

360DMP介绍3.5

Operation Manual By 360 KA

时间：2017年Q3

目录 content

01

DMP产品概况

02

DMP使用指南

03

DMP成功案例

04

FAQ

01

DMP产品概况

360DMP能做什么(Data-Management Platform)

- ✓ 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。

360DMP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

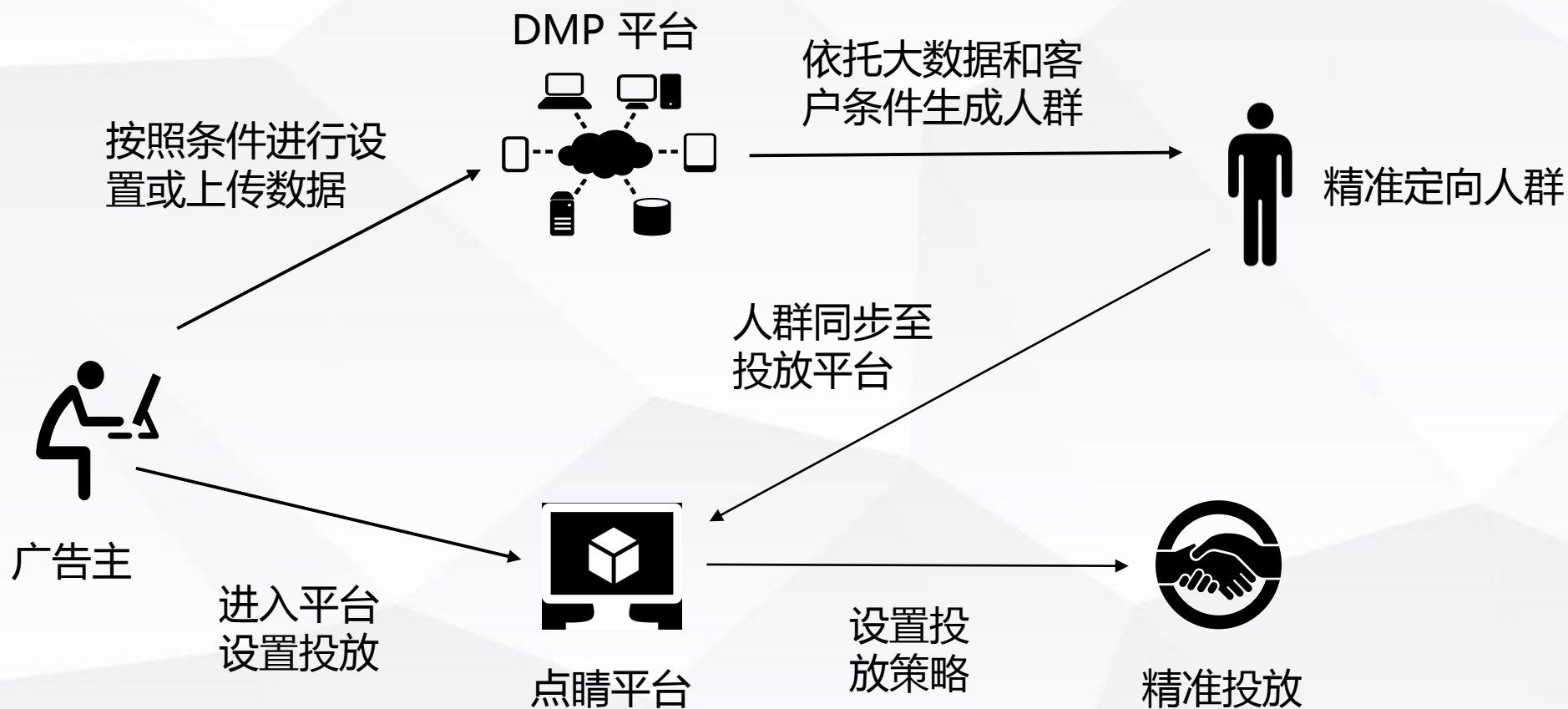
- 广告点击人群



客户自有数据

- 网站访客数据
- 移动用户数据
- 其他数据

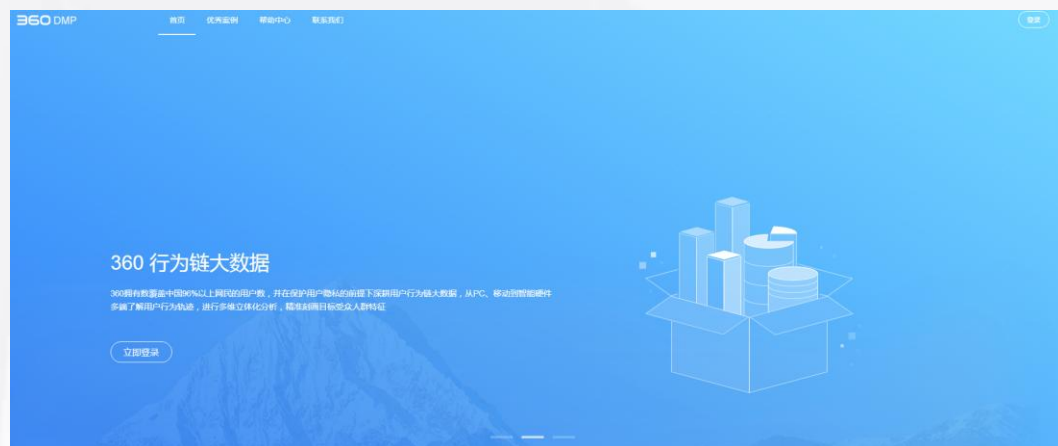
DMP整体业务流程



02

DMP使用指南

360DMP入口



入口一：dmp.360.cn



入口二：展示广告平台-360DMP

