

华为云-客户数据平台

文档版本

01

发布日期

2022-12-21



版权所有 © 华为云计算技术有限公司 2022。 保留一切权利。

非经本公司书面许可，任何单位和个人不得擅自摘抄、复制本文档内容的部分或全部，并不得以任何形式传播。

商标声明



HUAWEI 和其他华为商标均为华为技术有限公司的商标。

本文档提及的其他所有商标或注册商标，由各自的所有人拥有。

注意

您购买的产品、服务或特性等应受华为云计算技术有限公司商业合同和条款的约束，本文档中描述的全部或部分产品、服务或特性可能不在您的购买或使用范围之内。除非合同另有约定，华为云计算技术有限公司对本文档内容不做任何明示或暗示的声明或保证。

由于产品版本升级或其他原因，本文档内容会不定期进行更新。除非另有约定，本文档仅作为使用指导，本文档中的所有陈述、信息和建议不构成任何明示或暗示的担保。

华为云计算技术有限公司

地址：贵州省贵安新区黔中大道交兴功路华为云数据中心 邮编：550029

网址：<https://www.huaweicloud.com/>

目 录

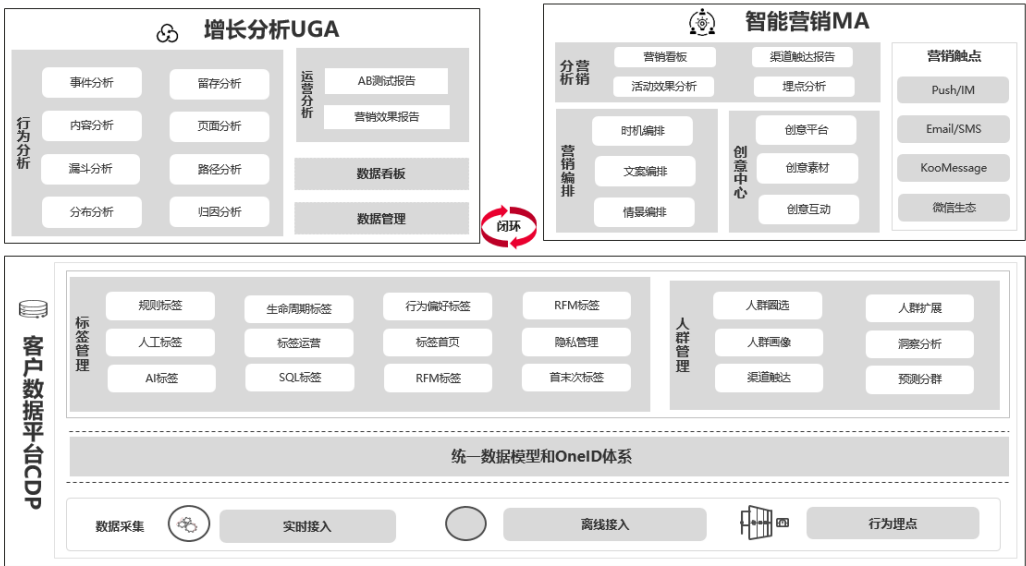
1 产品介绍	1
1.1 系统概述	1
2 CDP 系统模块	2
2.1 标签管理	2
2.1.1 标签生产	2
2.1.1.1 标签首页	2
2.1.1.2 标签	14
2.1.1.3 标签值	17
2.1.1.4 标签筛选	21
2.1.1.5 标签图表	22
2.1.2 标签供给	23
2.2 客户分群	25
2.2.1 客户分群	25
2.2.2 洞察分析	40
2.2.3 客户群筛选	44
2.3 元数据管理	46
2.3.1 元事件	46
2.3.2 事件属性	48
2.3.3 用户属性	49
3 UGA 系统模块	53
3.1 看板	53
3.2 分析概览	57
3.3 基本分析	59
3.3.1 应用概况	59
3.3.2 基本留存	62
3.3.3 用户群成分	64
3.4 行为分析	65
3.4.1 事件分析	65
3.4.2 留存分析	68
3.4.3 漏斗分析	72

3.4.4 路径分析	76
3.4.5 内容分析	81
3.4.6 页面分析	82
3.4.7 分布分析	83
3.4.8 归因分析	84
3.5 用户分群	86
3.6 数据管理	87
3.6.1 埋点管理	87
3.6.2 页面管理	90
3.6.3 虚拟事件	93
3.6.4 内容管理	94
3.7 应用调试	97
4 MA 系统模块	99
4.1 批量营销	99
4.1.1 批量营销管理	99
4.1.2 创建批量营销	100
4.2 情景编排	100
4.2.1 情景编排管理	100
4.2.2 创建情景编排	101
4.3 触达渠道	102
4.3.1 触达渠道	102
5 管理中心模块	104
5.1 用户管理	104
5.1.1 组织架构管理	104
5.1.2 用户管理	106
5.1.3 同步基础数据	106
5.2 角色管理	110
5.3 项目管理	114
5.4 租户 Key 管理	119

1 产品介绍

1.1 系统概述

1.1 系统概述



企业私域数据治理管理与应用，用数据驱动体验式营销/运营

- CDP：通过全域数据采集，运用 IDMapping 技术打通线上线下消费者数据，打造一体化消费者数据中心；基于全域消费者数据，建立全面人群画像，灵活配置多类型标签支撑精细化运营。
- UGA：通过灵活高效的分析模型，针对用户的行为数据进行监控和分析，挖掘用户行为数据的价值，寻找增长线索驱动业务决策。
- MA：提供一站式多渠道精准营销触达，打造实时智能化全场景营销体验

2 CDP 系统模块

- 2.1 标签管理
- 2.2 客户分群
- 2.3 元数据管理

2.1 标签管理

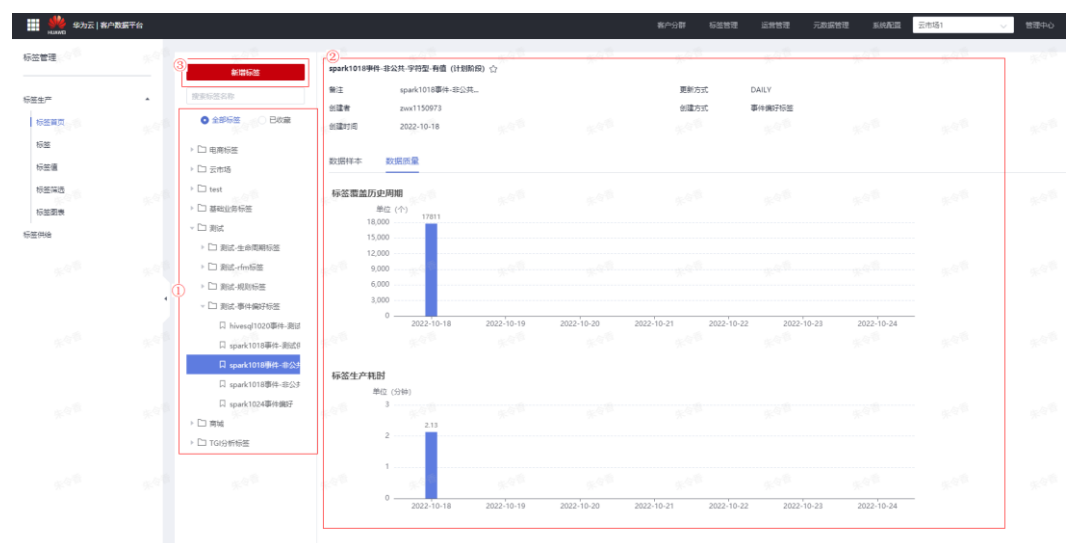
2.1.1 标签生产

2.1.1.1 标签首页

概述

支持查看所有标签数据的概览，包括数据样本、数据质量以及新增标签，帮助用户更全面的了解和管理标签。

功能介绍



- 支持在标签的分类展示。
- 支持查看标签信息，包括备注、更新方式、创建者、创建方式、创建时间的信息以及标签数据样本和数据质量的查看。
 - a. 数据样本

对于左侧标签树选中的标签，数据样本展示的是该标签排名 top5 的标签值的人数占比情况。
 - b. 数据质量

该模块展示的是标签覆盖历史周期、标签生产耗时、标签生产完成时间三个图表数据；

标签覆盖历史周期：标签对应的总人数；

标签生产耗时：标签 DGC 任务执行耗时；

标签生产完成时间：标签 DGC 任务执行完成的时间；
- 支持标签的新增，包含生命周期标签、规则标签、事件偏好标签、RFM 标签。

a. 生命周期标签

■ 概述

生命周期标签是 CDP 提供给用户的高效营销模型，包含常见的 AIPL 模型、5A 模型等，在本功能模块中，可以灵活创建生命周期标签，并基于模型标签对用户生命周期进行洞察，打造营销策略，提高用户对品牌的认知与兴趣，然后，按照用户阶段导出人群包进行精细化运营，促进用户购买决策，不断提升用户对品牌的忠诚度。

■ 名称解释

AIPL 模型

是一种将品牌人群资产定量化、链路化运营的手段。

A (Awareness)：代表品牌认知人群，一般指与品牌被动发生接触的人群，例如品牌广告触达和品类词搜索的人；

I (Interest)：代表品牌兴趣人群，一般指与品牌主动发生接触的人群，例如广告点击、浏览品牌/店铺主页、参与品牌互动、浏览产品详情页、品牌词搜索、领取试用、订阅/关注/入会、加购收藏的人；

P (Purchase)：代表品牌购买人群，包括发生过购买行为的人；

L (Loyalty)：代表品牌忠诚人群，例如购买人群中，发生了复购行为或对品牌有正面评价、分享的人；

5A 模型

5A 模型是营销大师菲利普科特勒在《营销革命 4.0》里提出的营销模型。

A1 了解 (Aware)：指顾客被动接受信息，例如品牌广告触达和品类词搜索的人；

A2 吸引 (appeal)：指品牌印象增加的顾客，例如广告点击、参与品牌互动、浏览产品详情页、品牌词搜索的人；

A3 问询 (Ask)：指被好奇驱使主动搜索信息的顾客，例如引导进店人数等；

A4 行动 (Act)：指采取行动的顾客，例如收藏、购买，以及购买后的消费，使用及售后服务的人；

A5 拥护 (Advocate)：指对品牌有忠诚度并进行宣扬的客户，例如成为粉丝的人；

b. 规则标签

通过规则圈选，灵活制定每个标签值的规则，包含用户属性、用户行为、行为序列三部分规则，可自由组合规则。支持使用多端数据，通过“且”、“或”筛选出标签值。

c. 事件偏好标签

事件偏好属性，将用户指定事件按照某个属性进行分组排序（如：支付订单按照商品类型排序），将前几名作为用户标签的值，为每个用户进行标记

支持计算的特征为：

某个指定事件的

- 出现次数最多的前几名的某个属性；
- 某个数值属性数值最大的前几名，对应的事件属性；

d. RFM 标签

■ 概述

支持创建 RFM 模型标签，用户可自定义 R、F、M 三个指标，划分用户价值。在本功能模块中，企业可以灵活创建 RFM 标签，根据客户的交易频次和交易额衡量客户的价值，制定精细化运营策略，促进用户购买决策

■ 名词解释

该模型通过对每个用户 R 值、F 值、M 值高低的评估，将其对应到不同的区间中去，从而将用户划分为 8 种用户价值类型，分别为：重要价值客户、重要挽回客户、重要深耕客户、重要挽留客户、潜力客户、新客户、一般维持客户、流失客户。

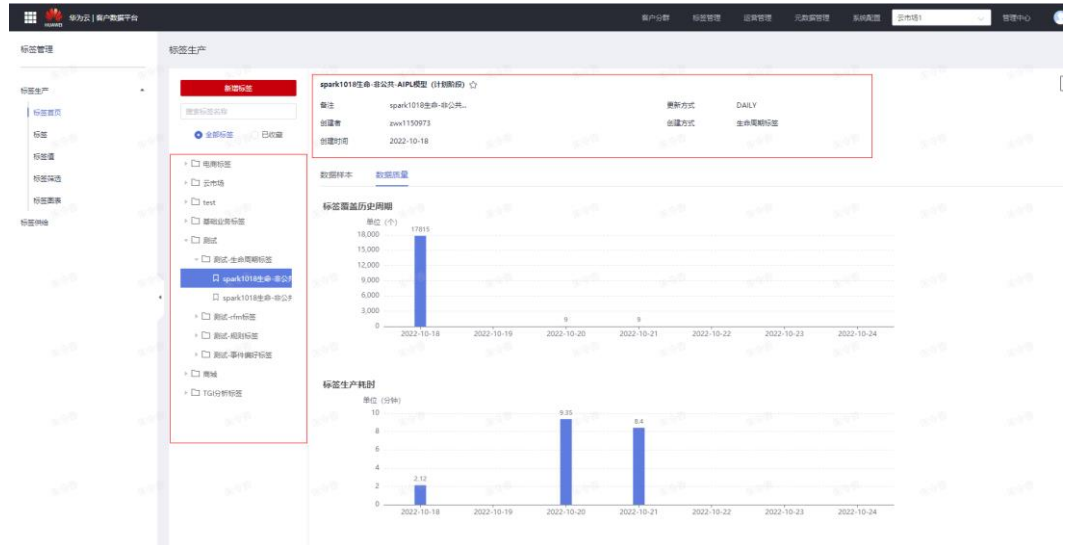
R：最近一次消费（Recency），反映的是一个客户的活跃程度；

F：消费频率（Frequency），反映的是一个客户的忠诚度；

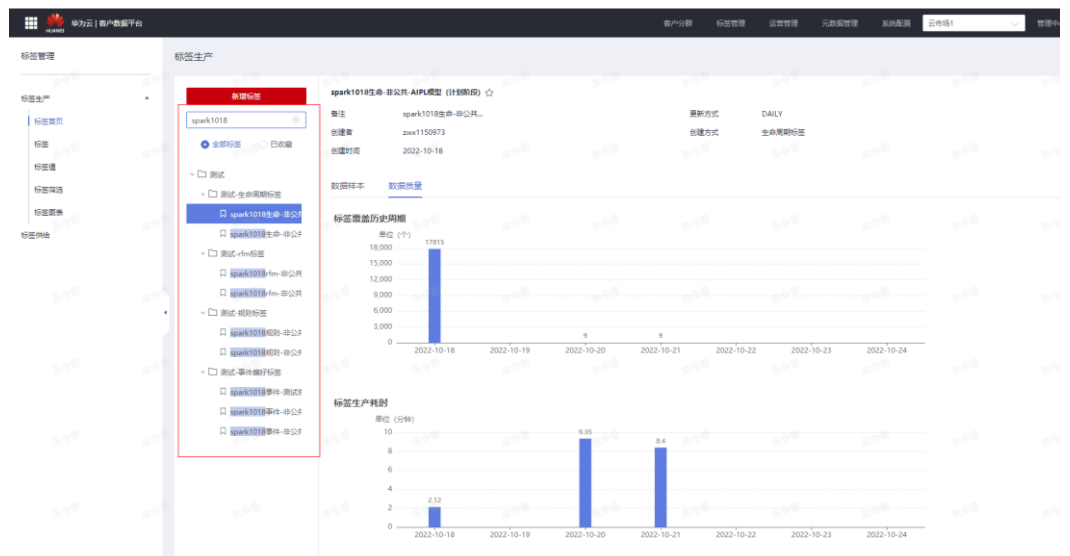
M：消费金额（Monetary），反映的是一个客户的贡献度；

功能操作

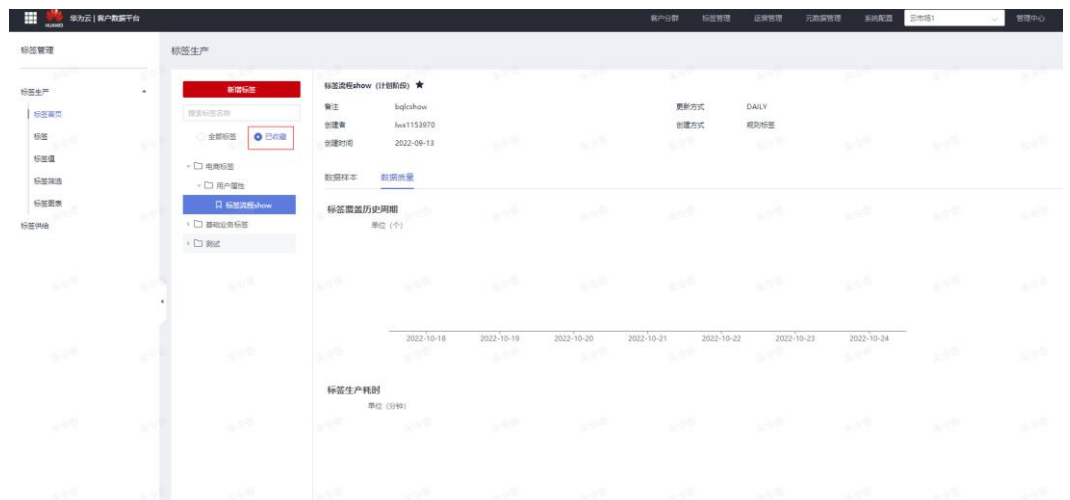
- 标签的分类展示以及标签的收藏。
 - a. 按照标签分类以树形结构展示标签的信息，包括：标签名、备注、更新方式、创建者、创建方式等信息。



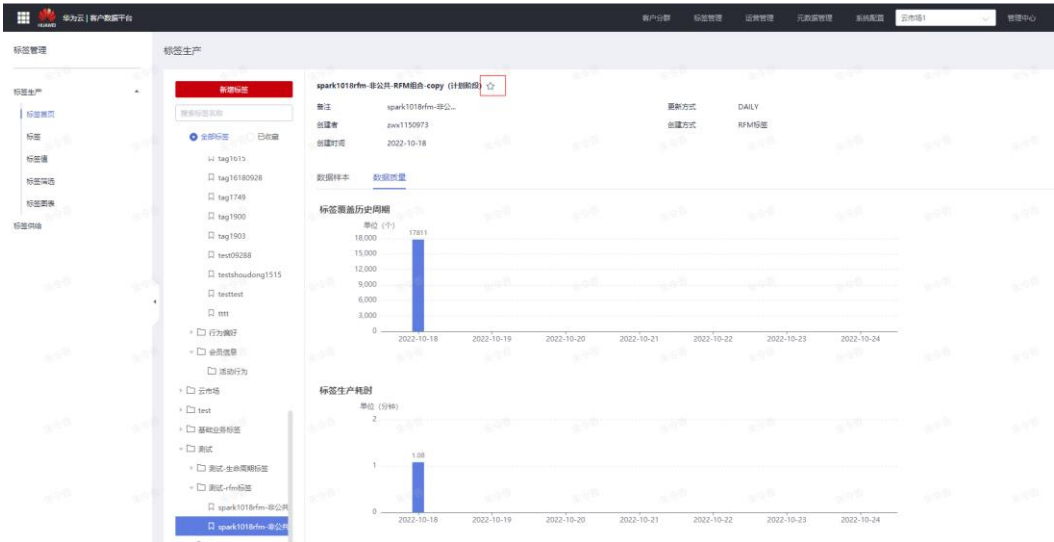
- b. 支持在搜索框中通过输入“标签名称”模糊查询标签，查看标签的信息。



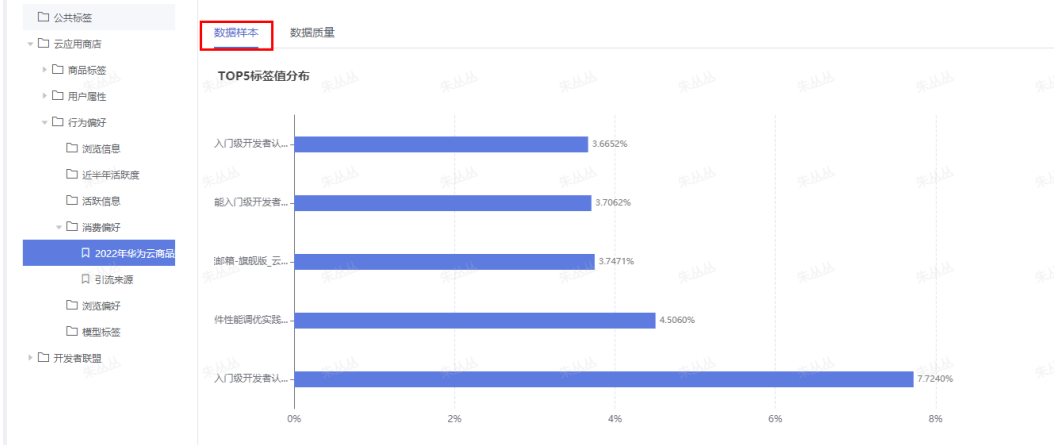
- c. 支持查询全部标签和已收藏的切换查询。



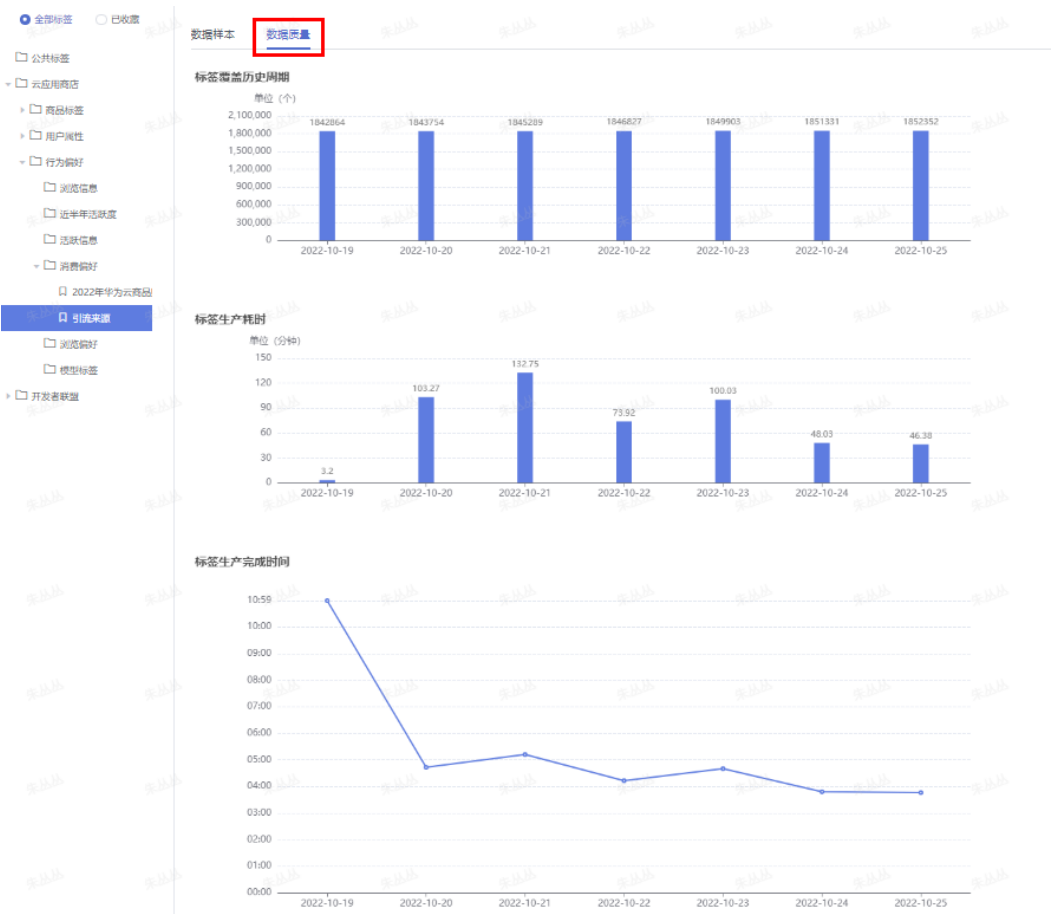
- d. 支持标签收藏。



- 数据样本/数据质量
 - a. 选中左侧要查询的标签，右侧默认展示数据样本图表。



- a. 切换到【数据质量】选项卡，展示相应标签的标签覆盖历史周期、标签生产耗时及标签生产完成时间图表数据。



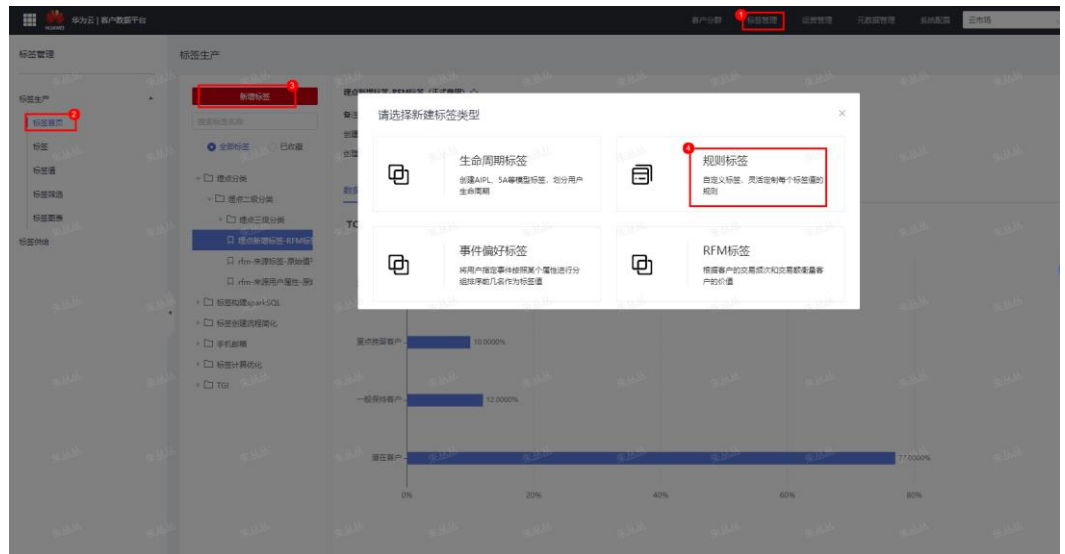
- 生命周期标签
 - a. 依次点击标签管理-标签首页-新增标签-生命周期标签，打开生命周期标签新增页面



- b. 配置生命周期标签基础信息

- c. 选择模型类型，可以从已有模型列表中进行选择，也可以点击【+自定义模型】创建新的模型，以 AIPL 模型为例，根据标签值及描述指导分别配置认知、兴趣、购买、复购的规则

- d. 配置标签规则
- 从用户属性满足，用户行为满足，行为序列三个维度配置标签规则，与规则标签配置一致，详细说明参考规则标签创建
- 规则标签
 - a. 依次点击标签管理-标签首页-新增标签-规则标签，打开规则标签新增页面。

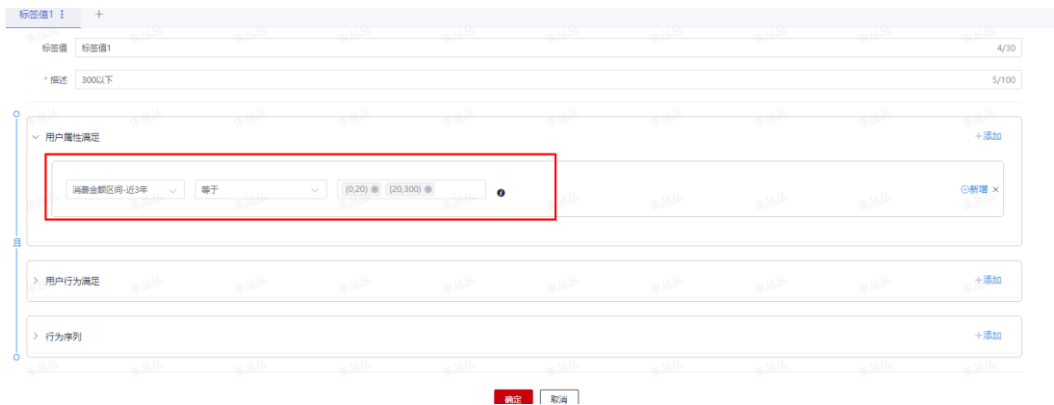


b. 配置标签基础信息。

c. 配置标签规则

说明

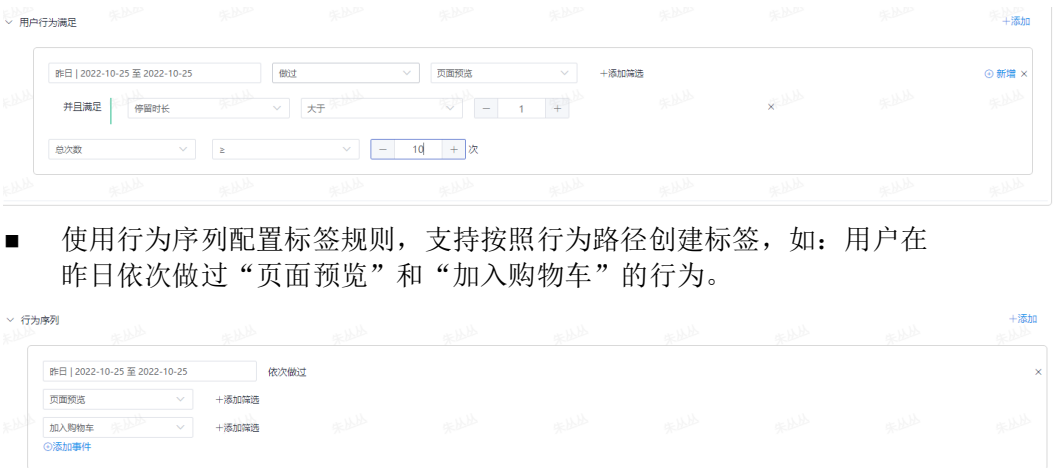
- 可使用多端数据，定义多个规则，并通过且/或两种逻辑函数定义规则的生效方式；
且：满足所有规则或组合规则条件则视为符合标签规则；
或：满足任意规则或组合规则条件则视为符合标签规。
- 支持固定日期、动态日期选择；
固定日期选择：支持选择某一天或一段日期，如 2022-01-03 ~ 2022-01-03，或 2022-01-04 ~ 2022-01-13；
动态日期选择：支持选择以今天为基准的一段时间，如：过去 3 天至今日；过去 5 天-过去 2 天等。
 - 使用用户属性数据配置规则，如：新建规则标签“消费金额”时，用户可以配置属性「消费金额区间-近 3 年」在 300 以下的作为一个标签值。



- 使用用户行为数据配置标签规则，如新建规则标签“预览页面频次”时，用户可设置标签值“高使用频次”的圈选规则为“昨日-做过-页面预览（并且停留时长大于1）-总次数大于等于10次”。

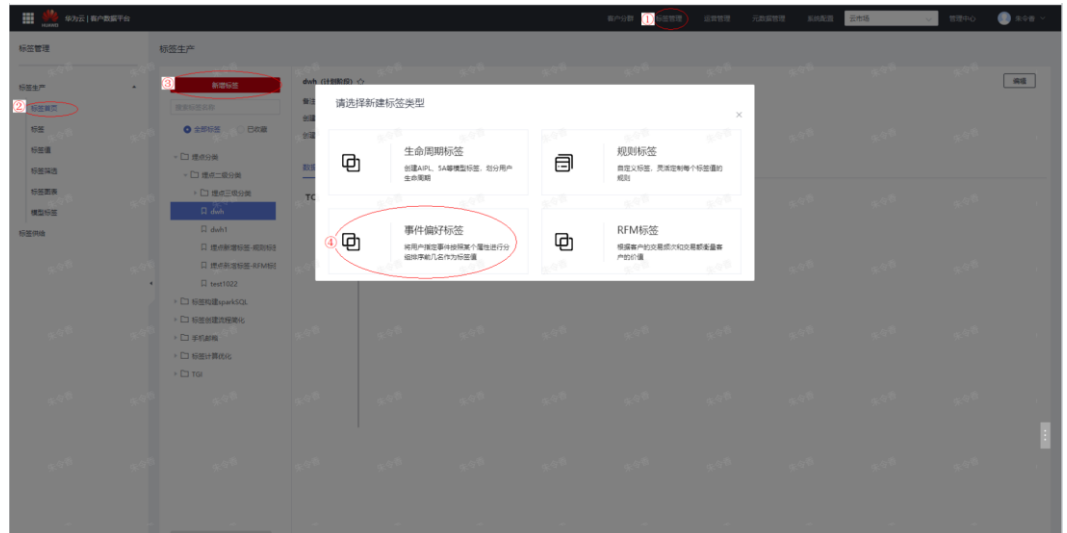
说明

行为数据的聚合方式支持总次数、分布；
行为数据支持筛选字段聚合后增加“且满足”的判断条件



- 使用行为序列配置标签规则，支持按照行为路径创建标签，如：用户在昨日依次做过“页面预览”和“加入购物车”的行为。

- 事件偏好标签
 - a. 登录 cdp 平台，选择【客户数据数据平台】，点击标签管理/标签首页/新增标签/事件偏好标签



说明

1. 可使用多端数据，定义多个规则，并通过且/或两种逻辑函数定义规则的生效方式；

且：满足所有规则或组合规则条件则视为符合标签规则；

或：满足任意规则或组合规则条件则视为符合标签规则。

2. 支持固定日期、动态日期选择；

固定日期选择：支持选择某一天或一段日期，如 2022-01-03 ~ 2022-01-03，或 2022-01-04 ~ 2022-01-13；

动态日期选择：支持选择以今天为基准的一段时间，如：过去 3 天至今日；过去 5 天-过去 2 天等。

- b. 填写标签的基础信息和标签规则，点击保存。

- RFM 标签

- a. 标签管理-标签首页，点击新增标签按钮，选择 RFM 标签



b. 填写标签基础信息

基础信息

标签名称: RFM标签 Hive名称: tag_rfm_bq 分桶: 标签创建流程简化 / RFM标签5

是否公共: 否 更新方式: 每天计算

业务口径: RFM标签创建

技术口径: RFM标签创建

标签规则

数据源: 行为数据 维表: 选填 计算周期: 本年 | 2022-01-01 至 2022-11-01

R, F, M值定义

Recency (最近一次消费距离今天的天数)

R = 原始值 R < 平均值 为 高 度活跃客户

Frequency (消费频率)

F = 原始值 F > 平均值 为 高 忠诚度用户

Monetary (消费金额)

M = 原始值 M > 平均值 为 高 购买力用户

第三步：配置标签规则

标签规则

数据源: 行为数据 维表: 购买 计算周期: 本年 | 2022-01-01 至 2022-10-24

R, F, M值定义

Recency (最近一次消费距离今天的天数)

R = 原始值 R < 平均值 为 高 度活跃客户

Frequency (消费频率)

F = 原始值 F > 平均值 为 高 忠诚度用户

Monetary (消费金额)

M = 原始值 M > 平均值 为 高 购买力用户

标签命名

标签值	高价值客户	重点保持客户	重点发展客户	重点挽留客户	一般价值客户	一般保持客户	一般发展客户	潜在客户
R	高	低	高	低	高	低	高	低
F	高	高	低	低	高	高	低	低
M	高	高	高	高	低	低	低	低

确定 取消

规则配置说明：

- 选择数据和时间。支持选择明细数据/属性数据/标签数据源，对应的应用场景及RFM计算逻辑如下：

数据源	使用场景	如何得到 RFM
-----	------	----------

数据源	使用场景	如何得到 RFM
明细数据	明细表中记录了用户的消费等行为数据（按照用户 did，记录了每一次消费的用户 ID、消费金额、消费时间）	将订单数据按照用户 ID 进行聚合计算，获取 R（最近消费时间距离今天的天数）、F（消费频率）、M（消费金额）
属性数据	按照用户 ID 聚合得到（最近消费时间）、F（消费频率）、M（消费金额）的数据作为独立的字段储存在属性表中	根据最近消费时间获取 R（最近消费时间距离今天的天数），将字段与 F、M 对应，使用字段结果作为计算结果
标签	已有 3 个标签与 R（最近消费时间距离今天的天数）、F（消费频率）、M（消费金额）的计算逻辑完全一致	将 3 个标签与 R、F、M 对应，使用标签结果作为计算结果

