

An aerial view of a city skyline at sunset, with a diagonal overlay. The sky is filled with dark, dramatic clouds, and the sun is setting on the right side, casting a warm glow over the city. The city is densely packed with skyscrapers, and the water is visible in the distance. A diagonal line runs from the top right to the bottom left, creating a split effect. The text "360DMP 产品手册 (3.3版)" is overlaid on the image in a large, white, bold font.

# 360DMP 产品手册 (3.3版)

商业数据部 2017.04

03

DMP成功案例

02

DMP 使用指南

01

DMP 产品概况



01

# DMP 产品概况

# 360 DMP 能做什么

✓ **人群管家，生成精准定向人群**

✓ **人群扩展，扩大精准营销覆盖范围**

✓ **效果分析，查看投放效果，指导账户优化**

360 DMP能够汇聚多方数据源，将孤立零散的数据进行整合管理，让数据在营销推广中发挥最大的价值。

# 360 DMP 数据来源



## 360海量用户产品数据

- 总用户数达到**13亿**
- **7.99亿**手机用户
- **96.6%**渗透率



## 360渠道投放数据

- 广告点击人群

## 客户自有数据

- 网站访客数据
- 移动用户数据
- 其他数据

# DMP 整体业务流程

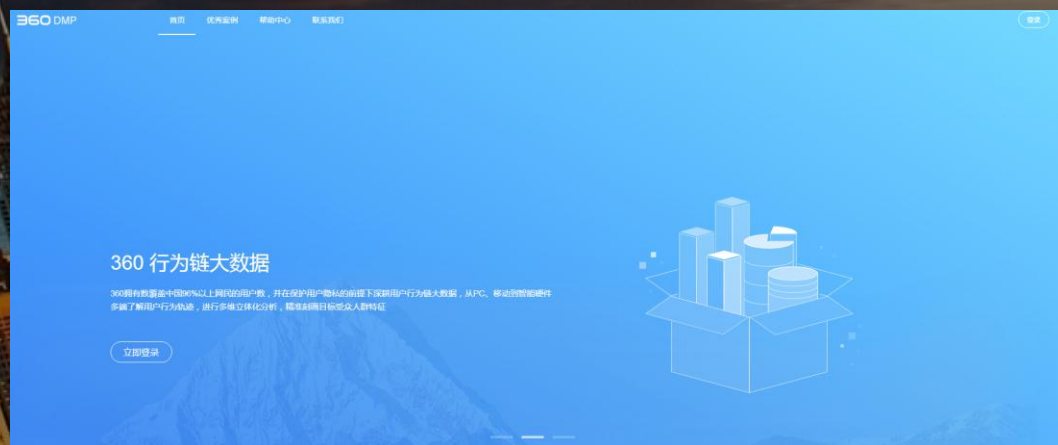




02

## DMP 使用指南

# 360 DMP 入口



入口一：dmp.360.cn



入口二：展示广告平台-360人群管家、实用工具



 360 DMP PC人群

360 DMP PC人群

### 大幅提升客户转化效果

客户反馈使用DMP定向进行投放能提升10-40%转化效果。

### 提升广告点击率

使用DMP定向投放PC展示广告平均CTR提升20%。

### 客户愿意出高价获取流量

DMP定向投放计划平均CPC为2.46，是平均水平的2倍。

### 提升CPM，贡献更多收入

DMP定向投放平均提升CPM100%，每周贡献40-50W收入。

## 重定向人群：访问重定向

- **人群释义**：基于网民访问网站的行为条件收集人群，并用于重定向投放。
- **适合客户**：全行业
- **数据来源**：
  1. 广告主在自己网站部署360代码收集的人群；
  2. 广告主将用户访问行为数据通过API接口的方式传给360 DMP；
  3. 广告主不提供数据，利用360 DMP自有数据收集人群（不布码访客找回）。

### 不布码访客找回投放效果如何？

--真实客户测试投放数据，使用访问重定向人群定向投放，点击率比账户投放平均水平提高近7倍：

客户行业	DMP人群类型	投放说明	参与测试的计划	试验组数据（7.18-7.23）	账户平均水平	投放效果
金融服务/网贷平台	访问重定向人群	客户在网站未布码的情况下，利用360 DMP覆盖的数据，收集自己网站的访问人群，做访客找回	360-DMP测试-发现你喜欢 预算：4000 出价：1.5~1.6元/CPC	展现： CTR：0.0480% 消费：¥11,088.73	CTR：0.0071%	客户反馈注册成本已由平均水平80，降低至40-70。

PS：广告主若能自己提供数据（1.布码/2.API回传），效果会比不布码访客找回更好哦！

## 重定向人群：访问重定向



### ◆ 部码访客找回：

1. 使用360代码收集的数据，
2. 准确性高、实时性强，
3. 投放效果提升最明显，
4. 各种规模的网站均可使用。

### ◆ 不部码访客找回：

1. 使用360用户产品收集的数据，
2. 准确性较高，实时性一般，
3. 能一定程度提升投放效果，
4. 适合于日均PV大于1000的客户网站。

## 重定向人群：访问重定向

- 人群创建

360 DMP 人群管家 人群透视 效果分析 帮助中心 联系我们

人群管家 > 新建人群

重定向人群 特征人群 扩展人群

投放终端

PC端  移动端

重定向方式

访问重定向  个性化重定向  搜索重定向  广告点击重定向

访问行为

+ 添加行为

序号	访问行为	匹配方式	URL	访问次数	操作
1	访问过	模糊匹配	URL 必须包含主域, 仅限输入*代表通配符	1	删除

保存人群

人群名称:

数据有效期:  天

保存 取消

1. 模糊匹配：系统将收集所有包含您填写URL页面的访客，该模式支持使用通配符，但主域部分及主域前不支持通配符。
2. 精确匹配：选择精确匹配时，只收集与您填写的url完全一致的页面人群。示例：输入“www.taobao.com”，系统将收集淘宝首页的访问人群。
3. 多个访问行为条件组合关系说明：“和”关系最多可添加5个条件，“或”关系最多可添加20个条件，“未访问过”条件只能以“和”关系组合。
4. 特别说明：输入“360.cn”，模糊匹配将收集包含“360.cn”和“\*.360.cn”页面的人群；精确匹配系统将收集“www.360.cn”、“http://360.cn”等页面的人群

## 重定向人群：搜索重定向

- **人群释义**：对全网搜索过某些关键词的用户进行定向投放。
- **适合客户**：搜索效果好于展示，转化依赖用户低频次高价值需求的客户（典型行业：机械制造、专利申请、二手车、理财产品）
- **数据来源**：360用户产品采集到的数据。

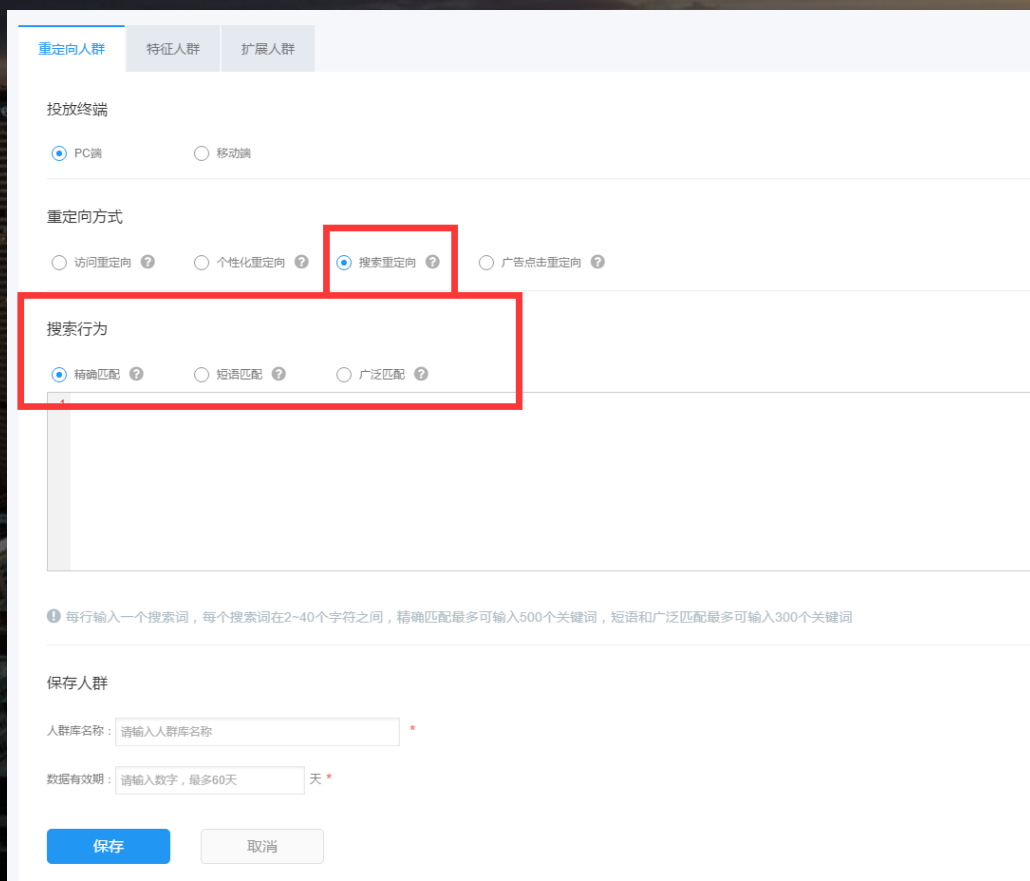
*投放搜索广告的效果还不错，如何在展示广告中定向到同样的一批目标用户？*

--使用搜索重定向功能。客户测试投放数据显示，使用搜索重定向投放点击率提升2倍左右：

客户行业	DMP人群类型	投放说明	参与测试的计划	试验组数据	账户平均水平	投放效果
游戏/游戏-网页	搜索重定向人群	客户利用和自己品牌相关的搜索关键词包固定人群，并针对这一批人群进行重定向投放	传奇人群-搜索重定向 预算：500 出价：1元	展现：1,027,816 CTR：0.0641% 消费：¥1,099.57	CTR：0.0358%	客户反馈注册成本由30降低至25