360 DMP PC人群

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。

360 DMP PC人群

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）。

效果如何？

--真实客户测试投放数据（不布码访客找回）

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：

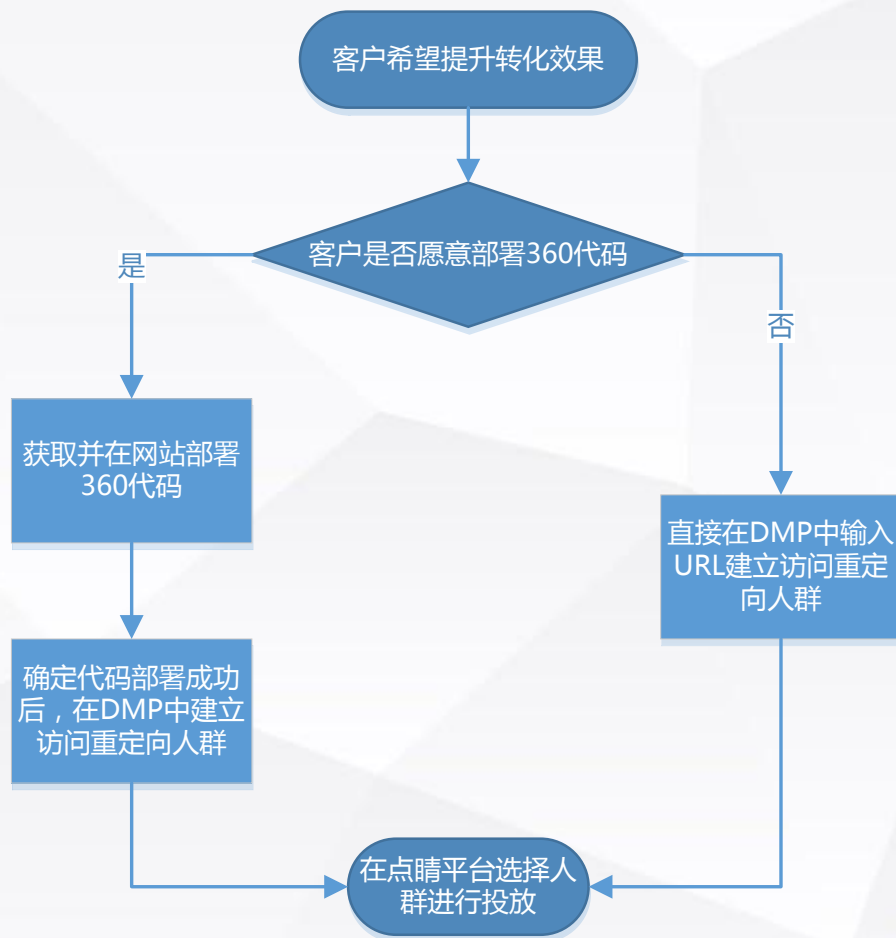
客户行业	DMP人群类型	投放说明	参与测试的计划	试验组数据（7.18-7.23）	账户平均水平	投放效果
金融服务/网贷平台	访问重定向人群	客户在网站未布码的情况下，利用360 DMP覆盖的数据，收集自己网站的访问人群，做访客找回	360-DMP测试-发现你喜欢 预算：4000 出价：1.5~1.6元/CPC	展现： CTR：0.0480% 消费：¥11,088.73	CTR：0.0071%	客户反馈注册成本已由平均水平80，降低至40-70。