- 定义 R、F、M 值以及对比值。

数据源	R 值	F 值	M 值	参数对比值
明细数据	展示表内日期字段	展示表内数值字段，支持计数的聚合配置	展示表内数值字段，支持求和、取平均值的聚合配置	平均值或自定义
属性数据	展示表内日期字段	展示表内数值字段	展示表内数值字段	平均值或自定义
标签	展示已有数值型标签	展示已有数值型标签	展示已有数值型标签	平均值或自定义

注意

字段支持取用原始值，或按区间赋值，即将原始值划分区间赋予分值，例如 5 分制，0-max 划分为 5 个区间并且分别赋予 1、2、3、4、5 分。注意区间上限为 20；

支持 R、F、M 开关，例如企业场景中不需要使用 R 值，可以关闭按钮，只根据 F、M 值的高低规则获取四个标签值，注意至少保留两个指标才可完成 RFM 标签创建。

标签规则

数据源: 行为数据

数据时间: 购买

计算周期: 本年 | 2022-01-01 至 2022-10-24

R、F、M值定义

Recency (最近一次消费距离今天的天数)

首次消费时间: 首次消费时间 (最近一次消费距离今天的天数)

R = 原始值 / 区间赋值

R < 平均值 为 高价值客户

预估27606

Frequency (消费频次)

销售大端 / 计数

F = 原始值 / 区间赋值

F > 平均值 为 忠诚用户

预估8712

Monetary (消费金额)

消费金额 / 求和

M = 原始值 / 区间赋值

M > 平均值 为 购买力用户

预估2511

标签值命名

标签值	高价值客户 < 2	重点保持客户 < 2	重点发展客户 < 2	重点挽留客户 < 2	一般价值客户 < 2	一般保持客户 < 2	一般发展客户 < 2	潜在客户 < 2
R	高	低	高	低	高	低	高	低
F	高	高	低	低	高	高	低	低
M	高	高	高	高	低	低	低	低

确定 取消

- 标签值命名。默认展示 8 个标签值名称，支持用户自行修改。

标签规则

数据源: 属性数据

数据时间: t_market_user_property

计算周期: 本年 | 2022-01-01 至 2022-10-24

R、F、M值定义

Recency (最近一次消费距离今天的天数)

消费时间: 二次 (最近一次消费距离今天的天数)

R = 原始值 / 区间赋值

R < 平均值 为 高价值客户

预估377465

Frequency (消费频次)

收入: 高次

F = 原始值 / 区间赋值

F > 平均值 为 忠诚用户

预估9964849

Monetary (消费金额)

收入: 高次

M = 原始值 / 区间赋值

M > 平均值 为 购买力用户

预估9964849

标签值命名

标签值	高价值客户 < 2	重点保持客户 < 2	重点发展客户 < 2	重点挽留客户 < 2	一般价值客户 < 2	一般保持客户 < 2	一般发展客户 < 2	潜在客户 < 2
R	高	低	高	低	高	低	高	低
F	高	高	低	低	高	高	低	低
M	高	高	高	高	低	低	低	低

确定 取消

- 创建完成。点击右上角【预估人数】按钮可以查看各标签值覆盖人数情况。点击【确定】即可完成 RFM 标签创建。

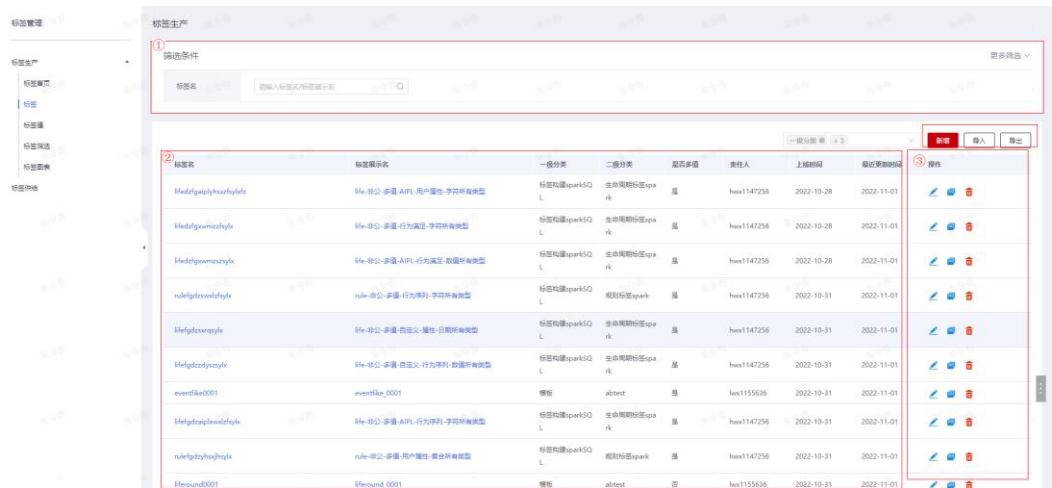
2.1.1.2 标签

概述

支持查看所有标签的概览，包括标签名、标签展示名、一级分类、二级分类、是否多值、责任人、上线时间、最近更新时间等信息，进行标签的新增、导入、导出、编辑、复制新增以及删除。

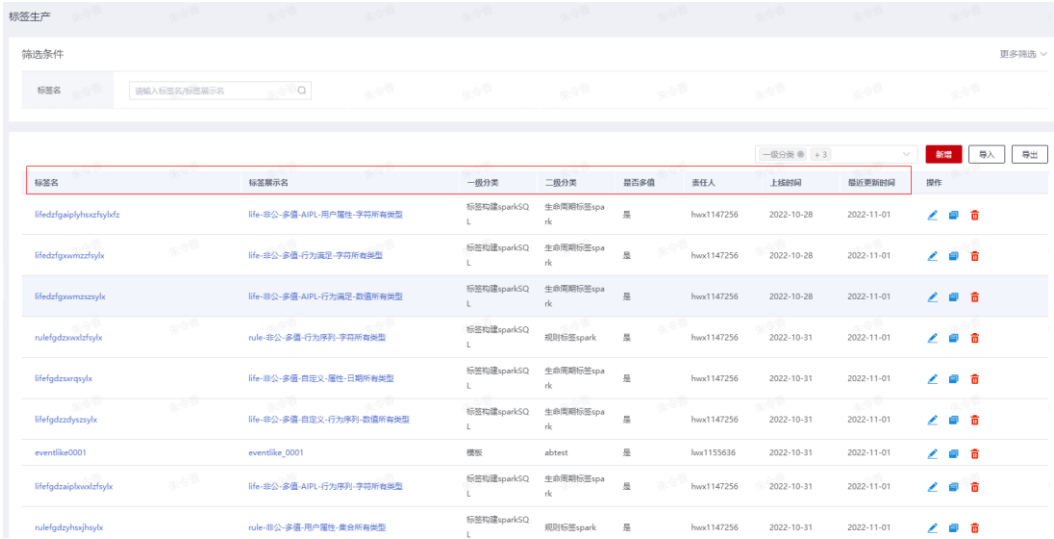
功能介绍

- 支持在列表页查看标签信息，包括标签名、标签展示名、一级分类、二级分类、是否多值、责任人、上线时间、最近更新时间的信息；支持的标签多条件筛选查询；
- 支持管理标签，用户可以在操作栏编辑标签、复制新增标签、删除标签，以及标签的新增、导入、导出。



功能操作

- 多条件筛选查询标签列表信息
标签名：标签名称，点击支持跳转到标签详情页了解更多标签情况；
标签展示名：展示标签名称，点击支持跳转到标签详情页了解更多标签情况；
一级分类：展示标签的一级分类；
二级分类：展示标签的二级分类；
是否多值：展示标签是否多值；
责任人：展示标签的创建人；
上线时间：展示标签的上线时间；
最近更新时间：展示标签最近更新时间



- 支持根据标签名、分类进行多条件的筛选查看标签信息；



● 标签管理

点击  “新增” 即可新增基础标签；

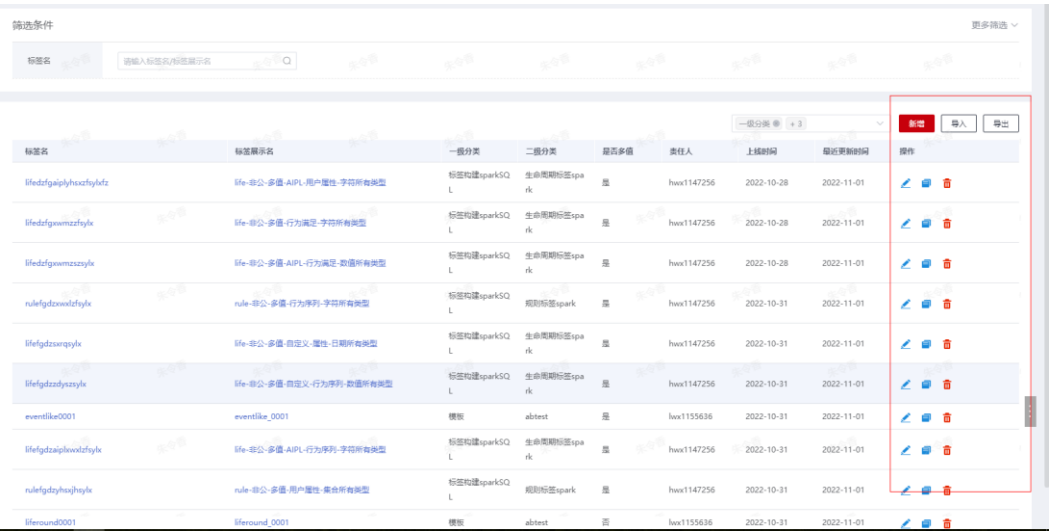
点击  “编辑” 即可跳转到标签编辑页面进行信息修改；

点击  “复制新增” 即可跳转到标签新增页面进行新增；

点击  “删除” 即可对标签进行删除；

点击  “导入” 即可对标签导入引导页面，进行标签的批量导入；

点击  “导出” 下载标签的信息。



● 基础标签信息说明

新增基础标签时，需要大数据那边先将标签的 hive 表和 dgc 构建成功。

新增标签

* 标签名

请输入标签名

* 二级分类

请选择二级分类

* hive表名

请输入hive表名

* 标签类型

请选择标签类型

* 是否公共

否

是

* 标签值名称

请选择标签值名称

选择标签值

* 业务口径

请输入业务口径

* 技术口径

请输入技术口径

* 标签展示名

请输入标签展示名称

三级分类

请选择二级分类，可选项

* 是否枚举

否

是

* 数据范围

全量标签

确定

取消

须知

标签名和 hive 表名由大数据提供。

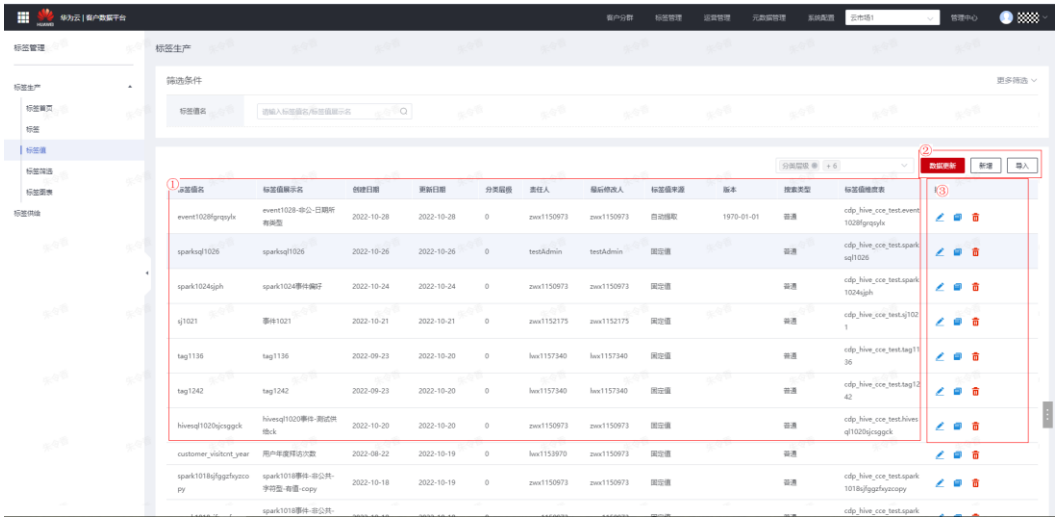
2.1.1.3 标签值

概述

支持查看所有标签值的概览，包括标签值名、标签值展示名、创建时间、更新时间、分类层级、责任人、最后修改人、标签值来源、版本等信息，进行标签的新增、导入、编辑、复制新增以及删除。

功能介绍

- 支持在列表页查看标签值信息，包括标签值名、标签值展示名、创建时间、更新时间、分类层级、责任人、最后修改人、标签值来源、版本等信息；支持的标签多条件筛选查询；
- 支持管理值标签，用户可以在操作栏编辑标签值、复制新增标签值、删除标签值，以及标签值的新增、导入。



功能操作

- 根据标签值名、责任人、更新时间、创建时间多条件筛选查询标签值信息
- 标签值名：展示标签值名；
- 标签值展示名：展示标签值展示名；
- 创建日期：展示创建日期；
- 更新日期：展示更新日期；
- 分类层级：展示分类层级；
- 责任人：展示责任人；
- 最后修改人：展示最后修改人；
- 标签值来源：展示标签值来源；
- 版本：展示版本；
- 标签值维度表：展示标签值维度表。

标签生产

筛选条件

标签值名

event

责任人

选择责任人

更新时间

自 开始日期 至 结束日期

创建时间

自 开始日期 至 结束日期

分页页数 6

数据刷新

新增

标签值名	标签值展示名	创建日期	更新日期	分类层级	责任人	最后修改人	标签值来源	版本	标签值维度表	操作
eventzfylx	event-字符所有类型	2022-10-28	2022-10-31	0	hwxx1147256	zwx1150973	自动提取	2022-10-27	cdp_hive_cco.eventzfylx	  
eventfgszylx2	event-非公-数量-所有类型2	2022-10-31	2022-10-31	0	hwxx1147256	hwxx1147256	自动提取	2022-10-31	cdp_hive_cco.eventfgszylx2	  
eventggqyylx	event-公共-日期所有类型	2022-10-31	2022-10-31	0	hwxx1147256	hwxx1147256	自动提取	2022-10-30	cdp_hive_cco.eventggqyylx	  
eventggqyylxfu	event-公共-日期所有类型fu	2022-10-31	2022-10-31	0	hwxx1147256	hwxx1147256	自动提取	2022-10-30	cdp_hive_cco.eventggqyylxfu	  
eventlike0001	eventlike_0001	2022-10-31	2022-10-31	0	hwxx1155636	hwxx1155636	自动提取	2022-10-30	cdp_hive_cco.eventlike0001	  
eventggmj	event-广告推介	2022-10-27	2022-10-27	0	hwxx1147256	hwxx1147256	自动提取	2022-10-26	cdp_hive_cco.eventggmj	  
eventggcf	event-公共-字符	2022-10-27	2022-10-27	0	hwxx1147256	hwxx1147256	自动提取	2022-10-26	cdp_hive_cco.eventggcf	  
eventggcfzqbmfc	event-公共-字符-在其他项目展	2022-10-27	2022-10-27	0	hwxx1147256	hwxx1147256	自动提取	2022-10-26	cdp_hive_cco.eventggcfzqbmfc	  

● 标签值管理

点击  “新增”即可新增标签值；

点击  “编辑”即可跳转到标签值编辑页面进行信息修改；

点击  “复制新增”即可跳转到标签值新增页面进行新增；

点击  “删除”即可对标签值进行删除；

点击  “导入”即可对标签值导入引导页面，进行标签值的批量导入；

点击  “数据更新”更新标签值的信息。

筛选条件

标签值名

event

分页页数 6

数据刷新

新增

导入

标签值名	标签值展示名	创建日期	更新日期	分类层级	责任人	最后修改人	标签值来源	版本	标签值维度表	操作
eventzfylx	event-字符所有类型	2022-10-28	2022-10-31	0	hwxx1147256	zwx1150973	自动提取	2022-10-27	cdp_hive_cco.eventzfylx	  
eventfgszylx2	event-非公-数量-所有类型2	2022-10-31	2022-10-31	0	hwxx1147256	hwxx1147256	自动提取	2022-10-31	cdp_hive_cco.eventfgszylx2	  
eventggqyylx	event-公共-日期所有类型	2022-10-31	2022-10-31	0	hwxx1147256	hwxx1147256	自动提取	2022-10-30	cdp_hive_cco.eventggqyylx	  
eventggqyylxfu	event-公共-日期所有类型fu	2022-10-31	2022-10-31	0	hwxx1147256	hwxx1147256	自动提取	2022-10-30	cdp_hive_cco.eventggqyylxfu	  
eventlike0001	eventlike_0001	2022-10-31	2022-10-31	0	hwxx1155636	hwxx1155636	自动提取	2022-10-30	cdp_hive_cco.eventlike0001	  
eventggmj	event-广告推介	2022-10-27	2022-10-27	0	hwxx1147256	hwxx1147256	自动提取	2022-10-26	cdp_hive_cco.eventggmj	  
eventggcf	event-公共-字符	2022-10-27	2022-10-27	0	hwxx1147256	hwxx1147256	自动提取	2022-10-26	cdp_hive_cco.eventggcf	  
eventggcfzqbmfc	event-公共-字符-在其他项目展	2022-10-27	2022-10-27	0	hwxx1147256	hwxx1147256	自动提取	2022-10-26	cdp_hive_cco.eventggcfzqbmfc	  
dim_market_event_admedium	广告推介	2022-08-24	2022-10-26	0	hwxx1147256	hwxx1147256	自动提取	2022-10-25	cdp_hive_cco.dim_market_event_admedium	  
eventszccszd2044	event-数量-出现次数最多-920-44	2022-09-20	2022-10-26	0	hwxx1147256	hwxx1147256	自动提取	2022-10-25	cdp_hive_cco.eventszccszd2044	  

说明

- 新增数据来源类型为自动提取标签值，需先要在 dgc 平台建任务，任务名即为标签值名，标签值维度表为该任务关联的 hive 表名。

新增标签值

* 标签值名称

请输入标签值名称

* 数据来源

自动提取

是否可搜索

否

是

* 分类层级

0

* 展示名

请输入展示名

展示数量

20

是否展示包名

否

是

* 标签值维度表

请输入标签值维度表名

确定

取消

- 新增数据来源为固定值的标签值，需要添加标签值存储值值的信息。

点击 **新增** “新增”即可新增标签存储值的信息;

点击 “编辑” 即可编辑标签存储值信息;

点击 **复制新增** “复制新增” 即可复制新增标签存储值信息;

点击  “删除” 即可对标签存储值进行删除;

点击  “导入” 即可对标签值导入引导页面，进行标签存储值的批量导入；

点击 “导入” 即清空所有的标签存储值信息。

×

请输入储存值或展示值

新增

导入

清空

存储值	展示值	操作
3	最近3天	编辑 复制 删除
7	最近7天	编辑 复制 删除
15	最近15天	编辑 复制 删除
30	最近30天	编辑 复制 删除
60	最近60天	编辑 复制 删除

共 6 条

10条/页

< 1 >

前往 1 页

上一步

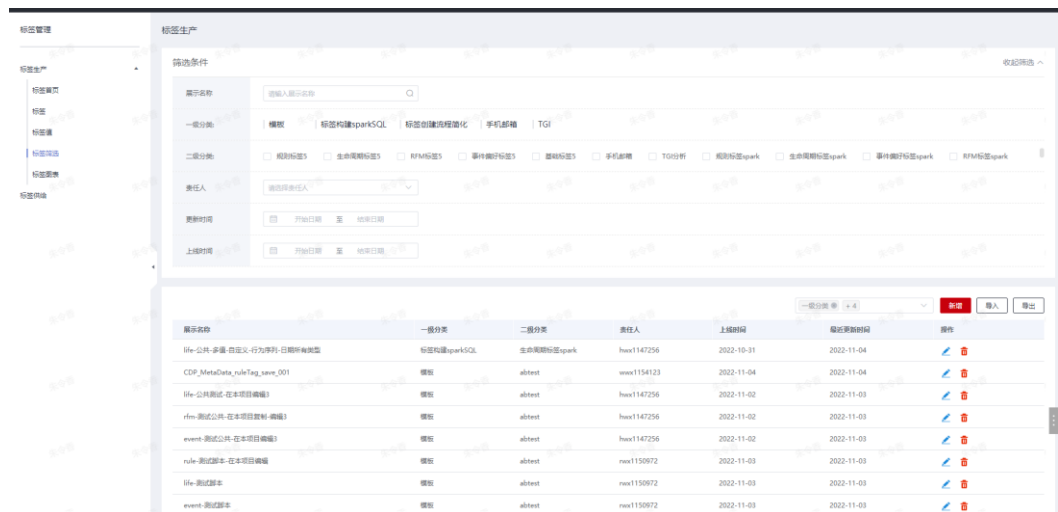
确定

取消

2.1.1.4 标签筛选

概述

- 标签筛选区，为客户群规则创建提供标签数据视图，实现标签与客户群之间逻辑关系的交互；
- 支持更多筛选条件查询筛选区数据，可通过【展示名】模糊匹配，也可通过标签分类、【责任人】、【更新时间】、【上线时间】等查询目标筛选区；
- 支持对已创建的筛选区进行编辑、删除的操作；
- 支持按模板导入筛选区，也可将筛选区列表数据导出到 excel；



功能操作

- 新增筛选区

点击 **新增**，打开新增筛选区弹窗，完成信息填写；

展示名：展示在人群的名字，不可重复；

展示类型：根据标签类型进行选择，规则标签现阶段为一维标签，类型有字符型、集合型，基础标签可为一维、二维、多级标签，类型有字符型、日期型、数值型和集合型；

NORMAL：主要为一维标签字符型、集合型对应呈现形式，

NUMERIC：针对数值型标签，前台可实现圈定数值范围，可不配置具体标签值；

NORMALTIME：时间标签，需要标签是日期型，可不配置具体标签值；

APPINSERT：主要为二维标签对应呈现形式，选择的二维标签：在标签创建时选择标签值为第二维标签值#第一维标签值；

REGION：一般是多级标签，标签值层级不为 0 且存储值、class 存在映射关系需配置层级关系映射；

INSERTINCLUDEALL：二级标签，其中一二级均支持全选；

INSERT: 二级标签, 与 INSERTINCLUDEALL 区别为第一层级不可全选

展示位置：二级分类和三级分类分别对应标签的二级分类和三级分类。

新增筛选区

* 展示名
是否世界500强

* 展示类型
NORMAL

* 展示位置
基础标签5

请选择三级分类，可选项

* 选择标签
是否世界500强

高级配置

☐ 18岁以下

☐ 18~23岁

☐ 24~34岁

☐ 35~44岁

☐ 45~54岁

☐ 55岁及以上

☐ NULL

确定

取消

● 编辑筛选区

点击 ，打开编辑筛选区弹窗，完成信息编辑。

注意：对于公共标签的筛选区，若非当前项目创建的，无编辑权限。

编辑筛选区

* 展示名

客户价值

* 展示类型

NORMAL

* 展示位置

RFM标签5

请选择三级分类，可选项

* 选择标签

客户价值

高级配置

确定

取消

☐ 18岁以下

☐ 18~23岁

☐ 24~34岁

☐ 35~44岁

☐ 45~54岁

☐ 55岁及以上

☐ NULL

- 删除筛选区

选中筛选区，点击可删除该筛选区。

注意

对于公共标签的筛选区，若非当前项目创建的，无删除权限。

2.1.1.5 标签图表

概述

- 标签图表为客户群提供标签图表展示:

- 支持更多筛选条件查询图表数据，可通过【图表名称】模糊匹配，也可通过一级分类，二级分类根据分类查询；
- 标签创建时默认创建柱形图图表，支持对已创建的图表进行编辑、复制新增以及删除的操作；

功能操作

- 新增标签图表

点击右上角 **新增**，打开新增标签图表弹窗，完成信息填写；

图表类型：可以选择柱形图、分类柱形图、饼图、雷达图、两个饼图；

标签筛选：选择要创建图表的标签筛选；

一级分类，二级分类：根据标签筛选自动填充，不可编辑；

图表名：必填，图表展示的名称；

副标题，描述：可以取副标题名称及对图表进行描述说明，非必填；

– 编辑标签图表

点击 ，打开编辑标签图表弹窗，完成信息编辑。

注意：对于公共标签的图表，若非当前项目创建的，无编辑权限。

新增标签图表



该截图展示了“新增标签图表”的弹窗界面。界面包含以下元素：

- 图表类型选择器：**显示“柱形图”，下方有下拉菜单，包含“柱形图”、“分类柱形图”、“饼图”、“雷达图”和“两个饼图”。
- 标签筛选：**显示“柱形图”。
- 一级分类：**显示“分类柱形图”。
- 二级分类：**显示“饼图”。
- 图表名：**显示“两个饼图”。
- 副标题：**输入框，显示“请输入副标题”。
- 图表描述：**输入框，显示“请输入图表描述”。
- 操作按钮：**底部有“确定”和“取消”按钮。

- 删除标签图表

选中标签图表，点击  可删除该标签图表。

2.1.2 标签供给

概述

支持查看所有标签供给的概览，新增及其导出等一系列功能，主要是将标签的 hive 数据同步到 clickhouse 上，供后续人群及标签查询数据使用。

功能介绍

- 可以根据标签名和供给表名搜索相关供给信息

标签管理

标签生产

标签

标签库

标签申请

标签列表

标签供给

标签供给

标签名: 创建时间: 使用方: 更新方式:

优先级: 状态:

标签名	描述	责任人	使用方	优先级	原子标签数量	状态	更新方式	数据周期	任务完成时间	操作
adx_person_supply_1667352378148	id=公共-多值-自定义-行为事件-日期所有类型	hwa1147256	CLICKHOUSE	0	1	启动	按天刷新	每天	每天	刷新 删除 详情
adx_person_supply_rule1667352378148	rule=公共-多值-用户属性-李国栋-所有类型	hwa1147256	CLICKHOUSE	0	1	启动	按天刷新	每天	每天	刷新 删除 详情
adx_person_supply_promo1667352378148	event=公共-数量-所有类型	hwa1147256	CLICKHOUSE	0	1	启动	按天刷新	每天	每天	刷新 删除 详情
adx_person_supply_event1667352378148	event=公共-数量-所有类型	hwa1147256	CLICKHOUSE	0	1	启动	按天刷新	每天	每天	刷新 删除 详情
adx_person_supply_test_1667352378148	测试数据	hwa1147256	CLICKHOUSE	0	1	启动	按天刷新	每天	每天	刷新 删除 详情
adx_person_supply_rule1667352378148	rule=公共-多值-自定义-行为事件-日期所有类型	hwa1147256	CLICKHOUSE	0	1	启动	按天刷新	每天	每天	刷新 删除 详情
adx_person_supply_event1667352378148	event=公共-数量-所有类型	hwa1147256	CLICKHOUSE	0	1	启动	按天刷新	每天	每天	刷新 删除 详情
adx_person_supply_rule1667352378148	rule=公共-多值-自定义-行为事件-日期所有类型	hwa1147256	CLICKHOUSE	0	1	启动	按天刷新	每天	每天	刷新 删除 详情

- 点击新增进入新增标签供给页面

新增

标签名

adx_person_supply_1667352378148

描述

请输入描述

使用方

ALL

更新方式

按天刷新

HIVE运行参数配置

数据检查

任务超时设置

超时时间: 200 分钟

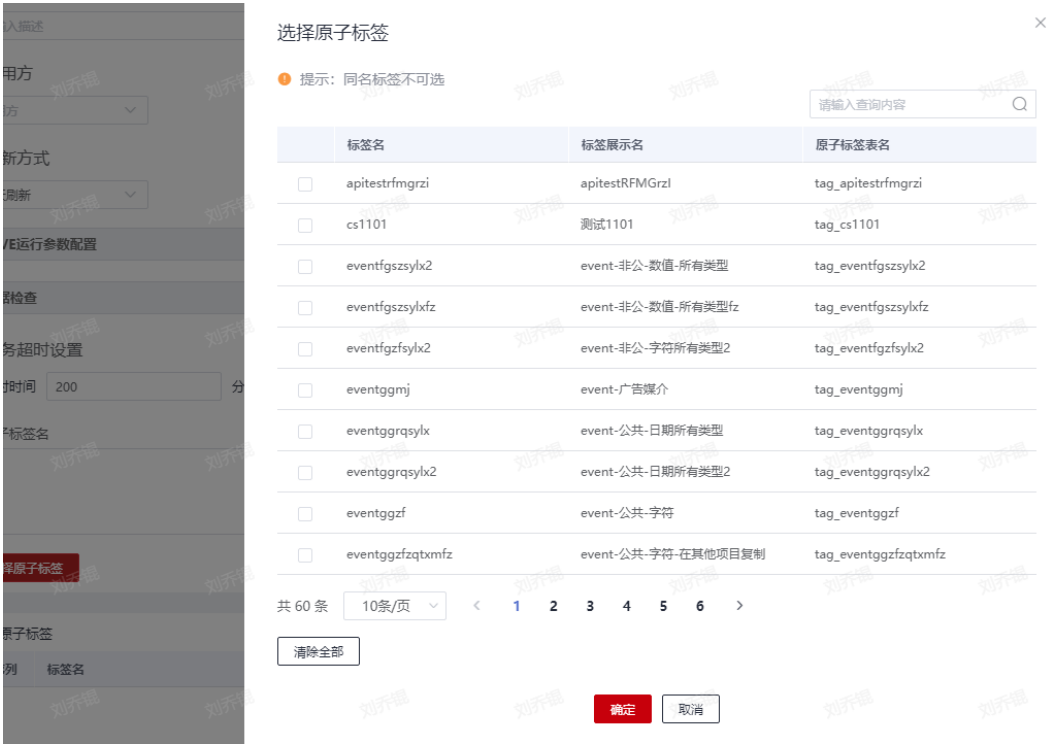
原子标签名

选择原子标签

已选原子标签

原子标签列表

- 使用方：目前暂时只支持 clickhouse
- 更新方式：支持按天刷新和手动刷新。（按天刷新：每天会自动供给。手动刷新：需要手动触发供给）
- 选择原子标签



选择需要供给的标签，可以选择一个或者多个，不可重复选。

2.2 客户分群

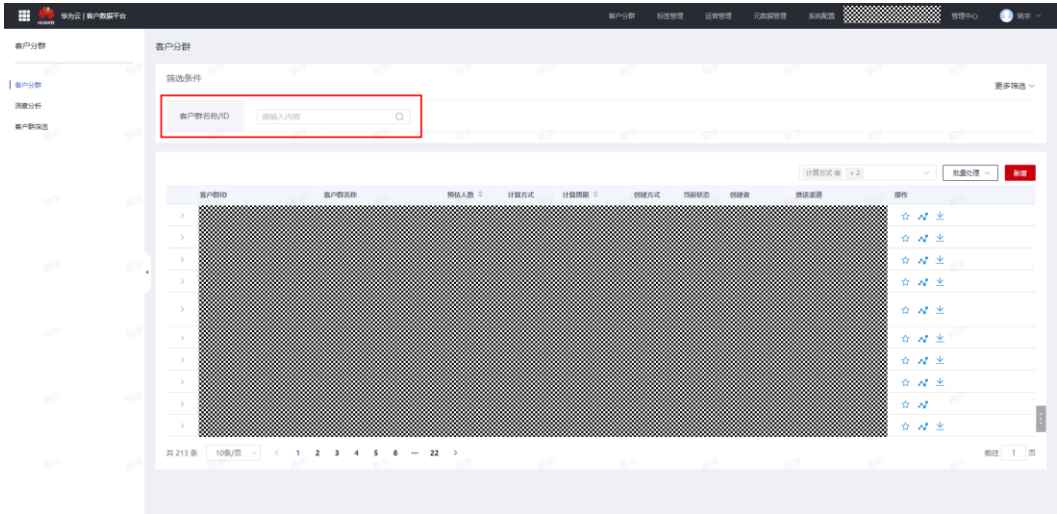
2.2.1 客户分群

概述

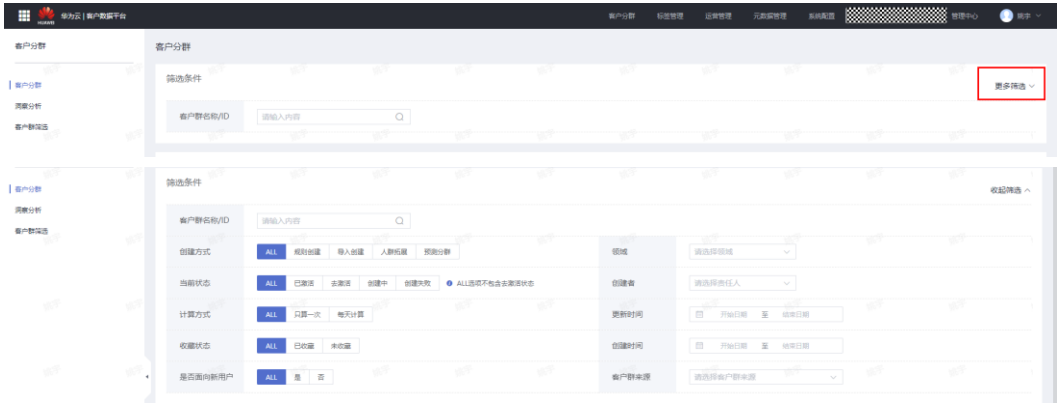
支持规则创建、导入创建、人群扩展、预测分群四种方式圈选人群。支持对圈选出的人群进行生命周期管理，分析，对比，收藏，下载等功能。

功能介绍

- 根据客户群名称/ID 进行客户群搜索。



- 点击“更多筛选”按钮，展开筛选条件，可从创建方式，当前状态，计算方式，收藏状态，领域，创建者，更新时间和创建时间等类别来进行用户群筛选管理。

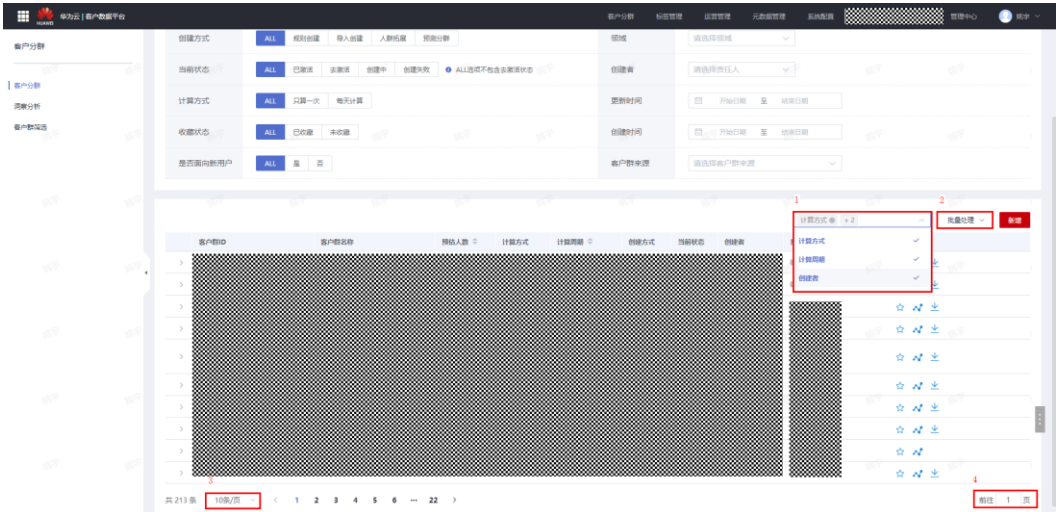


- 创建方式分为：ALL，规则创建、导入创建、人群扩展等方式，选择“ALL”则任意创建方式的用户群都展示在下方。
- 当前状态分为：ALL，已激活，去激活，创建中，创建失败状态。

