

华为云数字化营销平台

# 华为云数字化营销平台

文档版本

01

发布日期

2024-10-14



**版权所有 © 华为技术有限公司 2024。保留一切权利。**

未经本公司书面许可，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。

# 华为技术有限公司

地址：                    深圳市龙岗区坂田华为总部办公楼                    邮编：518129

网址：                    <https://www.huawei.com>

客户服务邮箱：          [support@huawei.com](mailto:support@huawei.com)

客户服务电话：          4008302118

# 安全声明

## 漏洞处理流程

华为公司对产品漏洞管理的规定以“漏洞处理流程”为准，该流程的详细内容请参见如下网址：  
<https://www.huawei.com/cn/psirt/vul-response-process>

如企业客户须获取漏洞信息，请参见如下网址：

<https://securitybulletin.huawei.com/enterprise/cn/security-advisory>

# 目 录

<b>1 增长分析</b> .....	<b>6</b>
1.1 新人指引 .....	6
1.1.1 产品简介 .....	6
1.1.2 术语解释 .....	8
1.2 开发者引导 .....	11
1.2.1 数据来源与采集方式 .....	11
1.2.2 数据接入指引 .....	12
1.3 使用指南 .....	13
1.3.1 首页 .....	13
1.3.2 基本分析 .....	17
1.3.2.1 事件概览 .....	17
1.3.2.2 基本留存 .....	18
1.3.3 行为分析 .....	20
1.3.3.1 分析概览 .....	20
1.3.3.2 事件分析 .....	21
1.3.3.3 新留存分析 .....	24
1.3.3.4 新漏斗分析 .....	28
1.3.3.5 路径分析 .....	32
1.3.3.6 内容分析 .....	38
1.3.3.7 新分布分析 .....	40
1.3.3.8 归因分析 .....	42
1.3.3.9 多维分析 .....	44
1.3.3.9.1 多维分析 .....	45
1.3.3.9.2 指标分析 .....	47
1.3.3.9.3 广告分析 .....	48
1.3.3.9.4 统计分析 .....	49
1.3.3.9.5 图形特点 .....	50
1.3.3.10 新事件分析 .....	51
1.3.4 广告分析 .....	56
1.3.4.1 通用报表 .....	56
1.3.4.1.1 数据概览 .....	56

1.3.4.1.2 渠道报表.....	58
1.3.4.1.3 素材报表.....	58
1.3.4.2 巨量报表.....	60
1.3.4.2.1 计划报表.....	60
1.3.4.2.2 定向报表.....	61
1.3.4.2.3 细分维度报表.....	62
1.3.4.3 归因报表.....	63
1.3.4.4 订阅管理.....	65
1.3.5 数据管理.....	66
1.3.5.1 元事件管理.....	66
1.3.5.2 维度管理.....	66
1.3.5.3 内容管理.....	67
1.3.5.4 虚拟事件.....	69
1.3.5.5 指标管理.....	70
1.3.6 应用调试.....	72
1.3.7 用户分群.....	73
<b>2 产品介绍.....</b>	<b>75</b>
2.1 产品简介.....	75
2.2 功能模块.....	75
2.3 产品架构.....	76
2.3.1 数据接入：一站式跨域数据融合，高效管控多方数据源.....	76
2.3.2 标签管理：零代码构建标签->预置通用运营标签模板.....	77
2.3.3 用户分群：任意特征维度的用户分群，丰富的人群洞察能力，AI 辅助人群扩展.....	77
2.3.4 多方触达：多方渠道灵活对接触达，助力全场景营销运营.....	78
<b>3 快速入门.....</b>	<b>79</b>
3.1 快速入门指南.....	79
3.2 基本概念.....	79
<b>4 使用指南.....</b>	<b>82</b>
4.1 分群管理.....	82
4.1.1 客户分群.....	82
4.1.2 洞察分析.....	99
4.1.3 客户群筛选.....	101
4.1.4 个人画像.....	102
4.1.5 营销应用.....	105
4.2 标签管理.....	107
4.2.1 标签生产.....	107
4.2.1.1 标签首页.....	107
4.2.1.2 标签.....	119

4.2.1.3 标签值 .....	122
4.2.1.4 标签筛选.....	125
4.2.1.5 标签图表.....	127
4.3 数据管理 .....	128
4.3.1 元数据管理.....	128
4.3.1.1 元事件 .....	128
4.3.1.2 事件属性.....	130
4.3.1.3 用户属性.....	132
4.3.1.4 事件公共属性 .....	135
4.3.2 IDMapping.....	136
4.4 运营管理 .....	139
4.4.1 标签运营 .....	139
4.4.2 全链路监控.....	140
4.5 配置管理 .....	141
4.5.1 分类管理 .....	141
4.5.2 个人画像配置.....	142
4.5.3 人群扩展配置.....	145
<b>5 智能营销 .....</b>	<b>146</b>
5.1 批量营销 .....	146
5.2 情景营销 .....	146
5.3 营销分析 .....	146
5.4 营销素材 .....	146
5.5 审批管理 .....	146
5.6 配置管理 .....	146
<b>6 系统管理 .....</b>	<b>147</b>
6.1 用户管理 .....	147
6.1.1 组织架构管理.....	147
6.1.2 用户管理 .....	149
6.1.3 同步基础数据.....	150
6.2 租户 Key 管理.....	153
6.3 角色管理 .....	157
6.4 项目管理 .....	163

# 1 增长分析

- 2.1 新人指引
- 2.2 开发者引导
- 2.3 使用指南

## 1.1 新人指引

### 1.1.1 产品简介

#### 关于华为云增长分析

华为云增长分析平台（UGA），是基于华为云基础设施构建的企业数据分析智能管家。以客户运营为核心，通过灵活高效的分析模型，帮助企业挖掘用户行为数据价值，驱动业务决策，助力企业实现用户增长。



### 华为云增长分析能带来什么？

#### 1.全面采集数据，让数据告别烟囱式

UGA 支持多种埋点形式，接入 APP、Web 网页、小程序等各种平台数据，并通过 Oneid 标识唯一用户，让量级爆发式增长，来源多样化的用户行为数据得以有序的汇聚。

#### 2.多种分析模型，让行为度量可视化

UGA 内置多种分析模型，事件分析、留存分析、漏斗分析等均可在界面无码化编排分析看板，让用户行为表现能够实时可视化度量，更好的利用数据发现潜在业务增长点。

#### 3.全链路跟踪分析，让业务转化更高效

UGA 对用户行为全生命周期全程监控，分析各个阶段的转化效率，对关键节点的数据进行深度下钻分析，让业务流程问题得以挖掘，更高效率的提升用户转化率。

#### 4.广告效果归因，让投放决策更专业

UGA 支持全链路广告投放 ROI 分析，打通广告“展、点、消”数据与应用内用户行为数据，实现投放到转化的多维分析，从而辅助投放方案的策划，让投放人员更专业。

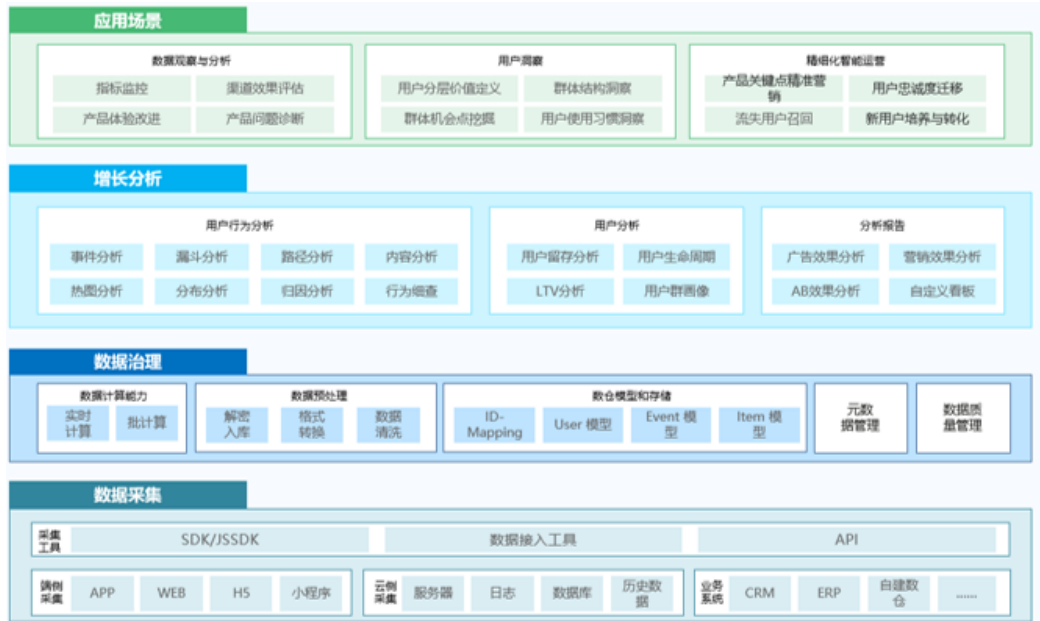
#### 5.协助业务营销，让营销活动更精准

UGA 支持多视角分析，构建用户群、活动、商品等各个维度的精准分析，让业务人员对营销效果进行全面的分析，实现营销闭环。

### 华为云增长分析在做什么？

UGA 是一个一站式用户分析与运营平台，包含了数据采集、用户行为数据治理、增长分析以及多场景的应用。





### 华为云增长分析有哪些优势？

- 1、产品内部预置了多种分析模型，业务人员只需进行简单的编排即可自助搞定常见的分析场景；
- 2、产品支持多维度对比、灵活的筛选及下钻、可视化分析报表的转换，能够满足专业运营人员对于复杂场景的分析诉求；
- 3、灵活的数据开放能力，能够进行原始明细数据回传、统计数据结果导出、信息订阅、API 开放等形式辅助企业营销域的数据治理及数据二次消费。

## 1.1.2 术语解释

### 元事件+事件属性

**元事件：**用户在网站、APP、小程序、公众号等发生的一系列行为，如登陆、网页浏览、商品搜索、加入购物车、商品的分享……为了便于采集、汇聚和分析，我们称上述这些行为为“事件”，即用户在我们的系统中发生了什么行为事件；

**事件属性：**用户产生的上述“事件”包含了行为本身的信息，如网页浏览事件包含了浏览网页的 URL、时间、浏览时长等一系列描述这次“事件”的数据，我们称之为“事件属性”；

总的来说，事件+事件属性即用来描述用户在何时、何地、通过何种方式、对何物发生了何种行为。

### 数据模型

**事件表：**用来存储元事件数据的表称为“事件表”，在本系统中又称为“行为宽表”；

**埋点：**指通过客户端 or 服务端 SDK 采集、或者异步的形式，将用户发生的“元事件”及“事件属性”按照数据结构要求，上报到事件表中；

**全埋点：**埋点方式的一种，指采集预置的“元事件”及“事件属性”，一般为点击、浏览类事件，可用来做 PV/UV 的分析；

**自定义埋点：**埋点方式的一种，指采集根据业务场景需要，自定义的“元事件”及“事件属性”，一般为定制的属性，用来做更全面的分析；

**维度：**“事件属性”就是一个维度，可以用来做分组对比分析，如：“商品名称”、“页面名称”等都是维度。

### 常用指标

#### 1、PV（Page View）页面浏览量

指某段时间内访问网站或某一页面的用户的总数量，通常用来衡量一篇文章或一次活动带来的流量效果，也是评价网站日常流量数据的重要指标。PV可重复累计，以用户访问网站作为统计依据，用户每刷新一次即重新计算一次。

#### 2、UV（Unique Visitor）独立访客

指来到网站或页面的用户总数，这个用户是独立的，同一用户不同时段访问网站只算作一个独立访客，不会重复累计，通常以PC端的Cookie数量作为统计依据。

#### 3、Visit 访问

指用户通过外部链接来到网站，从用户来到网站到用户在浏览器中关闭页面，这一过程算作一次访问。

Visit可重复累计，比如我打开一个网站又关闭，再重新打开，这就算作两次访问。

#### 4、Home Page 主页

指一个网站起主目录功能的页面，也是网站起点。通常是网站首页。

#### 5、Landing Page 着陆页

指用户从外部链接来到网站，直接跳转到的第一个页面。比如朋友给我发了一个介绍爆款T恤的淘宝链接，我点开会直接跳转到介绍T恤的那个页面，而不是淘宝网众多其他页面之一，这个介绍T恤的页面可以算是着陆页。

#### 6、Bounce Rate 跳出率

指用户通过链接来到网站，在当前页面没有任何交互就离开网站的行为，这就算作此页面增加了一个“跳出”，跳出率一般针对网站的某个页面而言。

跳出率=在这个页面跳出的用户数/PV

#### 7、退出率

一般针对某个页面而言。指用户访问某网站的某个页面之后，从浏览器中将与此网站相关的所有页面全部关闭，就算此页面增加了一个“退出”。

退出率=在这个页面退出的用户数/PV

#### 8、Click 点击

一般针对付费广告而言，指用户点击某个链接、页面、banner的次数，可重复累计。比如我在PC端看到一则新闻链接点进去看了一会就关了，过了一会又点进去看了一遍，这就算我为这篇新闻贡献两次点击。

#### 9、avr.time 平均停留时长

指某个页面被用户访问，在页面停留时长的平均值，通常用来衡量一个页面内容的质量。

$avr.time = \text{访客数量} / \text{用户总停留时长}$

#### 10、CTR 点击率

指某个广告、Banner、URL 被点击的次数和被浏览的总次数的比值。一般用来考核广告投放的引流效果。

$CTR = \text{点击数 (click)} / \text{被用户看到的次数}$

#### 11、Conversion rate 转化率

指用户完成设定的转化环节的次数和总会话人数的百分比，通常用来评价一个转化环节的好坏，如果转化率较低则急需优化该转化环节。

$\text{转化率} = \text{转化会话数} / \text{总会话数}$

#### 12、漏斗

通常指产生目标转化前的明确流程，比如在淘宝购物，从点击商品链接到查看详情页，再到查看顾客评价、领取商家优惠券，再到填写地址、付款，每个环节都有可能流失用户，这就要求商家必须做好每一个转化环节，漏斗是评价转化环节优劣的指标。

#### 13、投资回报率 (ROI: Return On Investment)

反映投入和产出的关系，衡量我这个投资值不值得，能给我多少价值的东西（非单纯的利润），这个是站在投资的角度或长远生意上看的。

其计算公式为： $\text{投资回报率 (ROI)} = \text{年利润或年均利润} / \text{投资总额} \times 100\%$ ，通常用于评估企业对于某项活动的价值，ROI 高表示该项目价值高。

#### 14、重复购买率

指消费者在网站中的重复购买次数。

#### 15、Referrer 引荐流量

通常指将用户引导至目标页面的 URL（超链接）。在百度统计中，引荐流量叫做“外部链接”。

#### 16、流失分析 (Churn Analysis/Attrition Analysis)

描述哪些顾客可能停止使用公司的产品/业务，以及识别哪些顾客的流失会带来最大损失。流失分析的结果用于为可能要流失的顾客准备新的优惠。

#### 17、顾客细分&画像 (Customer Segmentation & Profiling)

根据现有的顾客数据，将特征、行为相似的顾客归类分组。描述和比较各组。

#### 18、顾客的生命周期价值 (Lifetime Value, LTV)

顾客在他/她的一生中为一个公司产生的预期折算利润。

#### 19、留存/顾客留存 (Retention / Customer Retention)

指建立后能够长期维持的客户关系的百分比。

#### 20、CPC(Cost Per Click)

每点击成本，是一种点击付费广告，根据广告被点击的次数收费。

#### 21、CPM(Cost Per Mille)

每千人成本，是一种展示付费广告，只要展示了广告主的广告内容，广告主就为此付费。

#### 22、OCPC(optimization cost per click)

目标转化出价功能，采用更科学的转化率预估机制的准确性，可帮助广告主在获取更多优质流量的同时提高转化完成率。

#### 23、CVR(Conversion Rate)

转化率，是一个衡量 CPA 广告效果的指标，简言之就是用户点击广告到成为一个有效激活或者注册甚至付费用户的转化率。 $CVR=(\text{转化量}/\text{点击量})\times 100\%$ 。

#### 24、CTR(Click Through Rate)

点击率=点击量/展现量。

#### 25、CPA(Cost Per Action)

按成果数计费。

## 1.2 开发者引导

### 1.2.1 数据来源与采集方式

数据是数据分析的基础，其中包含用户数据、行为数据、订单数据、服务数据等各种各样的数据。并且数据在业务系统中的分布往往是分散的、复杂的。因此，构建数据分析平台的第一步，就是要利用标准的数据采集方式，将无序的数据统筹管理起来，使其变成能够发挥价值的价值数据。

本章节则是对数据来源及采集做简要说明。

#### 数据来源

数据的产生一般分类两类，一类是用户在业务系统中或第三方工具的一系列动作所产生的行为数据；另一类则是为了支撑服务用户，企业所建立的或者依赖的第三方流程体系中流转的数据。

#### 数据采集方式

针对上述两类数据，采集方式如下：

表1-1

数据分类	数据来源	采集方式	场景说明
行为数据	APP 数据	客户端 SDK、服务端 SDK	APP 线上行为数据采集，如：浏览、搜索等

数据分类	数据来源	采集方式	场景说明
	网站数据	客户端 SDK、服务端 SDK	WEB 线上行为数据采集，如：浏览、搜索等
	小程序数据	客户端 SDK、服务端 SDK	小程序线上行为数据采集，如：浏览、搜索等
	企微/公众号数据	客户端 SDK、服务端 SDK、标准 API 集成	微信生态线上行为数据采集，如：浏览、搜索等
	第三方数据	标准 API 集成	从第三方购买的用户数据或集成的统计数据，如：个人标签、行为标签数据、订单数据、广告统计数据等
	广告数据	监测上传	广告监测的数据，如：点击、广告
流程数据	线下数据	标准 API 采集、批量集成	线下数据采集，如：CRM、SCRM 等线下订单数据
	业务系统数据	标准 API 采集、批量集成	业务系统中的订单、服务数据、交付数据等
	历史数据	标准 API 采集、批量集成	历史存档的数据

## 1.2.2 数据接入指引

根据数据来源的不同，接入方式主要分为埋点 SDK 采集、CDM 集成及 API 集成三类。

### 埋点 SDK 采集

集成客户端 SDK 采集数据：

- Web JS SDK；
- Android SDK；
- IOS SDK；
- 微信小程序 SDK。

### CDM 集成

CDM 为华为云数据迁移标准工具，支持多种源端数据接入：

- 数据仓库：数据仓库服务（DWS）、数据湖探索（DLI）、MRS ClickHouse；
- Hadoop：MRS HDFS、MRS Hive、FusionInsight HDFS、Apache Hive 等等；
- 对象存储服务（OBS）；
- 文件系统：FTP、SFTP、HTTP；
- 关系型数据库：云数据库 PostgreSQL、云数据库 Mysql、Oracle 等等；

- NoSQL、消息系统等.....

详细接入指导可参考官方指导文档：[https://support.huaweicloud.com/usermanual-cdm/cdm\\_01\\_0023.html](https://support.huaweicloud.com/usermanual-cdm/cdm_01_0023.html)。

### API 集成

- 标准 API 集成：主要为对接第三方如广告平台、微信公众号、企微等，为产品内置能力；
- 定制 API 集成：主要为敏感或特殊场景下，源端提供 API 通过华为云 APIG 集成，详细方案为局点定制。

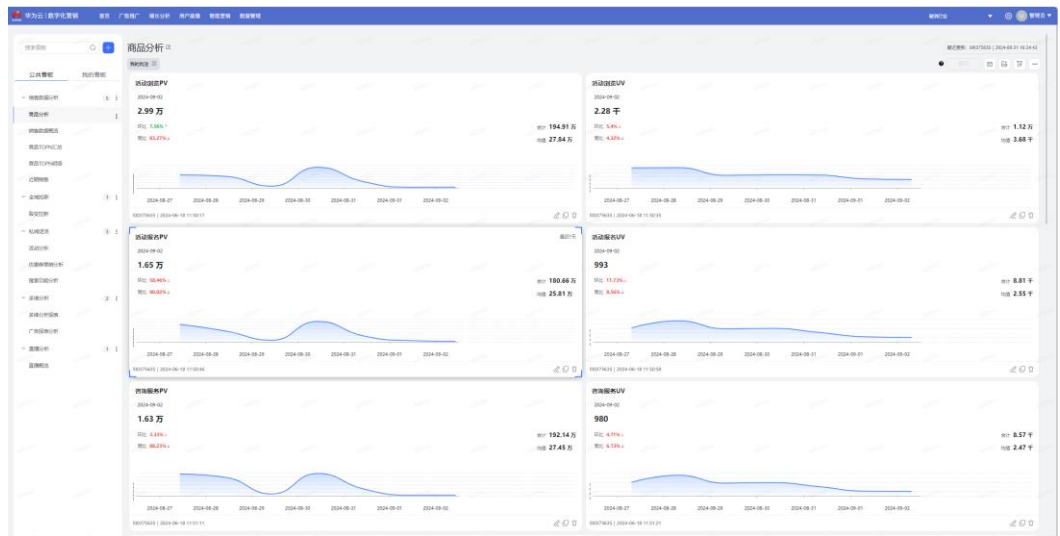
## 1.3 使用指南

### 1.3.1 首页

#### 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。

整体功能页面展示如下：



#### 功能使用

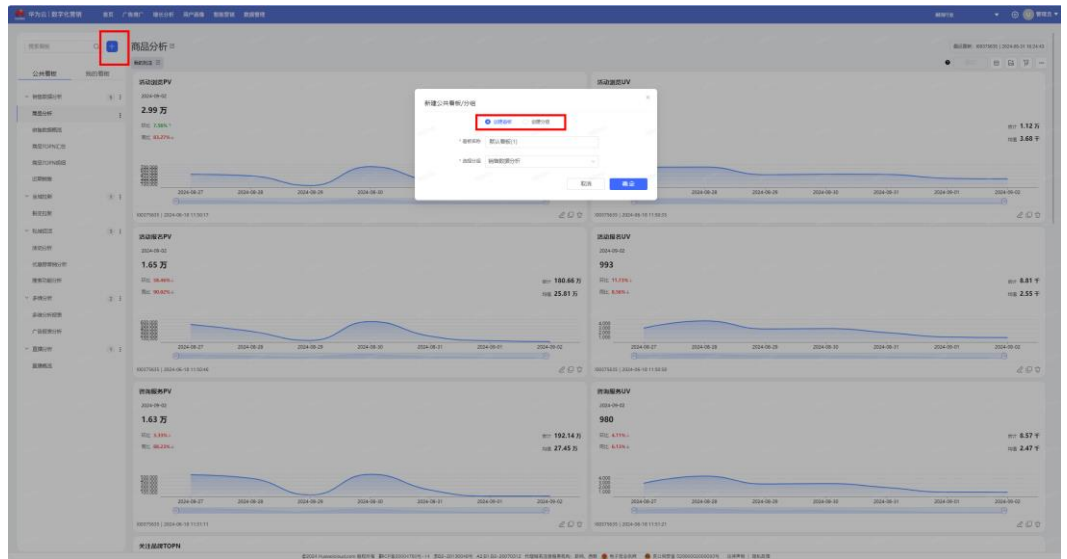
##### 1. 功能界面组成

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，点击+号进行新增。支持新增看板或者分组。

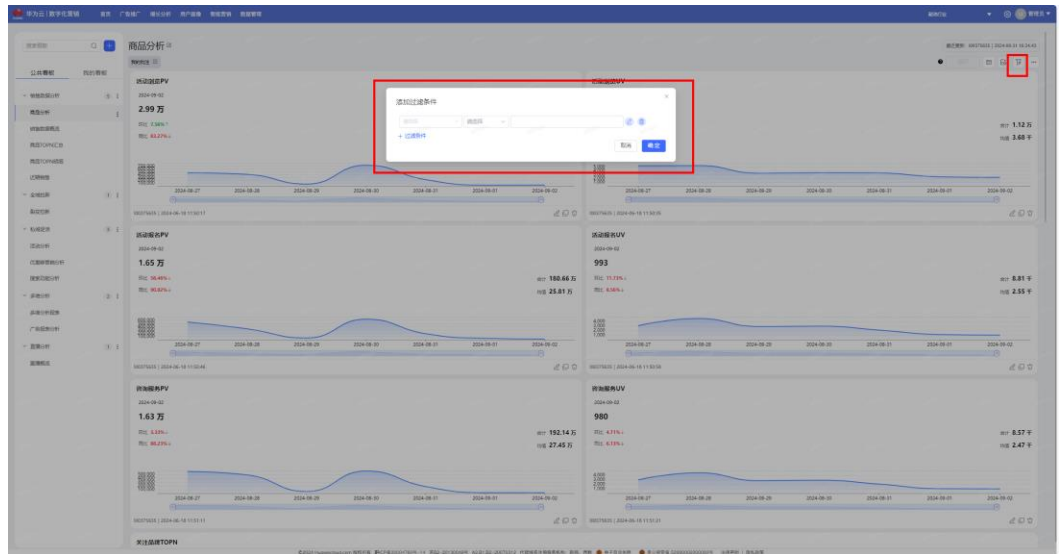


- 看板的信息包括：名称、权限、最近修改时间。
- 一个看板可保存多个分析结果（即卡片），可在事件、留存、漏斗、内容、分布等分析模型中保存（选择保存到看板或概览），图表名称可自定义。
- 在保存界面可新增看板和分组，默认新增至我的看板。点击后弹出新建分组/新建看板弹窗。

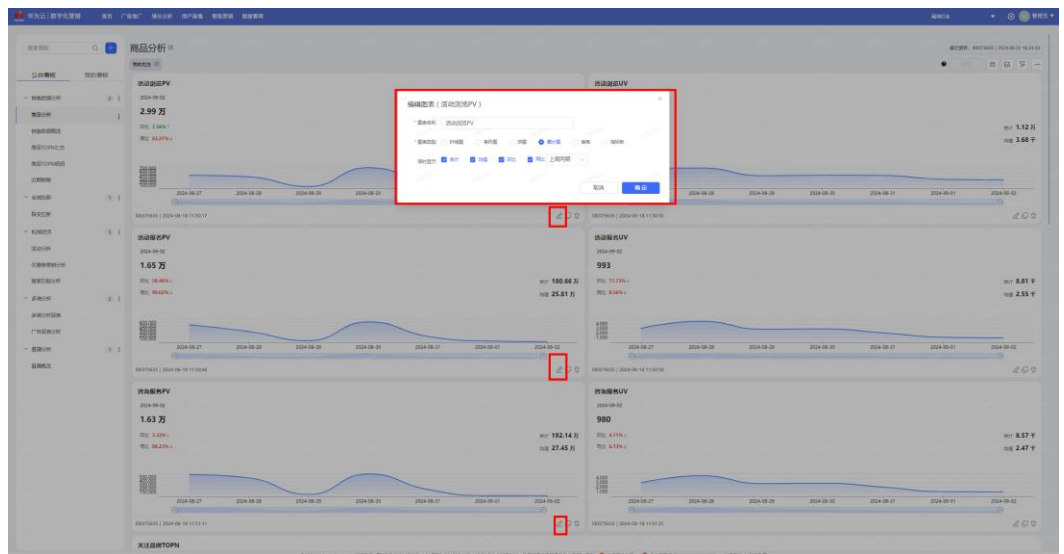


- 对看板可进行统一删除，统一选择分析时间和过滤条件（10个）——如不保存，则仅做临时条件查看，不影响看板的下次使用。

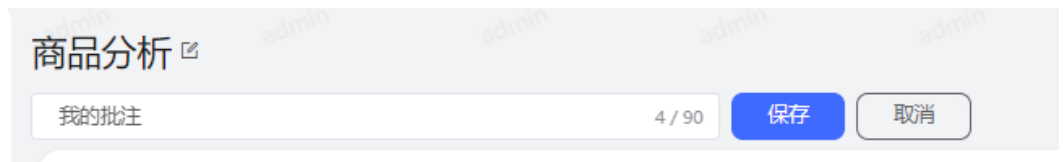




- 我的看板模块可存放他人分享的看板（默认分组）；可以直接添加创建图表；可以自定义改变位置和大小；可以分享给他人。
- 公共看板可复制，允许将看板复制到我的看板和公共看板；且看板仅允许所有者修改，其他人可查看详情与另存为。
- 看板中的卡片支持修改卡片类型。点击编辑按钮，弹出弹窗可修改弹窗的名称和卡片类型。



- 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%	
5	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						

## 1.3.2 基本分析

### 1.3.2.1 事件概览

#### 概念介绍

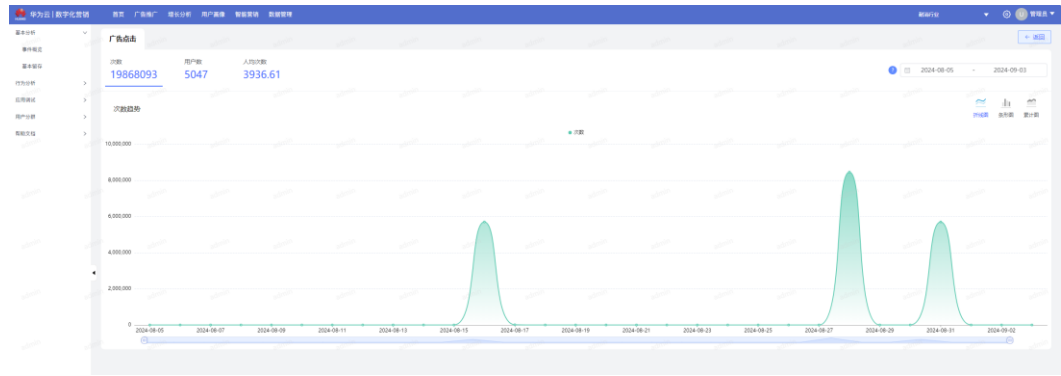
事件概览是日常监控业务整体中事件情况，并可以对某个事件进行在特定的时间范围内进行分析。

#### 功能使用

1、根据事件名称、编码、分类等条件进行查询时间段数据。

事件名称	事件编码	事件分类	次数	用户数	人均次数
广告点击	Advertising_Link_Click		1986809	5047	3936.61
营销页点击	Marketing_Link_Reaching	APP	5982158	19180	311.91
商品页点击	product_page_browser		3874987	19361	277.56
浏览商品	activity_browsing	活动事件	3047882	14545	223.30
订单成功	order_success	订单事件	3193736	14545	219.58
咨询服务	consulting_service	服务事件	2795963	13457	207.93
活动报名	activity_registration	活动事件	2761016	13639	202.44
收藏	collection	交互事件	2518247	12653	205.48
搜索	search	交互事件	2395737	14137	169.47
浏览商品	collection_scroll	活动事件	2388397	13093	182.27
浏览	follow	交互事件	2309132	13326	165.19
优惠券领取	coupon_get	活动事件	2057034	12406	165.82
分享	share	交互事件	1683718	12095	139.42
订单取消	order_cancel	订单事件	1661306	11271	146.55
商品加入购物车	product_order_addition	服务事件	1661675	10902	147.47
加入购物车	cart_enter		1604455	11199	143.27
客户评价	customer_review		1463362	17388	83.70
应用激活	app_activation	APP	1331460	14569	91.39
订单支付	order_pay	订单事件	1283416	13639	94.19
			1253116	12219	101.72

2、点击具体事件后可查看当前事件访问次数、用户数、人均次数等信息，并可以通过趋势图查看时间范围的频率。



### 1.3.2.2 基本留存

#### 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。

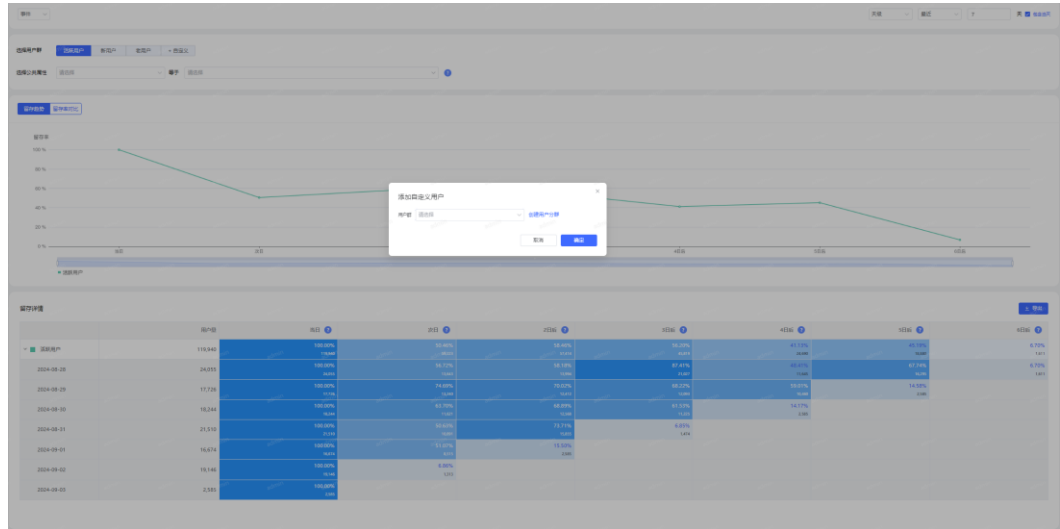
#### 功能使用

##### 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。

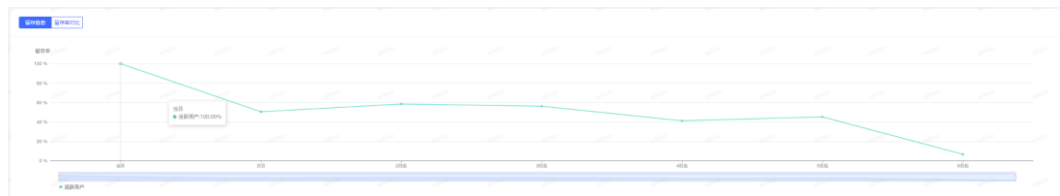


- 留存条件：选择留存的用户群、时间和公共属性等。
- 时间：支持天、周、月三种选择级别，且可选择自定义时间范围。备注：默认展示近7天。
- 公共属性：可根据公共属性进行过滤。
- 用户群：即全部访问用户，可筛选活跃用户，含新用户、老用户、自定义。备注：默认展示活跃用户。
- 自定义用户群：根据需求自定义用户群，可选择已创建的用户群，也可以重新创建。



## 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。



- 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。

## 1.3.3 行为分析

### 1.3.3.1 分析概览

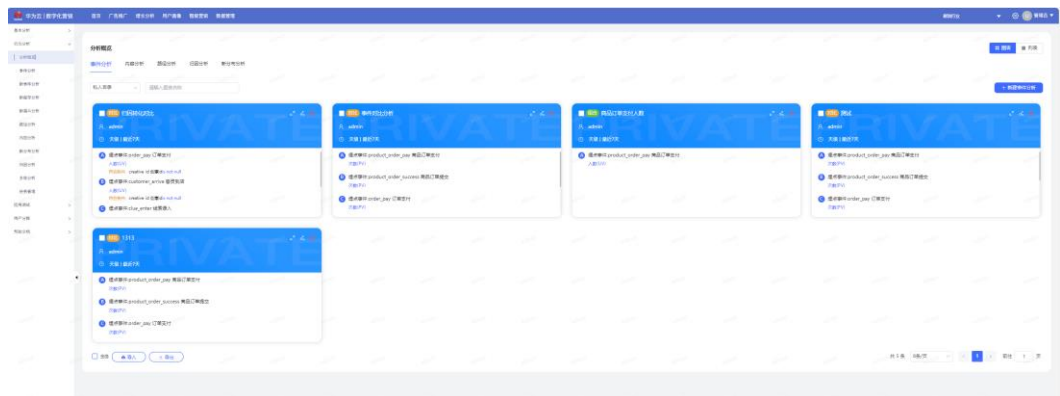
#### 概念介绍

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、路径分析、内容分析、分布分析、归因分析、多维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。

#### 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。



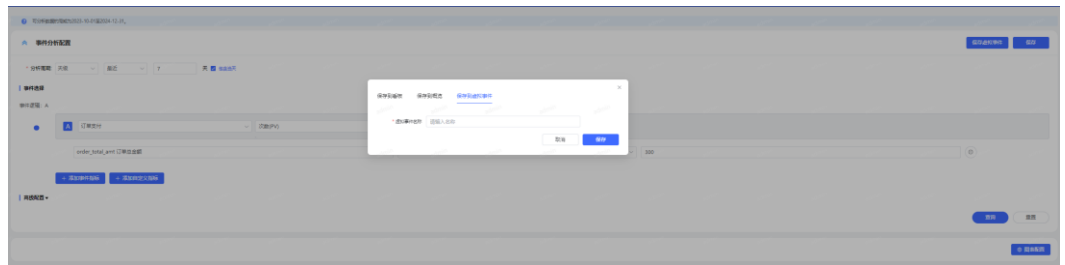
- 您可选择“图表”及“列表”任一形式以保存概览，默认展示方式为图表展示。
- 您可切换事件分析/内容分析/路径分析/归因分析/新分布分析等模块列表，查看不同分析模块保存的概览。
- 您可切换私人目录/公共目录选项进入私人看板或公共看板列表，私人目录看板仅创建人本人有权限查看，公共目录看板拥有该业务权限用户均可查看，默认进入为私人目录。
- 您可通过图表搜索框快速查询需要查看的概览。
- 您可通过点击单个卡片右上角查看图标，进入保存的概览详情页查看及修改图表名称。也可点击卡片右上角删除图标对已保存的分析概览进行删除，删除后不可恢复。私人目录下看板卡片支持分享，可分享到公共目录或分享给指定人（支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/分布/路径/归因等分析配置入口。
- 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。

### 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。

## 1.3.3.2 事件分析

### 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

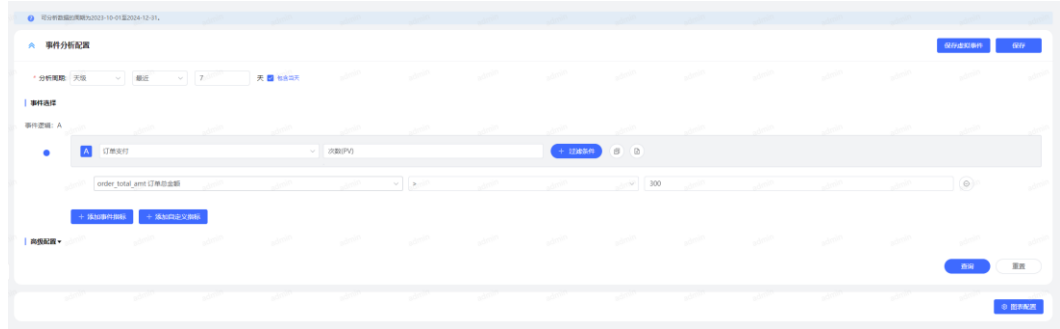
事件名称用来区分用户行为类型，如播放（播放 app 中的内容）、点击搜索结果。如需更详细地描述用户行为可以使用事件名称+属性列表的方式。如播放的内容为高品质音乐，在播放事件下添加“song-type 歌曲品质类型=高品质”和“pt\_service 业务分区=音乐”，可以进一步获得在 app 中播放高品质音乐的数据。属性描述了一个或几个事件具备的特征，每一个特征会对应一个或多个值。根据应用范围，属性可以分为事件属性和公共属性两类。

- 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。

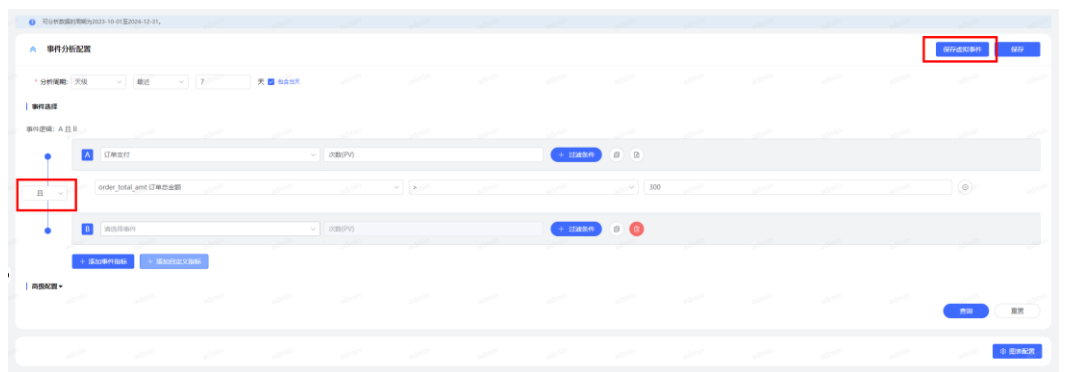
### 功能使用

#### 1. 事件分析配置

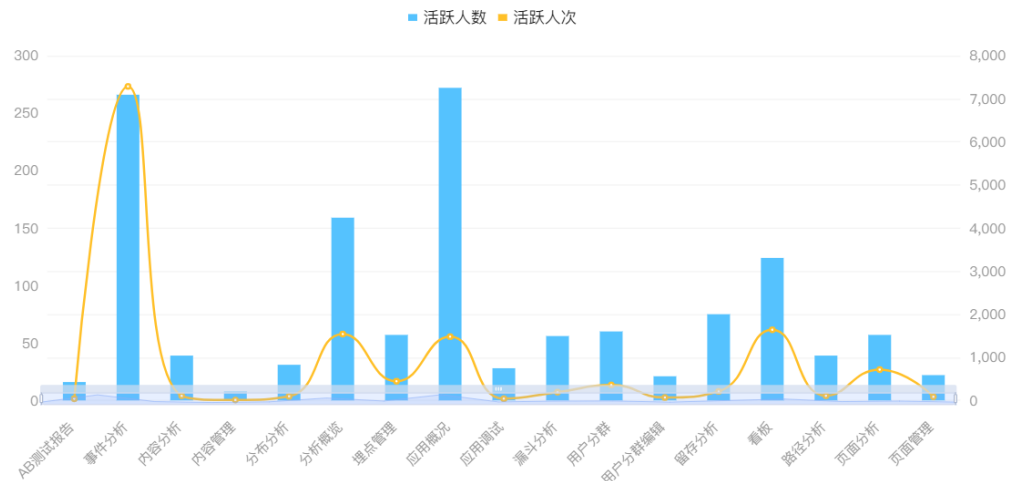
事件配置的主体由事件选择、高级配置、分析周期、查询、保存组成。



- 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  $\leq 5$ 。
- 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。

### 1.3.3.3 新留存分析

#### 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。

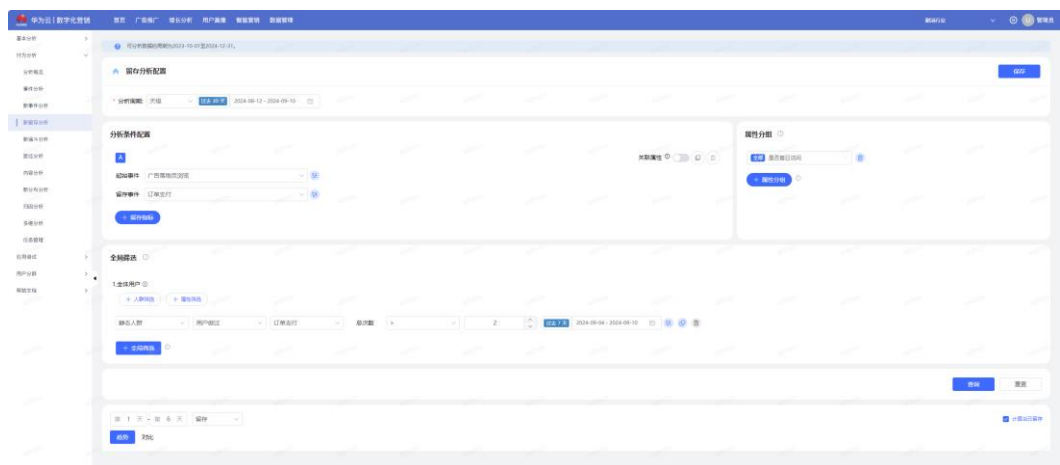
- 当日留存率：用户在新增或使用产品后当日回到产品的用户所占比率。
- 次日留存率：用户在新增或使用产品后第 2 日回到产品的用户所占比率。
- N 日留存率：依次类推，用户在新增或使用产品后第 N 日回到产品的用户所占比率。
- 本周留存率，为自然周。以最早的一周为本周，接下来为次周。