360 DMP PC人群

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。

360 DMP PC人群

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

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

保存人群

人群库名称:

数据有效期: 天

保存 取消

1. 模糊匹配：系统将收集所有包含所填写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，只收集与所填写的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。

360 DMP PC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圈定人群，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

360 DMP PC人群

重定向人群：搜索重定向

- 人群创建

The screenshot shows the '重定向人群' (Redirection Audience) configuration page. It includes tabs for '重定向人群', '特征人群', and '扩展人群'. Under '投放终端' (Placement Terminal), 'PC端' (PC) is selected. Under '重定向方式' (Redirection Method), '搜索重定向' (Search Redirection) is selected. Under '搜索行为' (Search Behavior), '精确匹配' (Exact Match) is selected. A red box highlights the '搜索重定向' and '搜索行为' sections. At the bottom, there are input fields for '人群名称' (Audience Name) and '数据有效期' (Data Validity Period), and '保存' (Save) and '取消' (Cancel) buttons.

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

360 DMP PC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？

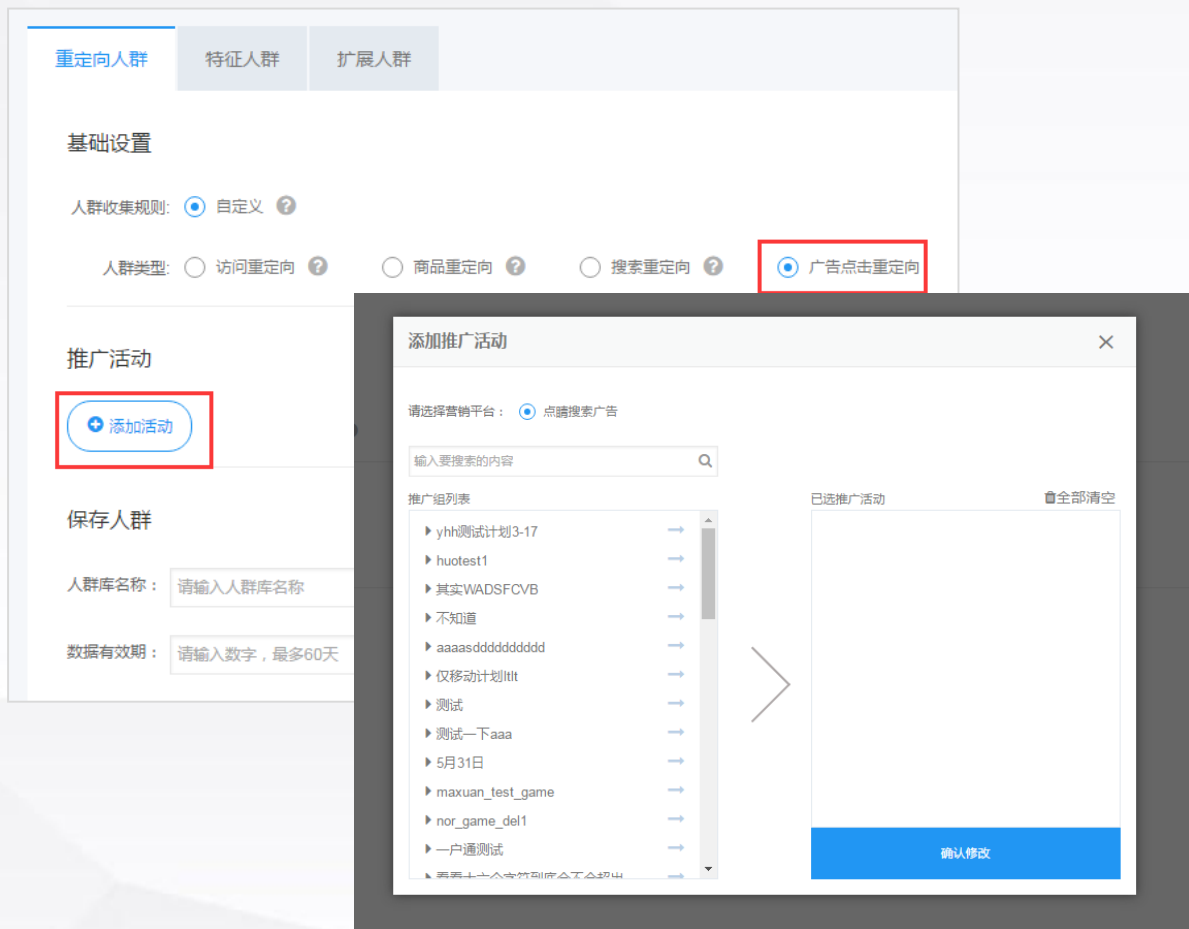
--使用广告点击重定向功能。客户测试投放数据显示，使用广告点击重定向投放点击率提升**3**倍左右：

