目录。	目录列表	删除；

注意：仪表盘查看权限和仪表盘目录查看权限会同时拥有，两者是关联权限。若需要仪表盘其他的权限，则仪表盘查看权限和仪表盘目录查看权限会默认选中。

客户旅程	客户旅程	查看	可查看客户旅程列表。	旅程状态	按状态查看客户旅程；
				客户旅程列表	搜索；
		编辑	可新建客户旅程，以及编辑客户旅程。	客户旅程列表	新建客户旅程； 更多操作-停止、重新编辑、更新所属部门、复制；
				客户旅程编辑页	重命名、添加文字、添加箭头、设置客户旅程； 保存、发布、复制、保存为模版、添加至目录； 拖动图元、修改图元设置； 缩放、放大、缩小、清空画布；
				用户详情页	时间轴-事件-跳转到客户旅程；
		删除	可删除客户旅程。	客户旅程列表	更多操作-删除；
				客户旅程编辑页	删除；
		客户	查看	可查看客户旅程目录。	旅程目录

	旅程目录	编辑	可新建客户旅程目录，编辑客户旅程目录。	旅程目录-目录列表	新建目录、新建子目录； 编辑目录、移至目录、更新所属部门、置顶、上移、下移；
		删除	可删除客户旅程目录。	旅程目录-目录列表	删除；
注意：客户旅程查看权限和客户旅程目录查看权限会同时拥有，两者是关联权限。若需要客户旅程其他的权限，则客户旅程查看权限和客户旅程目录查看权限会默认选中。					
用户	用户	查看（默认）	可查看用户列表，搜索用户，以及查看用户详情。	所有用户	切换追踪用户/匿名用户/全部用户； 普通搜索/高级搜索； 更多操作-搜索微信 ID；
				用户详情页	查看全部属性； 用户画像-显示设置； 时间轴-选择事件、选择连接；
				群组详情页	切换追踪用户/匿名用户/全部用户； 筛选用户；
	编辑		可新建用户，编辑用户，以及设置用户列表显示列。	所有用户-用户列表	操作-编辑； 更多操作-定制显示列、批量编辑用户；
				所有用户	新建用户；
				用户详情页	编辑用户、属性显示；
				群组详情页-用户列表	操作-编辑；
	导入		可导入用户。	所有用户	更多操作-导入用户；
				连接详情页-同步连接用户	自动导入设置、手动导入；
	导出		可导出用户。	所有用户	更多操作-导出用户、导出任务列表；
				群组详情页	更多操作-导出用户、导出任务列表；
	合并用户		可设置合并用户。	所有用户	更多操作-合并用户；
	数据不脱敏		可使设置加密的用户属性不脱敏展示。 (即不显示“****”)	-	-
注意：用户查看权限是系统默认权限，不可取消，所有角色都必须拥有。					
群组	群组	查看	可查看或搜索群组，以	所有群组	最近使用/所有动态组/所有静态

			及查看群组详情。		组分类查看；
				群组详情页	可点击群组进入群组详情页；
				群组列表	搜索；
				客户旅程等可选择群组的地方	下拉框可选择群组；
		编辑	可新建群组，编辑群组以及对群组进行计算。	群组列表	新建动态组、新建静态组； 操作-编辑群组； 更多操作-移至目录、移出群组目录、另存为、同步至微信标签、重新计算；
				所有用户页； 群组详情页-用户列表；	操作-添加至群组；
				用户详情页	添加至/移出静态组
				标签/报表数据表格	新建动态组（下钻组）
		删除	可删除群组。	群组列表	更多操作-删除；
	群组目录	查看	可查看群组目录。	群组目录	搜索；
		编辑	可新建群组目录，编辑群组目录。	群组目录-目录列表	编辑目录、移至目录、置顶、上移、下移；
				群组目录	新建目录、新建子目录；
		删除	可删除群组目录。	群组目录-目录列表	删除；
注意：群组查看权限和群组目录查看权限会同时拥有，两者是关联权限。若需要群组其他的权限，则群组查看权限和群组目录查看权限会默认选中。					
用户标签	标签	查看	可搜索或查看用户标签，以及查看或刷新用户标签数据。	所有标签	搜索；
				标签数据	切换时间下拉框；显示分组； 更多操作-强制刷新；
				用户标签页	设置用户标签
		编辑	可新建用户标签，编辑用户标签，以及重新计算用户标签。	标签数据	编辑；另存为；操作-计算；
				所有标签-标签列表	移至目录；
				所有标签	新建用户标签；
				标签体系-目录列表	更多操作-新建-新建用户标签；
	删除	可删除用户标签。	标签数据	删除；	

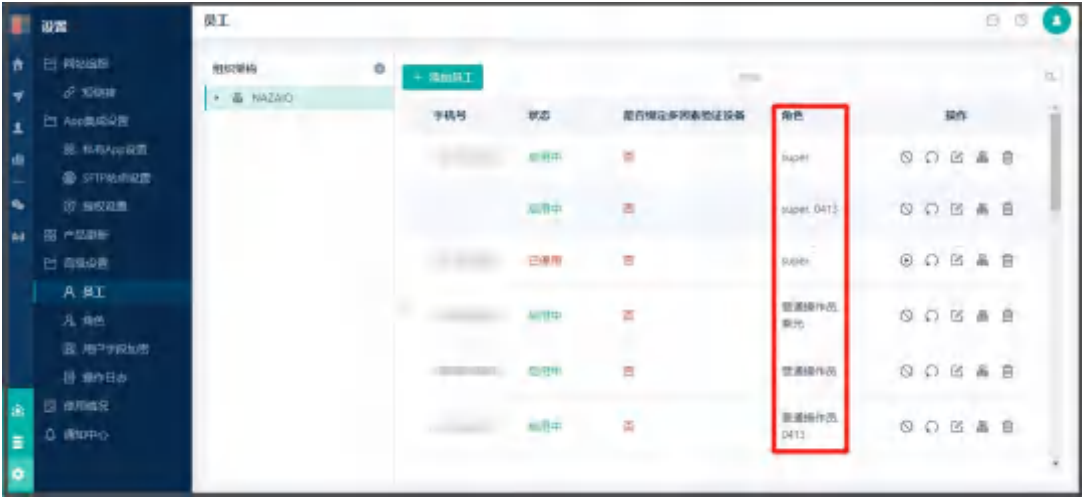
		导出	可导出用户标签数据。	标签数据	操作-导出；
	标签目录	查看	可查看用户标签目录。	标签体系	搜索；
		编辑	可新建用户标签目录，编辑用户标签目录。	标签体系-目录列表	更多操作-编辑目录、移至目录、置顶、上移、下移
				标签体系	新建目录；更多操作-新建-新建子目录；
		删除	可删除用户标签目录。	标签体系-目录列表	更多操作-删除；
注意：用户标签查看权限和用户标签目录查看权限会同时拥有，两者是关联权限。若需要用户标签其他的权限，则用户标签查看权限和用户标签目录查看权限会默认选中。					
报表分析	报表	查看	可查看所有类型的报表数据，以及刷新报表数据。	所有报表页	可选择分析类型；可搜索报表；可点击报表名称跳转到报表页；
				各类报表分析页	可查看报表数据；可切换报表、强制刷新；
				时域分析、地域分析页	操作均可用；（注意：选择群组，前提需有群组-查看权限才可使用）
		编辑	可新建报表，编辑报表，以及导出报表数据。	各类报表分析页	该页所有操作均可用；（除删除按钮、添加至仪表盘。删除需有报表分析-删除权限；添加至仪表盘需有仪表盘-编辑权限）
				仪表盘页	新建报表分析相关的报表
				客户旅程页	设置转化目标
		删除	可删除报表。	所有报表页	删除/批量删除报表分析相关的报表
				各类报表页	更多操作-删除；
注意：若需要报表除查看外其他的权限，则报表查看权限会默认选中。					
广告追踪	广告分析	查看	可查看广告分析数据。	各类广告分析页	表格数据可查看；
		管理	可设置广告分析，以及导出广告分析数据。	各类广告分析页	各按钮设置均可操作。
注意：若需要广告分析管理权限，则广告分析查看权限会默认选中。					
连接管理	连接	查看（默认）	可查看所有连接，以及选择连接账号。	连接管理页	可查看所有连接，但不可点击进入连接详情页
				客户旅程/报表分析等可选择连	下拉框可选择连接账号

				接账号的地方	
		编辑	可新建连接，编辑连接，以及使用连接内功能。	连接详情页	可进入连接详情页，使用其中的功能； 可编辑连接名称；
				连接管理页/客户旅程编辑页	可新建连接
		删除	可删除连接。	连接管理页/连接详情页	可删除连接
注意：连接查看权限是系统默认权限，不可取消，所有角色都必须拥有。					
元数据管理	元数据管理	查看（默认）	可搜索或查看各类元数据列表，以及查看自定义图元。	-	-
		管理	可对各类元数据进行新建、编辑、导出等操作，以及设置自定义图元。	-	-
注意：元数据管理查看权限是系统默认权限，不可取消，所有角色都必须拥有。					
设置	网站追踪	短链接（默认）	可新建、搜索/筛选、复制短链接； 可管理短链接分组。	短链接页	该页所有操作均可用；
	App 集成设置	私有 App 设置	可新建、编辑私有 App。	私有 App 页	该页所有操作均可用；
		SFTP 站点设置	可添加、编辑、连接 SFTP 站点。	SFTP 站点设置	该页所有操作均可用；
		授权设置	可新建、编辑、更新授权。	授权设置页	该页所有操作均可用；
	使用情况	查看	可查看系统使用情况。	使用情况页	-
注意：因短链接是系统基础功能，短链接权限系统默认选中，不可取消，所有角色都必须拥有。					
微信营销	触达	群发	可新建、编辑、取消群发。	群发页	该页所有操作均可用；
		模版消息通知	可新建、筛选模版消息。	模版消息通知页	该页所有操作均可用；
		订阅通知	可新建、筛选订阅通知	订阅通知页	该页所有操作均可用；
	二维码管	带参二维码	可新建、搜索/筛选、编辑/下载二维码；	带参二维码页	该页所有操作均可用；

理		可管理二维码分组。		
	一人一码	可搜索/筛选，下载一人一码； 可管理二维码分组。	一人一码页	该页所有操作均可用；
基础设置	菜单管理	可添加、编辑公众号菜单。	菜单管理页	该页所有操作均可用；
	卡券管理	可同步微信卡券或查看卡券详情。	卡券管理页	该页所有操作均可用；
	图文素材	可查看图文素材，设置图文说明。	图文素材页	该页所有操作均可用；
	菜单会话	可新建、编辑、删除菜单会话。	菜单会话页	该页所有操作均可用；
	微信标签		微信标签页	该页所有操作均可用；
微信分析	查看	可查看微信各类分析数据。	微信报表明细页	可查看数据； 可选择时间区间、对比时间、搜索框。
			其他微信分析	可切换报表，强制刷新
	编辑	可编辑微信各类分析，以及导出数据。	微信报表明细页	导出
			其他微信分析	该页面操作均可用。 （除添加至仪表盘和删除操作，添加至仪表盘需有仪表盘编辑权限，删除需有微信分析删除权限）
			仪表盘页	可新建微信分析
	删除	可删除微信各类分析。	除微信报表明细外的其他分析	更多操作-删除
			所有报表页	可删除微信分析
注意：需有微信公众号连接后，才可设置微信营销相关权限。				

1.11.4.6.3 添加普通员工和管理员普通员工

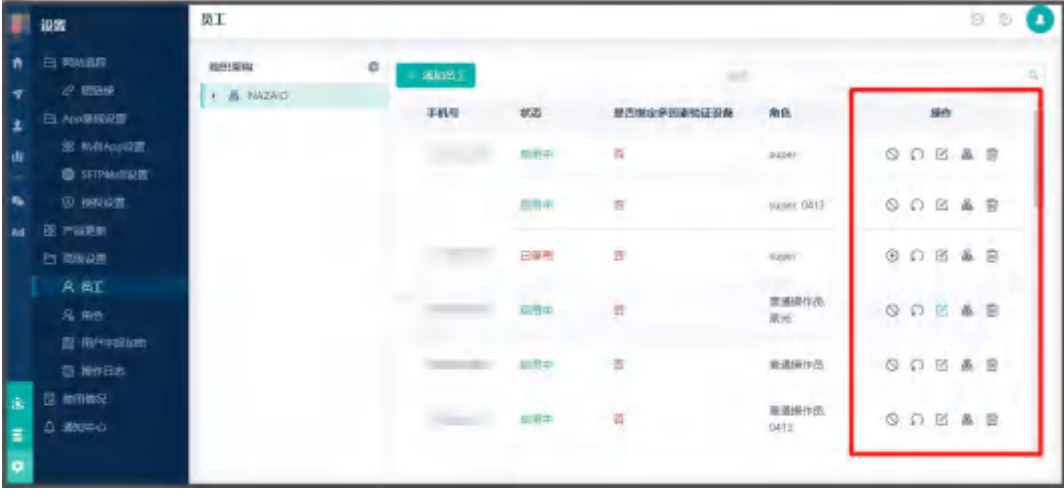
- 启用“角色”功能后，员工列表会增加“角色”一列，显示该员工所属角色。



- 在添加员工、编辑员工窗口，将增加选择“角色”配置项，此处选择的角色来自“角色”页面配置的角色，支持多选。如下图：



- 高级员工同样可以对已添加的普通员工进行启用/停用、修改密码、编辑、删除等管理操作



1.11.4.7 用户字段加密

- [为什么要提供用户字段加密？](#)
- [什么是用户字段加密？](#)
- [选择需要脱敏的字段](#)
- [选择不被脱敏的普通员工](#)
- [用户字段脱敏后显示](#)
- [手机号 RSA 加密](#)

1.11.4.7.1 为什么要提供用户字段加密？

——[系统](#)中记录了大量联系人信息，这些信息能够帮助您和团队通过数据驱动优化业务，同时，也需要最大化的对联系人个人信息安全和隐私进行保护。

——因此，[系统](#)提供了联系人字段加密功能，让您可以根据自己的业务需要，对联系人的敏感信息进行加密处理。

——此功能是【高级员工】才有的权限，如需加密，需要使用【高级员工】账号登录。【高级员工】权限可以联系[系统](#)在线客服协助开通！

1.11.4.7.2 什么是用户字段加密？

——用户（联系人）字段加密设置是一项高级功能，需要[系统](#)官方授权，然后由高级员工进行设置，设置后对符合条件的普通操作员生效。

1.11.4.7.3 选择需要脱敏的字段

操作路径：使用【高级员工】账号登录[系统](#) > 【设置】 > 【高级设置】 > 【联系人字段加密】进入用户（联系人）字段加密（脱敏）页面。

在用户（联系人）字段加密页面您将看到所有的系统字段和自定义字段，默认都为不加密。



您可以对需要加密的字段进行加密，例如选择用户的「手机号码」字段，点击字段后的加密下拉框，设置为“脱敏”。

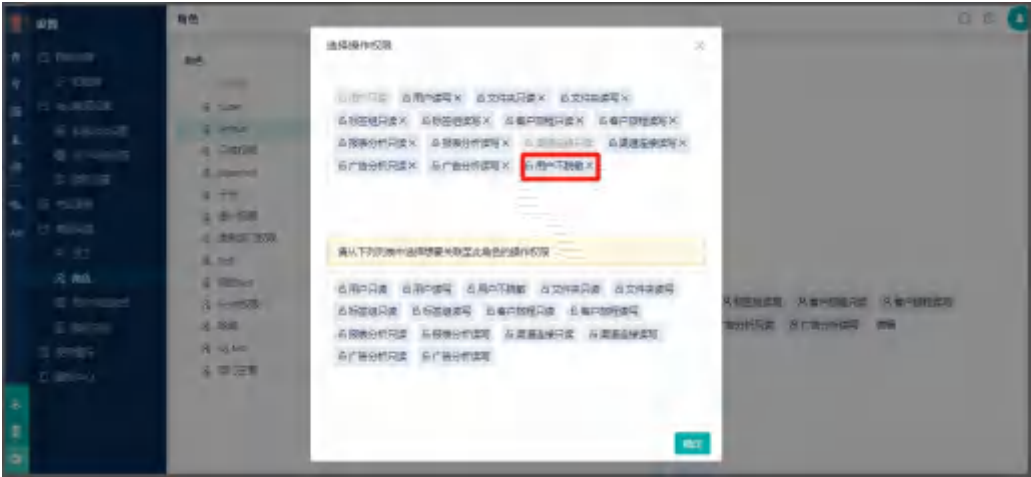


经过上面的设置，选定了哪些字段需要脱敏。

1.11.4.7.4 选择不被脱敏的普通员工

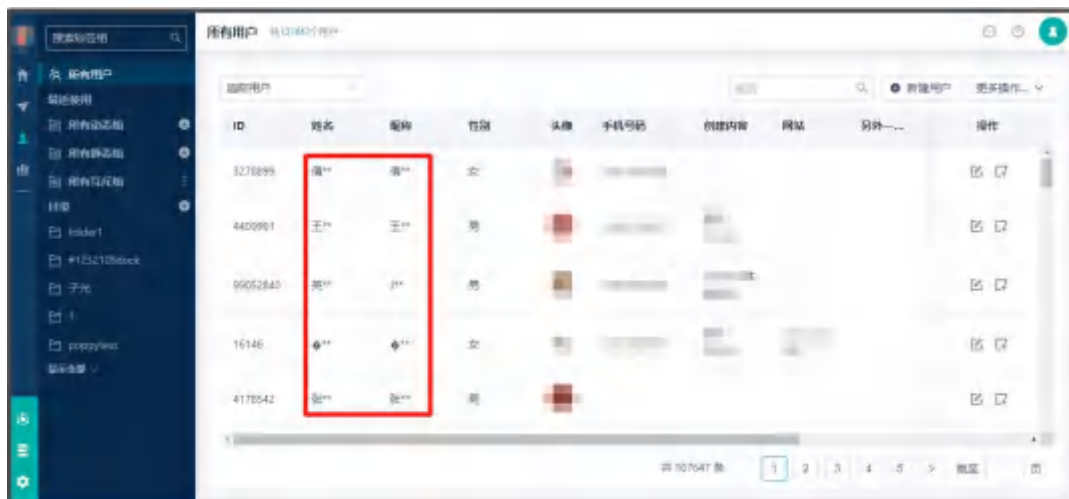
将字段设置为加密状态后，会对所有的普通员工都生效，若您希望对部分普通员工不生效，可以进行下述的配置：

- 路径【设置】-【高级设置】-【角色】进入角色配置页面，首选选择不需要生效的员工，然后在权限设置窗口，选择“联系人~~不~~脱敏”。这样联系人字段将不对该角色内的员工加密。
- 注：有关角色的配置见“角色”功能部分的帮助说明