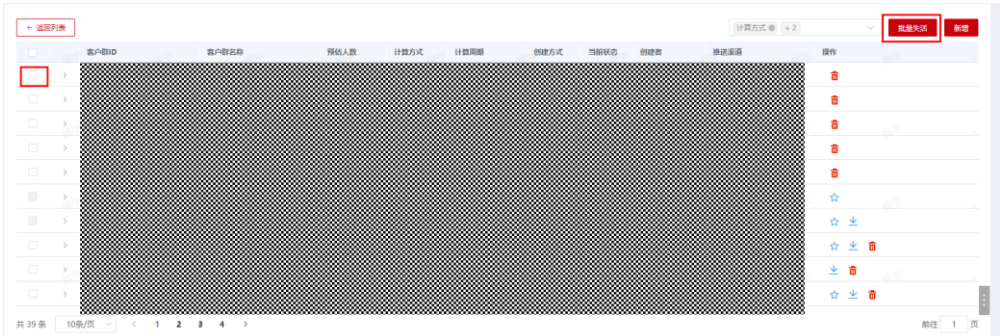
说明

“去激活”状态的客户群不在“ALL”状态下，如出现客户群消失的情况，可能是用户群已失活，可在“去激活”状态中找到对应客户群，激活即可继续使用。

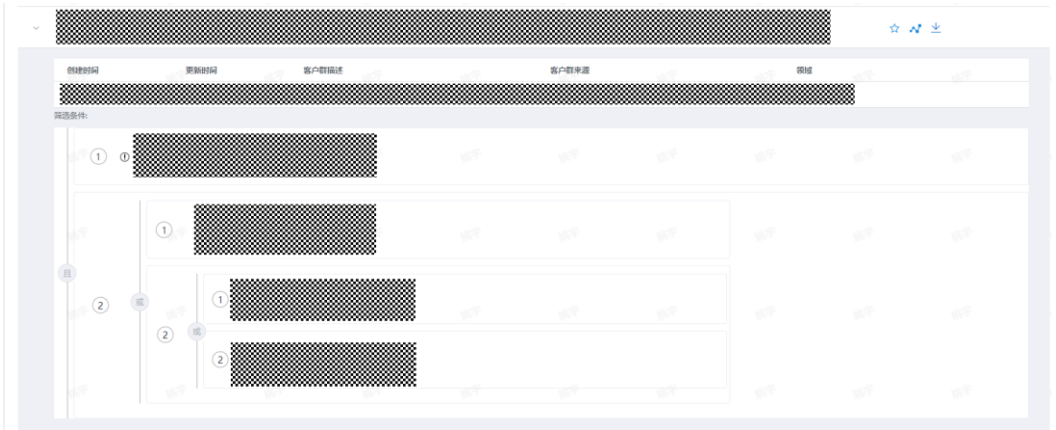
- 计算方式分为：ALL，只算一次，每天计算。
- 收藏状态分为：ALL，已收藏，未收藏。
- 客户群列表



- a. 群组上方，支持“计算方式”、“计算周期”、“创建者”3列是否展示。
- b. 批量处理按钮可以对选定的客户群进行失活处理，失活之后的客户群状态为去激活。



- c. 客户群展示界面下方，可选择该页展示的客户群为 10 条/页、15 条/页或 20 条/页。
- d. 可输入页码进行分页跳转。
- e. 所有用户群组在主页展示，具体信息如下图，包含：客户群 id，客户群名称、预估人数、计算方式、计算周期、创建方式、当前状态、创建者、推送渠道和操作。
- f. 点击“>”向右箭头，可展开客户群具体信息，包括客户群的圈定条件，创建时间等。



- 客户群操作

- 客户群收藏



点击“收藏”按钮，可将创建方式为非人群拓展的客户群收藏，需特别关注、长期刷新的客户群可加入收藏列表，每个用户可收藏最多 20 个客户群。

点开“更多筛选”，在“收藏状态”选项点击“已收藏”，可查看加入收藏列表的客户群。

- 复制新增



点击“复制新增”按钮，可以复制该客户群筛选的标签并进行更改，标签更改后保存为新的用户群组。

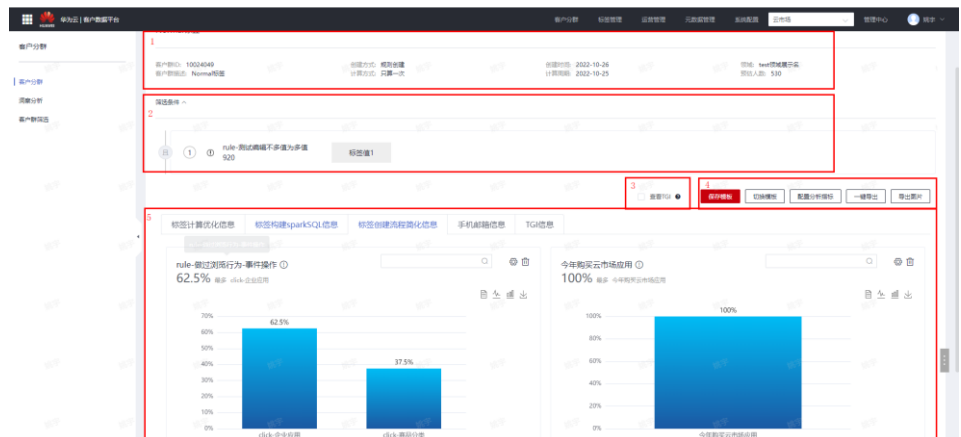
说明

被复制的客户群必须为登录人创建或者收藏的客户群

- 分析客户群

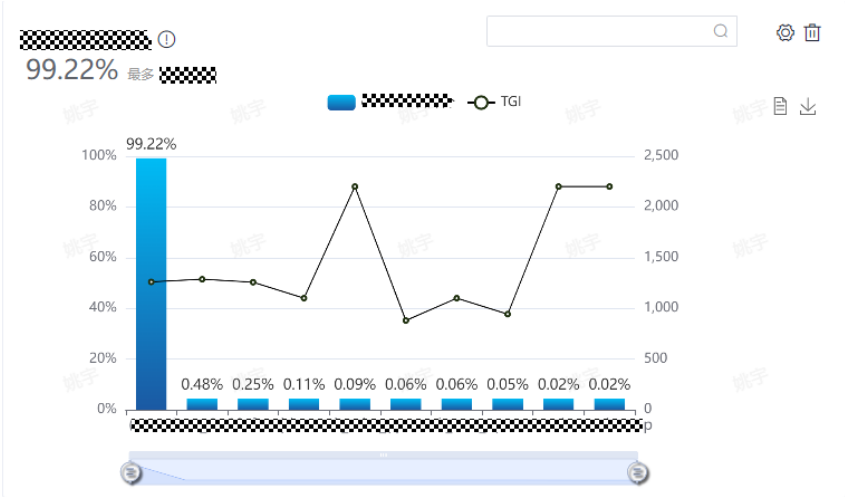


点击“分析”按钮，进入客户群详情界面，查看客户群的画像信息。



- 展示客户群基本信息
- 展示客户群筛选的条件
- TGI 展示按钮

点击“查看 TGI”筛选框，可以生成对应标签的 TGI 指数。



说明

TGI: Target Group Index (目标群体指数)

$TGI = \frac{[\text{目标用户群}]\text{中某一特征的总用户数}}{[\text{目标用户群}]\text{总用户数的占比}} \div \frac{[\text{全量用户}]\text{中具有该特征的总用户数}}{[\text{全量用户}]\text{总用户数的占比}} \times \text{标准数 } 100$

TGI 指数大于 100，则说明该特征用户倾向较强（和平均相比）；TGI 指数小于 100，则说明该类用户相关倾向较弱（和平均相比）；TGI 指数等于 100，则说明该类在平均水平。

iv. 指标图操作区

○ 保存模板

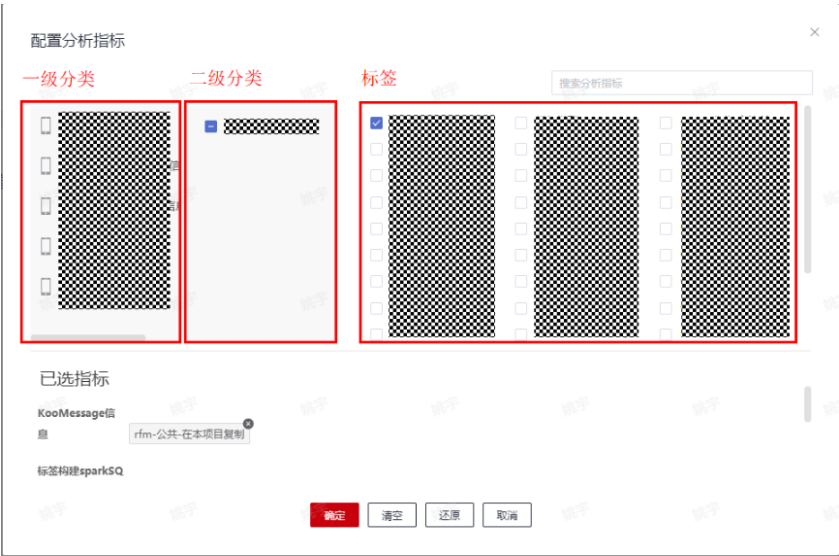
用户可以把当前的指标做为模板进行储存，方便下次查看。

○ 切换模板

用户可以在之前保存的模板之间进行切换，查看不同的指标特征。

○ 配置分析指标

用户可自主勾选需要展示的指标信息（可进行搜索，并一键到达标签位置）。



说明

一级分类、二级分类指标所属分类，配置方法见系统配置-分类管理

○ 一键导出

用户可将配置的分析指标图表以 excel 形式导出，如下图所示。

企业注册城市地址				
名称	数量	百分比	TGI	
深圳市	2	25%	0	
安康市	1	12.5%	0	
宝市辖区	1	12.5%	0	
佛山市	1	12.5%	0	
厦门市	1	12.5%	0	
上海市辖区	1	12.5%	0	
盐城市	1	12.5%	0	

○ 导出图片

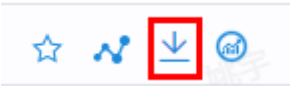
也可直接保存图片。

v. 指标图展示区

目前支持目前支持柱形图（例：外部型号），饼图（例：内部型号），雷达图（例：星座）等多种展示方式。



- 客户群下载



点击“下载/批量下载”按钮，可以下载该客户群的 id 信息。

- 结果评估

点击“结果评估”按钮，可以对人群扩展/预测分区创建的人群进行结果评估查看。

说明

人群扩展/预测分区类型的人群会展示“结果评估”按钮

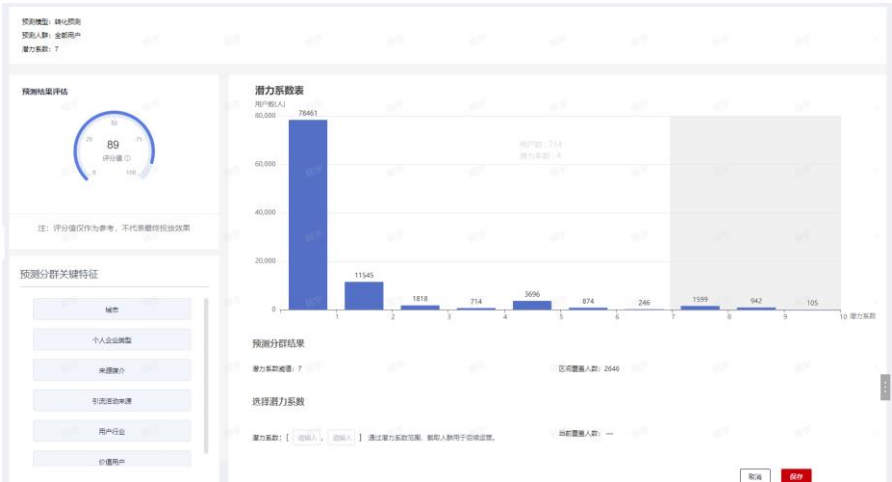
■ 人群拓展结果评估页面



可以在页面对结果进行修改，可修改需要的相似度以及需要的人群数量。
经过修改的人群右侧相似度列表会将本次新修改包含的人数以及相似度标红。

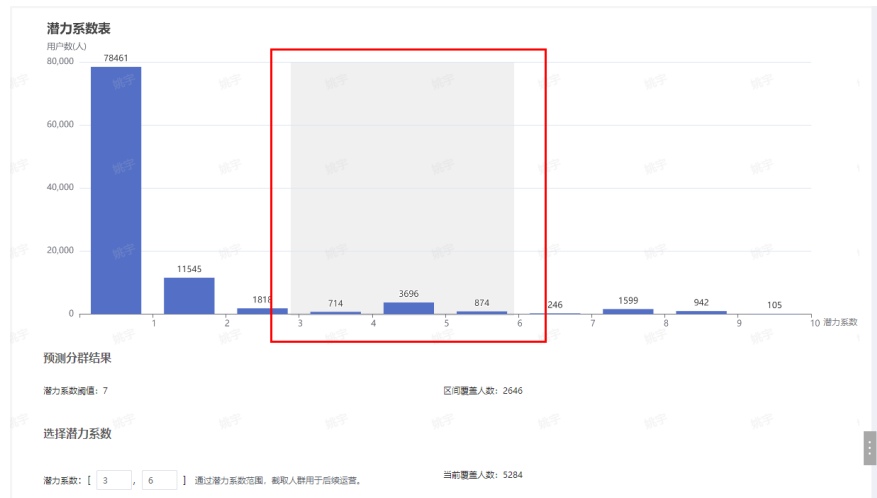
人群数量	相似度
0	95%
1	90%
13924	85%
1507	80%
2655	75%
39	70%
551	65%
280	60%
762	55%
583	50%
192	45%
12	40%
3792	35%
225	30%
0	25%
653	20%
31826	15%
689	10%
41693	5%
0	0%

■ 预测分群结果评估页面

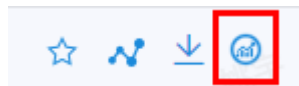


初次计算默认从目标人群池中取潜力系数 7-10 的人进行圈选保存

可以在该页面通过输入潜力系数范围进行重新圈选保存，当前生效的潜力系数会在图表中暗底表示



- 客户群历史



点击“历史”按钮，可显示客户群近 7 天的数据量，随时关注客户群数量变化。

数据周期可通过筛选器自由选择，如客户群某一天的历史数据为 0，是因为该数据周期的客户群未刷新导致。

📖 说明

“每天计算”且创建人为登录人的客户群会展示“历史”按钮

- 删除客户群



点击“删除”按钮，可删除自己创建的客户群。

📖 说明

对于已激活的客户群，删除之后可以在去激活中找到。

对于创建失败的客户群，删除之后无法在页面中找到。

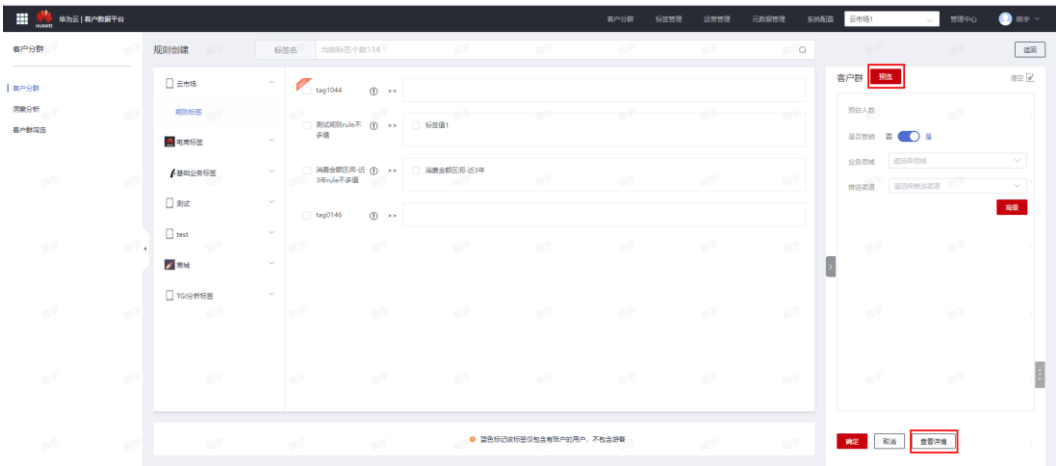
● 新建客户分群

共有 4 种方式可以新建客户分群，分别为规则创建、导入创建、人群拓展、预测分群。



规则创建

点击“规则创建”可以根据创建的标签筛选进行人群圈选，支持多个标签值组合筛选，支持预览圈选出的人群数量，画像详情，保存人群。



说明

该页面需要创建标签筛选后才能展示标签，创建方法见标签管理-标签生产-标签筛选。

勾选的标签值需要配置，创建方法见标签管理-标签生产-标签值。

预览

点击“预览”按钮，可计算出筛选的标签组合能包含的人群数量。

客户群

预览

清空

预估人数

1,109

是否营销

否

☒

是

业务领域

请选择领域

推送渠道

请选择推送渠道

高级

删除

删除

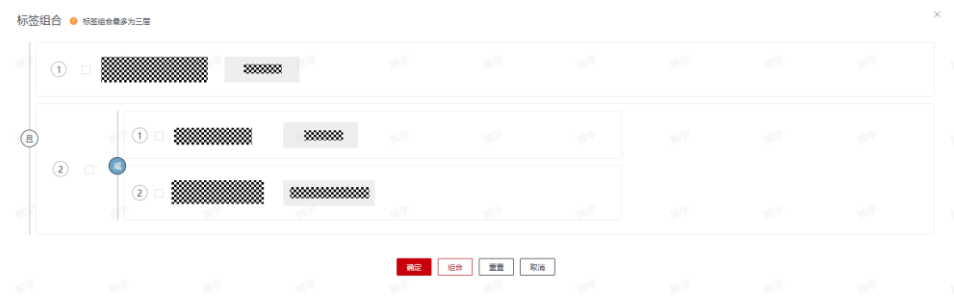
确定

取消

查看详情

- 高级
点击“高级”按钮，可以通过“组合”按钮组合筛选出的标签，并且各标签可以自定义且/或关系，满足任意组合标签的需求。

同一级标签之间可随意组合，选择要组合的标签后点击右下角的“组合”按钮，不可以跨层之间组合。



⚠ 注意

标签组合最多指定三层。

- 查看详情
点击“查看详情”，进入客户群详情界面，查看客户群的画像信息。功能同分析功能的指标图展示区。

客户群

预览

清空

预估人数

是否营销

否

是

业务领域

请选择领域

推送渠道

请选择推送渠道

高级

删除

删除

删除

确定

取消

查看详情



确定

点击“确定”按钮，弹出保存客户群弹窗，填写标“*”的条目，点击确定即可保存人群。

保存客户群

×

* 客户群名称:

* 客户群描述:

提示: 业务领域和推送渠道需与创建营销活动信息一致

* 业务领域:

* 推送渠道:

计算方式: ☒ 只算一次 ☐ 每天计算

说明

1. 计算方式说明: “只算一次” 表示该客户群只在圈选时确定圈定包含的人, 之后不再更新计算; “每天计算” 表示该客户群每天会定时刷新圈选出的人。

2. “是否营销” 选择是, 则必选业务领域与推送渠道。

导入创建

点击“导入创建”可以将客户指定的人群 id 信息, 导入到画像系统, 即为创建自定义用户群。导入数据源分为两种, 一是即席, 二是文件。可根据需求, 自行选择导入的数据来源。

■ 即席导入

使用已存在的 hive 表, 将 id 信息数据导入系统, 建议 did 类型。

■ 文件导入

创建 TXT 文件, 存储 id 信息, 导入该文件。

具体操作详情见操作指南

导入创建客户群 ×

数据来源: ☒ 即席 ☐ 文件

ID类型: ☒ UPID(UID) ☐ IMEI(SHA256) ☐ SN(SHA256) ☐ DID

* 表名:

* 字段名:

* 客户群名称:

* 客户群描述:

* 是否营销: ☒ 是 ☐ 否

提示: 业务领域和推送渠道需与创建营销活动信息一致

* 业务领域:

* 推送渠道:

计算方式: ☒ 导入一次 ☐ 每天计算

提示: 导入客户群为异步操作, 预计执行30-120min, 数据量小于100million.

[操作指南](#)

人群拓展

通过 ai 算法, 找到与指定人群特征相似的另一部分人群, 达到营销目的。

■ 种子人群

点击“选择拓展种子群”后的“+”，可以选择系统中人数 ≥ 50 的已激活的客户群作为种子。

* 拓展种子群: +

说明

创建种子群有哪些要素？

- 1) 种子群用户全部是该业务场景的深度用户，也就是有完全正向反馈的用户。
- 2) 种子群用户对于该业务场景的使用行为，或者对 push 场景有点击的行为一定是发生在近期。一般建议是 30 天内。
- 3) 种子群用户的量级不应过大、或者过少。如果种子群过大，说明筛选的种子群不够精确。如果种子群过少，种子群中用户共有的行为特性，可能体现的不够完全，导致 lookalike 找不到准确的拓展人群。这里建议种子群的量级是 1w~100w。

负向人群

可以选择自定义负向人群，或者系统推荐负向人群。

自选负向人群可以选择系统中人数 ≥ 50 的已激活的客户群作为负向种子。需要与种子人群有着完全相反的负向反馈的用户。

* 负向种子群: ☐ 系统算法推荐 ☒ 指定分群
 +

目标人群

目标人群为拓展的目标，即在哪个人群中进行 ai 算法，进行找相似人群的动作。

可以选择自定义目标人群，或者全部用户做为目标人群。

自选目标人群可以选择系统中人数 >0 的已激活的客户群做为目标。

* 目标人群: ☐ 全部用户 ☒ 指定分群
 +

选择拓展量级

此项设置需要拓展的人群数量，拉动滑块或者直接输入数字调整。

* 选择拓展量级

目标人数: 单位: (K) ☒ 拓展倍数:

0 20000K 40000K 60000K 80000K 100000K

● 种子用户数据在精不在多,数目不是越多越好,建议种子数目为0.001K-1000K,种子的时间越近,越接近投放目标,投放效果越好。
 ● 扩展量级可以随时调整,建议开始先定义一个较为保守的扩展数量,可以随着投放效果、投放目标逐渐扩大量级,扩展人群不包括种子群。
 ● 为了保证种子和扩展人群的自动更新,建议生成的扩展人群尽快用于营销活动的使用,长期未使用的扩展人群建议重新扩展后再使用。

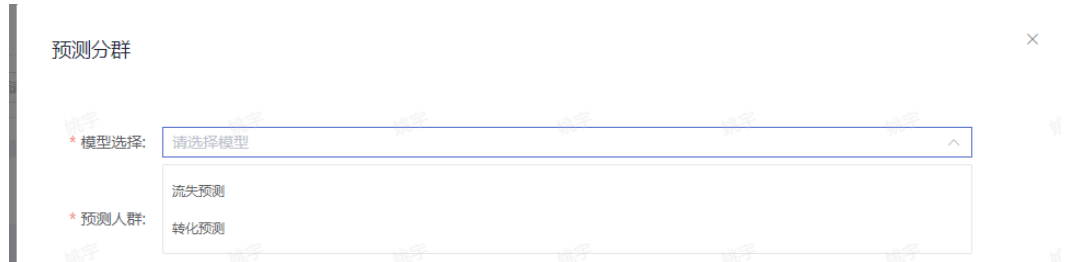
因为人群拓展需要进行离线预测，所以较为耗时。根据数据量的大小，数据的复杂程度，耗时皆有所不同，平均耗时 1 小时左右。

预测分群

运营/营销人员在圈选人群的过程中，可以对用户的行为进行预测，进而对预测的人群采取相应的营销措施，例如运营/营销人员可以预测大概率即将流失的用户，对其进行挽留措施。再比如，运营/营销人员可以预测大概率将转化的用户，对其进行进一步营销，促进转化。

■ 模型选择

根据转化/流失的场景，提前预置了对应的模型，用户需要的根据场景选择模型。



■ 预测人群

预测人群为预测的目标，即在哪个人群中进行 ai 算法，进行预测的动作。

可以选择自定义人群进行预测，或者全部用户做为人群池进行预测。

自定义预测人群可以选择系统中人数>0 的已激活的客户群。

预测分群计算会将待预测人群池中的所有入计算评分（潜力系数），初次计算会圈选潜力系数为 7-10 的人进行圈选。



■ 计算方式

可以选择只算一次或每日计算，若选择只算一次则进行一次预测分群任务。

选择每日计算则在每日指定时间进行配置的预测分群任务。



因为预测分群需要进行离线预测，所以较为耗时。根据数据量的大小，数据的复杂程度，耗时皆有所不同，平均耗时 1 小时左右。

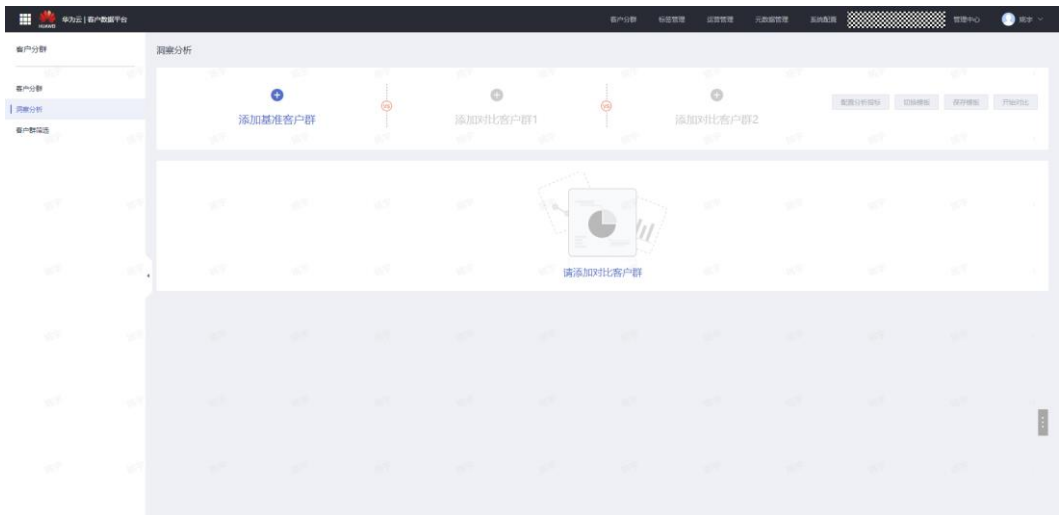
2.2.2 洞察分析

概述

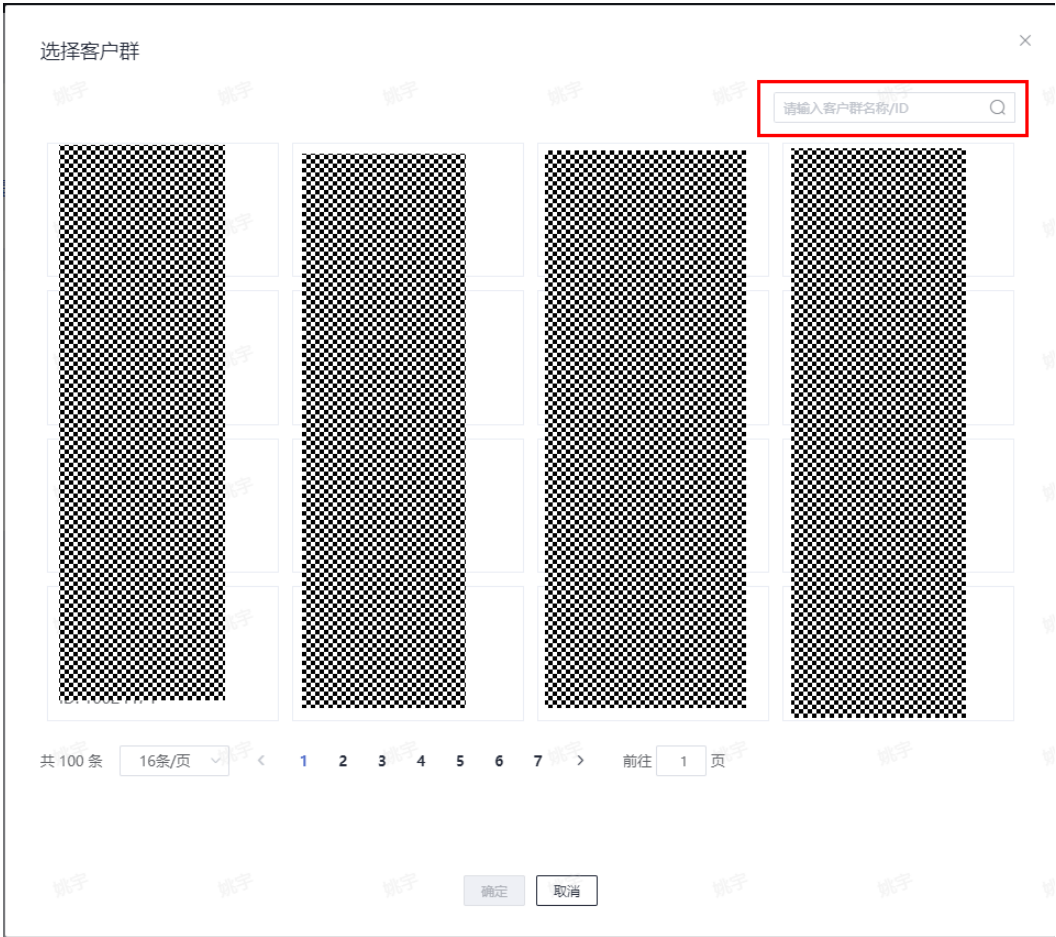
把圈选出的人群按照指定的标签维度进行分析比对。

功能介绍

点击“洞察分析”导航，进入洞察分析页面。



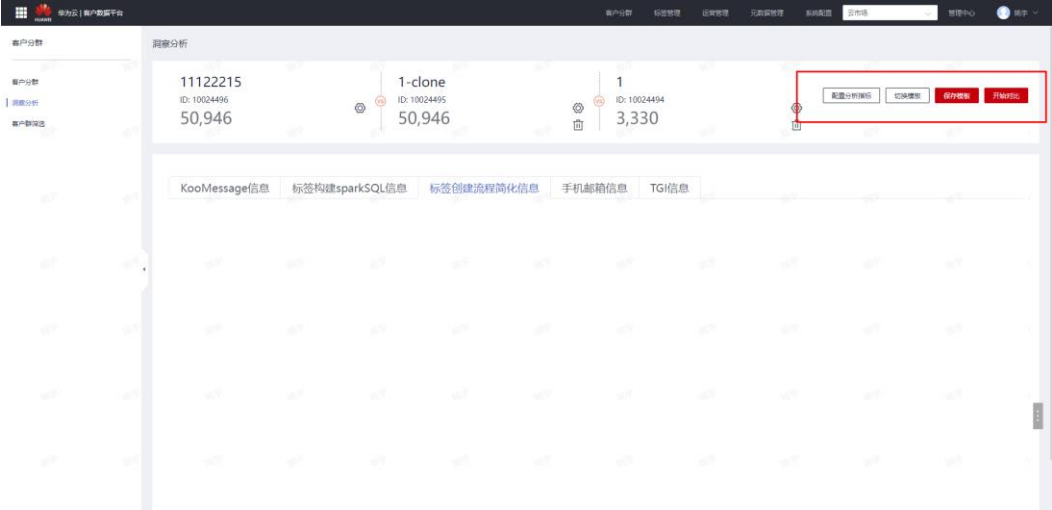
- 选择基准客户群
 - 点击“添加基准客户群”，选择客户群，可直接选择或输入客户群名称进行搜索。