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

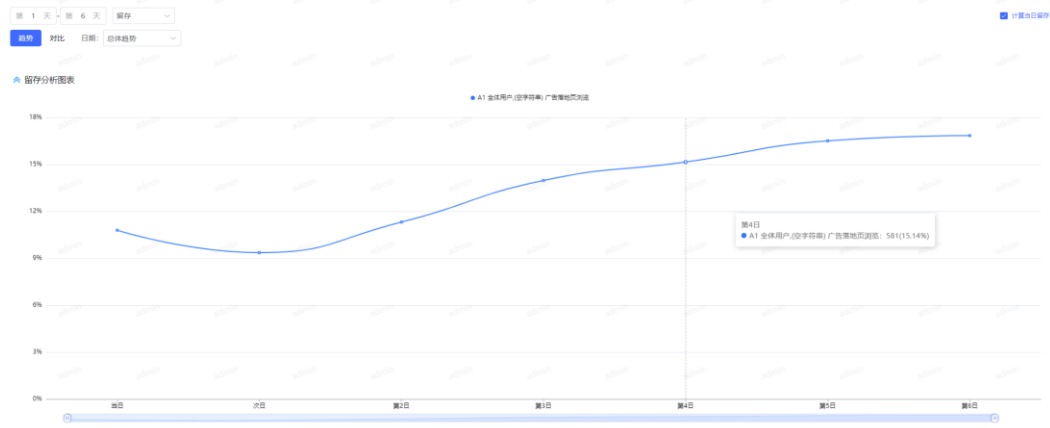
如，音乐 app 开展连续登录会员 x 天奖励活动，每天登录会员升级速度加速 10%。我们要判断这一活动对留存率的影响，可以选择起始事件和留存事件都为‘会员登录’事件，同时给起始留存事件添加过滤条件为当前生效的会员编码不为空，来保证登录的所有账户都是会员账户。即可以利用这个数据判断，活动对会员登录的有效性。起始事件和留存事件，可根据自身需求配置，可选不同事件。

整体功能页面如下：



#### 功能分析

留存趋势/对比：



留存分析表格：

事件 (指标)	人群	是否首日事件	起始人数	当日	次日	第2日	第3日	第4日	第5日	第6日
A1广告落地页浏览	全体用户	(空字码商)	3,835	10.79%	9.36%	11.31%	13.87%	15.14%	16.3%	16.84%

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。
- 属性分组：最多只能添加 10 个属性分组，统计结果按照属性维度进行对比
- 全局筛选：支持人群筛选和属性筛选



点击“+全局筛选”按钮，支持按人群维度以及属性维度筛选出用于事件分析的用户群体；

支持按照事件属性进行群体筛选，用于筛选的事件属性为事件配置指标共用的事件属性加公共属性

人群筛选分类说明：

分类	筛选规则	说明
静态人群	用户做过/用户没做过	基于用户事件进行人群筛选，时间周期固定

分类	筛选规则	说明
静态人群	用户属于	基于客户分群中的用户群体进行群体筛选，支持按最新数据以及指定周期（仅购买 CDP 服务的场景下才支持周期人群）进行分群数据的选择
动态人群	用户做过/ 用户没做过	事件筛选的周期以分析周期为基准，支持基于分析周期进行偏移运算。 如：用户希望分析在 5 月 21 号到 5 月 26 号之前发生购买行为的用户，并且这些用户在七天内都浏览过此商品的广告，针对此场景： 分析周期为 5 月 21 号到 5 月 26 号，使用动态人群，计算区间选择“之前 7 天到之后 0 天” 21 号的购买用户数，则用户浏览日期为 14 号-21 号 22 号的购买用户数，则用户浏览日期为 15 号-22 号 以此类推。
动态人群	用户属于	基于客户分群中的用户群体进行筛选（仅购买 CDP 服务的场景时才支持周期人群）

- 时间设定：留存的事件粒度有天级、周级、月级。
- 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 10 个留存对比。
- 支持图表的留存时间范围切换



## 2. 留存结果

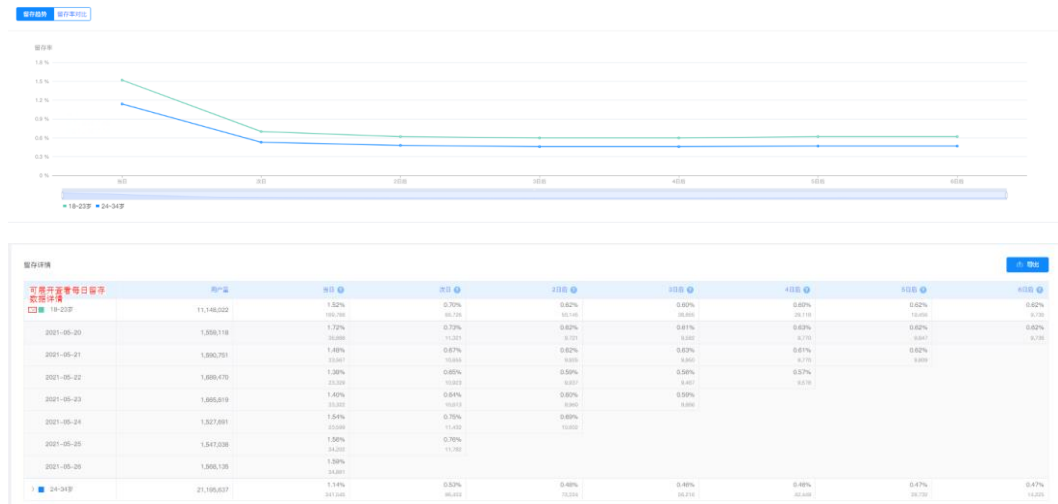
### 2.1. 留存趋势图

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。



- 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 日到 5 月 26 日，则留存详情展示期间每一日的留存数据。

日期	用户量	留存率	次日	3日	5日	7日	9日	11日
2021-05-20	1,808,118	1.72%	0.73%	0.62%	0.61%	0.62%	0.62%	0.62%
2021-05-21	1,890,751	1.48%	0.87%	0.62%	0.63%	0.61%	0.62%	0.62%
2021-05-22	1,888,470	1.38%	0.85%	0.59%	0.58%	0.57%	0.57%	0.57%
2021-05-23	1,885,819	1.40%	0.84%	0.60%	0.60%	0.59%	0.59%	0.59%
2021-05-24	1,827,881	1.54%	0.79%	0.69%	0.69%	0.69%	0.69%	0.69%
2021-05-25	1,547,038	1.50%	0.76%	0.70%	0.70%	0.70%	0.70%	0.70%
2021-05-26	1,808,126	1.58%	0.81%	0.70%	0.70%	0.70%	0.70%	0.70%

## 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。

日期	用户量	留存率	次日	3日	5日	7日	9日	11日
2021-05-17	2,353	20.14%	7.01%	4.78%	3.69%	3.91%	3.72%	3.72%
2021-05-18	2,346	21.01%	8.27%	4.43%	4.13%	2.98%	2.72%	2.72%
2021-05-19	2,418	19.98%	4.92%	4.67%	4.67%	2.89%	2.72%	2.72%
2021-05-20	1,845	22.32%	6.78%	5.05%	3.58%	3.58%	3.58%	3.58%
2021-05-21	2,435	20.22%	5.05%	5.05%	5.05%	5.05%	5.05%	5.05%
2021-05-22	2,383	19.22%	4.90%	4.90%	4.90%	4.90%	4.90%	4.90%

- 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。

### 1.3.3.4 新漏斗分析

#### 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。如，用户购买的完整流程可能包含以下步骤：

- a.商品曝光
- b.页面浏览
- c.加入购物车

##### 3.1 转化窗口期



如设置窗口期为转化窗口期 1 天。

##### 3.2 窗口期规则

窗口期规则  在时间周期内完成全部步骤  在时间周期内仅完成首步骤

当设置窗口期规则为在时间周期内完成全部步骤，在 1 天内，如用户只完成了页面浏览，那么该用户在此购买流程中为流失用户；

当设置窗口期规则为在时间周期内仅完成首步骤，在 5 分钟内，如用户只完成了页面浏览，那么该用户在此购买流程中为转化用户。

##### 4. 人数与次数

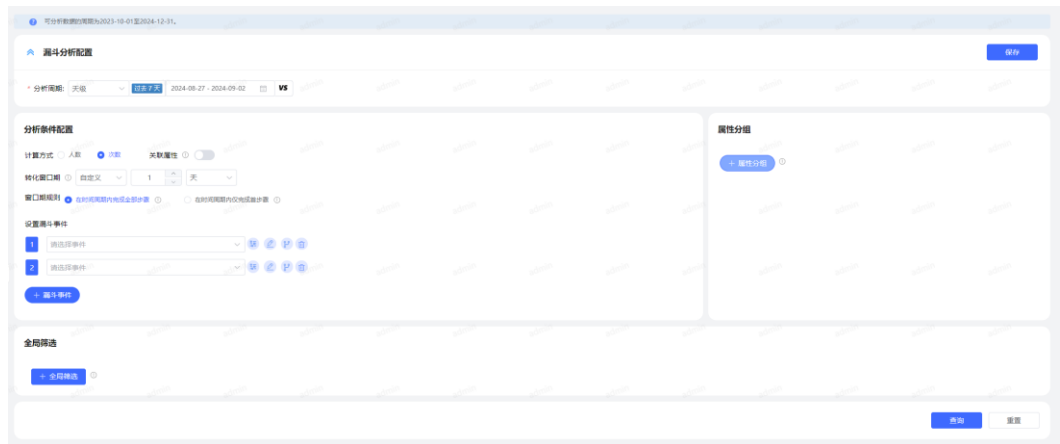
计算方式  人数  次数

- 按人数
  - 整体转化率 = 到达当前漏斗事件的人数 / 第一步漏斗事件的人数
  - 上一步转化率 = 到达当前漏斗事件的人数 / 上一步漏斗事件的人数
- 按次数
  - 整体转化率 = 到达当前漏斗事件的次数 / 第一步漏斗事件的次数
  - 上一步转化率 = 到达当前漏斗事件的次数 / 上一步漏斗事件的次数

## 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：



- 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。
- 属性分组：最多只能添加 10 个属性分组，统计结果按照属性维度进行对比
- 全局筛选：支持人群筛选和属性筛选



点击“+全局筛选”按钮，支持按人群维度以及属性维度筛选出用于事件分析的用户群体；

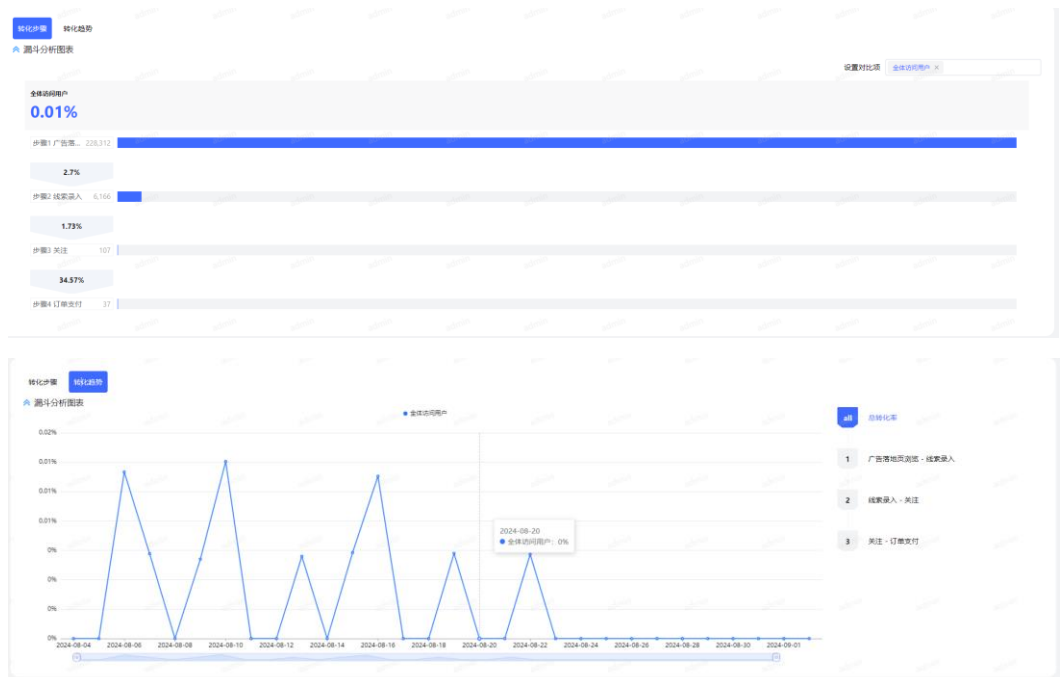
支持按照事件属性进行群体筛选，用于筛选的事件属性为事件配置指标共用的事件属性加公共属性

人群筛选分类说明：

分类	筛选规则	说明
----	------	----

分类	筛选规则	说明
静态人群	用户做过/ 用户没做过	基于用户事件进行人群筛选，时间周期固定
静态人群	用户属于	基于客户分群中的用户群体进行群体筛选，支持按最新数据以及指定周期（仅购买 CDP 服务的场景下才支持周期人群）进行分群数据的选择
动态人群	用户做过/ 用户没做过	<p>事件筛选的周期以分析周期为基准，支持基于分析周期进行偏移运算。</p> <p>如：用户希望分析在 5 月 21 号到 5 月 26 号之前发生购买行为的用户，并且这些用户在七天内都浏览过此商品的广告，针对此场景：</p> <p>分析周期为 5 月 21 号到 5 月 26 号，使用动态人群，计算区间选择“之前 7 天到之后 0 天”</p> <p>21 号的购买用户数，则用户浏览日期为 14 号-21 号</p> <p>22 号的购买用户数，则用户浏览日期为 15 号-22 号</p> <p>以此类推。</p>
动态人群	用户属于	基于客户分群中的用户群体进行筛选（仅购买 CDP 服务的场景时才支持周期人群）

- 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：



分组	总转化率	总流失数	总流失率	商品列表页_商品曝光	详情页_页面浏览		详情页_点击加入购物车	
					转化 / 转化率	流失 / 流失率	转化 / 转化率	流失 / 流失率
全体访问用户	0.44%	399,978	99.55%	401,756	12,516 / 3.11%	389,240 / 96.89%	1,778 / 14.2%	10,738 / 85.79%

## 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：

- 选择计算方式，人数或次数。
- 设置漏斗的转化窗口期：默认设置为自定义1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配置全局筛选。
- 分组展示可生成多个属性值组合。
- 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->漏斗分析中查看。

### 2.2 结果说明



展示步骤流转之间的流失率、转化率

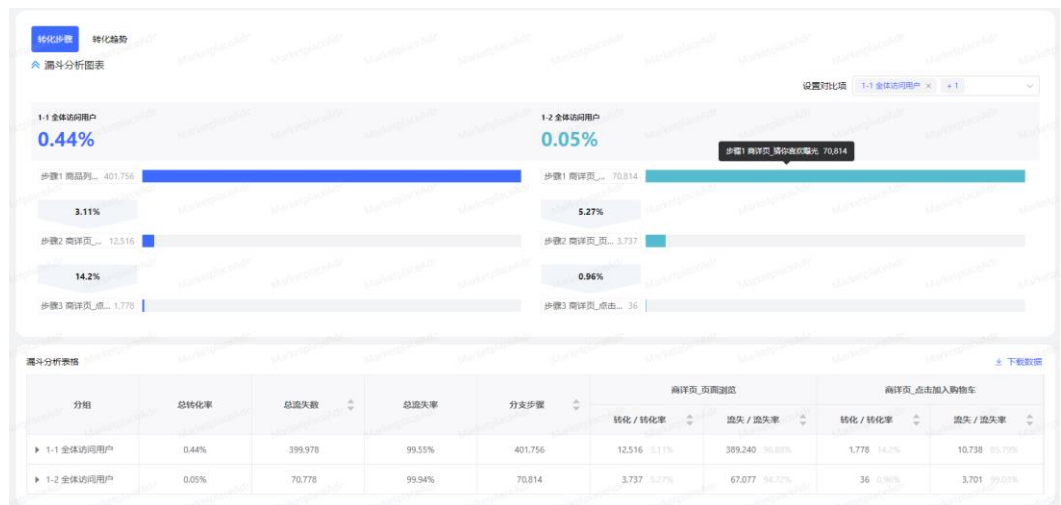
## 3、支持多路径的配置



3.1 点击添加多路径按钮，在同一步骤中添加多个路径，用于对比分析多路径漏斗和转化率的变化



3.2 根据配置的多路径展示漏斗和转化率数据



### 1.3.3.5 路径分析

#### 概述

路径分析是了解用户在产品内流转行为的最佳方法，路径分析通过桑基图，可以理解用户在做完任一行为之后的流向，也可以了解转化的用户是如何一步步完成转化的，从而判断用户的行为是否符合预设的路径，帮助企业挖掘主流转化与流失路径，制定和实施有针对性的策略，从而提升转化效率。

通过事件流分析可以回答以下问题：

- 用户行为路径是否与预设的路径一致？
- 产品迭代后，用户行为，路径是否有变化？

- 产品的流失用户去了哪里，为什么流失？
- 产品设计是否给用户带来了最佳体验？

### 概念介绍

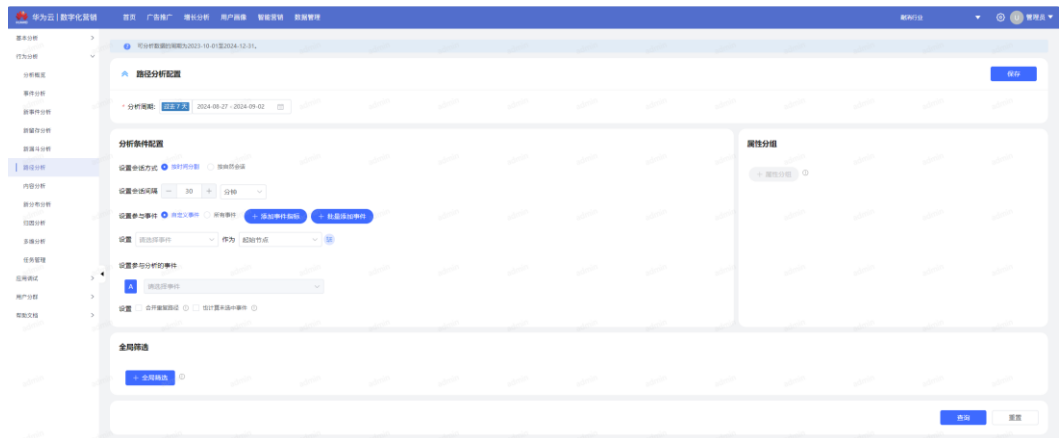
1、会话：会话的划分通常基于特定的时间间隔或用户行为。例如，当用户与网站或应用交互时，如果他们在一段时间内（如 30 分钟）没有产生任何新的活动，那么这段时间可以被视为一个会话的结束，而下一个活动则开始了一个新的会话。系统同样也支持基于自然会话（退出应用、关闭浏览器等）方式来进行划分。

2、起始节点：是指用户或系统开始其旅程或流程的第一个点或位置。这个起始节点可以是一个网站的首页、一个应用程序的启动界面、一个用户操作的起点等。路径分析关注的是从起始节点开始，用户或系统如何沿着特定的路径移动或流转。

3、结束节点：是指用户或系统完成其旅程或流程的最终点或位置。结束节点标志着用户或系统在某条特定路径上的活动的终止，在应用分析中，结束节点可能是一个购买页面的确认按钮、一个注册流程的完成页面或用户离开网站的最后一个页面

4、合并重复路径：在处理大量用户行为数据时，经常存在用户在一个会话中出现连续重复的事件，通过此开关，将同一会话中的重复事件合并为一个事件，避免分析路径过长，不利于分析

5、计算未选中事件：在进行路径分析时，通常需要选择一组特定的事件作为分析的基础。这些事件可以是用户在网站上的点击、浏览、购买等行为，也可以是应用程序中的用户交互事件，如果某个事件未被选中，那么它就不会被包含在路径分析的计算中，在某些情况下，未选中的事件可能包含有关用户行为的重要信息，但由于某些原因而被排除在路径分析之外，通过此开关，可以避免这些事件被归到流失分类。



### 功能使用

- 1、分析周期



- 分析粒度：天级
- 支持今天、昨天、本周、上周、本月、上月、今年、去年、过去\*天、具体时间以及动态时间的快速设定。
- 不支持时间对比

## 2、条件配置

## 分析条件配置

设置会话方式  按时间分割 ⓘ  按自然会话 ⓘ

设置会话间隔  30  分钟

设置参与事件  自定义事件  所有事件

设置   作为   ⓘ

设置参与分析的事件

- A
- B
- C
- D
- E
- F
- G

设置  合并重复路径 ⓘ  也计算未选中事件 ⓘ

- 设置会话方式：支持按时间分割以及自然会话两种方式，选择时间切割时，需要设置会话的时间间隔，会话间隔支持秒（1-999）、分钟（1-999）、小时（1-24），选择按自然会话时，按照 sdk 上报的会话 id 进行会话切割。
- 设置参与事件：支持两种方式，一种用户可以根据业务场景，选择需要参与分析的事件，并且起始事件和结束事件为必选条件，路径分析视图仅显示与自定义事件相关的路径，并且以起止事件作为路径的起点或者终点，如选择所有事件，则起止事件为非必选条件。
- 合并重复路径：在业务使用中，一个用户在系统中的访问路径可能存在重复操作，如：用户登录后到商品下单过程中，客户路径比较长，不利于分析，如存在很多连续的浏览事件，选择此选项后，系统针对会话中连续的时间进行合并，从而缩短分析路径。

- 也计算未选中事件：路径分析中，针对参与事件进行用户访问路径的呈现，默认情况下未被选中的事件将会被记录到流失路径，当选择此选项时，会话中未被选中的事件会被记录到桑基图的未选中事件节点，只有会话中没有任何后续行为的事件会被记录到流失节点。

### 3、属性分组

## 属性分组



- 在路径分析中，属性分组用于更细致、更结构化地理解用户的访问路径，例如可以根据用户设备类型来判断不同类型的路径轨迹。
- 属性分组只能运用于某一个事件，事件属性为对应选择的应用事件所对应的属性。

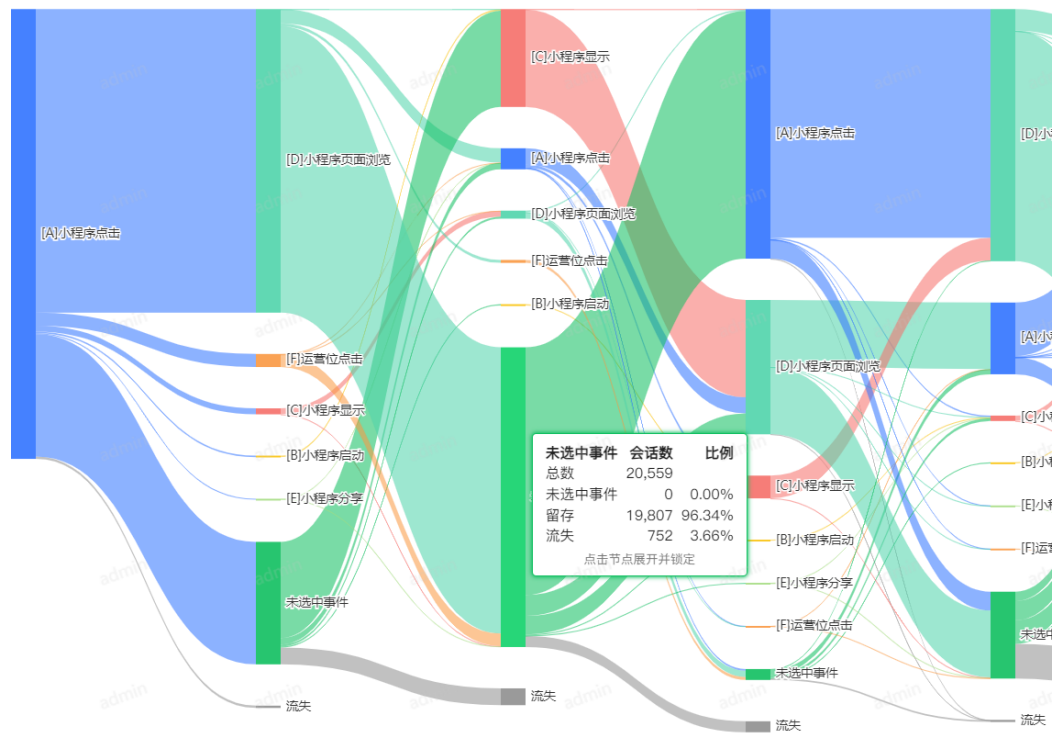
### 4、全局筛选



- 点击“+全局筛选”按钮，支持按人群维度以及属性维度筛选出用于事件分析的用户群体；
- 支持按照事件属性进行群体筛选，用于筛选的事件属性为事件配置指标共用的事件属性加公共属性
- 人群筛选分类说明：

分类	筛选规则	说明
静态人群	用户做过/用户没做过	基于用户事件进行人群筛选，时间周期固定
静态人群	用户属于	基于客户分群中的用户群体进行群体筛选，支持按最新数据以及指定周期（仅购买 CDP 服务的场景下才支持周期人群）进行分群数据的选择
动态人群	用户做过/用户没做过	事件筛选的周期以分析周期为基准，支持基于分析周期进行偏移运算。 如：用户希望分析在 5 月 21 号到 5 月 26 号之前发生购买行为的用户，并且这些用户在七天内都浏览过此商品的广告，针对此场景： 分析周期为 5 月 21 号到 5 月 26 号，使用动态人群，计算区间选择“之前 7 天到之后 0 天” 21 号的购买用户数，则用户浏览日期为 14 号-21 号 22 号的购买用户数，则用户浏览日期为 15 号-22 号 以此类推。
动态人群	用户属于	基于客户分群中的用户群体进行筛选（仅购买 CDP 服务的场景时才支持周期人群）

## 5、图表展示



- 路径分析的结果以桑基图的形式进行呈现，在图形的每一个节点，可以查看此节点总的会话数，有多少用户流失，有多少用户留存。
- 支持针对节点的用户创建人群，查看人群的用户列表以及查看群体画像的能力。
- 查看群体画像的能力只要购买 CDP 服务时才具备。

#### 6、保存看板



- 路径分析仅支持保存到概览，不支持保存到看板中。

### 1.3.3.6 内容分析

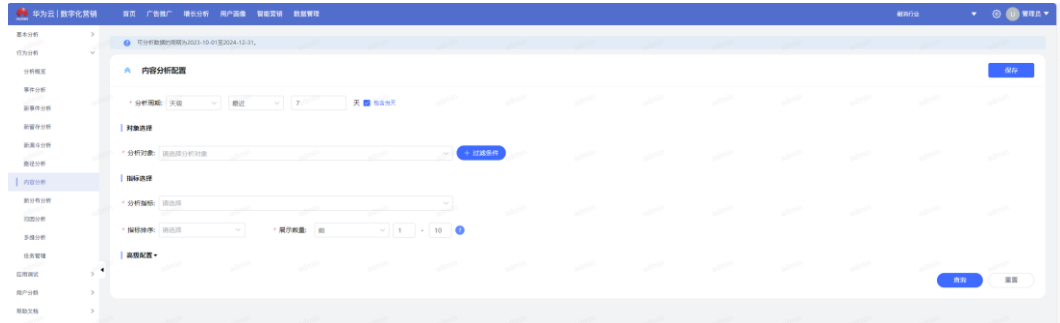
#### 概念介绍

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。

#### 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 $\leq 5$ 。
- 高级配置：可按过滤条件筛选，选择用户群，按事件属性或者公共属性进行细分配置。

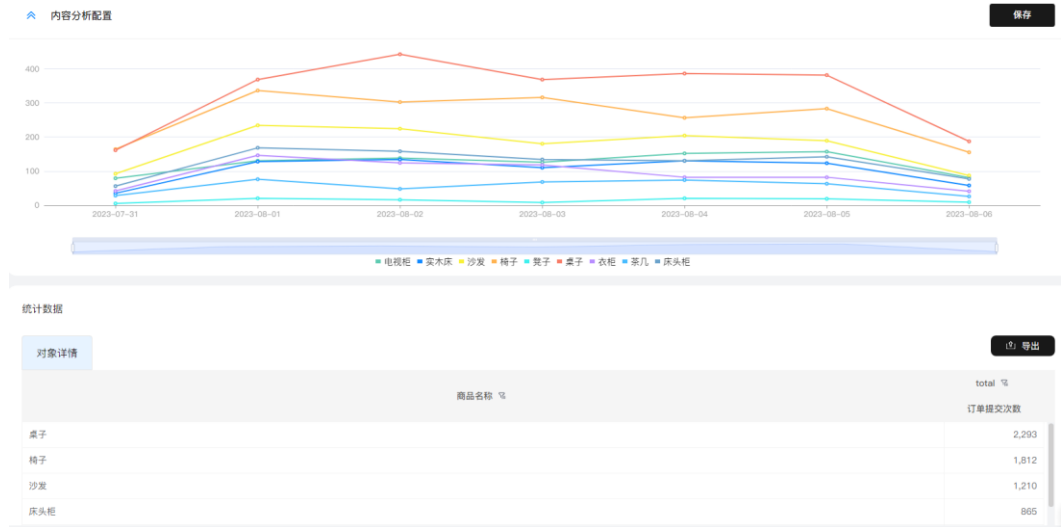


## 2. 内容分析图表

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。

### 1.3.3.7 新分布分析

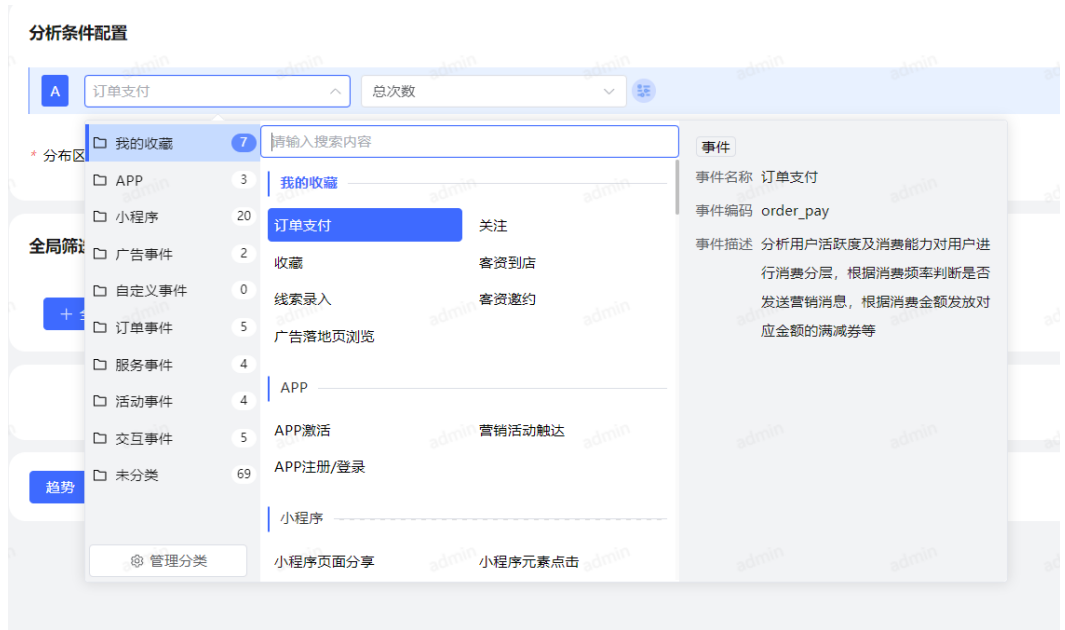
#### 概念介绍

- 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。

整体功能页面如下：



- 分析条件配置：选择对应的事件，设置分布区间。



支持全局筛选：

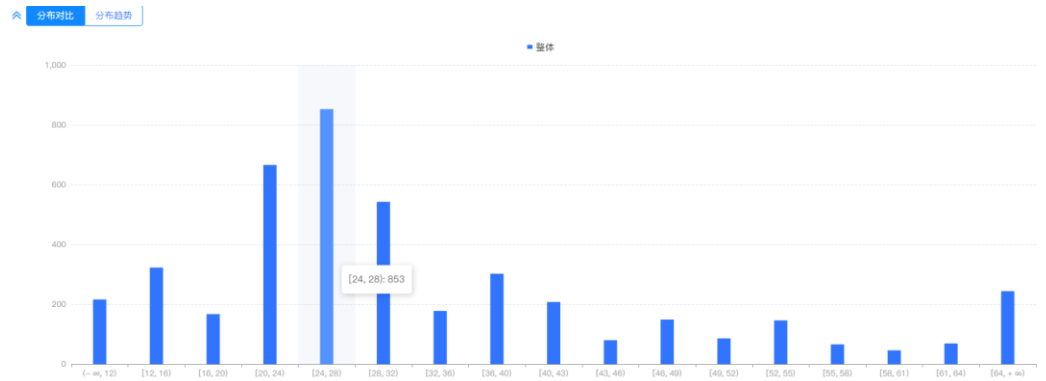


- 点击“+全局筛选”按钮，支持按人群维度以及属性维度筛选出用于事件分析的用户群体；
- 支持按照事件属性进行群体筛选，用于筛选的事件属性为事件配置指标共有的事件属性加公共属性
- 人群筛选分类说明：

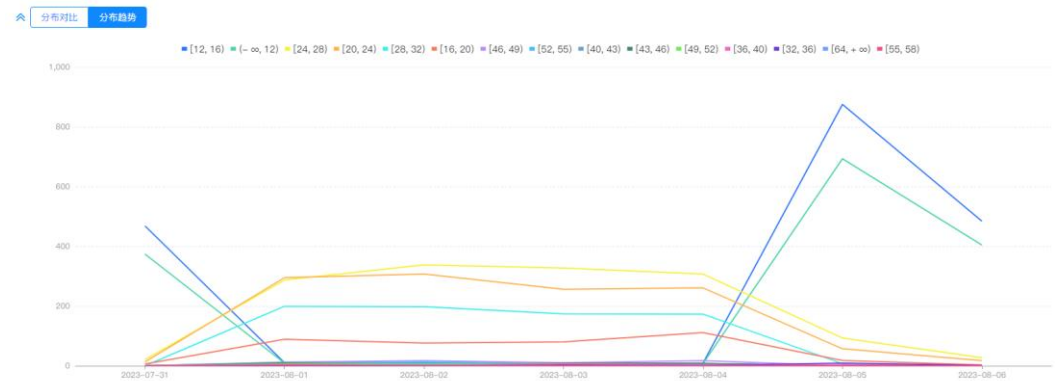
分类	筛选规则	说明
静态人群	用户做过/ 用户没做过	基于用户事件进行人群筛选，时间周期固定
静态人群	用户属于	基于客户分群中的用户群体进行群体筛选，支持按最新数据以及指定周期（仅购买 CDP 服务的场景下才支持周期人群）进行分群数据的选择
动态人群	用户做过/ 用户没做过	事件筛选的周期以分析周期为基准，支持基于分析周期进行偏移运算。 如：用户希望分析在 5 月 21 号到 5 月 26 号之前发生购买行为的用户，并且这些用户在七天内都浏览过此商品的广告，针对此场景： 分析周期为 5 月 21 号到 5 月 26 号，使用动态人群，计算区间选择“之前 7 天到之后 0 天” 21 号的购买用户数，则用户浏览日期为 14 号-21 号

分类	筛选规则	说明
		22 号的购买用户数，则用户浏览日期为 15 号-22 号以此类推。
动态人群	用户属于	基于客户分群中的用户群体进行筛选（仅购买 CDP 服务的场景时才支持周期人群）

● 分布趋势图：



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。



### 1.3.3.8 归因分析

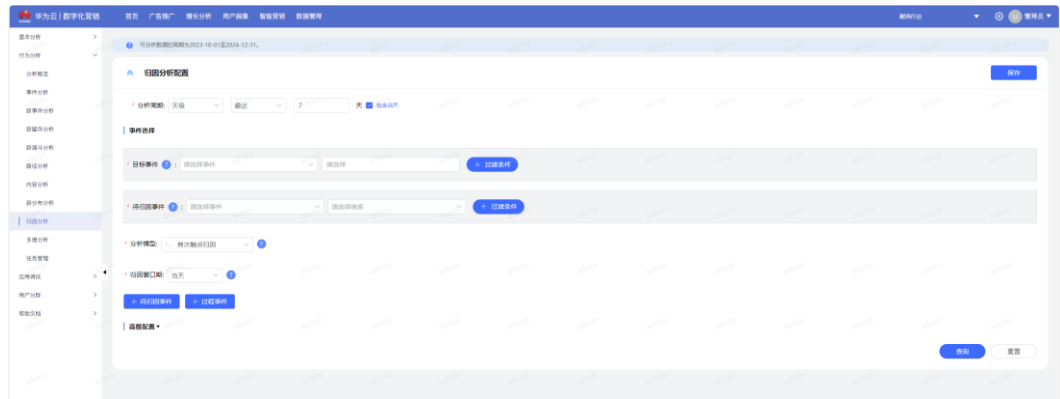
#### 概念介绍

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。

#### 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。



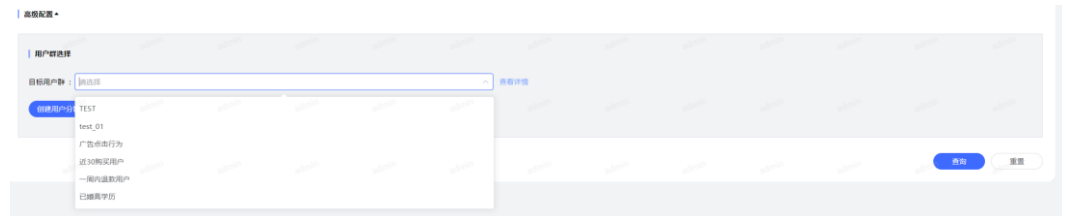
- 日期控件：可通过日期控件选择需分析的时间周期，可选择查询 N 天或自定义日期范围。
- 目标事件：用户完成某业务目标的事件,通常为购买、付费、参与等。目标事件的指标支持次数(PV)、按...求和，通过过滤条件进行筛选，最多可支持 10 个过滤条件。
- 待归因事件：参与归因计算的事件，通常为资源位、坑位或运营位的点击事件，至少选择一个待归因事件，最多可添加 10 个，每个待归因事件可添加过滤条件进行筛选，最多可支持 10 个过滤条件。
- 过程事件：为完成目标事件前必须要进行的事件，一般为商品详情页浏览、商品加购等事件，来确保待归因事件和目标事件是相关的；最多支持添加 5 个过程事件，每个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。
  - a. 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。
  - b. 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。
  - c. 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。
  - d. 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：  天

- 用于确定贡献的公式是  $2^{-(t/half-life)}$ ，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%。Half-life 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。

- 高级配置：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

事件ID	发生次数	待归因事件	转化事件	转化转化率/量	转化金额	转化率
K007	149254218	3762229	1942565	1.3%	235989	65.75%
K007	5278089	1229333	928643	3.71%	118887	31.47%
K089	13568211	3750428	847670	48%	89227	2.30%
K074	8741732	874533	1258215	14%	18775	0.48%

### 1.3.3.9 多维分析

#### 概念介绍

我们面向场景化的分析时，需要综合运用事件分析、留存分析等指标，需要同时查看多个指标，在不同维度、不同细分人群等条件下的数据表现，从而更好地洞察业务状态。

比如：需要看看「新、老用户群体」在「不同省份、不同城市」下的「活跃指标、留存指标、转化指标」的表现情况有什么区别，并希望能对某个「城市维度值」做单独下钻，进一步分析某个城市下的个性化数据表现，此时就需要用指标多维表格的分析能力。

多维分析菜单包含四中分析类型：**多维分析、指标分析、广告效果分析、统计分析。**



- **多维分析**: 基于一个事件，对事件属性及公共属性提供多维度的呈现，其中属性为维度；pv, uv, 数字属性为事实数据。
- **指标分析**: 基于任意系统定义的私域指标，通过公共属性+指标的形式进行多维展现，其中公共属性为维度，私域指标为事实数据。
- **广告分析**: 基于 MarketApi 接入的公域统计指标数据，结合私域指标，完成对广告效果的公私域拉通展示；其中 MarketApi 接入的属性为维度，公私域指标为事实数据。
- **统计分析**: 基于华为云大数据平台 Dataarts 用 SQL 定制开发任意报表，定制完成后，可统一在看板展示，兼容界面中图标展示的各种能力。

## 2、新增多图展示以及多图的维度切换

### 1.3.3.9.1 多维分析

操作步骤：通过如下操作可以实现指标分析的功能

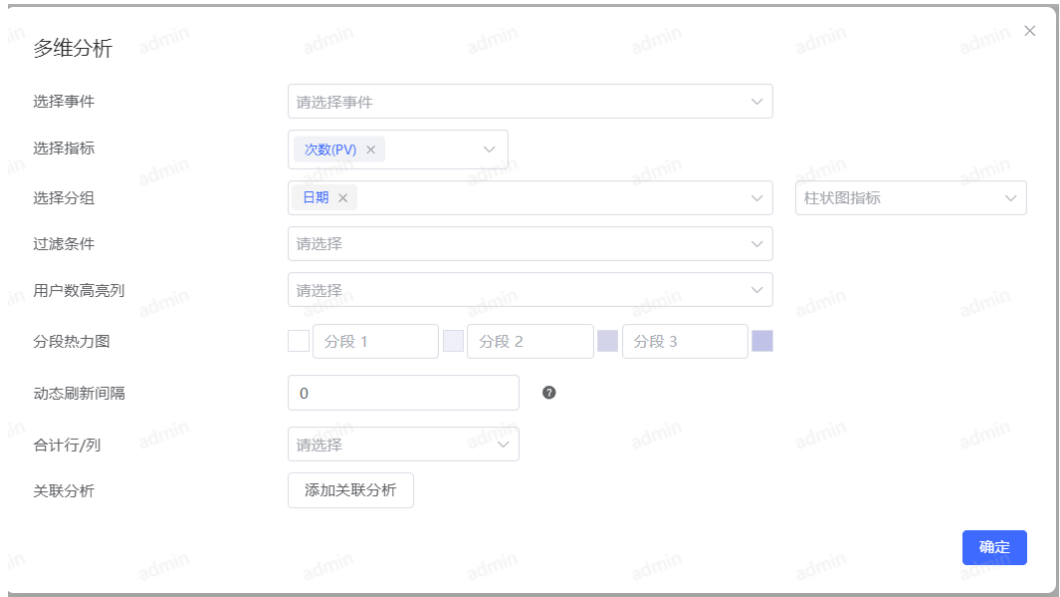
- 步骤 1 在【多维分析】中点击+多维分析
- 步骤 2 选择需要分析的指标 PV, UV, 求和, 求平均
- 步骤 3 选择分组（根据需要）
- 步骤 4 选择过滤条件（根据需要）
- 步骤 5 选择弹框分组属性，用于弹框
- 步骤 6 选择高亮，用于人群跳转和创建
- 步骤 7 确定进行查询
- 步骤 8 根据查询结果，点击显示图示
- 步骤 9 根据需要动态进行分析：钻取、交叉、切片
- 步骤 10 右下分组和指标树中，勾选和拖动分组，对图、表进行调整，可以得到需要的图、表。
- 步骤 11 保存到看板，选择看板->填写标题->选择显示类型。

----结束

#### 功能使用

- 分类选择：支持【多维分析】
- 选择事件：目前支持单选。
- 过滤条件：多选，范围为事件属性和公共属性，能够自动根据数据范围生成下拉框或文本框。
- 选择分组：多选，范围为事件属性和公共属性。

- 选择指标：指标包含 PV、UV、人均、【最大值】、【最小值】、【求和】、【指标】，其中最大/最小/求和是针对该事件的数字类型的属性。
- 选择交叉列：交叉列的含义是将分组列中的取值作为分类列和每一个指标列进行对比。
- 是否图示：选择图示之后，自动展示图示内容。如果有多个分组列，则不对分组进行图示。所以在图形展示的时候，只支持一个分组列。
- 是否多维布局：多维布局可以方便对分组/交叉/指标进行选取，拖动，来转变数据的视角进行分析，所以多维布局的控制应该放在右下角，类似于 excel 的旋转透视表的方案。

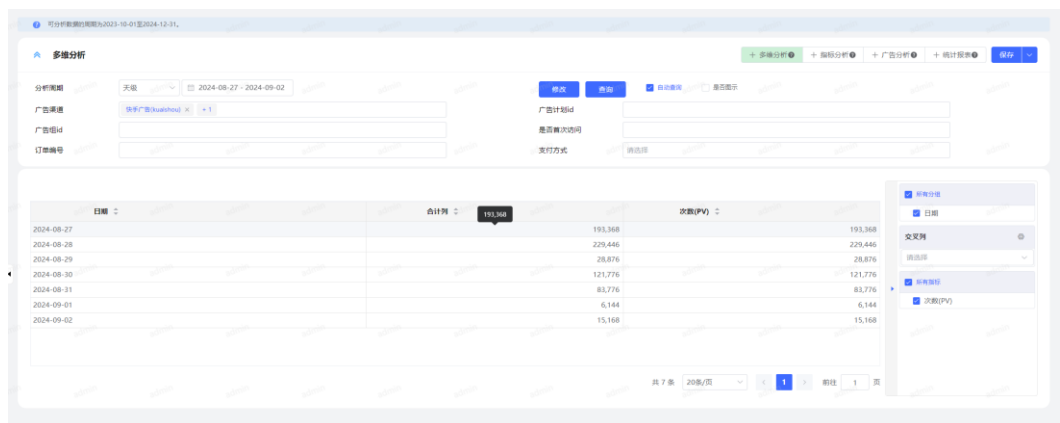


- 展示页面分为上中下区

上区：选择日期、和其他查询条件，如果配置了查询条件，则查询选择去位于上区。同时，上区还支持保存/另存为看板等操作。

中区：中区为图形展示区，可以折叠，支持折线图/条形图/饼状图/累计图，操作逻辑和其他界面保持相同。

下区：数据表格显示区，左侧为图形展示，右侧为多维分析操作区，表格中间还支持下钻，下钻是通过菜单进行展示的。



### 1.3.3.9.2 指标分析

私域指标分析能力，通过如下操作可以实现指标分析的功能

- 步骤 1 在指标分析中新建指标
- 步骤 2 在【多维分析】中点击+指标分析
- 步骤 3 选择需要分析的指标
- 步骤 4 选择分组（根据需要）
- 步骤 5 选择过滤条件（根据需要）
- 步骤 6 选择弹框分组属性，用于弹框
- 步骤 7 选择高亮，用于人群跳转和创建
- 步骤 8 选择人群（根据需要）可以进行人群对比
- 步骤 9 确定进行查询
- 步骤 10 根据查询结果，点击显示图示
- 步骤 11 根据需要动态进行分析：钻取、切片
- 步骤 12 右下分组和指标树中，勾选和拖动分组，对图、表进行调整，可以得到需要的图、表。
- 步骤 13 保存到看板，选择看板->填写标题->选择显示类型。