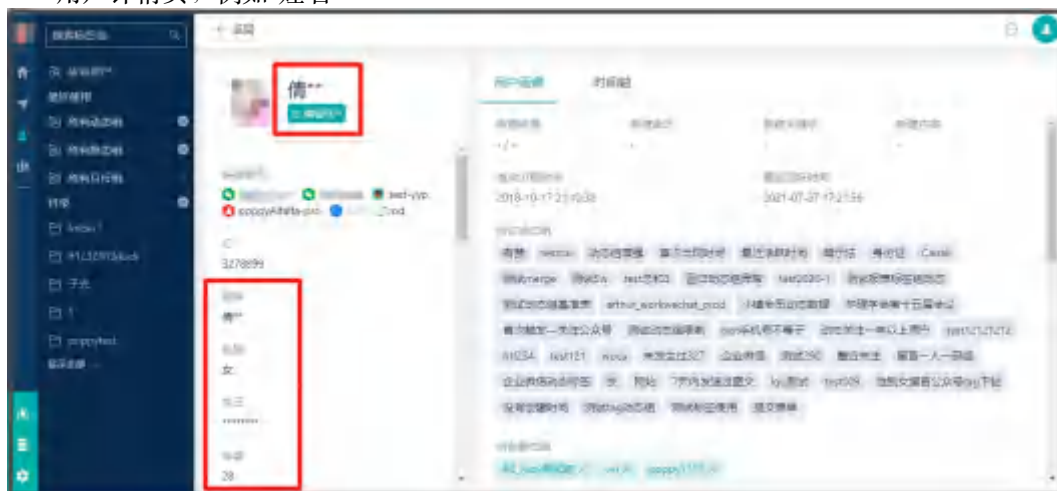


1.11.4.7.5 用户字段脱敏后显示

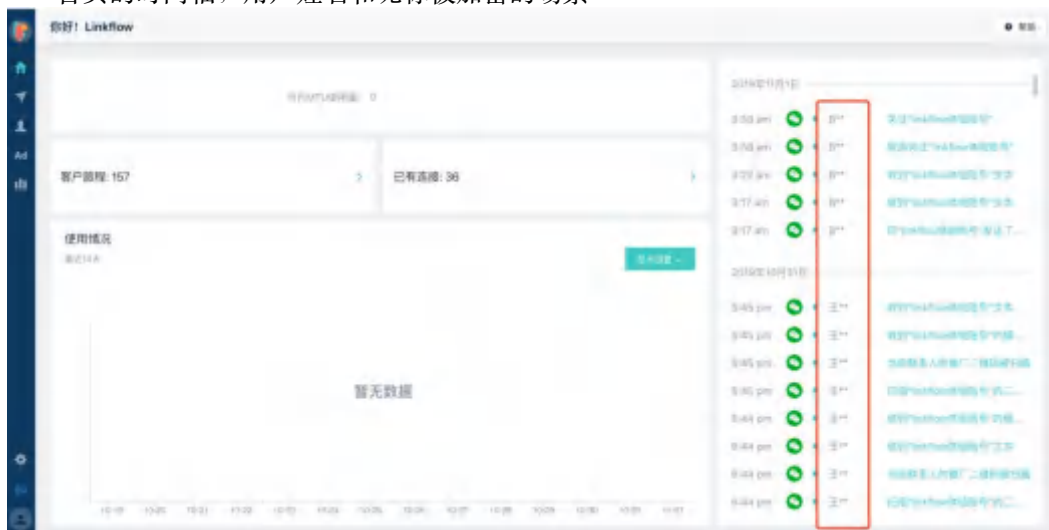
- 使用受加密影响的，普通员工账号登进系统后，会看到在产品的相应位置按加密规则进行处理和显示，位置如下：
- 用户列表页，例如“姓名”



- 用户详情页，例如“姓名”



- 首页的时间轴，用户姓名和昵称被加密的场景

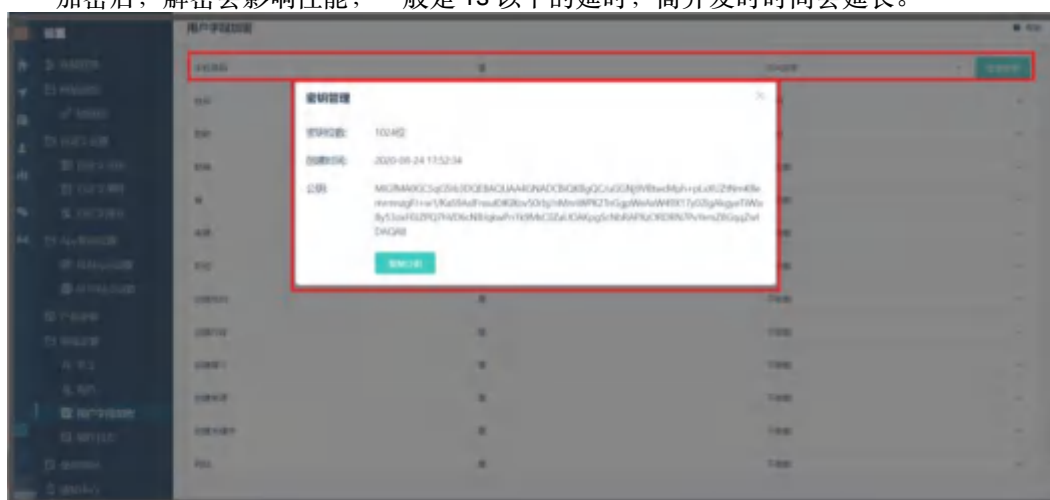


- 另外，以下相关功能，也会按加密规则处理：
 - 新建联系人：可以正常显示和输入，新建完成后，加密的字段继续显示为加密格式

- b. 导入联系人：可以正常导入，导入后，加密的字段继续显示为加密格式
- c. 导出联系人：加密的字段不支持导出
- d. 编辑联系人：加密的字段在编辑页面显示为空，若在被加密的字段输入新的内容，成功确定后，被加密的字段更新且继续显示为加密格式
- e. 合并联系人：加密的字段继续显示为加密格式

1.11.4.7.6 手机号 RSA 加密

- 客户如果考虑数据安全，不愿意将用户的手机号明文传输给系统，可以将手机号使用 RSA 加密后、密文传输给系统。此时手机号在前端会显示为一串字符串，无法与明文手机号合并。
- 客户需要自己实现相应的加密算法。
如果要使用该手机号，例如用手机号发送短信，系统未来可以实现。
加密后，解密会影响性能，一般是 1s 以下的延时，高并发时时间会延长。



1.11.4.8 操作日志

- 一、操作日志功能

- [二、操作日志查询与导出操作指引](#)

1.11.4.8.1 一、操作日志功能

——员工在系统的系统操作，会在操作日志中会被记录，用于之后回溯，操作日志会长期保留；

——操作日志可用于列表和筛选，便于管理员快速查找到某个员工、某个操作、某段时间等，同时支持导出；

——此操作仅有系统的高级管理员才有权限查询。

支持操作列表如下：

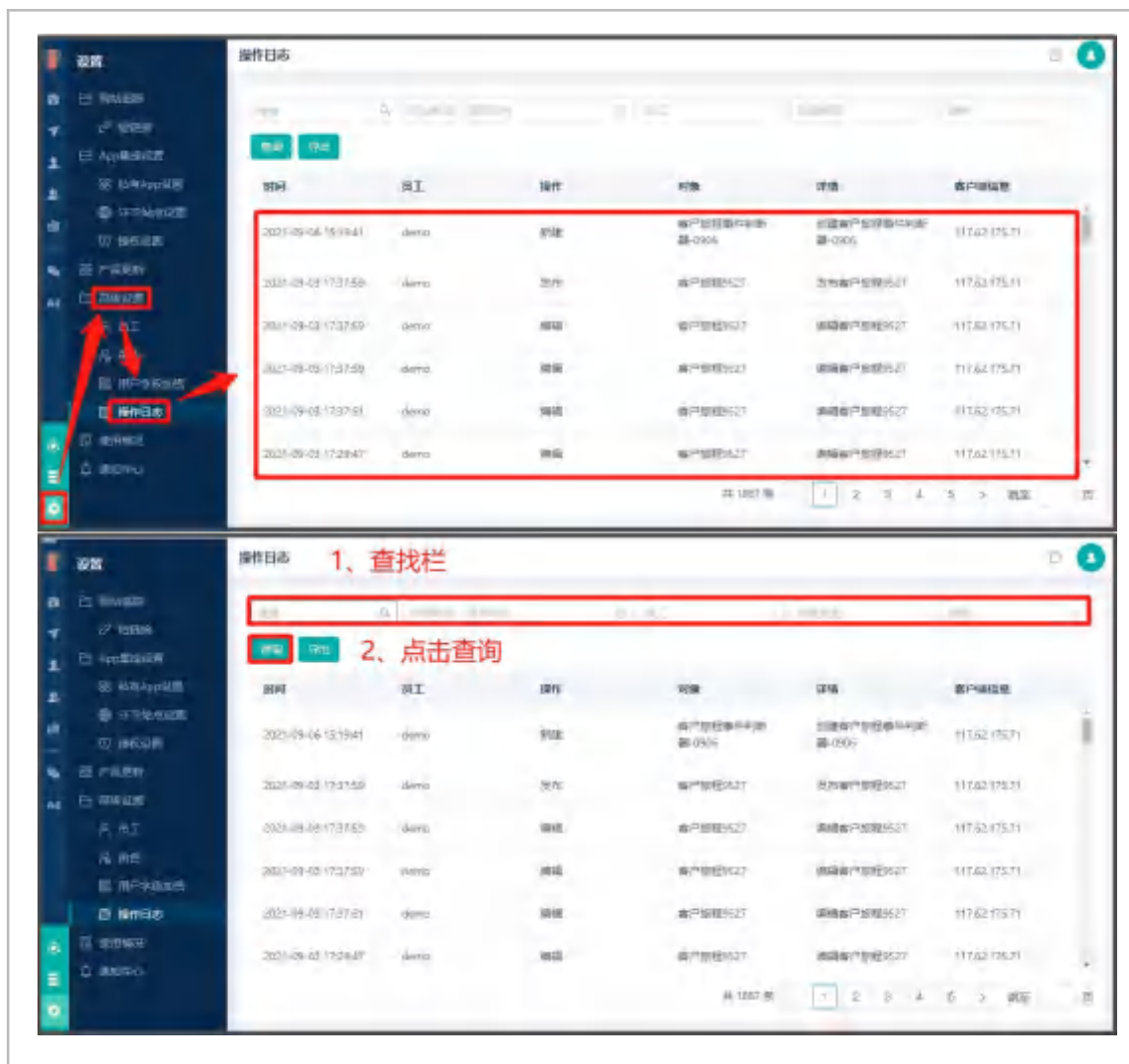
注：

1. 此功能在 2020 年 3 月上线，上线前的操作日志无法查询，请谅解。
2. 只有管理员身份的用户才能查看操作日志，非管理员用户则看不到此功能。
3. 操作日志仅记录系统内手动操作的记录，api 方式创建、删除等操作不记录。

对象类型	操作
员工	新建、编辑、删除、启用、停用
员工	登录、修改密码
角色	新建、编辑、删除、启用、停用
角色	添加员工、删除员工
连接	新建、删除
客户旅程	新建、编辑、删除、发布、停止
用户	新建、编辑
用户	删除微信 GDPR 数据
用户	合并
用户	导入、导出

1.11.4.8.2 二、操作日志查询与导出操作指引

路径：【设置】>【高级设置】>【操作日志】



1.11.5 使用情况

路径：【设置】- 点击【使用情况】，会显示当前租户的到期时间、追踪用户数 TU（Track User）、事件的使用情况，如下图：



TU（追踪用户数）：包含所有有事件记录（不包含"页面浏览"事件）、或手动创建/导入/显式识别的追踪用户。

2 技术指南

2.1 系统对接指南

- [一、概述](#)
- [二、对接类型](#)
 - [1.第三方应用对接](#)
 - [2.自定义对接](#)
 - [2.1 识别联系人](#)
 - [2.1.1 调用识别联系人接口](#)
 - [2.1.2 通过渠道账号 csv 文件识别联系人](#)
 - [2.1.3 识别连接人系统字段](#)
 - [2.1.3 识别联系人自定义字段](#)
 - [2.2 发送事件](#)
 - [2.2.1 系统事件](#)
 - [2.2.2 自定义事件](#)
- [三、对接场景](#)
 - [1、微信场景](#)
 - [微页面浏览行为集成](#)
 - [识别访问微页面联系人](#)
 - [微页面特定行为集成](#)
- [四、对接 API](#)

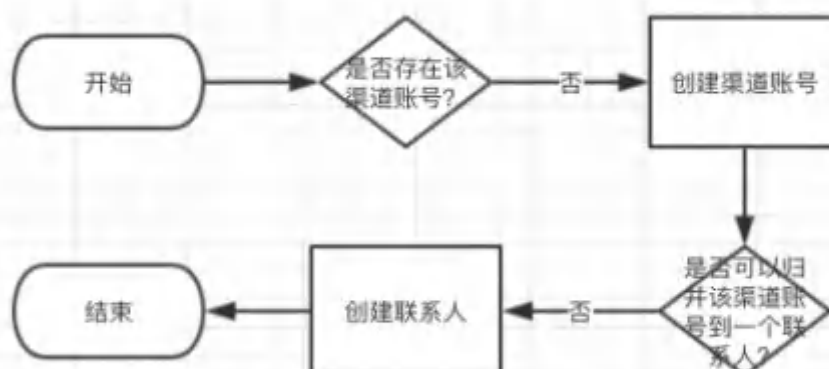
2.1.1 一、概述

[系统](#)是一个对接不同 App 的 PaaS 平台。[系统](#)不仅可以主动调用其他 App 的 API 实现集成场景，还可以通过 API 让其他 App 写入数据实现集成场景。

在介绍系统 API 之前，先介绍一下[系统](#)的数据模型，在理解这些数据模型之后，可以更好的帮助您实现您的集成场景。在[系统](#)的数据模型中，一共包含如下的业务对象：

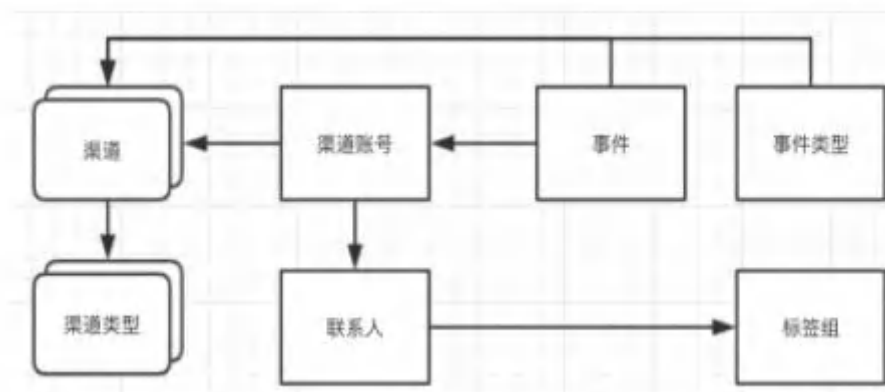
- 渠道类型，渠道类型是指一个 App 的类型，比如微信服务号就是一种 App 的类型，又比如自建网站也是一种 App 的类型
- 渠道，渠道是指一个 App 类型的实例，比如"系统联否"微信服务号就是微信服务号的一个实例，[www.系统_tech.com](#)就是自建网站的一个实例
- 渠道账号，渠道账号是指客户在这个 App 里面的账号，比如在某个微信服务号里面的渠道账号就是一个个的微信粉丝。渠道账号一定是挂靠在某个渠道下面的，一般来说渠道账号的 id 就是这个客户在这个 App 里面的 id
- 联系人，联系人是[系统](#)特有的业务对象。联系人是渠道账号的聚合，也就是如果一个客户可以在多个 App 里面有渠道账号，那么这些账号就可以聚合成一个[系统](#)里面的联系人。在系统刚刚创建的时候，在创建第一个渠道账号之后就会自动创建一个联系

人，之后当一个渠道账号被创建之后，如果该渠道账号无法合并到一个已有的联系人，那么就会创建一个新的联系人。



- 标签组，标签组是联系人的客户画像之一。可以通过标签组来给联系人分组和打标签，比如 VIP 客户、沉睡客户等等。标签组也可以与其他系统的标签进行同步，比如[系统](#)已经实现了与微信公众号里面的标签同步。
- 事件类型，事件类型是事件的 Metadata，是描述一个事件的数据结构的。在[系统](#)里面所有已经对接好的 App 的事件类型都是由[系统](#)定义的，这些事件类型称为系统事件类型。在自定义的渠道类型中，所有的事件类型都是可以自己定义的，[系统](#)提供 UI 来创建这些自定义事件类型。
- 事件，事件是指联系人在某个 App 里面产生行为，这个行为既包含客户对这个 App 做的行为，比如在微信服务号里面的关注和点击菜单行为，也包含 App 对客户做的行为，比如微信服务号推送文本或者模版消息给客户。一个事件是挂在渠道账号上的，但是在[系统](#)中展现的时候是挂靠在联系人身上的，这是因为联系人是渠道账号的聚合。

下面的业务对象关系图展示了几个业务对象之间的关系：



业务对象之间的关系

2.1.2 二、对接类型

按照概述中的模式，[系统](#)提供了多种类型的应用对接。按照用户是否可以创建自定义事件，我们将对接分为两种类型：第三方应用对接和自定义对接

1.第三方应用对接

如微信公众号、云片网、sendcloud 此类对接，参见[连接管理](#)。[系统](#)已经帮助用户处理好渠道账号、事件类型、事件的业务逻辑，可以覆盖主要的运营场景，用户只需创建连接，无单独处理渠道、渠道账号、事件类型、事件这些数据，即可直接在系统中使用此连接和连接事件。

2.自定义对接

当用户有自建网站、移动端 APP、小程序需要对接时，[系统](#)无法预知用户的主要运营场景，所以需要用户自己处理渠道、渠道账号、事件类型、事件这些数据。处理流程如下：

1、创建连接：自定义渠道/小程序渠道，参见[自定义渠道](#)、[微信小程序](#)

2、创建自定义事件：参见[自定义事件管理](#)

3、在应用中引入 SDK：参见 SDK 接入指南

4、埋点：识别联系人

5、埋点：发送自定义事件

2.1 识别联系人

识别联系人是指在[系统](#)中创建自定义对接的渠道账号。

除了在 SDK 中调用接口或者使用 Open API 接口识别联系人，用户也可使用 csv 文件上传渠道账号识别联系人。

2.1.1 调用识别联系人接口

调用一次识别联系人接口，或者系统处理一行渠道账号数据，系统会在当前连接下找是否有与 externalId 相同的渠道账号，如果有就更新联系人信息，如果没有，就创建一个此连接的渠道账号，同时创建一个联系人，将渠道账号关联到这个联系人上。

如果 APP 在发生事件的时候，无法确定产生此事件的联系人是谁（externalId 无法获取），[系统](#)的 SDK 会自动使用 cookie 创建一个匿名渠道账号，将事件关联到这个匿名渠道账号上，等用户可以获得 externalId 和渠道账号信息进行联系人识别时，如果此时匿名渠道账号没有清除应用缓存，[系统](#)会自动将之前产生的匿名用户和用 externalId 识别的渠道账号合并成一个渠道账号。

联系人属性

属性名	是否必填	格式	说明
externalId	是	字符串	
name	否	字符串	
birthday	否	日期型	生日，格式 YYYY-MM-DD，SDK 支持更新此字段，Open Api 不支持更新此字段
avatar	否	字符串	头像路径
city	否	字符串	城市
company	否	字符串	公司
country	否	字符串	国家
department	否	字符串	部门

email	否	字符串	邮箱
gender	否	字符串	性别，只接受三种值，male,female,unknown
homePhone	否	字符串	座机
idCard	否	字符串	身份证号码
industry	否	字符串	行业
mobilePhone	否	字符串	手机号码
nickname	否	字符串	昵称
postalCode	否	字符串	邮编
state	否	字符串	省份
street	否	字符串	街道
title	否	字符串	职位
website	否	字符串	网站
utm	否	结构体	广告追踪 utm
props	否	结构体	自定义字段

联系人数据结构:

```
{
  "externalId": "7",
  "name": "UBS 渠道联系人 7",
  "birthday": "1990-01-01",
  "avatar": "联系人头像地址",
  "city": "上海",
  "company": "上海源犀",
  "country": "中国",
  "department": "市场部",
  "email": "zhangsan@系统.com",
  "gender": "male",
  "homePhone": "021-89006745",
  "idCard": "320987739XXXXXXX",
```

```

"industry": "互联网",
"mobilePhone": "18908882802",
"nickname": "李四",
"postalCode": "20000",
"state": "上海市",
"street": "徐家汇",
"title": "市场总监",
"website": "www.baidu.com",
"utm": {
  "campaign": "推广",
  "content": "CDP",
  "medium": "SEM",
  "source": "baidu",
  "term": "数据中台"
},
"props": {
  "attr1": "string",
  "attr2": 2,
  ...
},
"channel": {
  "channelId": "udc_150QSaXlsu"
}
}

```

2.1.1.1 识别联系人时，与微信公众号粉丝合并

前提：已经创建公众号连接，同步微信粉丝

用户在调用识别联系人接口时，可以传入 WeChatInfo，包含 appid（公众号的 appid）、openid（渠道账号对应公众号的 openid）、unionId 这三个信息，系统就会按照 WeChatInfo 查找微信公众号的渠道账号对应的联系人，将当前连接的渠道账号关联到这个联系人上。