- 在当前页面选择多个客户群，可以指定用于对比的客户群，最多支持 2 个对比客户群，点击确定选定客户群。



● 配置展示指标（指标设定区）



— 配置分析指标

点击“配置分析指标”，弹出分析指标配置页，可以自定义对比的标签指标，选择好需要对比的指标点击“确定”进行比对。

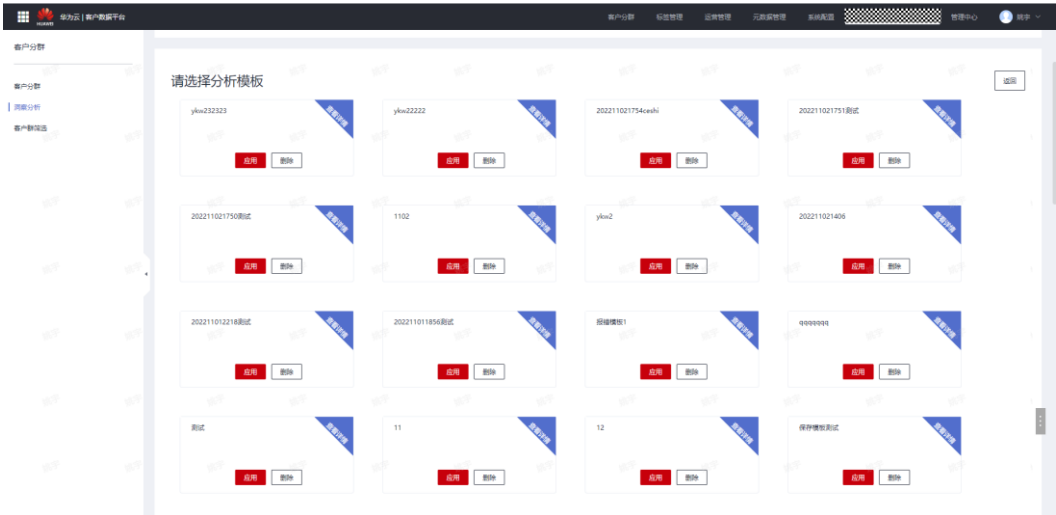


说明

一级分类、二级分类指标所属分类，配置方法见系统配置-分类管理。

- 切换模板

点击“切换模板”，进入模板选择页面，支持选择该项目下的所有保存的模板。

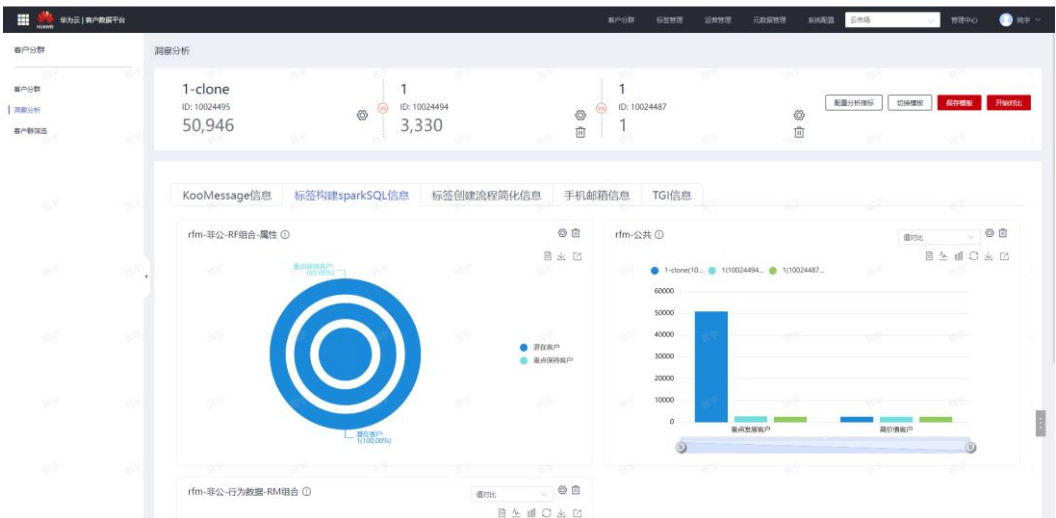


- 保存模板

点击“保存模板”，弹出模板保存页，可以将用户选择的指标，做为模板保存，方便日后快捷查看。



- 开始对比
点击“开始对比”，进入标签对比页，通过不同的图标，直观展示指定的人群在选择标签指标中的数量信息。



说明

展示图根据配置的不同，展示方式有所不同，配置方式见标签管理-标签生产-标签图表。
指标图操作区同分析客户群-5.指标图展示区。

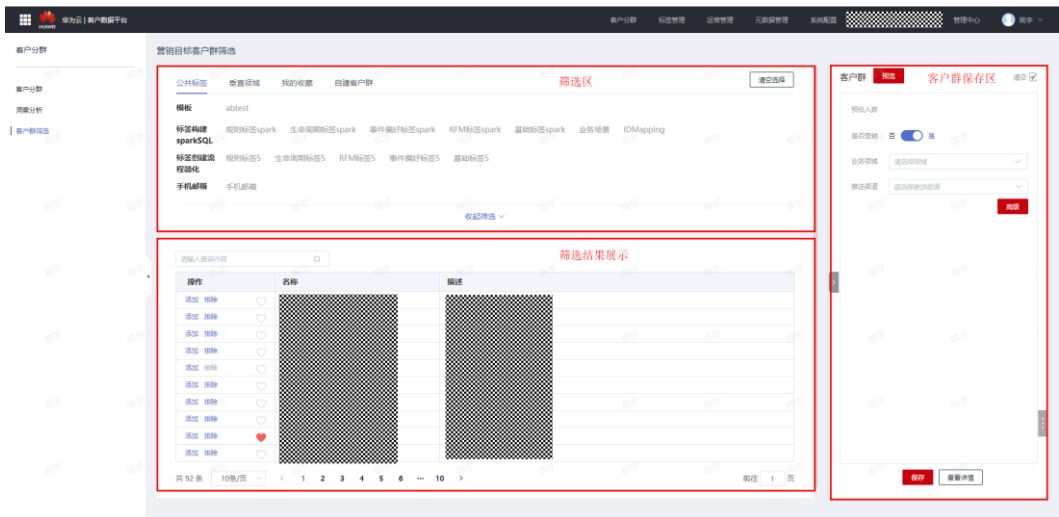
2.2.3 客户群筛选

概述

点击“客户群筛选”进入客户群筛选页，支持标签与人群组合筛选，圈定人群。

功能介绍

页面分为三部分区域：筛选区，筛选结果展示区，客户群保存区。



● 筛选区

- 公共标签

展示标签的分类，点击分类名称会在筛选结果展示区展示对应的标签，分类配置方法见系统配置-分类管理。

- 我的收藏

筛选结果展示区展示在客户群筛选页本账号点击收藏的标签。



- 自建客户群

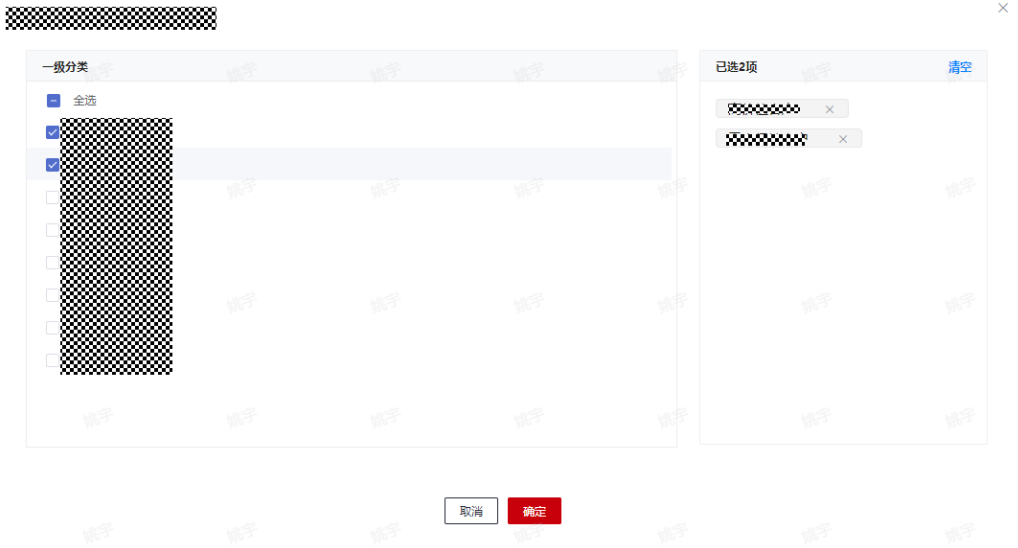
筛选结果展示区展示本账号自建的已激活的客户群。

可以用自建客户群与选定的标签进行再次组合。

● 筛选结果展示区

- 添加

点击“添加”按钮，弹出标签值筛选弹框，点击需要加入圈选条件的标签值，点击“确定”按钮加入客户群保存区。



- 排除

操作步骤同“添加”按钮，业务意义为选定的标签值进行取反操作，即排除这部分标签值。

说明

标签值需要配置，创建方法见标签管理-标签生产-标签值。

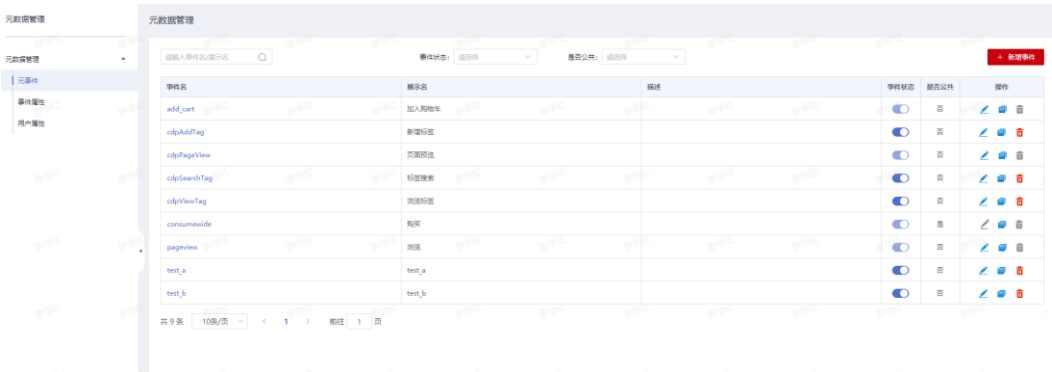
- 客户群保存区
将筛选的标签值进行圈选人群操作。
“预览”、“高级”、“查看详情”、“保存”操作方式与客户分群-规则创建一致。

2.3 元数据管理

2.3.1 元事件

概述

- 支持线上创建/编辑/复制新增/删除元事件的功能。
- 支持通过【事件名】、【展示名】模糊搜索，也可通过【事件状态】、【是否公共】等筛选条件快速查找目标元事件。



The screenshot shows the 'Element Management' (元数据管理) interface. On the left is a sidebar with 'Element Management' (元数据管理) and 'Element Event' (元事件). The main area has a search bar and filters for 'Event Status' (事件状态) and 'Is Public' (是否公共). Below is a table with columns: Event Name (事件名), Alias Name (别名), Description (描述), Event Status (事件状态), Is Public (是否公共), and Actions (操作). The table lists several events like 'add_cart', 'cdpAddTag', 'cdpPageView', etc.

事件名	别名名	描述	事件状态	是否公共	操作
add_cart	加入购物车		☒	否	编辑 删除
cdpAddTag	新增标签		☒	否	编辑 删除
cdpPageView	页面浏览		☒	否	编辑 删除
cdpSearchTag	标签搜索		☒	否	编辑 删除
cdpViewTag	浏览标签		☒	否	编辑 删除
consumewide	购买		☒	是	编辑 删除
pagenview	浏览		☒	否	编辑 删除
test_a	test_a		☒	否	编辑 删除
test_b	test_b		☒	否	编辑 删除

功能操作

- 新增/复制新增元事件
在页面创建新的元事件，点击【新增事件】打开新建对话框，填写相关信息后方可创建成功。



新增事件

* 事件名

请输入事件名

* 展示名

请输入事件显示名

描述

请输入描述

是否公共

☒ 否 ☐ 是

取消

保存

信息	说明
事件名	事件在系统内的唯一标示
展示名	事件在使用过程中的展示名称
描述	事件的描述说明
是否公共	定义元事件公共或非公共

- 编辑元事件
点击  按钮，编辑元事件，需注意：若该元事件已被标签使用过，若该元事件是公共事件，非元事件的创建人无该事件编辑权限。
- 元事件详情
点击具体的元事件名可查看到此事件的基本信息，以及所有关联事件属性的数据。

元事件详情

事件属性信息

元事件详情: consumewide

展示名: 购买

事件描述:

事件状态: ☒

是否公共: 是

关联事件属性

请输入属性名/展示名

Q

事件属性名称	事件属性描述	数据类型	状态
应用大类名称	appcategoryname	STRING	启用
云市场应用名称	appname	STRING	启用
应用子类名称	appsubcategoryname	STRING	启用
NA级别	cbp_named_account_level	STRING	启用
计费方式	chargemode	STRING	启用

共 11 条

10条/页

< 1 2 >

前往 1 页

- 删除元事件

点击  按钮，删除选中的元事件。同样需注意：若该元事件已被标签使用，则该元事件不可删除；若该元事件是公共事件，非事件的创建人无删除权限。

2.3.2 事件属性

概述

- 支持线上创建/编辑/复制新增/删除事件属性的功能；
- 支持通过【事件名】、【属性名】模糊搜索，也可通过【显示状态】、【数据类型】、【是否公共】等筛选条件快速查找目标属性；
- 支持对事件属性的显示状态进行在线操作；
- 支持对事件属性自行配置数据字典；

元数据管理

元数据管理

元事件

事件属性

用户属性

请输入事件名称

请输入属性名称

显示条件: 全部

数据类型: 选择数据类型

是否公开: 选择公开

新增事件属性

事件名称	事件属性名	描述	字典	输入表	输入字段	数据类型	显示状态	是否公开	操作
购买	NA账期	cdp_named_account_level	配置	cdp_hive_cce1_market_user_consummendside_event	cdp_named_account_level	字符串	☒	是	
商品页_点击立即购买_V08	sku代码	Param_skuCode	配置	cdp_hive_cce1_market_user_pageview_event	Param_skuCode	字符串	☒	否	
购物车浏览	url	url	配置	cdp_hive_cce1_market_user_pageview_event	url	字符串	☒	否	
首页_点击热门分类_V08	url	Param_url	配置	cdp_hive_cce1_market_user_pageview_event	Param_url	字符串	☒	否	
标签推荐	一级分类	primaryCategory	配置	cdp_hive_cce1_market_user_pageview_event	primaryCategory	字符串	☒	否	
新增标签	二级分类	tertiaryCategory	配置	cdp_hive_cce1_market_user_pageview_event	tertiaryCategory	字符串	☒	否	
浏览	事件编号	action	配置	cdp_hive_cce1_market_user_pageview_event	action	字符串	☒	否	
页面浏览	事件编号	eventid	配置	cdp_hive_cce1_market_user_pageview_event	eventid	字符串	☒	否	
新增标签	二级分类	secondaryCategory	配置	cdp_hive_cce1_market_user_pageview_event	secondaryCategory	字符串	☒	否	
浏览	事件编号	action	配置	cdp_hive_cce1_market_user_pageview_event	action	字符串	☒	否	

共 130 条

10条/页

<

1

2

3

4

5

6

--

13

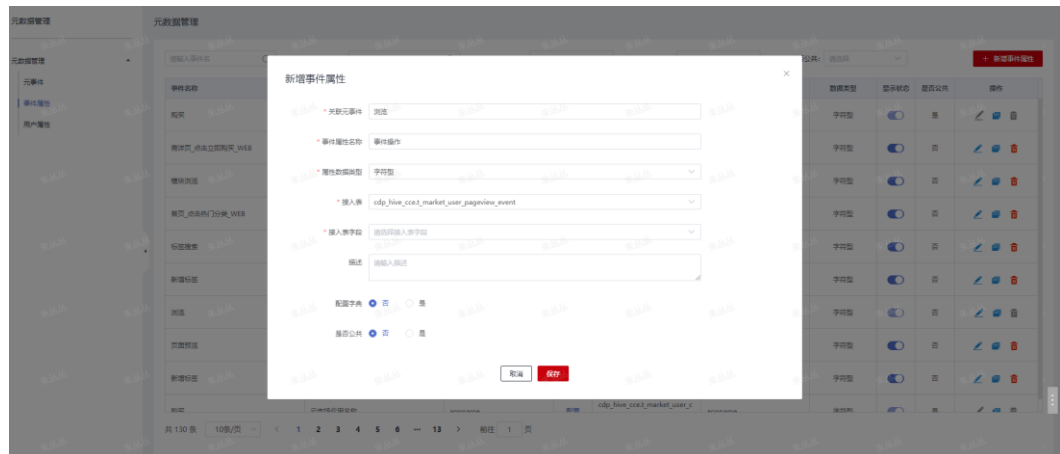
>

前往 1 页

功能操作

- 新增/复制新增事件属性

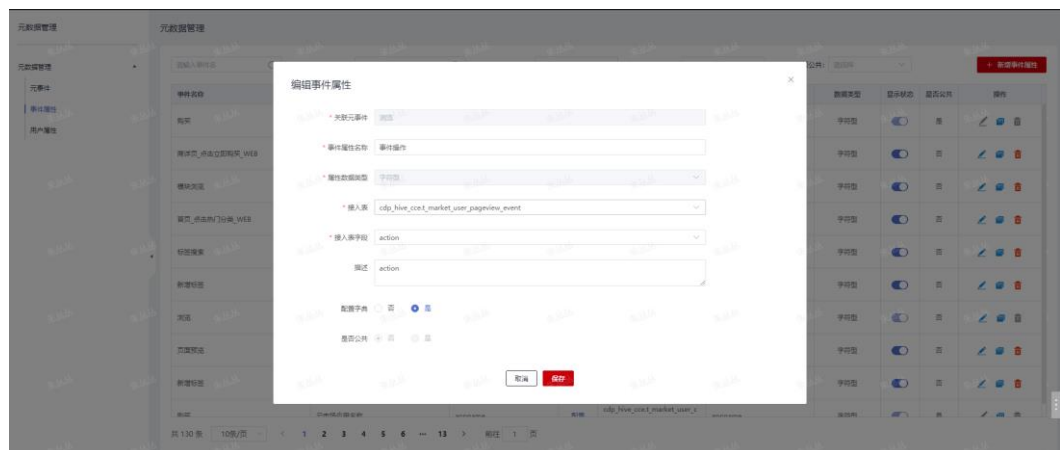
点击右侧 **+ 新增事件属性** 按钮，打开新建弹窗，选中需要关联的元事件，补充该事件属性的基本信息后完成创建。



选中已创建的事件属性，点击  按钮，即可复制新增。

- 编辑事件属性

点击  按钮，编辑事件属性，需注意：若该属性已被标签使用过，“关联元事件”下拉框不可编辑。若该属性是公共属性，非属性的创建人无该属性编辑权限。



- 删除事件属性

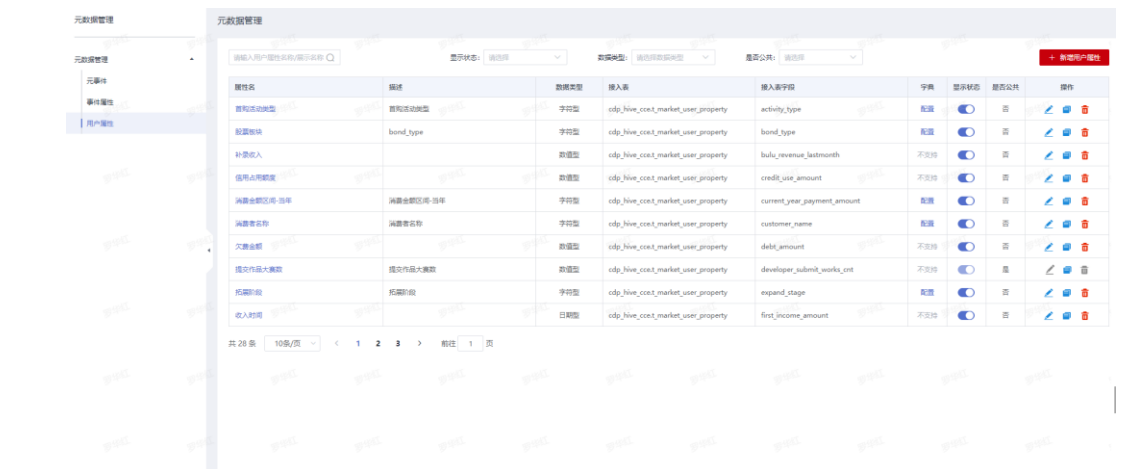
点击  按钮，删除选中的属性。同样需注意：若该属性已被标签使用，则该属性不可删除；若该属性是公共属性，非属性的创建人无删除权限。

2.3.3 用户属性

1. 概述

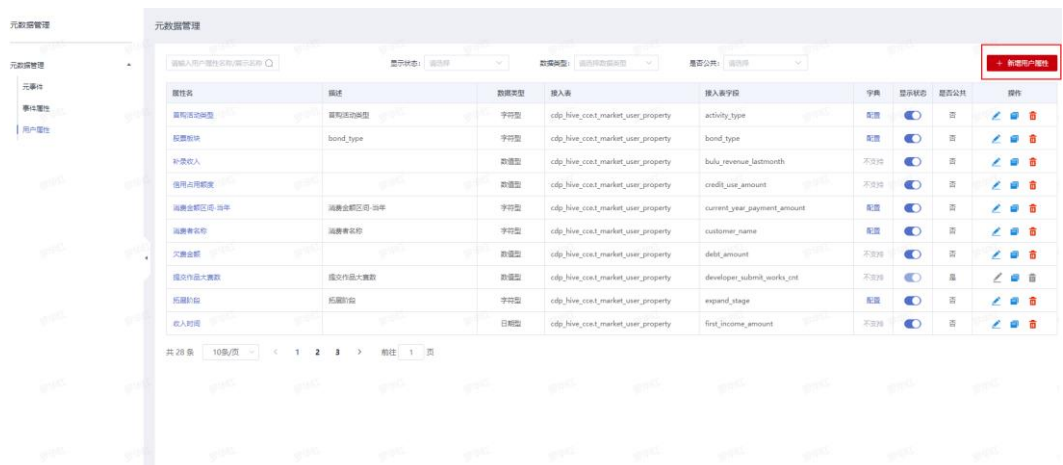
- 线上创建/编辑/复制新增/删除用户属性的功能。

- 支持直接搜索【属性名】和【展示名】关键字，或筛选【显示状态】、【数据类型】快速找到你需要的用户属性。
- 支持对选中属性的「显示」和「隐藏」「配置字典」进行操作。



- 新增/复制新增用户属性

在页面创建新的用户属性，点击「新增用户属性」打开新建对话框，填写相关信息后方可创建成功。



新增用户属性

用户属性名称

请输入用户属性名称

* 用户属性类型

字符型

* 接入表

请选择接入表

* 接入表字段

请选择接入表字段

描述

请输入描述

配置字典

☒ 否 ☐ 是

是否公共

☒ 否 ☐ 是

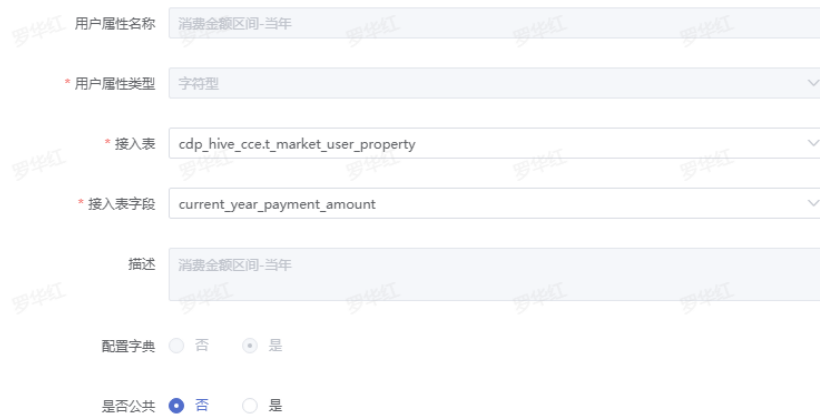
取消

保存

信息	说明
用户属性名称	属性在使用过程中的展示名称
用户属性类型	必填单选，下拉框选择字符型，数值型或日期型
接入表	必填单选，下拉框选择接入表
接入表字段	必填单选，下拉框选择接入表字段
描述	非必填，用于用户属性描述说明
配置字典	仅属性类型为字符型配置，用于开启或关闭属性值字典配置功能
是否公共	定义用户属性公共或非公共

- 用户属性详情
- 点击具体用户属性名，可以查看到用户属性详情。

用户详情属性



用户属性名称 消费金额区间-当年

* 用户属性类型 字符型

* 接入表 cdp_hive_cce.t_market_user_property

* 接入表字段 current_year_payment_amount

描述 消费金额区间-当年

配置字典 ☐ 否 ☒ 是

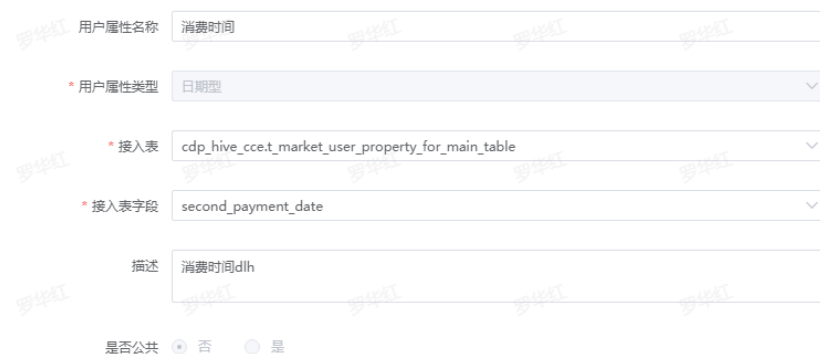
是否公共 ☒ 否 ☐ 是

选中已创建的用户属性，点击  按钮，即可复制新增。

- 编辑用户属性

点击  按钮，编辑用户属性，若该用户属性是公共属性，非属性的创建人无该属性编辑权限。

编辑用户属性



用户属性名称 消费时间

* 用户属性类型 日期型

* 接入表 cdp_hive_cce.t_market_user_property_for_main_table

* 接入表字段 second_payment_date

描述 消费时间dlh

是否公共 ☒ 否 ☐ 是

取消

保存

- 删除用户属性

点击  按钮，删除选中的属性。需注意：若该属性已被标签使用，则该属性不可删除；若该属性是公共属性，非属性的创建人无删除权限。

3 UGA 系统模块

- 3.1 看板
- 3.2 分析概览
- 3.3 基本分析
- 3.4 行为分析
- 3.5 用户分群
- 3.6 数据管理
- 3.7 应用调试

3.1 看板

一、概念介绍

看板为用户保存高频使用图表的版面，可保存包括事件分析、留存分析、漏斗分析、页面分析、内容分析、分布分析等各模块中的历史配置条件的分析结果的图/表，方便用户日常监控大盘数据；看板包含公众看板和私人看板两部分。

二、功能使用

1. 功能界面组成

看板分公共看板和私人看板。



- 支持创建分组，创建看板时需先创建分组，一个分组下包含多个看板。
- 新增看板时，看板为空。界面如下：点击可选择创建卡片。



- 看板的信息包括：名称、权限、最近修改时间。
- 一个看板可保存多个分析结果（即卡片），可在事件、留存、漏斗、内容、分布等分析模型中保存（选择保存到看板或概览），图表名称可自定义。
- 在保存界面可新增看板和分组，默认新增至我的看板。点击后弹出新建分组/新建看板弹窗

保存到看板

保存到概览

X

* 图表名称:

事件分析(2)

* 看板分组:

分享给我的看板

新建分组

* 看板名称:

产品功能使用

新建看板

* 图表类型:

折线图

条形图

饼图

累计图

表格

指标板

取消

保存

- 对看板可进行统一删除，统一选择分析时间和过滤条件（10 个）——如不保存，则仅做临时条件查看，不影响看板的下次使用。

保存

📅

📄

🔍

⋮

添加过滤条件

X

⊖

+过滤条件

确定

- 我的看板模块可存放他人分享的看板（默认分组）；可以直接添加创建图表；可以自定义改变位置和大小；可以分享给他人。
- 公共看板可复制，允许将看板复制到我的看板和公共看板；且看板仅允许所有者修改，其他人可查看详情与另存为。
- 看板中的卡片支持修改卡片类型。点击编辑按钮，弹出弹窗可修改弹窗的名称和卡片类型。



- 看板支持添加备注。拥有看板操作权限者均可修改/添加看板的备注，备注非必填。



- 可做“文本批注”。



- 看板支持导出成 excel。每个卡片的详细数据分布在 excel 的每一个对应页签，最后一个页签为看板查询结果图片。

	A	B	C	D	E	F
1	天分区	活跃用户	活跃用户(%)	新增用户	新增用户(%)	
2	2021-03-19	432,963	1.55%	18,136	2.68%	
3	2021-03-18	426,359	0.27%	17,662	-8.44%	
4	2021-03-17	425,232	1.30%	19,290	11.22%	
5	2021-03-16	419,781	-1.83%	17,344	-5.23%	
6	2021-03-15	427,619	2.13%	18,302	-6.85%	
7	2021-03-14	418,687		19,647		
8						
9						
10						
11						
12						
13						

累计用户数

活跃用户数

新增用户数

用户概览

活跃用户趋势

新增用户趋势

用户机型分 ...

3.2 分析概览

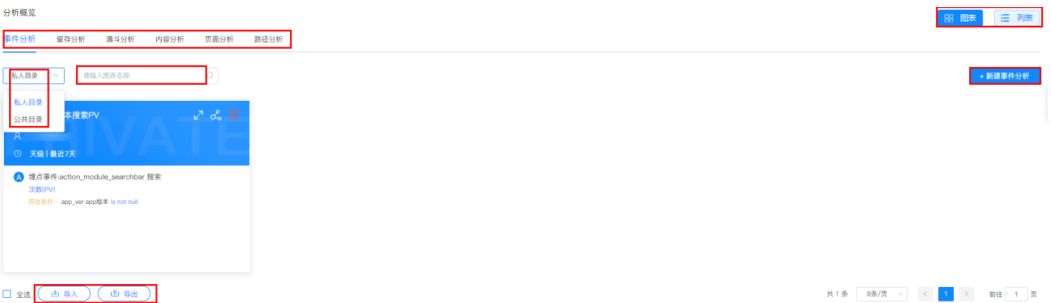
一、概念介绍

分析概览为用户保存高频使用图表的版面，可保存包括事件分析、留存分析、漏斗分析、内容分析、页面分析、路径分析等各模块中的历史配置条件，方便用户快速进入查看，无需重新配置分析条件。

二、功能使用

1. 功能界面组成

分析概览界面由以下部分组成：图表/列表切换选项、概览模块切换选项、私人/公共目录切换选项、图表搜索框、新建事件/留存/漏斗等报告入口及导入/导出选项。



- 您可选择“图表”及“列表”任一形式以保存概览，默认展示方式为图表展示。
- 您可切换事件分析/留存分析等模块列表，查看不同分析模块保存的概览。
- 您可切换私人目录/公共目录选项进入私人看板或公共看板列表，私人目录看板仅创建人本人有权限查看，公共目录看板拥有该业务权限用户均可查看，默认进入为私人目录。
- 您可通过图表搜索框快速查询需要查看的概览。

- 您可通过点击单个卡片右上角查看图标，进入保存的概览详情页查看及修改图表名称。也可点击卡片右上角删除图标对已保存的分析概览进行删除，删除后不可恢复。私人目录下看板卡片支持分享，可分享到公共目录或分享给指定人（支持分享一人且需开通 Sailfish 平台权限）。
- 您可通过右上角“+新建事件分析”选项，快速进入事件分析配置入口。切换其他模块概览列表可快速进入留存/漏斗/内容/页面/路径等分析配置入口。
- 您可通过“导入”、“导出”选项对分析概览保存的模板进行跨站点转移等，支持多选或全选，勾选分析概览模板卡片左上角方框或左下角全选方框即可多选或全选分析概览卡片，即可导出所选卡片，当勾选全选时，选中的卡片为当前分页的所有卡片。

三、快速入门

以保存常用事件分析模板为例：

- 进入事件分析模块，进行事件配置，点击保存选项，给图表命名，选择要保存至私人目录或公共目录，确认无误点击保存即可，如下图所示：



- 保存完成后，即进入分析概览页面，下次登录可直接进入分析概览快速查看。



3.3 基本分析

3.3.1 应用概况

一、概念介绍

应用概况通过企业关注的运营核心指标和用户活跃数据，描述企业产品当前的市场表现。可通过移动端应用的留存看板，分析用户粘性。通过网页端应用的受访页面排序看板，快速分析各网页的浏览情况。

二、功能使用

功能界面组成

移动端应用，分为「核心指标图表」、「活跃用户」看板、「用户留存」看板，三大板块，分别负责用户核心指标数据、活跃度、留存数据的分析。



- 核心指标图表包含 6 个核心指标：新用户数、活跃用户数、人均 pv、会话数、近 7 日新增 uv、近 30 日新增 uv。如下所示：



- 新用户数：昨日内首次上报事件且发生任意事件的用户数；
- 活跃用户数：即 UV，昨日内发生任意事件的用户数；
- 人均 PV：昨日内触发任意事件的人均次数；
- 会话次数：即昨日会话数，默认取 SDK 统一上报的 session id 去重；
- 近 7 日新增 UV：过去 7 日（不含今日）活跃用户数中的新增用户数去重；
- 近 30 天新增 UV：过去 30 日（不含今日）活跃用户数中的新增用户数去重。
- 页面左侧四个指标数据均为昨日数据，指标下方百分比数据为昨日较上一日的环比，如下：

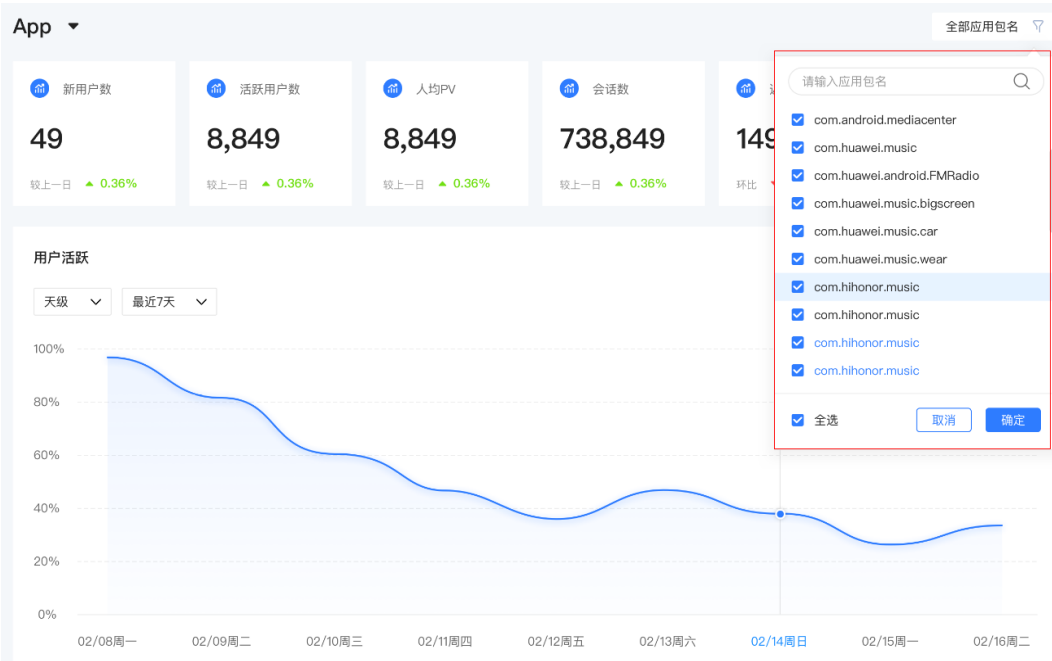
– 增涨为向上绿色箭头：



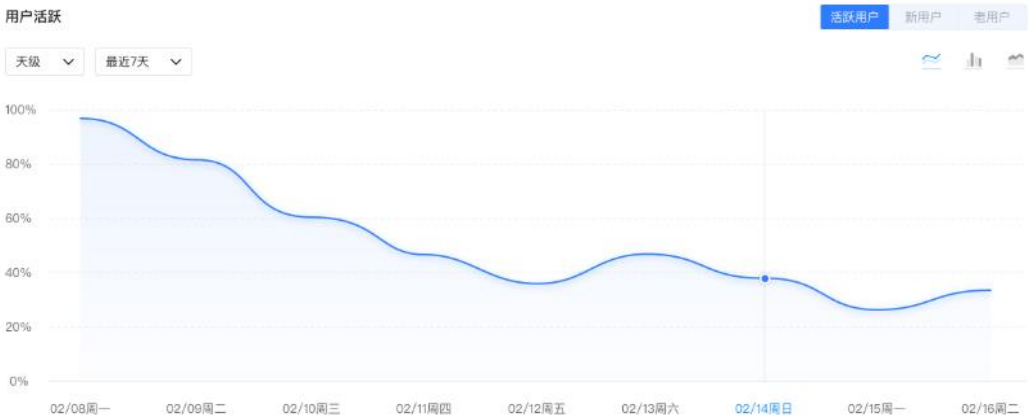
– 减少为红色向下箭头：



- 「近 7 日和近 30 日」为环比上一周期「近 7 日或近 30 日」的环比数据。如下：
- 以上核心指标不支持时间筛选。
- App 端可以筛选应用包，默认为全部，如下图：



- 「用户活跃」模块默认展示近 7 天的活跃用户情况。如下图：



- 时间可进行自定义筛选，分为，小时、天（最近 7 天、最近 30 天）、周（最近 60 天）、月（最近 6 个月）四种级别。
- 指标为 UV（UV 是指发生任意事件的去重用户数）
- 用户可对活跃用户进行筛选，全部访问用户、新用户、老用户三个选项（默认显示全部）
- 可以根据需求选择折线图、条形图、堆积图任一形式。

预设的「受访页面排序」看板，展示在所选时间范围内，访问页面（名称及 url）的排序情况。（备注：下拉进度条可查看全部指标）如下：

- 时间可选择，天（最近 7 天、最近 30 天）、周（最近 60 天）、月（最近 6 个月）三种级别。备注：默认展示 7 天。
- 点击页面标题后方的 url 可跳转至对应网页；（无法跳转的除外）
- 每个页面在标题及 url 后会展示对应的 8 个核心指标；
- 可根据需求选择任一指标排序；