----结束

#### 功能使用

1. 任意事件定义的指标进行分析
2. 人群对比：选择要对比的人群
3. 维度切换：分组字段可以通过拖拽进行维度切换
4. 维度钻取：表格中针对分组字段可以钻取到更细的颗粒或其他维度
5. 弹框钻取：可以指定弹框钻取的分组，查询结果或看板中，可以看到显示的数据带有+，此时点击该单元格进行详情展示
6. 上述分析的所有图形、多图、多坐标图、多页签图进行对比展示。



图1-1 指标分析

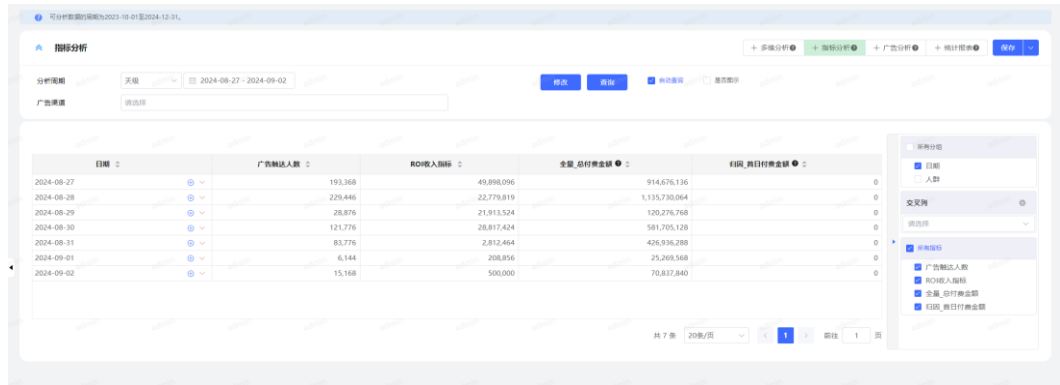


图1-2 指标分析-人群对比

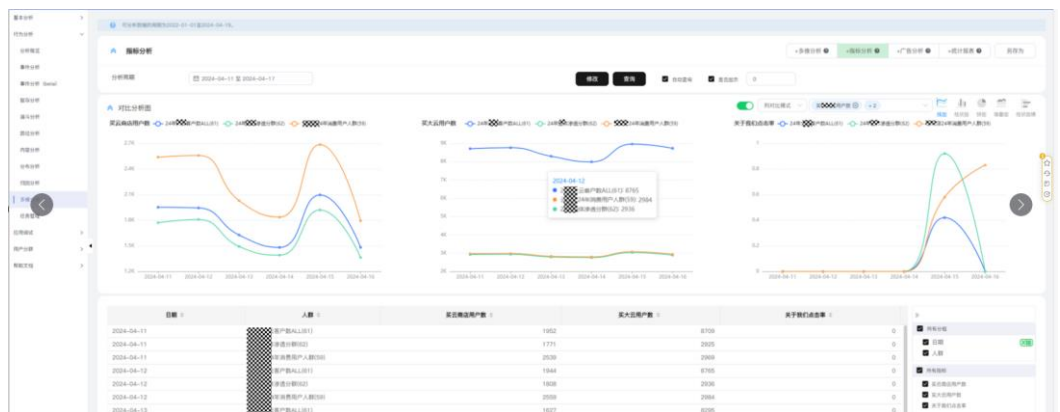
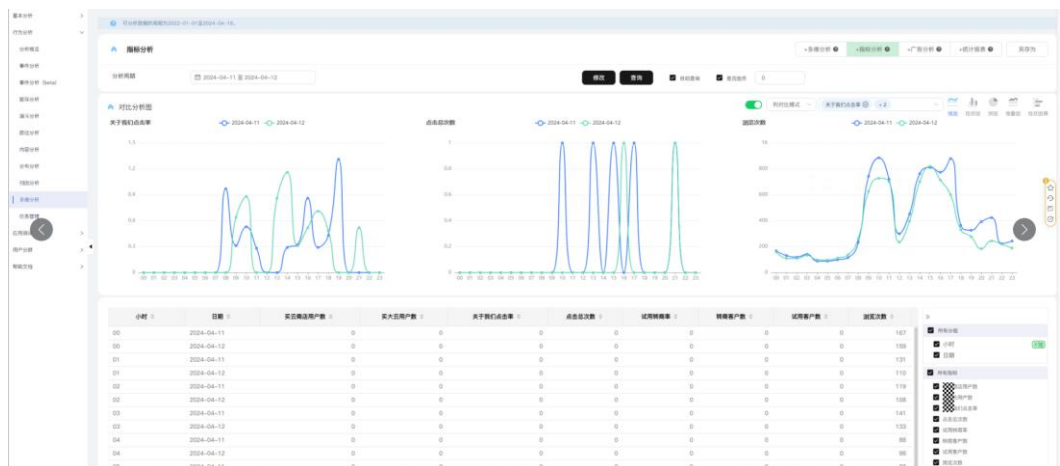


图1-3 指标分析-小时级数据对比及维度切换



### 1.3.3.9.3 广告分析

广告分析是基于 MarketApi 接入的公域统计指标数据，结合私域指标，完成对广告效果的公私域拉通展示；其中 MarketApi 接入的属性为维度，公私域指标为事实数据。通过如下操作可以实现广告分析的功能：

步骤 1 通过 AdsChannel 接入 MarketAPI 媒体侧数据

- 步骤 2 在指标分析中新建指标
- 步骤 3 在【多维分析】中点击+广告分析
- 步骤 4 选择需要分析的公私域指标
- 步骤 5 选择广告分组（根据需要）
- 步骤 6 选择广告过滤条件（根据需要）
- 步骤 7 选择弹框广告分组属性，用于弹框
- 步骤 8 选择高亮属性，用于人群跳转和创建
- 步骤 9 确定进行查询
- 步骤 10 根据查询结果，点击显示图示
- 步骤 11 右下分组和指标树中，勾选和拖动分组，对图、表进行调整，可以得到需要的图、表。
- 步骤 12 保存到看板，选择看板->填写标题->选择显示类型。

----结束

### 功能使用

1. 可以分析媒体测广告投放相关指标，如展、点、销等
2. 根据系统归因模块，可以拉通公私域数据进行关联分析
3. 能够分析某类（个）广告投放在私域产生的收入
4. 能够分析某类（个）广告投放在私域产生的 LTV
5. 能够分析某类（个）广告投放在私域产生的 ROI
6. 能够分析广告渠道维度的各类指标
7. 能够分析广告账户维度的各类指标
8. 能够分析广告计划维度的各类指标
9. 能够分析广告创意维度的各类指标
10. 上述分析的所有图形、多图、多坐标图、多页签图进行对比展示。
11. 指定维度如广告渠道的对比展示

#### 1.3.3.9.4 统计分析

基于华为云大数据平台 Dataarts 用 SQL 定制开发任意报表，定制完成后，可统一在看板展示，兼容界面中图标展示的各种能力。

- 步骤 1 登录华为云控制台，通过华为云 DataArts 定制报表 SQL，并验证 SQL 有效性
- 步骤 2 配置 SQL 语句到系统表中，配置过程联系华为工程师或伙伴开发人员
- 步骤 3 在【多维分析】中点击+统计分析
- 步骤 4 选择统计报表，该统计报表由步骤 2 创建
- 步骤 5 确定进行查询出报表数据
- 步骤 6 根据查询结果，点击显示图示

步骤 7 图形控制区对图进行调整得到需要的图

步骤 8 保存到看板，选择看板->填写标题->选择显示类型。

----结束

### 功能使用

1. 可以 SQL 编写任意报表
2. 通过 DGC 配置作业任务，制作 T+1 的复杂报表
3. 通过看板配合图+表，展示多个报表的组合复杂场景
4. 支持多维分析所有的图形效果
5. 支持看板公共参数，支持排序、支持项目、日期等公共参数

### 1.3.3.9.5 图形特点

与其他的配置保持相同：通过下面的图形模式+样式等，可以支持多种图形展示效果

图1-4



**按列单图：**列作为指标，每一列一个系列出一个单图

**按列多图：**列作为指标，每一列一个图，全部平铺进行展示

**案列多业签：**列作为指标，每一列一个图，通过页签进行切换

**行对比：**行作为指标，每行一个系列，出一个单图，此时无法选取行和列，使用场景为 LTV，ROI 等。

图1-5 多图显示



图1-6 多页签显示

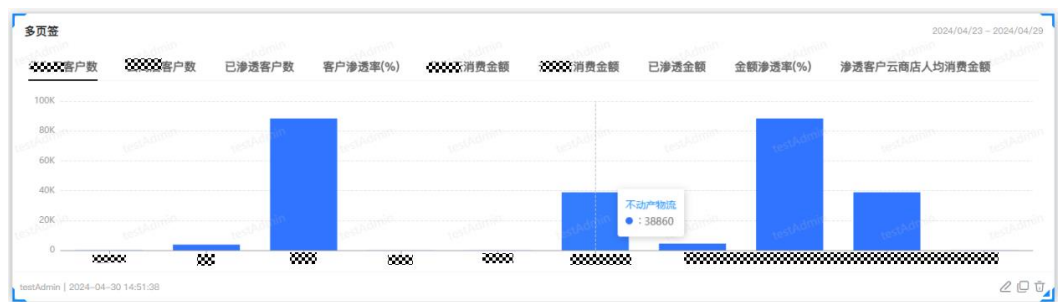
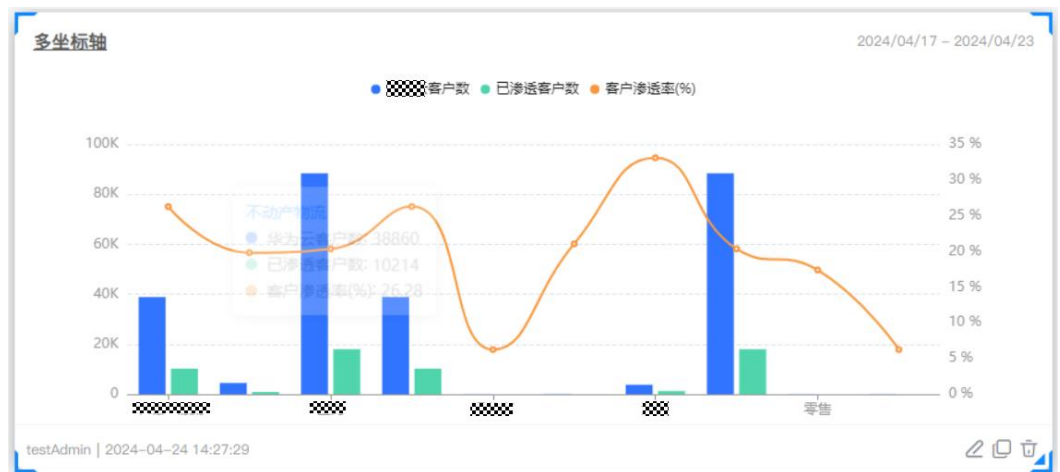


图1-7 多坐标轴显示



### 1.3.3.10 新事件分析

#### 概述

事件分析是数据分析的一种基础模型，通过捕捉用户的登录、浏览、搜索、加购、付费等事件，对用户行为事件、指标进行统计、分组、全局筛选等分析操作，从而深入了解用户的行为习惯、需求偏好以及业务运营的状况，将数据转化为有价值的洞察，为决策提供科学依据。

通过事件分析我们可以准确了解产品内发生的事件量，根据产品特性合理配置，轻松回答关于变化趋势、分组对比等问题，例如：

- 某个时间段产品推广页面点击量有多少？对比昨日提升了多少？
- 某个渠道的累计产品注册数是多少？第一季度排名前十的产品注册渠道是哪些？
- 产品某个活动页的 UV 走势，安卓和 ios 的占比分别是多少？

## 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。

## 功能使用

### 1、分析周期

\* 分析周期: 天级  2024-04-22 至 2024-04-28  上一周期 2024-04-15 至 2024-04-21

- 分析粒度：小时级、天级、周级、月级
- 支持今天、昨天、本周、上周、本月、上月、今年、去年、过去\*天、具体时间以及动态时间的快速设定。
- 支持时间对比（上一周期、上周同期、去年同期、具体时间段）

### 2、条件配置



- 支持按照事件分类进行事件的选择，同时用户可以根据自己的需求，管理属于自己的分类；
- 指标配置：支持按总次数、总人数、人均次数、按...求最大值、按...求最小值、按...求和、按...求平均、按...去重等几种方式，指标支持设置别名，分析结果表达更清晰；
- 事件筛选：针对基于事件的公共属性以及事件属性进行筛选过滤，筛选条件支持“且”和“或”的运算模式；
- 自定义指标：支持使用事件编号进行四则运算，支持加+、减-、乘\*、除/、括号()运算符，指标编号支持任意组合。

### 3、属性分组



- 支持针对指标进行分组展示，多个事件可以使用相同的分组属性，也可以分别使用事件特有的事件属性进行分组；
- 当选择应用于全部时，只能基于所有事件共有事件属性及公共属性进行分组；

- 当分组条件运用到某个事件时，此事件指标可以基于此事件属性以及公共属性进行分组。

#### 4、全局筛选



- 点击“+全局筛选”按钮，支持按人群维度以及属性维度筛选出用于事件分析的用户群体；
- 支持按照事件属性进行群体筛选，用于筛选的事件属性为事件配置指标共用的事件属性加公共属性
- 人群筛选分类说明：

分类	筛选规则	说明
静态人群	用户做过/用户没做过	基于用户事件进行人群筛选，时间周期固定
静态人群	用户属于	基于客户分群中的用户群体进行群体筛选，支持按最新数据以及指定周期（仅购买 CDP 服务的场景下才支持周期人群）进行分群数据的选择
动态人群	用户做过/用户没做过	<p>事件筛选的周期以分析周期为基准，支持基于分析周期进行偏移运算。</p> <p>如：用户希望分析在 5 月 21 号到 5 月 26 号之前发生购买行为的用户，并且这些用户在七天内都浏览过此商品的广告，针对此场景：</p> <p>分析周期为 5 月 21 号到 5 月 26 号，使用动态人群，计算区间选择“之前 7 天到之后 0 天”</p> <p>21 号的购买用户数，则用户浏览日期为 14 号-21 号</p> <p>22 号的购买用户数，则用户浏览日期为 15 号-22 号</p> <p>以此类推。</p>
动态人群	用户属于	基于客户分群中的用户群体进行筛选（仅购买 CDP 服务的场景时才支持周期人群）

#### 5、图表展示



- 支持按图（折线图、条形图、饼图、累计图）及表格多种方式进行分析结果的呈现；
- 计算结果支持按总结及平均两种汇总方式；
- 当分析指标为人数（UV）时，支持创建结果分群、查看用户列表以及查看群体画像（仅购买 CDP 服务的用户具备查看群体画像的能力）；
- 当指标分析的查询时间较长时，超过 10 秒，系统默认进入任务查询页面，用户可以进入任务管理界面查看查询的结果；



## 6、保存看板

The screenshot shows a '保存到看板' (Save to Dashboard) dialog box. It contains the following fields and options:

- \* 图表名称: 请输入图表名称 (Input field)
- \* 看板分组: 分享给我的看板 (Dropdown menu) with a '新建分组' (New Group) button.
- \* 看板名称: 默认看板(1) (Dropdown menu) with a '新建看板' (New Dashboard) button.
- \* 图表类型:  折线图  条形图  饼图  累计图  表格

At the bottom right, there are two buttons: '取消' (Cancel) and '保存' (Save).

点击保存，视图可以保存到看板中，保存位置支持个人看板及公共看板，图标类型支持折线图、条形图、饼图、累计图、表格等呈现方式。

## 1.3.4 广告分析

### 1.3.4.1 通用报表

#### 1.3.4.1.1 数据概览

##### 概念介绍

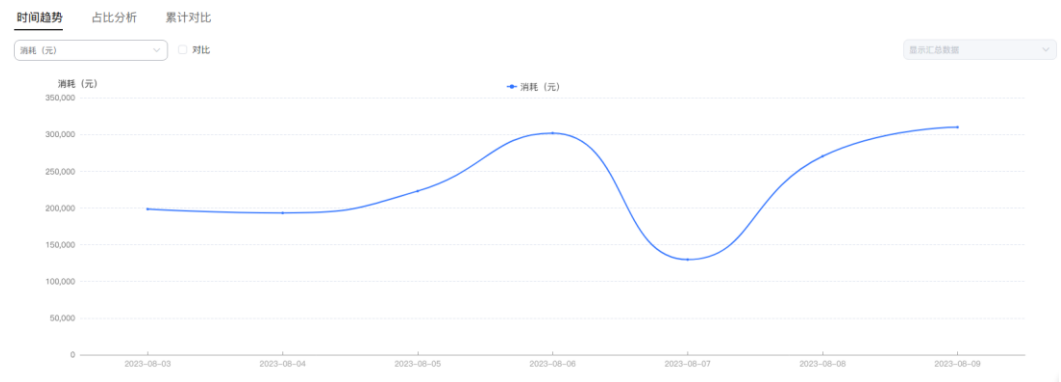
用户可以通过数据概览查看广告投放详细统计数据情况，帮助用户分析广告效果，调整广告投放策略。

### 功能介绍

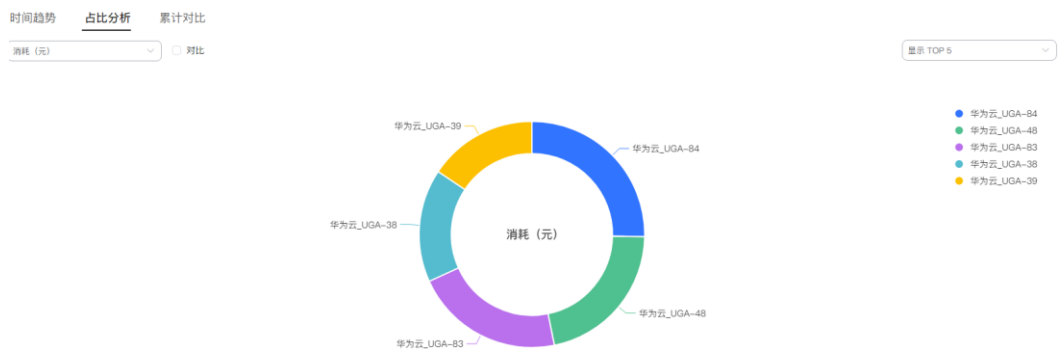
- 根据不同广告渠道、账号、时间范围内查看广告投放分析转化率、ROI、费用情况等



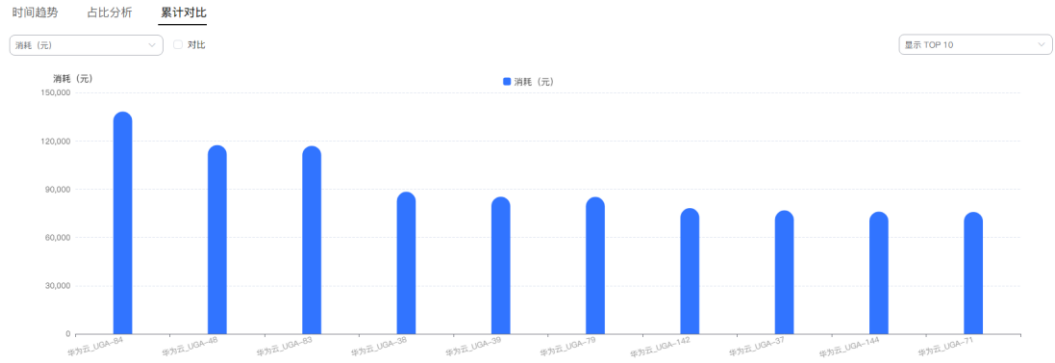
- 时间范围内费用消耗趋势图



- 广告投放账号消耗费用占比分析



- 不同广告投放账号在不同渠道累计费用投入对比



### 1.3.4.1.2 渠道报表

#### 概念介绍

在通过不同渠道广告投放落地页促进用户增长的过程中，常会有以下几个需求场景：

- 在各渠道投放的落地页面究竟带来多少的新增用户数，以便优化后期的投放策略。
- 在各渠道投放带来的新增用户，他们的后续留存、付费情况如何，以便来评估不同渠道的用户质量。

#### 功能介绍

- 费用在不同渠道消耗、展示数、付费、转化率等等占比情况和时间趋势。



- 可筛选、导出查看具体时间段、激活数、渠道、账户、付费等等详情数据。

时间-天	账户ID	渠道名称	账户名称	激活数 (次)	激活成本 (元)	付费次数 (次)	点击率 (%)	平均点击单价 (元)	点击数 (次)
总计 共47条记录				1,146	168.63	1,198	0.51	18.98	10,181
2023/08/04	1751636365378637	巨量广告	华为云_UGA-08	0	0	16	0	0	0
2023/08/04	1754616147852295	巨量广告	华为云_UGA-131	0	0	0	0	0	0
2023/08/04	1754616148706382	巨量广告	华为云_UGA-132	0	0	0	0	0	0
2023/08/04	1754616476822536	巨量广告	华为云_UGA-142	78	102.56	88	0.32	12.94	618
2023/08/04	1754616478095374	巨量广告	华为云_UGA-144	74	229.62	68	0.24	57.79	294
2023/08/04	1754616478711821	巨量广告	华为云_UGA-145	0	0	6	0.53	49.62	18
2023/08/04	1754616542515213	巨量广告	华为云_UGA-151	4	250	0	0.56	25	40
2023/08/04	1754616646417550	巨量广告	华为云_UGA-165	54	222.22	86	1.53	11.32	1,060
2023/08/04	1754616647058446	巨量广告	华为云_UGA-166	24	23.39	0	4.39	2.16	260
2023/08/04	1754616647695367	巨量广告	华为云_UGA-167	80	55.50	10	2.21	3.88	1,144

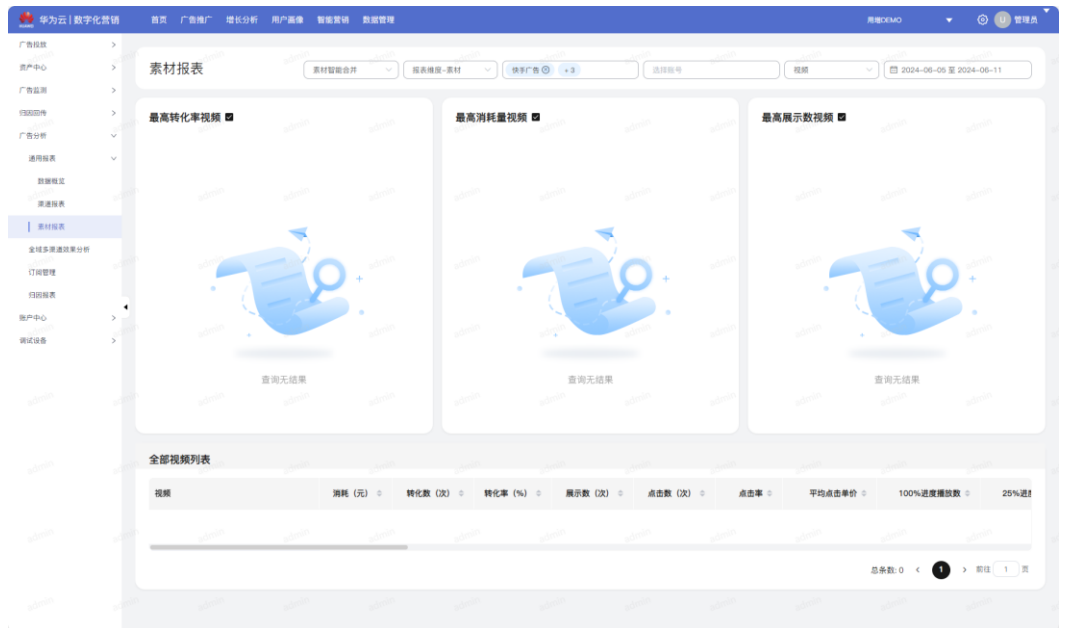
### 1.3.4.1.3 素材报表

#### 概念介绍

帮忙企业优化自身营销策略及创意制作，全方位助力广告从业者营销能力提升，洞察素材在不同渠道的消耗量、转化率、转化成本、展示数等投放分析服务。

### 功能介绍


- 展示多渠道、不同素材、不同账户等投放分析情况。
- 点击素材智能合并按钮，通过 AI 算法自动解析素材内容，将相似素材自动聚为一类，进行聚类分析。
- 点击报表维度，可切换按素材和标签两种维度分析素材效果。



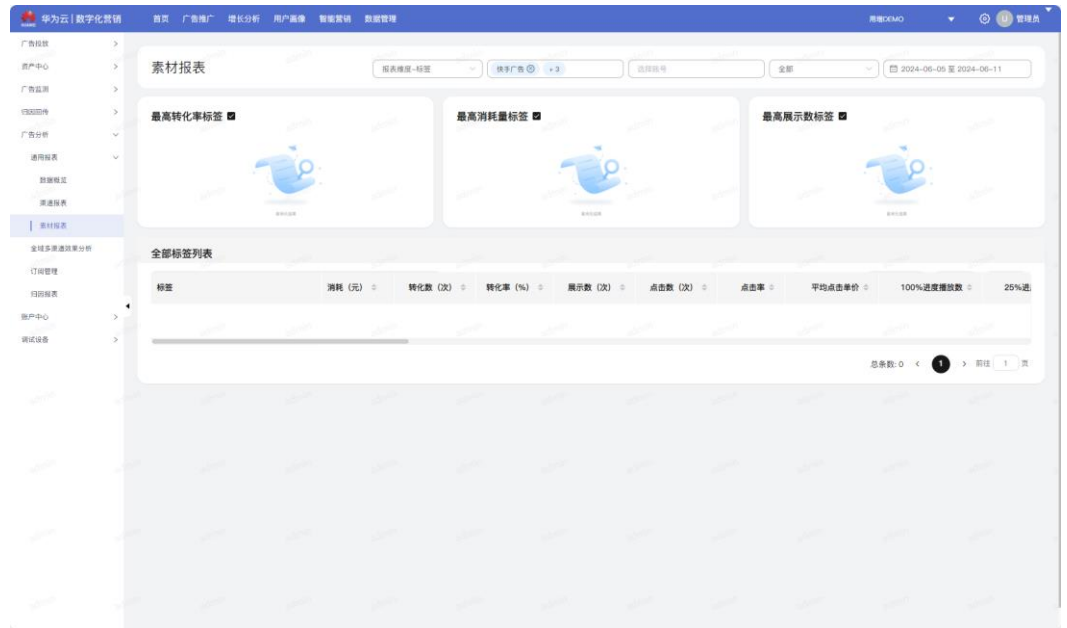
- 可根据图片/视频对应的名称查询和导出具体的投放效果。

全部视频列表

视频名称  自定义列 筛选 导出

视频	渠道名称	消耗 (元)	展示数 (次)	点击数 (次)	转化率 (%)	转化数 (次)	转化成本 (元)	当日付费ROI (%)	当日付费 (元)
 ID: 2023081009 视频名称: ZY2-20230605-美女# 创建时间: -- 时长: 00:00:00 详细分析	巨量广告	561982.37	6,639,639	22,742	1.80	410	1370.69	1.26	7,096
 ID: 7498938752 视频名称: L8B-真人片头透化12-1 创建时间: 2023-06-19 15:52:04 时长: 07:51:40 详细分析	巨量广告	110303.73	929,097	3,459	2.43	84	1313.14	1.53	1,692
 ID: 2023081011 视频名称: ZY2-20230605-美女# 创建时间: -- 时长: 00:00:00 详细分析	巨量广告	77113.02	850,432	2,985	1.17	35	2203.23	0.65	498

点击报表维度一标签时，按标签维度分析 top 转化率、消耗量、展示数标签，展示按标签维度统计的全部数据指标信息。



## 1.3.4.2 巨量报表

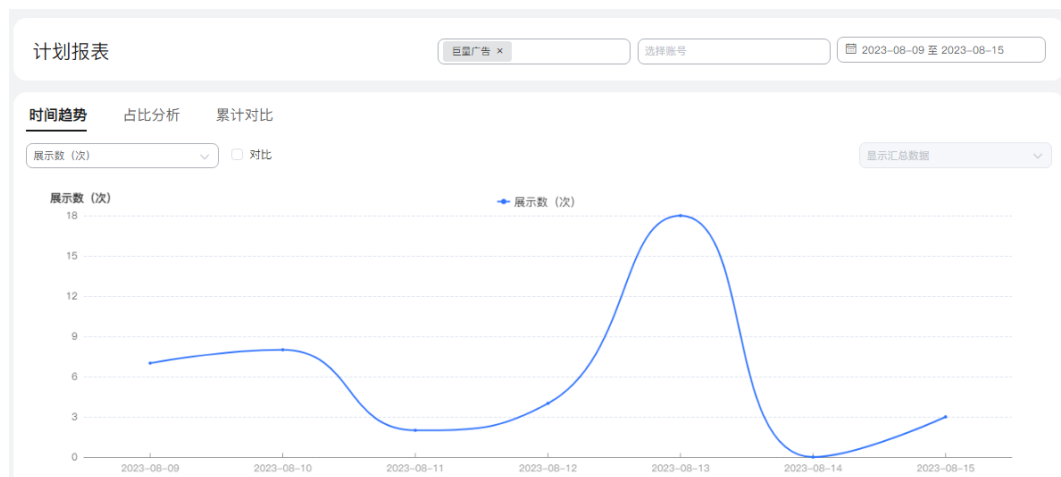
### 1.3.4.2.1 计划报表

#### 概念介绍

计划报表通过不同方式展示广告计划各项数据指标，进行时间、占比、累计的数据可视化分析，查看每个广告账号的相关数据，详情数据支持自定义展示详情数据。帮忙企业优化广告计划，全方位助力广告从业者判断广告计划的优劣和提升营销能力。

#### 功能介绍

界面功能组成：计划报表主要由广告计划的时间趋势图，占比分析图，累计对比图以及详情数据图组成。



- 筛选条件：通过选定广告平台（当前只支持巨量平台），广告账号（支持多选和全选），时间区间来确定当前页面广告计划展示的范围。
- 时间趋势：通过选择一个指标（如展示数）来展示当前指标选定时间段内的波动趋势。

- 占比分析：选定广告计划 TOP 数目（如 TOP5）后，选择一个指标（如展示数）查看（TOP5）广告计划的占比情况，或选择两个指标进行对比，观察选定时间段内两个指标各自的占比情况。
- 累计对比：和占比分析功能类似，用柱状图展示选定时间段内 TOP 数目的广告计划某一个指标或者两个指标的对比。

详情数据

时间	广告计划	广告计划ID	消耗 (元)	展示数 (次)	当日付费 (元)	当日付费ROI (%)	付费成本 (元)	付费次数 (次)	下载数 (次)	激活数 (次)	转化
总计 共17条记录			0	42	0	0	0	0	0	0	0
2023/06/15	169930001_1=2.1-arc(康洁-每次-开	1756006476659799	0	0	0	0	0	0	0	0	0
2023/06/15	170950001_1=4UE4素材_31_5	175623258498871	0	3	0	0	0	0	0	0	0
2023/06/15	171970010_1=0319_1	1760799016643829	0	0	0	0	0	0	0	0	0
2023/06/13			0	9	0	0	0	0	0	0	0
2023/06/13	170950001_1=4UE4素材_31_1	1756232589539357	0	0	0	0	0	0	0	0	0
2023/06/13	170950001_1=4UE4素材_31_5	175623258498871	0	9	0	0	0	0	0	0	0
2023/06/12			0	2	0	0	0	0	0	0	0
2023/06/12	170950001_1=4UE4素材_31_2_5	1757950635575395	0	2	0	0	0	0	0	0	0
2023/06/11			0	1	0	0	0	0	0	0	0
2023/06/11	170950001_1=4UE4素材_31_2_5	1757950635575395	0	1	0	0	0	0	0	0	0

- 展示当前条件下的全部广告计划详细信息，详情列可以通过“自定义列”自定义，“导出”按钮可以导出当前广告计划。
- 计划报表详细数据加筛选的功能，支持筛选自定义指标满足大于/小于多少数值的详细数据
- 支持筛选的指标：消耗、展示数、千次展示均价、转化数、转换成本、转化率、当日付费 ROI、首次付费成本、付费成本、下载数、下载成本、激活数、激活成本、出价、投放位置、付费金额

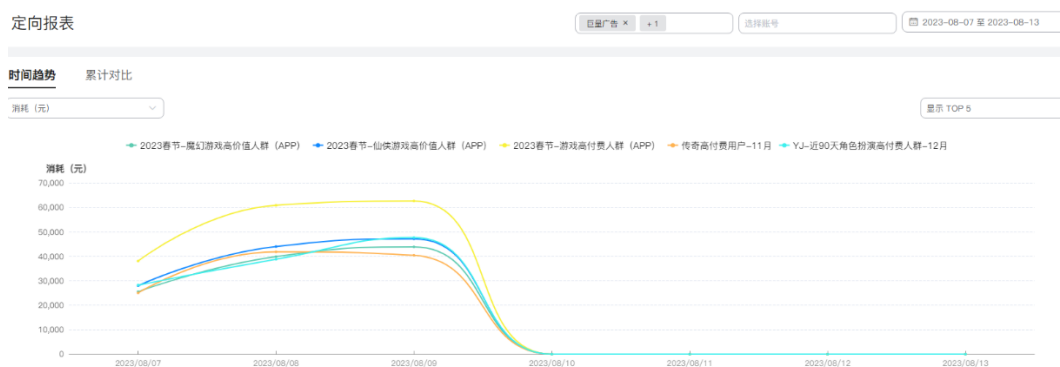
### 1.3.4.2.2 定向报表

#### 概念介绍

通过分析圈选的特定人群包帮助企业优化自身人群营销策略，帮助广告从业者从人群角度分析问题从而提升营销能力，洞察不同人群的消耗量、转化率、转化成本、展示数等投放分析服务以及趋势图。

#### 功能使用

功能界面组成：定向报表主要由筛选条件，时间趋势，累计对比，优选人群包，详情数据等部分组成。



- 筛选条件：通过选定广告平台（当前只支持巨量平台），广告账号（支持多选和全选），时间区间来确定当前页面人群的范围。
- 时间趋势：选定展示人群 TOP 数目后，通过选择一个指标（消耗）来展示当前指标选定时间段内的波动趋势。

- 累计对比：选定展示人群 TOP 数目后，通过选择两个指标进行对比，观察选定时间段内两个指标的比较情况。

优选人群包

TOP1	TOP2	TOP3
人群包名称 2023春节-抖音挑战赛观看人群 (APP)	人群包名称 2023春节-抖音挑战赛观看人群 (小游戏)	人群包名称 2023春节-SLG游戏高价值人群 (小游戏)
7.50 % 419.84 元	4.88 % 794.29 元	4.21 % 925.74 元
转化率 转化成本	转化率 转化成本	转化率 转化成本

- 优先人群包：选取 TOP20 最低转化成的人群包，在这些人群包内选出转化率最高的 3 个人群包。

详情数据

自定义列 筛选 主导出

时间	人群包名称	人群包ID	消耗 (元)	展示数 (次)	平均点击单价 (元)	平均千次展示费用 (元)	转化率 (%)	点击数 (次)	点击率 (%)
总计 共117条记录			1616155.92	13,508,733	31.10	119.64	2.11	51,972	
2023/06/09	2023春节-SLG游戏高价值人群 (APP)	389757830	6282.24	60,286	27.80	104.21	2.65	226	
2023/06/09	2023春节-SLG游戏高价值人群 (小游戏)	389808911	732.22	6,448	36.61	113.56	0	20	
2023/06/09	2023春节-二次元游戏高价值人群 (AF)	389810295	27809.94	244,948	34.16	113.53	1.47	814	
2023/06/09	2023春节-仙侠游戏高价值人群 (APP)	389809218	47,168	448,400	31.53	105.19	1.20	1,496	
2023/06/09	2023春节-仙侠游戏高价值人群 (小游戏)	389809572	9777.40	74,350	38.80	131.51	0	252	
2023/06/09	2023春节-传奇游戏高价值人群 (APP)	389749952	29343.48	253,392	29.94	115.80	0.82	980	
2023/06/09	2023春节-传奇游戏高价值人群 (小游戏)	389757380	4920.36	33,658	38.44	146.19	0	128	
2023/06/09	2023春节-抖音挑战赛观看人群 (APP)	389811587	52.92	1,162	13.23	45.54	50	4	
2023/06/09	2023春节-抖音挑战赛观看人群 (小游戏)	389811637	56.10	1,148	28.05	48.87	100	2	
2023/06/09	2023春节-模拟经营游戏高价值人群 (APP)	389811373	712.32	7,028	29.68	101.35	0	24	

- 展示当前条件下的全部人群包详细信息，详情列可以通过“自定义列”自定义，“导出”按钮可以导出当前人群包。
- 定向报表的详细数据加筛选的功能，支持筛选自定义指标满足大于/小于多少数值的详细数据
- 支持筛选的指标：消耗、展示数、千次展示均价、转化数、转换成本、转化率、当日付费 ROI、首次付费成本、付费成本、下载数、下载成本、激活数、激活成本、出价、投放位置、付费金额

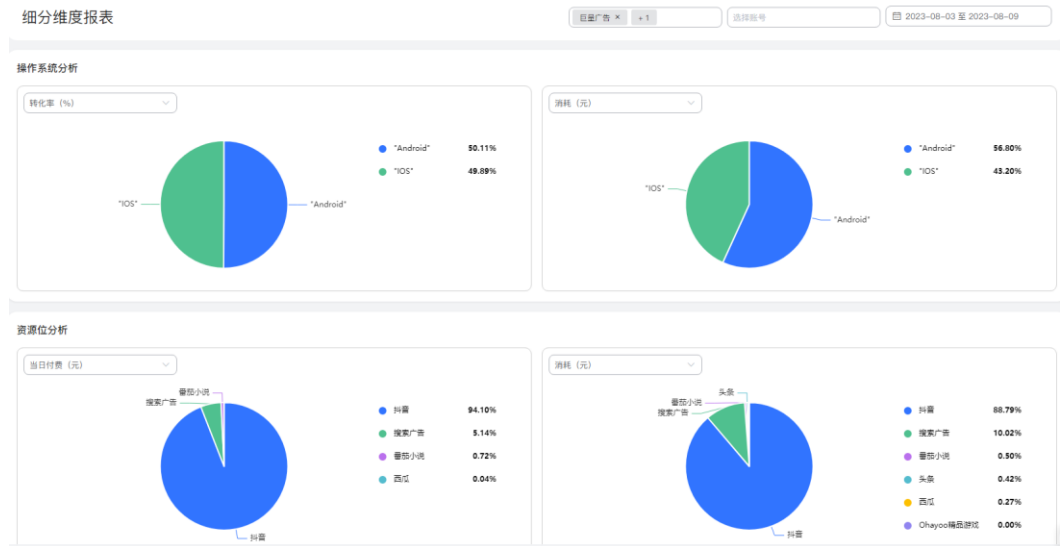
### 1.3.4.2.3 细分维度报表

#### 概念介绍

细分维度报表可查看广告投放放在 Android/IOS 不同操作系统和资源位投放效果，以便运营更精细化管控运营投放成本。

#### 功能介绍

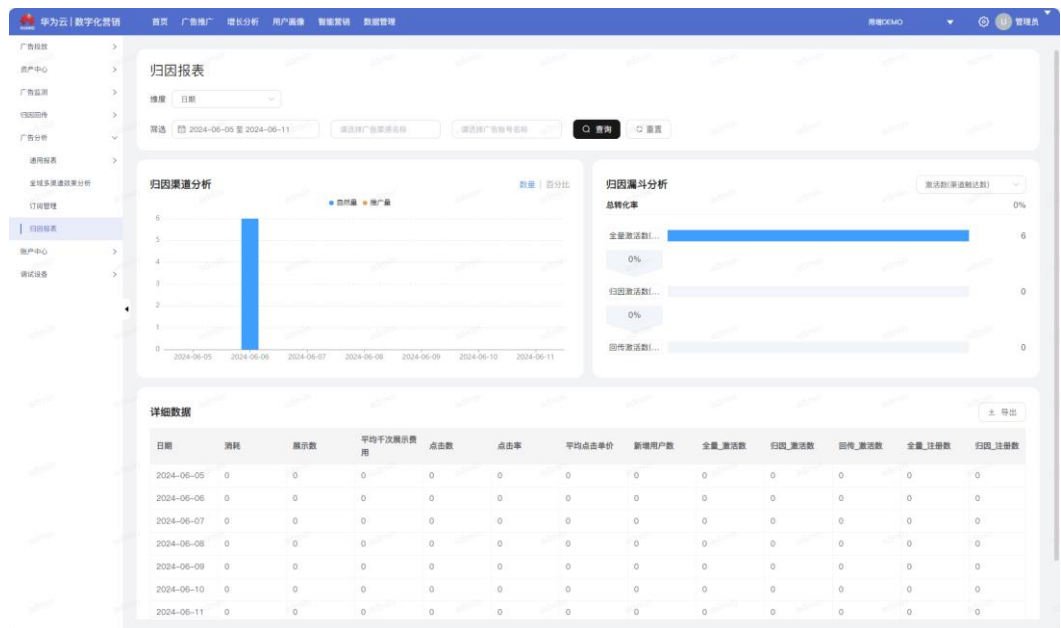
根据不同渠道、账户、时间段内查看操作系统和资源位的消耗、成本、转化率、付费、激活、点击等维度进行分析。



### 1.3.4.3 归因报表

#### 功能介绍

根据日期、渠道、账号、计划、创意几个维度在时间段内查看归因情况

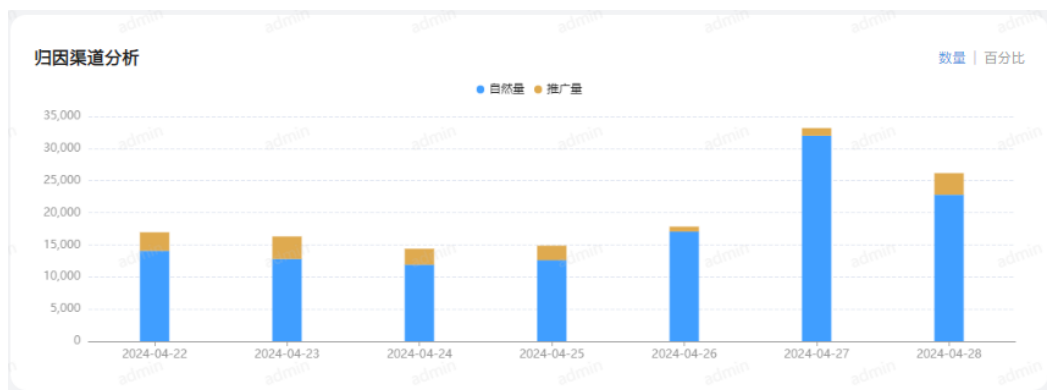


维度: 日期、渠道、账号、计划、创意





**归因渠道分析：**支持按数量和百分比切换查看自然量和推广量



**归因漏斗分析：**支持激活数、注册数、总付费金额、首日付费金额的归因漏斗统计



上述指标在初始化时会根据业务情况进行初始化配置



**详细数据：**根据筛选条件，展示各广告渠道的各类数据统计

日期	消耗	展示数	平均千次展示费用	点击数	点击率	平均点击单价	新增用户数	全量_激活数	归因_激活数	回传_激活数	全量_注册数
2024-04-22	0	0	0	0	0	0	0	14,066	0	0	14,616
2024-04-23	2.50	123	20.33	8	6.50	0.31	38	16,306	3,492	10	6,106
2024-04-24	14,580.95	1,182,913	12.33	3,465	0.29	4.21	5	14,394	2,472	756	5,404
2024-04-25	4,941.28	393,812	12.55	995	0.25	4.97	36	14,874	2,260	225	5,186
2024-04-26	1,960.06	161,552	12.13	508	0.31	3.86	6	17,832	766	137	7,554
2024-04-27	4,302.25	313,507	13.72	958	0.31	4.49	3	33,176	1,198	169	16,874
2024-04-28	110.54	10,006	11.05	40	0.40	2.76	2	26,148	3,352	117	9,984