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%

360 DMP PC人群

重定向人群：广告点击重定向

- 人群创建



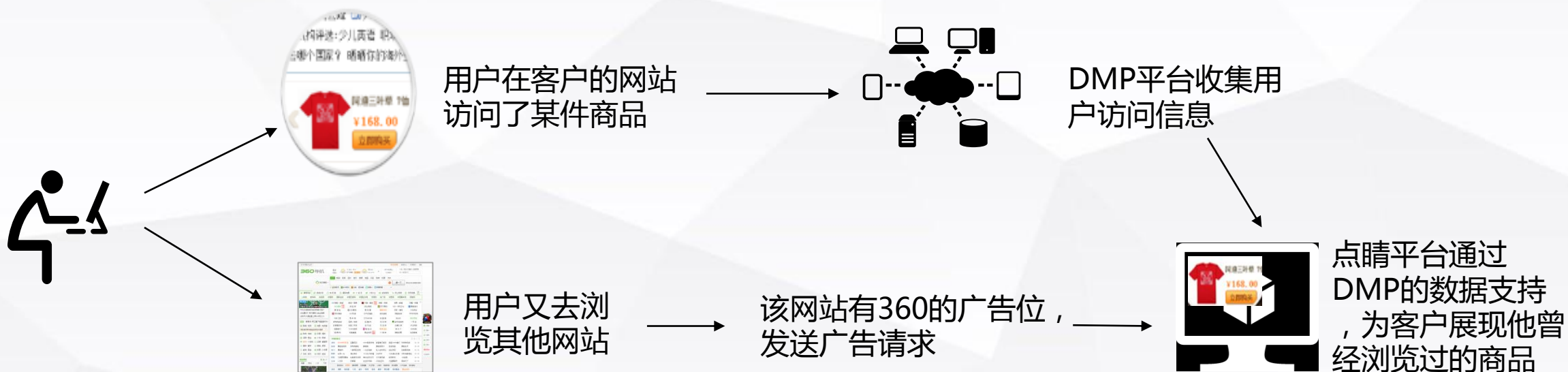
1. 新建人群，选择广告点击重定向
2. 添加推广活动（选择要收集点击人群的推广计划或推广组）
3. 设置人群名称、数据有效期
4. 保存人群