- 支持搜索具体到页面 url 的功能（在搜索框输入）；
- 支持导出功能。

3.3.2 基本留存

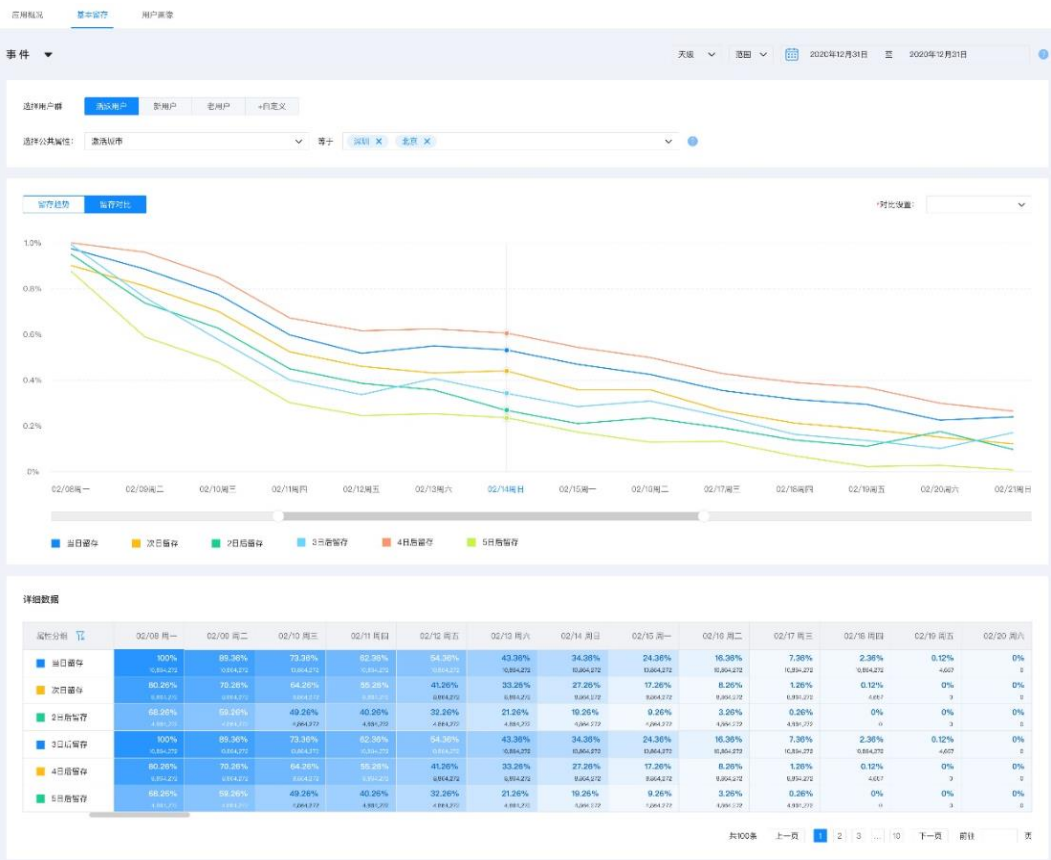
一、概念介绍

基本留存是日常监控业务整体中不同用户群的留存数据，并保存高频使用图表。备注：起始事件和留存事件均为所有事件。

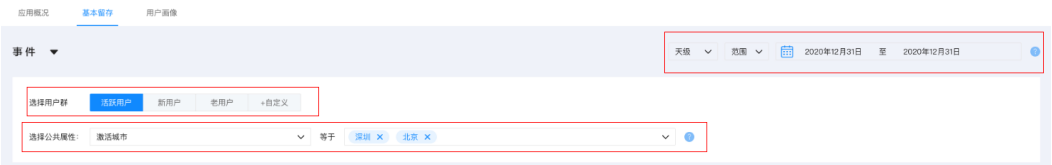
二、功能使用

1. 功能界面组成

主要由留存条件、留存趋势和留存详情等部分组成。

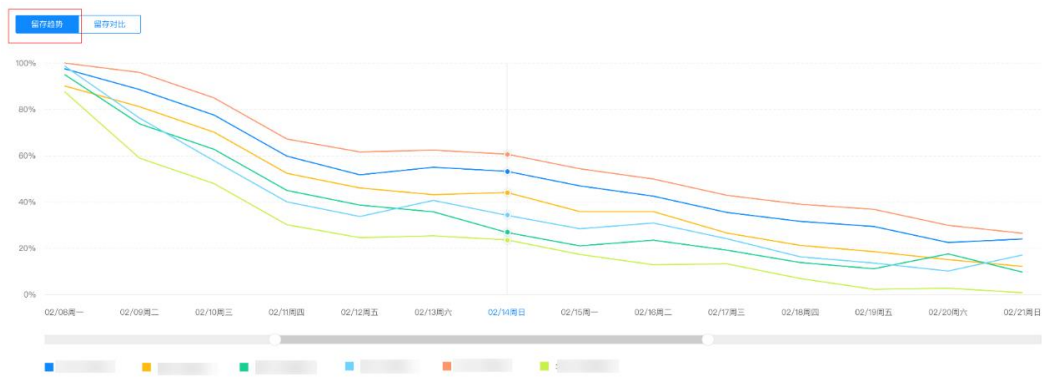


- 留存条件：选择留存的用户群、时间和公共属性等。
- 时间：支持天、周、月三种选择级别，且可选择自定义时间范围。备注：默认展示近 7 天。
- 公共属性：可根据公共属性进行过滤。
- 用户群：即全部访问用户，可筛选活跃用户，含新用户、老用户、自定义。备注：默认展示活跃用户。
- 自定义用户群：根据需求自定义用户群，可选择已创建的用户群，也可以重新创建。



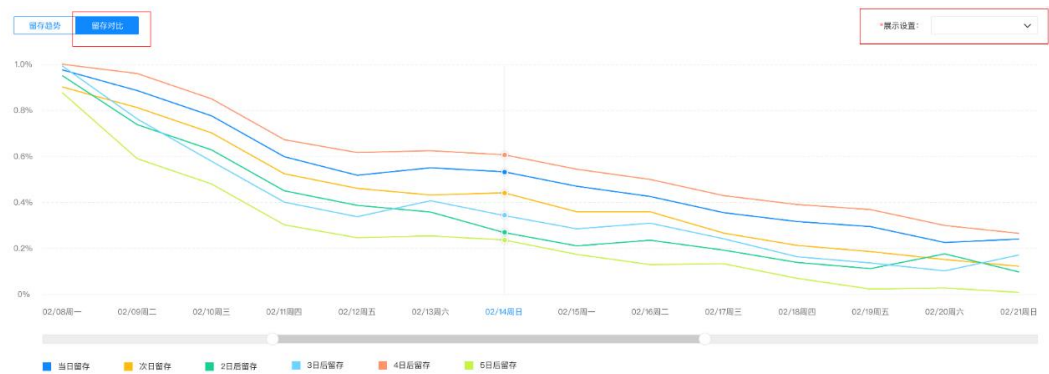
2. 留存趋势图表

查询的分析结果以折线图形式可视化呈现，点击留存率对比可切换查看留存对比情况。



- 数据和筛选条件联动。
- 如未选择公共属性，则只有一条折线，如选择了公共属性将会有多条折线图。

留存率对比图



- 支持留存趋势变化与留存率对比图切换。
- 可进行对比设置，对比选择周期内任意一天或多天的留存数据。
- 公共属性如选择了多个属性值，则只能对比选择的任意一天的留存数据。

3. 留存详情

数据和筛选条件联动。

详细数据

属性分组	当日	次日	2日后	3日后	4日后	5日后	6日后	7日后	8日后	9日后	10日后	11日后	12日后
属性分组	100%	89.38%	73.38%	62.38%	54.38%	43.38%	34.38%	24.38%	16.38%	7.38%	2.38%	0.12%	0%
属性分组	100%	89.38%	73.38%	62.38%	54.38%	43.38%	34.38%	24.38%	16.38%	7.38%	2.38%	0.12%	0%
属性分组	100%	89.38%	73.38%	62.38%	54.38%	43.38%	34.38%	24.38%	16.38%	7.38%	2.38%	0.12%	0%
属性分组	100%	89.38%	73.38%	62.38%	54.38%	43.38%	34.38%	24.38%	16.38%	7.38%	2.38%	0.12%	0%
属性分组	100%	89.38%	73.38%	62.38%	54.38%	43.38%	34.38%	24.38%	16.38%	7.38%	2.38%	0.12%	0%
属性分组	100%	89.38%	73.38%	62.38%	54.38%	43.38%	34.38%	24.38%	16.38%	7.38%	2.38%	0.12%	0%
属性分组	100%	89.38%	73.38%	62.38%	54.38%	43.38%	34.38%	24.38%	16.38%	7.38%	2.38%	0.12%	0%
属性分组	100%	89.38%	73.38%	62.38%	54.38%	43.38%	34.38%	24.38%	16.38%	7.38%	2.38%	0.12%	0%
属性分组	100%	89.38%	73.38%	62.38%	54.38%	43.38%	34.38%	24.38%	16.38%	7.38%	2.38%	0.12%	0%
属性分组	100%	89.38%	73.38%	62.38%	54.38%	43.38%	34.38%	24.38%	16.38%	7.38%	2.38%	0.12%	0%

共100条 上一页 2 3 10 下一页 前往 页

- 包含人数和留存率两个指标值。
- 如果选择了公共数据，会按属性值分组展示
- 支持留存数据导出。

3.3.3 用户群成分

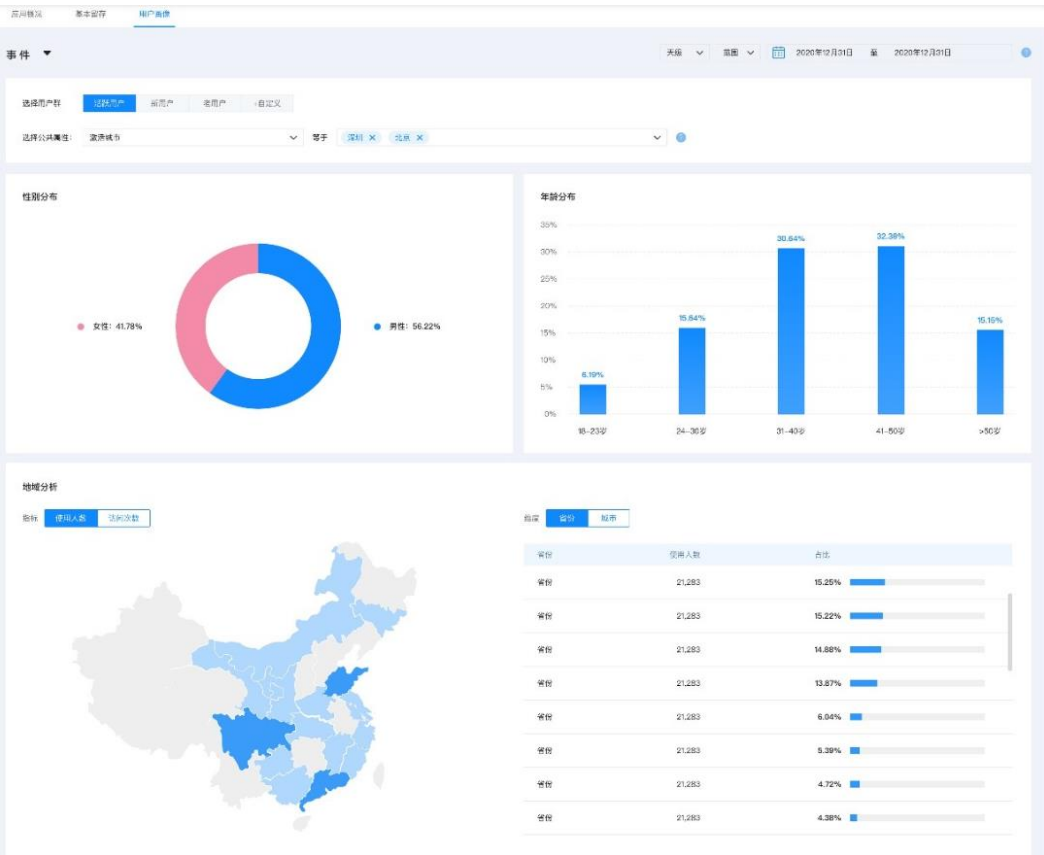
一、概念介绍

用户群成分是日常监控不同用户群的画像特征，并保存高频使用图表。

二、功能使用

1. 功能界面组成

主要由用户群成分筛选条件、性别分布、年龄分布和地域分布等部分组成。



- 用户群成分条件：选择用户群、时间和公共属性等。

- 时间：支持天、周、月三种选择级别，且可选择自定义时间范围。备注：默认展示近 7 天
- 公共属性：可以筛选维度和具体的值。
- 用户群：即全部访问用户，可筛选活跃用户，含新用户、老用户、自定义。备注：默认展示活跃用户
- 自定义用户群：根据需求自定义用户群，可选择已创建的用户群，也可以重新创建。

2. 用户群成分结果

- 主要包含：性别分布、年龄分布、地域分布三个维度。
- 分布结果与用户群成分条件联动。
- 地域分布可切换使用人数和访问次数两个维度；可切换省份和城市两个维度。

3.4 行为分析

3.4.1 事件分析

一、概念介绍

1. 事件(Event)

- 企业服务的用户，在使用企业产品或服务期间产生的行为，被数据化地记录，形成用户行为事件（Event）。
- 事件能描述：谁（who）在什么时间（when）什么场景（context）做了什么（what）。例如：用户在 APP 中播放了音乐，这是一个用户行为。用户点击了商品页详情，这也是用户行为。

2. 属性

事件名称用来区分用户行为类型，如播放（播放 app 中的内容）、点击搜索结果。如需更详细地描述用户行为可以使用事件名称+属性列表的方式。如播放的内容为高品质音乐，在播放事件下添加“song-type 歌曲品质类型=高品质”和“pt_service 业务分区=音乐”，可以进一步获得在 app 中播放高品质音乐的数据。属性描述了一个或几个事件具备的特征，每一个特征会对应一个或多个值。根据应用范围，属性可以分为事件属性和公共属性两类。

- 事件属性：单个或几个事件具备的属性，用于对这个用户行为展开更详细的描述。如，播放事件对应的 service 业务分区、song_type 歌曲类型。
- 公共属性：所有事件都具备的属性，包括用户属性，如：年龄、性别、地域等和场景属性，如 app 版本、设备常驻城市等。

二、功能使用

1. 事件分析配置

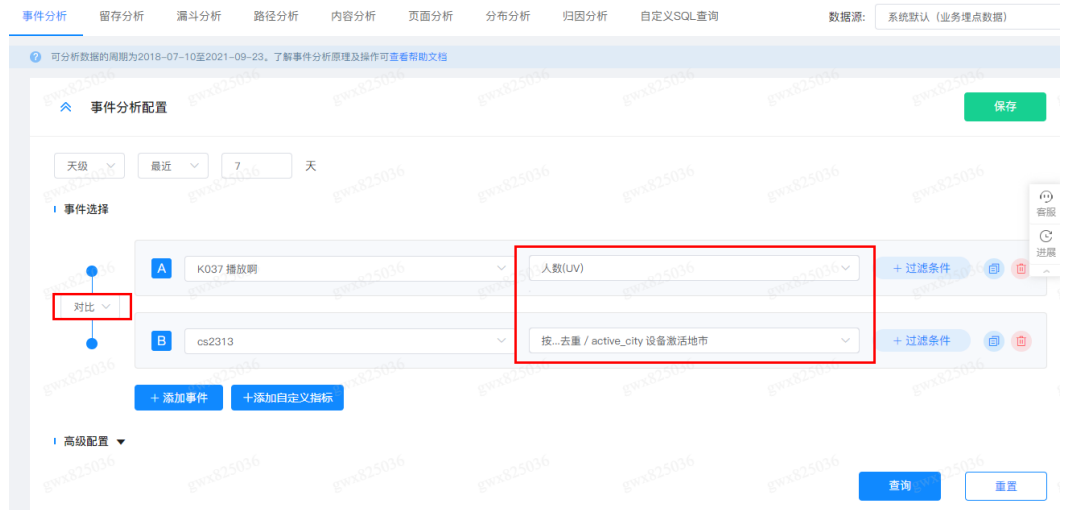
事件配置的主体由事件选择、高级配置、分析周期、查询、保存组成。



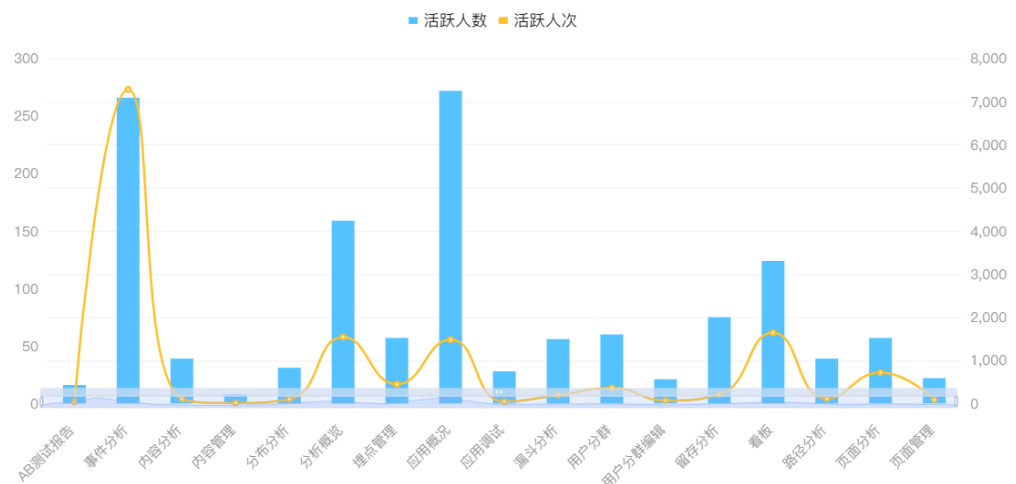
- 选择事件：可以选择一个或多个事件，支持选择事件的不同指标。
- 所有模块的过滤条件，凡是选择算子为 **in**、**not in**，则支持文本粘贴一键多选。切换为输入框，支持直接输入，值与值之间以半角逗号分隔，最多支持 50 个。



- 事件关系：2 个及以上事件存在“且”、“或”、“非”、“对比”四种关系。
- 事件分析选择组合事件时，支持点击按钮一键保存成新的虚拟事件。在选择分析事件关系“且”和“或”支持一键保存虚拟事件按钮，“非”和“对比”关系下不支持保存虚拟事件。“非”即没有做过指定事件，目前只限制在事件的最后可以选择，故选择了非关系事件以后，不再允许添加其他三种关系。
- 点击保存虚拟事件按钮则弹出弹窗可直接保存当前组合事件为虚拟事件。仅需填写虚拟事件名称即可。
- 选择对比关系时，可进行指标选择,并且可自定义指标。点击下方的添加自定义指标可实现。



- 当对比的事件数等于 2，查询结果为双轴图，左边为 A 指标的坐标轴，右边为 B 指标的坐标轴；当对比事件数大于 2，则为单轴图。



- 过滤条件：通过事件的属性进一步描述事件所代表的用户行为。

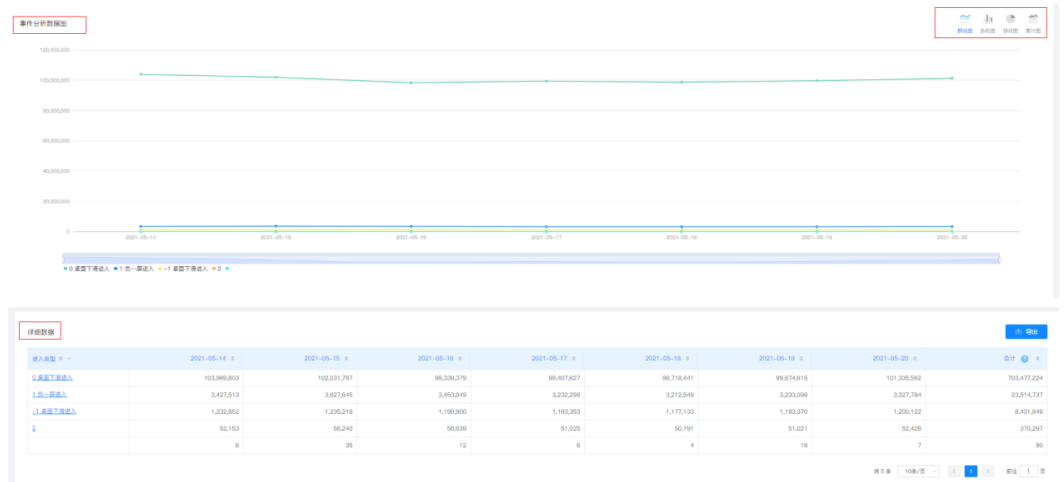


- 保存：可保存到分析概览重复查询。
- 分析周期选择行为发生的时间。时间粒度支持天级、周级、月级三种单位。可以选择最近 N 天，如最近 7 天或指定范围：如 1 月 1 日至 1 月 18 日。
- 高级配置展开高级配置您可以看到用户群选择、分组展示和展示数量。



- 目标用户群：现在用户分群中创建具备同类特征的用户。可以在这里进行选择，对目标用户开展事件分析。

- 分组展示：对统计得到结果按照选定的属性进行维度展示，维度可以是事件属性或公共属性。
- 最多不超过 5 个属性，事件属性可以搭配公共属性，此时事件属性+公共属性数量 ≤ 5 。
- 查询结果



1. 事件分析图表：可视化地展示事件分析结果
 2. 详细数据：分析结果的详细数据
- 可导出 excel 表格
 - 表格中的数据与图表联动
 - 统计结果可以进行升序或降序排列

3.4.2 留存分析

一、概念介绍

1. 留存

留存，指用户新增或使用产品后，在一定时间内或一段时间后仍然继续使用产品。留存率，用户再次回到产品的行为成为留存行为，一段时间前的使用行为为初始行为。留存率即是指产生留存行为的用户量占初始用户量的比率。

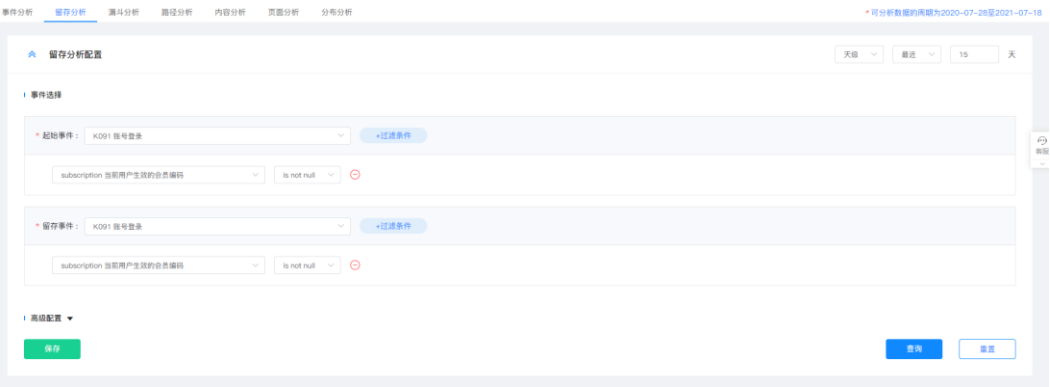
- 当日留存率：用户在新增或使用产品后当日回到产品的用户所占比率。
- 次日留存率：用户在新增或使用产品后第 2 日回到产品的用户所占比率。
- N 日留存率：依次类推，用户在新增或使用产品后第 N 日回到产品的用户所占比率。
- 本周留存率，为自然周。以最早的一周为本周，接下来为次周。

如，今天是 5 月 21 日周五，选择分析周期为最近 2 周，则本周为 05/10-05/16，次周为 05/17-05/23。如，今天是 5 月 21 日周五，选择分析周期为 4 月 1 日-4 月 30 日，则 4 月 1 日所在周为本周（03/29-04/04）。

2. 自定义留存

如，音乐 app 开展连续登录会员 x 天奖励活动，每天登录会员升级速度加速 10%。我们要判断这一活动对留存率的影响，可以选择起始事件和留存事件都为‘会员登录’。

‘’事件，同时给起始留存事件添加过滤条件为当前生效的会员编码不为空，来保证登录的所有账户都是会员账户。即可以利用这个数据判断，活动对会员登录的有效性。起始事件和留存事件，可根据自身需求配置，可选不同事件。

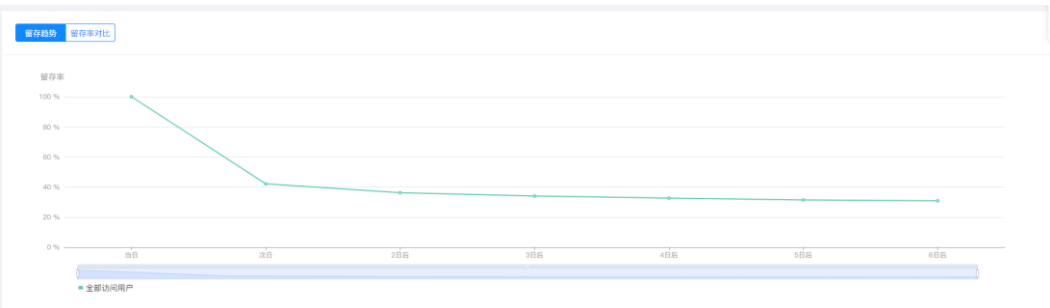


二、功能使用

留存条件：



留存趋势：



留存详情										刷新
	用户数	次日	次日	2日后	3日后	4日后	5日后	6日后		
全部访问用户	26,334	100.00%	15.11%	12.31%	10.87%	10.37%	10.36%	9.12%		
	26,334	100.00%	15.11%	12.31%	10.87%	10.37%	10.36%	9.12%		
2021-05-01	3,581	100.00%	14.72%	11.76%	10.88%	9.80%	10.82%	9.12%		
	3,581	100.00%	14.72%	11.76%	10.88%	9.80%	10.82%	9.12%		
2021-05-02	3,524	100.00%	14.87%	11.48%	10.27%	10.58%	9.88%			
	3,524	100.00%	14.87%	11.48%	10.27%	10.58%	9.88%			
2021-05-03	3,362	100.00%	15.41%	13.80%	11.80%	10.14%				
	3,362	100.00%	15.41%	13.80%	11.80%	10.14%				
2021-05-04	3,155	100.00%	15.47%	12.58%	11.19%					
	3,155	100.00%	15.47%	12.58%	11.19%					
2021-05-05	3,133	100.00%	15.03%	12.80%						
	3,133	100.00%	15.03%	12.80%						
2021-05-06	4,820	100.00%	15.19%							
	4,820	100.00%	15.19%							
2021-05-07	4,959	100.00%								
	4,959	100.00%								

留存率对比：



1. 留存分析由以下部分组成：
- 留存条件：选择和设置留存分析的条件。
 - 留存趋势：按照日期绘制的留存率折线图。
 - 留存率对比：可在对比设置中选择您需要对比的留存，如当日留存，次日留存，2 日后留存，勾选需对比日期即可。
 - 高级配置：在此可选择目标用户群，创建自用户分群。在此可选择分组展示：按事件属性或公共属性，最多可生成 10 个属性值，如选择属性组合（属性值组合数=事件属性值 x 公共属性值），假设选择了 2 个公共属性，最多还可以选择 5 个事件属性。
 - 时间设定：留存的事件粒度有天级和周级两种。
 - 日期可以选择：最近 N 天或范围。
 - 最近 N 天，如最近 7 天就是从昨天开始往前数 7 天。范围：可以指定日期的范围，可以是单天如 5.24-5.25，也可以是 5.1-5.28。
 - 支持留存对比，设置不同的起始事件和留存事件。最多可添加 2 个留存对比。

2. 留存结果

2.1. 留存趋势图

通过选择展示方式中的“留存趋势”即可观察留存率趋势图。若需了解每一日的留存详情，可单击左边的箭头展开每日的数据。

- 以音乐 app 起始事件为播放 app 中的内容，留存事件为用户成功转化为会员为例，分析最近 7 天，年龄段在 18-23,24-34 这两个群体的留存差异。

留存分析配置 天级 最近 7 天

事件选择

* 起始事件: K037 播放 + 过滤条件

* 留存事件: K090 会员转化 + 过滤条件

result 会员转化结果 = success 成功 切换输入框

高级配置

用户群选择 目标用户群: 请选择 查看详情 创建用户分群

分组展示 * 最多可生成10个属性组合 (属性组合数=事件属性数+公共属性值)

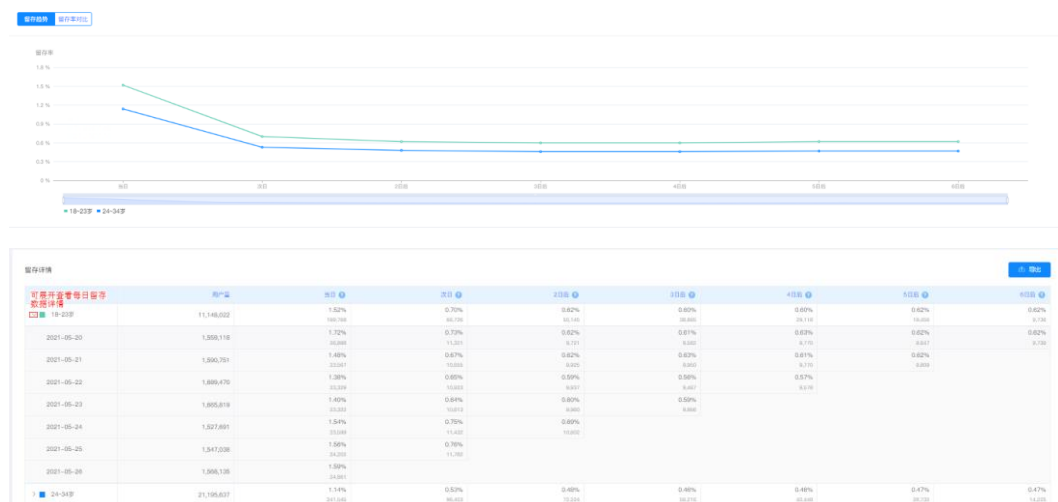
按事件属性: 请选择

按公共属性: forecast_age_range_v2 年龄范围V2

属性分组: 18-23岁 24-34岁

保存 查询 重置

- 下图是 18-23 和 24-34，起始事件为播放，留存事件为成功转化成会员的留存率。可知，当日留存率最高，次日是留存拐点，用户一般在当日播放后选择成为会员。播放->成为会员事件的留存率 18-23 岁的用户的略高于 24-34 岁。



2.2. 留存率对比

查询结果默认展示留存趋势，如果想要进行留存率对比，需要点击切换。

2.3. 留存详情

留存详情是所选日期内，按照时间粒度展示的数据明细表。如，时间选择选择按照（天级）展示 5 月 20 到 5 月 26，则留存详情展示期间每一日的留存数据。

留存详情

留存详情	用户量	第1日	第2日	第3日	第4日	第5日	第6日	第7日
对留存率进行整体留存	11,745,022	1.52%	0.70%	0.62%	0.58%	0.56%	0.55%	0.52%
2021-05-20	1,558,118	1.72%	0.73%	0.62%	0.61%	0.63%	0.62%	0.62%
2021-05-21	1,585,751	1.48%	0.67%	0.62%	0.62%	0.61%	0.62%	0.62%
2021-05-22	1,686,470	1.32%	0.65%	0.59%	0.58%	0.57%	0.57%	0.57%
2021-05-23	1,650,819	1.40%	0.64%	0.60%	0.60%	0.59%	0.59%	0.59%
2021-05-24	1,527,891	1.54%	0.75%	0.69%	0.68%	0.67%	0.67%	0.67%
2021-05-25	1,547,036	1.58%	0.78%	0.71%	0.70%	0.69%	0.69%	0.69%
2021-05-26	1,585,135	1.59%	0.79%	0.72%	0.71%	0.70%	0.70%	0.70%
2021-05-27	21,195,837	1.54%	0.73%	0.66%	0.65%	0.64%	0.64%	0.64%

2.4. 结果说明

以调用 app 为起始事件，发生搜索行为为留存事件。

留存分析配置

事件选择

高级配置

留存详情

留存详情	用户量	第1日	第2日	第3日	第4日	第5日	第6日	第7日
全部访问用户	15,700	20.44%	5.98%	4.41%	3.54%	3.40%	2.72%	2.72%
2021-05-17	2,353	20.19%	7.01%	4.78%	3.65%	3.51%	2.72%	2.72%
2021-05-18	2,346	21.01%	6.27%	4.42%	4.13%	3.98%	2.72%	2.72%
2021-05-19	2,418	19.98%	4.92%	4.67%	3.85%	3.71%	2.72%	2.72%
2021-05-20	1,845	22.23%	6.78%	5.00%	4.13%	3.98%	2.72%	2.72%
2021-05-21	2,435	20.33%	5.00%	4.13%	3.98%	3.71%	2.72%	2.72%
2021-05-22	2,353	19.22%	4.92%	4.67%	3.85%	3.71%	2.72%	2.72%

- 单日用户量的合计就是全部访问用户量。
- 当日留存率=当日留存人数/当日起始人数。
- 次日留存率=次日留存人数/当日起始人数，以此类推，分母始终是当日。
- 全部访问用户的第 N 日留存率=第 N 日留存率的平均数。
- 计算结果保留 2 位小数，四舍五入。

3.4.3 漏斗分析

一、概念介绍

1. 漏斗分析

- 漏斗分析：主要用来逐步分析一个多步骤流程中，各阶段的转化与流失情况。
- 流程，即用户使用产品或参与运营活动中的一系列特定步骤。比如注册流程、活动转化流程等。

2. 转化率与流失率

用户在行为流程中，相邻步骤之间，成功完成转化的比例。未成功转化的就是流失率。同一相邻步骤之间：转化率+流失率=100%。

3. 转化窗口期

用户完成流程中的步骤所用时间，对应漏斗分析中的转化窗口期。转化窗口期分单步骤间隔和总漏斗时长两种。如，用户收藏歌曲的完整流程可能包含以下步骤：

1. 点击歌曲

2. 歌曲加载
3. 歌曲播放
4. 收藏歌曲

如设置窗口期为转化窗口期分单步骤间隔 5 分钟，则完成相邻步骤的时间间隔为 5 分钟。如设置总漏斗时长为 5 分钟，则从发生第一步到完成第四步花费的总时长为 5 分钟。如在 5 分钟内，用户只完成了歌曲播放，那么该用户在此歌曲收藏流程中为流失用户。

4. 设备数与会话数

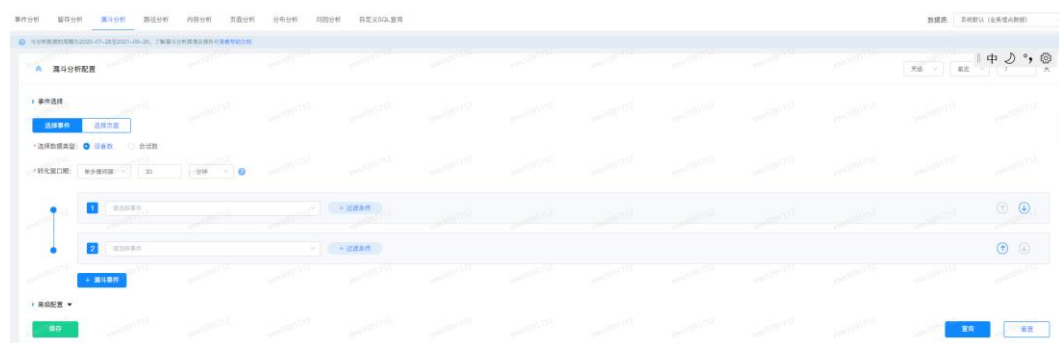
选择数据类型当中有设备数 and 会话数。设备数是由设备 id 来统计的，即 did。会话数：会话，是指用户打开浏览器，访问某一个网页站点，在这个站点点击多个超链接，最终关闭浏览器的过程称为会话，这一过程是一个不中断的请求响应序列。会话数就是统计，用户向服务器发出的不中断的请求响应序列的次数。如，用户打开浏览器，访问某个购物网站，点击了 2 个商品图片，然后添加了一个商品到购物车，点击支付，完成支付后关闭了浏览器，属于记为 1 个会话。