### 1.3.4.4 订阅管理

#### 概念介绍

订阅管理将数据概览、细分维度报表、计划报表、素材报表的图表信息发送到邮箱，也可以查询当前配置的订阅记录。

#### 功能使用

功能界面组成：订阅管理主要新增，查询和重置订阅信息。



- 通过新增按钮勾选邮箱来确定报表信息的发送对象，其中邮箱是账号创建时买家中心管理员配置。
- 每周一下午 15:00 发送上周的报表至客户邮箱。

- 通过查询按钮查询某个邮箱是否有发送报表。

## 1.3.5 数据管理

### 1.3.5.1 元事件管理

#### 概念介绍

元事件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，当日报入，次日可分析。仅管理员角色拥有新增和修改埋点权限。

#### 功能介绍

1、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。



元事件详情

事件编码:  事件名称:  创建人:  key名称:

事件状态: 全部 启用 禁用 新增 下载模板 导入 导出

序号	业务	事件编码	事件名称	事件分类	创建人	创建时间	近30天使用次数	操作
> 1	消费品行业	Advertising_Platform	广告平台			2023-03-11 17:51:57	19	⌵ ⌵ ⌵
> 2	消费品行业	ceeh_lwmy	测试事件			2023-06-20 15:57:03	11	⌵ ⌵ ⌵
> 3	消费品行业	register_result	注册结果			2023-04-23 17:19:45	9	⌵ ⌵ ⌵
> 4	消费品行业	Advertising_Crowd	广告人群包			2023-04-03 10:52:51	2	⌵ ⌵ ⌵
> 5	消费品行业	Advertising_Account	广告创意			2023-03-11 17:51:57	1	⌵ ⌵ ⌵
> 6	消费品行业	Advertising_Inventory	广告资源位			2023-03-11 17:51:58	17	⌵ ⌵ ⌵
> 7	消费品行业	Advertising_Group	广告计划			2023-04-08 17:33:46	33	⌵ ⌵ ⌵

2、切换至公共属性后可关联维度表。



公共属性详情

属性编码:  属性名称:  创建人:  属性类型:

属性状态: 全部 启用 禁用 新增

关联维度表

保存

序号	属性编码	属性名称	表单值	创建人	创建时间	更新时间	属性类型	维度表编码	是否启用	操作
1	advertising_channels	广告渠道	查看有申请	huangzhang	2023-03-11 17:21:02	2023-08-08 10:13:57	事件公共属性		<input type="checkbox"/>	⌵ ⌵ ⌵
2	vip_registered_time	注册会员时间	查看有申请	testAdmin	2023-03-13 19:21:37	2023-04-19 03:16:27	用户属性		<input type="checkbox"/>	⌵ ⌵ ⌵

### 1.3.5.2 维度管理

#### 概念介绍

当前基于已经埋点的属性来直接创建虚拟属性之外，还可以结合第三方维度表来创建更复杂的虚拟属性应用。

#### 功能介绍

支持维度表的复制/新增/查询/详情展开/删除/修改等操作。

维度表管理

新增表编码 请输入维度表编码 维度表名称 请输入维度表名称 创建人 请输入创建人 key编码 请输入key编码 key名称 key名称

新增

序号	业务	维度表编码	维度表名称	创建人	创建时间	操作
>	1	新消费品行业	Item_material	视频素材信息	2023-04-03 10:24:03	删除 刷新 重置
>	2	新消费品行业	Item_ads_account	广告账号信息	2023-04-03 10:11:42	删除 刷新 重置
>	3	新消费品行业	Item_label	标签维度表	2023-06-06 08:15:27	删除 刷新 重置
>	4	新消费品行业	Item_custom_audience	人群包信息	2023-04-03 14:40:46	删除 刷新 重置

### 1.3.5.3 内容管理

#### 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。

#### 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。

可输入指标名称、分析对象名称、创建人工号

创建时间 分析对象

<p>name 名</p> <p>创建人: admin 创建时间: 2023-06-20 16:02:53</p> <p>+ user_name mingzi</p>	<p>custom_audience 人群</p> <p>创建人: admin 创建时间: 2023-06-20 15:58:45</p> <p>+ my</p>	<p>account_number 账号</p> <p>创建人: s00431040 创建时间: 2023-06-09 06:59:00</p> <p>+ 注册人数 注册次数</p>	<p>activity_name 活动名称</p> <p>创建人: z84282180 创建时间: 2023-06-07 16:58:15</p> <p>+ 活动使用优惠券UV 活动浏览PV</p>
<p>search_keyword 搜索关键字</p> <p>创建人: 100375635 创建时间: 2023-04-21 02:32:54</p> <p>+ 搜索次数</p>	<p>source 来源渠道</p> <p>创建人: 100375635 创建时间: 2023-04-21 01:38:12</p> <p>+ 来源渠道</p>	<p>product_name 商品名称</p> <p>创建人: zwx11504... 创建时间: 2023-04-20 01:10:...</p> <p>+ 收藏次数 支付提交比 (%)</p> <p>订单支付次数 订单提交次数</p>	<p>store_name 门店名称</p> <p>创建人: 100375635 创建时间: 2023-04-21 01:19:37</p> <p>+ 订单支付次数</p>
<p>brand_name 商品品牌</p> <p>创建人: 100375635 创建时间: 2023-04-21 01:16:36</p> <p>+ 订单支付次数</p>			

批量删除

共 9 条 1 / 1 页

##### 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）

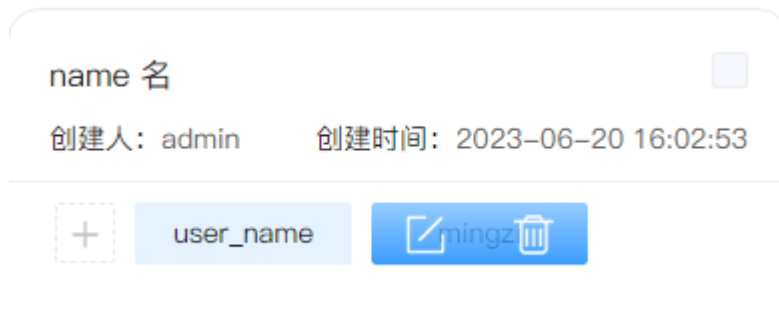


- 点击第一个指标旁边的加号创建第二个原子指标。步骤同上。
- 点击第一个指标旁边的加号创建复合指标。依次填写指标名称、选择指标、运算规则（加减乘除）。



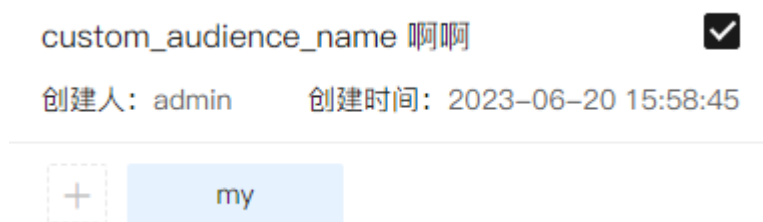
### 3. 编辑和删除指标

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）。



#### 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。

### 1.3.5.4 虚拟事件

#### 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。

#### 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；

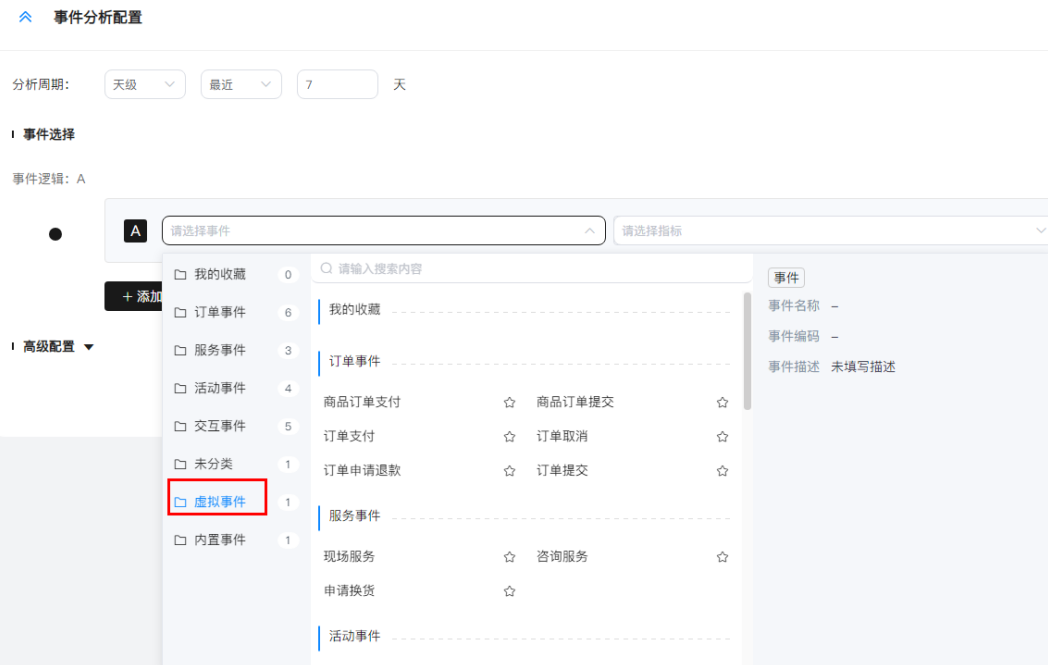
- 对列表可以按“事件名称”、“创建人”进行筛选，且支持模糊筛选；
- 列表中的字段包括：事件名称、创建人、创建时间、最近修改人、修改时间、事件详情、操作（编辑/删除），每一页列表最多显示 100 条，可翻页。



- 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”



### 1.3.5.5 指标管理

#### 概念介绍

随着接入增长分析平台的数据越来越丰富，在事件分析等分析模型中创建的指标越来越复杂，我们可能会发现花在指标配置的时间越来越久，且对于相似场景需要多次重复配置；亦或者在与业务沟通时各自使用的指标口径不一致，导致沟通成本逐步升高。

指标管理便是用来解决指标复用和口径统一的问题。在统一管理界面，您可以查看现有指标列表和对应的指标定义，统一完成创建、编辑、删除等管理类操作，从而保证各端对同一指标的定义和消费保持一致。

## 功能介绍

- 1、支持对指标事件新增/修改/删除/查看等功能。

指标管理详情

指标分组:  指标名称:  创建人:  🔍 查询

+ 新增

<input type="checkbox"/>	序号	指标名称	指标分组	指标类型	创建人	创建时间	最近修改人	最近修改时间	操作
<input type="checkbox"/>	1	活动浏览指标	新商品	原子指标		2023-07-28 11:01:58		2023-07-28 11:01:58	👁️ 🗑️ 🔄
<input type="checkbox"/>	2	平均点击单价 (元)	人群包维度	复合指标		2023-04-03 13:14:53		2023-06-19 22:40:19	👁️ 🗑️ 🔄
<input type="checkbox"/>	3	平均千次展示费用 (元)	人群包维度	复合指标		2023-04-03 13:13:24		2023-06-19 22:38:22	👁️ 🗑️ 🔄
<input type="checkbox"/>	4	搜索总次数	新商品	原子指标		2023-04-21 07:15:26		2023-04-21 10:53:31	👁️ 🗑️ 🔄

- 2、新增指标分为原子指标和复合指标，可根据不同事分组和运算规则进行创建。

创建原子指标 ✕

\* 指标名称:

指标含义:

\* 指标分组:  + 指标分组

\* 选择事件:  A   + 过滤条件

+ 添加事件

重置 确定



创建复合指标 ×

---

\* 指标名称:

指标含义:

\* 指标分组:  + 指标分组

\* 选择指标:

\* 运算规则:

公式:

指标:

重置确定

## 1.3.6 应用调试

### 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。

### 功能使用

#### APP 调试

支持在开发过程中可以启用调试模式,实时查看事件的记录情况,观察具体结果并根据需要进行调整。

a. 开启调试模式: 执行如下 `adb` 命令, 调试模式打开后, 所有事件将实时上报, 在应用调试界面可实时查看上报的数据。

```
adb shell setprop debug.huaweicloud.analytics.app <package_name>
```

注: 请将命令行中的<package\_name>字段替换为您的应用包名。

b. 停用调试模式: 执行如下 `adb` 命令, 停用调试模式。

```
adb shell setprop debug.huaweicloud.analytics.app .none
```

#### WEB 调试

a. 开启调试模式: 在 SDK 初始化之前, 添加以下代码以启用调试模式 (请勿在生产环境使用调试模式)。

```
ugasdk.setIsUseDebugMode(true);// 开启 debug 模式
```

### 查看上报数据

开启调试模式后，在如下页面点击刷新，即可查看数据上报情况，详情可以参考埋点指导《华为云-增长分析平台（UGA）》。



## 1.3.7 用户分群

### 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。

### 功能使用

#### 1. 功能界面组成



- 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：

#### 配置分群规则



- 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。

# 2 产品介绍

- 3.1 产品简介
- 3.2 功能模块
- 3.3 产品架构

## 2.1 产品简介

用户画像是客户深度运营的数据解决方案，首先通过收集多渠道的客户数据，以 OneID 构建起统一的客户视图；其次通过对客户标签与模型的构建，实现人群细分，进行精准的自动化营销和广告投放。旨在挖掘开发潜在客户，以及精细运营存量客户并提升其价值。

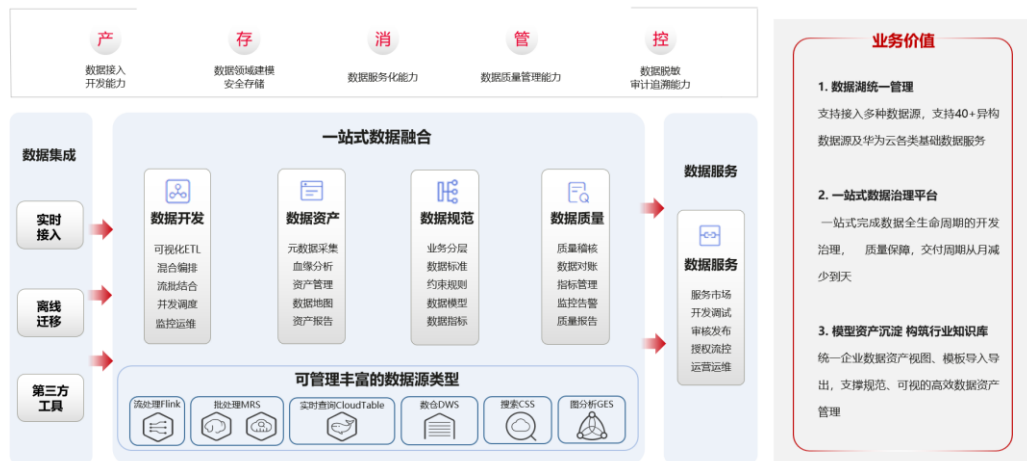
## 2.2 功能模块

围绕分群管理、标签管理、数据管理、运营管理、配置管理等几大功能模块提供产品能力。

## 2.3 产品架构



### 2.3.1 数据接入：一站式跨域数据融合，高效管控多方数据源



### 2.3.2 标签管理：零代码构建标签->预置通用运营标签模板

**行为偏好标签**  
支持根据完成事件的某个属性进行分组排序，取TOP的分组作为标签值

**生命周期标签**  
对用户生命周期进行洞察，打造营销策略，促进用户对品牌认知、购买、忠诚度

**RFM标签**  
根据客户的最近一次消费(R)、交易频次(F)、交易金额(M)、衡量客户的价值

**规则标签**  
支持创建规则标签，通过规则组合，灵活定制每个标签值的规则。

**标签基础信息**  
标签标识、描述  
刷新周期  
隐私、权限  
.....

**选择用户属性**  
用户注册信息  
职业信息  
居住地址信息  
.....

**选择用户行为**  
行为发生时间段  
事件组合  
事件发生顺序  
.....

**业务价值**

- 易用、低门槛化**  
基于用户属性、用户行为，通过灵活的规则组合以及标签值的设定，快速完成标签构建
- 营销模型降低经验要求**  
通过预置偏好、RFM、生命周期多个高效的营销模型标签，降低运营人员的专业性的要求

### 2.3.3 用户分群：任意特征维度的用户分群，丰富的人群洞察能力，AI 辅助人群扩展

**需求** → **用户分群** [规则+AI] → **营销**

**人群圈选**  
可视化圈选，条件任意组合，秒级响应

**洞察分析**  
简单快速创建可视化图表，无需编程即可实现人群洞察与对比分析

**人群扩展**  
基于AI算法模型进行人群扩展，提供更多营销线索

**业务价值**

- 圈选规则简单**  
通过标签组合精准快速实现用户分群，实现千人千面精细化运营，并通过针对人群的洞察分析，辅助运营人员制定更合适的营销活动和方案
- 人群扩散**  
智能的数据挖掘算法使用机器学习算法、NLP和知识图谱，更精准的分析用户行为，更准确地预测用户

## 2.3.4 多方触达：多方渠道灵活对接触达，助力全场景营销运营



# 3 快速入门

[4.1 快速入门指南](#)

[4.2 基本概念](#)

## 3.1 快速入门指南

能力	详情
第一步：高效接入管控多方数据源，一站式跨域数据融合	4.3 数据管理
第二步：轻松构建标签，搭建业务可理解易应用的标签体系	4.2.1.1 标签首页
第三步：多维度场景化用户分群，精准定位目标人群	4.1 分群管理
第四步：多渠道批量接入，助力全场景营销运营	人群推送

## 3.2 基本概念

### 标签体系

名称	解释
字符型标签值	用于标签值为文本类型的标签，常见使用该类型的标签例如姓名、用户名、城市等
数值型标签值	用于标签值为数值类型的标签，常见使用该类型的标签例如年龄、点击次数、来店次数等



名称	解释
多值型标签值	当标签值存在多个值时使用，常见使用该类型的标签例如兴趣爱好、喜爱话题等
日期型标签值	用于标签值为日期类型的标签，具体到日期，常见使用该类型的标签例如出生日期等
不包含	当前行为/属性/标签的数据范围内不符合条件的用户
包含	当前行为/属性/标签的数据范围内符合条件的用户

## 用户分群

名称	解释
客户群名称	客户群圈选完成后保存的客户群名称
预估人数	人群最新一次计算的人数
计算方式	只计算一次：客户群任务只执行一次 每天计算：客户群任务每天定时执行
创建方式	规则创建：根据标签的组合圈选人群 导入创建：根据导入的文件创建人群 人群拓展：选择正向、负向人群通过 AI 算法拓展相似的人群 预测分群：根据选择种子群和选择的预测模型，通过 AI 算法预测发生概率
当前状态	已激活：客户群正常使用状态 去激活：客户群失活状态，不能正常使用 创建中：客户群创建任务执行中 创建失败：客户群创建任务失败

## 用户洞察

名称	解释	说明
TGI	名词解释	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
	计算公式	$TGI: Target Group Index (目标群体指数) TGI = \frac{[目标用户群]中某一特征的总用户数}{[目标用户群]总用户数的占比} \div \frac{[全量用户]中具有该特征的总用户数}{[全量用户]总用户数的占比} *$

名称	解释	说明
		标准数 100

# 4 使用指南

- 5.1 分群管理
- 5.2 标签管理
- 5.3 数据管理
- 5.4 运营管理
- 5.5 配置管理

## 4.1 分群管理

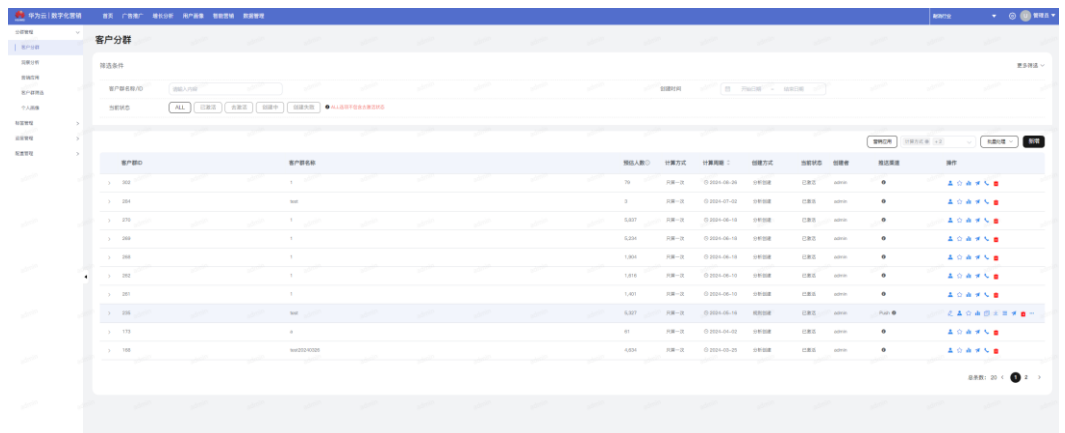
### 4.1.1 客户分群

#### 概念介绍

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。

#### 功能使用

- 根据客户群名称/ID/推送渠道进行客户群搜索。



客户群ID	客户群名称	成员人数	创建方式	计算周期	创建方式	当前状态	创建者	最后更新时间	操作
1-200	test	76	规则-创建	自 2024-06-26	实时计算	正常	admin		更多操作
1-204	test	5	规则-创建	自 2024-07-02	实时计算	正常	admin		更多操作
1-270	test	5,007	规则-创建	自 2024-06-18	实时计算	正常	admin		更多操作
1-288	test	5,204	规则-创建	自 2024-06-18	实时计算	正常	admin		更多操作
1-360	test	1,864	规则-创建	自 2024-06-18	实时计算	正常	admin		更多操作
1-380	test	1,816	规则-创建	自 2024-06-18	实时计算	正常	admin		更多操作
1-207	test	1,807	规则-创建	自 2024-06-18	实时计算	正常	admin		更多操作
1-335	test	5,007	规则-创建	自 2024-06-18	实时计算	正常	admin	2024-06-18 10:00:00	更多操作
1-173	test	81	规则-创建	自 2024-04-02	实时计算	正常	admin		更多操作
1-168	test00000000	6,624	规则-创建	自 2024-05-25	实时计算	正常	admin		更多操作

- 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、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”则任意创建方式的客户群都展示在下方。
- 当前状态分为：ALL、已激活、去激活、创建中、创建失败等状态。

### 📖 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”状态中寻找对应客户群，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

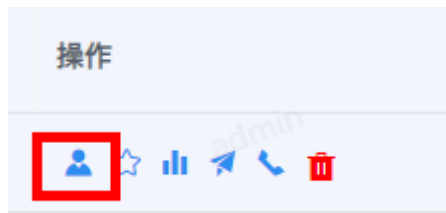
客户群ID	客户群名称	预估人数	计算方式	计算周期	创建方式	当前状态	创建者	推送渠道	操作
33	偏好用户群体	15,146	只算一次	2023-08-10	规则创建	已激活		Push	操作
31	ctess0808	21	只算一次	2023-08-07	规则创建	已激活			操作
24	买一送一营销20230727	39	只算一次	2023-07-26	规则创建	已激活			操作
21	目标群体	429	只算一次	2023-07-18	规则创建	已激活		Email	操作
19	淘宝购买人群	10,013	只算一次	2023-07-12	规则创建	已激活		Push	操作
15	cc	0	只算一次		人群拓展	创建失败		Push	操作
9	已激活学生人群拓展	0	只算一次		人群拓展	创建失败		Push	操作
1	已激活学生人群	5,543	只算一次	2023-04-20	规则创建	已激活		Email	操作

- 群组上方，支持“计算方式”、“计算周期”、“创建者”三列是否展示。
- 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。
- 可输入页码进行分页跳转。
- 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。
- 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

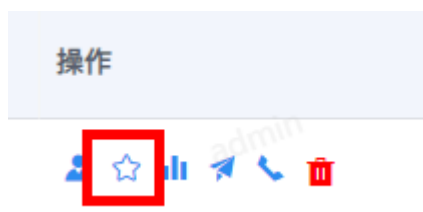
- 客户群画像:



点击画像按钮，展示用户属性画像信息，如学历 工作年限 注册用户时间 家庭成员数量 婚姻状态等。



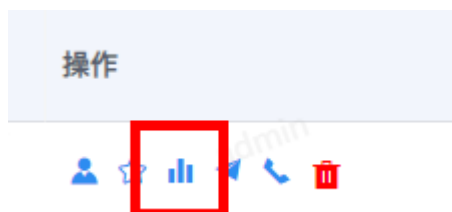
- 客户群收藏:



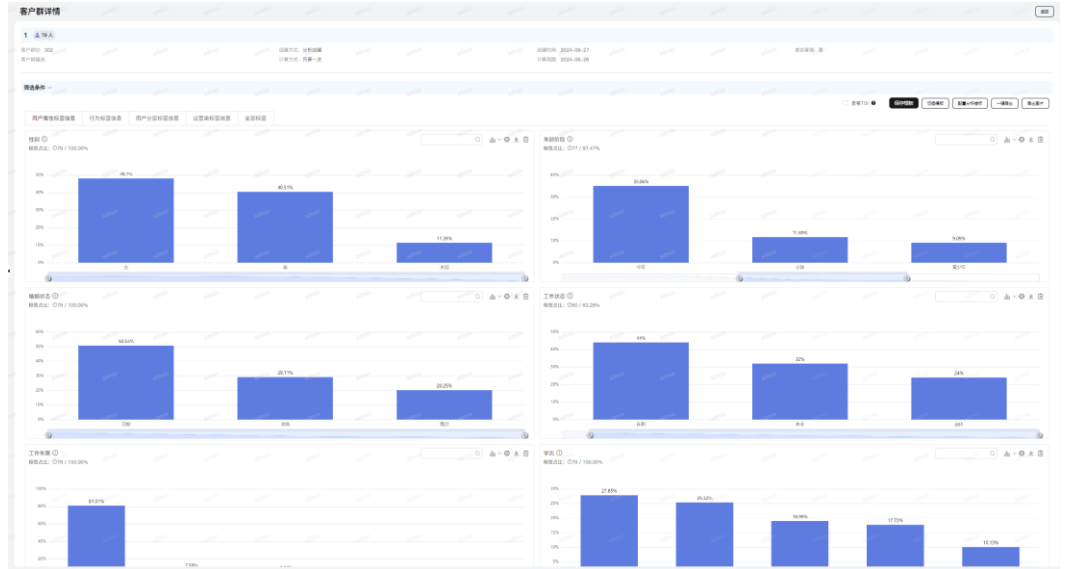
点击“收藏”按钮，可将创建方式为非人群拓展的客户群收藏，需特别关注、长期刷新的客户群可加入收藏列表，每个用户可收藏最多 20 个客户群。

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。

- 客户群分析



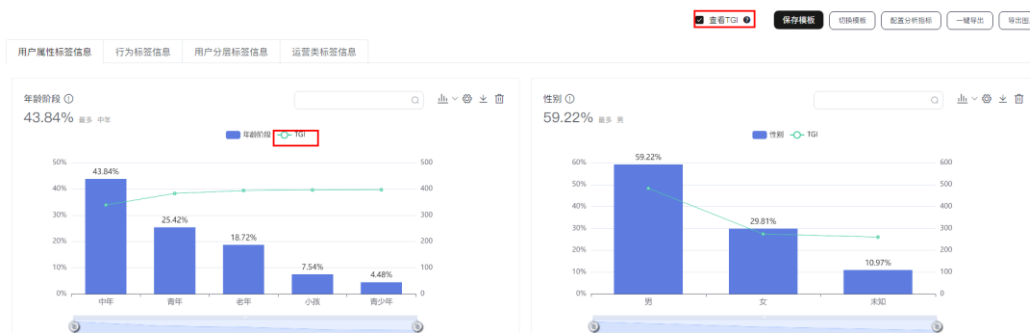
点击客户群分析按钮，展示用户属性标签信息，行为标签信息，用户分层标签信息，运营类标签信息和全部标签。



客户群详情中，

- i. 展示客户群基本信息
- ii. 展示客户群筛选的条件
- iii. 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)

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

- i. 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）。

配置分析指标

- 用户属性标签信息
- 行为标签信息 >
- 用户分层标签信息
- 运营类标签信息 >

自然属性  
  
 社会属性  
  
 行业属性

年龄阶段  
 工作状态  
 家庭成员个数

性别  
 工作年限  
 婚姻状态  
 学历

**已选指标**

用户属性标签信息: 年龄阶段, 性别, 婚姻状态, 工作状态, 工作年限, 学历, 家庭成员个数

行为标签信息: 最常购买商品, 最常购买商品, 最常购买商品, 总消费金额, 购买单价, 支付方式

**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。

名称	年龄阶段			TGI
	数量	百分比		
中年	6609	43.84%		339.00
青年	3833	25.42%		383.00
老年	2822	18.72%		394.00
小孩	1136	7.54%		396.00
青少年	676	4.48%		397.00

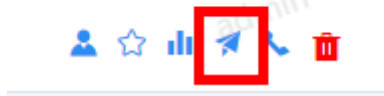
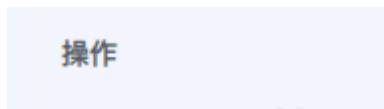
导出图片：也可直接保存图片。

ii. 指标图展示区

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。



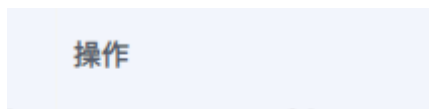
- 广告营销：



- 点击广告营销按钮，支持将人群推送至对应渠道的广告账户。



- 智能外呼:



- 支持对圈选人群一键智能外呼。填写任务名称，选择服务提供商，推送 ID 类型支持 union id/customer id/mobile/member no 等，智能外呼设置完成后，在用户画像--分群管理--营销应用中查看营销推广效果数据。



智能外呼

\* 任务名称 请输入任务名称

\* 服务提供商 请选择服务提供商

\* 推送分群 1 79

\* 推送ID类型 请选择推送ID类型

\* 加密方式 请选择加密方式

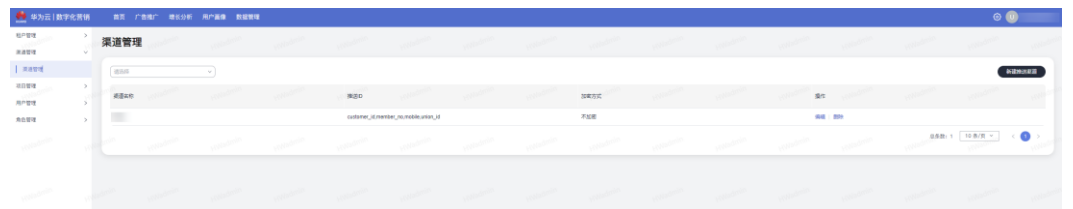
是否已呼列表去重

按天更新

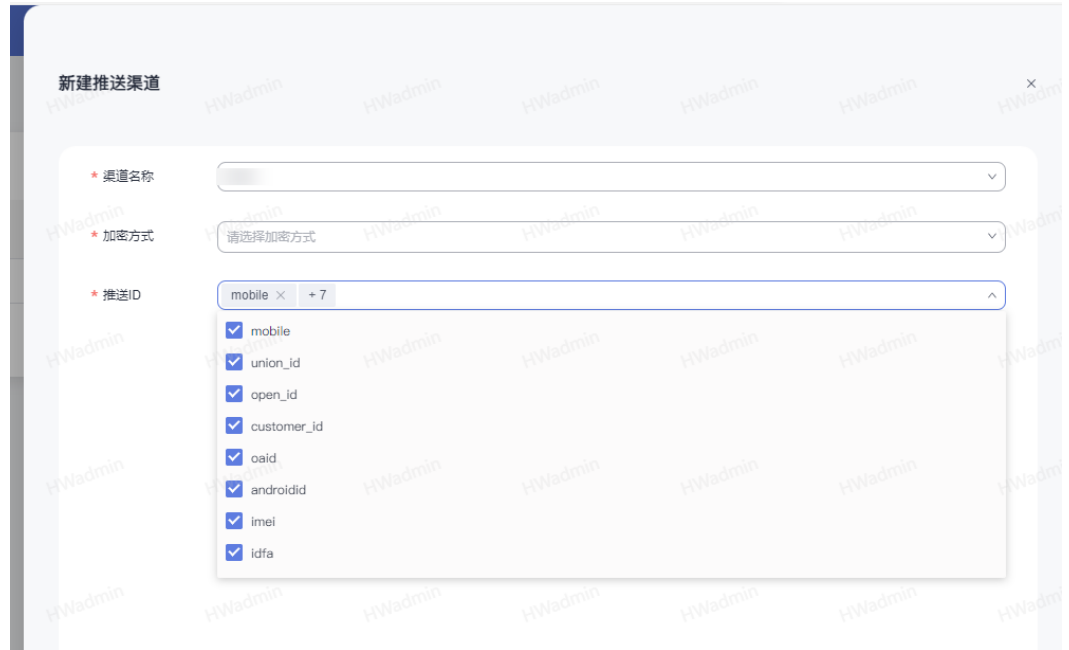
推送 取消

编辑智能外呼时，请注意：

1. 任务名称用于推送任务的状态查看，以及后续推送任务的效果分析，不可重复。
2. 服务提供商为智能外呼的提供商，通过配置界面进行配置，可以点击右上角齿轮--渠道配置进入配置界面，服务配置界面受角色权限进行控制。



点击新建推送渠道，填写渠道名称，选择加密方式和推送 ID。



3. 智能外呼任务 ID，当选择服务提供商以后，获取对应服务商的外呼任务 ID 列表，点击刷新按钮进行任务列表的刷新动作。
4. 推送分群，当通过人群列表中的智能外呼创建时，默认为此人群包的名称，不可编辑。同时在分群后显示人群包的数量。
5. 推送的 ID 类型、加密方式都通过服务提供商的配置界面进行配置，其中 ID 类型为 MainTable 中的类型，加密方式为推送接口支持的加密方式。当选择对应的 ID 类型时，可以选择此 ID 类型下此人群包的有效用户数。
6. 推送属性支持多选，通过服务提供商的配置界面获取。
7. 是否已呼列表去重的选项，用于人群包同步时，通知外呼平台，是否针对已呼用户去重，默认不勾选。
8. 按天更新，针对人群包定时进行推送到外呼平台侧，仅针对每日更新的人群包。如果是单次人群包，此选项不可用。

- 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

- 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

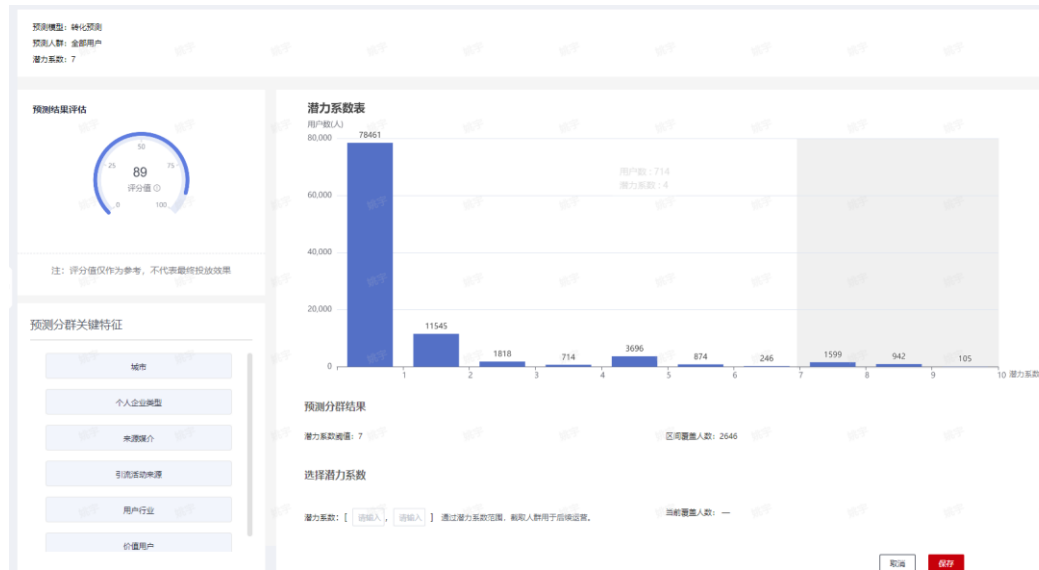
### ■ 人群拓展结果评估页面



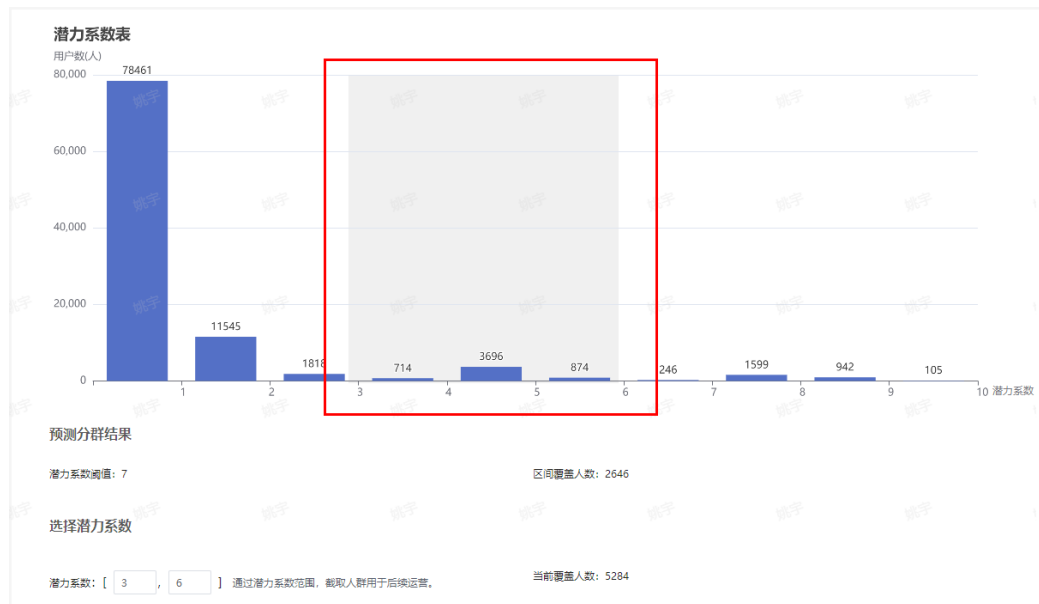
可以在页面对结果进行修改，可修改需要的相似度以及需要的人群数量。经过修改的人群右侧相似度列表会将本次新修改包含的人数以及相似度标红。

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



### 营销活动列表:



营销活动列表中展示创建的活动名称、活动开始时间、活动结束时间、活动状态、活动类型、创建人、创建时间等信息。

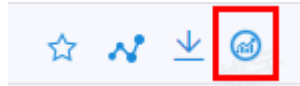
营销活动列表

活动名称: 输入 活动开始时间: 2024-08-05 00:00:00 活动结束时间: 请选择 活动状态: 请选择 活动类型: 请选择

活动名称	活动开始时间	活动结束时间	活动状态	活动类型	创建人	创建时间	操作
------	--------	--------	------	------	-----	------	----

共 0 条 1/1 页

### - 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 19,918

是否营销 否  是

推送渠道 请选择推送渠道

高级

年龄阶段 删除

小孩 青少年 青年 中年 老年

性别 删除

男 女 未知

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。



标签组合 ● 标签组合最多为三层

①  年龄阶段 小孩 青少年 青年 中年 老年

②  性别 男 女 未知

确定 组合 重置 取消

### 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。
- 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:

是否营销: 否  是

提示: 推送渠道需与创建营销活动信息一致

\* 推送渠道:

计算方式:  只算一次  每天计算

确定 取消

### 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。

### 导入创建客户群

数据范围:  即席  文件 📖 操作指南

\* ID类型:  did  customer\_id  aaid  oaid

\* 表名:

\* 字段名:

\* 客户群名称:

\* 客户群描述:

\* 是否营销: 否  是

⚠️ 提示: 推送渠道需与创建营销活动信息一致

\* 推送渠道:

计算方式:  导入一次

⚠️ 提示: 导入客户群为异步操作, 预计执行30-120min, 数据量小于100万。

- 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。

### 人群拓展

\* 拓展种子群:  +

\* 负向种子群:  系统算法推荐  指定分群

\* 目标人群:  全部用户  指定分群

\* 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。

\* 客户群名称:

\* 客户群描述:

\* 是否营销: 否  是

\* 推送渠道:

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

## 📖 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 $\geq 50$  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。

- 目标人群

目标人群为拓展的目标，即在哪个个人群中进行 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。

- 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。

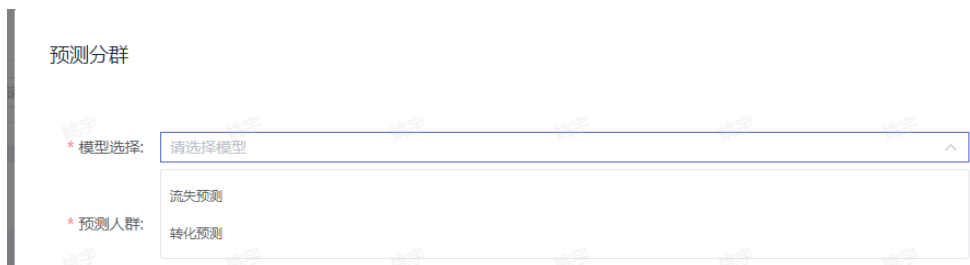
因为人群拓展需要进行离线预测，所以较为耗时。根据数据量的大小，数据的复杂程度，耗时皆有所不同，平均耗时 1 小时左右。