## 重定向人群：搜索重定向

- 人群创建



重定向人群 特征人群 扩展人群

投放终端

PC端  移动端

重定向方式

访问重定向  个性化重定向  搜索重定向  广告点击重定向

搜索行为

精确匹配  短语匹配  广泛匹配

每行输入一个搜索词，每个搜索词在2~40个字符之间，精确匹配最多可输入500个关键词，短语和广泛匹配最多可输入300个关键词

保存人群

人群库名称：

数据有效期： 天

1. 新建人群，选择搜索重定向
2. 添加搜索关键词（如关键词数量不足，建议使用360商易获取更多受众常搜关键词）
3. 设置匹配方式、人群名称、数据有效期
4. 保存人群

## 重定向人群：广告点击重定向

- **人群释义**：对点击过客户在点睛投放广告的人群进行重定向。
- **适合客户**：搜索效果好于展示，近60天搜索广告点击量大于50W
- **数据来源**：360点睛平台。

*投放搜索广告的过程中产生了一批点击过广告的高匹配度目标人群，如何在展示广告网络中再次找到他们？*

--使用广告点击重定向功能。客户测试投放数据显示，使用广告点击重定向投放点击率提升3倍左右：

客户行业	DMP人群类型	投放说明	参与测试的计划	试验组数据	账户平均水平
游戏/游戏-网页	广告点击重定向人群	客户将搜索广告投放中的点击人群收集起来，在展示广告中对这部分人群进行重定向投放	传奇盛世 预算：100 出价：1元	展现：44,557 CTR：0.1167% 消费：¥38.36	CTR：0.0358%



## 重定向人群：广告点击重定向

- 人群创建

1. 新建人群，选择广告点击重定向
2. 添加推广活动（选择要收集点击人群的推广计划或推广组）
3. 设置人群名称、数据有效期
4. 保存人群



## 重定向人群：商品重定向

- **人群释义**：基于用户浏览网站商品或服务详情的行为做重定向投放，可以实现千人千面的个性化创意展示
- **适合客户**：搜索效果好于展示，近60天搜索广告点击量大于50W
- **数据来源**：
  1. 广告主在自己官网等相关网站部署JS代码，通过代码回传的访问行为数据收集人群；
  2. 广告主将用户访问行为数据通过API接口的方式传给360 DMP；

### 投放形式



## 重定向人群：商品重定向

- 人群创建



重定向人群 特征人群 扩展人群

基础设置

人群收集规则:  自定义 ?

人群类型:  访问重定向 ?  商品重定向 ?  搜索重定向 ?  广告点击重定向

访问行为

+ 添加行为

1 访问过 模糊匹配 URL 必须包含主域, 仅限输入\*代表通配符

访问商品类目

+ 添加类目

访问商品品牌

+ 添加品牌

访问商品价格

最高价格: 请输入数字 元

最低价格: 请输入数字 元

1. 新建人群，选择商品重定向
2. 可以设置用户访问url、访问的商品类目、品牌等条件
3. 设置人群名称、数据有效期
4. 保存人群

注意：此功能需客户部署代码，目前仍处于测试中暂不推荐使用

## 特征人群

- **人群释义**：利用360 DMP挖掘出网民的特征标签，组合圈定人群。（例如：性别女、年龄19~35岁、对美容护肤感兴趣的人群）
- **适合客户**：受众的特征明显且集中（典型行业：游戏、母婴、电商、军事）
- **数据来源**：360 DMP挖掘的数据标签。

*通过商易的分析结果，清楚了目标用户的基本属性和兴趣特征，如何在投放中抓住这些人群？*

--使用特征标签圈定人群定向投放。真实客户测试投放数据，使用特征人群定向投放，点击率提升2倍：

客户行业	DMP人群类型	投放说明	参与测试的计划	试验组数据	账户平均水平	投放效果
游戏/游戏-网页	特征人群	利用特征标签组合圈定人群并进行定向投放	永久免费游戏-3901 预算：99999 出价：8元	展现：57,338,125 CTR：0.0205% 消费：¥72,275.03	CTR：0.0148%	客户反馈转化成本降低了约10%