（代码示例见各 SDK 识别联系人代码示例）

WeChatInfo 合并联系人逻辑

1. appid 是否存在且是公众号渠道的 channelId

是：再判断 openid 在此公众号渠道有用户

是：将用户合并到此微信公众号用户

否：创建一个 inactive 的公众号渠道用户，并将此公众号渠道用户和当前用户合并。

2. 继续用 WeChatInfo 中的 unionid 在公众号渠道、小程序渠道查找相同 externalid 的渠道联系人，查到则与之合并，没查到就停止合并服务。

2.1.2 通过渠道账号 csv 文件识别联系人

通过渠道账号 csv 文件识别联系人的方式有两种：自动同步、手动导入

2.1.2.1 自动同步：

设置自动同步的前提有两个：

1、已在[系统](#)创建可连接站点，参见[站点设置](#)

2、站点已上传使用[系统](#)渠道联系人模板创建的渠道联系人信息 csv 文件，文件名格式：

channelid_date_* （示例：udc_158ZAeRqJA_20190107 或

udc_158ZAeRqJA_20190107_1）

- **channelid**：自定义连接可从连接详情页复制，如果是小程序连接则为小程序的 appid

- **date**: 为文件中数据的生成日期, 如果今天是 1 月 11 日, [系统](#) 会在 1 月 11 日凌晨 2 点从站点取数据, 取的是命名规则日期为 1 月 10 日的文件。所以请确保在当天凌晨 1 点 30 分前上传前一天的更新数据。
- *: 表示当天的第几份文件

确定以上前提后, 您就可在小程序连接、自定义渠道连接的连接设置页面, 选择“同步渠道联系人”, 进行每天同步文件的设置, 设置完之后, [系统](#) 每天都会在所选站点所选文件夹中取当前连接对应的渠道联系人信息 csv 文件进行联系人识别。

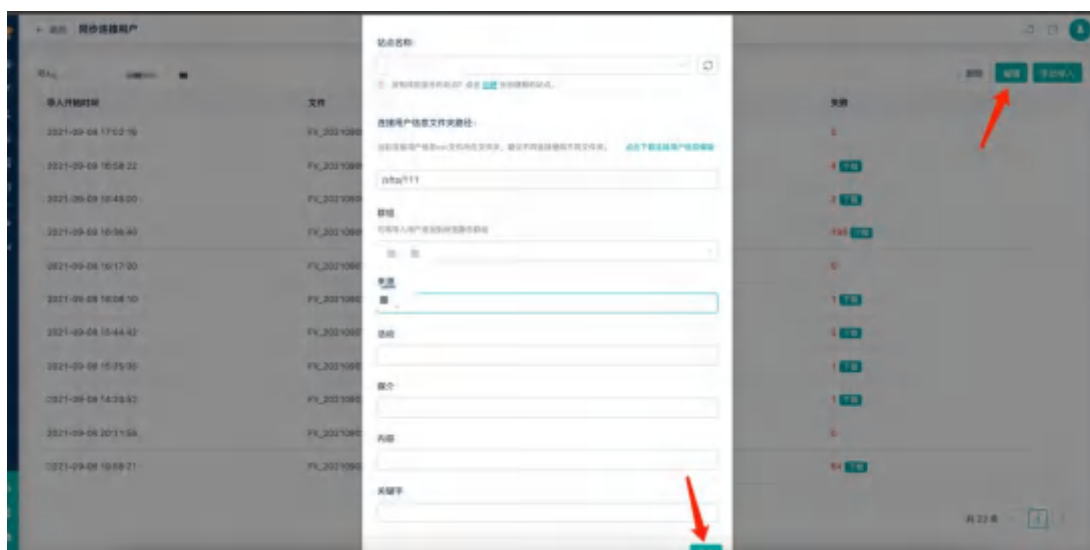
自动导入设置

1、选择站点 (参见“[站点设置](#)”) --- 希望从哪个 SFTP 服务器上获取当前连接渠道联系人信息 csv 文件

2、填写文件夹路径---保存当前连接渠道联系人信息 csv 文件的文件夹路径

编辑自动导入

可重新编辑自动导入设置时配置的站点和文件夹路径。



删除自动导入设置

如果您想停止此连接每天的识别联系人, 点击删除即可。此后 [系统](#) 不再自动同步此连接的渠道联系人信息。



2.1.2.2 手动导入:

如果没有 SFTP 站点定期上传 csv 文件, 您可在小程序连接、自定义渠道连接的连接设置页面, 选择“同步渠道联系人”, 进入页面后选择“手动导入”, 手动上传 csv 文件导入连接用户。



2.1.2.3 csv 文件导入用户 utm 优先级

如果导入时更新为实名用户，则会将 utm 记为用户的创建 utm，utm 优先级：导入文件中每个连接用户的 utm>设置导入时在弹框填写的 utm

2.1.2.4 微信用户合并

如果在 csv 文件中填写了 openid 或 unionid，会查找系统中相同 openid 或 unionid 的用户，并将导入用户与之合并

2.1.3 识别连接人系统字段

externalId：渠道账号的唯一识别标识。可使用 userId，loginId，手机号，unionid 等信息，如果是小程序连接，可将 unionid 作为 externalId，如果获取不到 unionid，并且并没有计划使用 unionid 同微信公众号粉丝进行合并，则可将 openid 作为 externalId，进行联系人识别。

comment：备注，格式字符串

avatar：头像，格式字符串

city：城市，格式字符串

company：公司，格式字符串

country：国家，格式字符串

dateOfBirthday：生日，格式 YYYY-MM-DD，如 1990-10-01

department：部门，格式字符串

email：邮箱，格式字符串

gender：性别，只接受三种值，male,female,unknown

homePhone：座机，格式字符串

idCard：身份证号码，格式字符串

industry：行业，格式字符串

mobilePhone：手机号码，格式字符串

name：姓名，格式字符串

nickname：昵称，格式字符串

postalCode：邮政编码，格式字符串

state：省份，格式字符串

street：街道，格式字符串

title：职位，格式字符串

website：网站，格式字符串

utm.campaign：创建活动，格式字符串

utm.content：创建内容，格式字符串

utm.medium：创建媒介，格式字符串

utm.source：创建来源，格式字符串

utm.term：创建关键字，格式字符串

2.1.3 识别联系人自定义字段

如果系统字段无法满足业务要求，用户可在设置-->自定义字段中创建联系人自定义字段，参见“[自定义字段](#)”。

调用识别联系人接口更新自定义字段时，字段名为“attr1”、“attr2”...

2.2 发送事件

2.2.1 系统事件

[系统](#)提供自定义连接和小程序连接的系统事件。参见各 SDK 的接入指南。

2.2.2 自定义事件

如果系统事件无法满足业务需求，用户可在设置中创建自定义事件。创建自定义事件时，只需要添加业务上需要使用的事件扩展属性，不需要额外添加系统已经预置的事件属性，这些系统预置的事件属性，在 SDK 中会进行自动获取，无需开发人员手动赋值。详细信息参见[“自定义事件”](#)

2.1.3 三、对接场景

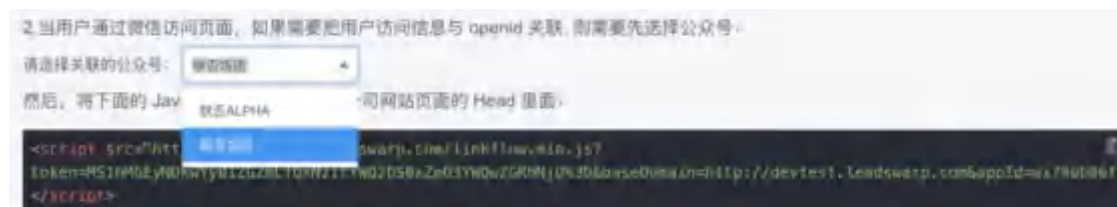
因为系统是一个对接的 PaaS 平台，所以会有许多种的对接场景，下面就选取两个典型的场景进行详细描述。

1、微信场景

微信场景中的集成，主要包含两部分，一部分是微页面的浏览行为，一部分是微页面中的特别行为，比如按钮的点击和表单的提交等等。

微页面浏览行为集成

如果您需要把用户访问信息与 openid 关联，则需要先选择公众号，然后将在系统里面生成的一段 javascript 代码放置在贵公司微信页面的 Head 里面。



示例代码:

```
<!DOCTYPE html>
<html>
<head>
  <meta http-equiv="Content-Type" content="text/html; charset=utf-8">
  <meta http-equiv="X-UA-Compatible" content="IE=edge,chrome=1">
  <link href="./static/style.css" rel="stylesheet">
  <title>Page Title</title>

  <!-- 追踪代码: -->
  <script src="http://static-dev.leadswarp.com/系统.min.js?token=MS1hMGEyNDkwYy01ZGZmLTQxNzItYWQ2OS0xZmQ3YWQwZGRhNjU%3D&baseDomain=http://devtest.leadswarp.com"></script>

  <!-- 用户通过微信访问页面，如果需要把用户访问信息与 openid 关联的话，则添加下面这段: -->
  <script src="http://static-dev.leadswarp.com/系统.min.js?token=MS1hMGEyNDkwYy01ZGZmLTQxNzItYWQ2OS0xZmQ3YWQwZGRhNjU%3D&baseDomain=http://devtest.leadswarp.com&appId=wx1f7fbd28ac009cd0"></script>
</head>
<body>
  <div class="main"></div>
</body>
</html>
```

识别访问微页面联系人

然后在用户访问页面时，调用 JS SDK 识别联系人方法，识别访问页面联系人。

示例代码:

```

window.LFAPP.identify({
  externalId: 'u1391231',
  mobilePhone: '138xxxxxxx', // mobilePhone, name, email 有且至少
  有一项有值
  name: "demo",
  email: "demo@example.com",
  city: "南京",
  country: "中国",
  state: "江苏",
  company: "LF",
  industry: "IT",
  title: "dev",
  department: "RD",
  weChatInfo: { // 如果填写该参数，微信粉丝将会与 Identify 之前的匿名用户
  合并
    openId: window.LFAPP.openId, // 系统会在用户打开网页时发起微信
    授权从而获得用户 openId，前提条件：用户必须在微信中打开网页
    appId: window.LFAPP.appId // 公众号 appId，前提条件：该公众号必
    须已在系统绑定
  }, function() {
    // success callback
  }, function() {
    // fail callback
  });

```

微页面特定行为集成

对于特定行为的捕获，则是要写 JS 代码完成集成的。（参见电商网站场景-特定行为捕获）

2.1.4 四、 对接 API

渠道

- 1、[获取 channelType 列表](#)
- 2、[创建自定义渠道](#)

联系人

- 1、[获取联系人自定义字段](#)
- 2、[识别联系人账号](#)
- 3、[查询联系人详情](#)
- 4、[批量获取联系人详情](#)
- 5、[获取联系人列表](#)
- 6、[批量获取联系人 open ID](#)
- 7、[更新联系人](#)

标签

- 1、[创建标签组](#)
- 2、[查询标签组](#)
- 3、[查询联系人的标签组](#)
- 4、[查询标签组联系人](#)
- 5、[添加标签组联系人](#)
- 6、[删除标签组联系人](#)

事件

- 1、[获取系统事件和自定义事件类型](#)

- 2、[获取事件列表](#)
- 3、[创建自定义事件](#)

2.2 自定义连接(自定义渠道)

2.2.1 自定义连接与系统对接

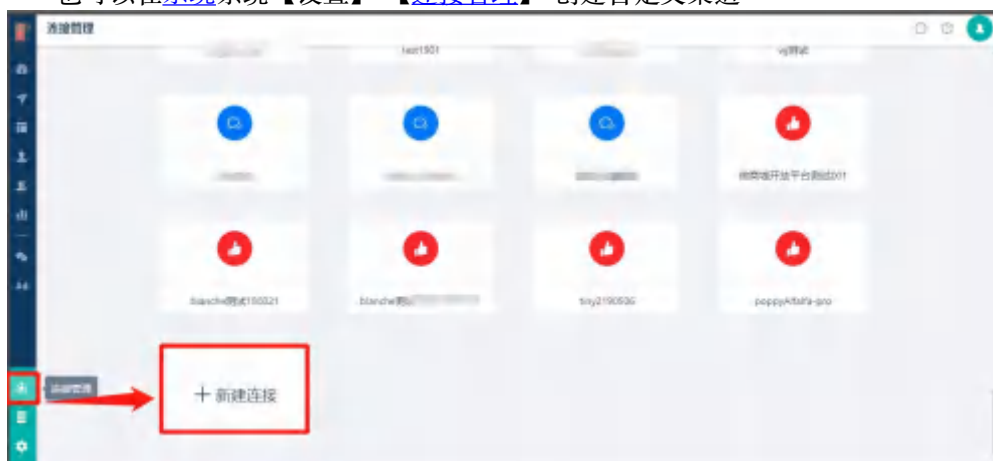
- [自定义介绍](#)
- [在系统系统首页创建自定义渠道](#)
- [修改自定义连接图标](#)
 - [在自定义渠道中创建 iOS 应用](#)
 - [停用/启用 iOS 移动应用](#)

2.2.1.1 自定义介绍

自定义连接是指一个 App 类型的实例，比如"系统联否"微信服务号就是微信服务号的一个实例。您除了可以在首页连接管理中创建[系统](#)已经实现了对接的 APP 的实例，也可以创建您自己内部系统的连接实例，我们称之为自定义连接。

创建一个自定义连接之后，您可以将您内部自建、使用同一域名的网站、iOS 移动应用、安卓移动应用、私有 APP 统一绑定到此自定义连接上，在[系统](#)上实现自建系统的联系人管理和事件追踪。

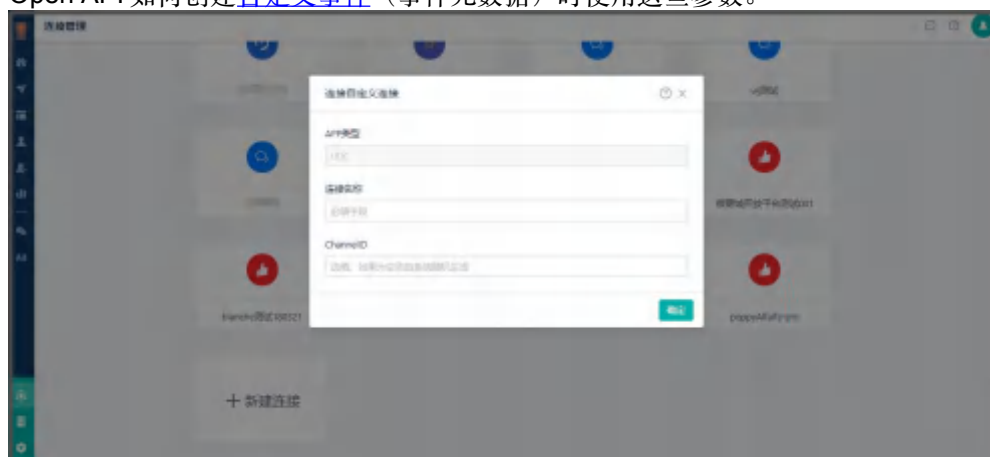
- 您可以通过 Open API 创建自定义连接（参见[创建自定义渠道](#)）
也可以在[系统](#)系统【设置】-【[连接管理](#)】-创建自定义渠道





在系统系统首页创建自定义渠道

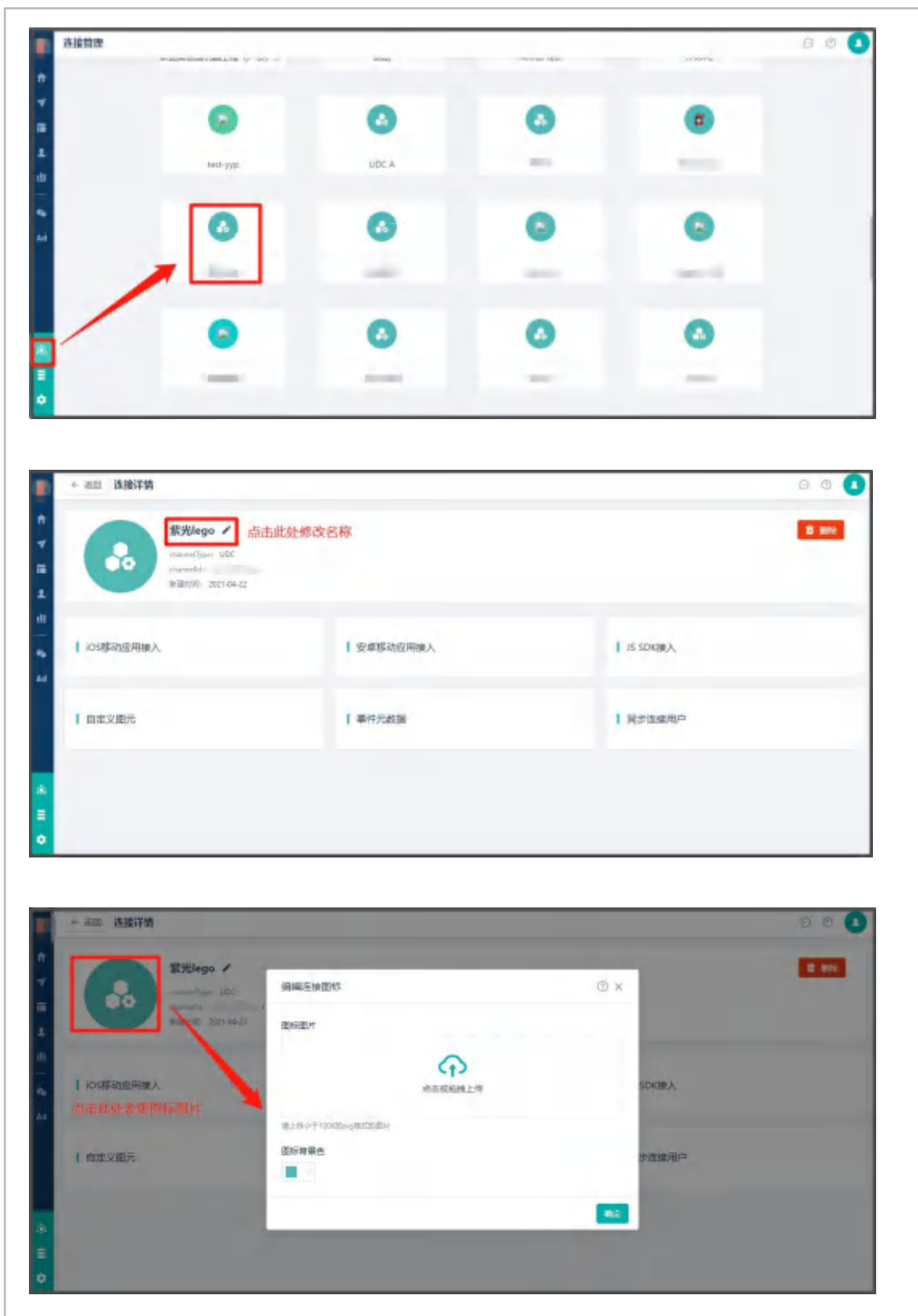
1. 点击创建连接，选择自定义渠道图标
2. 输入渠道名字和 ChannelID
3. ChannelID 是自定义渠道的唯一标识，如果您维护唯一标识，可填写您的 ChannelID，如果您不维护，可不填写，[系统](#)就会为您自动生成 ChannelID。
4. 创建成功，您可在连接设置页面查看 channelType 和 ChannelID。您可以在调用 Open API 如何创建[自定义事件](#)（事件元数据）时使用这些参数。