- 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。

## 4.1.2 洞察分析

### 概念介绍

把圈选出的人群按照指定的标签维度进行分析比对。

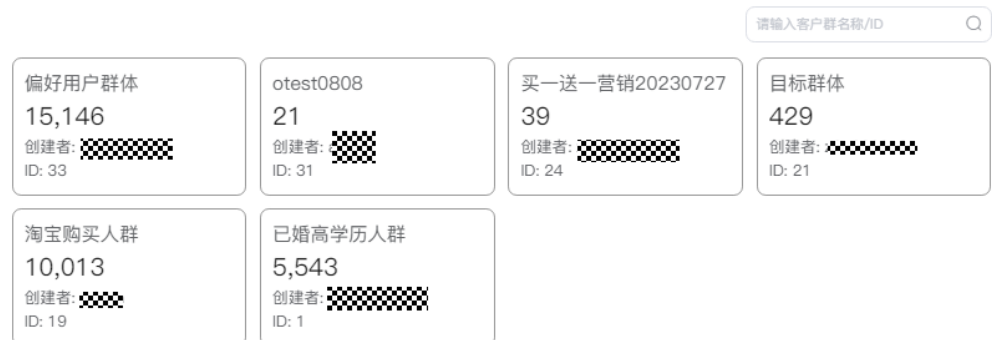
### 功能使用

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。

#### 选择客户群



- 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”进行对比。



📖 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

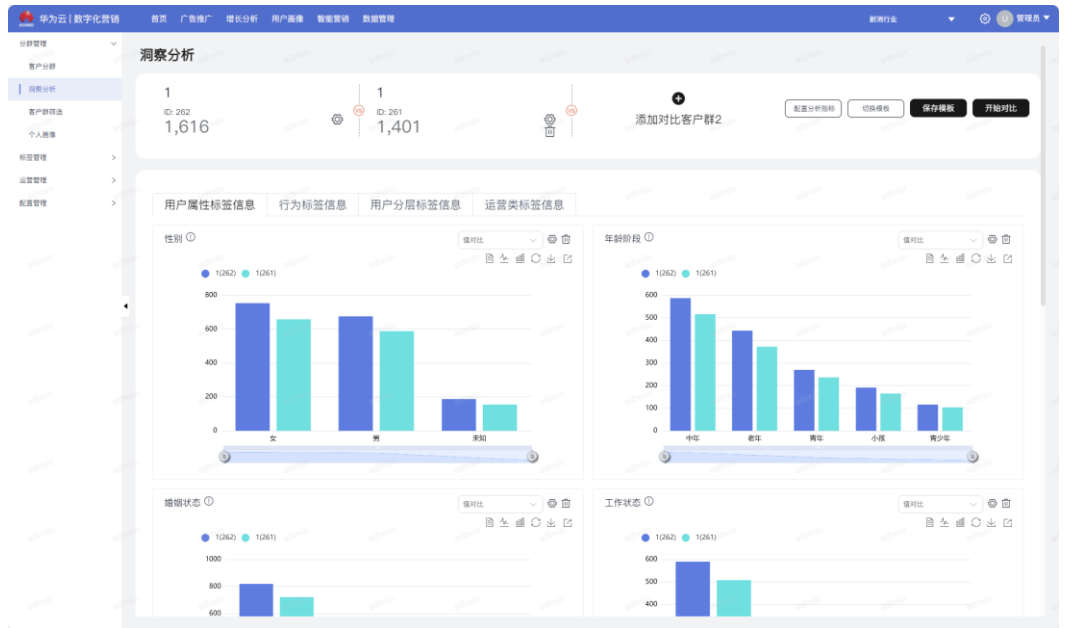
点击“切换模板”，进入模板选择页面，支持选择该项目下的所有保存的模板。



- 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。

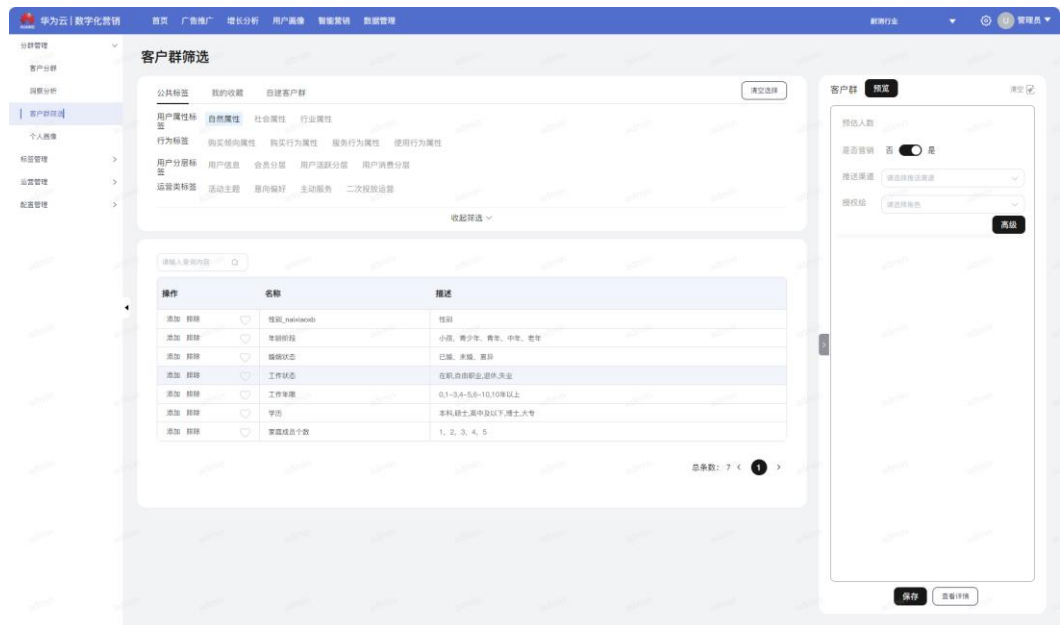
## 4.1.3 客户群筛选

### 概念介绍

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。

### 功能使用

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。

操作	名称	描述
添加 排除	 年龄阶段	小孩、青少年、青年、中年、老年

- 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。

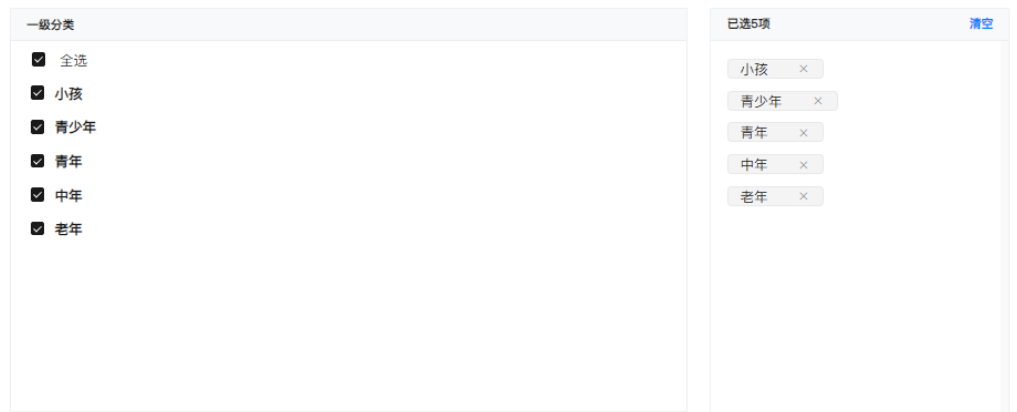
### 📖 说明

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。

年龄阶段



- 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。

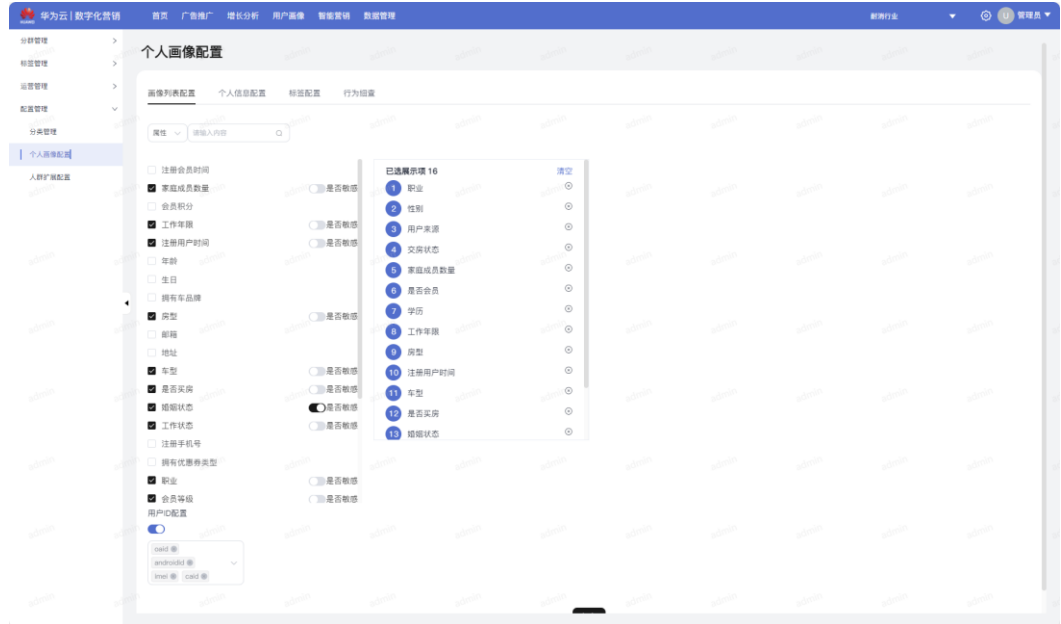
- 客户群保存区，将筛选的标签值进行圈选人群操作。“预览”、“高级”、“查看详情”、“保存”操作方式与客户分群-规则创建一致。

## 4.1.4 个人画像

### 概念介绍

支持列表、个人信息、标签、行为细查配置，展示配置后的相应筛选结果，包括人群包使用情况、所涉及的标签数据、个人信息展示以及所涉及的行为及行为属性情况，帮助用户更能了解和使用人群功能。

## 功能使用

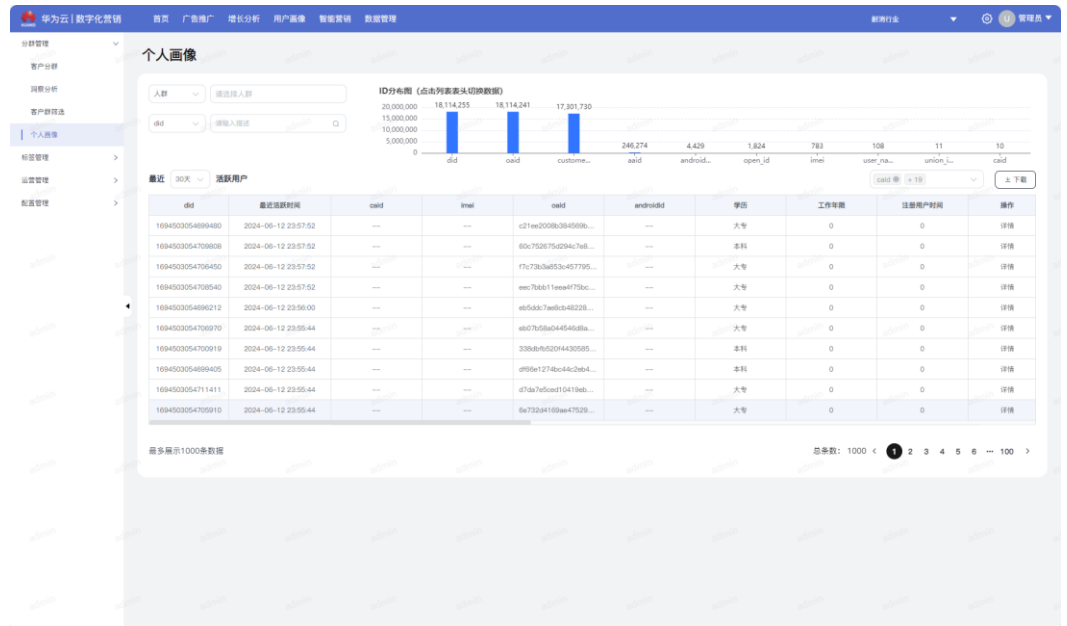


- 支持配置画像列表、个人信息、标签、行为细查、用户 id、属性。该模块是配置用来展示的画像列表、个人信息、标签、行为细查数据。
  - a. 画像列表：列表分页展示人群包中的属性和标签信息；
  - b. 个人信息：展示基础信息及所属分群；
  - c. 标签：展示所使用的标签情况；
  - d. 行为细查：展示该人群包的详细行为。
- 配置需要展示的相关信息

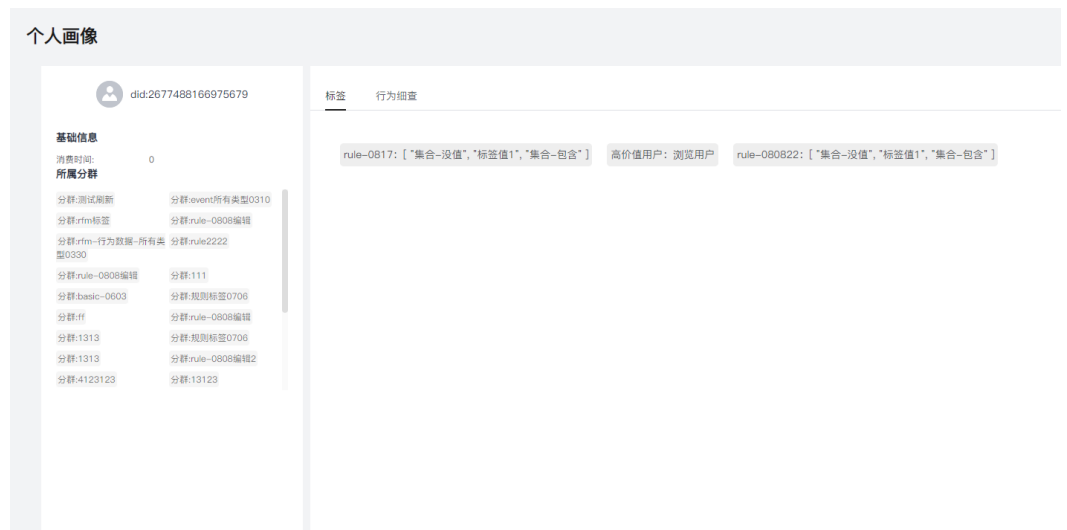




● 展示配置的画像列表



● 展示基础信息、所属的分群信息、所使用的标签信息



● 展示行为的详细信息



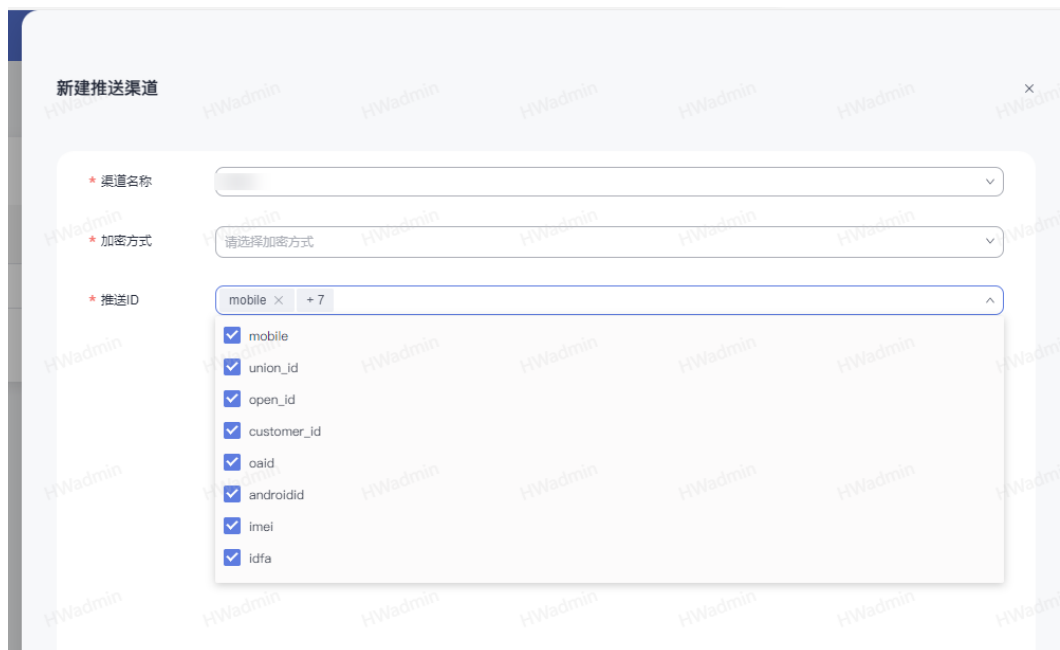


编辑智能外呼时，请注意：

1. 任务名称用于推送任务的状态查看，以及后续推送任务的效果分析，不可重复。
2. 服务提供商为智能外呼的提供商，通过配置界面进行配置，可以点击右上角齿轮--渠道配置进入配置界面，服务配置界面受角色权限进行控制。



点击新建推送渠道，填写渠道名称，选择加密方式和推送 ID。



3. 智能外呼任务 ID，当选择服务提供商以后，获取对应服务商的外呼任务 ID 列表，点击刷新按钮进行任务列表的刷新动作。
4. 推送分群，当通过人群列表中的智能外呼创建时，默认为此人群包的名称，不可编辑。同时在分群后显示人群包的数量。

5. 推送的 ID 类型、加密方式都通过服务提供商的配置界面进行配置，其中 ID 类型为 MainTable 中的类型，为手机号，加密方式为推送接口支持的加密方式。当选择对应的 ID 类型时，可以选择此 ID 类型下此人群包的有效用户数。
  6. 推送属性支持多选，通过服务提供商的配置界面获取。
  7. 是否已呼列表去重的选项，用于人群包同步时，通知外呼平台，是否针对已呼用户去重，默认不勾选。
  8. 按天更新，针对人群包定时进行推送到外呼平台侧，仅针对每日更新的人群包。如果是单次人群包，此选项不可用。
- 点击推送按钮，对所选人群进行推送。



## 4.2 标签管理

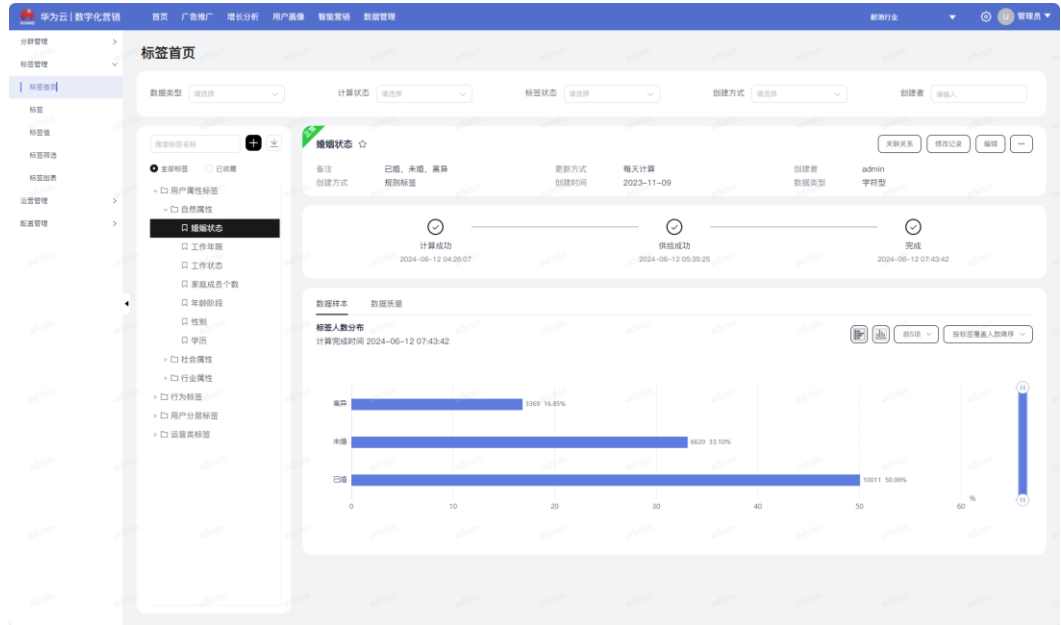
### 4.2.1 标签生产

#### 4.2.1.1 标签首页

##### 概念介绍

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。

##### 功能使用



- 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；

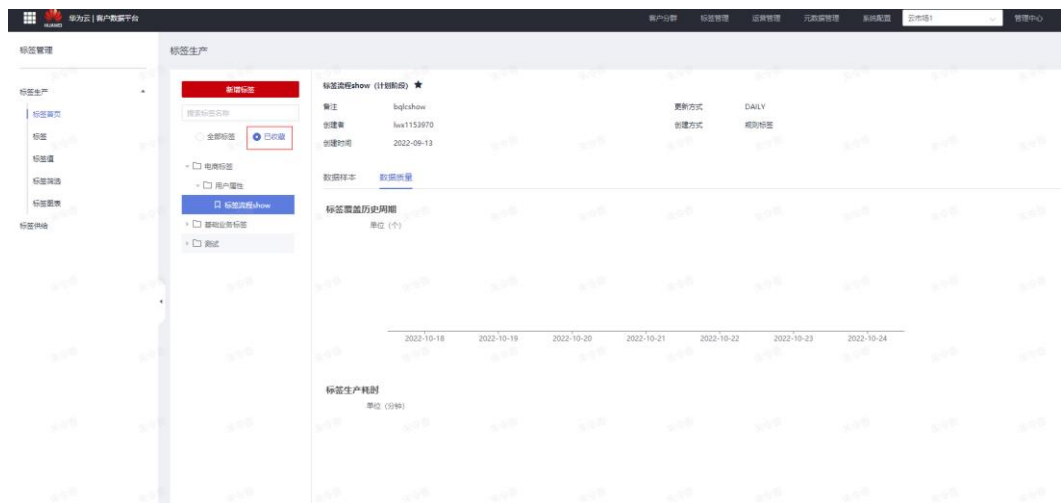
- 标签的分类展示以及标签的收藏。
  - a. 按照标签分类以树形结构展示标签的信息，包括：标签名、备注、更新方式、创建者、创建方式等信息。



- 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。

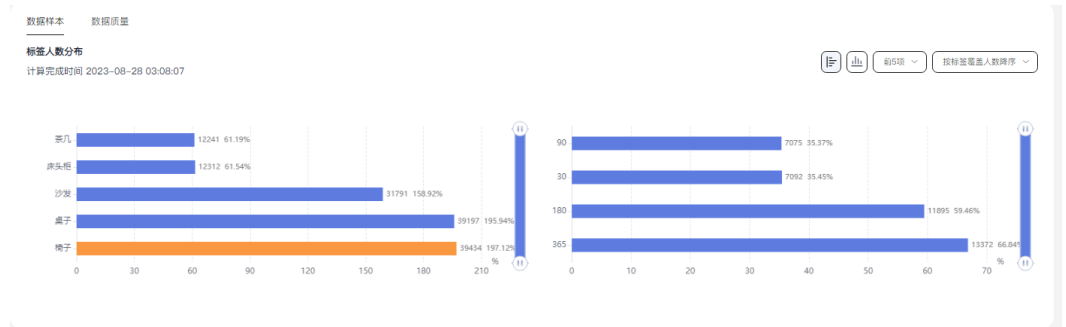


- c. 支持查询全部标签和已收藏的切换查询。



- 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。



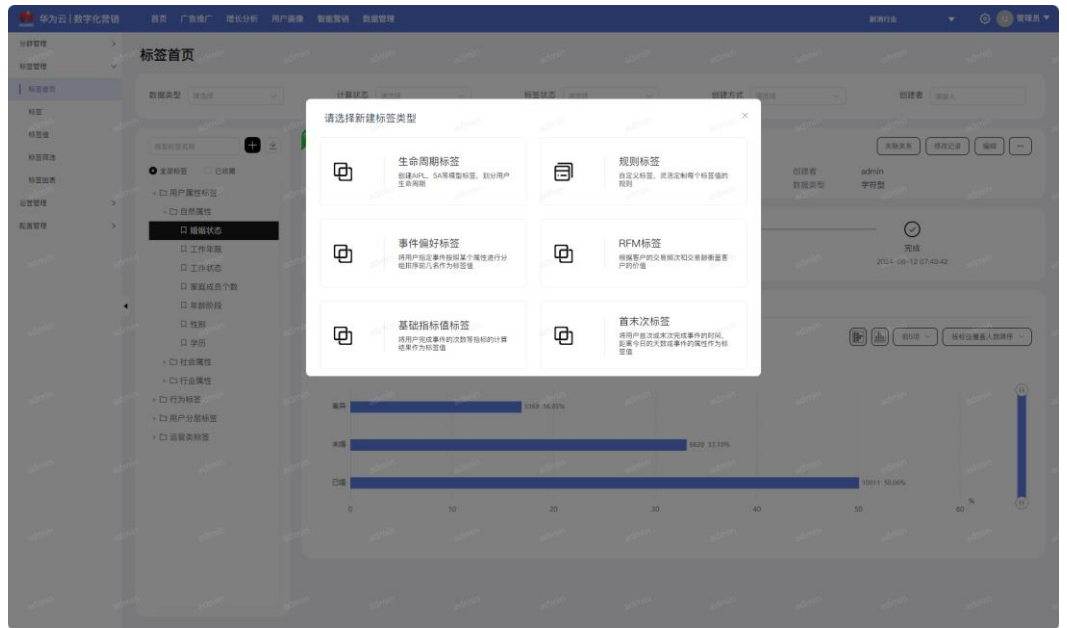
- a. 切换到【数据质量】选项卡，展示相应标签的标签覆盖历史周期、标签生产耗时及标签生产完成时间图表数据。



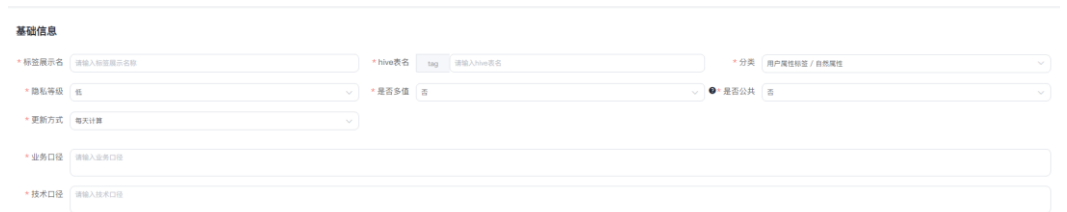
- 生命周期标签

- 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

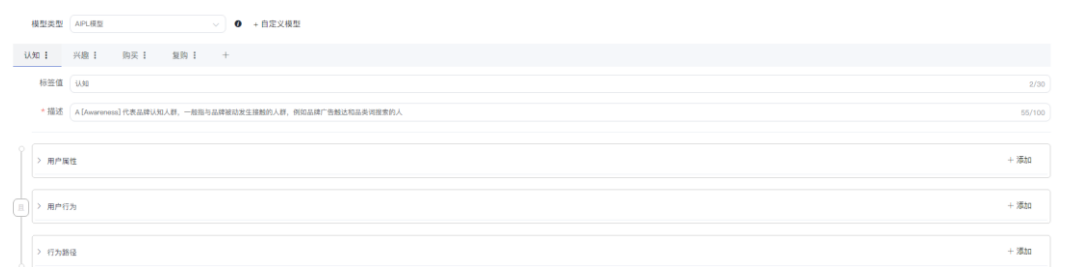




b. 配置生命周期标签基础信息



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

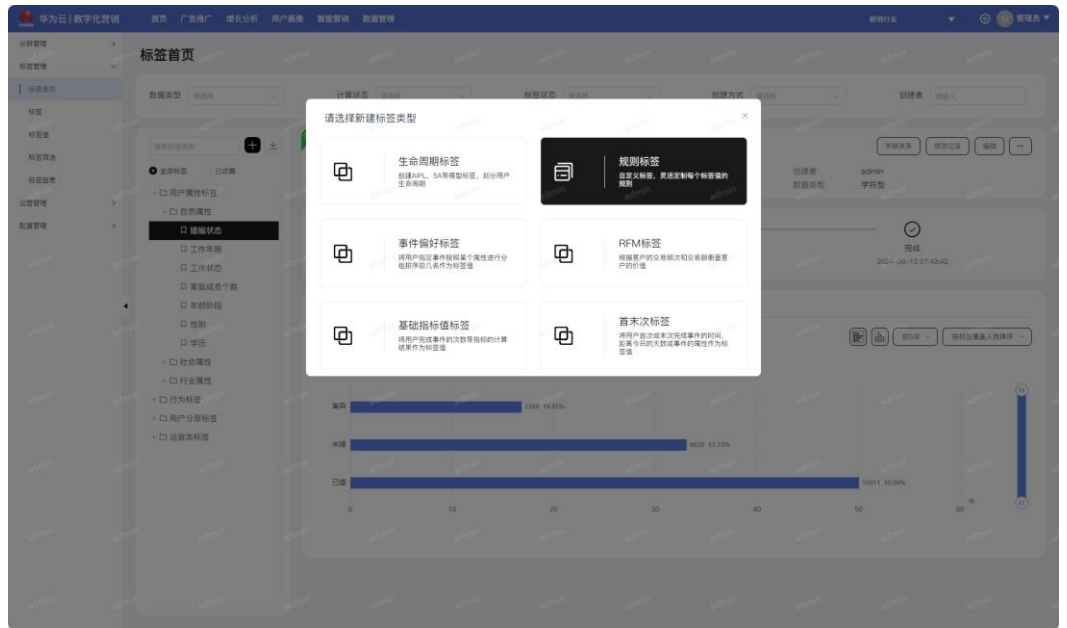


d. 配置标签规则

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

**基础信息**

\* 标签展示名  \* NPM名称  \* 分类

\* 隐私等级  \* 是否多维  \* 是否公共

\* 更新方式

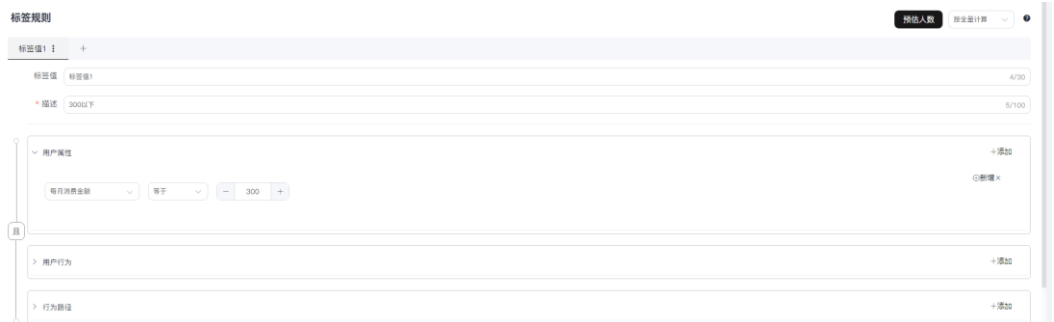
\* 业务口径

\* 技术口径

c. 配置标签规则

📖 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。
  - 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。

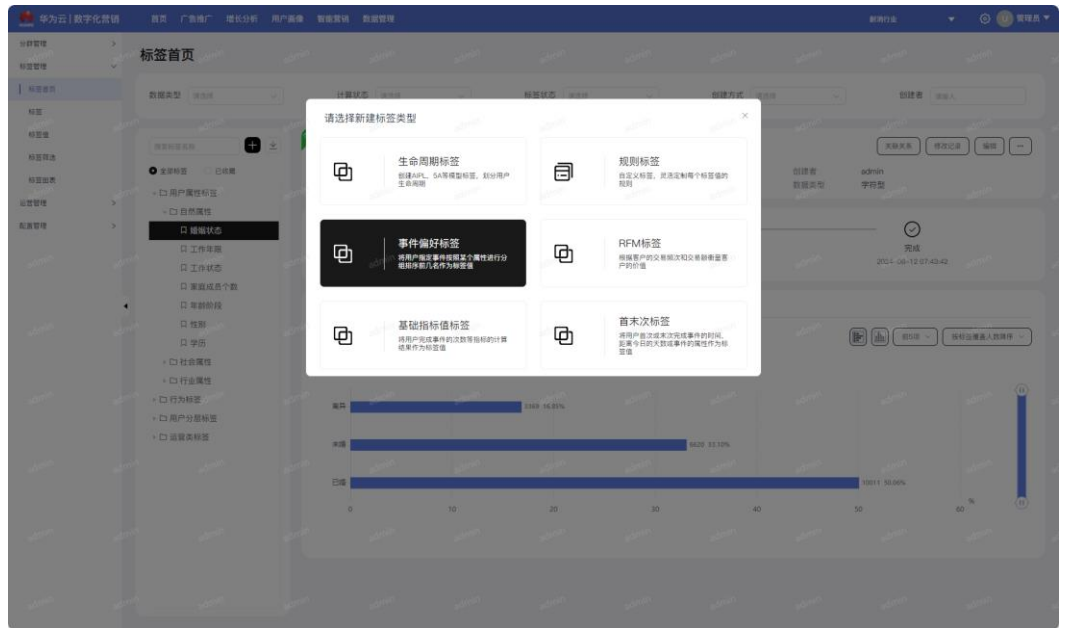


- 使用行为序列配置标签规则，支持按照行为路径创建标签，如：用户在昨日依次做过“页面预览”和“加入购物车”的行为。



- 事件偏好标签

- a. 登录平台，选择用户画像，点击标签管理/标签首页/新增标签/事件偏好标签



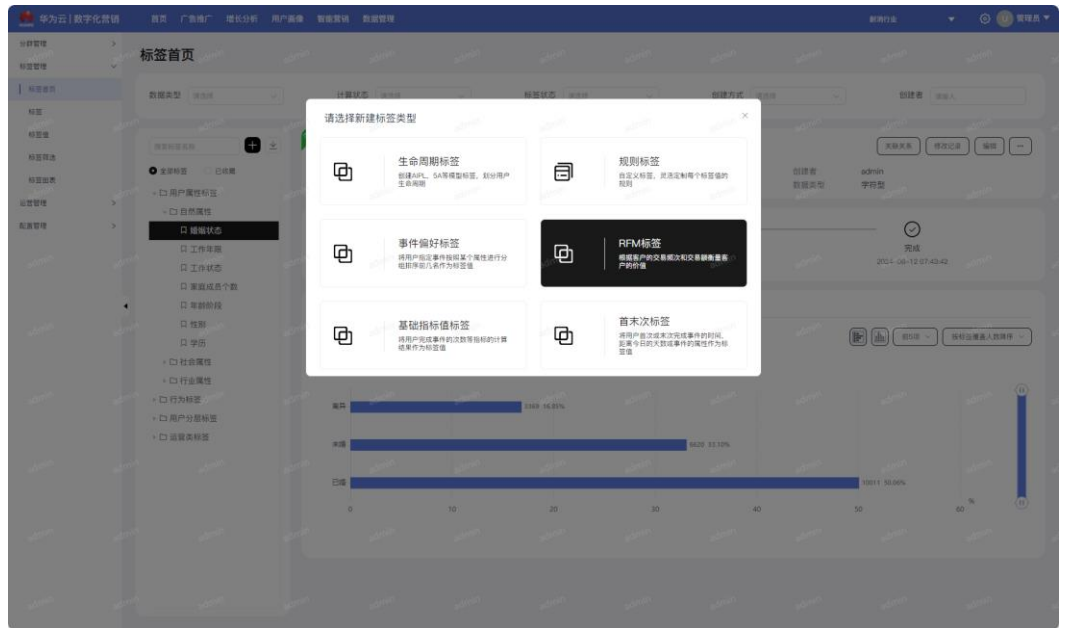
### 说明

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。  
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**

\* 标签展示名:  \* Hive表名:  \* 分类:  \* 用户属性标签 / 自然属性:

\* 隐私等级:  \* 是否公共:  \* 更新方式:

\* 业务口径:

\* 技术口径:

c. 配置标签规则

**标签规则**

定义规则

数据范围:  选择行为为数据 新日: 2023-08-27 至 2023-08-27

**Recency** (最近一次消费距离今天的天数)

天数:  默认方式: R= 取数值 分箱规则: R< 平均值 为高活跃用户 预估人数: 0

**Frequency** (消费频率)

次数:  默认方式: F= 取数值 分箱规则: F> 平均值 为高活跃用户 预估人数: 0

**Monetary** (消费金额)

金额:  默认方式: M= 取数值 分箱规则: M> 平均值 为高消费力用户 预估人数: 0

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

- 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
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

数据源	使用场景	如何得到 RFM
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；

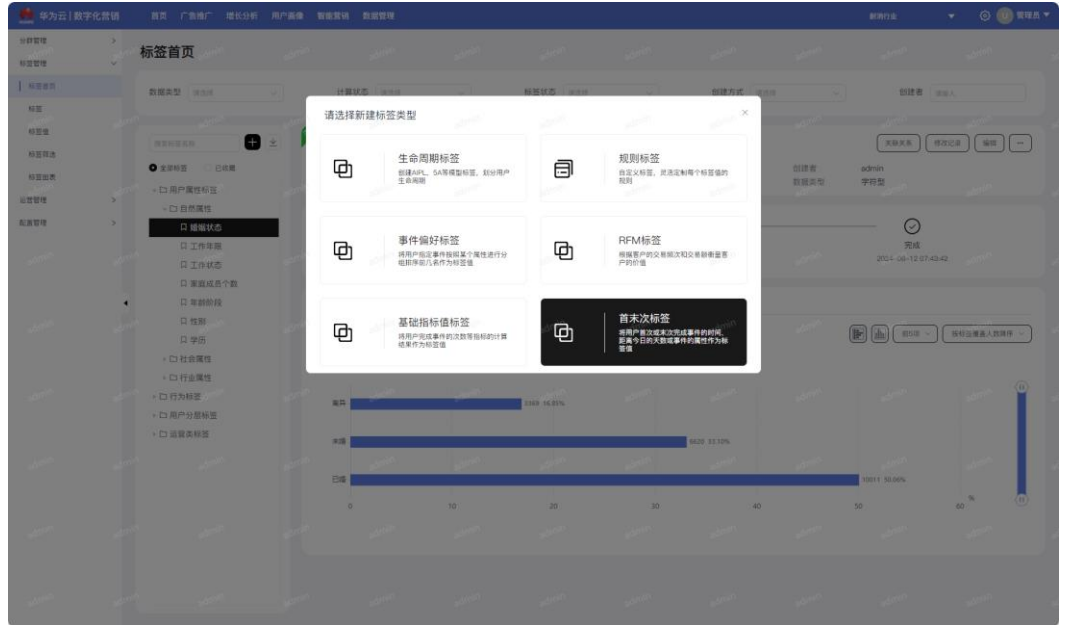
支持 R、F、M 开关，例如企业场景中不需要使用 R 值，可以关闭按钮，只根据 F、M 值的高低规则获取四个标签值，注意至少保留两个指标才可完成 RFM 标签创建。

- 标签值命名。默认展示 8 个标签值名称，支持用户自行修改。

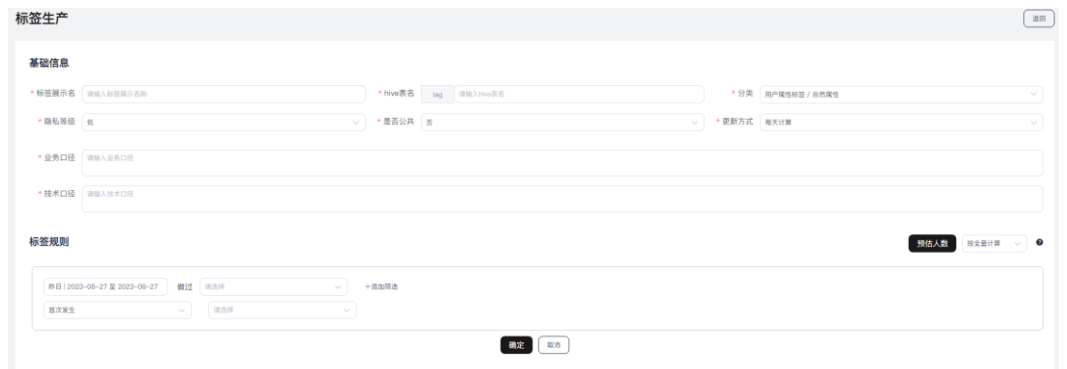
标签分屏

标签值	高价保留客户 止	重点保留客户 止	重点发展客户 止	重点保留客户 止	一般价值客户 止	一般保留客户 止	一般发展客户 止	一般保留客户 止
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

- 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。
- 首次末次特征标签
  - 登录平台，选择用户画像，点击标签管理/标签首页/新增标签/首末次标签



2. 配置标签的基础信息和标签规则，点击保存即创建首末次特征标签。



3. 人数预估，点击标签规则配置右上角【预估】按钮，可预估该规则下的标签值及人数，支持按不同比例抽样预估。

### 说明

#### a. 首末次标签描述：

满足客户使用某个指定事件的第一次或最后一次发生的属性特征作为标签的值的场景。

b. 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。

c. 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。

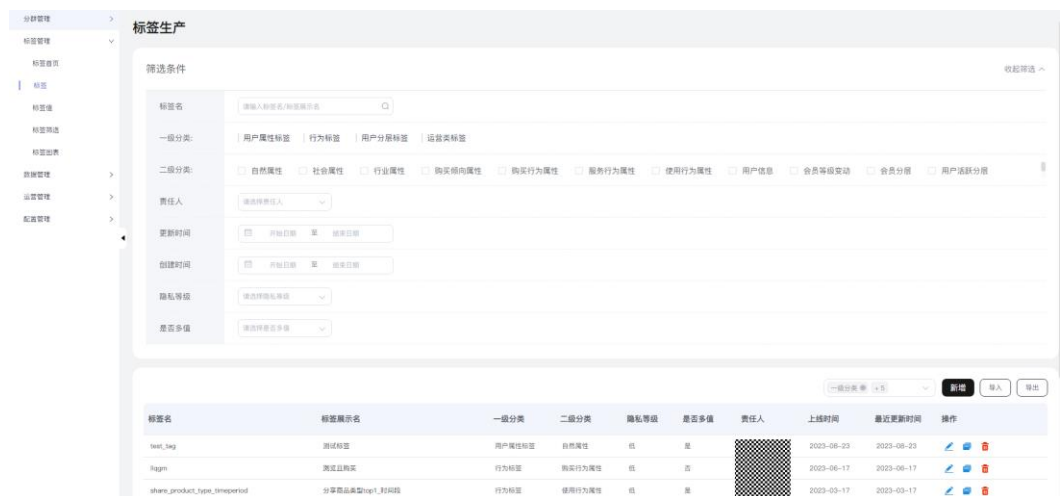
## 4.2.1.2 标签

### 概念介绍

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。

### 功能使用

- 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。



- 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

标签名	标签展示名	一级分类	二级分类	隐私等级	是否多值	责任人	上线时间	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；



筛选条件 收起筛选 ^

标签名	<input type="text" value="请输入标签名/标签展示名"/>
一级分类	<a href="#">用户属性标签</a>   <a href="#">行为标签</a>   <a href="#">用户分层标签</a>   <a href="#">运营类标签</a>
二级分类	<input type="checkbox"/> 自然属性 <input type="checkbox"/> 社会属性 <input type="checkbox"/> 行业属性 <input type="checkbox"/> 购买倾向属性 <input type="checkbox"/> 购买行为属性 <input type="checkbox"/> 服务行为属性 <input type="checkbox"/> 使用行为属性 <input type="checkbox"/> 用户信息 <input type="checkbox"/> 会员等级变动 <input type="checkbox"/> 会员分层 <input type="checkbox"/> 用户活跃分层
责任人	<input type="text" value="请选择责任人"/>
更新时间	<input type="text" value="开始日期"/> 至 <input type="text" value="结束日期"/>
创建时间	<input type="text" value="开始日期"/> 至 <input type="text" value="结束日期"/>
隐私等级	<input type="text" value="请选择隐私等级"/>
是否多值	<input type="text" value="请选择是否多值"/>

- 标签管理

点击“新增”即可新增基础标签；

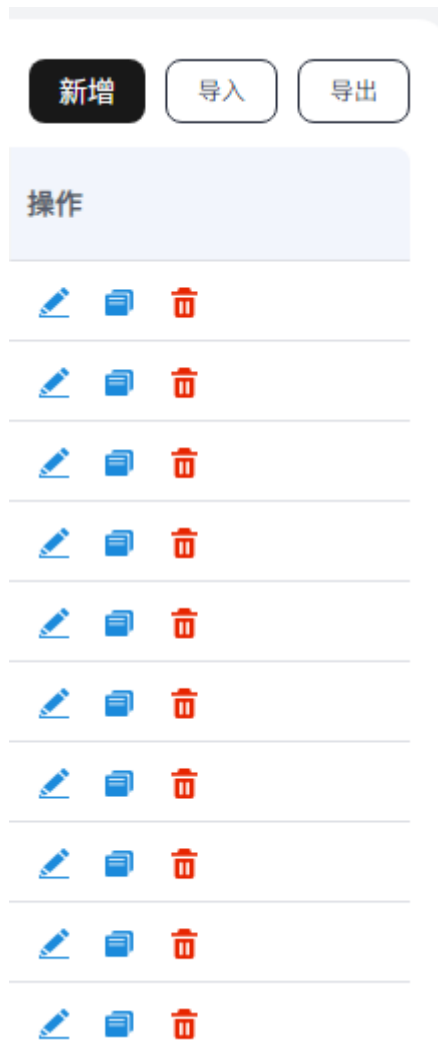
点击“编辑”即可跳转到标签编辑页面进行信息修改；

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	<input type="text" value="请输入标签名"/>	* 标签展示名	<input type="text" value="请输入标签展示名称"/>
* 二级分类	<input type="text" value="请选择二级分类"/>	三级分类	<input type="text" value="请选择三级分类, 可选项"/>
* hive表名	<input type="text" value="请输入hive表名"/>	* 是否枚举	否 <input type="checkbox"/> 是 <input checked="" type="checkbox"/>
* 标签类型	<input type="text" value="请选择标签类型"/>	隐私等级	<input type="text" value="低"/>
* 数据范围	<input type="text" value="全量标签"/>	* 是否公共	否 <input type="checkbox"/> 是 <input checked="" type="checkbox"/>
* 标签值名称	<input type="text" value="请选择标签值名称"/>		
	<input type="button" value="选择标签值"/>		
* 业务口径	<input type="text" value="请输入业务口径"/>		
* 技术口径	<input type="text" value="请输入技术口径"/>		

## 须知

标签名和 hive 表名由大数据提供。

### 4.2.1.3 标签值

#### 概念介绍

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。

#### 功能使用

- 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。

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	操作
timeperiod1	时间段	2024-02-02	2024-02-02	0	admin	admin	自动提取	1970-01-01	<a href="#">编辑</a> <a href="#">复制</a> <a href="#">删除</a>
ynspfb	意向商品名称	2024-01-10	2024-01-12	0	admin	admin	标签提取		<a href="#">编辑</a> <a href="#">复制</a> <a href="#">删除</a>
wynsp	无意向商品	2024-01-11	2024-01-11	0	admin	admin	标签提取		<a href="#">编辑</a> <a href="#">复制</a> <a href="#">删除</a>
ynspfb1223	意向商品类别	2024-01-11	2024-01-11	0	admin	admin	标签提取		<a href="#">编辑</a> <a href="#">复制</a> <a href="#">删除</a>
ynspfb	意向商品单价	2024-01-10	2024-01-10	0	admin	admin	标签提取		<a href="#">编辑</a> <a href="#">复制</a> <a href="#">删除</a>
naivacfbfbtag03	浏览活动类型数据tag03	2023-11-14	2023-11-14	0	admin	admin	标签提取		<a href="#">编辑</a> <a href="#">复制</a> <a href="#">删除</a>
naivacfbadmbtag03	浏览活动类型数据tag03	2023-11-14	2023-11-14	0	admin	admin	标签提取		<a href="#">编辑</a> <a href="#">复制</a> <a href="#">删除</a>
timeperiod	时间段	2023-07-26	2023-11-13	0	admin	admin	自动提取	2024-06-11	<a href="#">编辑</a> <a href="#">复制</a> <a href="#">删除</a>
monthly_consume_ability	消费能力	2023-03-16	2023-11-09	0	testAdmin	admin	固定值		<a href="#">编辑</a> <a href="#">复制</a> <a href="#">删除</a>
is_old_user	是否老用户	2023-02-16	2023-11-09	0	testAdmin	admin	固定值		<a href="#">编辑</a> <a href="#">复制</a> <a href="#">删除</a>

- 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；

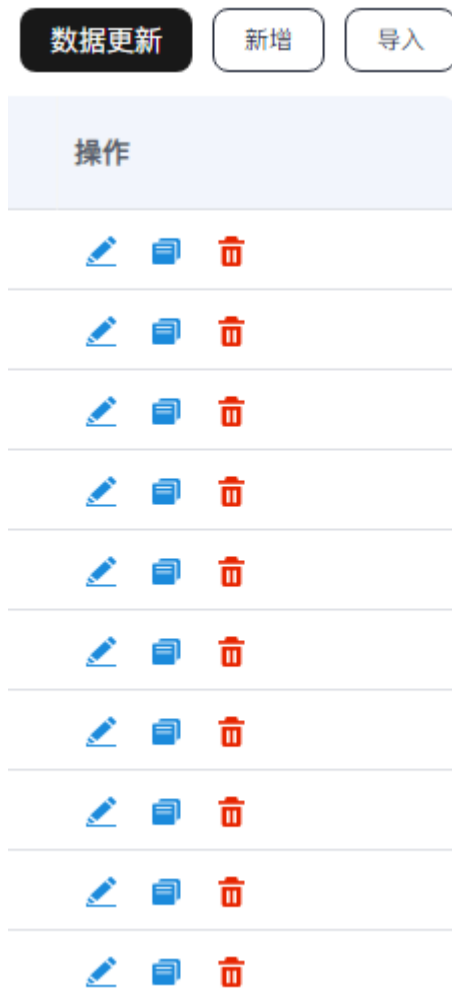
版本：展示版本；

标签值维度表：展示标签值维度表。

The screenshot displays a web interface for tag value management. At the top, there is a search bar labeled '筛选条件' (Filter Conditions) with a '收起筛选' (Collapse Filter) button. Below this are four filter sections: '标签值名' (Tag Value Name) with a search input, '责任人' (Responsible Person) with a dropdown menu, '更新时间' (Update Time) with date range pickers, and '创建时间' (Creation Time) with date range pickers. Below the filters is a table header with columns: '标签值名' (Tag Value Name), '标签值展示名' (Tag Value Display Name), '创建日期' (Creation Date), '更新日期' (Update Date), '分类层级' (Classification Level), '责任人' (Responsible Person), '最后修改人' (Last Modified By), '标签值来源' (Tag Value Source), '版本' (Version), '标签值维度表' (Tag Value Dimension Table), and '操作' (Action). Action buttons for '数据更新' (Data Update), '新增' (Add), and '导入' (Import) are located to the right of the table header.