## 适合特殊行业客户或特殊需求投放的人群

### 特征人群

- 人群创建

360 DMP 人群管家 人群透视 效果分析 帮助中心 联系我们

人群管家 > 新建人群

重定向人群 特征人群 扩展人群

投放终端

PC端  移动端

基本属性

性别:  不限  男性  女性

年龄:  不限  年龄指定

学历:  不限  学历指定

消费能力:  不限  消费能力指定

职业:  不限  职业指定

兴趣特征

购物兴趣

行业兴趣

品牌偏好

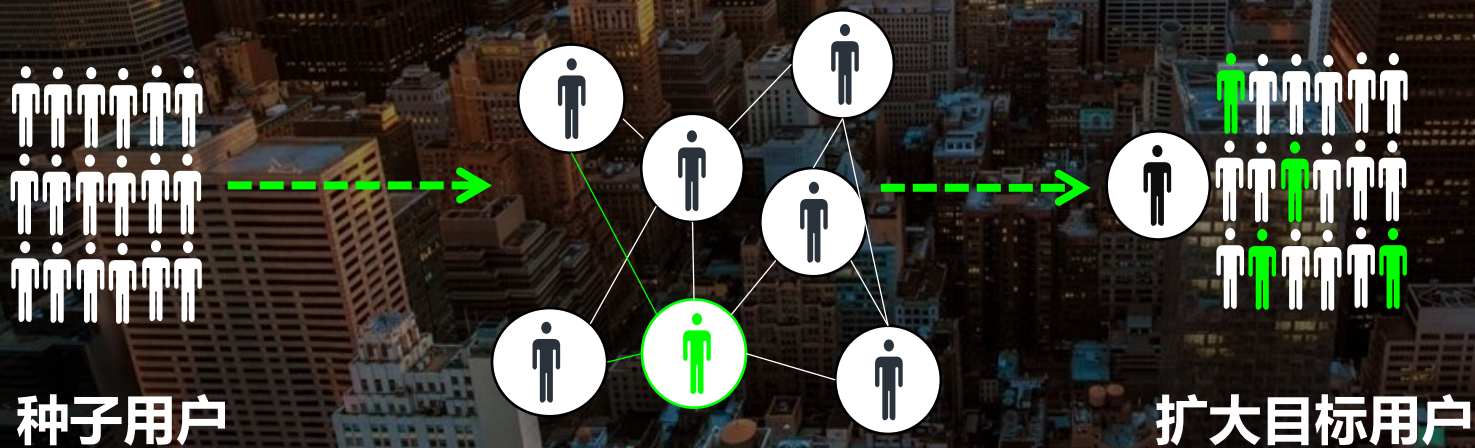
兴趣组合关系:  或关系  和关系

1. 新建人群，选择特征人群
2. 勾选人口属性、兴趣等标签
3. 保存人群

## 扩展人群 (lookalike)

- 人群释义：分析种子人群的全网行为特征，精准描绘用户画像，并利用智能算法进行深度挖掘，在360覆盖的10亿+网民中扩展出与种子人群高度相似的目标群体，扩大精准营销覆盖范围。
- 数据来源：360 DMP全网大数据。

精准定向人群规模小，投放量级达不到。通投展现量大，但效果太差，如何破？



注意：此功能目前处于内测阶段，暂时不对客户开放。

# 360 DMP 移动人群



# 360 DMP 移动人群

## 有效降低转化成本

客户反馈使用DMP定向进行投放能降低10-40%  
转化成本。

## 大幅提升广告点击率

使用DMP定向投放移动广告平均CTR为  
0.9%，高于平均水平50-60%。

## 配合提升其他活动效果

配合客户其他活动进行定向投放，能同步提  
升活动效果。

## 提升CPM，贡献更多收入

DMP定向投放平均提升CPM20-30%，贡献  
更多收入。



# 移动应用推广重定向

人群管家 > 新建人群

重定向人群   特征人群   扩展人群

投放终端

PC端    移动端

重定向方式

移动应用推广重定向 ?

应用推广信息

应用包名: com.blackbean.duimianjiaoyou

目标受众: 已激活人群

保存人群

## 人群释义：

将下载了APP未激活的人或已激活的人收集起来，供客户在投放广告时定向使用。

## 适合客户：

各类客户

## 数据来源：

加固保、安全卫士

## 注意：

1. 人群规模仅供参考
2. 如客户未部署加固保，人群规模会明显偏小或无数据
3. 下载未安装人群数据不准，请勿向客户推荐使用



## 移动搜索重定向人群

360 DMP 人群管家 人群透视 效果分析 帮助中心 联系我们

人群管家 > 新建人群

重定向人群 特征人群 扩展人群

投放终端

PC端  移动端

重定向方式

应用推广重定向  搜索重定向

搜索行为

检测到您已经在点请移动广告中提交过推广app，系统据此为您生成了智能推荐词包，您可以：[一键导入词包](#)

1

① 每行输入一个搜索词，每个搜索词在2~40个字符之间，最多可输入1000个关键词

保存人群

人群库名称：

数据有效期： 天

[保存](#) [取消](#)