2.2.1.2 修改自定义连接图标

自定义连接也可以上传图标了，在“连接管理”页面中可以显示。

上传路径：**【设置】> 选择“自定义渠道”> 点击“修改”图标 > 上传图标**



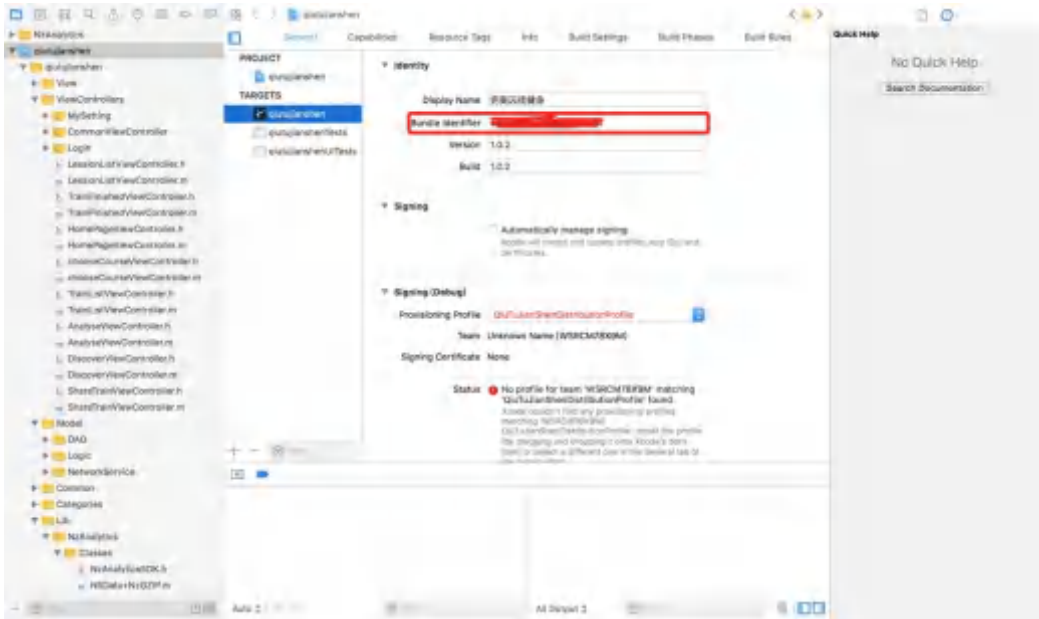
2.2.1.2.1 在自定义渠道中创建 iOS 应用

您可以在您已经创建的自定义渠道中，创建和此渠道相关的 iOS 应用：

- 路径：【设置】- 【连接管理】- 【自定义渠道】- 【iOS 移动应用接入】



1. 进入自定义渠道的渠道设置页面
2. 点击 iOS 移动应用接入按钮，进入 iOS 移动应用列表页
3. 点击【创建】，输入 iOS 移动应用名称和应用包名，点击确定，创建 iOS 移动应用。
 - 注：【自定义事件】就是【事件元数据】，可以点击此处查看【事件元数据】
 - 备注：您可从 iOS 移动应用开发者获取应用包名（iOS 移动应用的应用包名为 Bundle Identifier）



2.2.1.2.2 停用/启用 iOS 移动应用

停用之后，系统不再处理该移动应用的事件，iOS SDK 返回的数据也不会计算进入 MAU。重新启用后，系统会继续处理新产生事件，但是系统系统不会有停用期间发生的所有事件。

应用名称	应用包名	App ID	状态	创建时间	更新时间	操作
应用名称	应用包名	App ID	停用	2019-08-13 12:17	2019-08-13 12:17	
应用名称	应用包名	App ID	启用	2019-08-13 12:17	2019-08-13 12:17	

2.2.1.2.3 在 iOS 移动应用中集成 iOS SDK

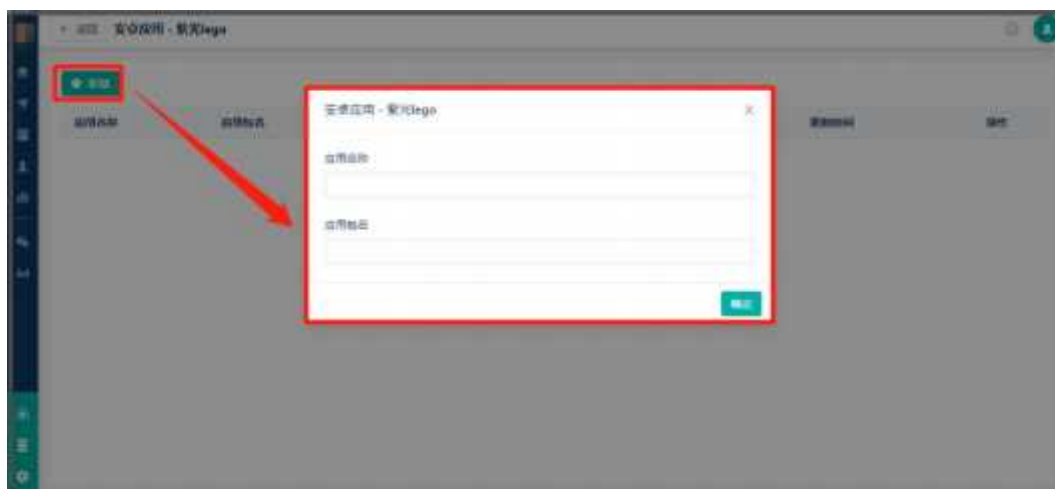
在已创建的移动应用获取 WriteKey，并查看 [《iOS SDK 接入指南》](#)，将系统 iOS SDK 集成到此 iOS 移动应用项目中。



2.2.1.3 在自定义渠道中创建安卓应用

您可以在您已经创建的自定义渠道中，创建和此渠道相关的安卓应用

1. 进入自定义渠道的渠道设置页面
2. 点击安卓移动应用接入按钮，进入安卓移动应用列表页
3. 点击【创建】，输入安卓移动应用名称和应用包名，点击确定，创建安卓移动应用。



备注：您可从安卓移动应用开发者获取应用包名

2.2.1.3.1 停用/启用安卓移动应用

停用之后，[系统](#)不再处理该移动应用的事件，Android SDK 返回的数据也不会计算进入 MAU。重新启用后，[系统](#)会继续处理新产生事件，但是[系统](#)系统不会有停用期间发生的所有事件。



2.2.1.3.2 在安卓移动应用中集成 Android SDK

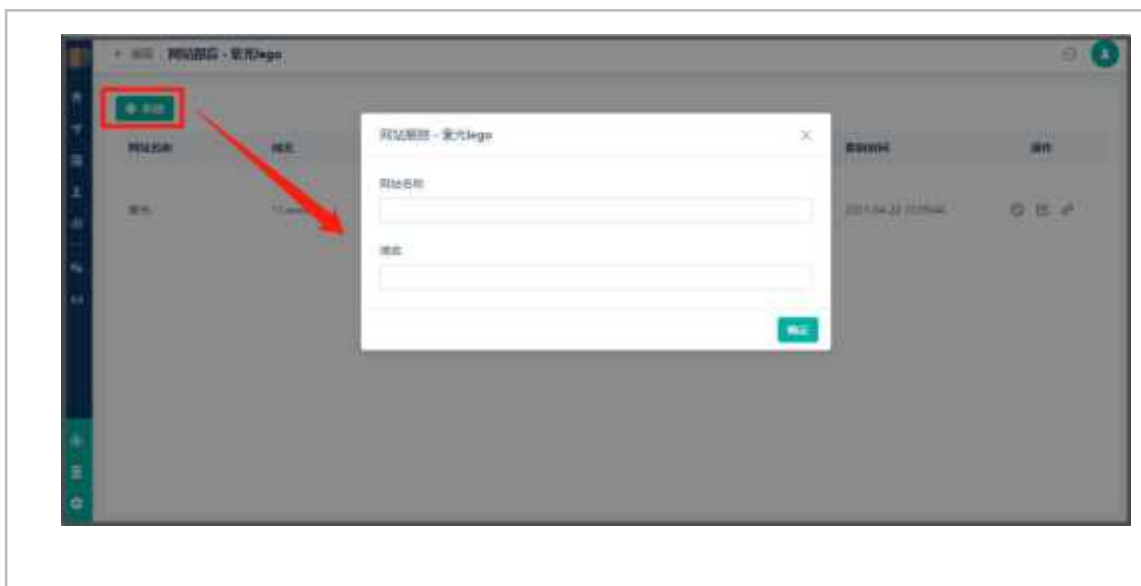
可以点击查看 [《Android 移动应用接入》](#)

2.2.1.4 在自定义渠道中创建网站追踪

您可以在您已经创建的自定义渠道中，创建和此渠道相关的网站应用：

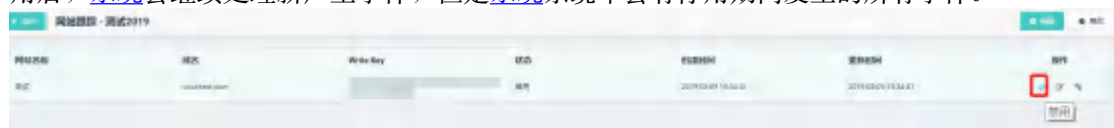
1. 进入自定义渠道的渠道设置页面
2. 点击 JS SDK 接入按钮，进入网站追踪列表页
3. 点击“创建”，输入网站名称和域名，点击确定，创建待追踪网站。





2.2.1.4.1 停用/启用网站追踪

停用之后，[系统](#)不再处理该网站的事件，JS SDK 返回的数据也不会计算进入 MAU。重新启用后，[系统](#)会继续处理新产生事件，但是[系统](#)系统不会有停用期间发生的所有事件。



2.2.1.4.2 在网站中集成 JS SDK

您可以点击网站追踪列表的链接按钮，查看当前网站的 JS SDK 集成指导。请注意，不同网站追踪的 Writekey 不同，请确保您所追踪的网站集成代码中的 Writekey 和[系统](#)中提供的一致。



2.2.2 自定义图元

- [1、创建自定义事件](#)
- [2、使用系统创建的自定义渠道的图元](#)

- [3、如何创建自定义图元](#)
- [4、如何使用自定义图元](#)

您可以在[系统](#)使用自定义图元功能创建自定义触发器。创建完成自定义图元，就可以实现用[《自定义事件-事件元数据》](#)触发客户旅程。

仅支持创建【触发条件】的自定义图元，【执行动作】&【条件分支】不支持创建自定义图元！！

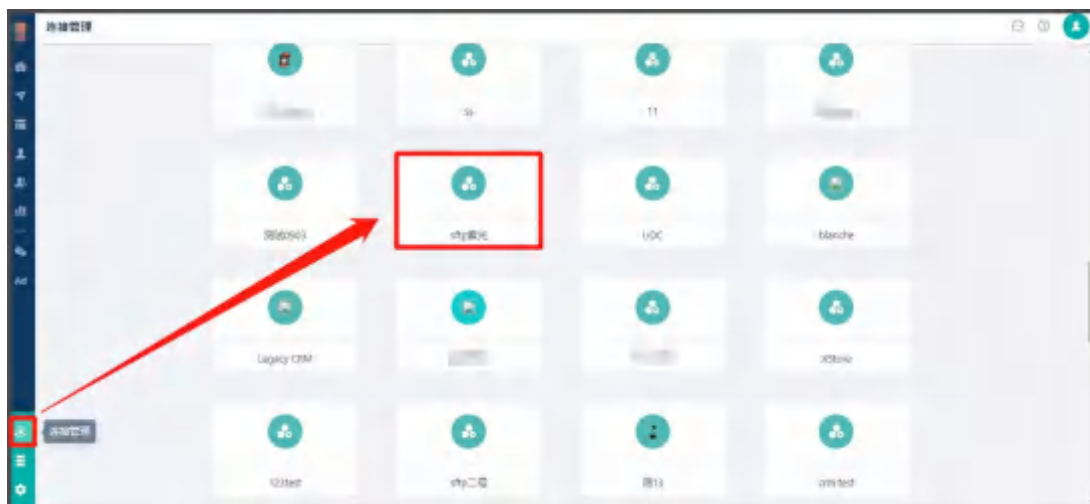
2.2.2.1 1、创建自定义事件

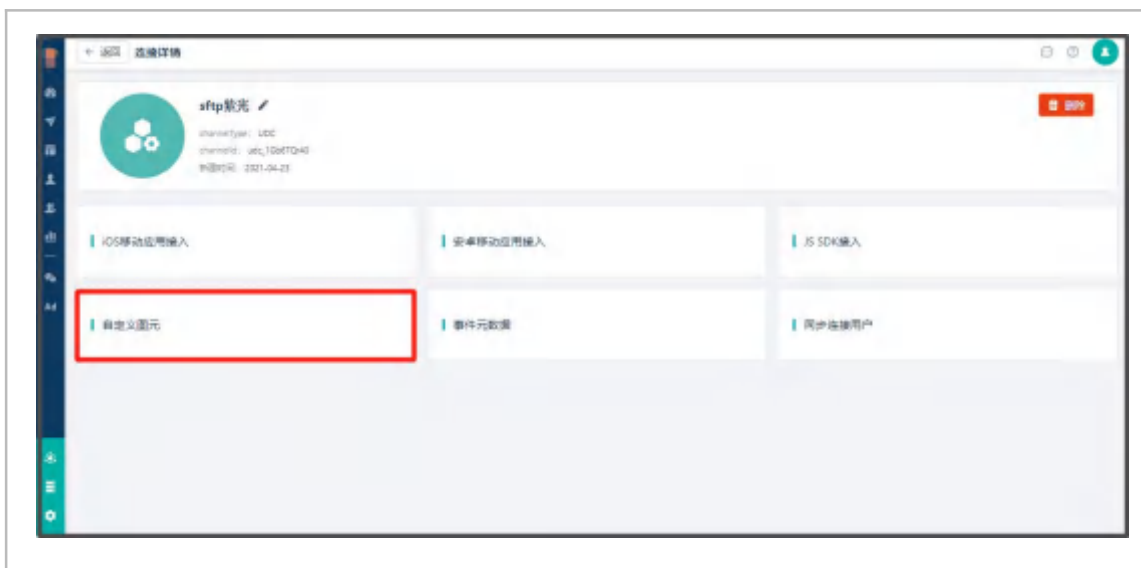
参见[《自定义事件-事件元数据》](#)

2.2.2.2 2、使用系统创建的自定义渠道的图元

每创建一个自定义渠道连接，[系统](#)会自动为这个自定义渠道创建此自定义渠道的默认图元。您可点击连接设置页面的自定义图元查看。

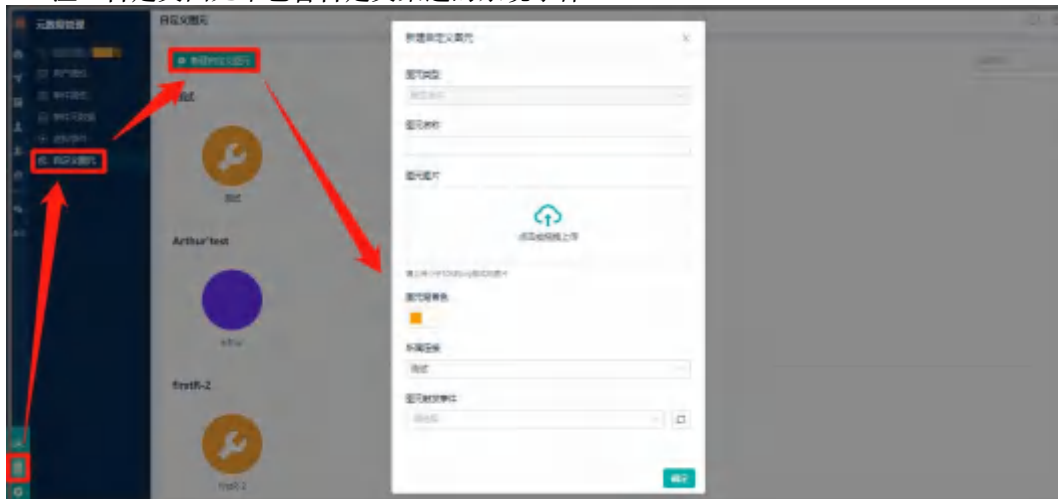
路径：【设置】-【连接管理】-【自定义渠道】-【自定义图元】





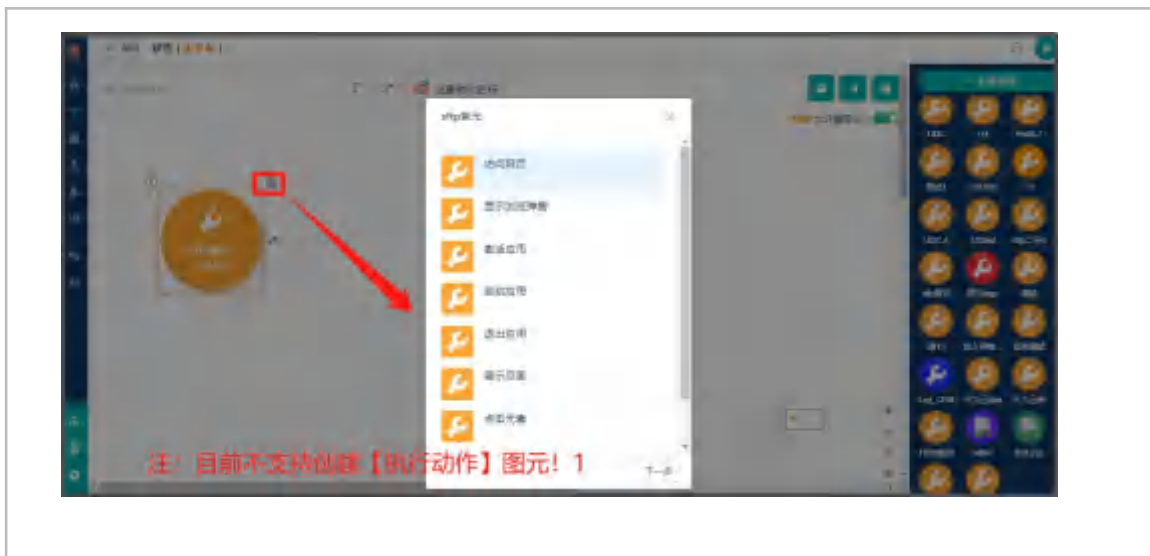
2.2.2.3 3、如何创建自定义图元

- 创建路径：**【元数据管理】>【自定义图元】>【新建自定义图元】**>在弹窗中添加对应的**【自定义事件】**作为触发条件
- 您也可以根据自己的实际需要，创建此自定义渠道下的自定义图元：
 - A、输入图元名称
 - B、点击上传图元图片或者选择图元背景色
 - C、选择**【所属连接】**：与[系统](#)已经对接的自定义连接
 - D、选择自定义事件（[事件元数据](#)）（只能选择当前自定义渠道创建的自定义事件）。
 - E、注：自定义图元不包含自定义渠道的系统事件。



2.2.2.4 4、如何使用自定义图元

- 编辑和创建完成后，您可以在客户旅程创建页面，选择默认图元或自定义图元进行客户旅程设计。
- 创建路径：**【客户旅程】>【新建客户旅程】>【新建空白客户旅程】**>在右方的**【触发条件】**中选择新建的**【自定义图元】**



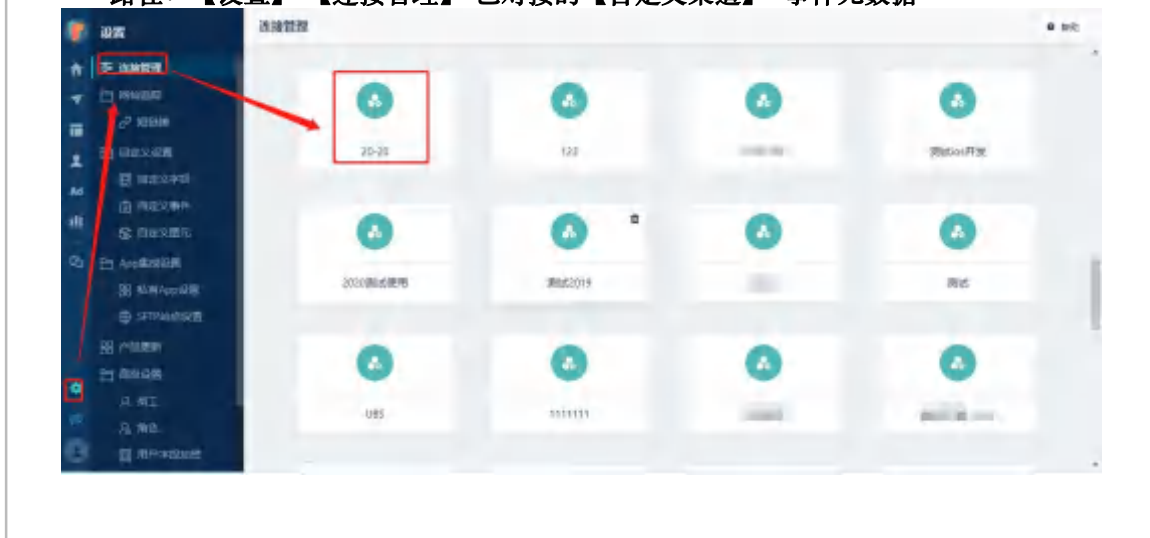
2.2.3 自定义事件(事件元数据)