- 标签值管理

1. 点击“新增”即可新增标签值；
2. 点击“编辑”即可跳转到标签值编辑页面进行信息修改；
3. 点击“复制新增”即可跳转到标签值新增页面进行新增；
4. 点击“删除”即可对标签值进行删除；
5. 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；
6. 点击“数据更新”更新标签值的信息。



### 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

新增标签值 ×

* 标签值名称	<input type="text" value="请输入标签值名称"/>	* 展示名	<input type="text" value="请输入展示名"/>
* 数据范围	<input type="text" value="请选择数据来源"/>	展示数量	<input type="text" value="20"/>
是否可搜索	否 <input type="checkbox"/> 是 <input checked="" type="checkbox"/>	是否展示包名	否 <input type="checkbox"/> 是 <input checked="" type="checkbox"/>
* 分类层级	<input type="text" value="0"/>		

- 新增数据来源为固定值的标签值，需要添加标签值存储值的信息。

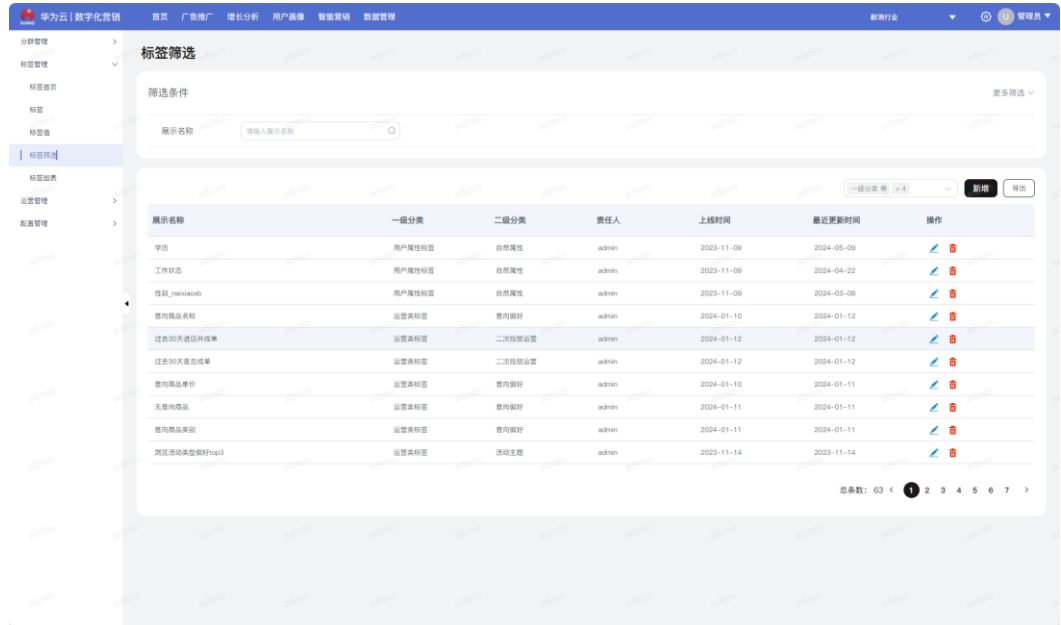
1. 点击“新增”即可新增标签存储值的信息；
2. 点击“编辑”即可编辑标签存储值信息；
3. 点击“复制新增”即可复制新增标签存储值信息；
4. 点击“删除”即可对标签存储值进行删除；
5. 点击“导入”即可对标签值导入引导页面，进行标签存储值的批量导入；
6. 点击“导入”即清空所有的标签存储值信息。



#### 4.2.1.4 标签筛选

##### 概念介绍

- 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；



## 功能使用

- 新增筛选区
  1. 点击新增，打开新增筛选区弹窗，完成信息填写；
  2. 展示名：展示在人群的名字，不可重复；
  3. 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；
  4. NORMAL：主要为一维标签字符型、集合型对应呈现形式；
  5. 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；
  6. NORMALTIME：时间标签，需要标签是日期型，可不配置具体标签值；
  7. 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；
  8. 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；
  9. INSERTINCLUDEALL：二级标签，其中一二级均支持全选；
  10. INSERT：二级标签，与 INSERTINCLUDEALL 区别为第一层级不可全选；
  11. 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

\* 展示类型

\* 展示位置

\* 选择标签

高级配置 ▾

- 编辑筛选区

点击编辑，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

\* 展示类型

\* 展示位置

\* 选择标签

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

- 删除筛选区，选中筛选区，点击“删除”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。

## 4.2.1.5 标签图表

### 概念介绍

- 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；

### 功能使用

- 新增标签图表
  - a. 点击右上角新增，打开新增标签图表弹窗，完成信息填写；
  - b. 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；
  - c. 标签筛选：选择要创建图表的标签筛选；
  - d. 一级分类，二级分类：根据标签筛选自动填充，不可编辑；
  - e. 图表名：必填，图表展示的名称；
  - f. 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，点击编辑，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。



- 删除标签图表，选中标签图表，点击删除可删除该标签图表。

## 4.3 数据管理

- 提供元数据的元事件、事件属性、用户属性的创建编辑等管理功能。
- 元数据用于规则标签创建的用户属性满足、用户行为满足、行为序列的规则定义。

### 4.3.1 元数据管理

#### 4.3.1.1 元事件

##### 概念介绍

- 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。



## 功能使用

- 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

**\* 事件编码**

**\* 事件展示名**

**分类**

**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，点击编辑按钮，编辑元事件

**⚠ 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**

事件编码 product\_order\_pay

事件展示名 商品订单支付

描述 1、分析用户消费的偏好，针对性营销；如：客户经常购买的品牌，可以推送同品牌的其他产品/支付的时间段偏好内定时推荐，可以增加购买成功率 2、分析用户已有的商品情况及拥有年限进行主动服务

事件状态

是否公共 否

**关联事件属性**

请输入属性名/展示名

属性编码	属性名	属性描述	数据类型	状态
product_model_id	商品型号ID		STRING	启用
source	来源渠道		STRING	启用
product_price	商品单价		NUMBER	启用
sub_order_num	子订单编号		STRING	启用
buy_num	数量		NUMBER	启用

总条数: 26 < **1** 2 3 >

- 删除元事件，点击删除按钮，删除选中的元事件。

**⚠ 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。

### 4.3.1.2 事件属性

#### 概念介绍

- 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；

属性编码	属性展示名	关联事件	描述	数据类型	字典	接入表	接入表字段	显示状态	是否公共	操作
interactive_time	互动时间	收票		数值型	不支持	cdp_hive_dwd_nakiao_activity_flow_id	interactive_time	<input type="checkbox"/>	否	<a href="#">编辑</a> <a href="#">删除</a>
game_pay_count	付费次数	广告平台		数值型	不支持			<input type="checkbox"/>	否	<a href="#">编辑</a> <a href="#">删除</a>
game_pay_count	付费次数	广告展位		数值型	不支持			<input type="checkbox"/>	否	<a href="#">编辑</a> <a href="#">删除</a>
game_pay_count	付费次数	广告账户		数值型	不支持			<input type="checkbox"/>	否	<a href="#">编辑</a> <a href="#">删除</a>
game_pay_count	付费次数	广告创意		数值型	不支持			<input type="checkbox"/>	否	<a href="#">编辑</a> <a href="#">删除</a>
game_pay_count	付费次数	广告素材		数值型	不支持			<input type="checkbox"/>	否	<a href="#">编辑</a> <a href="#">删除</a>
game_pay_count	付费次数	广告计划		数值型	不支持			<input type="checkbox"/>	否	<a href="#">编辑</a> <a href="#">删除</a>
coupon_invalid_time	优惠券失效日期	优惠券领取		数值型	不支持	cdp_hive_dwd_nakiao_activity_id	coupon_invalid_time	<input type="checkbox"/>	否	<a href="#">编辑</a> <a href="#">删除</a>
coupon_effective_time	优惠券生效日期	优惠券领取		数值型	不支持	cdp_hive_dwd_nakiao_activity_id	coupon_effective_time	<input type="checkbox"/>	否	<a href="#">编辑</a> <a href="#">删除</a>
coupon_num	优惠券编码	活动页配		字符型	配置	cdp_hive_dwd_nakiao_activity_id	coupon_num	<input type="checkbox"/>	否	<a href="#">编辑</a> <a href="#">删除</a>

## 功能使用

- 新增/复制新增事件属性

点击右侧“新增加事件属性”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“复制”按钮，即可复制新增。

### 新增事件属性

\* 关联事件

\* 属性编码

\* 名称(CN)

\* 名称(EN)

\* 类型

描述

接入表

接入表字段

配置字典  否  是

是否公共  否  是

取消

保存

- 点击“编辑”按钮，编辑事件属性

**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。

编辑事件属性 ×

\* 关联事件

\* 属性编码

\* 名称(CN)

\* 名称(EN)

\* 类型

描述

接入表

接入表字段

是否公共  否  是

- 删除事件属性，点击“删除”按钮，删除选中的属性。

**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。

### 4.3.1.3 用户属性

#### 概念介绍

- 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。

属性编码	属性展示名	描述	数据类型	字典	接入表	接入字段	显示状态	是否公共	操作
vip_registered_time	注册会员时间	注册会员时间	数值型	不支持	cdp_hive.dwd_mshiao_user_id	vip_registered_time	<input type="checkbox"/>	否	<a href="#">编辑</a> <a href="#">删除</a>
family_num	家庭成员数量	家庭成员数量	数值型	不支持	cdp_hive.dwd_mshiao_user_id	family_num	<input type="checkbox"/>	否	<a href="#">编辑</a> <a href="#">删除</a>
vip_points	会员积分	会员积分	数值型	不支持	cdp_hive.dwd_mshiao_user_id	vip_points	<input type="checkbox"/>	否	<a href="#">编辑</a> <a href="#">删除</a>
job_years	工作年限	工作年限	数值型	不支持	cdp_hive.dwd_mshiao_user_id	job_years	<input type="checkbox"/>	否	<a href="#">编辑</a> <a href="#">删除</a>
user_registered_time	注册用户时间	注册用户时间	数值型	不支持	cdp_hive.dwd_mshiao_user_id	user_registered_time	<input type="checkbox"/>	否	<a href="#">编辑</a> <a href="#">删除</a>
age	年龄	年龄	数值型	不支持	cdp_hive.dwd_mshiao_user_id	age	<input type="checkbox"/>	否	<a href="#">编辑</a> <a href="#">删除</a>
birthday	生日	生日	字符型	配置	cdp_hive.dwd_mshiao_user_id	birthday	<input type="checkbox"/>	否	<a href="#">编辑</a> <a href="#">删除</a>
cars_brand	拥有车品牌	拥有车品牌	字符型	配置	cdp_hive.dwd_mshiao_user_id	cars_brand	<input type="checkbox"/>	否	<a href="#">编辑</a> <a href="#">删除</a>
house_type	房型	房型	字符型	配置	cdp_hive.dwd_mshiao_user_id	house_type	<input type="checkbox"/>	否	<a href="#">编辑</a> <a href="#">删除</a>
email	邮箱	邮箱	字符型	配置	cdp_hive.dwd_mshiao_user_id	email	<input type="checkbox"/>	否	<a href="#">编辑</a> <a href="#">删除</a>

- 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

\* 编码

\* 名称(CN)

\* 名称(EN)

\* 类型

描述

\* 接入表

\* 接入表字段

配置字典  否  是

是否公共  否  是

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

\* 编码

\* 名称(CN)

\* 名称(EN)

\* 类型

描述

\* 接入表

\* 接入表字段

配置字典  否  是

是否公共  否  是

- 选中已创建的用户属性，点击“复制”按钮，即可复制新增
- 编辑用户属性，点击“编辑”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

\* 编码

\* 名称(CN)

\* 名称(EN)

\* 类型

描述

\* 接入表

\* 接入表字段

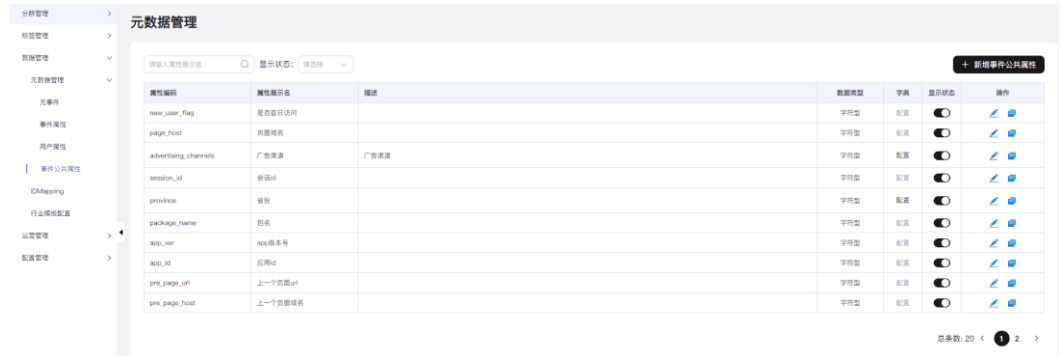
是否公共  否  是

- 删除用户属性，点击“删除”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。

### 4.3.1.4 事件公共属性

#### 概念介绍

- 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【属性名】模糊搜索，也可通过【显示状态】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；



#### 功能使用

- 新增/复制新增事件属性，点击右侧“新增加事件属性”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。

##### 新增事件公共属性

\* 编码

\* 名称(CN)

\* 名称(EN)

\* 类型

描述

配置字典  否  是

- 点击“编辑”按钮，编辑事件属性



编辑事件公共属性 ×

\* 编码

\* 名称(CN)

\* 名称(EN)

\* 类型

描述

配置字典  否  是

- 删除事件属性，点击“删除”按钮，删除选中的属性。

**⚠ 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。

## 4.3.2 IDMapping

### 概念介绍

通过全域数据采集，运用 IDMapping 技术打通线上线下消费者数据，打破数据孤岛。

场景：根据客户数据调研，需要完成多系统中，多个 id、多个属性的识别，通过 IDMapping 拉通各个系统中的客户主键，建立整个系统中的唯一客户主键 oneId。

ID类型	源系统	优先级	俱乐部公众号 Gzh	俱乐部会员中心 Yyjl	小程序埋点 xcx	小程序后端 Xcx_back	客服 (SaaS) saas	企业微信 qiwei	运营管理系统 Crm
			0,2	0,1,2	0,1,3	0,1,3	2,3,7	0,6	1,4,5
<b>Unionid</b>		0	✓	✓	✓	✓		✓	
手机号		1		✓	✓	✓	✓		✓
<b>俱乐部Openid</b>		2	✓	✓			✓		
<b>小程序Openid</b>		3			✓	✓			
身份证		4							✓
CID (一方用户ID)		5							✓
企微external_userid		6						✓	
cust_id		7					✓		
...		...	...	...	...	...	...	...	...

### 功能使用

- 字段配置项是指客户来源于不同系统的用户数据通过映射字段配置规则进行关联合并，建立不同渠道的用户数据关联关系
1. 字段名称：客户接入数据 id 字段映射到用户画像系统 main\_table 表中 id 字段；
  2. 字段类型：id 字段类型，支持 String、array<String>（当 id 字段 if\_single:0 不唯一的情况下，建议字段类型设置为 array<String>）；
  3. 优先级：id 字段优先级，客户不同系统接入数据进行 IDMapping 根据字段优先级匹配已存在的 id 数据（建议能唯一标识用户身份或客户多系统接入数据共有的 id 字段作为高优先，数值越大优先级越低）
  4. 权重：id 字段权重，权重  $\geq 10$  标识此 id 字段可确定唯一用户，权重  $< 10$  标识此字段不可确定为唯一用户；
  5. 缓存 Redis：id 字段是否写入 Redis，开关打开：写 Redis，开关关闭：不写 Redis（若局点涉及实时埋点接入，需将埋点匹配的 id 字段缓存 Redis 开关打开）；
  6. 是否唯一：id 字段是否唯一，开关打开：唯一，开关关闭：不唯一（若客户接入数据 id 字段存在一对多的情况下打开）；
  7. 忽略映射：id 字段是否忽略，开关打开：忽略，开关关闭：不忽略（用于某些 id 字段不用于合并用户，只是作为用户附加属性字段，如邮箱等）；
  8. 是否随迁：id 字段是否随迁，开关打开：随迁，开关关闭：不随迁（前提条件 id 字段是否唯一开关打开，例如不同 customer\_id 用户使用了相同的 email，当 email 字段是否随迁开关打开，email 归属于新的 customer\_id 用户；开关关闭，email 归属于老的 customer\_id 用户）；
  9. 是否挤占：id 字段是否覆盖，开关打开：挤占，开关关闭：不挤占（前提条件 id 字段是否唯一开关打开，例如同一个 customer\_id 用户近期登录了不同的设备 aaid，当 aaid 字段是否挤占打开，aaid 字段取用户最新登录的设备 aaid；开关关闭，aaid 字段取用户上一次登录的设备 aaid）；
  10. 操作：

点击“新增”，新增一行字段配置空行；

点击“保存”，新增、删除、编辑字段配置需点击保存按钮保存数据；

点击“刷新”，新增、删除、编辑字段配置未保存，点击刷新恢复数据；

点击“向上箭头”，调整字段优先级顺序；

点击“删除”，删除该行字段；

字段配置 接入表配置 接入事件关联

保存 新增 刷新

字段名称	描述	字段类型	优先级	权重	缓存Redis	是否唯一	忽略映射	是否随迁	是否挤占	操作
customer_id	customer_id	String	1	10	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	+ 删除
aaid	aaid	String	2	10	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	+ 删除
oaid	oaid	String	3	10	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	+ 删除
androidid	androidid	String	4	10	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	+ 删除
imei	imei	String	5	10	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	+ 删除
idfa	idfa	String	6	10	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	+ 删除
oaid	oaid	String	7	10	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	+ 删除
user_name	user_name	String	8	10	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	+ 删除
union_id	union_id	String	9	10	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	+ 删除
open_id	open_id	String	10	10	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	+ 删除

- 接入表配置是指来源于不同系统的用户数据通过“id 字段”映射“字段配置”中的 id 字段进行数据接入
  1. 表名称：ods 层客户数据接入表；
  2. 来源字段：客户数据接入表中需要进行 IDMapping 的 id 字段；
  3. 目标字段：映射字段配置中的 id 字段；
  4. 状态：开关打开则客户数据接入表进行 IDMapping；开关关闭：客户数据接入表不进行 IDMapping；
  5. 操作：

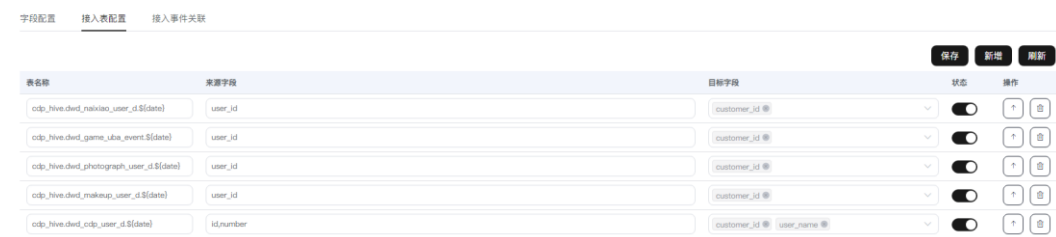
点击“新增”，新增一行接入表配置空行；

点击“保存”，新增、删除、编辑接入表配置需点击保存按钮保存数据；

点击“刷新”，新增、删除、编辑接入表配置未保存，点击刷新恢复数据；

点击“向上箭头”，调整接入表优先级顺序；

点击“删除”，删除该行接入表。



- 接入事件关联是指客户系统用户行为数据接入表，通过 id 字段关联字段配置中的 id 字段获取 oneid 数据映射元数据事件类型汇总到用户画像系统
  1. 事件类型：元事件菜单配置的事件编码；
  2. 事件表：客户系统中用户行为数据接入表；
  3. 连接信息：客户系统用户行为数据接入表通过 id 字段关联字段配置中的 id 字段获取 oneid 数据（格式：id1|id2，id1 为字段配置中的 id 字段，id2 为行为接入表中的 id 字段）；
  4. 条件：用于过滤客户系统用户行为数据接入表数据（where 条件后的 sql 语句）；
  5. 事件时间字段：客户系统用户行为数据接入表中用户发生行为的时间字段；
  6. 唯一标识：通常由 uuid()生成唯一随机数作为用户行为唯一事件 id；
  7. 操作

点击“新增”，新增一行接入事件关联空行；

点击“保存”，新增、删除、编辑接入事件关联需点击保存按钮保存数据；

点击“刷新”，新增、删除、编辑接入事件关联未保存，点击刷新恢复数据；

点击“向上箭头”，调整接入事件关联优先级顺序；

点击“删除”，删除该行接入事件关联数据。

字段配置 插入表配置 插入事件关联

保存 新增 刷新

事件类型	事件表	连接信息	条件	事件时间字段	唯一标识	状态	操作
coupon_receive	cdp_hive.dwd_naixiao_activity_d\$[date]	customer_id\$user_id	a1.activity_source in ('天猫双11')	a1.create_time	uid\$[], a1.user_id, a1	<input type="checkbox"/>	+ 回
coupon_use	cdp_hive.dwd_naixiao_activity_d\$[date]	customer_id\$user_id	a1.activity_source in ('天猫双11')	a1.create_time	uid\$[], a1.user_id, a1	<input type="checkbox"/>	+ 回
activity_appointment	cdp_hive.dwd_naixiao_activity_d\$[date]	customer_id\$user_id	a1.activity_source in ('天猫双11')	a1.create_time	uid\$[], a1.user_id, a1	<input type="checkbox"/>	+ 回
activity_browsing	cdp_hive.dwd_naixiao_activity_d\$[date]	customer_id\$user_id	a1.activity_source in ('天猫双11')	a1.create_time	uid\$[], a1.user_id, a1	<input type="checkbox"/>	+ 回
collection	cdp_hive.dwd_naixiao_interactive_d\$[date]	customer_id\$user_id	a1.source in ('淘宝','京东','天猫')	a1.create_time	uid\$[], a1.user_id, a1	<input type="checkbox"/>	+ 回
search	cdp_hive.dwd_naixiao_interactive_d\$[date]	customer_id\$user_id	a1.source in ('淘宝','京东','天猫')	a1.create_time	uid\$[], a1.user_id, a1	<input type="checkbox"/>	+ 回
share	cdp_hive.dwd_naixiao_interactive_d\$[date]	customer_id\$user_id	a1.source in ('淘宝','京东','微信')	a1.create_time	uid\$[], a1.user_id, a1	<input type="checkbox"/>	+ 回
follow	cdp_hive.dwd_naixiao_interactive_d\$[date]	customer_id\$user_id	a1.source in ('淘宝','京东','苏宁')	a1.create_time	uid\$[], a1.user_id, a1	<input type="checkbox"/>	+ 回
consulting_service	cdp_hive.dwd_naixiao_service_d\$[date]	customer_id\$user_id	a1.service_type_1 in ('线上咨询')	a1.create_time	uid\$[], a1.user_id, a1	<input type="checkbox"/>	+ 回
field_service	cdp_hive.dwd_naixiao_service_d\$[date]	customer_id\$user_id	a1.service_type_1 in ('现场服务')	a1.create_time	uid\$[], a1.user_id, a1	<input type="checkbox"/>	+ 回
order_cancel	cdp_hive.dwd_naixiao_order_d\$[date]	customer_id\$user_id	a1.source in ('淘宝','天猫','拼多多')	a1.create_time	uid\$[], a1.user_id, a1	<input type="checkbox"/>	+ 回
order_change	cdp_hive.dwd_naixiao_order_d\$[date]	customer_id\$user_id	a1.source in ('淘宝','京东','苏宁')	a1.create_time	uid\$[], a1.user_id, a1	<input type="checkbox"/>	+ 回

## 4.4 运营管理

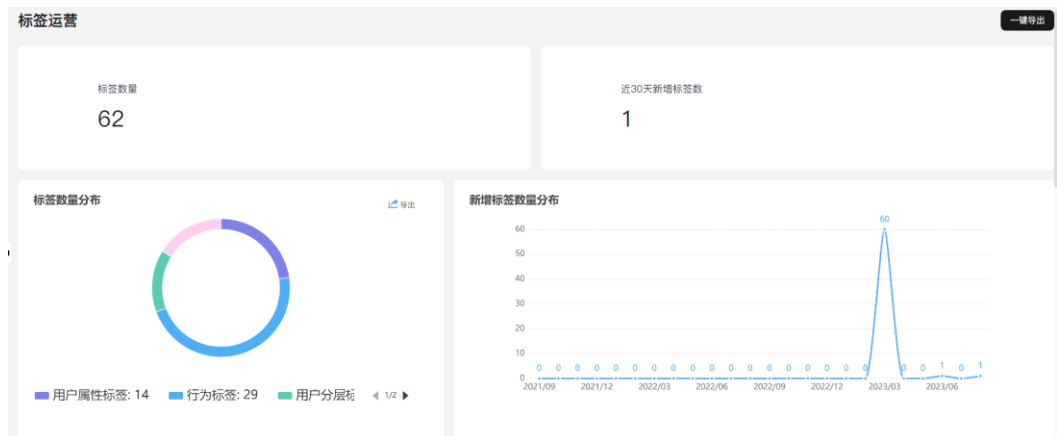
### 4.4.1 标签运营

#### 概念介绍

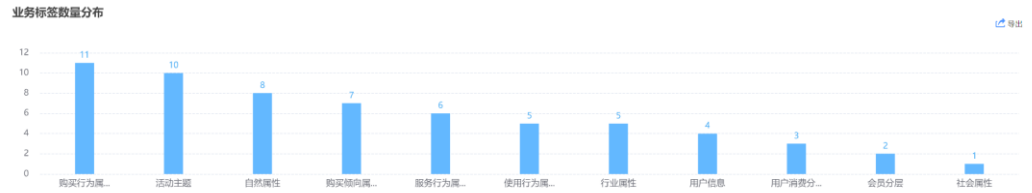
标签运营已报表的形式全方位展示现有标签的数量，分布，使用等情况以及新增标签和未使用标签的分布情况。

#### 功能介绍

标签运营由标签总数、30天新增标签总数、标签数量分布、新增标签数量分布、业务标签数量分布、近N天TOP20标签使用情况、未被使用标签分布分布情况几个报表组成。



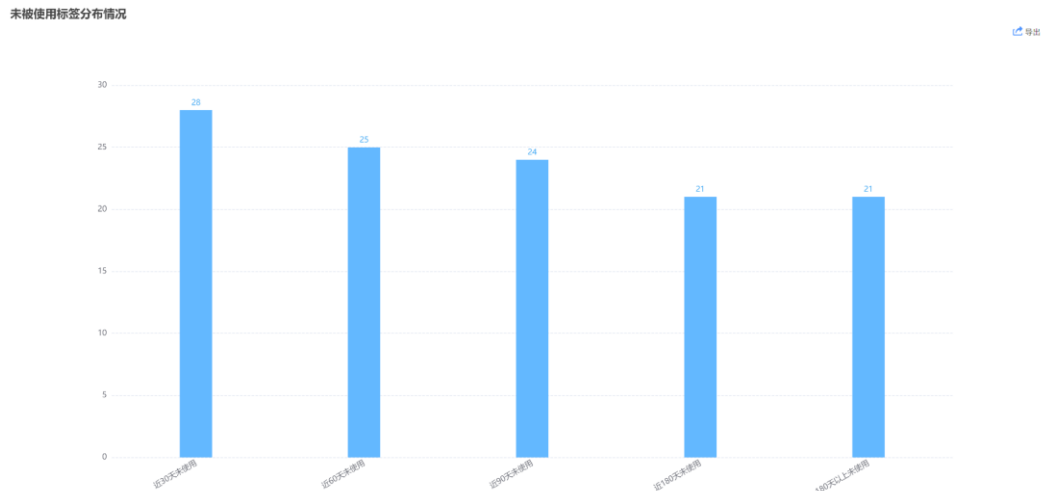
- 这里显示总的标签数量以及30天内新增标签数量，单击“一键导出”可以导出这两个数据。
- 标签数量分布：从标签一级分类（标签首页中的一级目录）的维度用以饼状图展示标签的分布情况，支持单击右上角“导出”按钮导出数据。
- 新增标签数量分布：以折线图展示一年内每个月份新增标签分布情况。



- 业务标签数量分布：从标签二级分类（标签首页中的二级目录）的维度用以柱状图展示标签的分布情况，支持单击右上角“导出”按钮导出数据。



- 默认展示近 90 天的标签使用情况，比如上图“年龄阶段”是使用频率最高的标签，使用频次 180。
- 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内查询标签数量分布情况。
- 支持单击右上角“导出”按钮导出数据报表，单击“详情”以表格的方式展示当前标签数量分布。



- 按时间维度展示近三十天以上未被使用的标签，支持单击“导出”按钮导出数据报表。

## 4.4.2 全链路监控

### 概念介绍

全链路监控主要展示标签总数、标签值总数和客服群总数，以及重新计算人群数量：客户群当日已刷新数量、正在刷新数量、刷新失败数量以及刷新客服群。

### 功能介绍



- 点击日历控件选择日期，页面展示当前日期以及之前创建所有标签，标签值，和客户群；
- 客户群刷新信息展示了当日已刷新数量、正在刷新数量、刷新失败数量以及客户群刷新信息列表（客户群 ID 客户群名称 刷新日期 刷新周期 预估人数 创建者 当前状态 操作）；
- 单击“刷新”按钮可以选择“一键刷新”、“强制刷新”“批量刷新”都可以刷新创建客户分群时选择的计算方式为“每天计算”的客户群；
- 一键刷新：将刷新所有未刷新客户群，客户群若比较多耗时较长；
- 强制刷新：将刷新所有客户群，客户群若比较多耗时较长；
- 批量刷新：选择批量刷新后，可以选择某种状态的客户群进行刷新比如“未处理”、“处理中”、“超时”、“失败”、“成功”等状态的客户群刷新，也可以输入客户群 ID 刷新对应的客户群；
- 列表中的“刷新”图标也可以重新刷新当前客服群；
- 注意客户群刷新后，单击客服群刷新信息旁边的“刷新”图标，界面展示的状态才会刷新。

## 4.5 配置管理

### 4.5.1 分类管理

#### 概念介绍

分类管理主要用于管理标签的分类，包括新建分、修改、删除、查询分类等。

#### 功能介绍



- 分类管理页面列表展示了当前标签的分类信息，包括：分类名称 分类展示名 一级分类 二级分类 等级 是否纳入监控 排序 操作等，对应标签首页的分类目录级别。
- 单击“新增”按钮新增分类或单击“修改”按钮修改分类，在弹出的页面中填写分类信息：分类的等级、名称、展示名称、排序（标签首页中分类的展示顺序），单击“上传图标”可选择一个图标上传（只能上传 png 文件,且不超过 10K）。该图标用于客户分群-新增-规则创建页面标签分类的图标展示。
- 单击“删除”图标删除分类，注意分类下如果有标签则无法删除，删除分类之前需要将分类下标签删除或移动到其他分类。

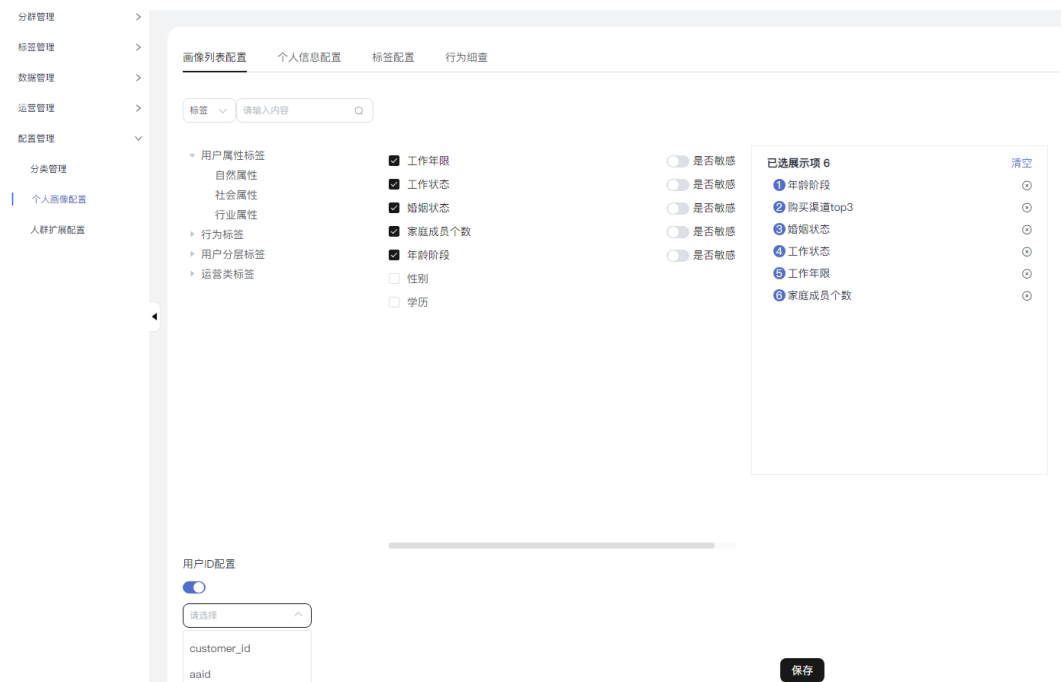
## 4.5.2 个人画像配置

### 概念介绍

个人画像配置是给“分群管理”-“个人画像”中的展示内容提供个性化定制的服务，以满足客户查询需求，包括：画像列表配置、个人信息配置、标签配置、行为细查。

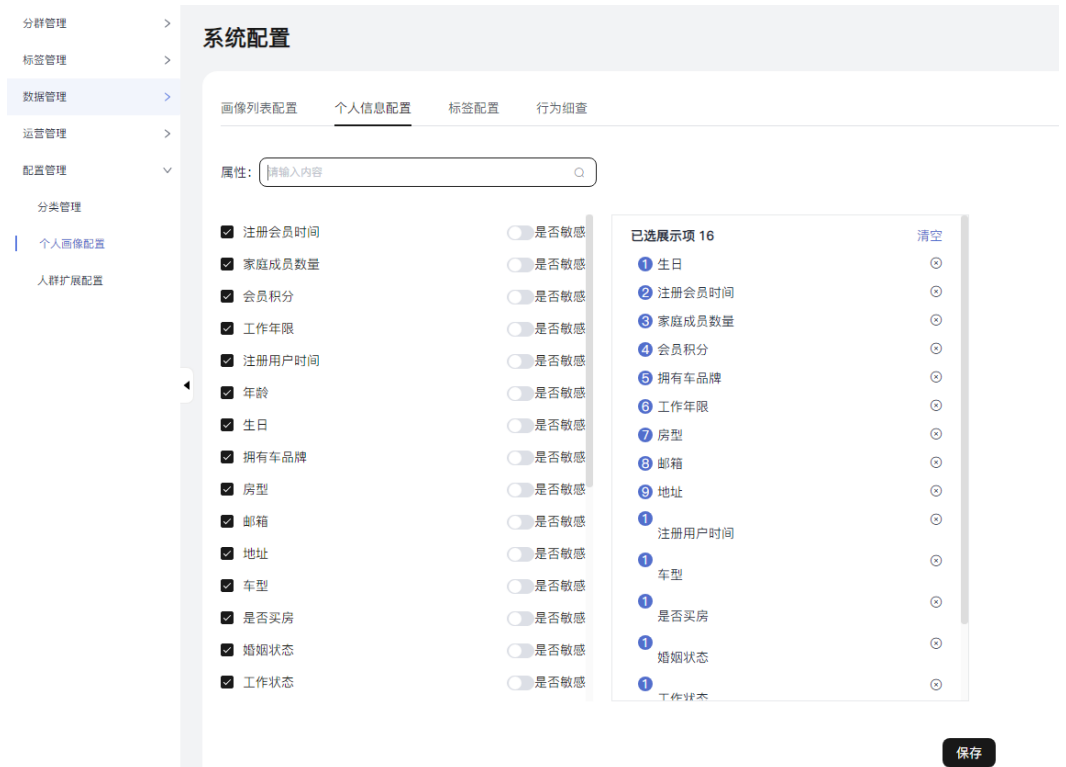
### 功能介绍

#### 1. 画像列表配置



- 画像列表配置用于配置“分群管理”-“个人画像”页面表格的展示列，通过下拉框选择标签或者属性，勾选对应的标签/属性多选框来选择展示的列（最多可以勾选 20 个标签/属性），并可以通过搜索来过滤以便选择自己需要的内容。
- 选择标签/属性时，若为敏感数据需要开启“是否敏感”开关，开启后敏感数据展示位“\*\*\*\*\*”。
- 用户 id 配置用于配置“分群管理”-“个人画像”列表中 id 相关的列，这些 id 相关的列主要用于数据的查找。
- 单击“保存”将保存以上设置并应用到“分群管理”-“个人画像”列表。

## 2. 个人信息配置



- 个人信息配置用于配置“分群管理”-“个人画像”列表操作列“详情”页面中的基础信息，通过勾选多选框选择属性来确定所展示的信息（最多可以勾选 20 个属性）。
- 选择属性时，若为敏感数据需要开启“是否敏感”开关，开启后敏感数据展示位“\*\*\*\*\*”。
- 通过“搜索”来过滤以便选择自己需要的属性，选择好后保存后生效。

## 3. 标签配置





- 标签配置用于配置分群管理” - “个人画像”列表操作列“详情”页面中标签页签展示的内容，通过勾选多选框选择标签来确定所展示的信息（最多可以勾选 20 个标签）。
- 选择标签时，若为敏感数据需要开启“是否敏感”开关，开启后敏感标签展示位“\*\*\*\*\*”。
- 通过“搜索”来过滤以便选择自己需要的标签，选择好后保存后生效。

#### 4. 行为细查



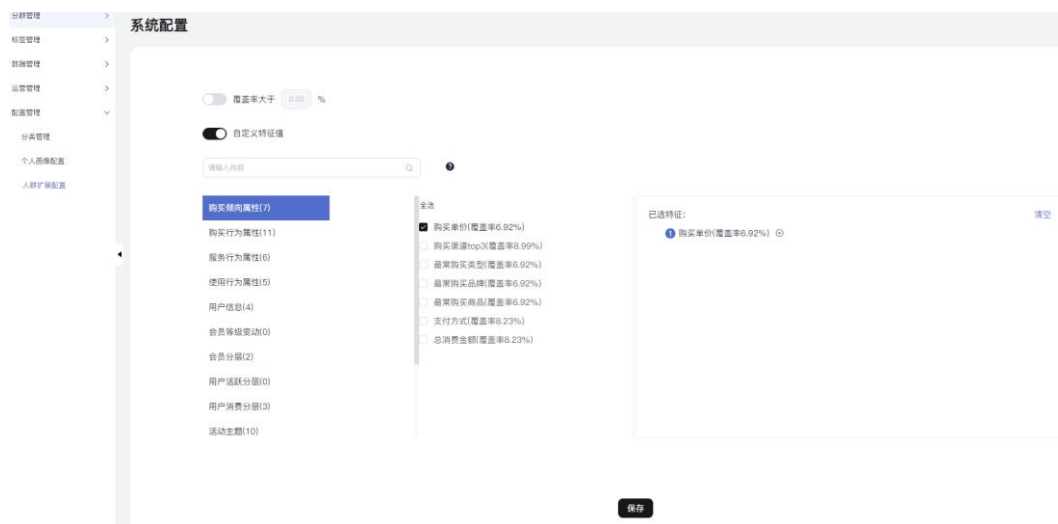
- 标签配置用于配置分群管理” - “个人画像”列表操作列“详情”页面中行为细查页签展示的事件和事件属性，通过勾选事件列表选择事件，然后在所选事件中选择不展示的属性多选框来排除不展示的内容（最多可以勾选 100 个事件属性）。
- 时间控件选择时间来确定分群管理” - “个人画像”列表操作列“详情”页面中行为细查页签展示所时间段内的事件和事件属性。

## 4.5.3 人群扩展配置

### 概念介绍

企业在不同场景下进行人群扩展时 AI 算法用到特征字段可能不一样，人群扩展配置支持个性化定制特征字段，且特征字段支持标签和属性，以使用户自主配置特征进行人群扩展的分析，提高预测准确率。人群扩展配置支持通过覆盖率或者自定义的方式，配置参与 lookalike 的标签范围，增强 lookalike 的可视化配置能力。

### 功能介绍



- $\text{覆盖率} = \frac{\text{标签总人数}}{\text{总用户数}}$ ，每次查询（预估人数、手动计算或美儿童计算）时，对于查询不到标签人数的标签，覆盖率直接赋值为-1。
- 客户通过页面“覆盖率”开关手动调整覆盖率，和开启“自定义特征”开关来手动勾选特征完成特征的自定义配置，供扩展性能使用。
- 当勾选特征数超过 50 个时，前端提示“所选特征数大于 50，可能会影响人群扩展性能”。
- 当自定义特征值开关与覆盖率开关同时打开时，人群扩展任务才会过滤不符合覆盖率要求的标签；当自定义特征值关闭时，已配置的特征值不生效。