### 人群释义：

将在360手机助手和浏览器搜索了某些关键词的人收集起来，供客户在投放广告时定向使用。

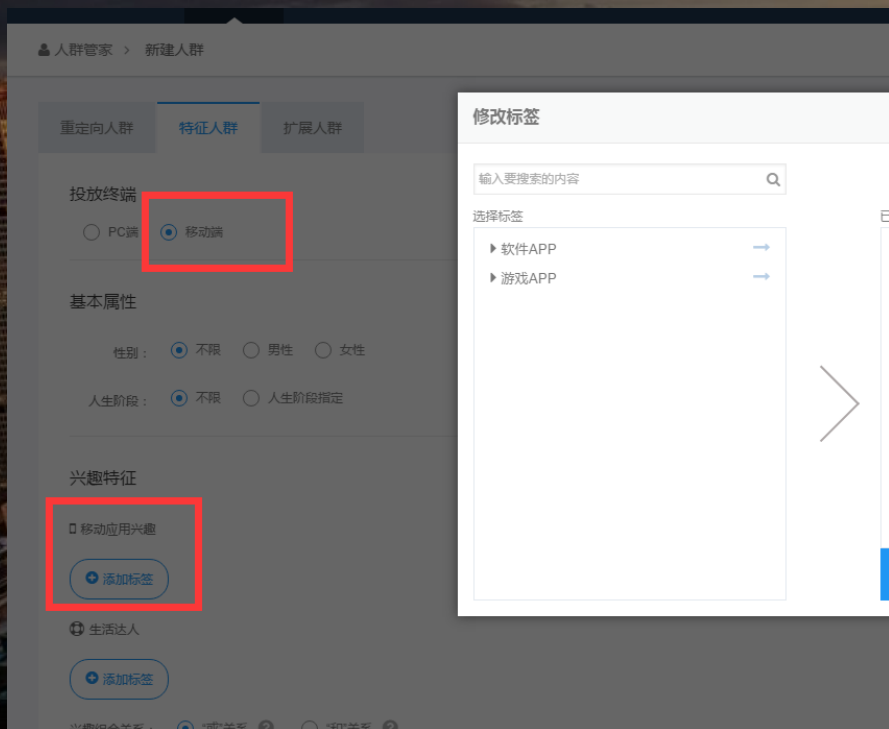
### 适合客户：

各类客户

### 注意：

1. 已经绑定了APP的客户系统会自动根据历史数据为客户推荐一批关键词，点击“一键导入词包”即可
2. 移动搜索重定向的数据主要来自手机助手，因此建议客户尽量使用APP品牌词
3. 智能推荐词来源：与绑定APP相关的词、用户下载绑定APP前的搜索词、能够触发客户APP的词

# 特征人群



## 人群释义

DMP根据用户下载更新APP的行为，对用户的兴趣进行测算和归类，整理成人群。

## 适合客户 各类客户

## 数据来源

手机助手等用户产品

## 注意

1. 移动应用兴趣建议选择与客户APP一致的类目
2. 如客户未部署加固保，人群规模会明显偏小或无数据

# 潜在受众人群

360 DMP 人群管家 人群透视 效果分析 帮助中心 联系我们

360DMP计算人群 私有DMP托管人群

! 最多可托管100个人群, 数据有效期为60天

人群名称	人群类别	投放终端	数据类型	人群规模
您的潜在受众	常规定向	移动端	imei	10159492

## 人群释义

依托360数据对客户APP当前已激活用户的行为进行分析,帮助其寻找其他特征类似、也对客户APP可能有需求的活跃用户

## 适合客户

各类客户

## 数据来源

同类APP活跃用户、近期有搜索客户APP行为但未下载的人、近期下载客户类似APP的人

## 注意

1. 潜在受众目前只向金融、资讯、社交、旅游、房地产、休闲娱乐、游戏七个行业符合消费及规模条件的客户开放,其他客户开放此人群的时间另行通知

## 私有DMP托管人群

- 人群释义：客户根据自己需求收集的各类人群，交由DMP托管用于广告投放
- 适合客户：各类已收集了数据的客户
- 数据来源：广告主自行收集

### 可实现效果：

- ✓ 对安装未注册人群进行投放
- ✓ 对安装后近期不活跃人群进行投放
- ✓ 对将某类商品加入购物车未购买的人群进行投放
- ✓ 对注册未下单人群进行投放
- ✓ 对浏览过某类商品未下单的人群进行投放
- ✓ 对已下单人群进行投放