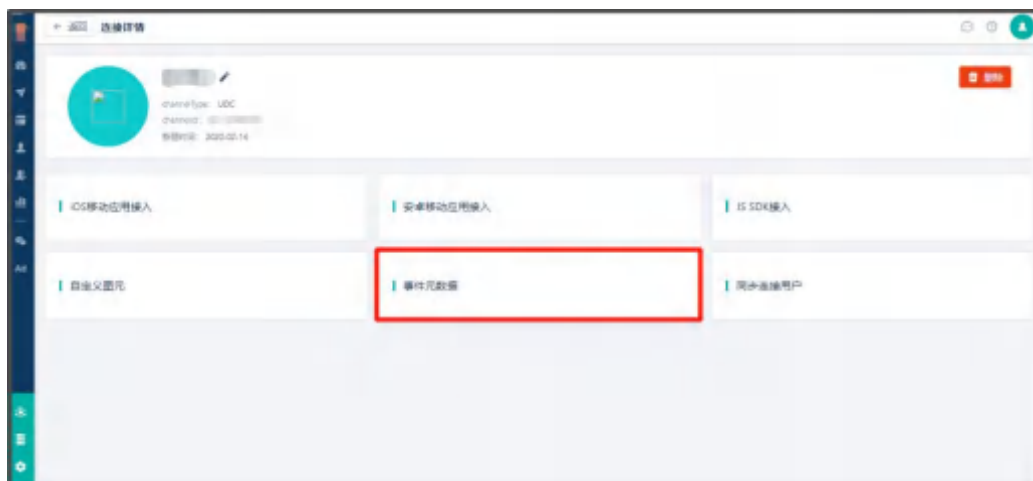
- [创建自定义事件](#)
- [注意事项](#)

2.2.3.1 创建自定义事件

您可以在[系统](#)中创建自定义事件（[事件元数据](#)），并将自动生成的事件编码在相应的[系统 SDK](#) 或[系统](#) Open API 中使用。请在自定义渠道连接设置页面创建自定义事件。

- 路径：**【设置】-【连接管理】-已对接的【自定义渠道】-事件元数据**





- 详细可以点击查看如何在[《事件元数据》](#)中添加“自定义事件”！

注意事项

您也可以使用自定义图元，在客户旅程中设置自定义事件（[事件元数据](#)）的触发。参见[《自定义图元》](#)

2.2.4 同步连接客户

- [【同步连接客户】描述](#)
- [手动导入](#)

2.2.4.1 【同步连接客户】描述

目前支持【同步连接用户】的应用分别是：[自定义连接](#)、驿氪、微信小程序如何【同步连接用户】

【同步连接用户】单次上传文件大小为 2M 内！！

首先点击【同步连接用户】，然后选择【导入方式】（手动导入&自自动导入设置），最后上传需要导入的数据，如下：

1. 路径：**【设置】>【连接管理】> 点击并打开已对接的【自定义连接】或【微信小程序】或【驿氪】>【同步连接用户】**

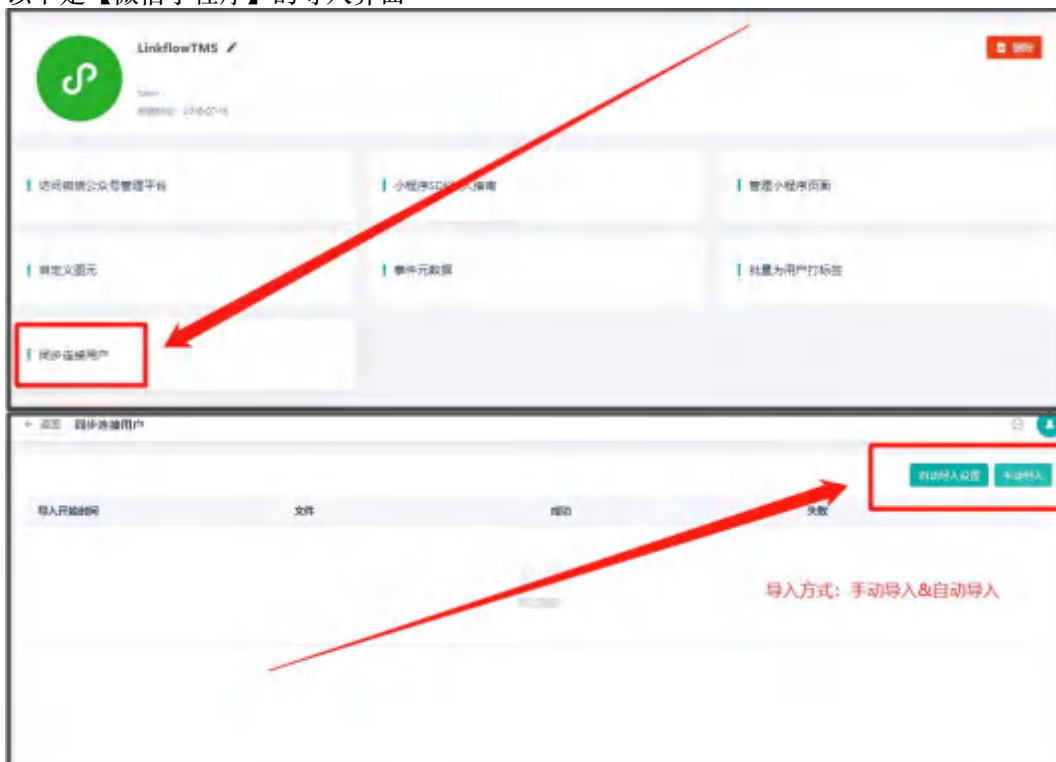




1. 选择导入方式：【手动导入】&【自动导入设置】

【驿氪】只支持手动导入。

以下是【微信小程序】的导入界面



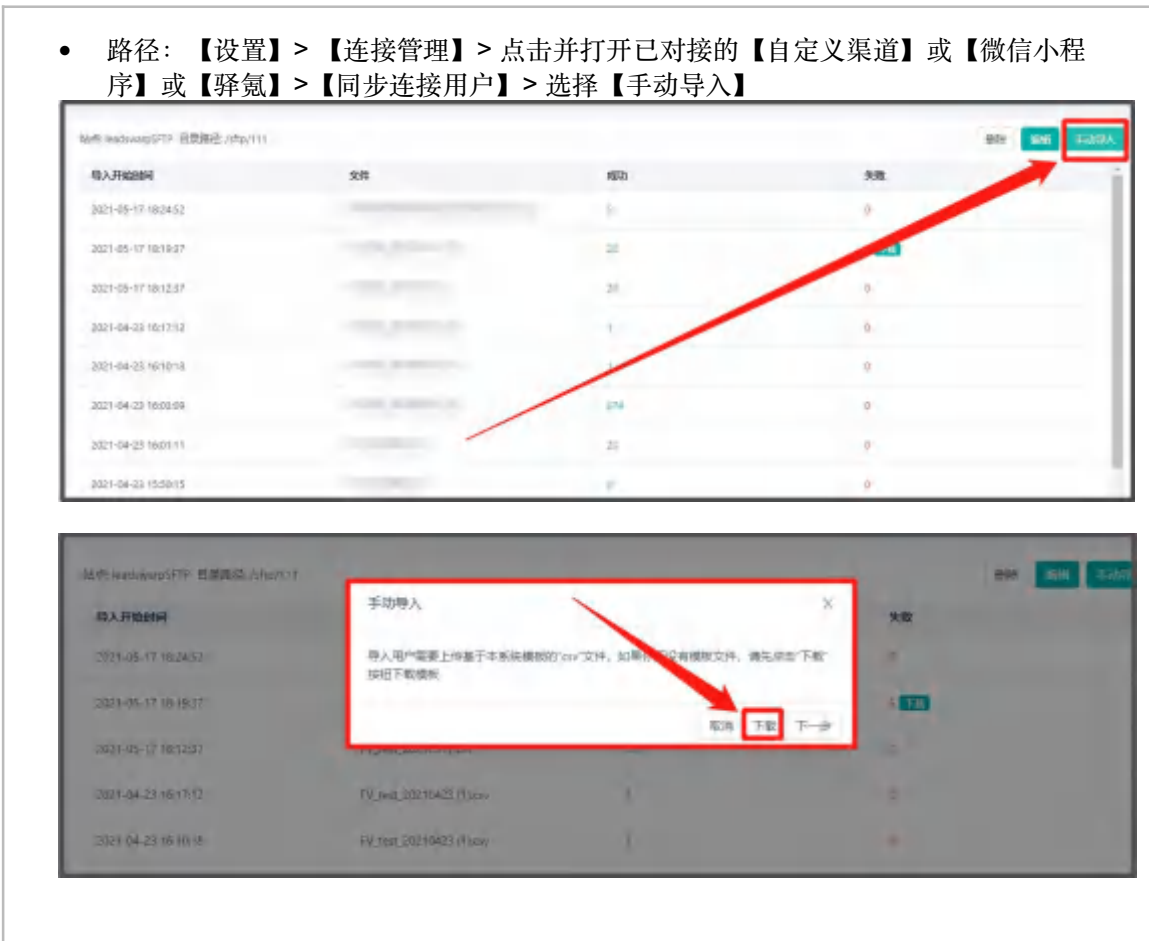
【自定义渠道】的导入界面





2.2.4.2 手动导入

- 路径：【设置】>【连接管理】> 点击并打开已对接的【自定义渠道】或【微信小程序】或【驿氪】>【同步连接用户】> 选择【手动导入】



headswarpSFTP 目录路径: /sftp/111

开始时间

201-05-17 18:24:52

201-05-17 18:19:37

201-05-17 18:12:37

201-04-23 16:17:12

201-04-23 16:10:18

201-04-23 16:03:09

201-04-23 16:01:11

手动导入

标签组

可将导入用户添加到所选静态标签组

请选择 **选择静态标签组**

来源

昵称

活动

简介

内容

失败

0

5 下载

0

0

0

0

0

连接用户

201-05-17 18:24:52

201-05-17 18:19:37

201-05-17 18:12:37

201-04-23 16:17:12

201-04-23 16:10:18

201-04-23 16:03:09

201-04-23 16:01:11

简介

简介

内容

关键字

导入文件

点击或拖拽上传

取消 上一步 开始

失败

0

5 下载

0

0

0

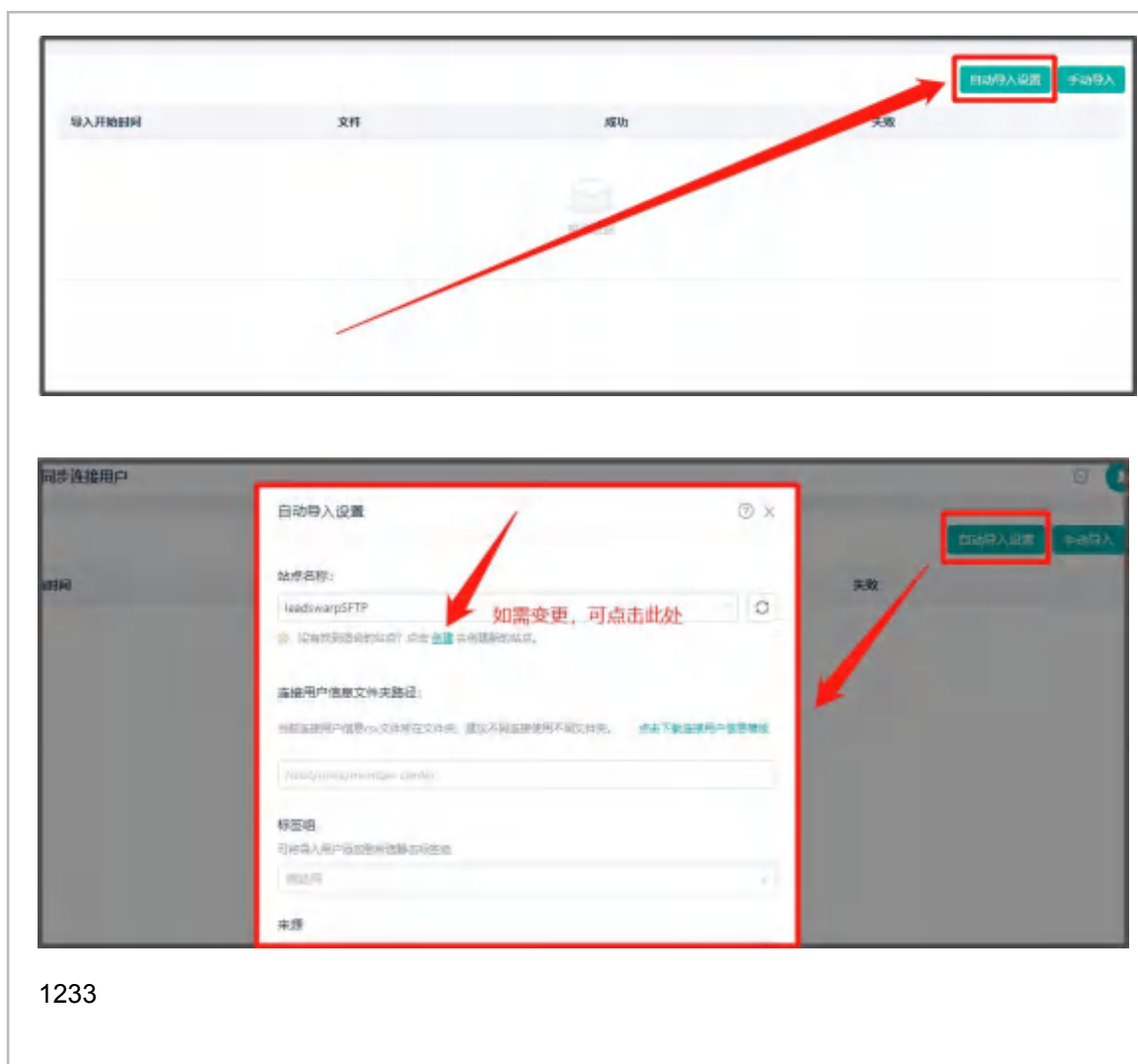
0

0

- 导入需要点时间，请您耐心等待，导入结果可以点击【设置】>【通知中心】查看。



自动导入设置



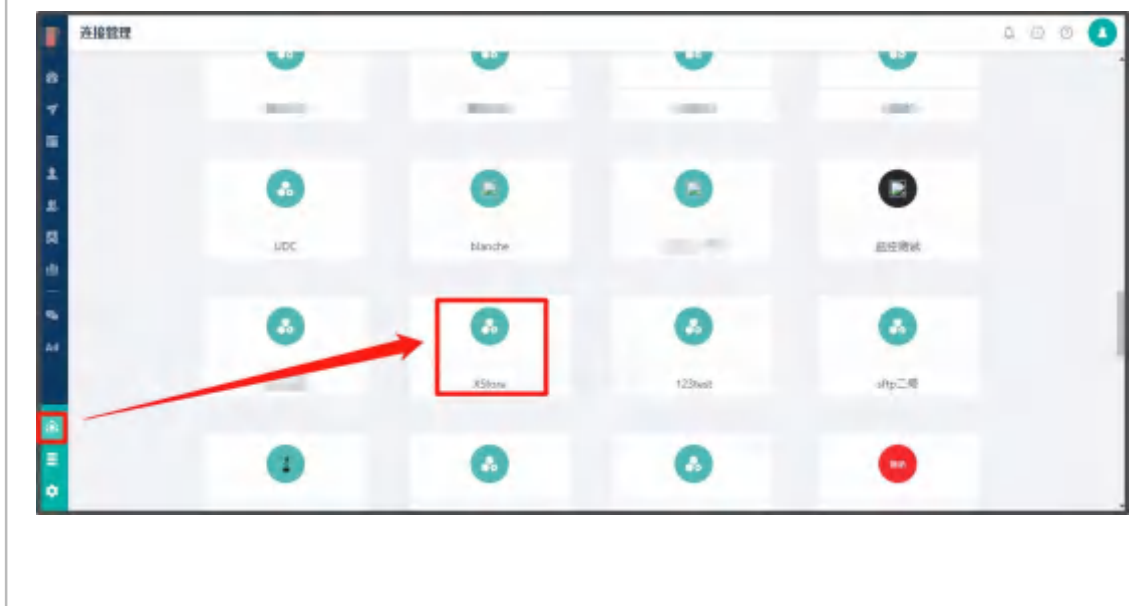


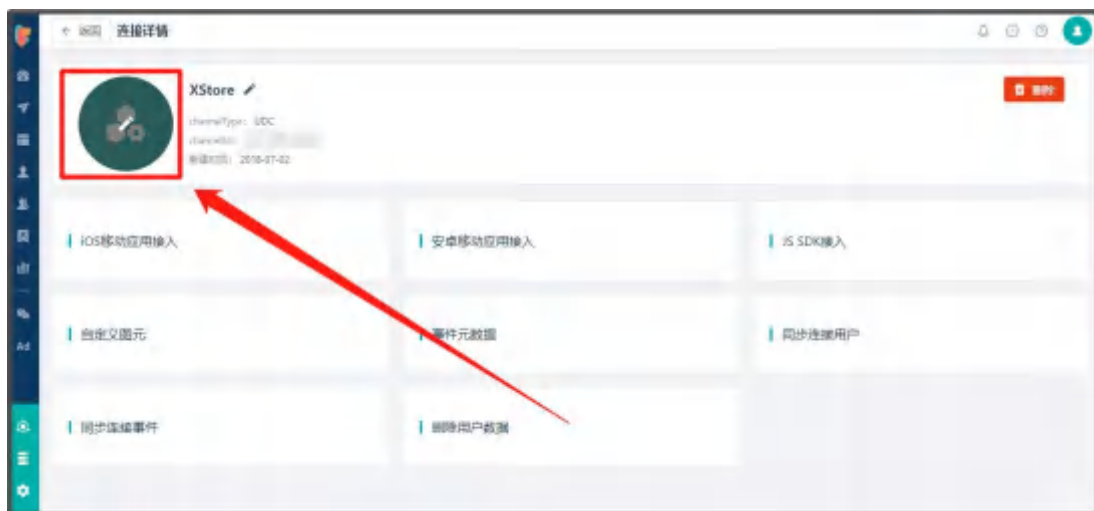
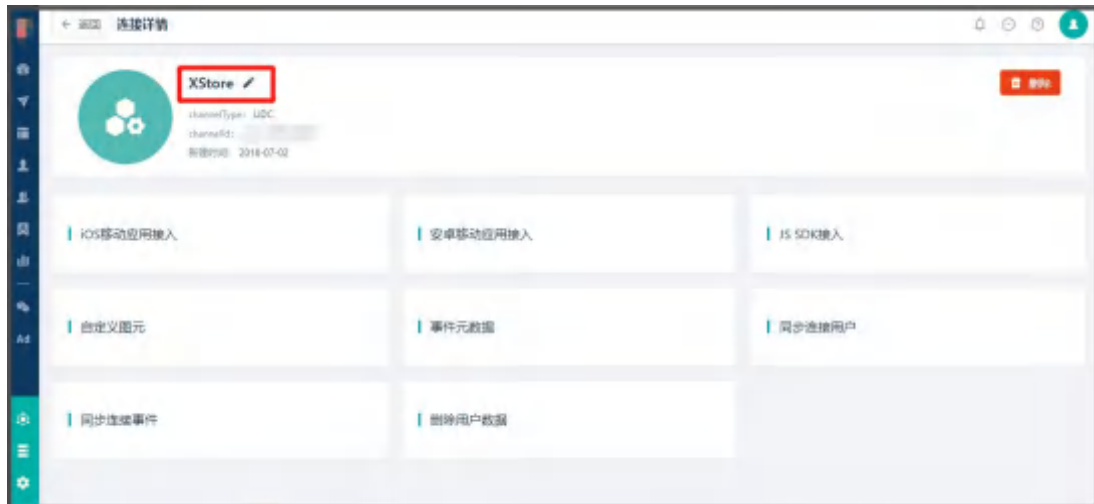
2.2.5 如何修改自定义连接图标