# 5 智能营销

- 8.1 批量营销
- 8.2 情景营销
- 8.3 营销分析
- 8.4 营销素材
- 8.5 审批管理
- 8.6 配置管理

## 5.1 批量营销

## 5.2 情景营销

## 5.3 营销分析

## 5.4 营销素材

## 5.5 审批管理

## 5.6 配置管理

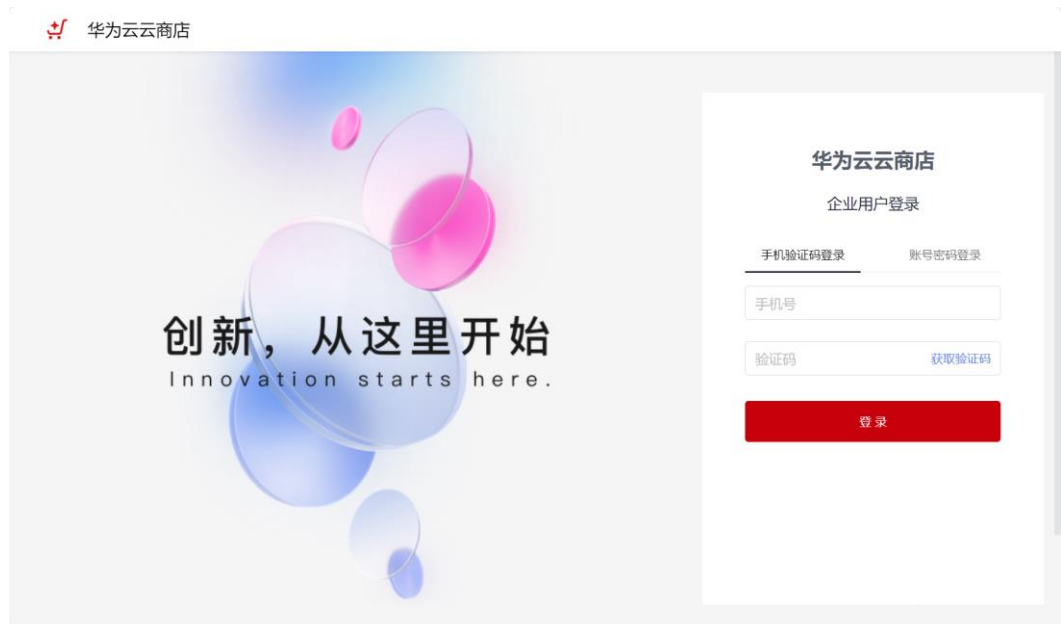
# 6 系统管理

- 9.1 用户管理
- 9.2 租户 Key 管理
- 9.3 角色管理
- 9.4 项目管理

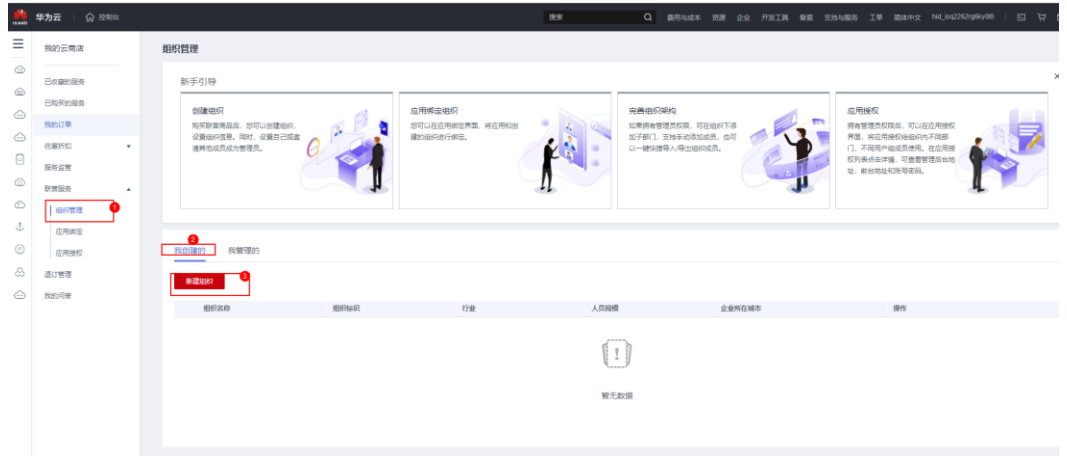
## 6.1 用户管理

### 6.1.1 组织架构管理

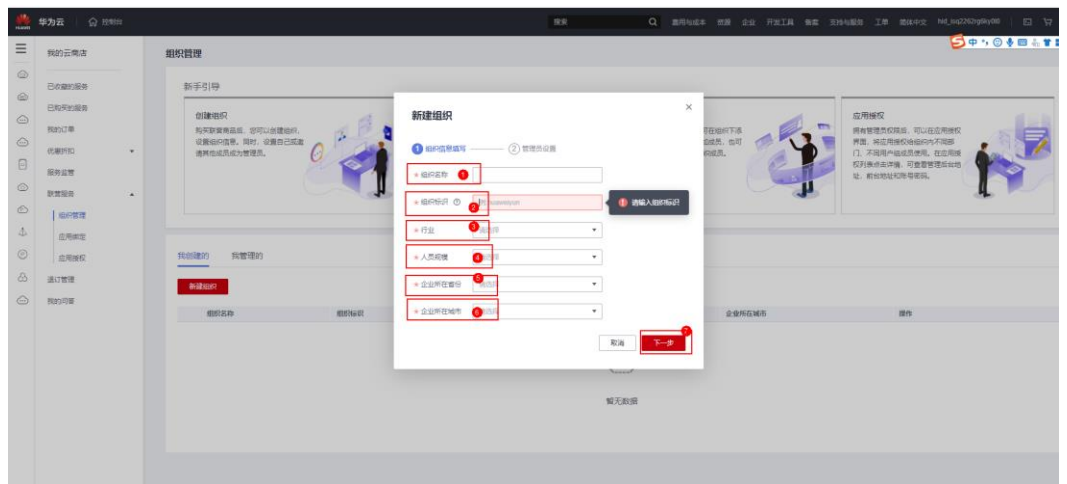
登录华为云买家中心，输入账号和密码，点击登录，如下图：



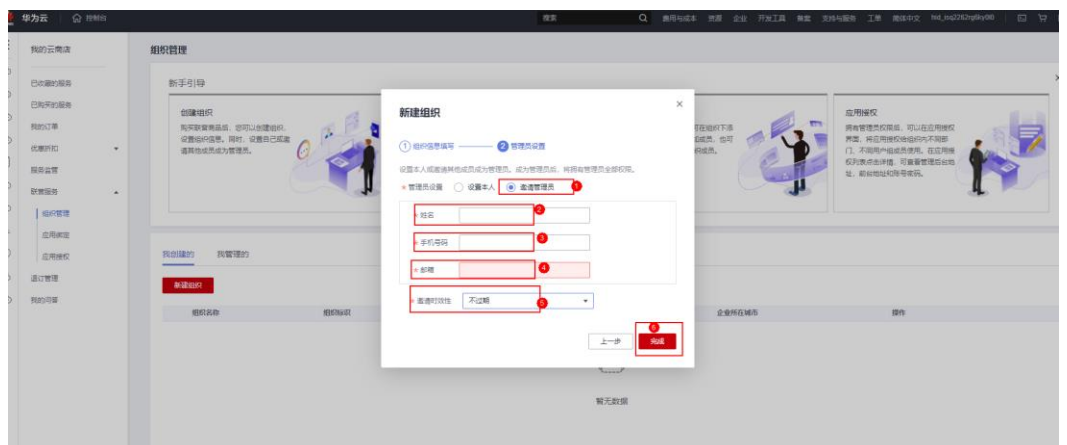
1. 组织新增  
选择“联营服务”下的“组织管理”，然后点击新建组织。



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”：

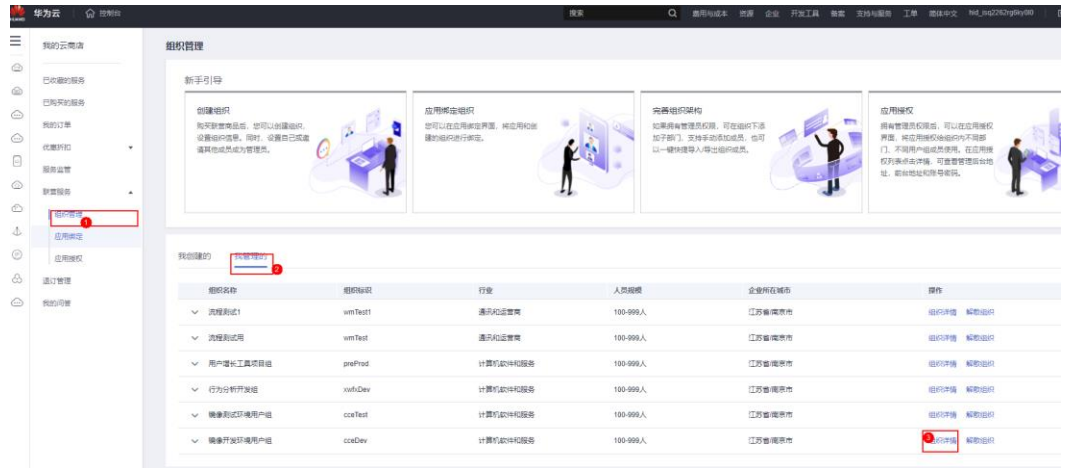


然后在管理员设置页面进行管理员设置，可以设置本人或者邀请其他人为管理员，邀请其他人为管理员，需要填写“姓名”、“手机号码”、“邮箱”，并选择“邀请时效性”，最后点击完成按钮，即完成组织的创建。



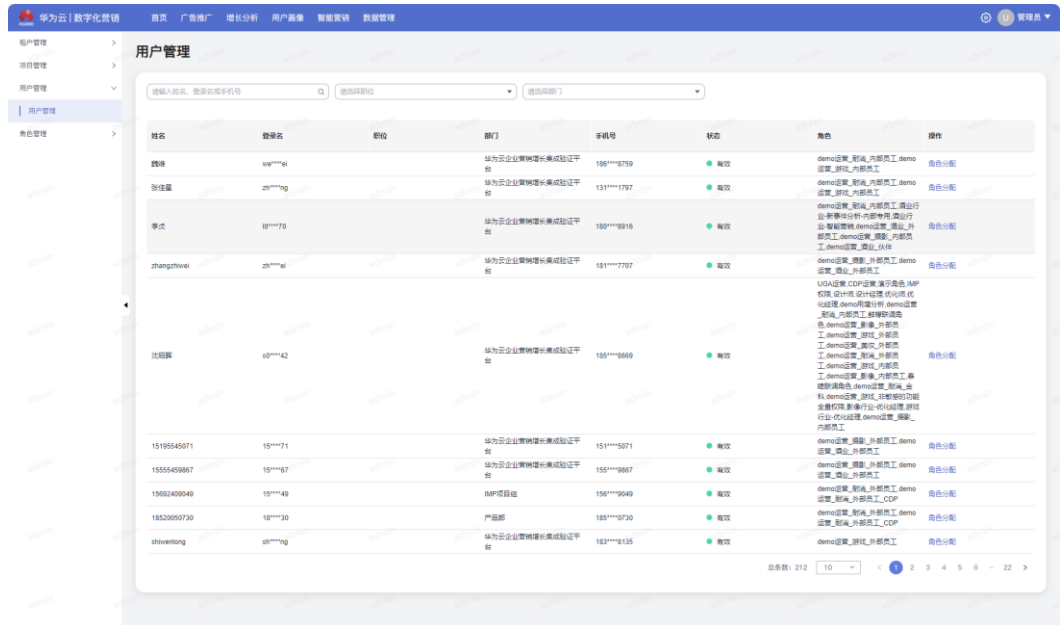
## 2. 组织管理

点击“我管理的”页签，然后点击列表中的组织详情。

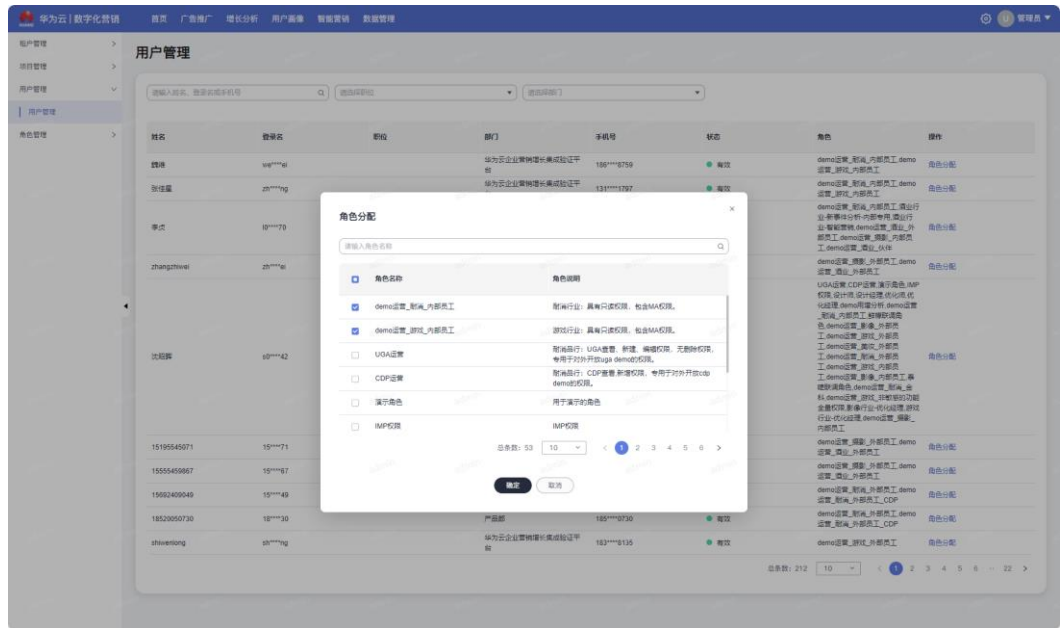


### 6.1.2 用户管理

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：



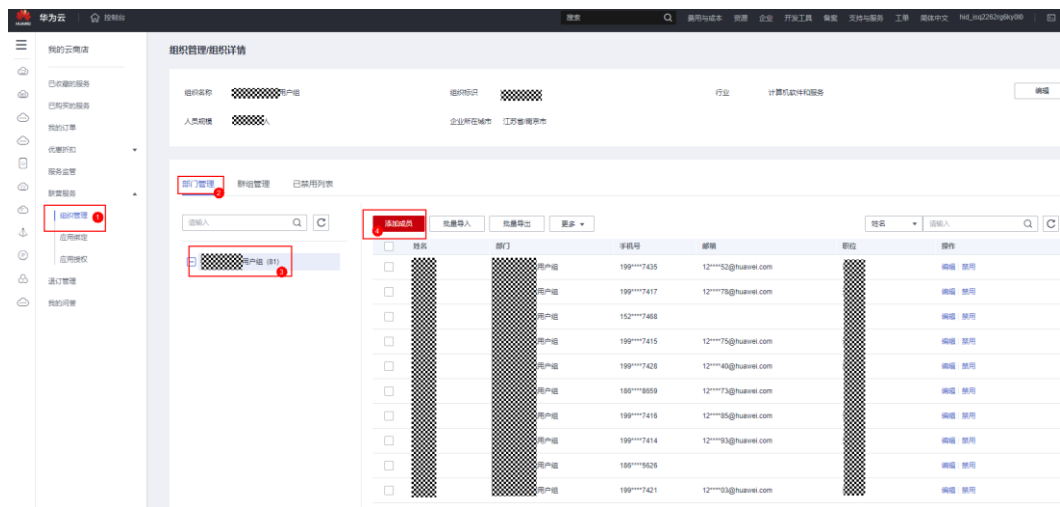
然后在弹出框内，搜索要授予的角色名称，选择列表中的多选框，之后点击确定，完成用户的角色授权。



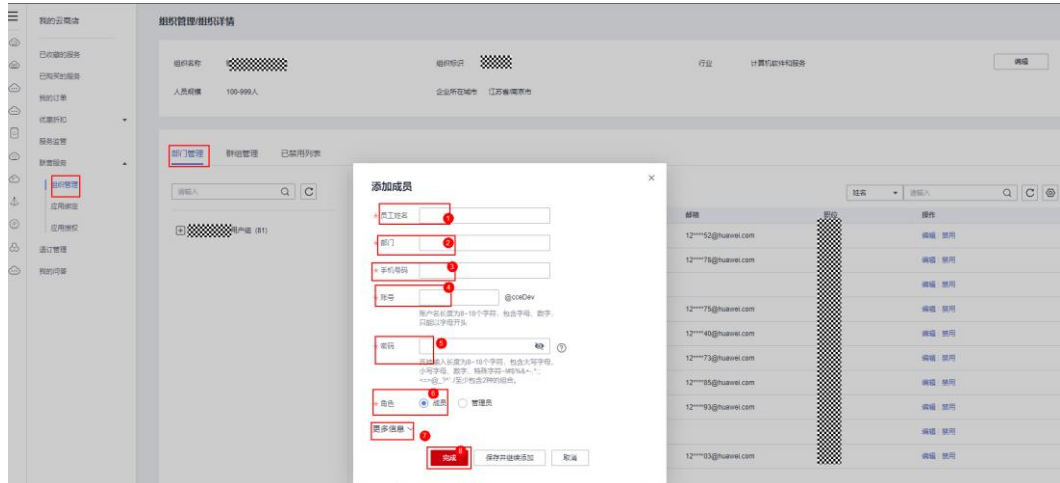
### 6.1.3 同步基础数据

#### 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。

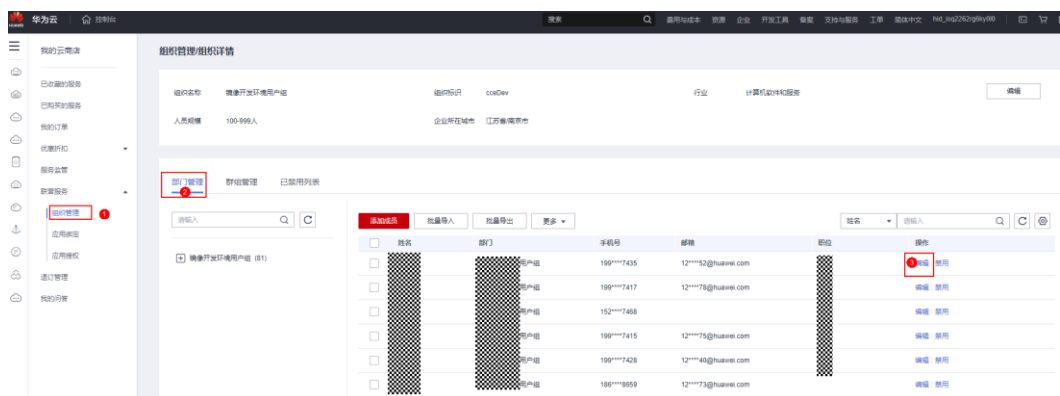
### 说明

- 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。



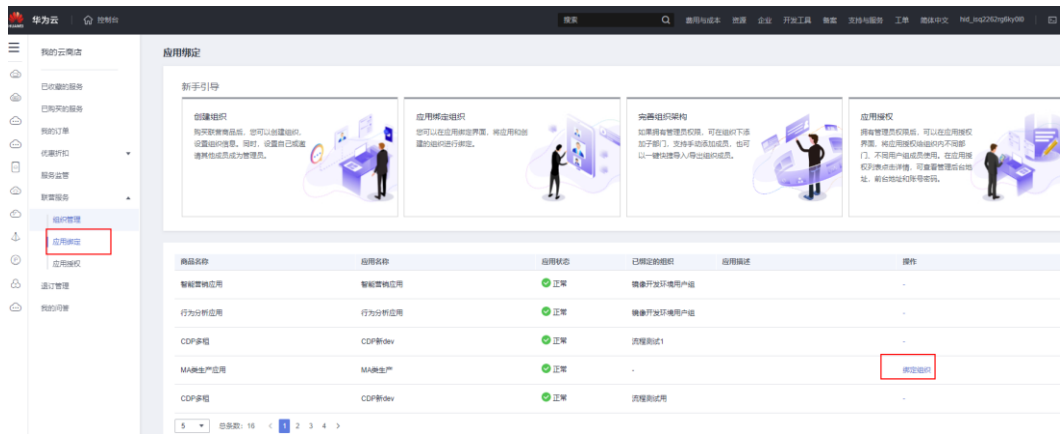
在弹出框内，可以进行“员工姓名”、“手机号码”、“密码”、“角色”以及“更多信息”的编辑，如下图：



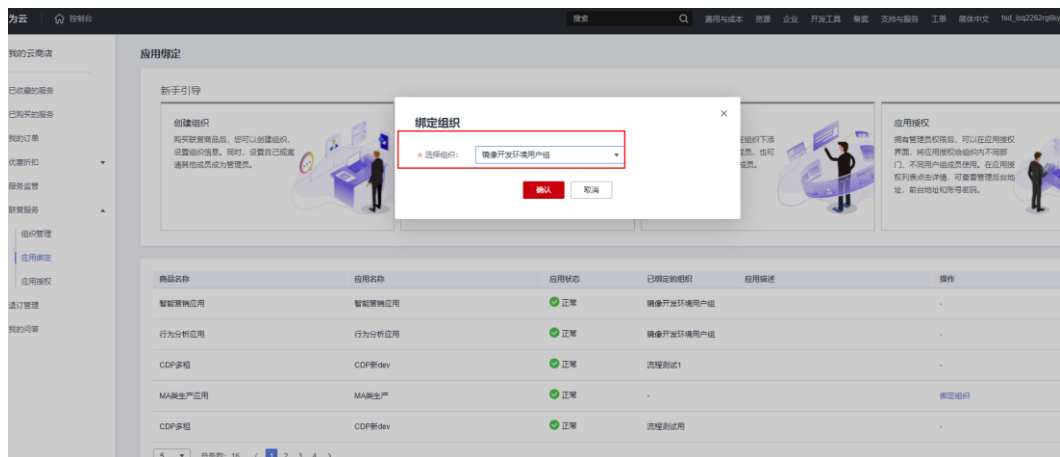


### 3. 应用绑定

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：

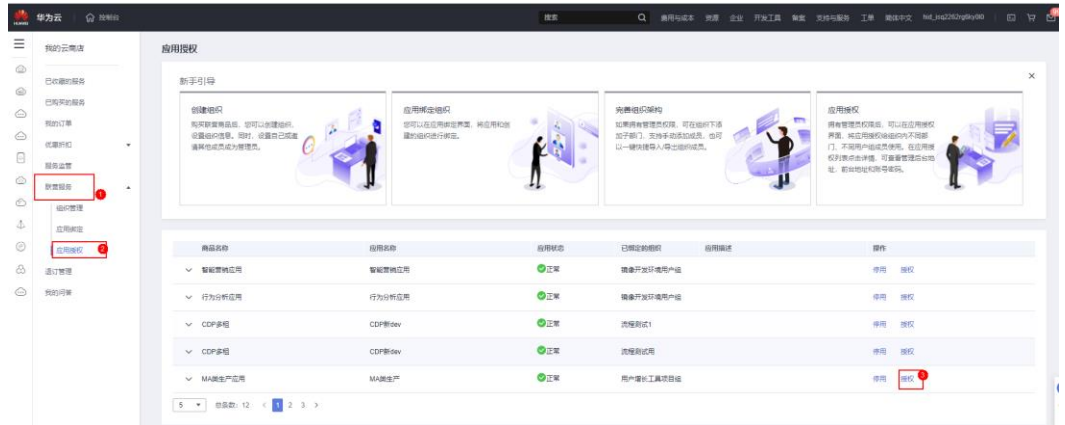


点击上图中的组织绑定进行商品和组织间的挂载，如下图：

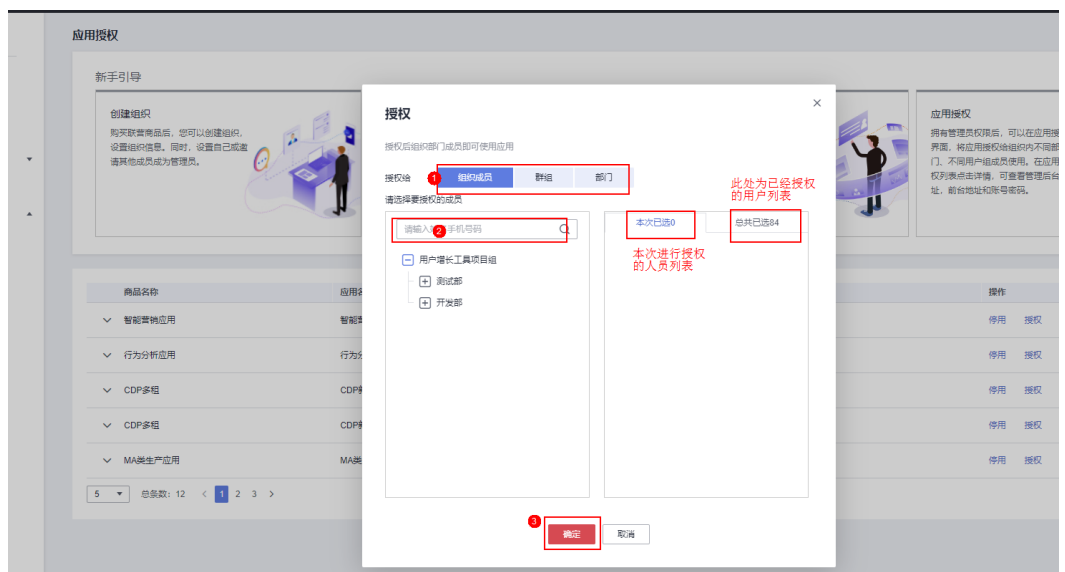


### 4. 应用授权

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：



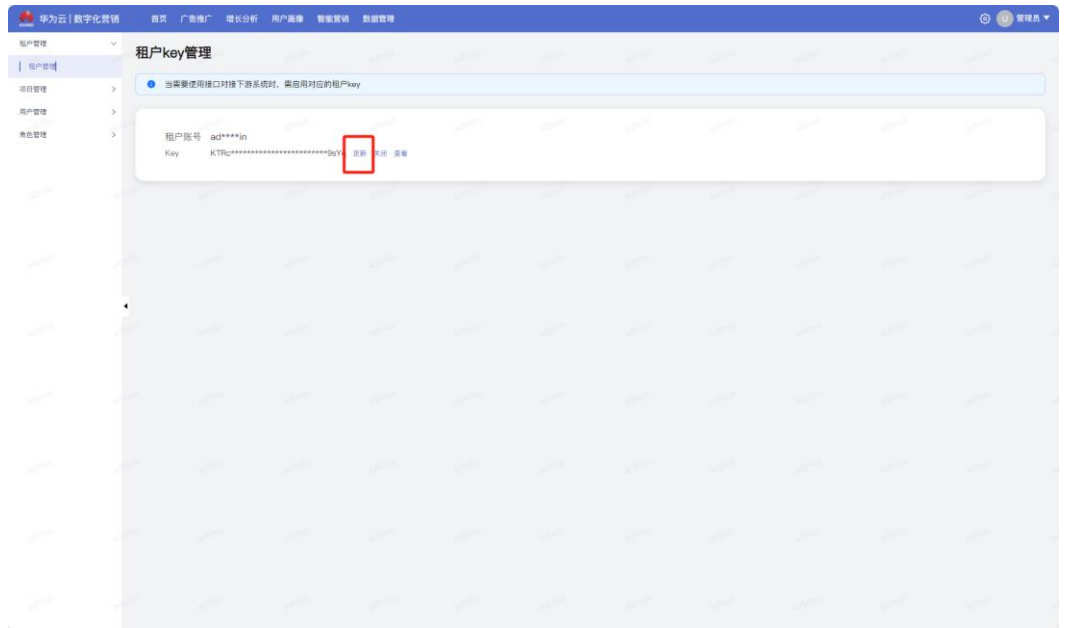
在②搜索框内选择需要同步的人员数据，然后点击确定即可完成人员数据的同步。

### 须知

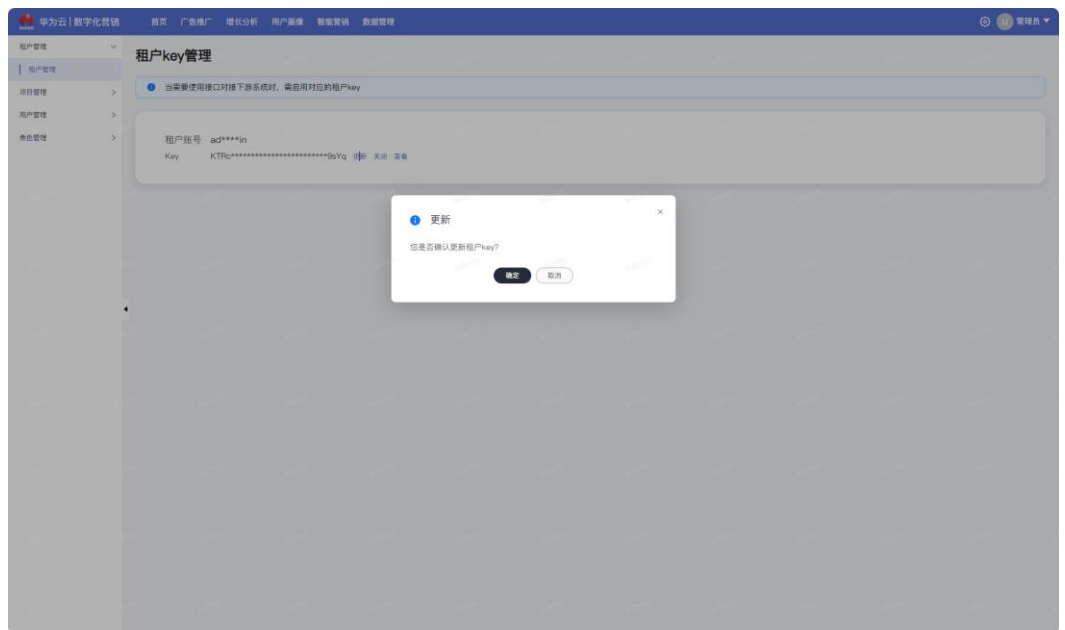
点击确定之后，大约 20 秒钟之后进行人员数据信息的同步。

## 6.2 租户 Key 管理

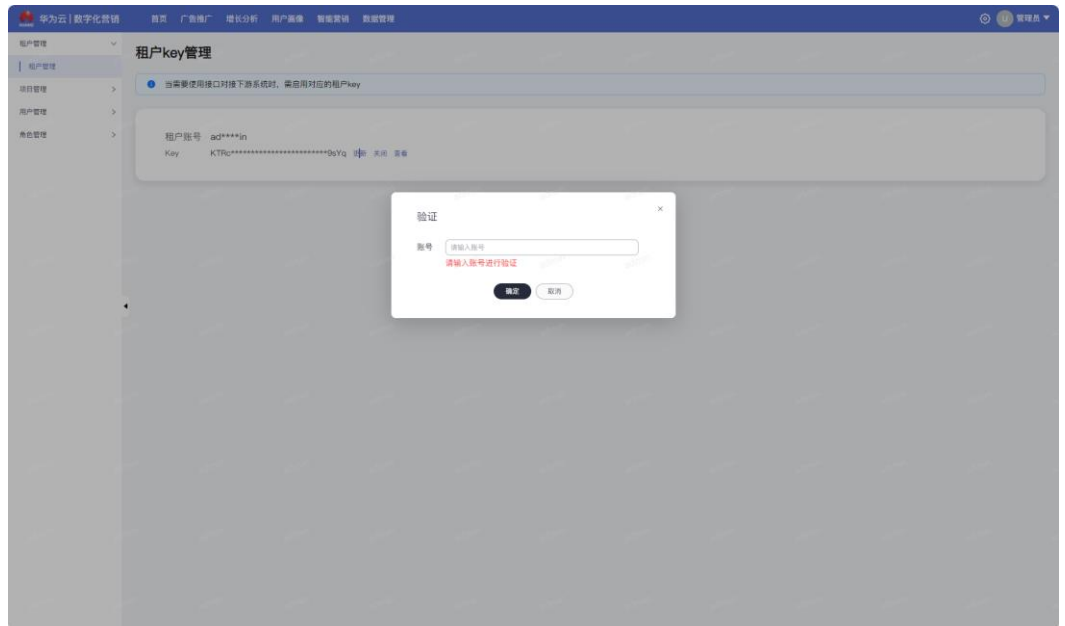
1. 启用  
详见 API 参考中的接入准备。
2. 更新  
点击下图中的更新链接



并在弹出框内点击“确定”按钮，进行更新。

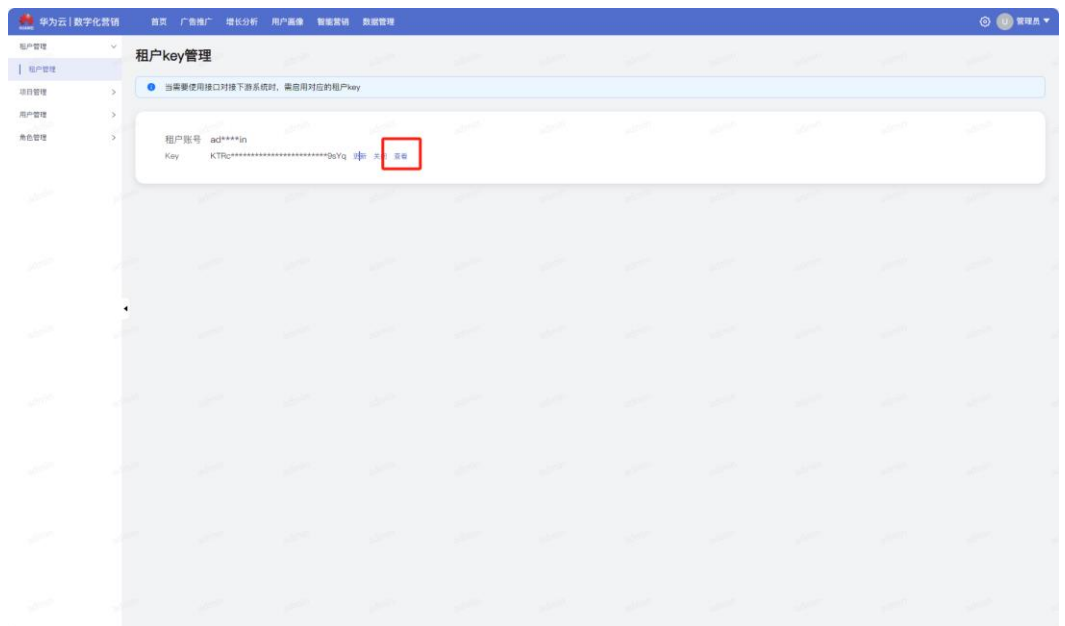


之后，会出现让输入账号的弹框，输入账号之后点击确定，完成更新。

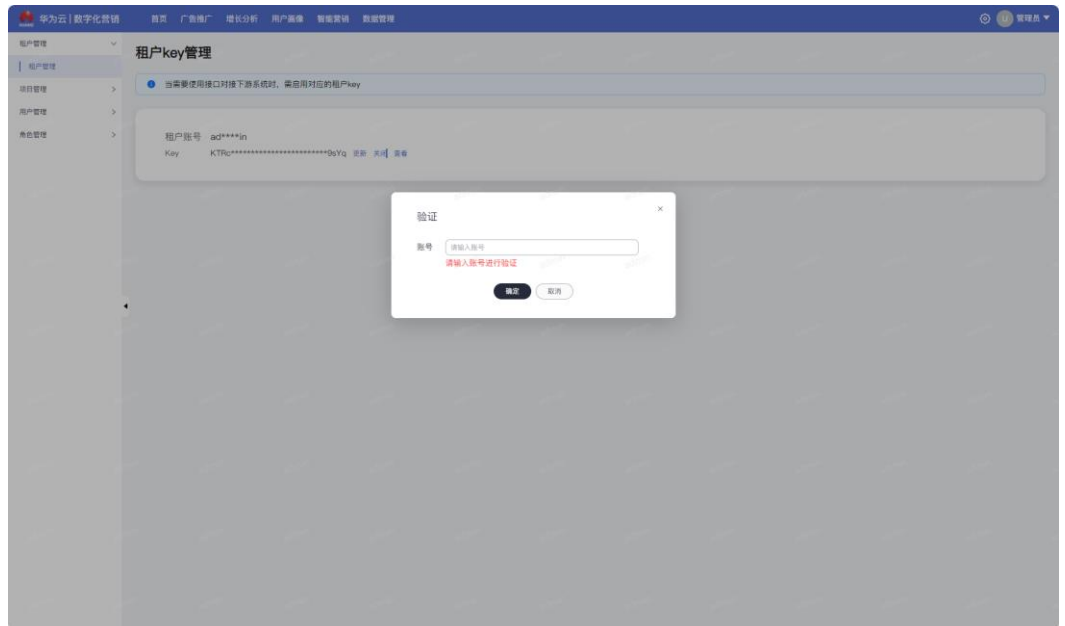


### 3. 查看

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。

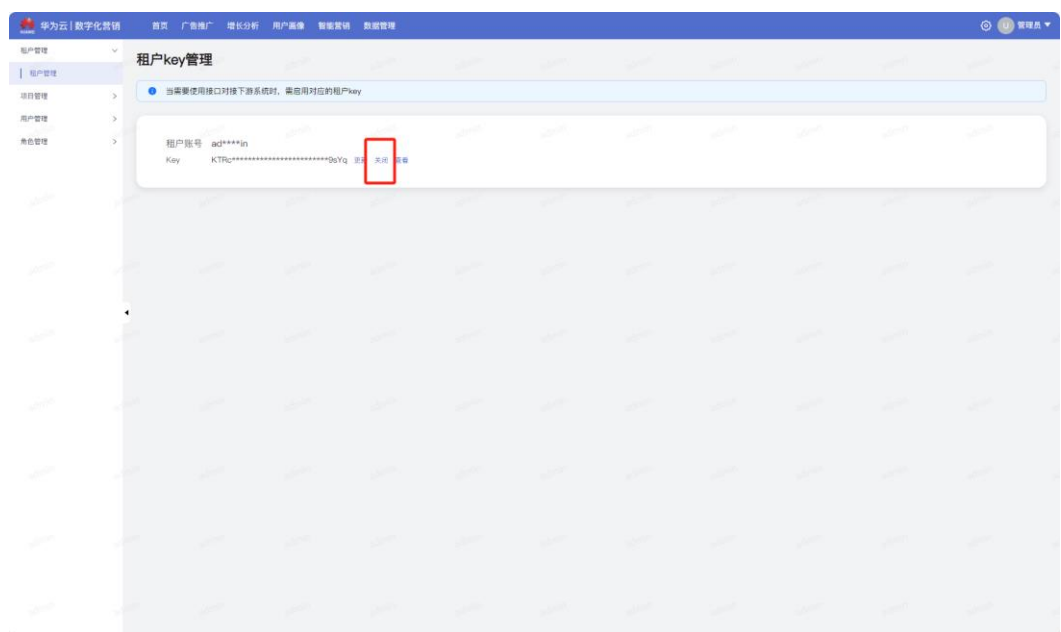


Key 信息展示效果，如下图，Key 值可以通过复制按钮进行复制。

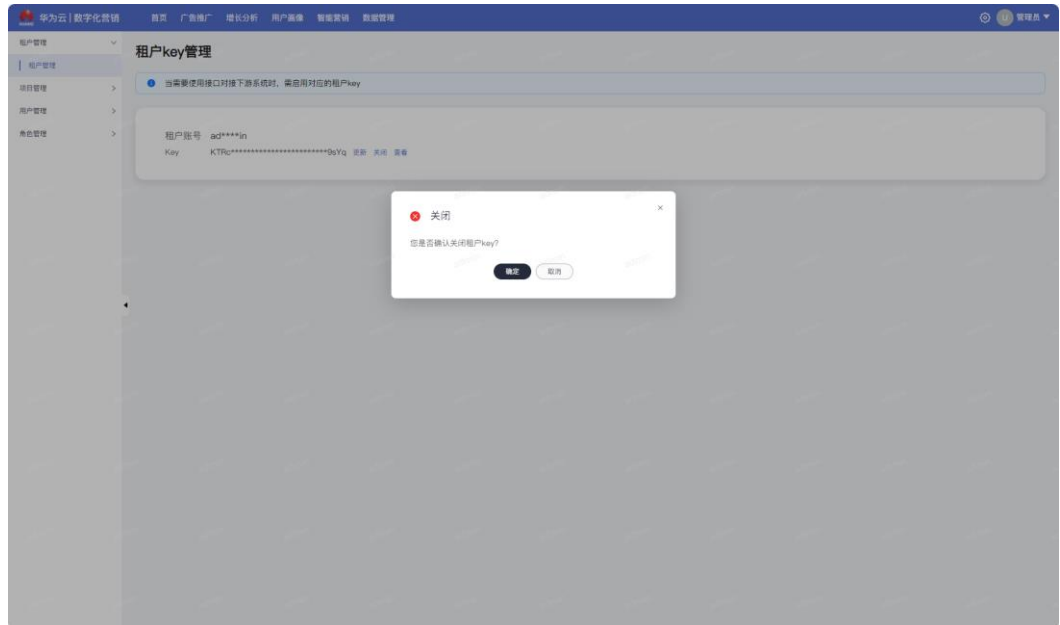


#### 4. 关闭

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。



## 6.3 角色管理

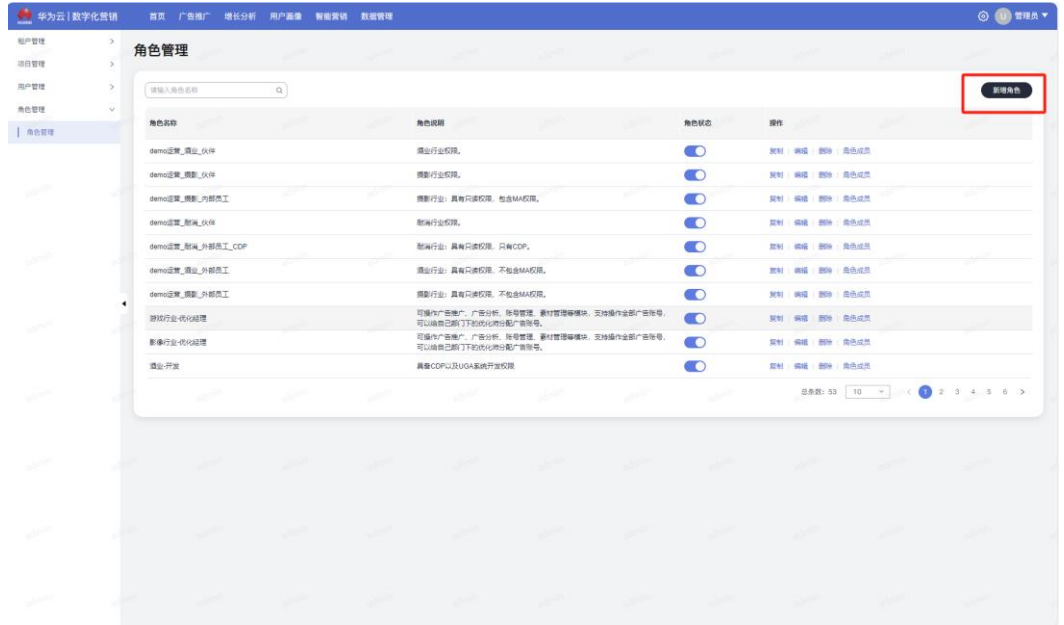
**说明：**

- 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。

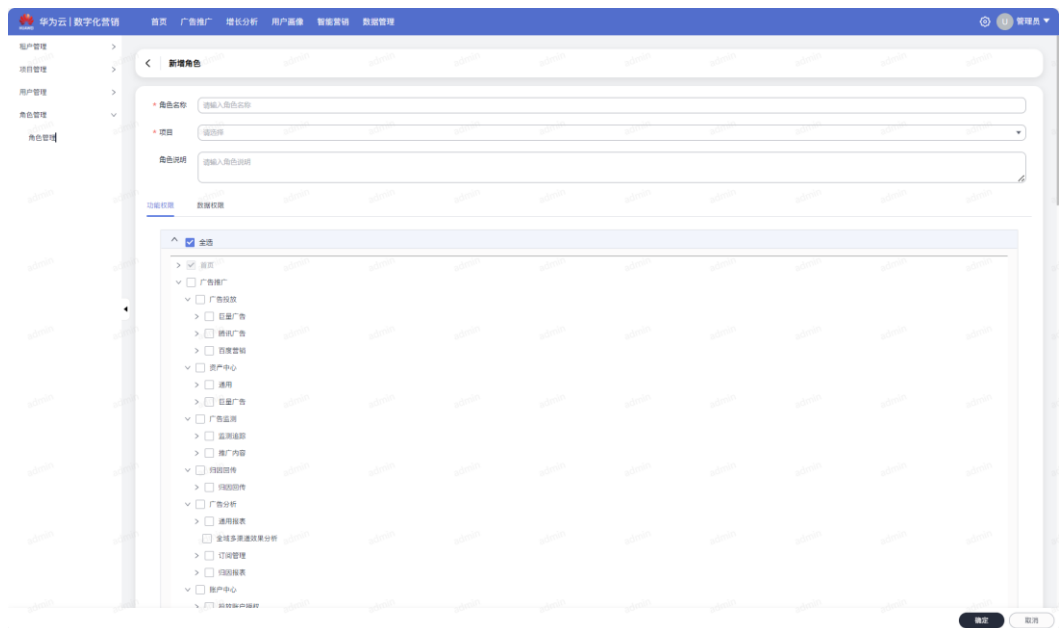
### 1. 角色新增

**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：



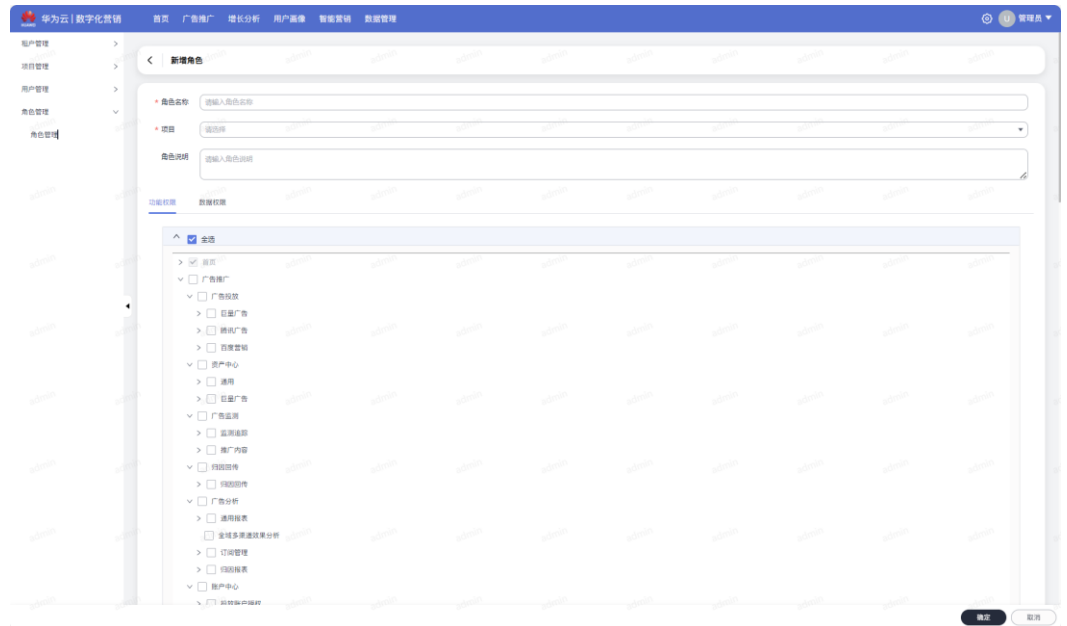
就会弹出如下窗口：



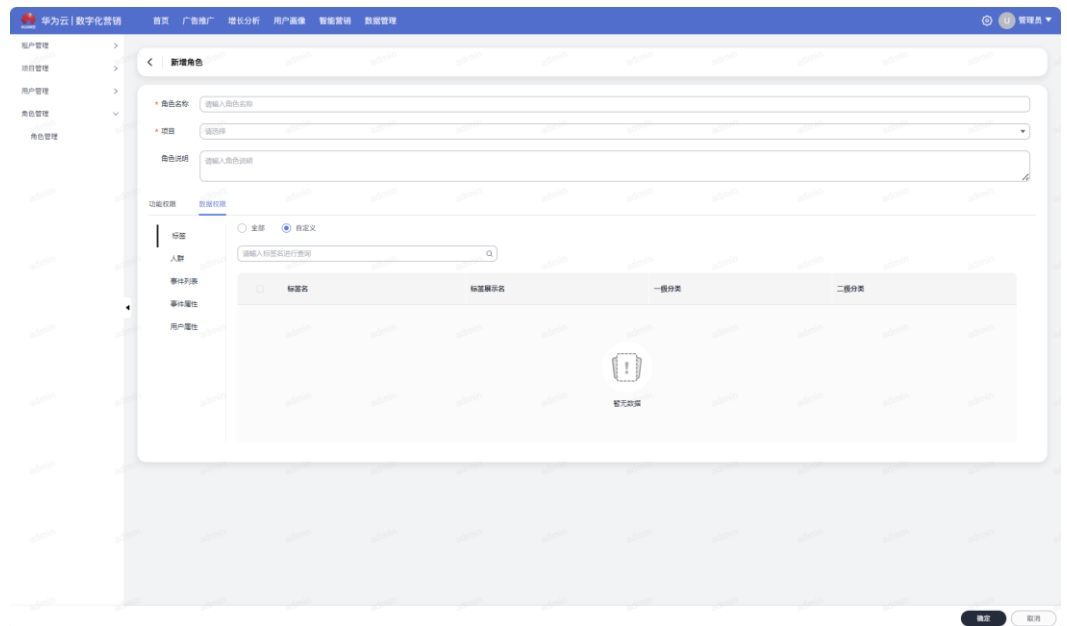
填写“角色名称”、“角色描述”，在“功能权限”页签选择控制权限及部分功能菜单、按钮权限，然后在“数据权限”页签选择数据权限数据。