360 DMP PC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（JavaScrip），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



360 DMP PC人群

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: 元

最低价格: 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

360 DMP PC人群

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

The screenshot shows the '360 DMP' interface for creating a new audience. The navigation bar includes '人群管家', '人群透视', '效果分析', '帮助中心', and '联系我们'. The current page is '人群管家 > 新建人群'. There are three tabs: '重定向人群', '特征人群' (selected), and '扩展人群'. The '投放终端' section has 'PC端' selected. The '基本属性' section includes: 性别 (不限 selected, 男性, 女性), 年龄 (不限 selected, 年龄指定), 学历 (不限 selected, 学历指定), 消费能力 (不限 selected, 消费能力指定), and 职业 (不限 selected, 职业指定). The '兴趣特征' section has three categories: '购物兴趣' (Add Tag), '行业兴趣' (Add Tag), and '品牌偏好' (Add Tag). At the bottom, '兴趣组合关系' has '或关系' selected.

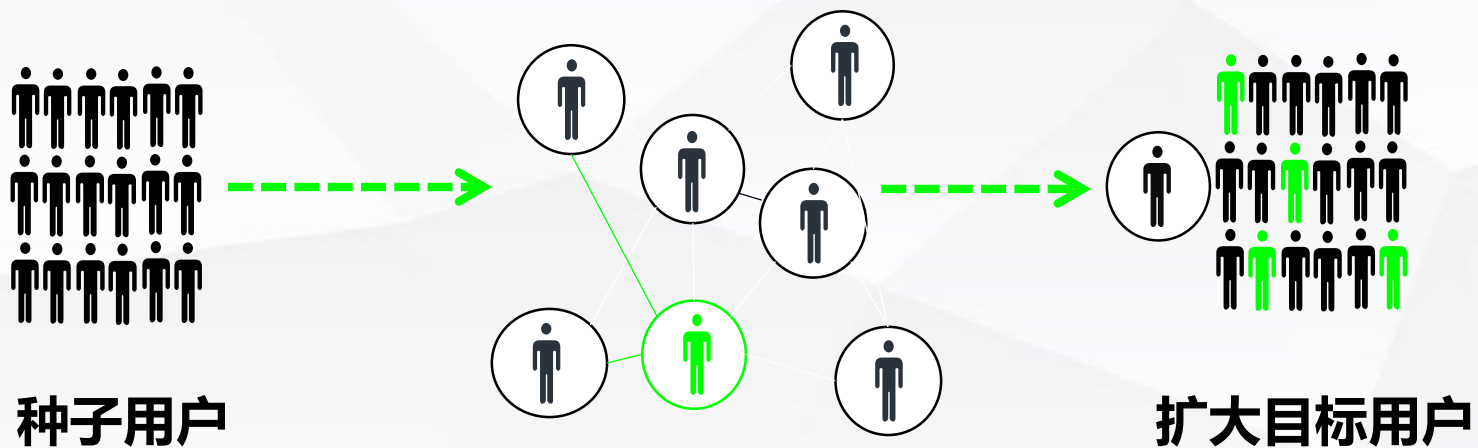
1. 新建人群，选择特征人群
2. 勾选人口属性、兴趣等标签
3. 保存人群

360 DMP PC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？



360 DMP 移动人群

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。

360 DMP 移动人群

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

360 DMP 移动人群

移动搜索重定向人群

The screenshot shows the '360 DMP' interface for creating a 'Mobile Search Redirection' audience. The navigation bar includes '360 DMP', '人群管家', '人群透视', '效果分析', '帮助中心', and '联系我们'. The main content area has tabs for '重定向人群', '特征人群', and '扩展人群'. Under '重定向人群', there are three sections: '投放终端' with radio buttons for 'PC端' and '移动端' (selected); '重定向方式' with radio buttons for '应用推广重定向' and '搜索重定向' (selected); and '搜索行为' which includes a text input field for keywords and a '一键导入词包' button. A note below the input field states: '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'. At the bottom, there are fields for '保存人群' (Audience Name) and '数据有效期' (Data Validity Period), and '保存' (Save) and '取消' (Cancel) buttons.