- [修改自定义连接图标](#)

2.2.5.1 修改自定义连接图标

自定义连接也可以上传图标了，在“连接管理”页面中可以显示。
上传路径：**【设置】** > 选择“自定义渠道” > 点击“修改”图标 > 上传图标





- 如导入的 SVG 图片格式如果带有不安全信息，出于安全性考虑，系统会不定期对已导入的 SVG 格式图片进行内容清洗，
 1. 如清洗完之后留下 svg 标签以及该标签包含的内容，那么图片无需再次上传，可以正常显示；
 2. 如清洗后，SVG 格式图片显示异常，需要再次上传；建议从 sketch 导出 svg 格式图片，再进行上传使用。

2.2.6 删除用户数据

- [如何使用删除用户数据？](#)
 - [获取用户渠道 external_id.](#)
 - [单个删除用户](#)
 - [批量删除用户](#)
 - [删除用户通知](#)

- [删除用户数据说明](#)

系统支持删除自定义连接内的用户数据，您可以选择单个删除，也可批量删除。

2.2.6.1 如何使用删除用户数据？

仅可删除自定义连接内的用户数据，输入用户在该自定义连接内的渠道 `external_id` 即可删除。

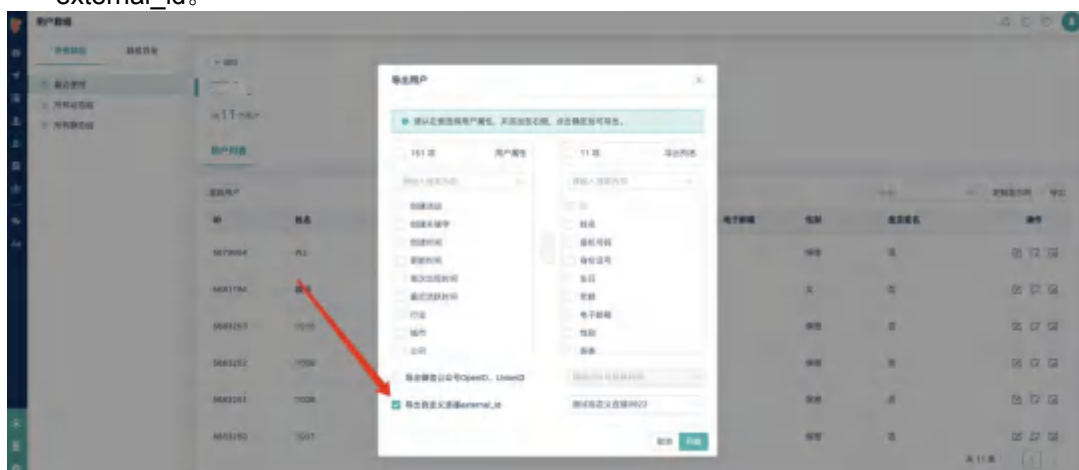
2.2.6.1.1 获取用户渠道 `external_id`。

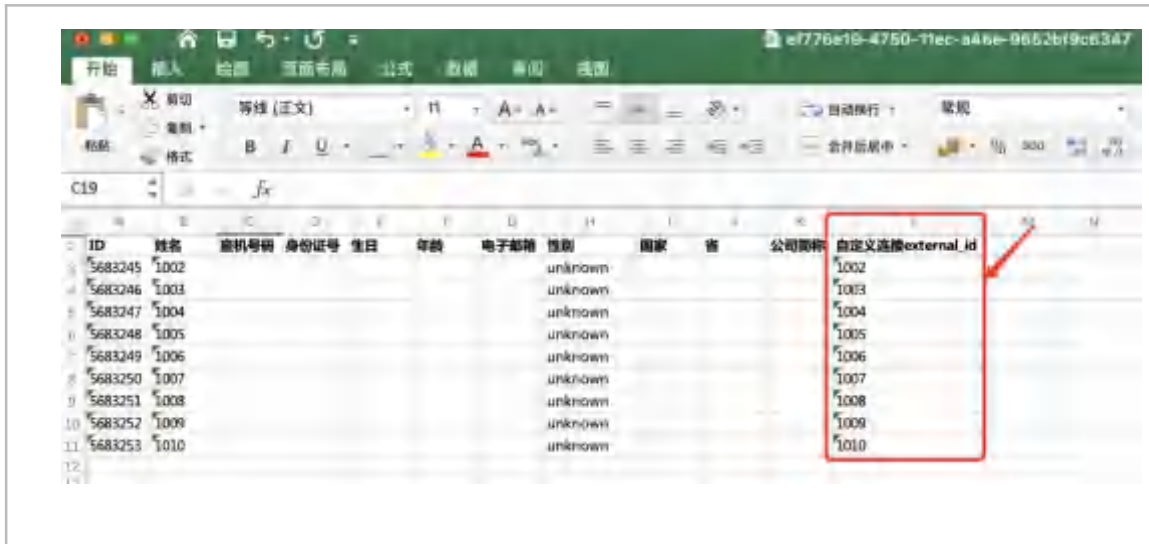
您可以通过以下两种方式得到用户的 `external_id`：

- 在【用户详情页】内，鼠标悬停自定义连接，可查看用户在该连接内的渠道 `external_id`。



- 在【导出用户】内，选中“导出自定义连接 `external_id`”，且选择自定义连接渠道，点击确定后，在导出的 excel 文件内即可查看用户在所选自定义连接的渠道 `external_id`。





2.2.6.1.2 单个删除用户

在自定义连接-删除用户数据内，您可以选择单个删除用户和批量删除。
单个删除，只需您填入想要删除的用户在该自定义连接内的渠道 `external_id` 即可。

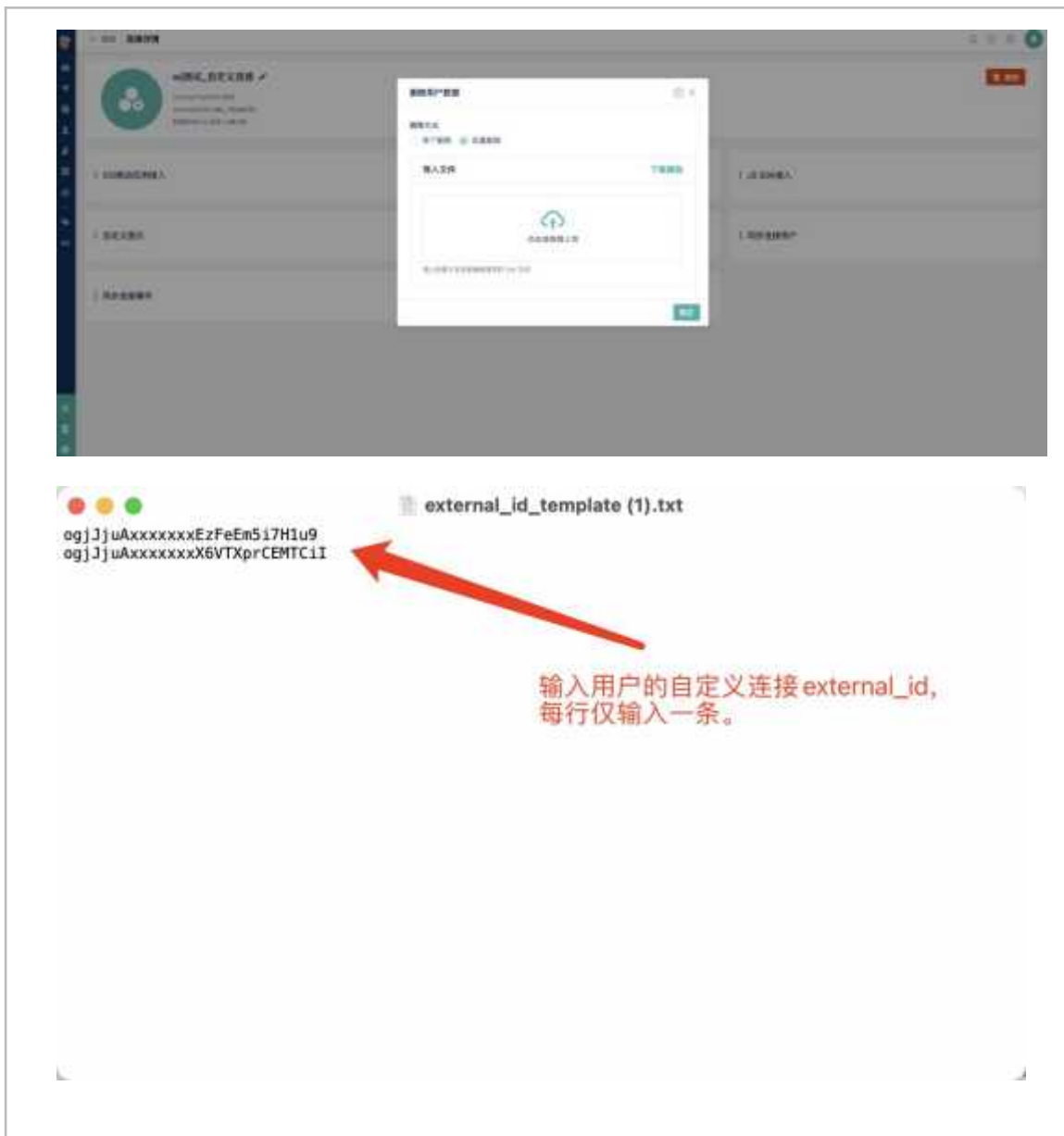


2.2.6.1.3 批量删除用户

批量删除用户您可以下载模版，在txt模版内填入您需要删除用户的 `external_id` 后，上传文件即可。

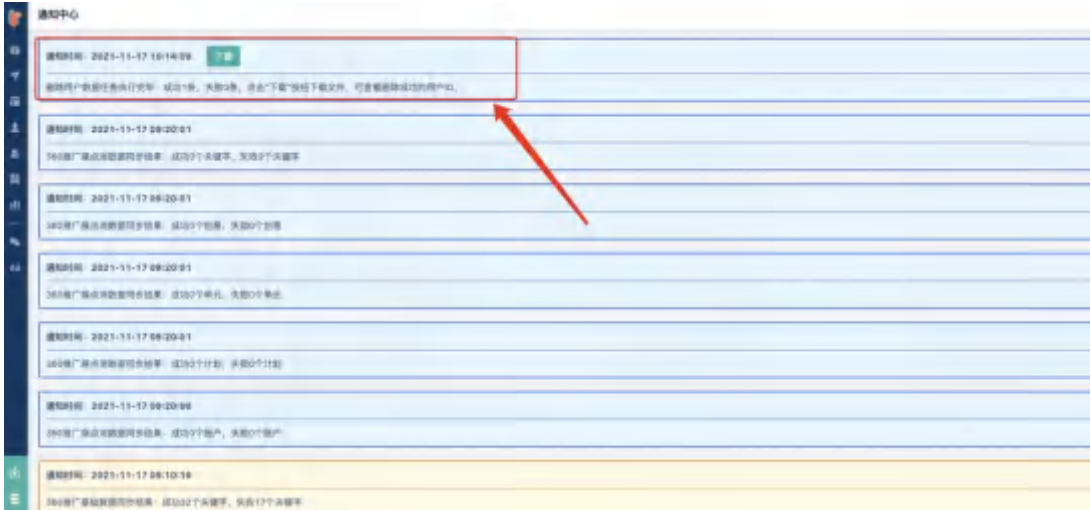
注意：

- txt文件内一行仅可输入一个 `external_id`，输入多个时可换行输入。
- 输入的用户 `external_id`，必须是在该自定义连接内的渠道 `external_id`。

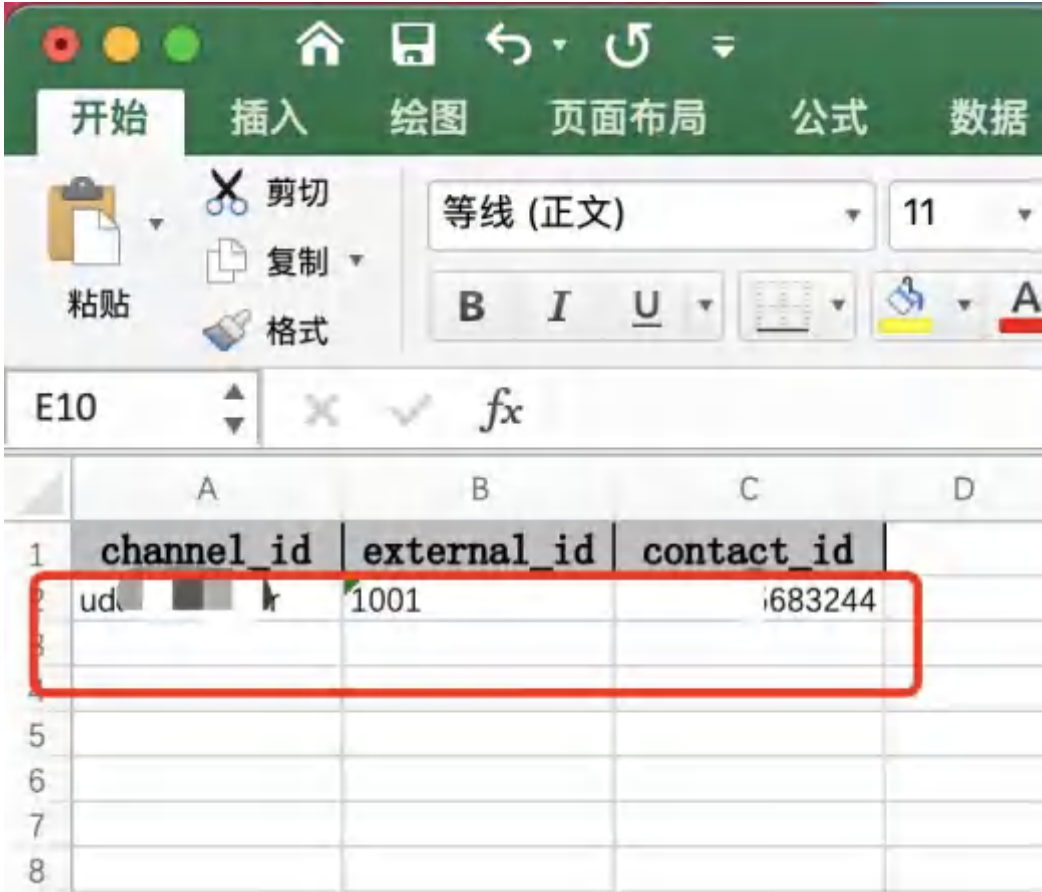


2.2.6.1.4 删除用户通知

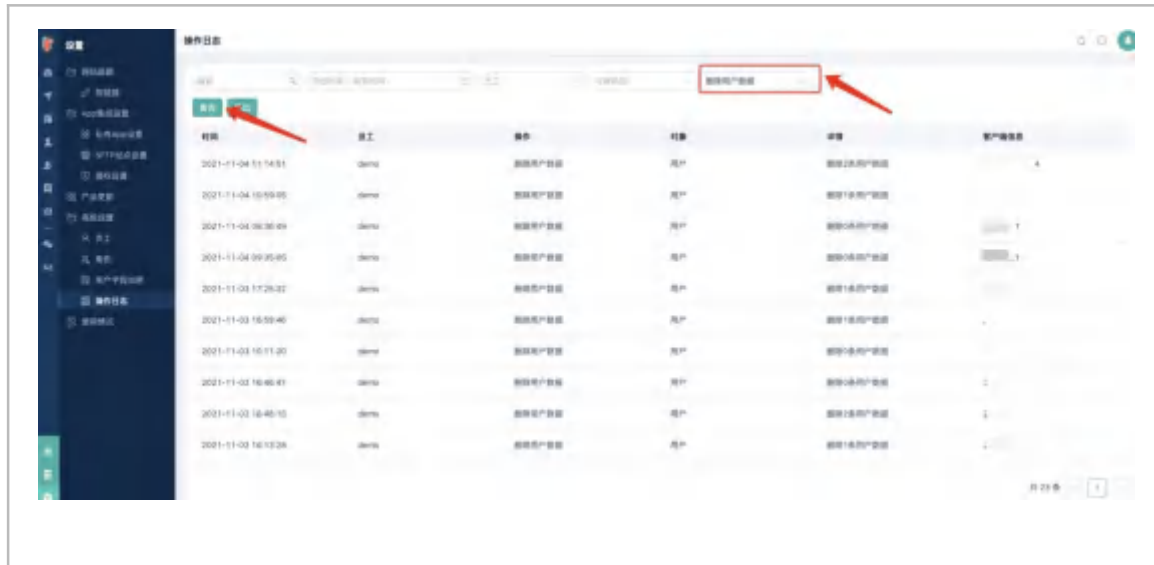
- 1、单个或批量删除用户数据后，您可前往“通知中心”查看删除结果。



点击下载按钮，可下载查看删除成功的用户记录。



2、若您是管理员，您可前设置-高级设置-操作日志，查询系统所有删除用户数据的操作日志。



2.2.6.2 删除用户数据说明

删除用户数据，会删除用户的四部分数据：

- 1、删除渠道连接账号：仅会删除指定自定义连接内的渠道账号，该用户与其他的渠道连接账号不会删除。
- 2、删除群组关系：从所有群组中将该用户移除。
- 3、用户属性置空：部分属性均置空（联系人 ID、创建/更新时间等不置空），且姓名更改为“已注销”。
- 4、删除事件：仅会删除该用户在指定自定义连接内的事件，该用户在其他渠道连接发生的事件不会进行删除。