## 私有DMP托管人群

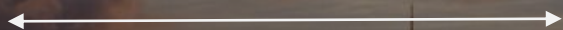


客户提出合作意向

商定数据对接内容并签订数据保密协议

客户将定义好的人群数据传递给DMP

# 360 DMP 私有DMP对接



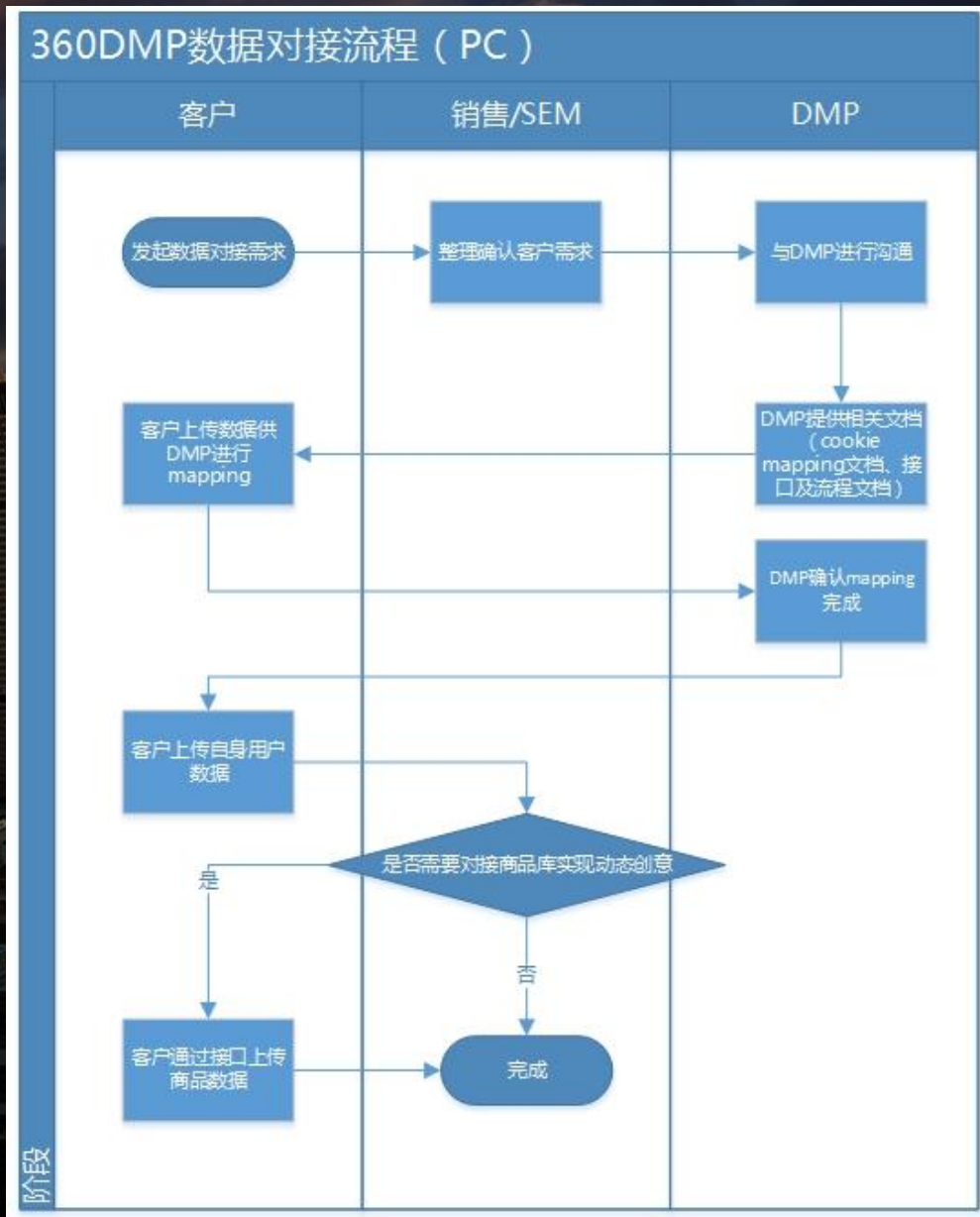
## 可处理的数据

- IMEI、IDFA等移动用户标识
- Cookie PC端用户标识
- 用户行为数据
- 用户兴趣特征（兴趣爱好）
- 用户基础属性（年龄、职业）

## 支持的广告类型

- 展示广告
- 移动广告

# 360 DMP 私有DMP对接



360DMP 数据对接详细流程及相关文档可在如下云盘链接下载

<http://pan.baidu.com/s/1slerjB3>



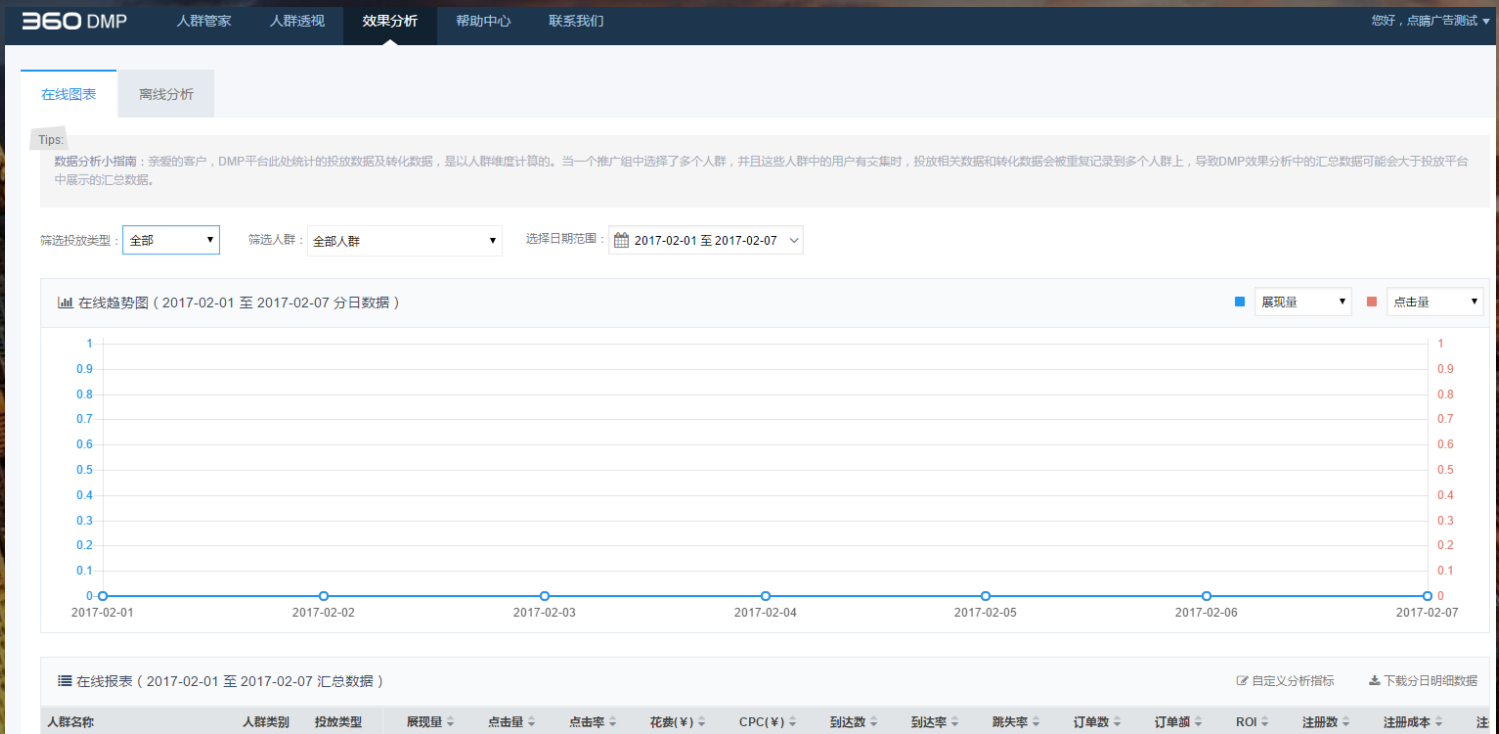


1. DMP中的人群将自动同步到投放端，勾选即可对人群进行定向投放。
2. 若在DMP删除人群，投放端会同步删除人群，已选择该人群进行投放的推广组将受到影响。

# 360 DMP 效果分析

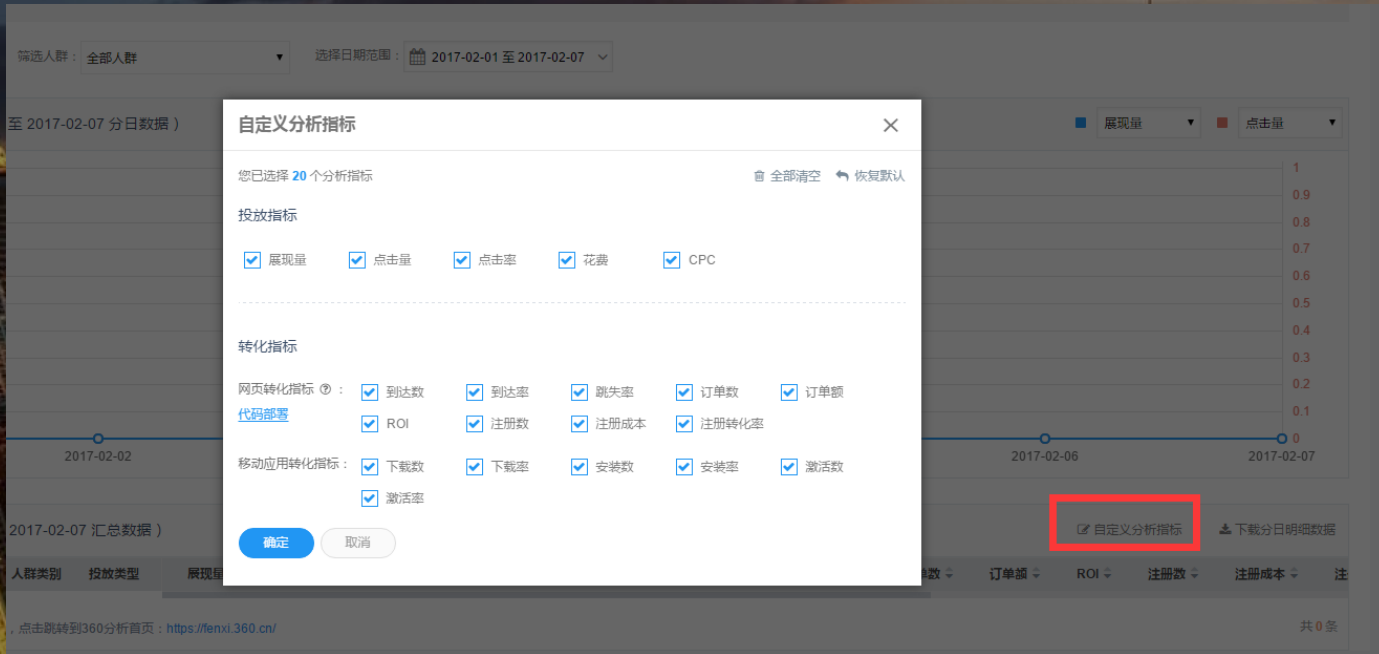