### 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：

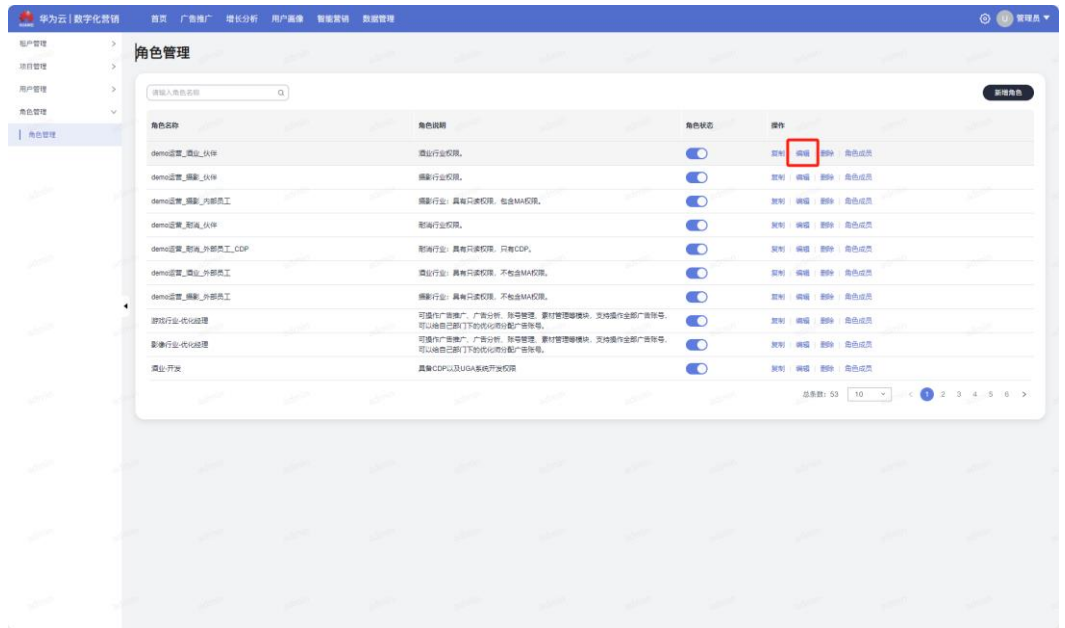


在页面最下方点击确定按钮，完成角色新增。

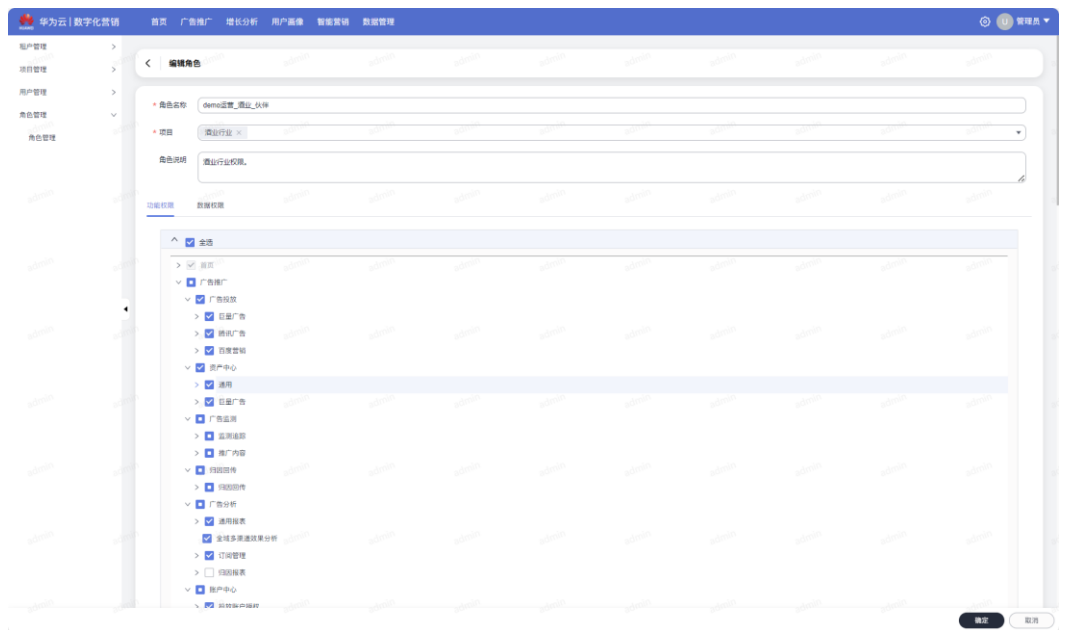
## 2. 角色编辑

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：

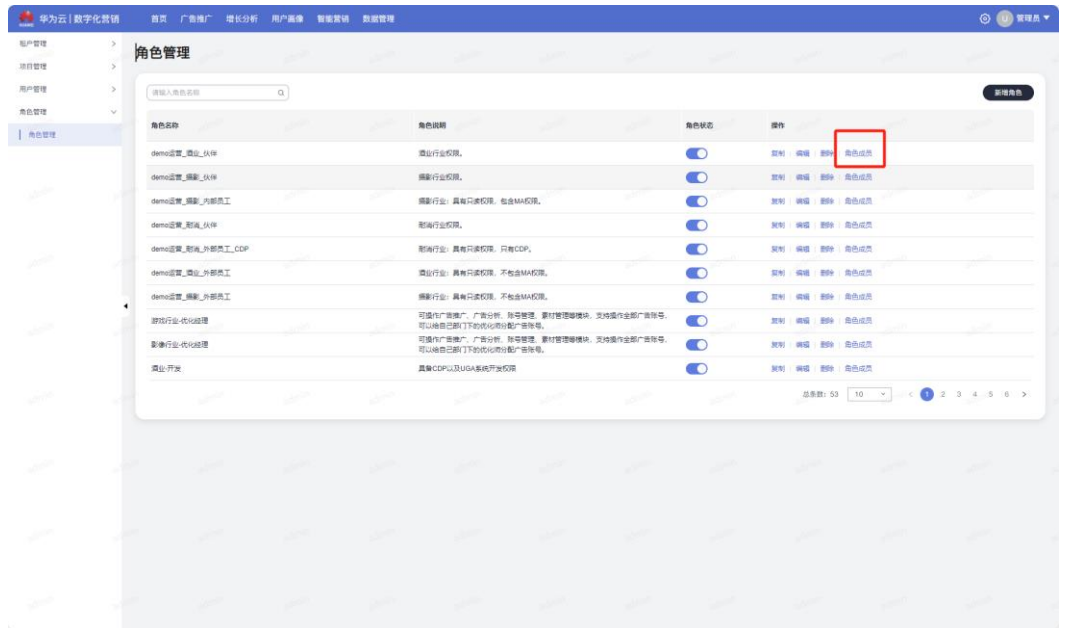


可以进行“角色名称”、“角色描述”、“功能权限”（菜单权限、页面按钮权限）及“数据权限”的修改；

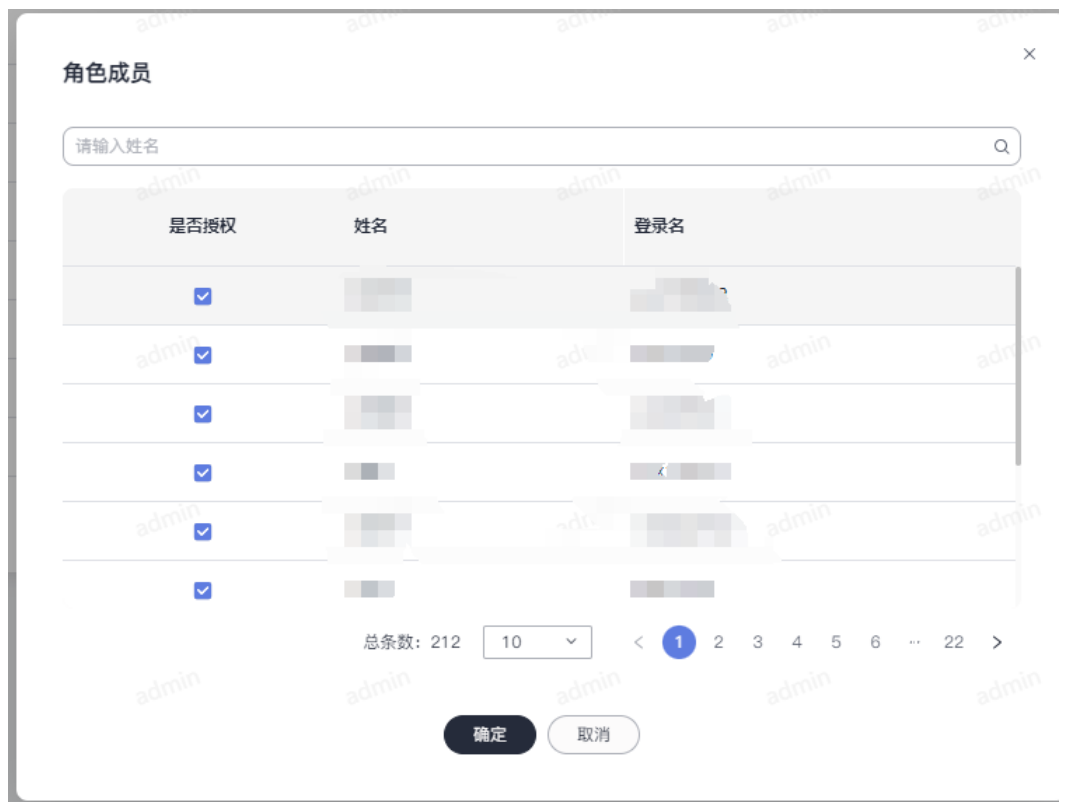
修改具体信息之后，点击确定即完成角色编辑。

### 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：



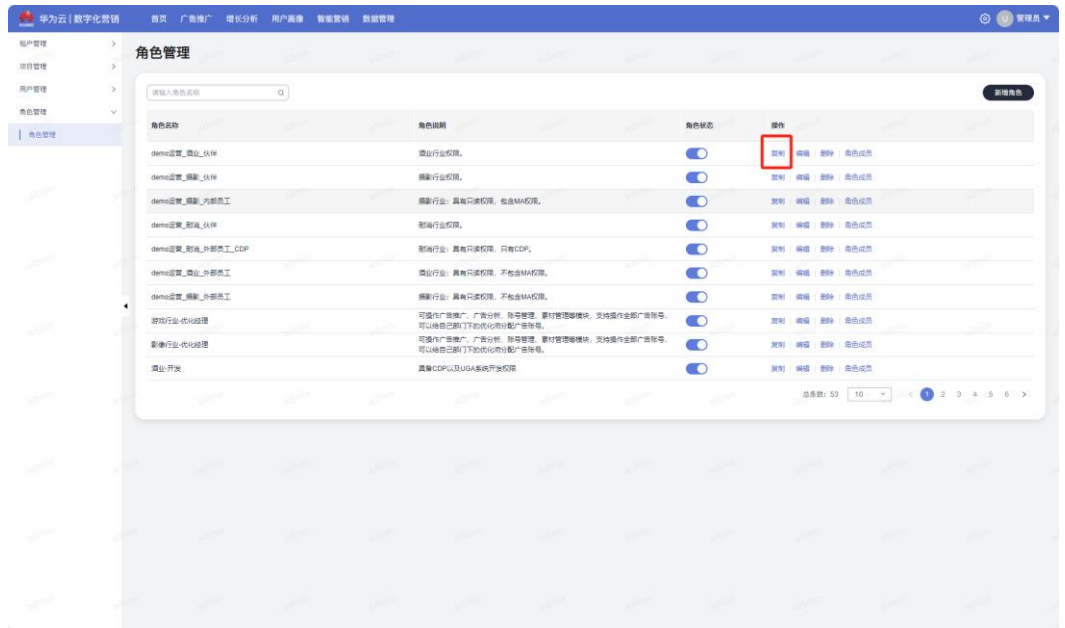
然后在弹出框中的搜索框内搜索人员姓名，在人员列表中选择左侧的多选框，点击确定按钮，完成角色的人员授权。



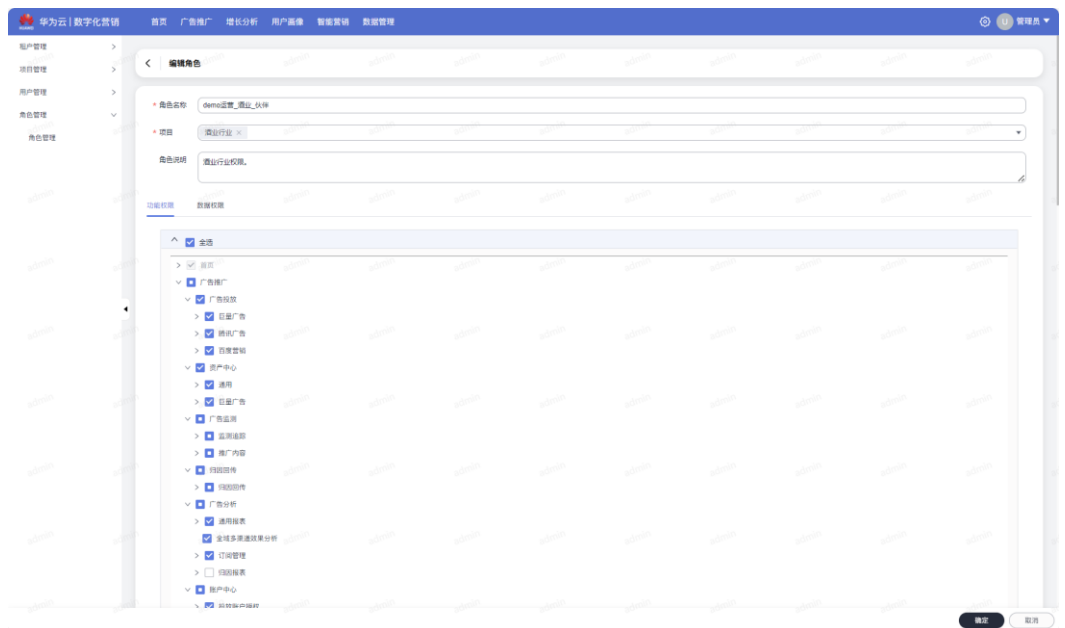
#### 4. 角色复制

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：



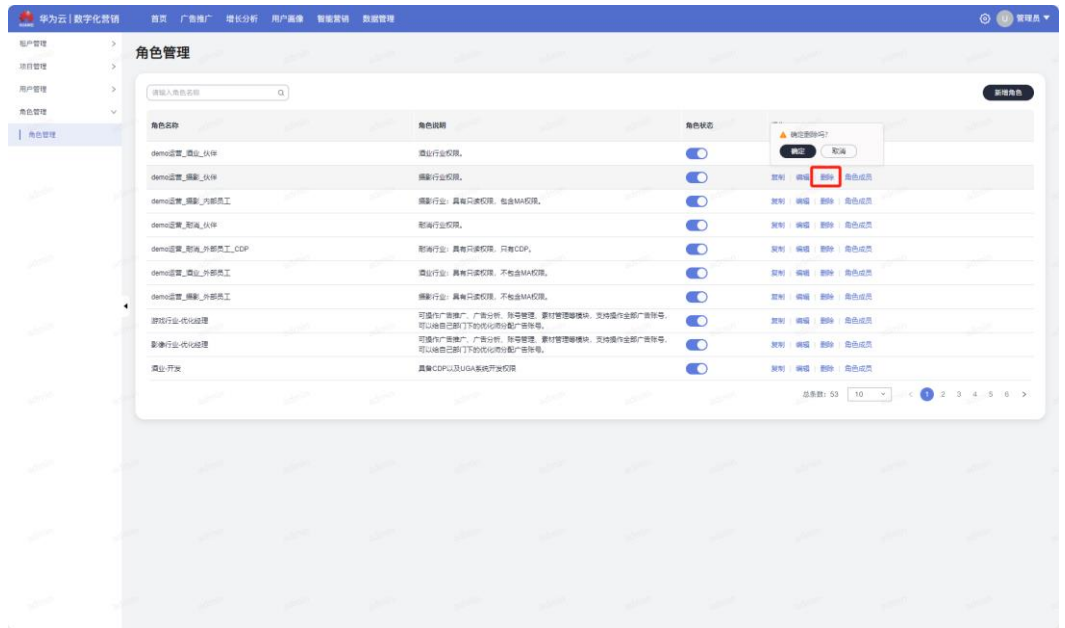
在弹出框内，编辑角色信息，如下图：



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。

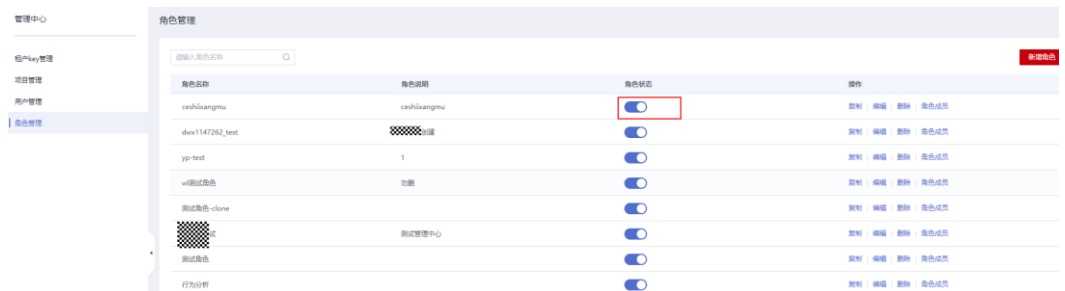
### 5. 角色删除

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

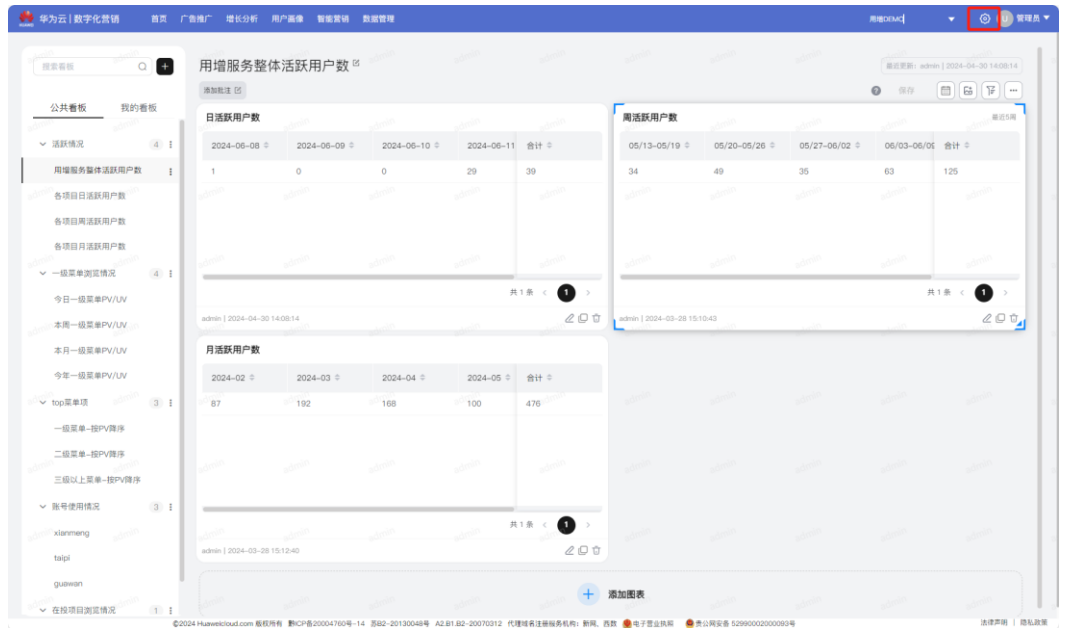
角色列表中的角色状态开关，表示此角色是否可用，如果某角色状态是关闭状态，具备此角色的普通用户仅具备该角色权限，该用户登录后将会提示：用户未分配角色，请联系管理员。如果此角色关闭后，具备此角色的用户权限将失效。



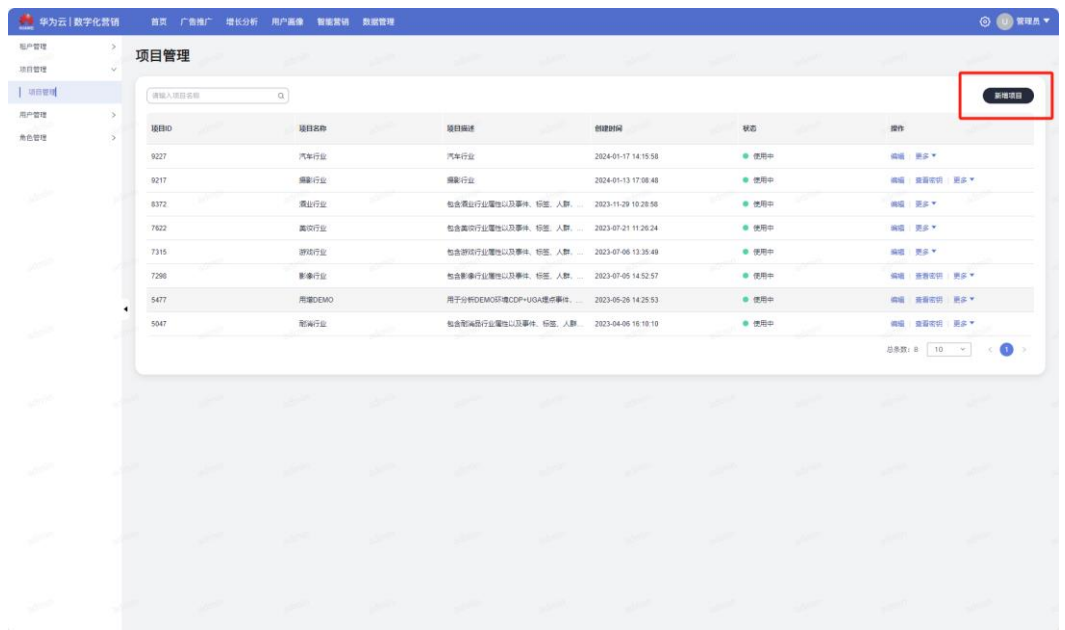
## 6.4 项目管理

### 1. 项目新增

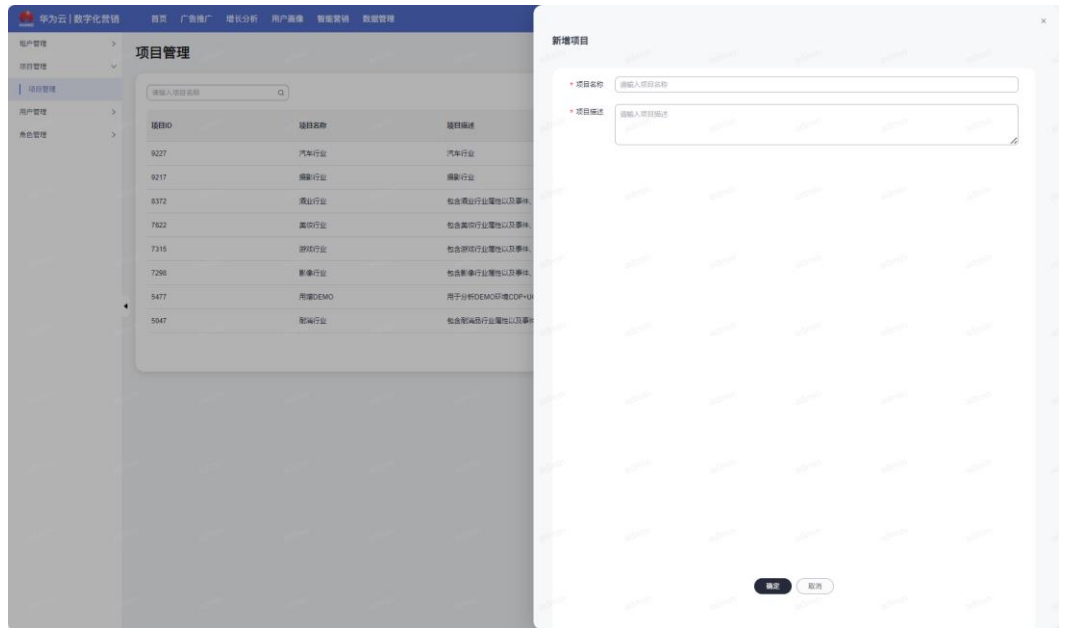
管理员登录之后，点击进入项目右上角菜单“管理中心”。



在项目管理页面中，点击新增按钮，如下图：

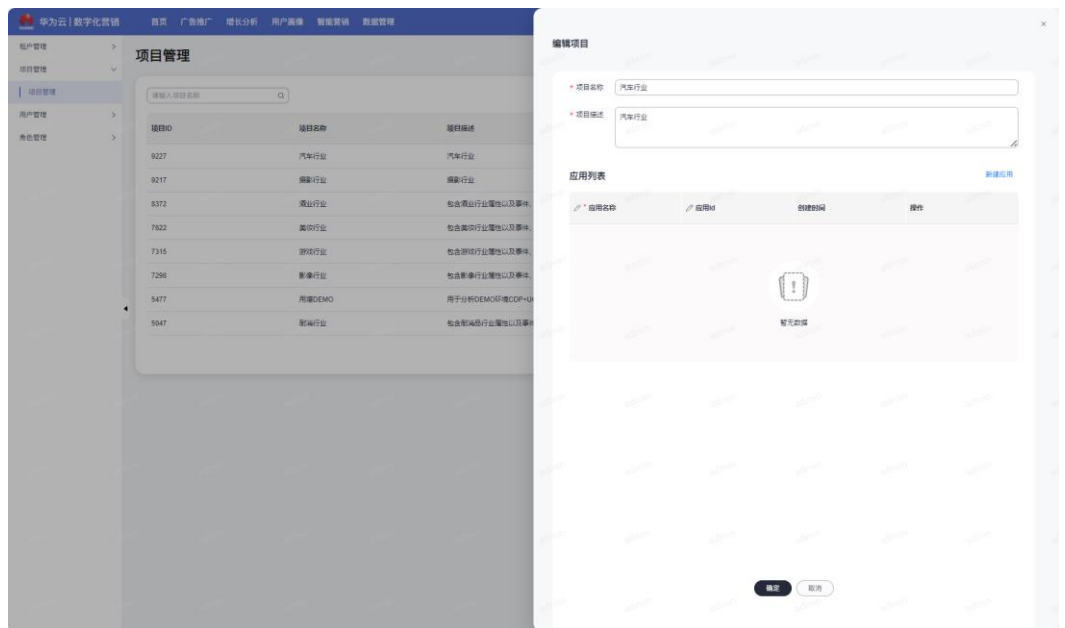


在弹出窗口内，输入“项目名称”、“项目描述”，然后点击确定按钮，完成项目新增。



## 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：



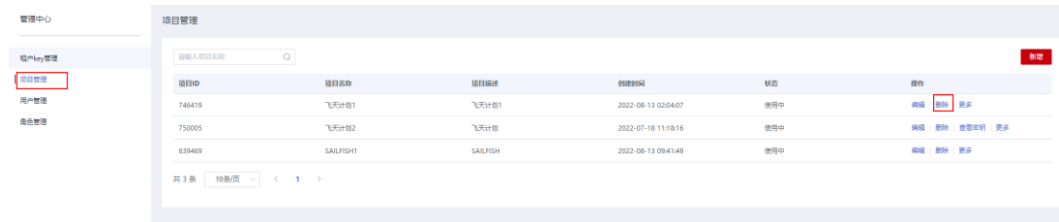
在弹出框内，可以编辑“项目名称”、“项目描述”，然后点击确定按钮，完成项目编辑操作。

## 3. 项目删除

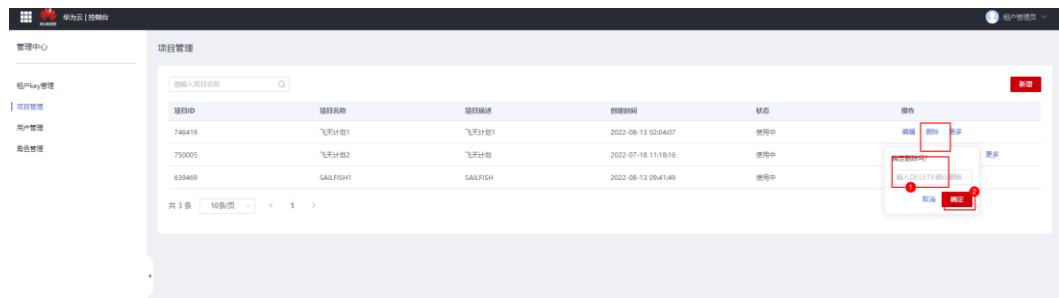


**项目删除对应项目内的所有业务数据也将被同步删除，且不可恢复，请谨慎操作。**

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：



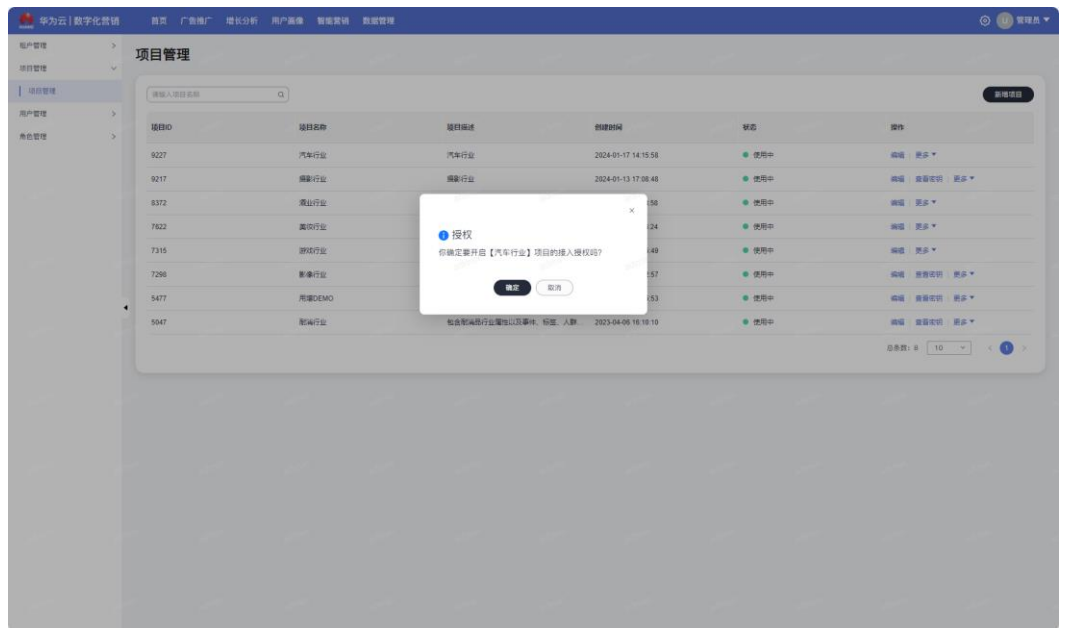
在弹出框内输入“DELETE”，然后点击确定，完成项目删除。



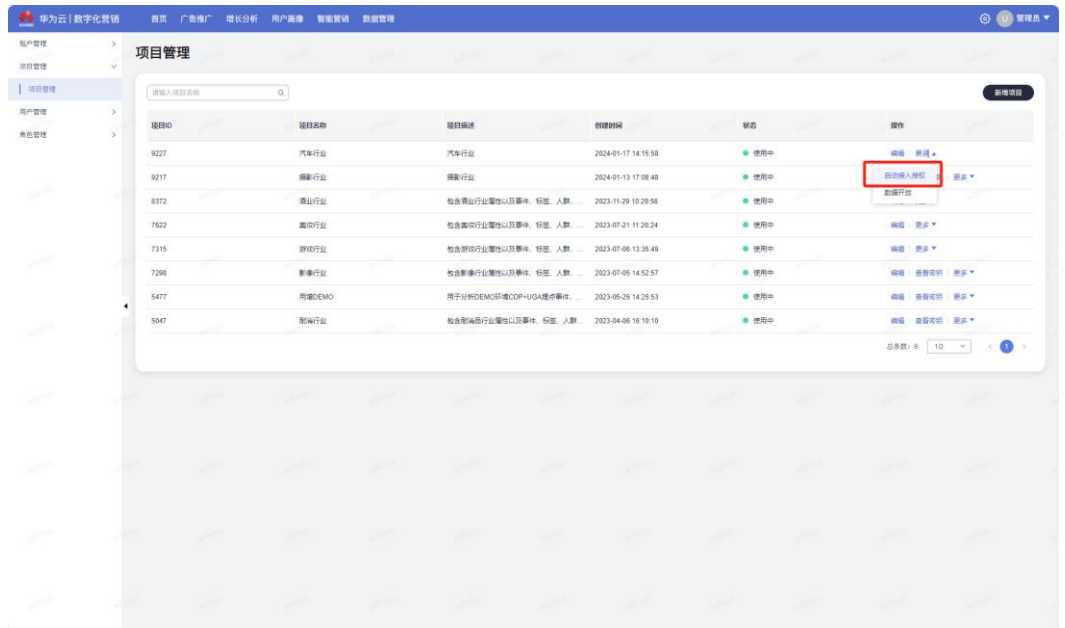
#### 4. 启动接入授权

##### 📖 说明

启动接入授权的前提是租户 Key 已经开启!

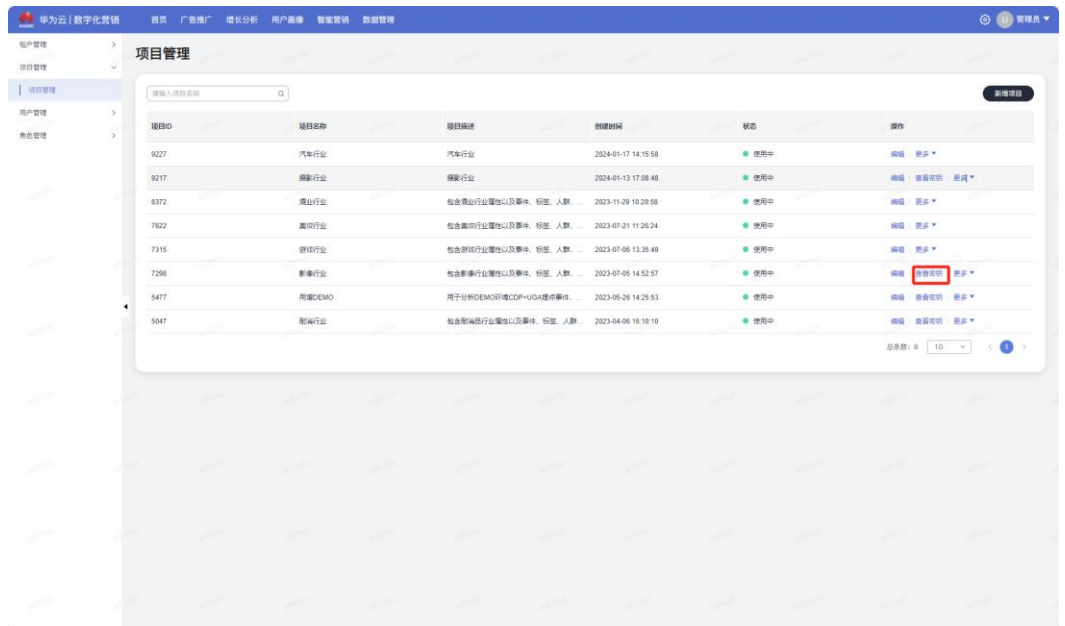


点击项目列表中的“更多”链接，选择“启动接入授权”按钮



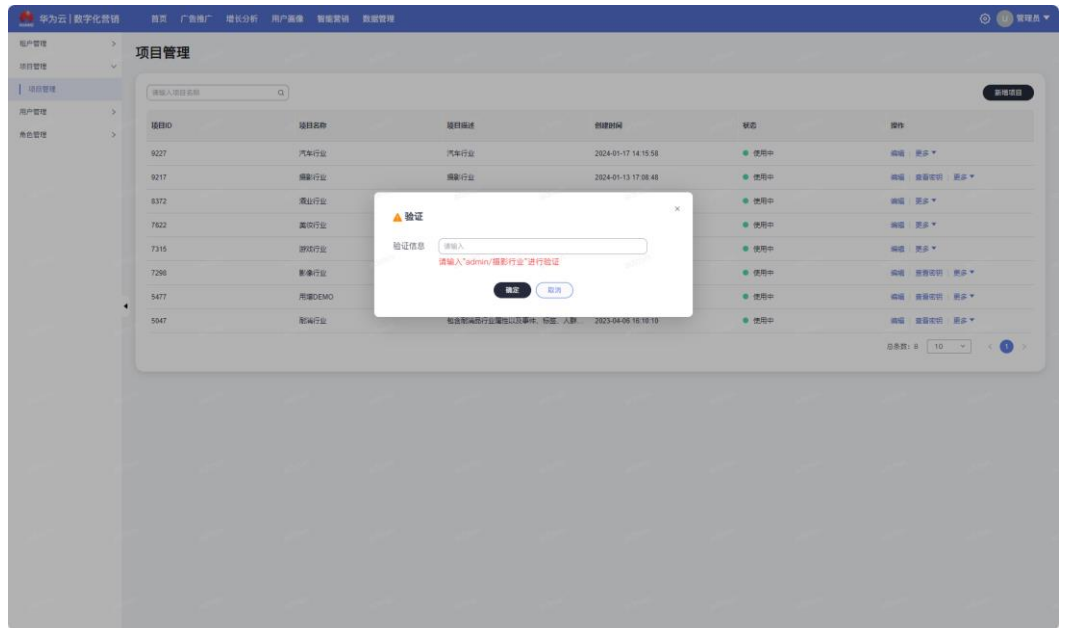
在弹出框中点击确定按钮，完成授权启动。

### 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。

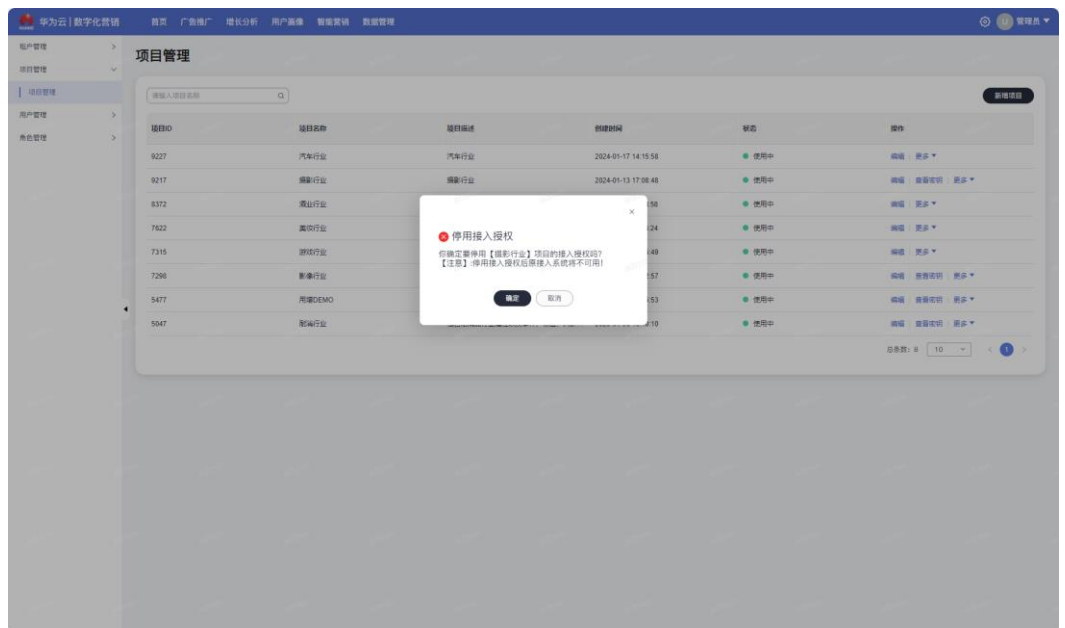




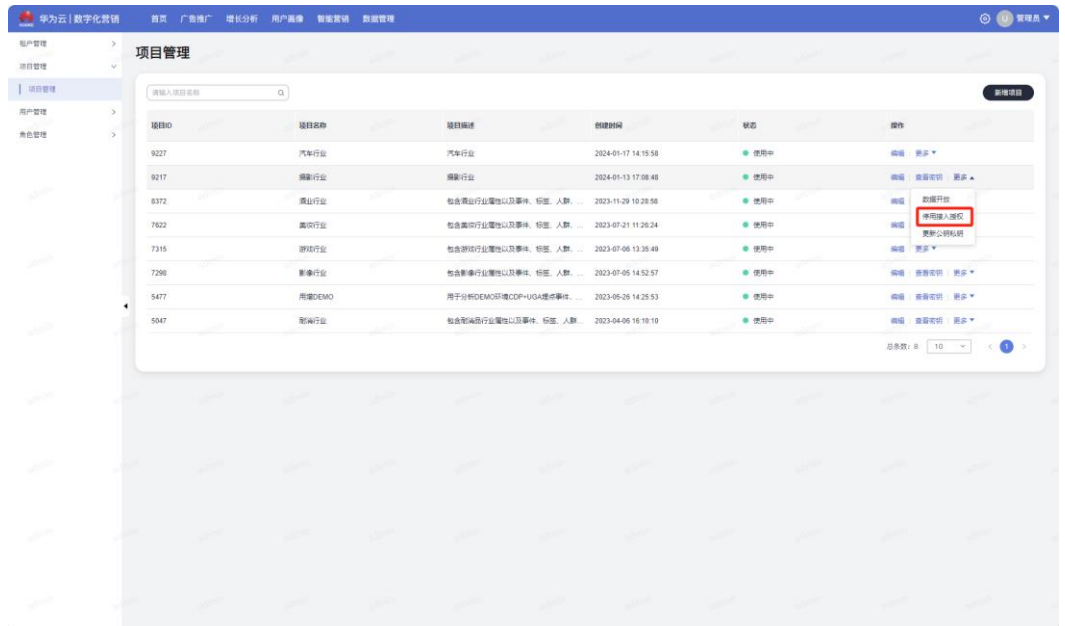
## 6. 停用接入授权



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。