2.2.7 同步连接事件

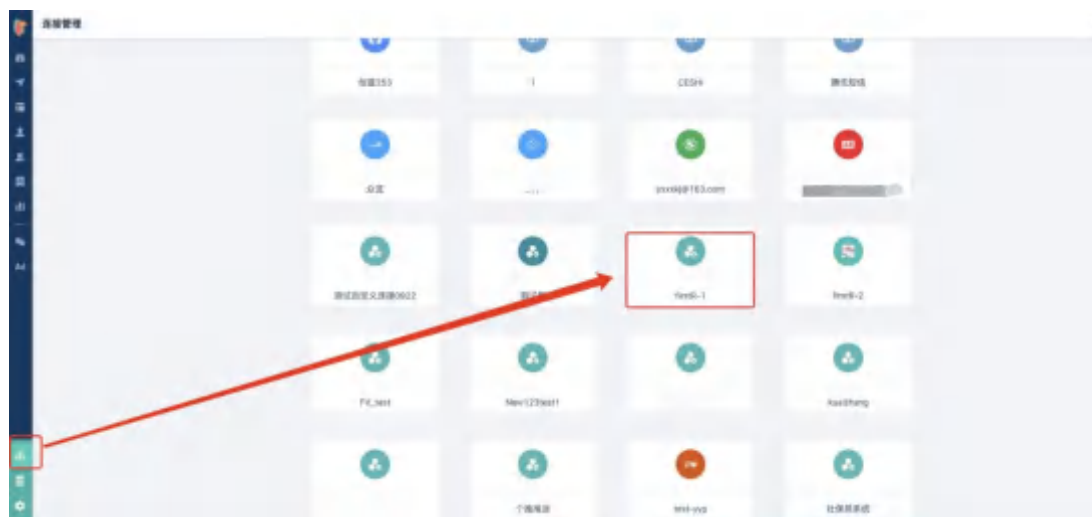
2.2.7.1 注意事项

可通过导入文件的方式同步该连接内的事件。目前，仅“自定义连接”支持该功能。

注意：仅可同步自定义事件，且不可同步父、子事件。

2.2.7.2 如何使用【同步连接事件】

1、使用路径：连接管理→自定义连接→同步连接事件



进入自定义连接详情页后，可查看到【同步连接事件】，然后点击自动导入设置/手动导入开始导入数据。



2、导入文件方式：

系统支持两种导入文件的方式：

- 自动导入：需要建立 SFTP 站点，在自动导入设置中输入用户事件文件所在的文件夹路径，系统每日凌晨会自动读取文件。
- 手动导入：直接上传文件即可。

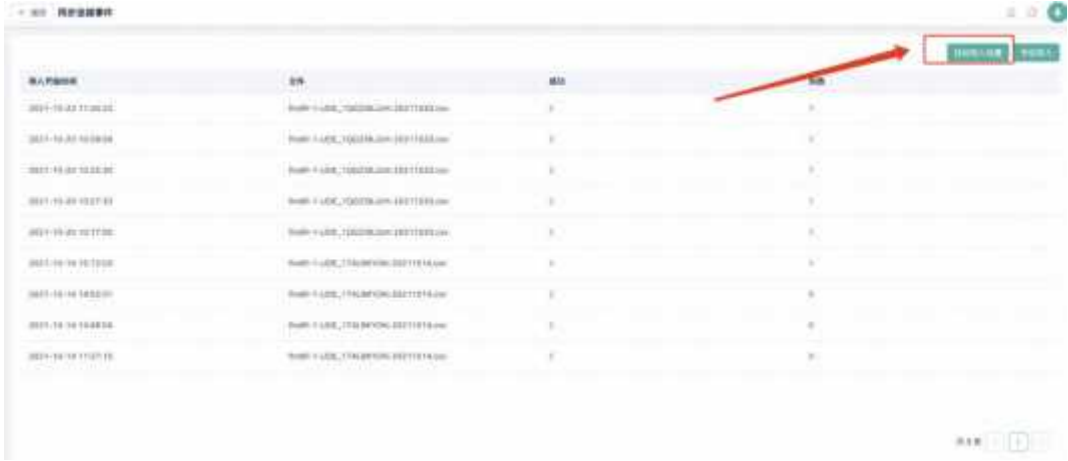
自动导入设置

1、需先创建 SFTP 站点，详情请看 [SFTP 站点设置](#)。

2、在自动导入设置弹窗中，选择创建好的站点，且输入正确的文件夹路径。

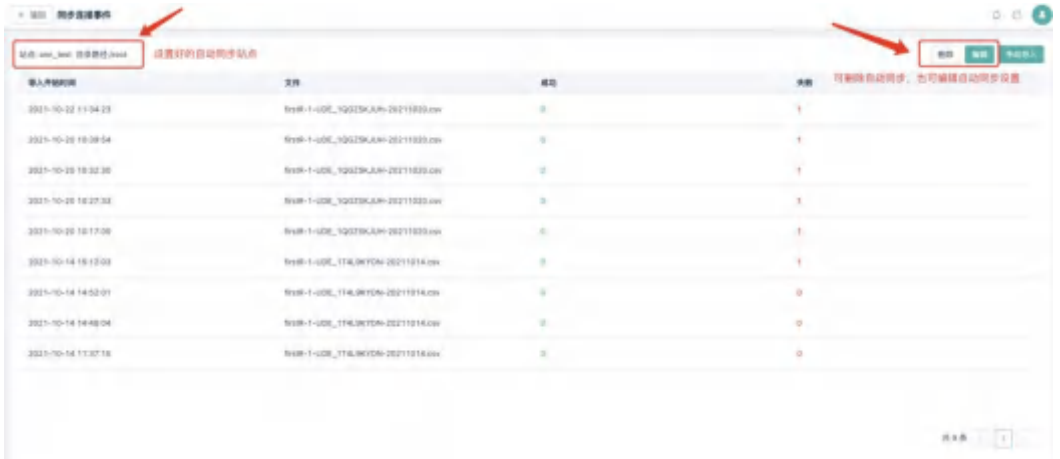
可在弹窗内设置事件 UTM（来源、活动等信息），也可在上传的文件中输入 UTM 值，优先使用文件中的 UTM 值。即：

- 若上传文件中的 utm 值为空，就使用在弹窗设置的 utm 作为该事件的 utm；
- 若上传文件和弹窗中均有设置 UTM，则使用上传文件中的 utm 作为该事件的 utm。
- 若都没有 UTM 值，则不记录事件 utm。



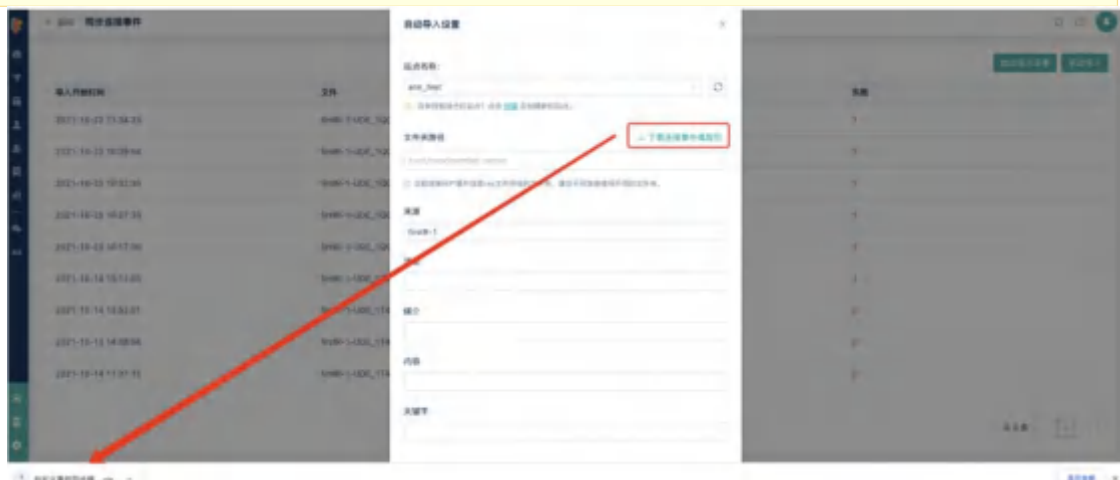
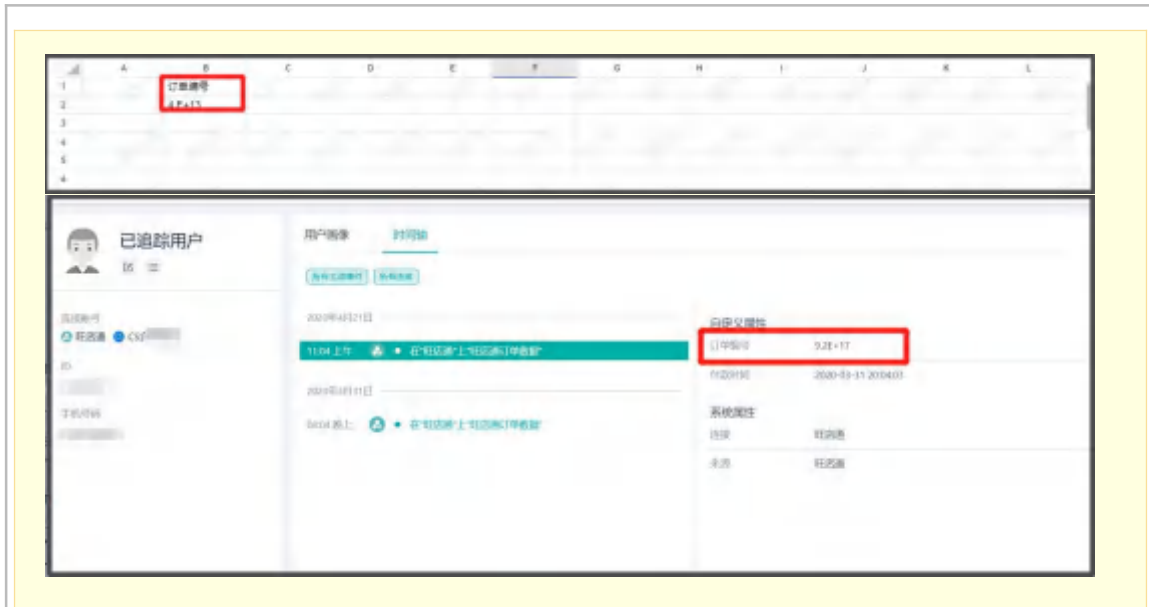


3、自动同步设置好后，可在同步连接事件的列表页查看到。也可点击右方的按钮来删除自动同步或者编辑自动同步设置。



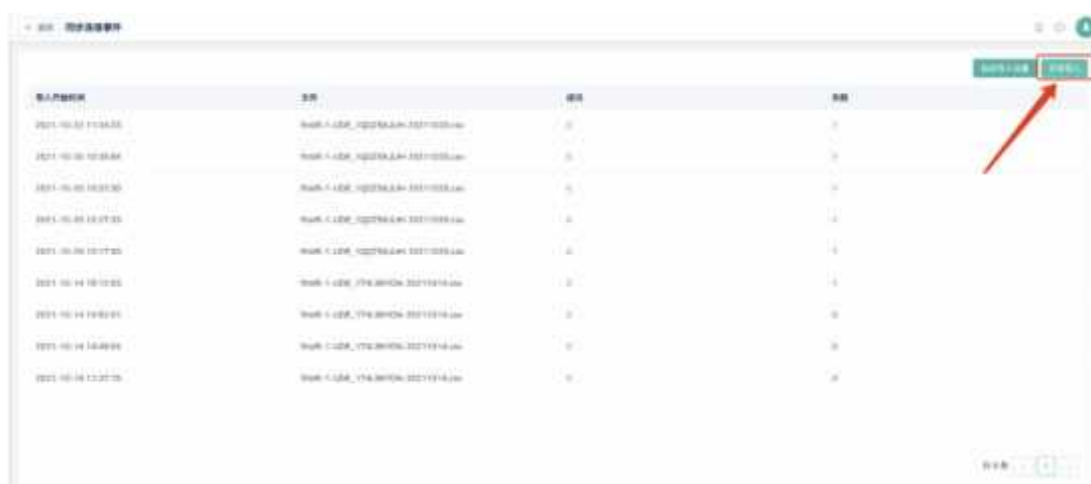
4、之后直接将填好的用户事件 csv 文件导入上述设置的 SFTP 站点内的路径中，系统每日凌晨会自动读取文件名为前一天的文件。
可直接下载事件模版包，选择要同步的事件模版，填入事件信息后导入即可

- A.若修改了事件，需重新下载事件模版包，得到最新的事件模版文件。
- B.上传至 SFTP 的文件需按照一定的规则命名：`channelid-eventcode-date-*.csv`
- C.channelid 为渠道 id，可以在连接详情页复制；eventcode 为事件编码；date 为上传的时间；*为当天上传的第几份文件。中间用“-”分隔。
示例：`udc_1itzAa15r-UDE_1JIJANUWB-20210806-1.csv`
- D.上传的事件文件中 externalId、eventDate 必填，其中 eventDate 值格式为：2018-07-18 12:05:06。
- E.文件内填入的属性值类型应与该事件元数据中属性数据类型一致，否则会同步失败或转为默认值。例如，布尔型的属性在文件中的属性值应填 true/false，填其他的均会转为 false；日期型的属性在文件中的属性值应为时间，格式：2018-07-18 12:05:06
- F.事件导入的时候 externalID 必须在系统中存在 才能导入成功！！
- G.如果导入的订单编号为科学计数法，且导入前没有设置单元格格式，显示完整数字，那么导入后，系统中的订单编号也显示为科学计数法，如下图：



手动导入设置

1、在手动导入弹窗内选择要同步的事件后，点击右上角下载事件模版。





2、在模版文件中填入事件信息导入文件即可。手动导入上传的文件命名无要求，文件内属性值的类型及格式应符合规定，说明见上述。

注意：关于弹窗内 UTM 与文件内 UTM 值的说明同自动导入，见上述。

同步事件记录

在同步连接事件列表内可查看到自动导入或者手动导入同步的事件记录。

导入数据预览			
导入数据时间	名称	格式	数量
2021-10-02 11:08:25	Sheet1-L00C_750210KJm-00211002.csv	CSV	1
2021-10-08 10:09:54	Sheet1-L00C_750210KJm-00211008.csv	CSV	1
2021-10-08 10:22:00	Sheet1-L00C_750210KJm-00211008.csv	CSV	1
2021-10-08 10:27:00	Sheet1-L00C_750210KJm-00211008.csv	CSV	1
2021-10-08 10:31:00	Sheet1-L00C_750210KJm-00211008.csv	CSV	1
2021-10-14 10:13:00	Sheet1-L00C_750210KJm-00211014.csv	CSV	1
2021-10-14 10:22:01	Sheet1-L00C_750210KJm-00211014.csv	CSV	1
2021-10-14 10:49:00	Sheet1-L00C_750210KJm-00211014.csv	CSV	1
2021-10-14 11:27:30	Sheet1-L00C_750210KJm-00211014.csv	CSV	1

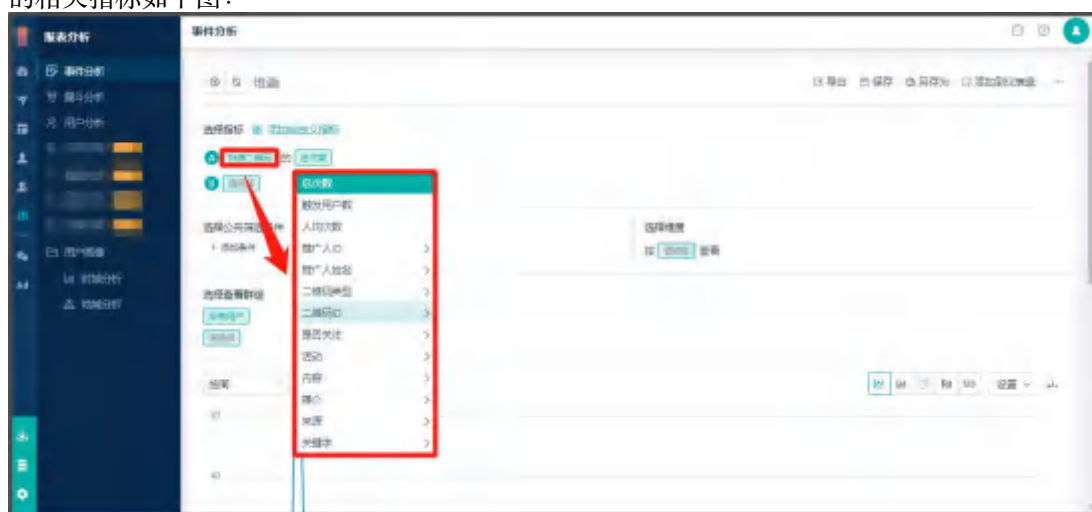
3 基本概念解释

3.1 报表分析-指标

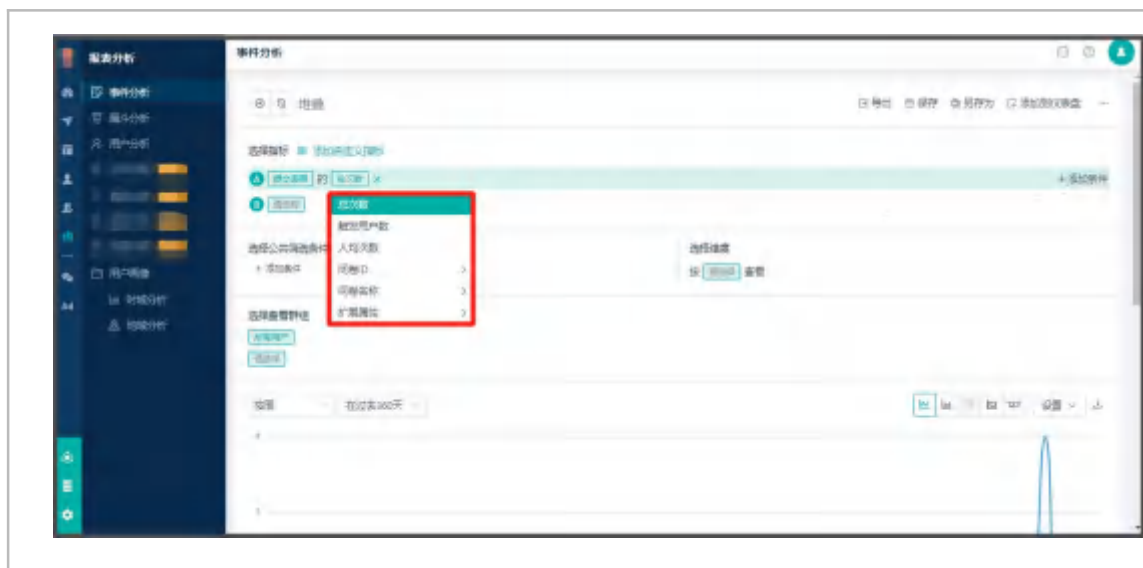
- [什么是指标?](#)
- [其他相关指标](#)
 - [展示和点击](#)
 - [总次数](#)
 - [触发用户数](#)
 - [人均次数](#)
 - [属性](#)
 - [页面浏览量](#)
 - [停留时长](#)
 - [交互深度](#)
 - [转化率](#)
- [自定义指标?](#)

3.1.1 什么是指标?

指标，即具体的数值。比如访客、页面浏览量、停留时长都属于常见的指标。
指标一般可分为计数指标和复合指标。计数指标如访客、访问、页面浏览量、停留时长等；复合指标如交互深度、转化率等。指标一般伴随维度来分析才有更大的意义。
不同的事件，对应不同的指标，如**微信公众号的事件【扫描二维码】**，目前系统可以分析的相关指标如下图：



金数据事件**【提交表单】**，对应的指标如下图：



3.1.2 其他相关指标

展示和点击

展示，指页面上元素的曝光次数。点击，指页面元素被用户点击的次数。

这两个指标主要适用于【线上广告投放】，比如评估投放新浪首页的品牌广告，展示了多少次，点击了多少次

或者是或者是【网页】、【小程序】等。

如小程序的事件-【展示小程序】，包含指标-累积展示次数



总次数

事件分析功能常用指标，指在选定的时间范围内，某一事件被触发的次数。

比如选择页面浏览事件，按总次数查看时，计算出来的值即为页面浏览量。

触发用户数

事件分析功能常用指标，指在选定的时间范围内，触发某一事件的独立用户数。

比如选择注册成功事件，按独立用户数查看时，计算出来的值即为选择时间范围内的注册成功人数。

人均次数

事件分析功能常用指标，指在选定的时间范围内，独立用户触发某一事件的平均次数。

比如选择页面浏览事件，按人均次数查看时，计算出来的值即为人均页面浏览次数。

属性

为了帮助使用者更方便地使用我们的产品，我们目前分别为事件和用户提供了一些预置属性。

页面浏览量

PageView，即 PV，指页面被用户浏览的次数，严格定义上指的是用户向网站发出并完成的一个下载页面的请求。

页面浏览的概念主要适用于网页端产品，对于 App 的分析，现主要使用屏幕浏览，即 ScreenView。

停留时长

对应于用户 Session，便有了停留时长指标，主要用来衡量用户与网站、App 交互的深度。交互越深，相应停留的时长也越长。

一般有页面停留时长，会话时长以及平均停留时长等概念，其计算的核心原理在于记录下用户行为发生时的时间戳，后期再应用相应公式来计算。

交互深度

交互深度是指用户在一次浏览网站或 App 过程中，访问了多少页面。用户在一次浏览中访问的页面越多，交互深度就越深。交互深度能够侧面反映网站或 App 对于用户的吸引力。

可以通过 Session 来计算用户的平均交互深度。

转化率

任何产品都需要关注的核心指标，主要用来衡量用户从流量到发生实际目标转化的能力。

一般用目标转化的次数或人数除以进入目标转化漏斗的人数或次数，因目标行为的不同，转化率是一个非常灵活的指标，比如你可以自定义注册转化率、登录转化率、购买转化率、搜索成功转化率等。

自定义指标?