二、功能使用

1. 功能界面组成

漏斗分析功能界面，由以下部分组成：



系统配置

用户群选择

目标用户群

添加用户

删除用户

创建用户分群

群组属性

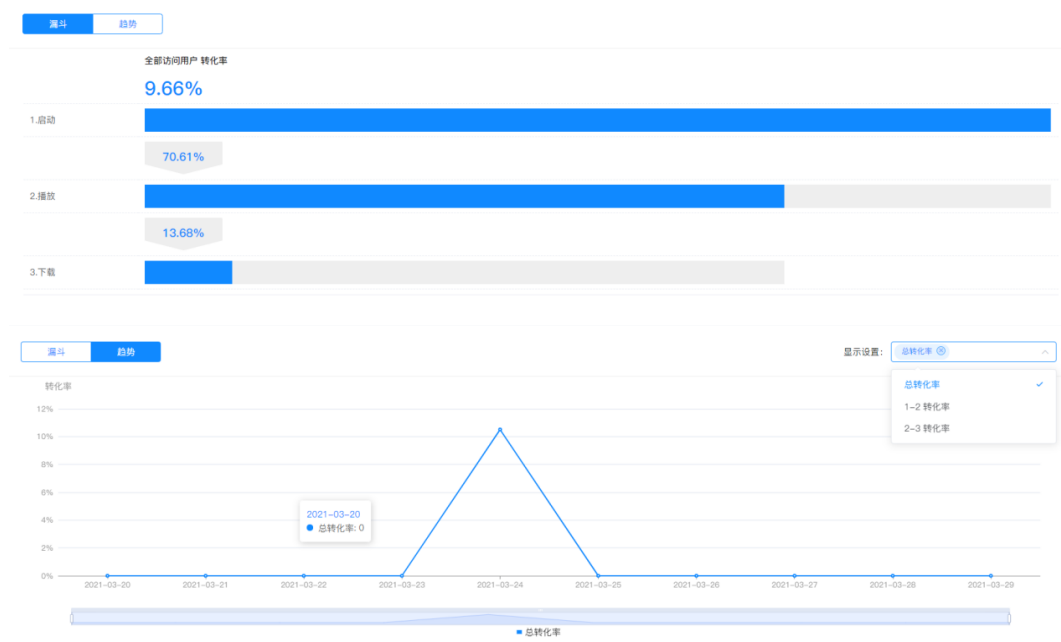
组名称/备注

组描述

组公共属性

组描述

定义漏斗：定义转化漏斗的步骤和转化窗口期。选择事件：支持选择漏斗事件，漏斗事件之间可以选择重复的事件，最多支持选择 10 个。选择页面：支持选择所有页面编码，可按照事件属性、公共属性分组显示，最多可生成 4 个属性值组合（属性值组合数=事件属性值*公共属性值）。目标用户群：展开高级配置，选择目标用户群，目标用户群创建自用户分群。分组展示：展开高级配置，可以对分析结果按事件属性或公共属性进行分组。保存：可保存漏斗分析的查询条件至分析概览->漏斗分析看板中。分析图：有漏斗图和趋势图两种可选。漏斗图直观展示步骤之间的转化率，趋势图显示了转化的趋势。



详细数据:

详细数据

导出

	总转化率 $\uparrow$	1-启动人数 $\uparrow$	1-2 转化率 $\uparrow$	1-2 流失人数 $\uparrow$	2-播放人数 $\uparrow$	2-3 转化率 $\uparrow$	2-3 流失人数 $\uparrow$	3-下载人数 $\uparrow$
全部访问用户	9.69%	9,266	69.22%	2,852	6,414	14%	5,516	898
2021-03-20	0%	0	0%	0	0	0%	0	0
2021-03-21	0%	720	83.33%	120	600	0%	600	0
2021-03-22	0%	0	0%	0	0	0%	0	0
2021-03-23	0%	0	0%	0	0	0%	0	0
2021-03-24	10.51%	8,544	68.02%	2,732	5,812	15.45%	4,914	899

2. 设置漏斗

2.1. 设置转化漏斗的事件步骤和转化窗口期



操作顺序如下：

- 选择数据源，设备数或会话数二选一
- 设置漏斗的转化窗口期：默认设置为单步骤间隔 30 分钟（时间单位可选秒、分钟、小时、天）
- 为漏斗添加流程中的步骤所对应的事件，支持对事件添加过滤条件。存在两种过滤条件 ‘ 且 ’、‘ ’ 或 ‘ ’
- 涉及到分析特定用户群的和分组展示的请展开高级配置
- 目标用户群必须先用户在用户分群中创建目标用户群，才可以使用用户群选择功能；分组展示可生成 4 个属性值组合（属性值组合数=业务属性值 x 公共属性值）
- 保存：设置好的条件，需要重复使用的请保存并命名。保存后可以在分析概览->留存分析中查看

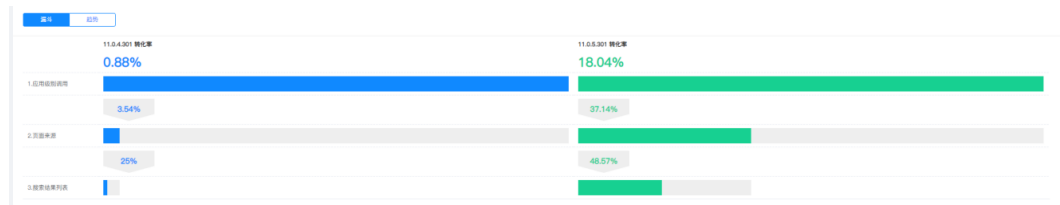
2.2 结果说明

以对两个不同版本 app，用户从调用搜索结果到结果点击转化漏斗为例（版本号分别为 11.0.4.301 和 11.0.5.301）。



为了对比不同的版本，在分组展示中选择按公共属性 app_ver APP 版本分组，选择需要分析的版本号 11.0.4.301 和 11.0.5.301。

漏斗图例：



左边是 11.0.4.301 版本转化率，右边是 11.0.5.301 版本转化率。第一步上方显示的是完成漏斗全部步骤的转化成功率：11.0.4.301 版本转化率 0.88%、11.0.5.301 版本转化率 18.04%。第一步到第二步的转化率，完成第一步且完成第二步的人数除以完成第一步的人数。两版本分别是 3.54%和 37.14%。说明 11.0.4.301 版本调用 app 后使用搜索页面的比例低。第二步到第三步的转化率，是完成了三个步骤的人数，除以完成第一步且完成第二步的人数。两个版本分别是 25%和 48.57%。因此，可以分析出后发布的版本在调用 app 到点击搜索结果的流程中，对每一步都做出了有效改进，提高了转化率。

3.4.4 路径分析

一、概念介绍

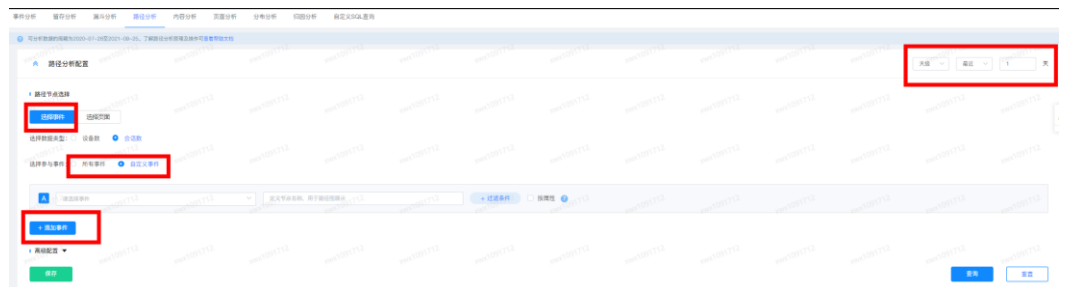
路径分析是常用的数据挖掘方法之一，用于分析在转化周期内，事件之间的用户流向情况，帮助挖掘主流转化与流失路径，提升产品体验与转化率。

二、功能使用

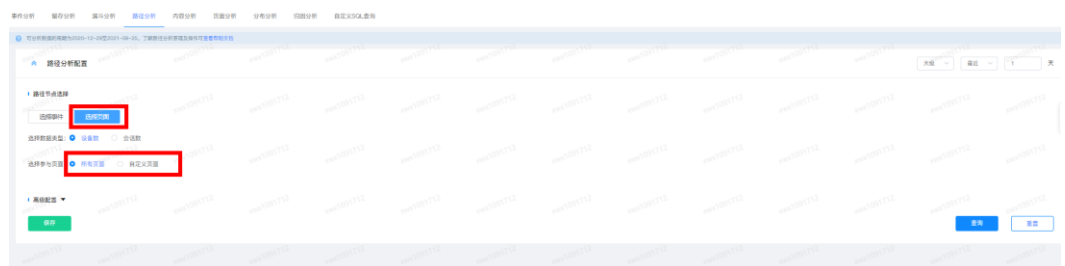
1. 功能界面组成

路径分析功能界面主要由日期控件、路径节点选择、高级配置等部分组成。

- 日期控件：通过日期控件可以选择要分析的时间周期。
- 选择参与事件：支持选择所有埋点事件和自定义事件，选择自定义事件需输入节点名称，最多支持添加 26 个自定义事件。



- 选择参与页面：支持选择所有页面编码，可按照业务属性、公共属性分组显示，最多可生成 10 个属性值组合（属性值组合数=业务属性值*公共属性值）。



- 高级配置处为可选项，可设置路径的起始事件或结束事件及设置分组展示（支持按公共属性进行分组展示，可选择 1-10 个属性值）。

2. 路径分析图

当未设置起始事件/结束事件时，查询结果如下图所示，展示用户数 TOP10 节点，色块面积越大表示用户数越多。点击单个节点，可查询以该节点为起点的路径，点击节点展示该节点的下一步骤，再次点击隐藏该节点的后续流向，最多支持查看 8 个步骤。

1 路径分析图（点击节点可展开/隐藏下一步）

起点

共4,802个用户



展开后：

路径分析图（点击节点可展开/隐藏下一步）



当设置起始事件/结束事件时，点击查询展示效果如下，初始展示两步骤。

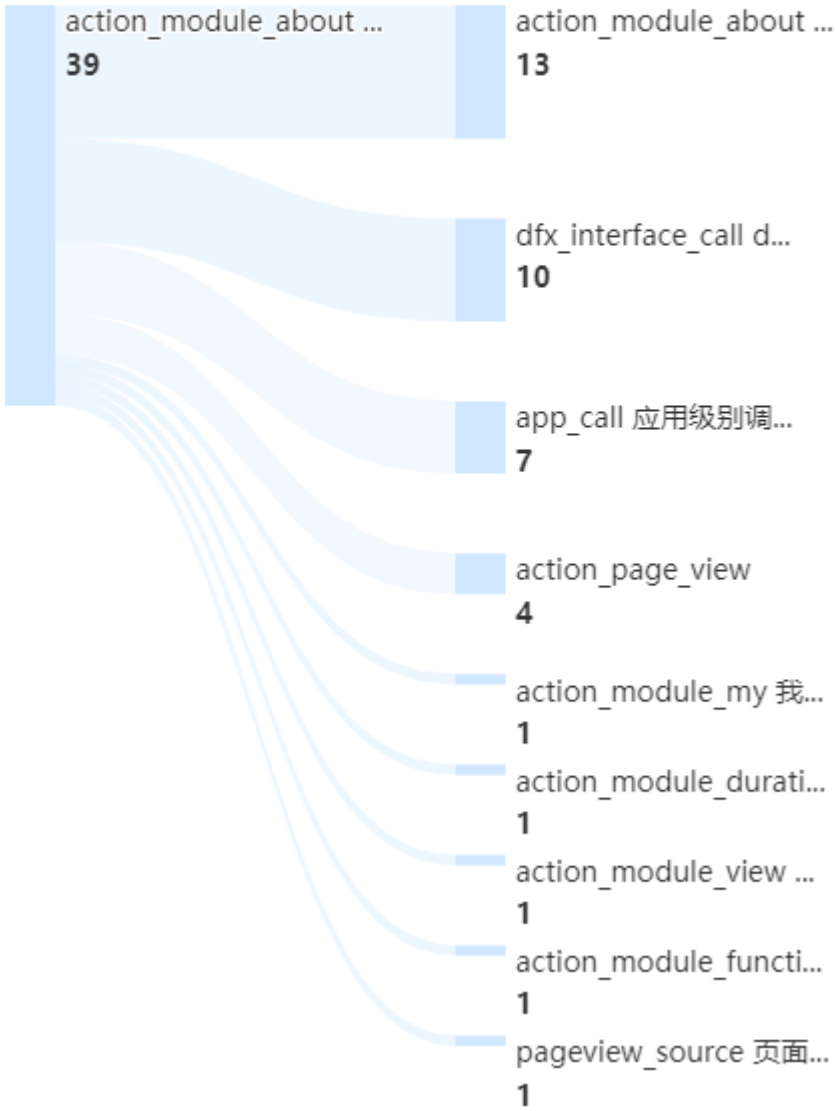
路径分析图（点击节点可展开/隐藏下一步）

起点

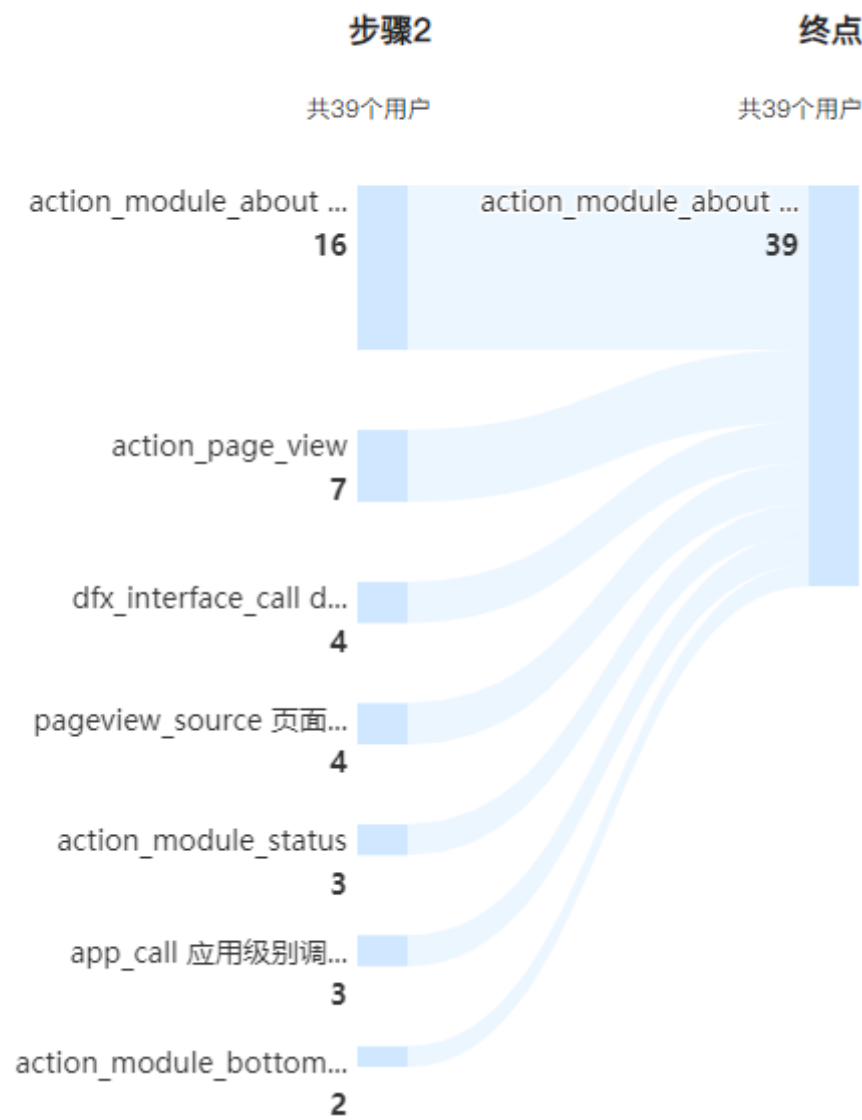
步骤2

共39个用户

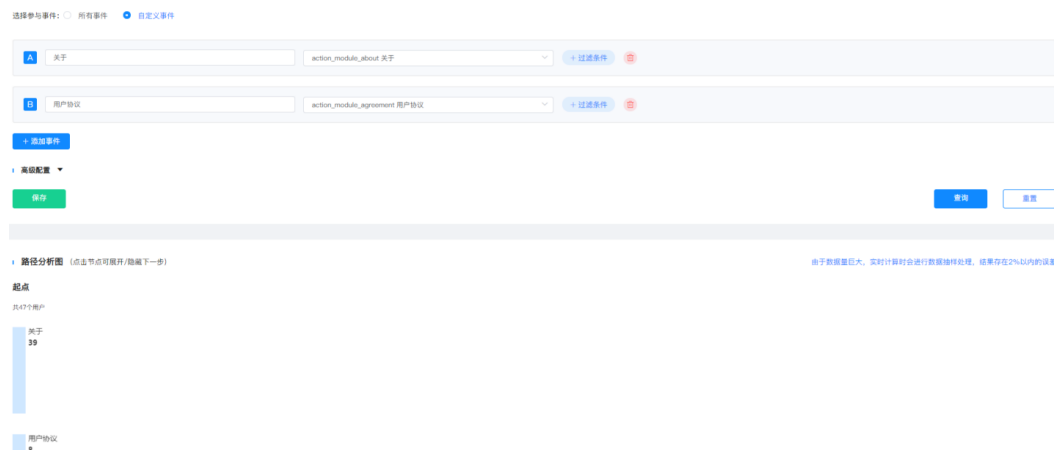
共39个用户



由于数据量巨大，实时计算时会进行数据抽样处理，结果存在2%以内的误差



当选择自定义事件时，最少需选择一个节点，最多可选择 26 个节点，用户可自定义节点名称。



3.4.5 内容分析

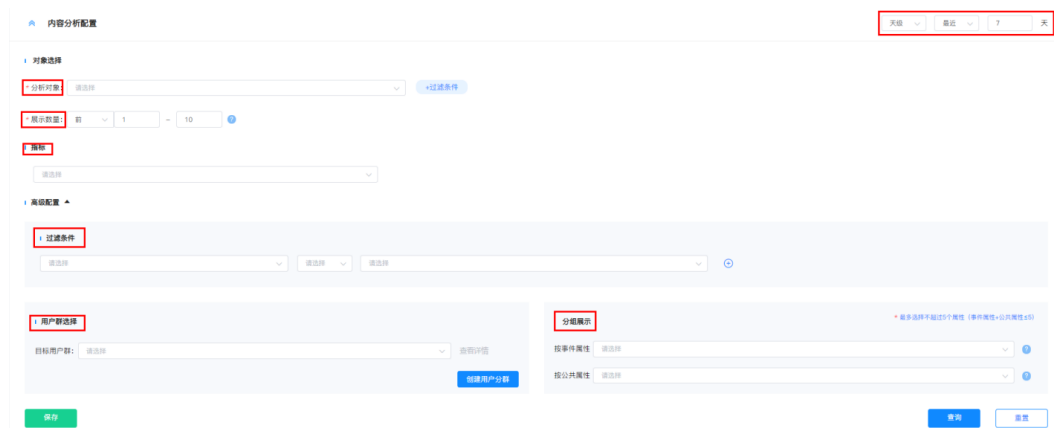
一、概念介绍

内容分析即针对埋点事件上报的 string 类型的事件属性及公共属性展开的相关分析，支持多个维度和多个自定义指标同时展示，帮助您快速完成报表定制。

二、功能使用

1. 功能界面组成

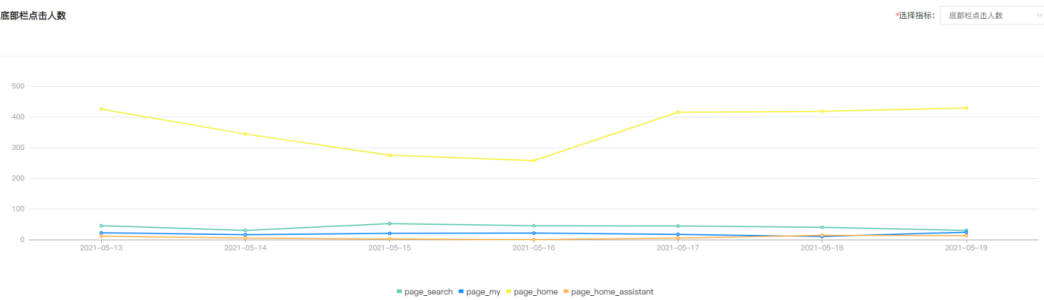
内容分析功能界面主要由日期控件、分析对象选择、展示数量、指标、过滤条件、目标用户群、分组展示等部分组成。



- 日期控件：可通过日期控件选择需分析的时间周期，可选择最近 N 天或自定义日期范围查询。
- 分析对象：即需要分析的分析对象，可通过“like”或“=”进行模糊搜索或精确匹配。
- 展示数量：可设置需要展示的数据范围，可以选择 top N 到 M 或 bottom N 到 M，范围最多选择 2000，默认 top1 到 10。
- 指标：选择需要分析的自定义指标，最多支持选择 5 个。
- 过滤条件：可根据事件属性或公共属性进行过滤。
- 目标用户群：可添加目标用户群，对需要分析的人群进行细分。

- 分组展示：可按事件属性或公共属性进行分组展示，事件属性+公共属性≤5。

2. 内容分析图表



查询的分析结果以折线图形式可视化呈现，点击右上角可切换查看指标变化趋势。

3. 详细数据

统计数据

对象详情	total	导出
作品名称	K歌作品点击PV	K歌作品播放PV
手心里的温柔(m)	779	253
世界这么大还是遇见你	389	189
世界这么大还是遇见你(m)	292	107
有生之年(m)	131	90
彩虹	47	74
破晓	69	50
卡路里(m)	82	46
海阔天空(12)	8	39
超级冠军(m)	139	35
胡梅梅梅梅(11-4-02)	116	34

共 10 条 10条/页 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 前往 1 页

统计数据详情如上图所示，点击左上角漏斗图标可对展示的分析内容进行筛选、点击右上角漏斗图标可选择需要分析的日期，统计数据详情表可导出进行进一步分析。

3.4.6 页面分析

一、概念介绍

页面分析即对端侧上报的 app 或 web 端产品页面进行的不同指标分析，通过分析用户对产品内不同页面的次数（PV）、人数（UV）、人均次数、会话次数、人均会话次数、平均会话停留时长、跳出率、退出率、新用户数、新用户数占比等关键指标，帮助企业分析各个页面的关键数据，为页面优化策略提供数据支撑。

二、功能使用

1. 功能界面组成

页面分析功能界面由以下部分组成：

- 日期控件：通过日期控件可选择分析的时间周期。
- 页面编码可通过“=”、“rlike”、“总体”等三种方式进行查询。选择“=”时，页面选择默认是选择框，选择的内容是页面管理中已经录入的页面，显示的值是：页面名称、页面编码，也可手动输入；选择“rlike”即模糊匹配，打点上报的所有页面编码，只支持自定义输入；选择总体，即选择打点上报的所有页面，无需再选择页面。三种查询方式均可添加过滤条件，按业务属性或公共属性值进行过滤。
- 高级配置处为可选项，可设置按业务属性或公共属性进行分组展示及设置展示数量，最多支持展示 2000 条。

2. 页面分析图表



查询结果默认为折线图形式，用户可根据自身需求切换条形图、饼图、累计图等不同图表形式。

3. 详细数据

详细数据							导出
2021-05-19 0	2021-05-20 0	2021-05-21 0	2021-05-22 0	2021-05-23 0	2021-05-24 0	2021-05-25 0	合计 0
178,813,884	178,847,707	184,740,903	203,804,884	198,272,191	172,815,885	178,224,738	1,293,019,972
共 1 条 10条/页							数据 1 条

详细数据处可查看选择日期内每日数据分布及数据合计，用户可导出数据进行进一步分析。

3.4.7 分布分析

一、概念介绍

- 分布分析：可分析用户行为在一段时间内，使用产品期间各个步骤频次和指标分布，分布分析是了解数据分布表现的主要方法。通过对数据结构进行分层分析，判断极端数值的占比、对整体数据的影响，同时了解数据分布的集中度，以及主要的数据分布区间段。善用分布分析能洞察用户行为分布的规律，可以作为用户分群等功能的重要补充。
- 分布区间：可筛选：5 等分、10 等分、自定义。5 等分表示，将 did 按指标从低到高排序，取排名 5% 的 did 的指标值作为等分的最低值，取排名 95% 的 did 的指标值作为最高值，按指标的分布进行 5 等分。根据数据分布共分为 7 个区间，统计每个区间的人数。10 等分、15 等分同理。
- 分布对比图根据您所选择所选时间做的事件，帮您进行事件频次的分组和分组后各组对应的用户数。分布算法中，会优先找到 5 分位、95 分位的值，然后在 5 分

位至 95 分位的数值范围内对数据区间按照您的选择进行等分，并根据数据特征自动分层



分布趋势图分布趋势图展示分析指标单天的用户分布趋势变化。



3.4.8 归因分析

一、概念介绍

归因分析主要用于衡量站内多个资源位或事件对业务目标事件的转化贡献。通过归因，我们就可以看到不同事件对一个目标转化的贡献度，因此可以更有针对性地调整产品策略，以实现效益最大化。

二、功能使用

1. 功能界面组成

归因分析功能界面主要由日期控件、目标事件、待归因事件、指标、过滤条件、分析模型、归因窗口期、目标客户群等部分组成。

- 日期控件：可通过日期控件选择需分析的时间周期，可选择查询 N 天或自定义日期范围。
- 目标事件：用户完成某业务目标的事件,通常为购买、付费、参与等。目标事件的指标支持次数(PV)、按...求和，通过过滤条件进行筛选，最多可支持 10 个过滤条件。
- 待归因事件：参与归因计算的事件，通常为资源位、坑位或运营位的点击事件，至少选择一个待归因事件，最多可添加 10 个，每个待归因事件可添加过滤条件进行筛选，最多可支持 10 个过滤条件。
- 过程事件：为完成目标事件前必须要进行的事件，一般为商品详情页浏览、商品加购等事件，来确保待归因事件和目标事件是相关的；最多支持添加 5 个过程事件，每个过程事件可选择过滤条件，过程事件之间无时间顺序。
- 关联属性：用以限制过程事件和目标事件的某个属性值保持一致，默认为关闭状态，常用于商品名称。但所选两个关联属性须有值，且值类型须保持一致。
- 分析模型：分析模型分为四种，首次触点归因、末次触点归因、线性归因、时间衰减归因。首次触点归因：是指完成某个目标事件的所有资源位/事件中，第一个资源位/事件获得全部贡献。末次触点归因：完成某个目标事件的所有资源位/事件中，最后一个资源位/事件获得全部贡献。线性归因：完成某个目标事件的所有资源位/事件中，所有资源位/事件平分贡献。举例如下：现用户路径为 A>B>C>D>E 目标转化事件为 E 次数，待归因事件为 BCD 首次触点归因：B.100%，C.0%，D.0% 有效转化次数 1,0,0 转化目标 1,0,0 末次触点归因：B.0%，C.0%，D.100% 有效转化次数 0,0,1 转化目标 0,0,1 线性归因：B.33%，C.33%，D.34% 有效转化次数 1,1,1 转化目标 0.33 0.33 0.34 时间衰减归因：完成某个目标事件的所有资源位/事件中，离转化目标时间更近的资源位/事件获得更多贡献，需要选择半衰期，半衰期仅支持天级，一般默认半衰期为 7 天当事件发生的时间超过设置的半衰期，所分配的功劳就会相差一半。

*分析模型： 时间衰减归因 半衰期 7 天

- 用于确定贡献的公式是 $2^{-(t/\text{halflife})}$ ，其中 t 是接触点与转化之间流逝的时间。然后，所有接触点均被标准化为 100%。Halflife 为用户自定义的半衰期。 举例如下： 9 月 15 日，某位访客通过付费搜索广告访问您的网站，然后离开。 9 月 18 日，该访客通过朋友提供的社交媒体链接再次访问您的网站。他将多个物品添加到购物车，但没有购买任何物品。 9 月 24 日，您的营销团队向他们发送一封电子邮件，其中包含购物车中某些物品的优惠券。他应用了优惠券，但访

问了其他几个网站，查看是否有其他优惠券可用。他通过展示广告找到另一个网站，并最终购买了价值 50 元的物品。选择待归因事件为：付费搜索、社交、电子邮件、展示广告 选择目标转化事件为：购买金额 则付费搜索、社交、电子邮件和展示广告均可获得贡献。使用默认的 7 天半衰期：a. 展示广告与转化之间的间隔为 0 天。 $2^{-(0/7)} = 1$ b. 电子邮件接触点与转化之间的间隔为 0 天。 $2^{-(0/7)} = 1$ c. 社交接触点与转化之间的间隔为 6 天。 $2^{-(6/7)} = 0.552$ d. 付费搜索接触点与转化之间的间隔为 9 天。 $2^{-(9/7)} = 0.41$ 将这些值标准化处理之后得到以下结果：a. 展示广告：33.8%，贡献价值是 16.88 元 b. 电子邮件：33.8%，贡献价值是 16.88 元 c. 社交：18.6%，贡献价值是 9.32 元 d. 付费搜索：13.8%，贡献价值是 6.92 元

- **高级设置：**高级设置为非必选项，可选择目标用户群或创建用户分群。

2. 详细数据

点击右上角



对数据可进行展开和折叠

设计数据						
输入数据事件		输出数据事件		目标评价		
事件ID	发生次数	发生用户数	每秒钟发生次数/秒	发生率	完成率	
K007	1498554349	37862229	1842646.0 / 3%	235569	65.75%	
X007	52739088	12239353	808643.1 / 71%	1103607	31.47%	
K096	13585211	3750429	64767.0 / 48%	65027	2.30%	
K074	8741732	874653	12582.0 / 14%	16776	0.48%	

3.5 用户分群

一、概念介绍

用户分群即根据用户在应用内的不同行为创建用户群，创建完成秒级生效，生效后即可在其他分析模块中使用。

二、功能使用

1. 功能界面组成

用户分群

新增

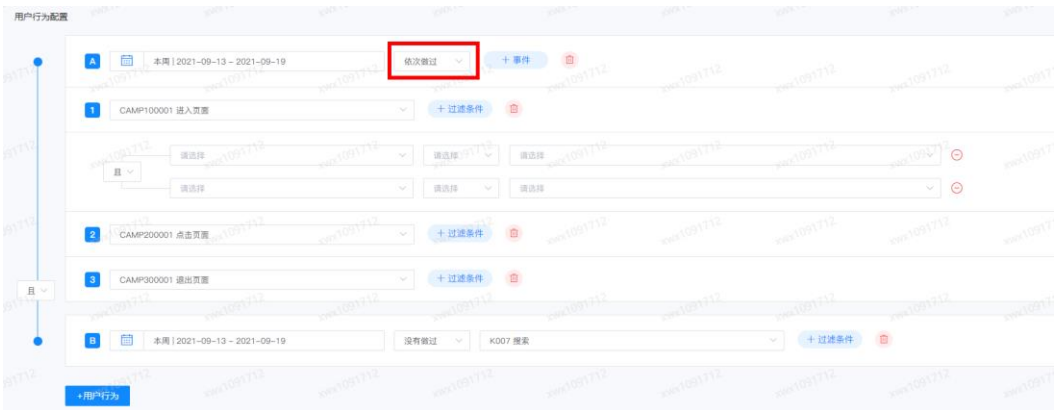
请输入分群名称/分群描述/分群人

新增用户分群

序号	分群名称	分群描述	分群类型	创建人	最近修改时间	分群用户数	是否可用	数据最新更新时间	更新时间	操作
1	test	有过违规行为的用户	条件规则创建	u84165613	2020-12-24 16:07:18	创建中	建设中	2020-12-24 16:07:18	例行	+ - 重置

共 1 条20条/页< 1 >前往 1 / 1

- 点击右上角“创建用户分群”选项即进入创建用户分群编辑页面，根据提示编辑基础信息：填写分群名称（必选）、更新方式（必选）及添加事件（必选）、过滤条件（可选）、用户行为（可选）、用户属性（可选）等即完成创建。用户行为补充说明：



- 1) 用户可选的选项有“做过”“没有做过”“依次做过”。选择“做过”，显示为做过 A 事件用户，“没有做过”则显示为排除做过 A 事件外的所有用户。选择“依次做过”可添加多个后续事件，事件与事件之间是顺序关系。最多添加 20 事件。



- 满足分群的人群在所选周期范围内依次发生用户所选的事件，步骤与步骤之间允许存在其他事件。支持周期范围内“依次做过”某事与周期范围内做过/没有做过某事 进行且或组合。
- 选择框可根据创建的用户分群是否用于营销等进行筛选，包括“全部”、“用于营销”、“未用于营销”等，筛选后分群列表即随之变化。
- 搜索框可根据分群名称、分群描述、创建人进行快速查找。
- 只有用户分群创建人可对已创建的用户分群进行编辑和删除，其他用户只有查看权限。

3.6 数据管理

3.6.1 埋点管理

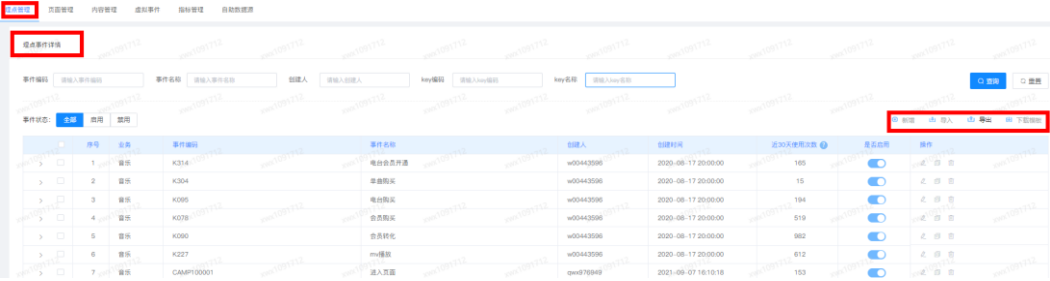
一、概念介绍

埋点管理模块是对业务埋点元数据进行增删改查，只有在埋点管理模块录入才能在其他模块进行分析，当日录入，次日可分析。仅管理员角色拥有新增和修改埋点权限。

二、功能使用

1. 埋点管理详情页

埋点管理页面由埋点事件详情、埋点事件列表、新增、导入、导出、下载模板等入口组成。进入埋点管理模块看到的是当前业务已经录入的所有的埋点信息，信息呈现的粒度是到事件粒度。具体信息包括埋点所属业务、事件编码、事件名称、创建人、创建时间等。支持的操作有新增埋点、查看埋点、修改埋点、删除埋点。



2. 新增埋点

- 点击新增埋点。
- 输入事件编码与事件名称，如果事件编码已经存在则直接进入编辑模式。



- 录入 key 编码、key 名称、key 类型，key 类型支持 3 种：int、float、string、array。string 类型对应的是枚举值与非数值型的属性，例如歌曲品质、栏目名称等；int 类型对应的是整数数值型的属性，例如播放时长；float 类型对应的是浮点数值型的属性，例如支付金额；Array 类型对应的是数组类型的属性，例如["10", "24"]。



- 录入 value 编码与 value 名称。对于 string 类型的属性支持录入枚举值（value），录入的枚举值起到转译的作用，例如上报数据是 1,2,3，在分析时想直接看到业务含义，1 对应低品质、2 对应中品质、3 对应高品质，则需要在此处录入枚举值。此处的 value 编码英文只支持小写，若业务设计的埋点是大写也只需录入小写即可，不影响分析。注意：只有 str 类型支持枚举值的录入。因此，如果要添加 value 值，请先选择 str 类型。