人群释义：

将在360手机助手和360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。

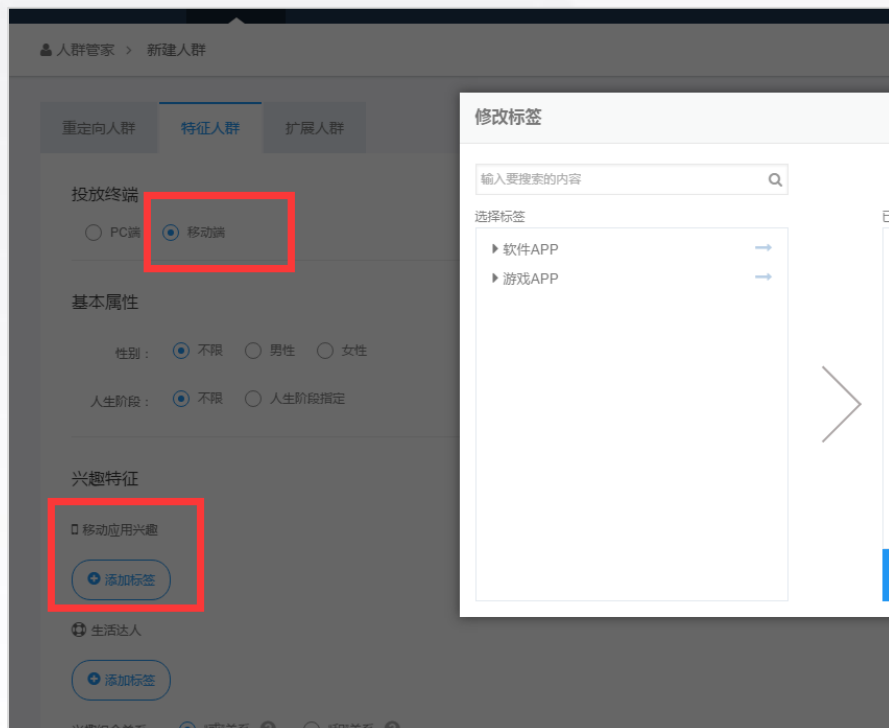
适合客户：各类客户

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和PC数据跨屏
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

360 DMP 移动人群

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

360 DMP 移动人群

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、近期下载客户类似APP的人

注意：

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，其他客户开放时间另行通知。

360 DMP 移动人群

访问重定向（PC跨屏）

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

?

1 访问过 ▼ 模糊匹配 ▼ URL 必须包含主域，仅限输入*代表通配符 访问次数：1 ▼ 删除

人群跨屏

对生成的人群数据自动跨屏，支持移动广告投放使用。 ?

人群释义：

运用360大数据寻找访问了客户PC页面的人，将其跨屏至移动端，供客户投放移动广告使用。

适合客户：

PC用户量大于移动的客户

注意：

1. 目前跨屏比例约为51%，因此如能收集到的PC人群过少，可能导致跨屏到移动时人群规模为0；
2. DMP跨屏数据来源主要是：手机助手插拔电脑数据、360账号体系

360 DMP 移动人群

广告点击重定向（PC跨屏）

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 ?

推广活动

[+ 添加活动](#)

人群跨屏

对生成的人群数据自动跨屏，支持移动广告投放使用。 ?

保存人群

人群释义：

运用360大数据寻找点击了客户PC广告的人，将其跨屏至移动端，供客户投放移动广告使用。

适合客户：

PC广告点击量大于移动的客户

注意：

1. 目前跨屏比例约为51%，因此如能收集到的PC人群过少，可能导致跨屏到移动时人群规模为0；
2. DMP跨屏数据来源主要是：手机助手插拔电脑数据、360账号体系

360 DMP 私有人群

360 DMP 私有人群

360 DMP 私有DMP对接

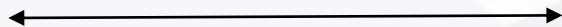
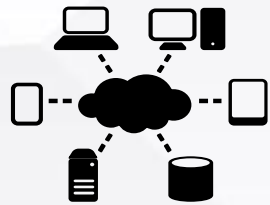
私有DMP托管