# 360 DMP 效果分析



依托DMP的效果分析功能，可以轻松查看不同人群在不同类型广告上的投放效果和投放数据

# 360 DMP 效果分析



筛选人群：全部人群 选择日期范围：2017-02-01 至 2017-02-07

至 2017-02-07 分日数据 )


### 自定义分析指标

您已选择 20 个分析指标 全部清空 恢复默认

**投放指标**

- 展现量
- 点击量
- 点击率
- 花费
- CPC

**转化指标**

网页转化指标  :

- 到达数
- 到达率
- 流失率
- 订单数
- 订单额

代码部署

- ROI
- 注册数
- 注册成本
- 注册转化率

移动应用转化指标 :

- 下载数
- 下载率
- 安装数
- 安装率
- 激活数
- 激活率

确定 取消

自定义分析指标 下载分日明细数据

2017-02-02 2017-02-06 2017-02-07

人群类别 投放类型 展现量

共 0 条

点击跳转到360分析首页：<https://fenxi.360.cn/>

DMP的效果分析功能打通了投放平台激活数据和360分析相关数据，只需勾选相关指标即可快速统计各个人群的转化效果。

# 360 DMP 效果分析

360 DMP

人群管家

人群透视

效果分析

帮助中心

联系我们

在线图表

离线分析

Tips:

您可以根据需要，指定要分析的指标，下载特定时间段的分日明细数据，便于您做线下的数据分析、报表等。

选择时间

昨天  最近七天  自定义

选择指标

- |  |   |                               |   |                             |                              |
|--|---|-------------------------------|---|-----------------------------|------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 投放指标：                 | <input type="checkbox"/> 展现量              | <input type="checkbox"/> 点击量  | <input type="checkbox"/> 点击率              | <input type="checkbox"/> 花费 | <input type="checkbox"/> CPC |
| <input type="checkbox"/> 网页转化指标 <sup>?</sup> ： | <input type="checkbox"/> 到达数              | <input type="checkbox"/> 到达率  | <input type="checkbox"/> 跳失率              |                             |                              |
| <a href="#">代码部署</a>                           | <input type="checkbox"/> 订单数              | <input type="checkbox"/> 订单额  | <input type="checkbox"/> ROI              |                             |                              |
|  | <input type="checkbox"/> 注册数              | <input type="checkbox"/> 注册成本 | <input type="checkbox"/> 注册转化率            |                             |                              |
| <input type="checkbox"/> 移动应用转化指标：             | <input type="checkbox"/> 下载数              | <input type="checkbox"/> 下载率  | <input type="checkbox"/> 安装数              |                             |                              |
|  | <input type="checkbox"/> 安装率 <sup>?</sup> | <input type="checkbox"/> 激活数  | <input type="checkbox"/> 激活率 <sup>?</sup> |                             |                              |

生成报表

返回列表

! 请您至少选择 1 个分析指标

使用离线分析功能可以下载更长时间段更全维度的各种分日数据，方便对于不同人群的转化进行细致分析。



03

## DMP 成功案例

# 360 DMP 助力宜信实现精准广告投放



**宜信**  
CreditEase

**宜人贷**   
宜信旗下P2P网贷平台



**360点睛实效平台**  
e.360.cn

## 宜信

---

1. 广告展现量很高，但是广告的点击率较低，实际获取的流量比较有限

2. CTR较低影响了客户的CPM，使得客户在竞争一些优秀广告位时没有优势

3. 客户的转化成本长期在接近90元附近波动，迫切期望降低成本







众多客户的经验证明，选择访问重定向的方式能够显著提高CTR，因此我们向宜信推荐了“访问重定向”



但是客户表示，受公司政策及保密要求限制，不能在网站中部署任何第三方代码。

怎么才能在不部署代码的情况下实现  
访问重定向？

# DMP发挥强大作用



宜信在DMP平台中新建了访问重定向人群，将自己的推广落地页设置为目标URL。

DMP根据客户的设置帮助客户收集我们检测到的全部宜信落页的访客。

人群同步至展示广告平台，客户勾选人群实现精准投放！

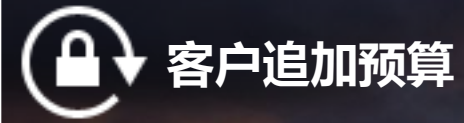
 效果大幅度提升



直信实验两周的效果

1. CTR从0.0073%大幅提升至  
**0.049%**，提升**近6倍**！

2. 转化成本下降**40%**！



客户将DMP测试计划的预算由3000增加至8000！

账户全部计划都开始使用DMP进行精准投放！



04 FAQ及提问环节



FAQ

Q：360 DMP服务面向哪些客户开放？是否需要新注册账号？

A：目前面向全部点睛客户开放（需账户生效），直接使用点睛账号登陆即可。

Q：为什么客户的账户里没有默认推词？

A：客户没有绑定APP或者绑定的APP当前下载使用量过小。

Q：移动搜索重定向人群可以用来投放哪些资源？

A：所有系统中的资源都可以，推广WAP站和H5页面的客户也可以使用此人群。

Q：不部署代码的访客找回和部署代码的访客找回有什么区别？

A：不部署代码的情况下，访客数据取自360用户产品的监测，并不能保证完全覆盖；如果您部署了代码，则可以实现全访客覆盖。



FAQ

Q：我的网站流量比较小，模糊访客找回的效果好吗？

A：如您的网站流量过低，使用模糊访客找回时可能无法生成对应的人群。

Q：360 DMP的人群建立后能立刻使用吗？

A：您建立的人群和对人群进行的修改，都会在0点后开始生效。

Q：客户之前在展示广告中创建过人群库，能将这些人库迁移到DMP吗？

A：可以迁移，但目前迁移方案还未确定，具体细节请继续等待相关消息。

Q：使用DMP的时候如何判断我的人群规模满足投放需求？

A：根据测试，PC展示在CPC1-2元，CTR 0.058%，全网通投的前提下10W规模的人群可以消耗100元预算。移动推广在CPC 2元左右，CTR 0.8% 全网智能的前提下，100W规模的人群可以消耗约100元预算。任何其他定向（媒体、地域）都会增加对人群规模的要求。





FAQ

Q：客户希望在移动DSP平台投放动态创意广告应该如何操作？

A：

- 如客户之前与MV对接过人群，且通过feed形式对接过商品数据可等待迁移；
- 如客户是通过JS形式与MV对接的商品数据，请换成feed形式直接与DMP通过feed形式从新对接；
- 如客户未对接过数据，请按照流程与DMP进行数据对接。

Q：360 DMP是否支持人群共享功能？

A：DMP已支持人群共享，请按照流程反馈客户的人群共享需求。

Q：为什么客户的账户中没有潜在受众人群？

A：客户在上一轮上线潜在受众人群时不符合我们的要求，请等待下一批上线（具体时间注意通知）



2017

THANKS

---