新增埋点

value编码英文大小写不敏感，限制仅能输入小写

1 事件录入

2 参数及枚举值录入

* key编码

song_type

* key名称

歌曲品质

* key类型

string

+ -

value编码

1

value名称

低品质

+ -

value编码

2

value名称

中品质

+ -

value编码

3

value名称

高品质

添加Key

上一步

提交

3. 修改埋点

- 点击 进入埋点修改页面，第一步只可以修改事件名称。

编辑埋点

1 事件录入

2 参数及枚举值录入

* 事件编码

analysis_module_operate

* 事件名称

分析模块操作

创建人

z00305228

创建时间

2021-04-23 17:48:20

重置

下一步

- 第二步可以新增、修改、删除已录入的 key 和 value。

编辑埋点

value编码英文大小写不敏感，限制仅能输入小写

1 事件录入

2 参数及枚举值录入

编辑选择:

data.cd.content_list.endDate

请输入搜索内容

* key编码

data.cd.content_list.endDate

* key名称

结束日期

* key类型

string

+ -

value编码

请输入value编码

value名称

请输入value名称

+ -

value编码

请输入value编码

value名称

请输入value名称

添加Key

上一步

保存

4. 查看埋点

- 点击列表前>展开看 key，点击查看枚举值，弹窗展示该 Key 编码的枚举值，int 和 float 类型没有枚举值。



5. 删除埋点

- 点击回收站形状图标即删除这个埋点信息，不可恢复。

6. 术语理解

事件是业务埋点设计时候对用户行为的抽象，例如歌曲播放，歌曲下载等。key 是每个事件上报的属性，例如歌曲播放行为会上报歌曲名称、歌曲品质、栏目名称等。value 是每个 key 对应的枚举值，例如歌曲品质中有高品质、低品质等。

事件编码	事件名称	key编码	key名称	key类型	value编码	value名称
K037	歌曲播放	status	下上线状态	string	0	下架
K037	歌曲播放	status	下上线状态	string	1	正常
K037	歌曲播放	songname	歌曲名称	string		
K037	歌曲播放	realplaytime	实际播放时长	float		
K037	歌曲播放	page_num	页面数	int		

7. 批量增加

除了第 2 点的点击新增按钮增加，您还可以下载导入模板实现批量导入。如需增加公共参数，不需要对每个点位进行单独的编辑，按照模板批量导入，一个事件一行。



3.6.2 页面管理

一、概念介绍

页面管理模块是对页面元数据进行增删改查，为页面分析模块提供元数据。只有在页面管理模块录入的页面才能在页面分析模块中通过“=”精确分析。当录入，次日可分析。 仅管理员角色拥有新增和修改页面权限。

二、功能使用

1. 页面管理详情页

页面管理模块是显示当前业务已经录入的所有的页面信息，信息呈现的粒度是到页面粒度。具体信息包括序号、页面编码、页面名称、创建人、创建时间等。支持的操作有新增、导入、导出、下载模板、修改页面、删除页面。



2. 新增页面

- 点击新增页面。
- 输入页面编码与页面名称，如果页面编码已经存在则直接进入编辑模式。



- 录入页面编码、页面名称、key 类型，key 类型支持 3 种：int、float、string。
string 类型对应的是枚举值与非数值型的属性，例如歌曲品质、栏目名称等；
int 类型对应的是整数数值型的属性，例如播放时长；
float 类型对应的是浮点数值型的属性，例如支付金额。



- 录入 value 编码与 value 名称。对于 string 类型的属性支持录入枚举值（value），录入的枚举值起到转译的作用，例如上报数据是 1,2,3，在分析时想直接看到业务含义，1 对应低品质、2 对应中品质、3 对应高品质，则需要在此处录入枚举值。此处的 value 编码英文只支持小写，若业务设计的埋点是大写也只需录入小写即可，不影响分析。注意：只有 str 类型支持枚举值的录入。因此，如果要添加 value 值，请先选择 str 类型。

新增页面

1

2

页面录入

参数及枚举值录入

* key编码

1

* key名称

1

* key类型

string

+ -

value编码

1

value名称

请输入value名称

+ -

value编码

2

value名称

请输入value名称

+ -

value编码

3

value名称

请输入value名称

添加Key编码

上一步

确定

取消

3. 修改页面

点击进入页面修改页面，第一步只可修改页面名称。

编辑

1

2

页面录入

参数及枚举值录入

* 页面编码

_library_fragment_ui_radiopurchaseprogramlist

* 页面名称

电台已购页面

创建人

c00464143

创建时间

2020-12-31 10:47:38

下一步

取消

第二步可以新增、修改、删除已录入的 key 和 value。

编辑

1

2

页面录入

参数及枚举值录入

编辑选择:

albumId 已购专辑id

请输入搜索内容

* key编码

albumId

* key名称

已购专辑id

* key类型

string

添加value编码

添加Key编码

上一步

确定

取消

4. 删除页面

点击删除图标即可删除该埋点信息，不可恢复。

5. 术语理解

页面是 **www** 环境中的信息组织，各个信息页面中之间建立超文本链接以便浏览，例如歌曲播放、歌曲下载页等。**key** 是每个页面上报的属性，例如歌曲播放行为会上报歌曲名称、歌曲品质、栏目名称等。**value** 是每个 **key** 对应的枚举值，例如歌曲品质中有高品质、低品质等。

页面编码	页面名称	页面自定义属性	页面自定义属性	key类型 (value编码)	value名称
chrome://downlo	下载	fileName	文件名称	string	
chrome://downlo	下载	fileType	文件类型	string	JPG 图片
chrome://downlo	下载	fileType	文件类型	string	TXT 文本

6. 批量增加

除了第 2 点的点击新增按钮增加，您还可以通过下载导入模板实现批量导入。如需增加公共参数，不需要对每个页面进行单独的编辑，按照模板批量导入，一个页面一行。



3.6.3 虚拟事件

一、概念介绍

虚拟事件是将埋点事件进行拆分或组合形成新的虚拟事件，与埋点事件一致支持在事件分析、路径分析模块中使用。创建虚拟事件需要填写虚拟事件名称、选择虚拟事件包含的事件和过滤条件，但无需选择指标，其他与事件分析一致，虚拟事件创建完成后立即生效。

二、功能使用

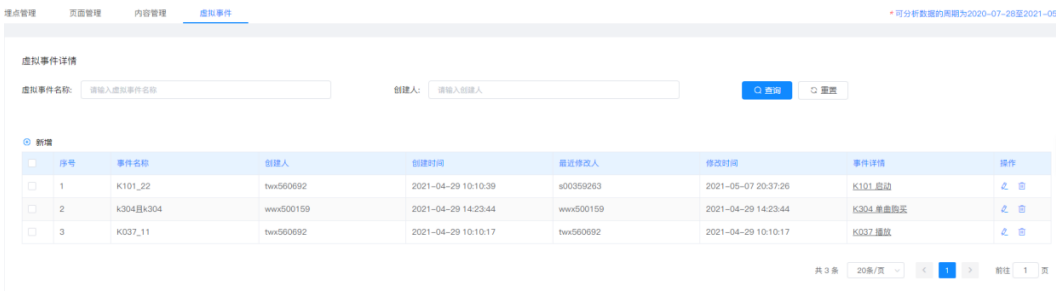
1. 概述

在“虚拟事件”中，您可以对多个事件通过一定的逻辑关系，组合成虚拟事件，便于用户基于虚拟事件来创建指标。目前可进行的操作，包括：

- 查看产品内所有有权限查看的虚拟事件，对于事件进行命名、描述、组合、增删改查等管理操作；
- 创建新的虚拟事件。

2. 使用说明

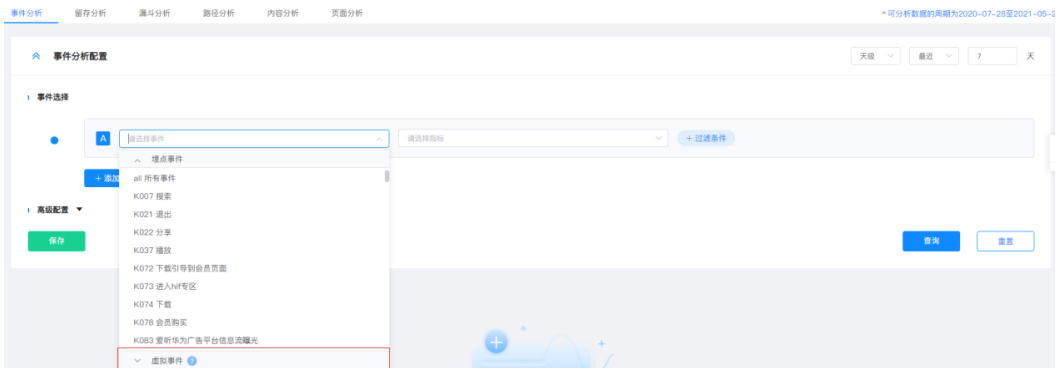
- 当点击进入“虚拟事件”页面时，默认要显示所有已创建虚拟事件的列表；
- 对列表可以按“事件名称”、“创建人”进行筛选，且支持模糊筛选；
- 列表中的字段包括：事件名称、创建人、创建时间、最近修改人、修改时间、事件详情、操作（编辑/删除），每一页列表最多显示 100 条，可翻页。



- 点击页面左上角「新增」；
- 在弹出的创建虚拟事件页面，填写相应的信息；注意： 对于原始事件的组合，多个原始事件之间是或关系，命中一个则表明符合条件，会被触发；且关系，同时命中两个则表明符合条件，会被触发。同时也可以对每个原始事件做过滤条件。原始事件组合的个数，最多 10 个。



在事件分析模块选择事件的时候，可点击选择“虚拟事件”。



3.6.4 内容管理

一、概念介绍

内容管理模块是对内容元数据进行增删改查，为内容分析模块提供元数据。只有在内容管理模块创建分析对象和分析指标才能在内容分析处进行分析，录入后即可立即在内容分析模块使用。管理员角色和普通用户角色均可新增和修改内容。

二、功能使用

1. 内容管理详情页

内容管理模块所展示的是当前业务已经录入的所有内容信息，信息呈现的粒度是到内容粒度。具体信息包括内容名称、创建人、创建时间、内容指标等。支持的操作有内容指标的编辑和删除，以及勾选删除和批量删除。



2. 新增分析对象

- 点击新增分析对象。
- 选择对象（可选所有埋点上报的事件属性和公共属性），添加指标：原子指标（初始指标）或复合指标（原子指标运算而成）。



- 创建指标（原子指标）：依次填写指标名称、选择事件及相应指标。
指标名称为用户自定义，例如 PV。
选择事件及相应指标，例如播放和次数。
事件可添加过滤条件或组合事件（事件之间的关系为或关系）



- 点击第一个指标旁边的加号创建第二个原子指标。步骤同上

添加指标 ×

* 指标名称:

* 选择事件: A K037 播放 人数(UV) + 过滤条件

+ 添加事件

重置
确定

- 点击第一个指标旁边的加号创建复合指标。 依次填写指标名称、选择指标、运算规则（加减乘除）。

添加指标 ×

* 指标名称:

* 选择指标: PV ⊗ UV ⊗

* 运算规则:

公式: + - * / () 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

指标: PV UV

重置
确定

3. 编辑和删除指标

点击进入指标修改页面。依次编辑填写指标名称、选择指标、运算规则（加减乘除）。

userinput 用户的原始输入 □

创建人: 创建时间: 2021-03-27 15:55:59

+

✎ 联想
🗑

联想词曝光PV

联想搜索PV

4. 删除分析对象

勾选后选择批量删除图标即删除这个内容分析对象，不可恢复。



5. 搜索查询

当内容管理的对象数量较多时，可在左上角搜索框输入指标名称、分析对象名称、创建人工号来快速查询分析对象。



6. 分析对象排序

在右上角添加分析对象旁边可通过对象名称和创建时间对分析内容进行排序查找。

3.7 应用调试

一、概念介绍

应用调试指测试人员对选定的某个设备或软件进行调试，通过分析使用选定对象的数据来检测某个设备或软件是否存在问题（bug），并解决问题（debug）的过程。启用了调试的设备或浏览器的事件可以通过 DebugView 来监控，需要在设备或浏览器上启用调试模式，然后在手机 APP 内进行操作即可 30s 内上报数据到行为分析平台的应用调试模块进行埋点数据的开发调试，测试验证，现网埋点定位等。

二、功能使用



4 MA 系统模块

- 4.1 批量营销
- 4.2 情景编排
- 4.3 触达渠道

4.1 批量营销

4.1.1 批量营销管理

一、功能概述

用于统一展示、管理所有状态的批量营销任务，包括草稿、审批、运行中、等待、暂停、完成、异常的计划策略，为运营管理者提供统一的视图，对运行状态和目标达成结果能够有全局视角，统筹管理。

Push营销活动管理

筛选

搜索活动名称

状态: 全选 草稿 审批 运行中 等待 暂停 完成 异常

项目: 全选 测试项目 短期项目1 测试行业模板预置 测试项目2 云市场 开发者联盟

活动开始时间: 2022-11-07 00:00 活动结束时间: 我的 搜索创建人姓名

活动名称	活动创建时间	修改人	通知已读率限制	目标用户群	用户群来源	预估用户数(预计发送数)	活动状态	发送成功率	截止时间	创建人	操作
>	2022-12-07 14:07	7	中限制		画像	1089 (1089)	等待	100%	2022-12-07 14:10 ~ 2022-12-14 16:06 周期性活动		详情 配置 复制配置 暂停 效果分析
>	2022-12-07 14:07	0	中限制		画像	1089 (1089)	完成	100%	2022-12-07 14:05 ~ 2022-12-08 13:59 一次性活动		详情 复制配置 效果分析
>	2022-12-07 14:07	0	中限制		画像	1089 (1089)	等待	100%	2022-12-07 14:05 ~ 2022-12-14 16:00 周期性活动		详情 配置 复制配置 暂停 效果分析

二、功能使用

1. 筛选

可以根据活动名称模糊搜索、并可以通过任务的状态、项目、活动开始/结束时间组合筛选

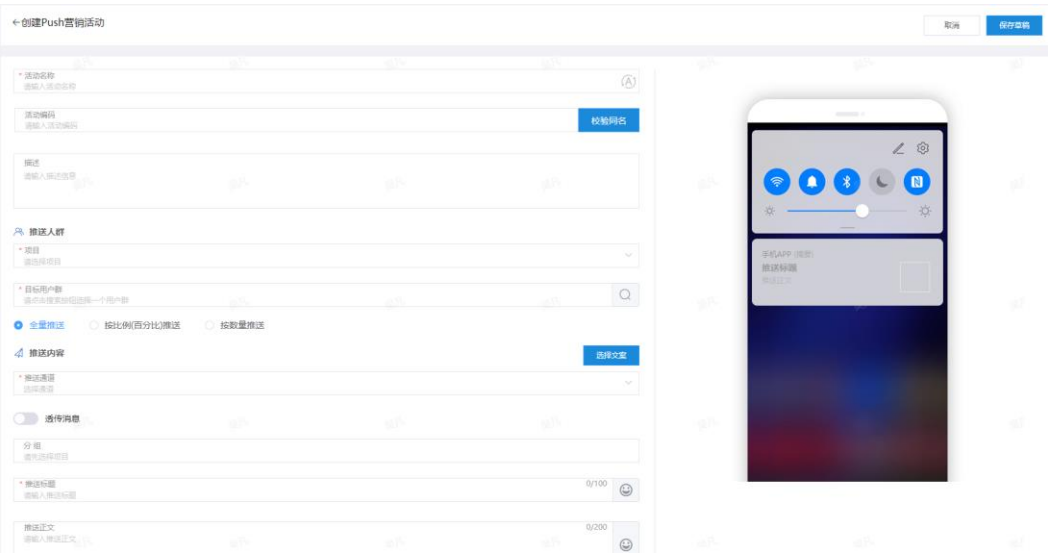
2. 列表

列表展示：活动名称、活动创建时间、修改人、目标用户群、用户群来源、预估用户数、活动状态、发送成功率、活动起止时间、创建人等

操作：支持查看活动详情、暂停/取消活动任务、复制新增、查看活动效果、创建营销活动

4.1.2 创建批量营销

批量营销是智能营销系统中最基础的功能模块，用于制定最常规的用户运营类、活动运营类任务。



4.2 情景编排

4.2.1 情景编排管理

列表视图能够基于状态对流程进行管理，并快速进行相关操作。

1. 筛选

可以根据活动名称模糊搜索、并可以通过任务的状态、项目、活动开始/结束时间等组合筛选

2、列表

列表展示：活动名称、活动编码、项目、类型、活动状态、起止时间、创建人、修改人等

操作：支持查看活动详情、暂停/取消活动任务、复制新增、新建用户旅程等



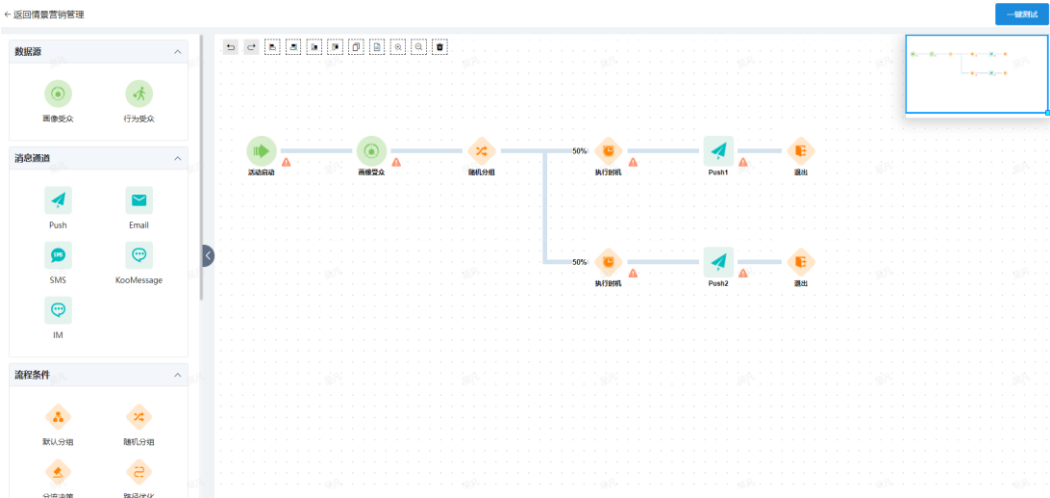
4.2.2 创建情景编排

1、支持自定义创建和模板创建



2、模板创建

- 支持的人群选取：CDP 的人群
- 支持的渠道：APP、短信、koomessage 等
- 支持的流程条件：默认分组、随机分组、分流决策、路径优化、分组、等待、执行时机等



4.3 触达渠道

4.3.1 触达渠道

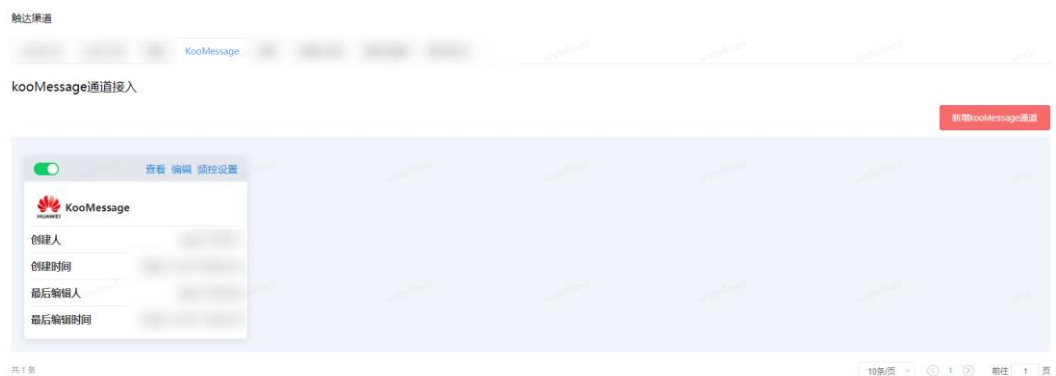
1、支持短信通道接入

- 短信支持快速接入预置通道（已经对接的通道）
- 预置通道如下：极光短信、华为云短信
- 短信的所有通道支持自定义参数配置
- 支持测试发送，添加完通道后可快速测试通道是否能发送成功
- 支持开启/关闭账号，关闭账号后新建批量营销活动和情景编排活动时不可使用该账号



2、支持新增 koomessage 通道

- 富媒体消息支持快速接入
- 预置通道如下：koomessage
- 富媒体消息支持自定义参数配置
- 支持测试发送，添加完通道后可快速测试通道是否能发送成功
- 支持开启/关闭账号，关闭账号后新建批量营销活动和情景编排活动时不可使用该账号



3、支持新增 APP PUSH 通道

- App 推送支持快速接入预置通道（已经对接的通道）
- 预置通道：极光推送、华为推送（华为推送平台）
- App 推送的所有通道支持自定义参数配置
- 支持测试发送，添加完通道后可快速测试通道是否能发送成功
- 支持开启/关闭账号，关闭账号后新建批量营销活动和情景编排活动时不可使用该账号



5 管理中心模块

- 5.1 用户管理
- 5.2 角色管理
- 5.3 项目管理
- 5.4 租户 Key 管理

5.1 用户管理

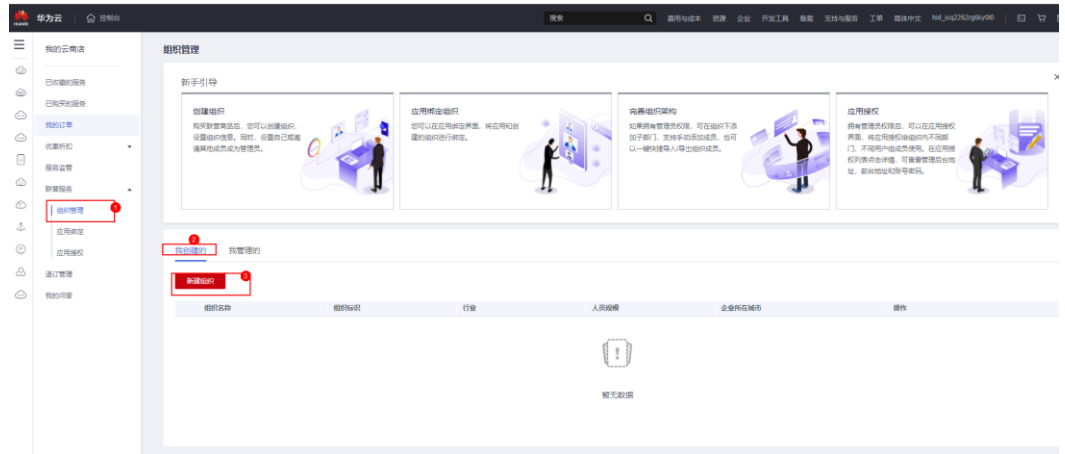
5.1.1 组织架构管理

登录华为云买家中心，输入账号和密码，点击登录，如下图：

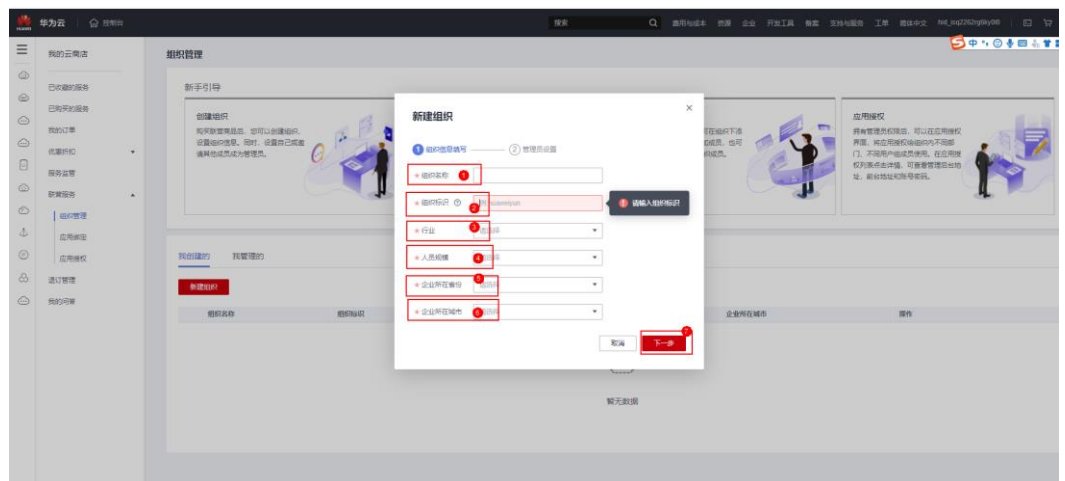


1. 组织新增

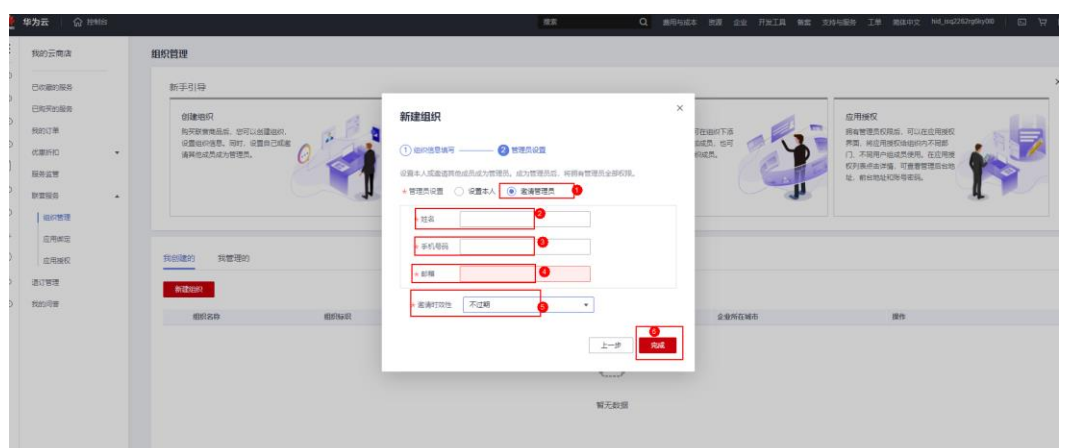
选择“联营服务”下的“组织管理”，然后点击新建组织。



在弹出框内输入“组织名称”、“组织标识”，选择“行业”、“人员规模”、“企业所在省份”、“企业所在城市”，然后点击“下一步”：

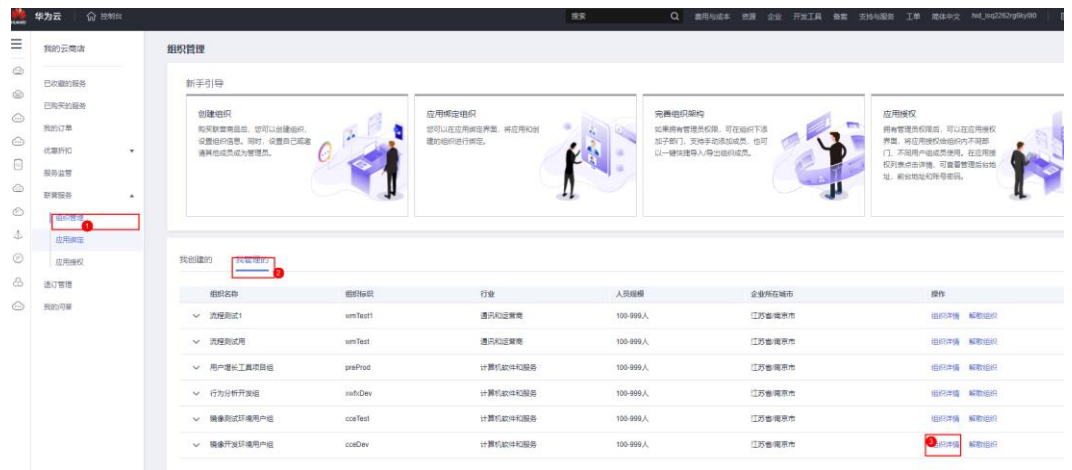


然后在管理员设置页面进行管理员设置，可以设置本人或者邀请其他人为管理员，邀请其他人为管理员，需要填写“姓名”、“手机号码”、“邮箱”，并选择“邀请时效性”，最后点击完成按钮，即完成组织的创建。



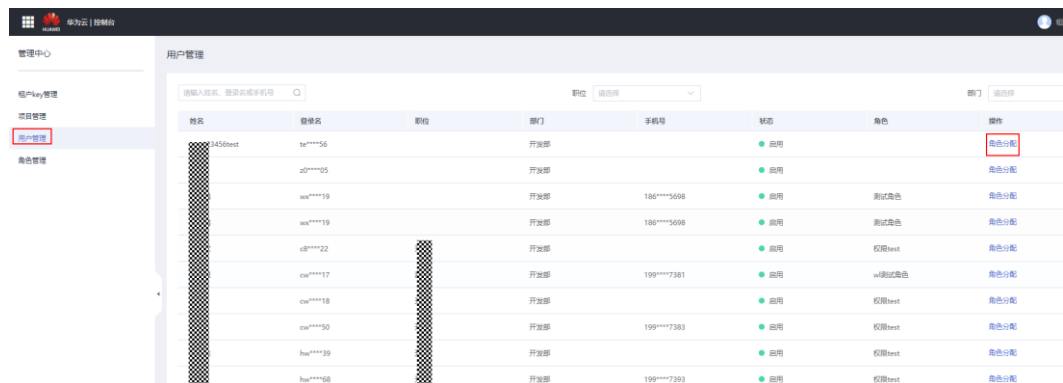
2. 组织管理

点击“我管理的”页签，然后点击列表中的组织详情。

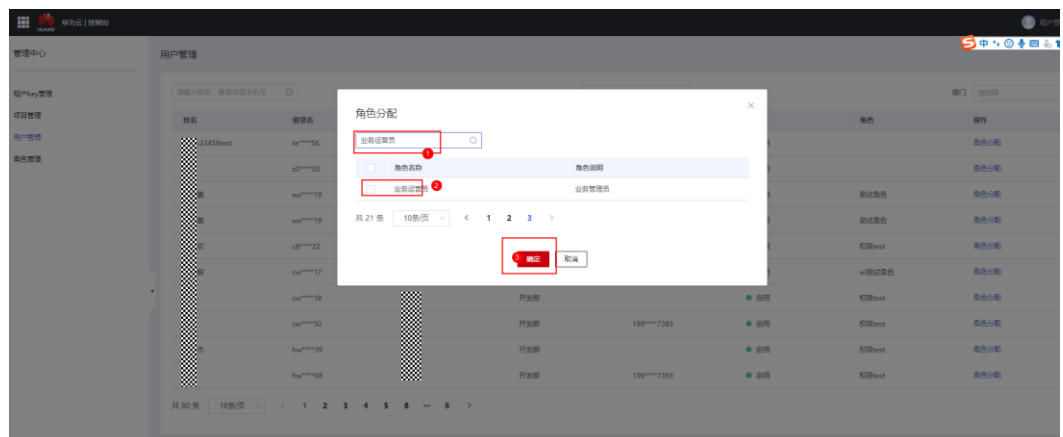


5.1.2 用户管理

点击管理中心的用户管理，在用户列表中的“角色分配”链接，如下图：



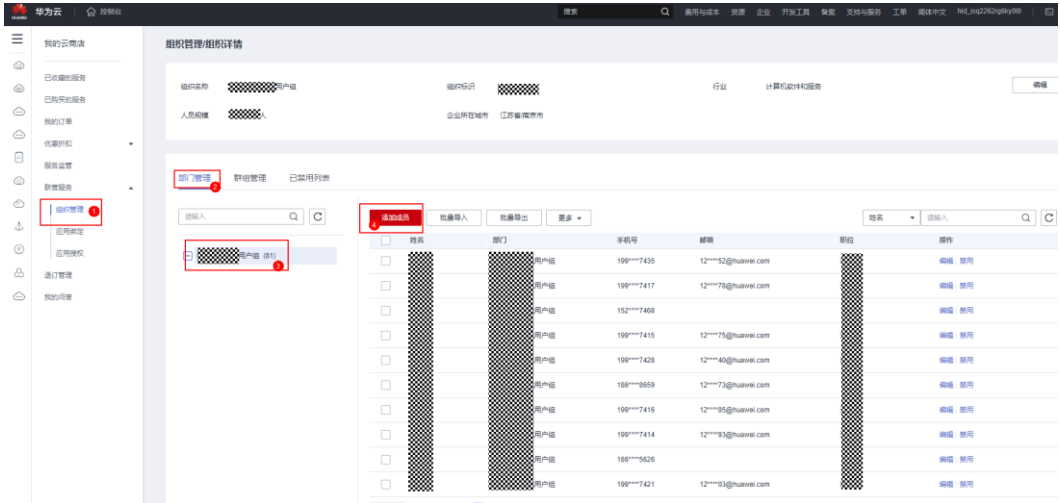
然后在弹出框内，搜索要授予的角色名称，选择列表中的多选框，之后点击确定，完成用户的角色授权。



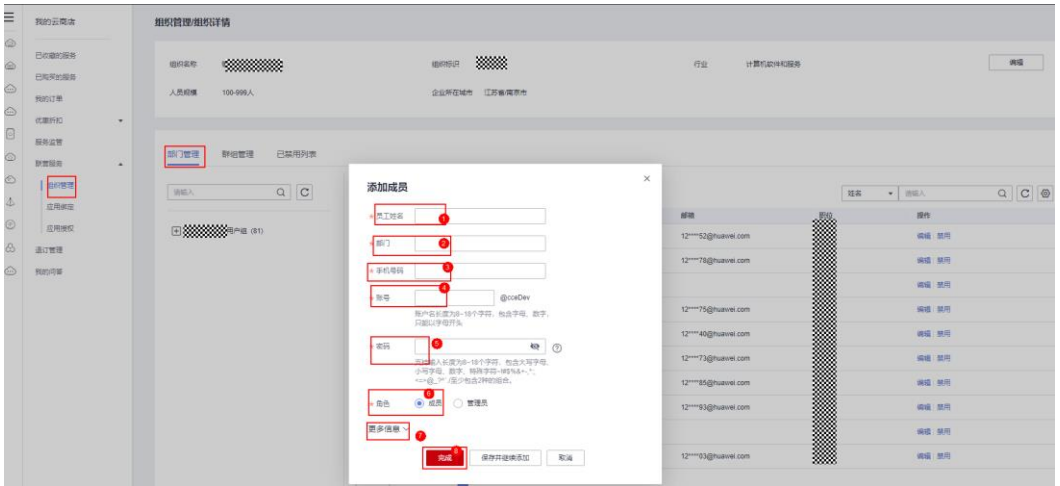
5.1.3 同步基础数据

1. 用户添加

在买家中心联营服务中的组织管理中，点击组织详情进入人员信息维护页面（部门管理），如下图。在图中③ 可以进行用户部门的添加和维护。



在弹出框内，填写成员相关信息，如下图：



图中标注信息为必填信息，“更多信息”中为非必填信息，可选填。填完之后，点击完成按钮，即完成一个成员的添加。

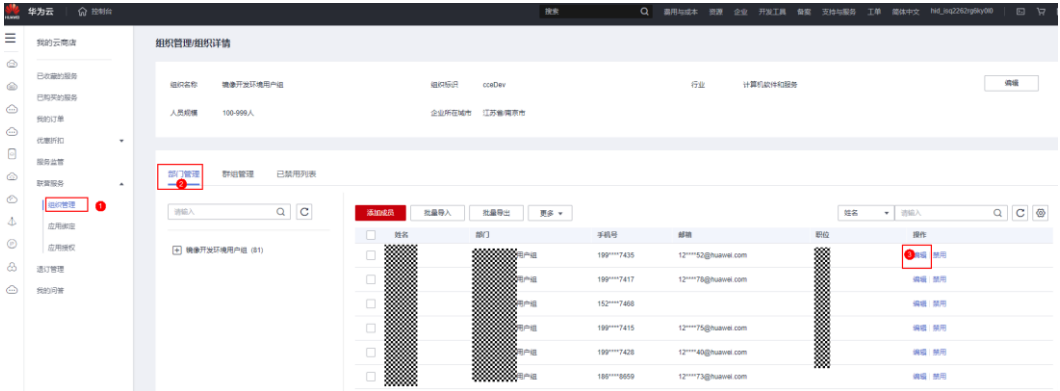
说明

- 1) 租户管理员具备所有的功能权限与数据权限，可以给所有其他成员分配角色编辑权限，但是不可以给自己分配角色编辑权限；
- 2) 有权限的普通租户（即成员）用户可以给其他租户用户分配角色编辑权限，但不可以给自己分配角色编辑权限；
- 3) 有权限的普通租户（即成员）用户可以编辑的权限仅限自己所拥有的权限范围。