- 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

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（文件）



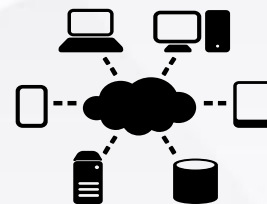
客户可以选择文件的方式自助上传自有数据到360 DMP中用于广告定向



- 文件上传可处理IMEI、IDFA及32位DM5后的IMEI、IDFA（未来会支持手机号）
- 文件需要为TXT或者zip格式，单个文件不得超过10M
- 上传后的数据需要进行匹配后才能显示规模（约需要2小时），人群次日可以用于广告投放

360 DMP 私有DMP对接 (API)

私有DMP托管人群



如客户需要对接的人群较多、规模较大、会频繁更新人群数据的时候，建议通过API对接的方式与360DMP进行数据对接。



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 (API)

详细API对接流程可在DMP 私有的人群管家-API上传人群包中获取。

360 DMP 人群管家 人群透视 效果分析 帮助中心 联系我们 您好, 展示产品测试_1

人群管家 > API上传人群包

SDK代码

SDK组件帮助您更加简单、快捷地实现向360DMP的数据推送, 您可以[查看代码示例](#)或者直接[下载SDK](#)

数据联调

当您按规定的数据个数准备好数据后, 可以发送邮件至dmp@360.cn与我们联系, 进行数据联调测试。

数据上传

如果您已经通过数据联调测试, 验证数据格式无误, 确定数据能够满足投放需求, 可进行正式上传。

申请权限

调用360DMP的API接口上传数据需要密钥, 首先请申请密钥

默认情况下API接口允许调用频次为每小时100000次, 如不能满足数据传输需求, 请发送邮件至dmp.360.cn与我们联系

您已获得密钥, 您的密码为 Key: Secret:

技术文档

 360DMP用户数据上传对接API文档(V0.4)

 360DMP用户商品访问行为数据字典说明文档(V0.2)