3.2 维度

维度描述的是一个事物身上所具备的特征或属性。比如一个人属于什么性别，生活在哪个城市，喜欢什么颜色，这些都是这个人身上所具备的属性特征。

而在网站分析领域，维度往往用来描述和分析指标，比如单一的访问数指标并不能告诉你太多信息，一旦加上来源这个维度，就马上变得有意义了。

目前[系统](#)的维度包含【事件属性】&【用户属性】，如下：

——查看分析的角度。

——分析维度是指察看事件指标分析结果的不同角度，这样可以更加精细化的分析数据。

——分析维度分成三大类型：

总体：直接使用事件指标分析结果本身来察看，总体本身就是数字类型【事件属性】：

任何事件属性都可以作为分析维度【用户属性】；

任何用户属性都可以作为分析维度如果事件或者联系人属性是【非数字型】，那么维度的取值就是属性值中的枚举值；

如果是【数字型】，那么维度的取值就是数字的取值范围区间，可在[系统](#)中进行配置。

可以有多个分析维度，当有多个分析维度的时候，那么查看的角度就是这些维度的笛卡尔积。

注：如果选择“停留时长”，时长单位为“毫秒”



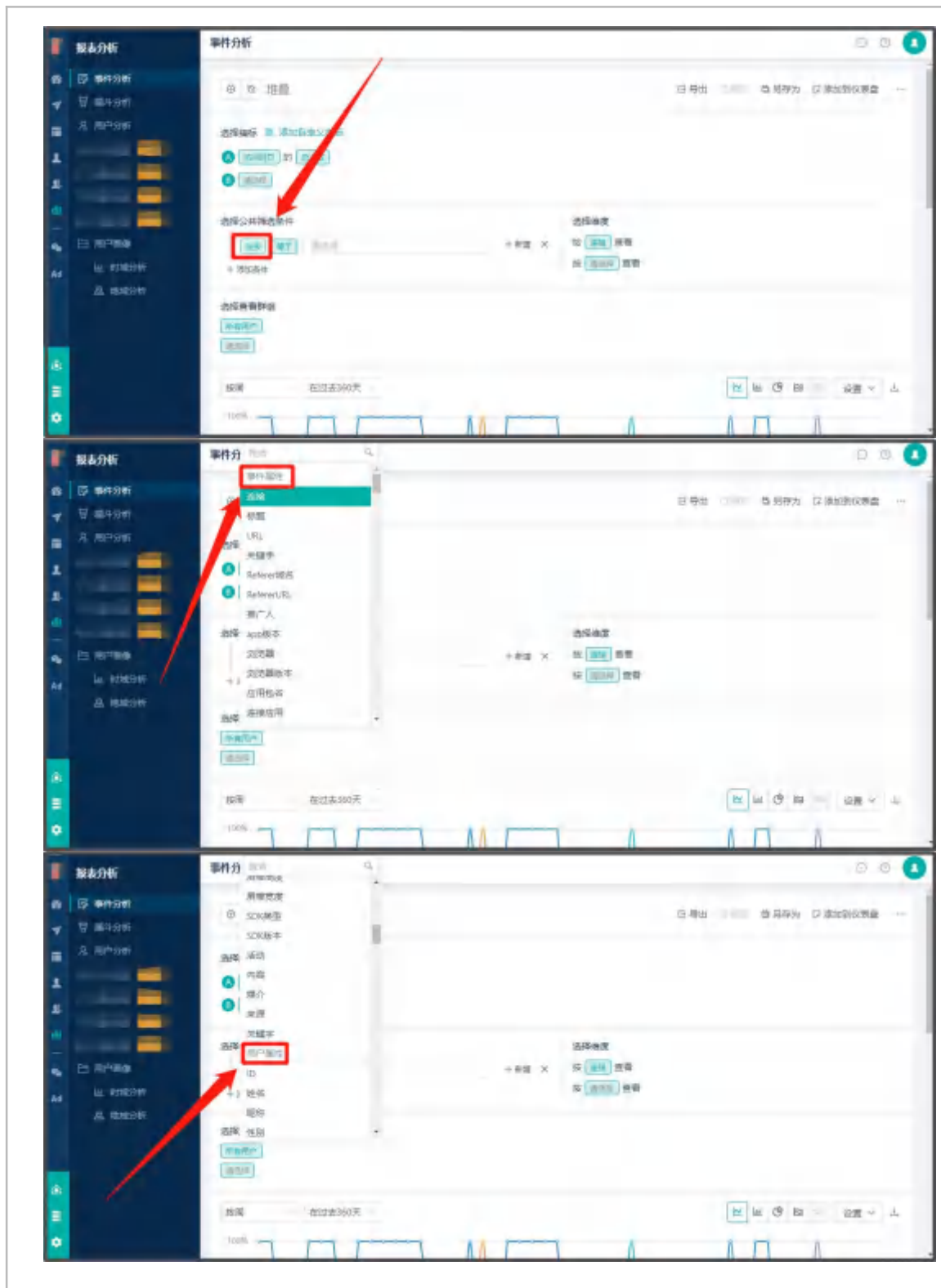
3.3 报表分析-公共筛选条件

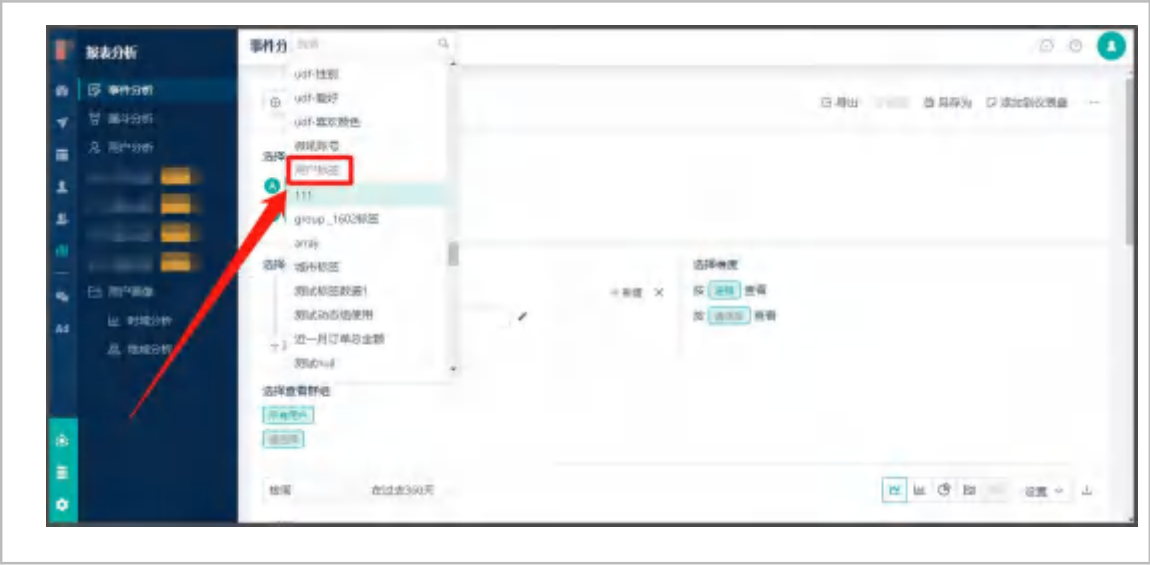
- [什么是筛选条件](#)
 - [筛选条件分类](#)
 - [按目标](#)
 - [按数据类型](#)
 - [字符串类型属性筛选](#)
 - [数值类型属性筛选](#)
 - [时间类型属性筛选](#)

3.3.1 什么是筛选条件

——【筛选条件】是为了在我们取到的数据集中，通过设置一个【条件】进行过滤，获取我们最终想得到的子数据集进行分析。

——系统所有的分析功能中都有筛选条件的选项，均可以实现根据【事件的属性】进行筛选或根据【用户的属性】或者根据【用户标签】进行筛选。





3.3.1.1 筛选条件分类

按目标

筛选用户：筛选条件作用于用户，只看符合筛选条件的那些用户；一般在【用户属性】上进行条件设置，或者选择【用户分群】获取符合分析条件的用户。

筛选事件：筛选条件作用于事件，只看符合筛选条件的事件；一般在【事件属性】上进行条件设置。

按数据类型

——不管是为了筛选出不同用户或筛选不同事件，具体的每一个筛选条件的设置，都可以按其数据类型来了解。

字符串类型属性筛选

——当筛选的属性为【字符串】类型时，可以看到如下图中标识的判断类型，具体每个判断类型的使用可参考下表：

判断类型	类比 SQL	描述说明
等于	=	精确判断，只有选择的事件属性等于输入的判断值时，该事件才会进入分析过程；当判断值存在多个时，事件属性值等于任意一个，该事件都会进入分析的数据集
不等于	!=	精确判断，只有选择的事件属性不等于输入的判断值时，该事件才会进入分析过程；当判断值存在多个时，事件属性值等于任意一个，该事件就不会进入分析过程
包含	LIKE "%\$判断值%"	匹配判断，当属性字段中包含判断值，该事件或用户就会进入分析过程
不包含	NOT LIKE "%\$判断值%"	匹配判断，与“包含”相反，当属性字段中包含判断值，该事件不会进入分析过程
非空	Length(\$属性)>0	当属性字段中有值(字符串长度大于 0)时，事件或用户才会进入分析过程
空值	=""	当属性字段中值为空字符串时，事件或用户才会进入分析过程



数值类型属性筛选

当筛选的属性为【数字类型】时，可以看到如下图中标识的判断类型，具体每个判断类型的使用可参考下表：

判断类型	类比表达式	描述说明
等于	=	类同于字符串类型
不等于	!=	类同于字符串类型
小于	<	所选属性值小于判断值的事件才会进入分析过程
大于	>	所选属性值大于判断值的事件才会进入分析过程
大于等于	≥	所选属性值大于等于判断值的事件才会进入分析过程
小于等于	≤	所选属性值小于等于判断值的事件才会进入分析过程
区间	between . and .	所选属性值处于设置的判断值所形成的闭区间时，事件才会进入分析流程；如判断值设置为 10 和 100 时，所选属性值需要满足 [10,100] 区间
非空	IS NOT NULL	类同于字符串类型
空值	IS NULL	类同于字符串类型



时间类型属性筛选

名词解释（【非空】与【空值】解释同上）——详细可以参考下图

- 绝对时间区间 在 2021-04-01 00:00:00 - 2021-04-09 23:59:59 : 在所选固定时间之间（包含所选时间）的数据
- 绝对时间前后 在 2021-04-02 10:09:27 : 在所选时间之前（包含所选时间）的所有数据
 在 2021-04-02 10:09:27 : 在所选时间到最新时间的所有数据
- 相对时间前后
 过去 第 7 天 之前 : 以 2 月 10 日为查询时间，在 2 月 3 日之前（包含 2 月 3 日）的所有数据
 过去 第 7 天 之后 : 以 2 月 10 日为查询时间，在 2 月 3 之后（包含 2 月 3 日）的所有数据
 当前 之后 : 以 2 月 10 日为查询时间，在 2 月 10 之后（包含 2 月 10 日）的所有数据
 当前 之前 : 以 2 月 10 日为查询时间，在 2 月 10 之前（包含 2 月 10 日）的所有数据
 将来 第 7 天 之前 : 以 2 月 10 日为查询时间，在 2 月 17 日之前（包含 2 月 17 日）的所有数据
 将来 第 7 天 之后 : 以 2 月 10 日为查询时间，在 2 月 17 之后（包含 2 月 17 日）的所有数据
- 快捷相对时间
 当日 : 以 2 月 10 日为查询时间，查询 2 月 10 日的所有数据
 本月 : 以 2 月 10 日为查询时间，查询 2 月的所有数据
- 相对时间点
 过去 第 7 天 : 以 2 月 10 日为查询时间，查询 2 月 3 日的所有数据
 当前 : 以 2 月 10 日为查询时间，查询 2 月 10 日的所有数据
 将来 第 7 天 : 以 2 月 10 日为查询时间，查询 2 月 17 日的所有数据

17 日的所有数据

- 相对时间区间

~ : 以 2 月 10 日为查询时间, 查询 2 月 3 日到

2 月 10 日的所有数据

第 7 ~

第 7 ~ 第 7

第 7 ~ : 以 2

月 10 日为查询时间, 查询 2 月 3 日到 2 月 9 日的所有数据

第 7 ~ 第 1 : 以 2

月 10 日为查询时间, 查询 2 月 3 日到 2 月 11 日的所有数据

~ 第 7 : 以 2 月 10 日为查询时间,

查询 2 月 10 日到 2 月 17 日的所有数据

~ 第 7 : 以 2 月 10 日为查询

时间, 查询 2 月 3 日到 2 月 10 日的所有数据

~ : 以 2 月 10 日为查询时间, 查询 2 月 10 日当天所有数

据 第 7 ~ : 以 2 月 10 日为查询时间,

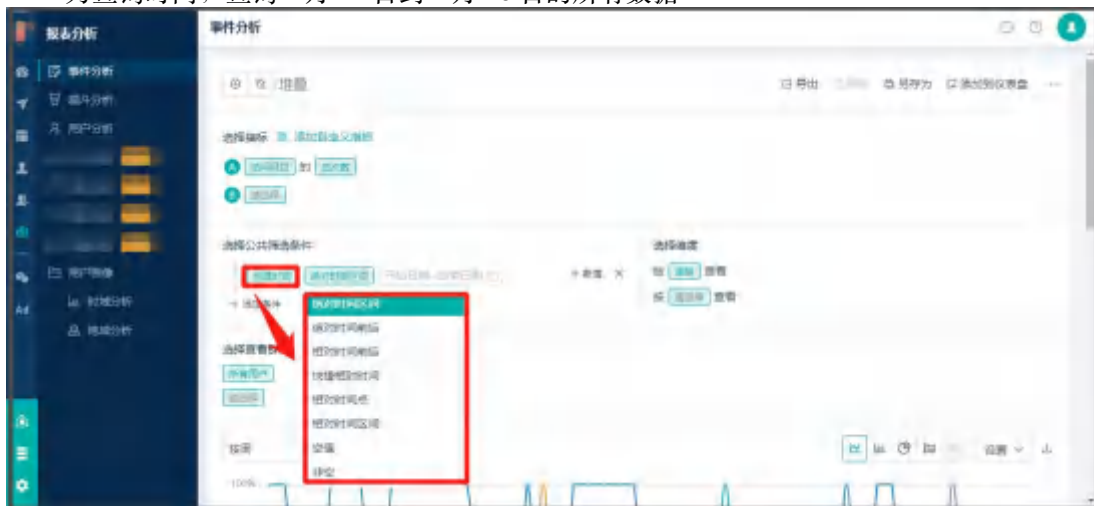
查询 2 月 10 日到 2 月 17 日的所有数据

第 7 ~ 第 7 : 以 2 月 10 日为查

询时间, 查询 2 月 3 日到 2 月 17 日的所有数据

第 7 ~ 第 10 : 以 2 月 10 日

为查询时间, 查询 2 月 17 日到 2 月 20 日的所有数据



3.3.2 用户属性类型

系统预置属性-通用的初始系统字段（系统默认的字段）

比如：姓名、地址、邮箱、城市、手机号码等均为系统默认字段。



自定义字段：可创建和编辑的自定义字段-自定义属性

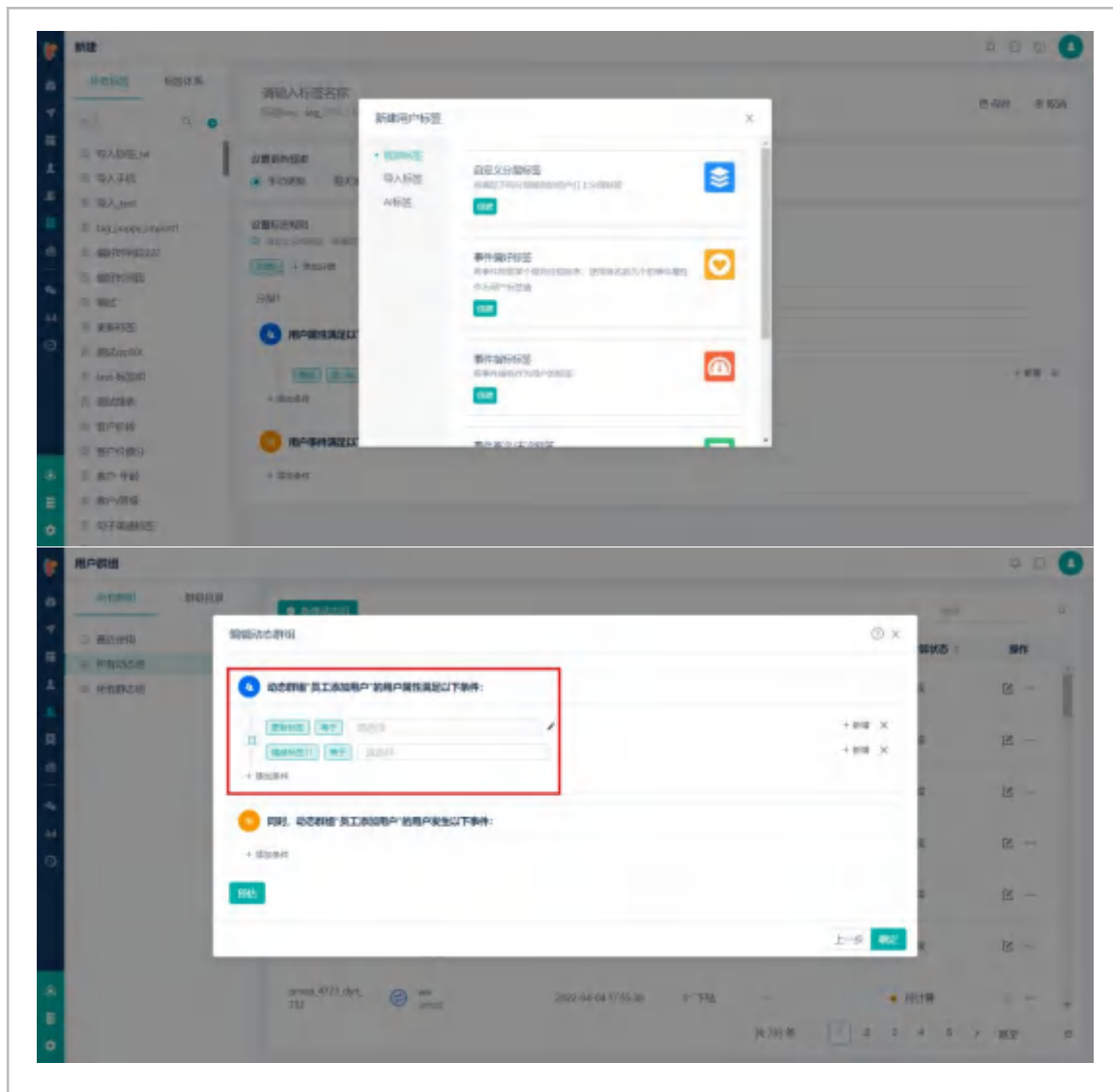


3.3.3 标签

标签是对个体用户的属性值，每个用户会有不同的标签值，该标签值也有可能变化。标签可以用做圈选动态群组的条件、或者分析的维度/指标/条件。

在系统中，标签是仅指通过规则计算的标签，存储在大数据中批次计算，所以需要设置手动更新、或每天凌晨自动更新。

例子：累计购买金额，需要根据单个用户的每次订单事件里的金额的值计算。



3.3.4 属性（及自定义字段）

属性是预置的常见固定标签、通常是人口地域等，自定义字段是可以自定义的标签；它们的值都只能通过手动更新、或者由外部系统导入，而不能通过规则计算。

例子：生日。

编辑用户

姓名:

性别:

手机号码:

邮箱:

密码:

生日:

操作:

3.3.5 群组

群组是用户的集合，用户对群组而言只有在群组/不在群组两种状态。相对于标签而言，群组往往只是短时生效的，例如新的营销活动就需要圈选新的受众人群。

群组分为静态组、动态组。静态组中只能手动增减用户，动态组中只能通过规则计算。

在系统中，动态组是存储在大数据中批次计算，所以需要设置手动更新、或每天凌晨自动更新。

一般用于群组分析、或者对群组进行营销触达。

例子：累计购买金额>1000 元且年龄超过 60 岁的用户群。

事件分析

选择群组:

选择已有群组:

取消:

选择群组:

选择已有群组:

取消:

选择群组:

选择已有群组:

取消:



3.3.6 不正确的操作

1. 用群组代替标签。例如：用户最近消费省份，是根据规则计算的标签。如果用动态组将“上海”、“江苏”等各个标签的值都作为群组，也能实现业务结果；但是会多出很多群组，并且改条件的话不好维护。
2. 用标签代替群组。例如：用户累计消费金额>1000 元的群组。如果用>1000 元这个条件设置标签，也能实现业务结果；但是直接将“累计消费金额”设置为标签更灵活，例如将条件改为>500 元时无需改动标签。