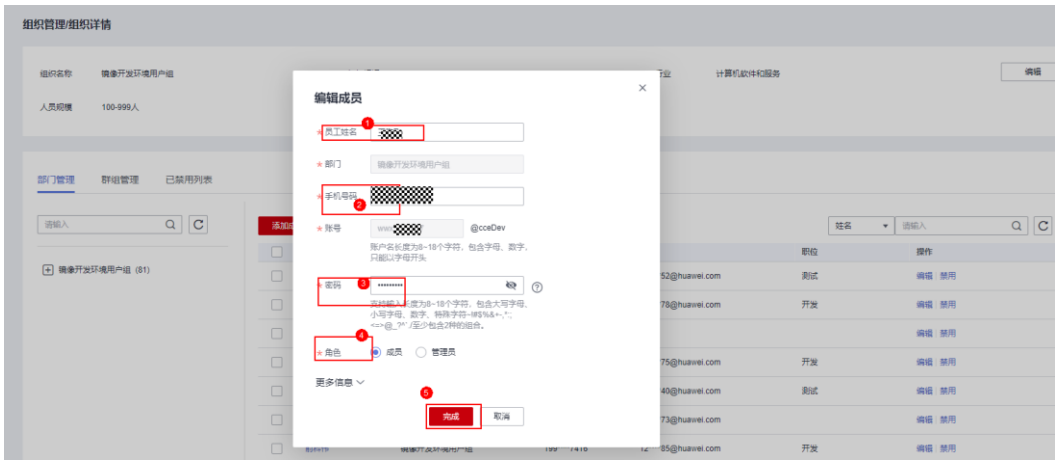
此部分均在角色管理页面有所体现。

2. 成员编辑

在部门管理页签中的人员列表中，点击编辑按钮，即可进行人员信息的编辑操作。

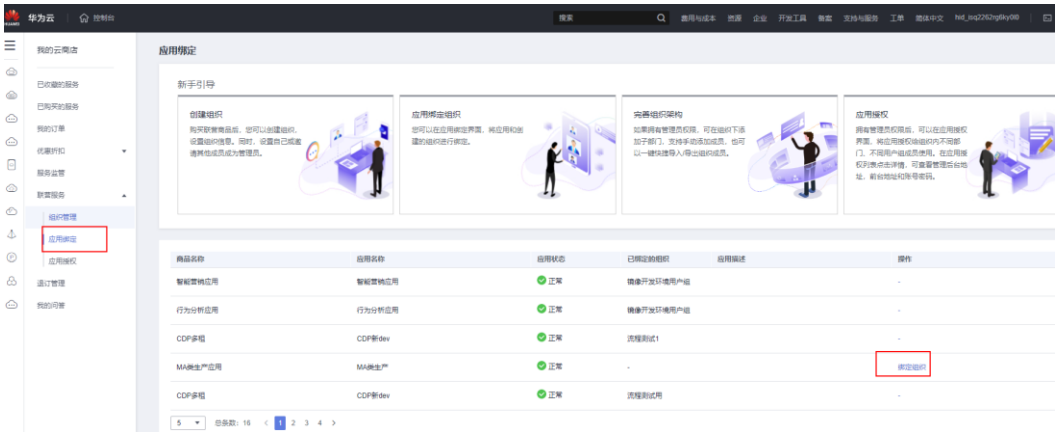


在弹出框内，可以进行“员工姓名”、“手机号码”、“密码”、“角色”以及“更多信息”的编辑，如下图：

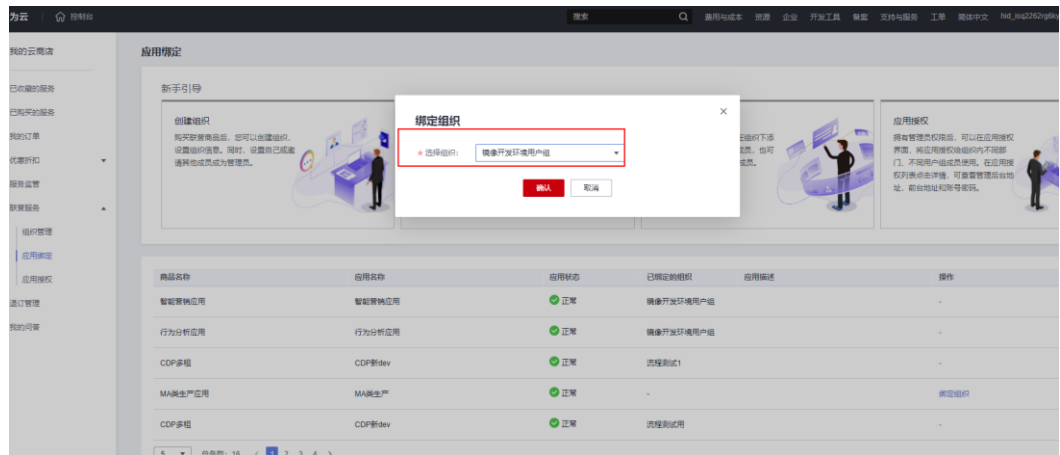


3. 应用绑定

组织创建完成之后，在应用绑定页可以对商品和组织间进行关联挂载，如下图：

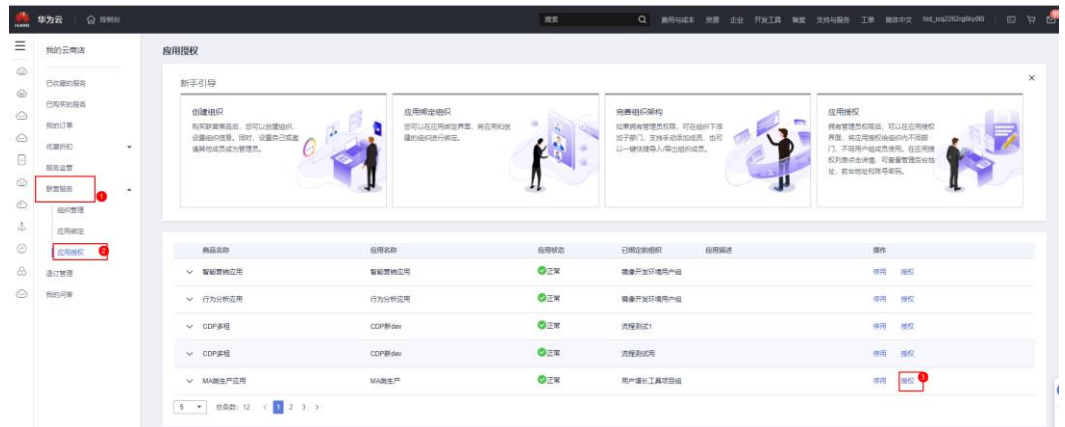


点击上图中的组织绑定进行商品和组织间的挂载，如下图：

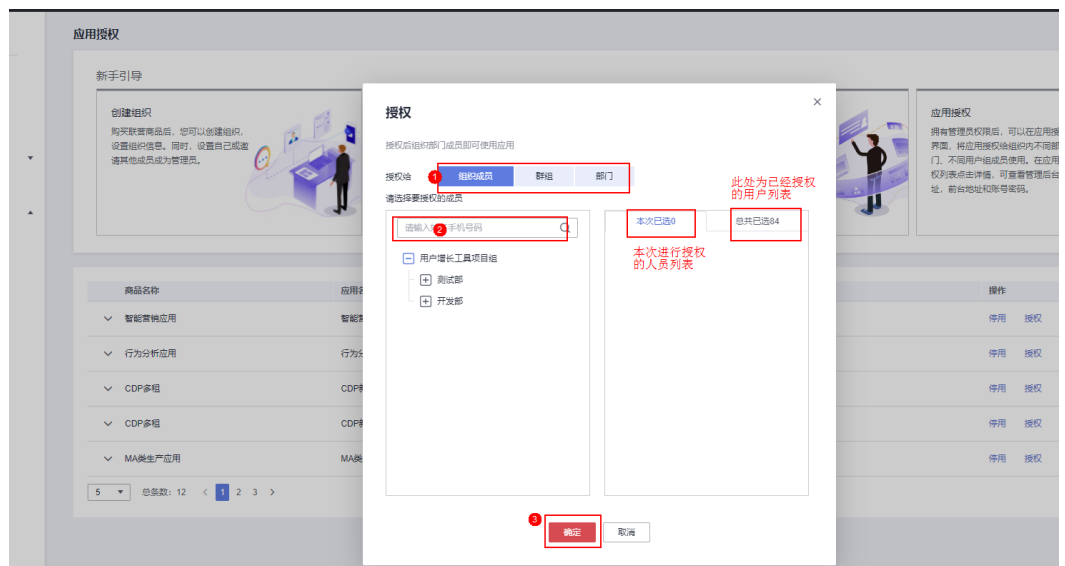


4. 应用授权

在联营服务中的应用授权页面可以进行“授权”和“停用”的管理。



添加上图中的授权，弹出人员和部门信息数据的同步，如下图：



在②搜索框内选择需要同步的人员数据，然后点击确定即可完成人员数据的同步。

须知

点击确定之后，大约 20 秒钟之后进行人员数据信息的同步。

5.2 角色管理

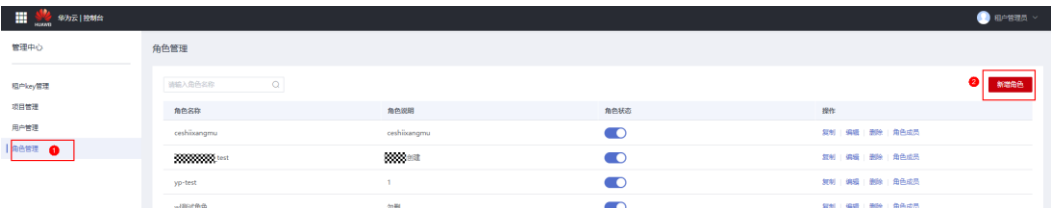
说明：

- 1) 租户管理员具备所有的功能权限与数据权限，可以给所有其他成员分配角色编辑权限，但是不可以给自己分配角色编辑权限；
- 2) 有权限的普通租户（即成员）用户可以给其他租户用户分配角色编辑权限，但不可以给自己分配角色编辑权限；
- 3) 有权限的普通租户（即成员）用户可以编辑的权限仅限自己所拥有的权限范围。

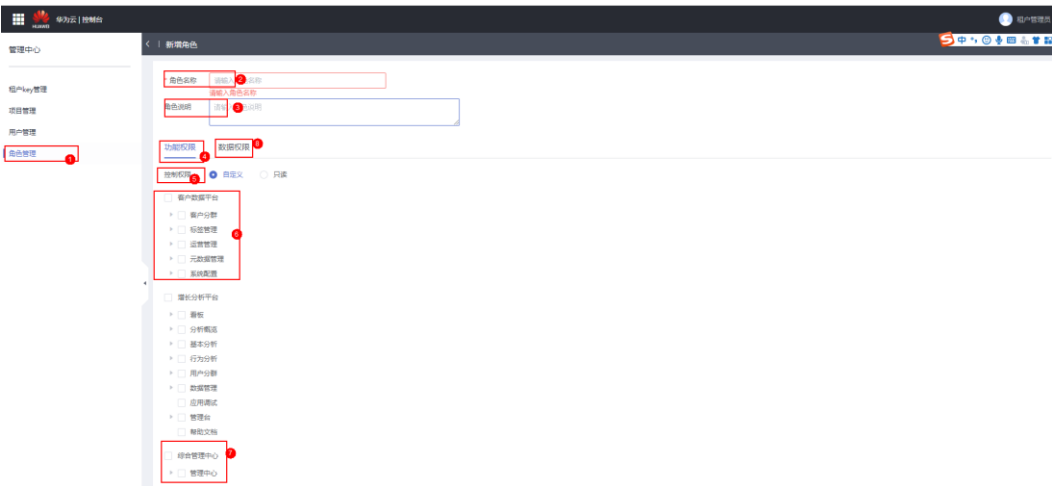
1. 角色新增

说明：创建角色时功能菜单权限不可以为空，数据权限不可以为空。

进入管理中心之后，在角色管理页面，点击新增按钮，如下图：



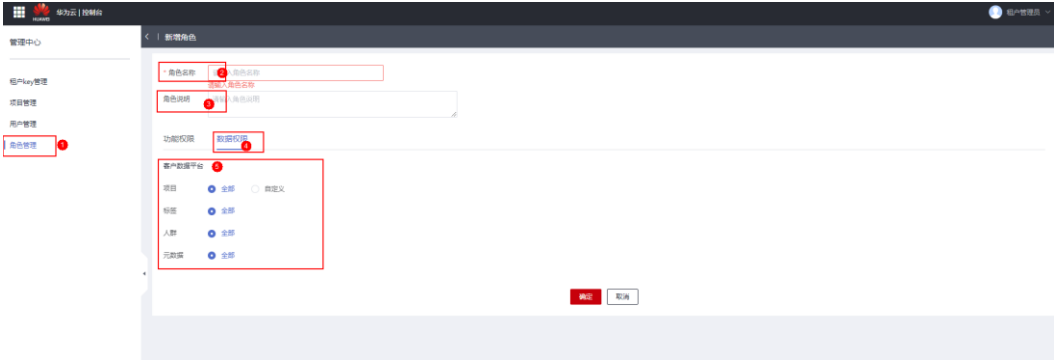
就会弹出如下窗口：



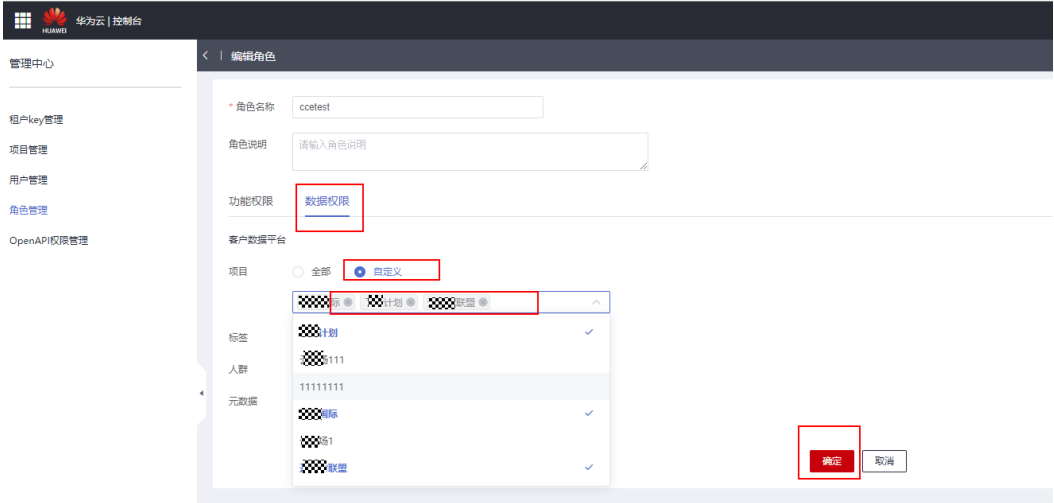
填写“角色名称”、“角色描述”，在“功能权限”页签选择控制权限及部分功能菜单、按钮权限，然后在“数据权限”页签选择数据权限数据。

须知

数据权限与功能权限选择的功能菜单存在依赖关系，例如：当功能菜单中选择“客户数据平台”的权限时，数据权限才会显示“客户数据平台”的数据权限供您选择。



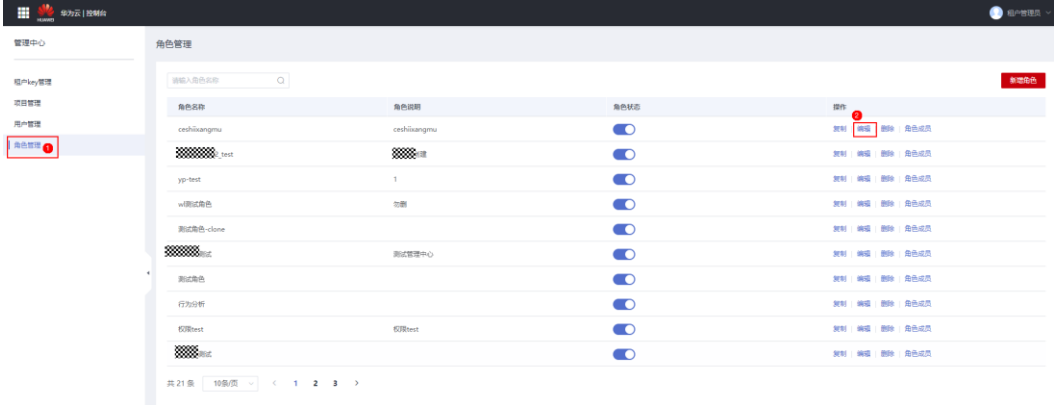
存在自定义选项时，可以选择具体的数据权限，比如项目选择自定义权限时，可以选择具体的项目权限，如下图：



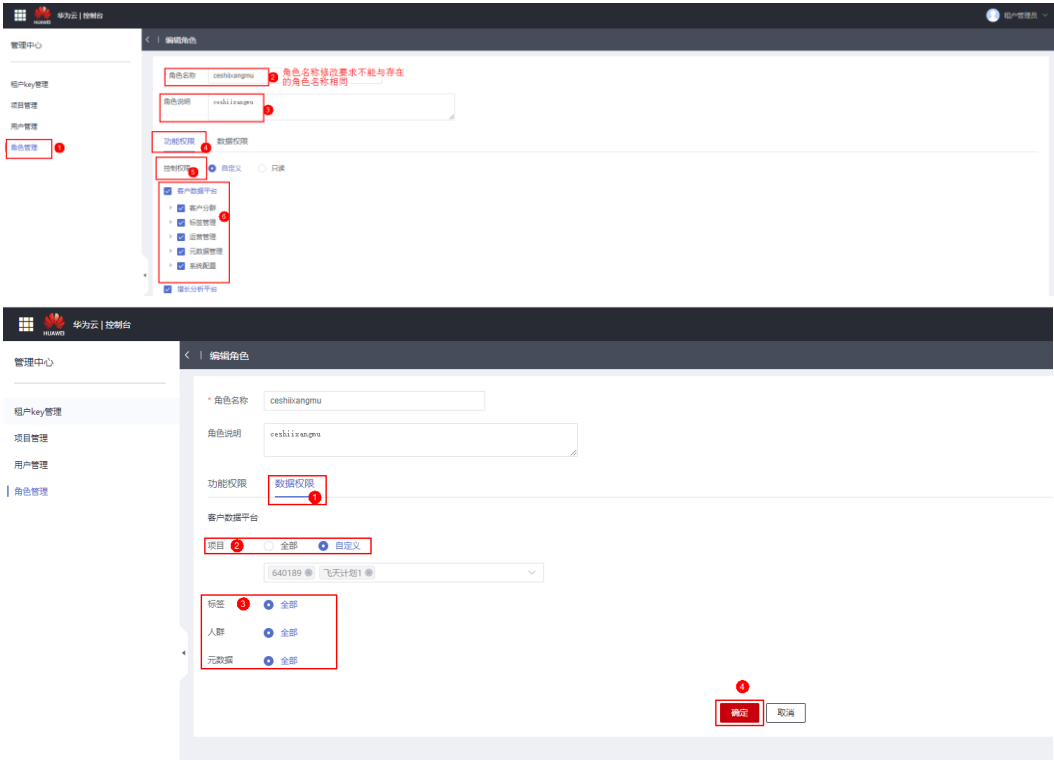
在页面最下方点击确定按钮，完成角色新增。

2. 角色编辑

点击角色列表中的“编辑”链接，如下图：



在弹出框内，编辑角色信息，如下图：

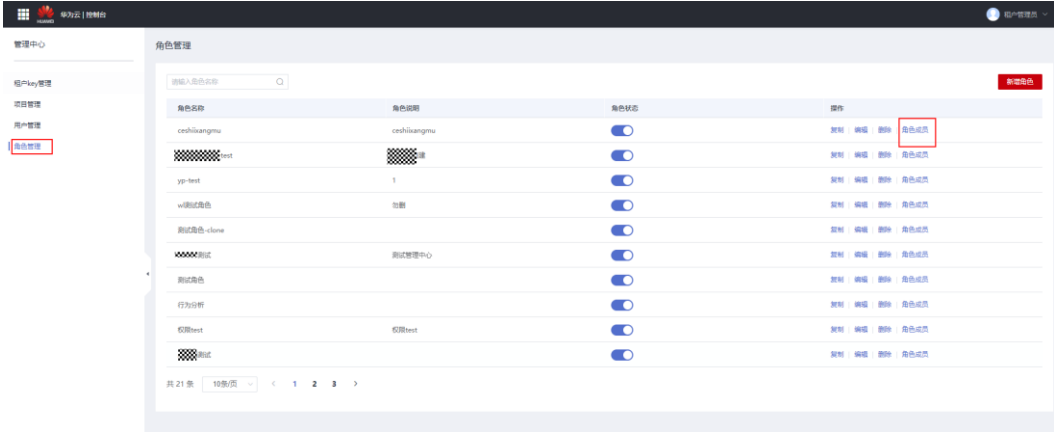


可以进行“角色名称”、“角色描述”、“功能权限”（菜单权限、页面按钮权限）及“数据权限”的修改；

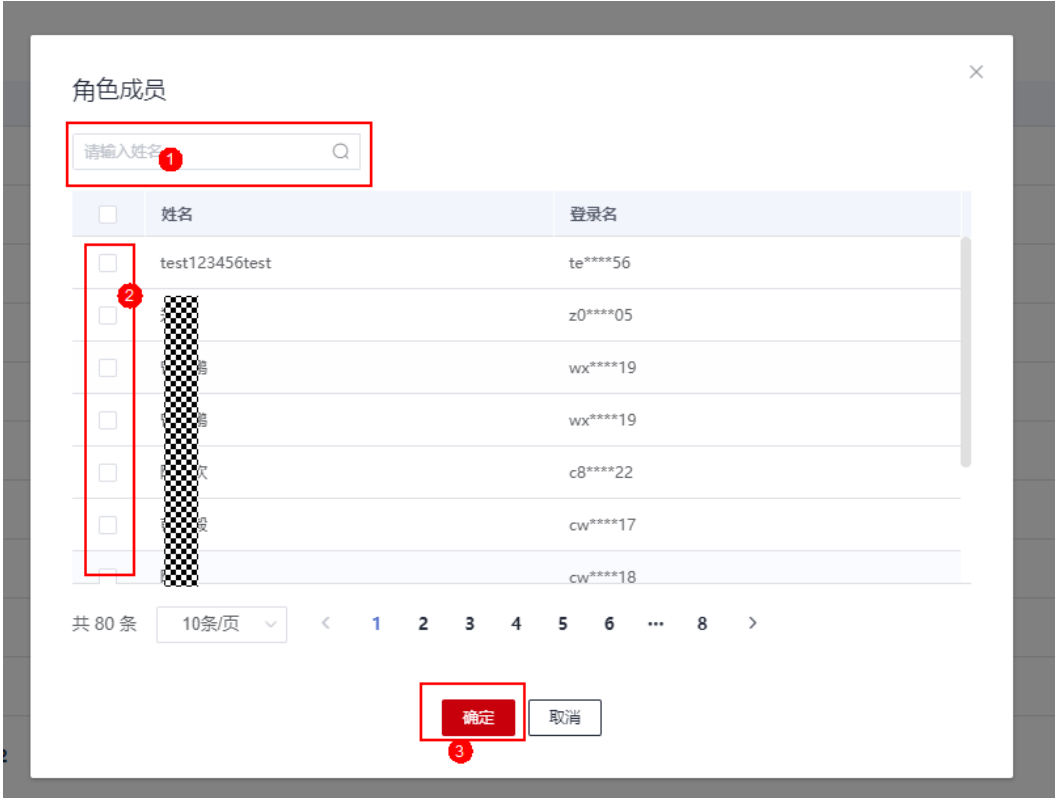
修改具体信息之后，点击确定即完成角色编辑。

3. 角色成员

选择管理中心的角色管理页面，点击角色列表中的角色成员，如下图：



然后在弹出框中的搜索框内搜索人员姓名，在人员列表中选择左侧的多选框，点击确定按钮，完成角色的人员授权。



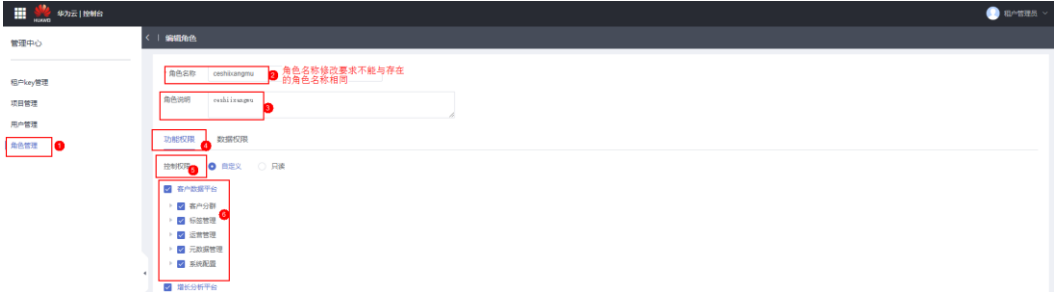
4. 角色复制

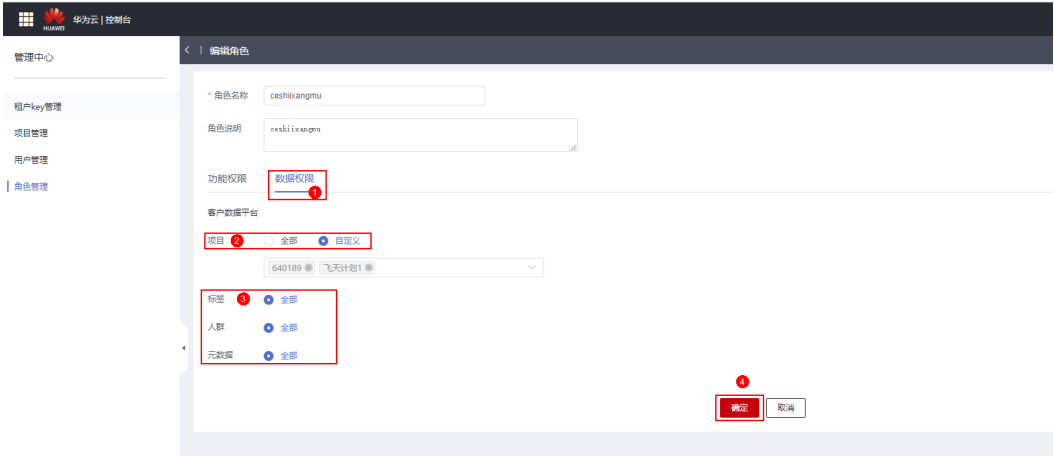
在数据复制时，功能树列表会进行体现。

点击角色列表中的“复制”链接，如下图：



在弹出框内，编辑角色信息，如下图：





可以进行“角色名称”、“角色描述”、“功能权限”（菜单权限、页面按钮权限）及“数据权限”的修改；填写具体信息之后，点击确定即完成角色复制。

5. 角色删除

点击角色列表中的“删除”链接，然后点击确定，完成角色删除。



6. 角色状态

角色列表中的角色状态开关，表示此角色是否可用，如果某角色状态是关闭状态，具备此角色的普通用户仅具备该角色权限，该用户登录后将会提示：用户未分配角色，请联系管理员。如果此角色关闭后，具备此角色的用户权限将失效。



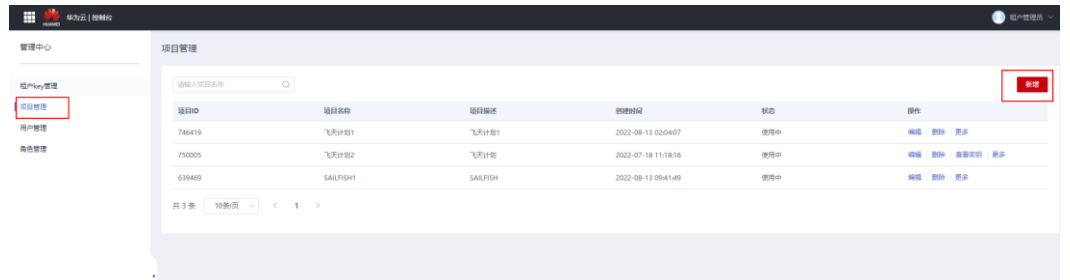
5.3 项目管理

1. 项目新增

管理员登录之后，点击进入项目右上角菜单“管理中心”。



在项目管理页面中，点击新增按钮，如下图：

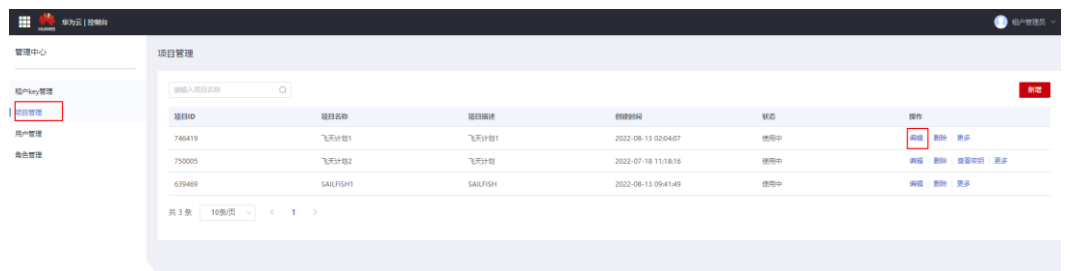


在弹出窗口内，输入“项目名称”、“项目描述”，然后点击确定按钮，完成项目新增。



2. 项目编辑

点击项目列表中的“操作”列中的“编辑”链接，进行项目编辑，如下图：



在弹出框内，可以编辑“项目名称”、“项目描述”，然后点击确定按钮，完成项目编辑操作。

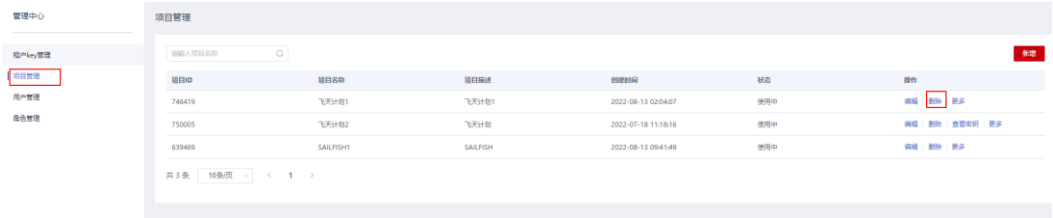


3. 项目删除

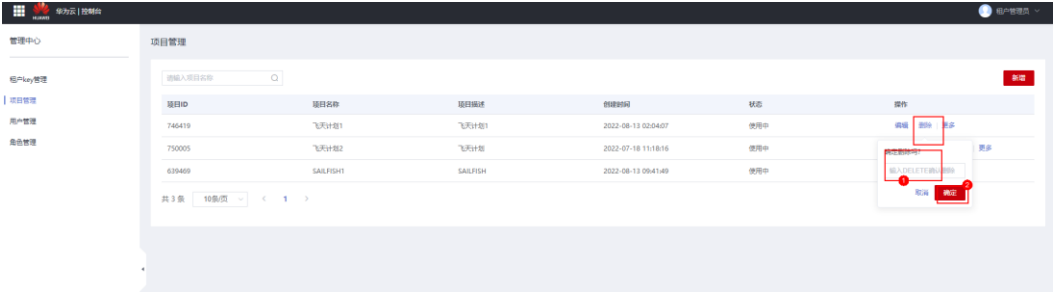
 危险

项目删除对应项目内的所有业务数据也将被同步删除，且不可恢复，请谨慎操作。

点击项目列表中的“操作”列中的“删除”链接，进行项目删除，如下图：



在弹出框内输入“DELETE”，然后点击确定，完成项目删除。



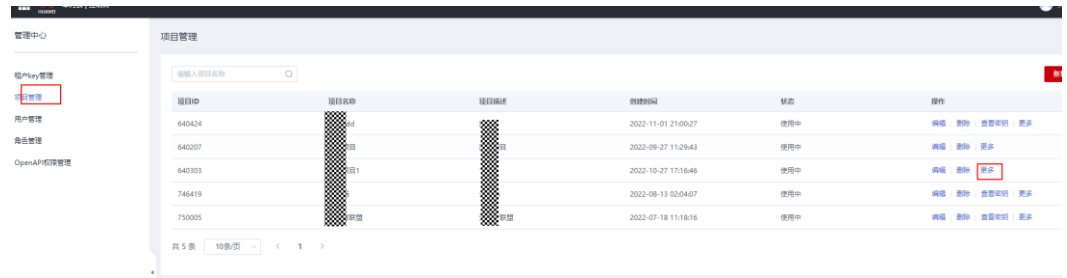
4. 启动接入授权

说明

启动接入授权的前提是租户 Key 已经开启！

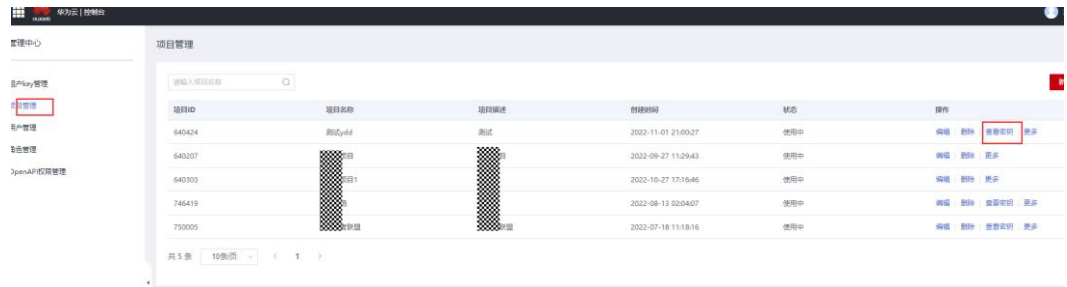


点击项目列表中的“更多”链接，选择“启动接入授权”按钮



在弹出框中点击确定按钮，完成授权启动。

5. 查看密钥



在项目列表中操作列点击“查看密钥”，在弹出框填写验证信息，点击确定按钮，即可查看密钥信息。同 API 参考中接入准备的启用项目接入授权。



6. 停用接入授权



请谨慎操作！停用接入授权后，接入此项目的系统应用将禁止接入！



在项目列表中点击“更多”链接，之后点击出现的“停用接入授权”链接按钮，在弹出框内点击“确定”按钮，完成停用接入授权的相关操作。



7. 更新公钥私钥



请谨慎操作！更新公钥私钥之后，接入的系统应用需要更新密钥方可接入！

在项目列表中点击“更多”链接，之后点击出现的“更新公钥私钥”链接按钮。在弹出框内点击“确定”按钮，完成公钥私钥的更新，并且接入此项目的系统应用将禁止接入。





5.4 租户 Key 管理

1. 启用
详见 API 参考中的接入准备。
2. 更新
点击下图中的更新链接



并在弹出框内点击“确定”按钮，进行更新。



之后，会出现让输入账号的弹框，输入账号之后点击确定，完成更新。



3. 查看

点击如下图中的查看链接进行 Key 查看。



之后，存在一个账号验证的校验弹框，输入账号之后，点击确定按钮，便可查看 Key 信息。



Key 信息展示效果，如下图，Key 值可以通过复制按钮进行复制。



4. 关闭

点击关闭链接，进行 Key 值关闭，如下图：



点击确定按钮，便可完成 Key 值的关闭。