360 DMP 对接点睛



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

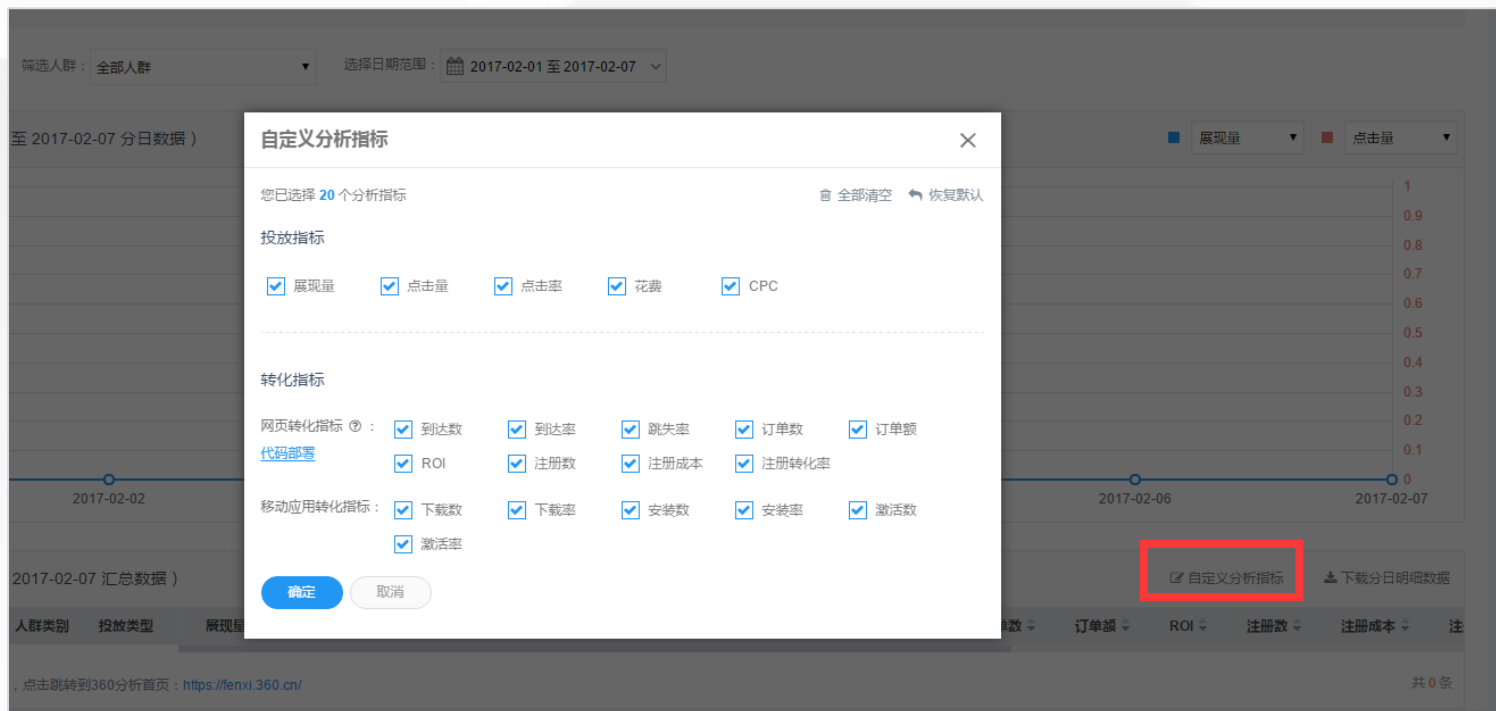
360 DMP 效果分析

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



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

The screenshot displays the '360 DMP' interface with a navigation bar containing '人群管家', '人群透视', '效果分析', '帮助中心', and '联系我们'. The main content area is titled '离线分析' (Offline Analysis) and includes a 'Tips' section with instructions on downloading data. Below this, there are sections for '选择时间' (Select Time) with radio buttons for '昨天', '最近七天', and '自定义', and a date range selector set to '2017-02-07 至 2017-02-07'. The '选择指标' (Select Metrics) section has a '全部清空' button and a '全部选择' button. It lists various metrics under three categories: '投放指标' (Campaign Metrics), '网页转化指标' (Web Conversion Metrics), and '移动应用转化指标' (Mobile App Conversion Metrics). At the bottom, there are buttons for '生成报表' (Generate Report) and '返回列表' (Return to List), along with a red warning message: '请您至少选择 1 个分析指标' (Please select at least 1 analysis metric).

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

投放指标: 展现量 点击量 点击率 花费 CPC

网页转化指标 [?]: 到达数 到达率 跳失率

[代码部署](#) 订单数 订单额 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 [?]

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



宜信的需求



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

DMP的访问重定向方案

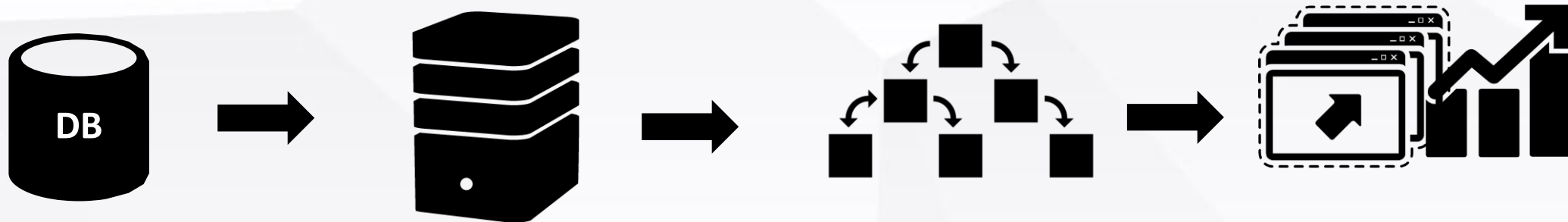


众多客户的经验证明，选择访问重定向的方式能够显著提高CTR，因此我们向宜信推荐了“访问重定向”。



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。

在不部署代码的情况下实现访问重定向

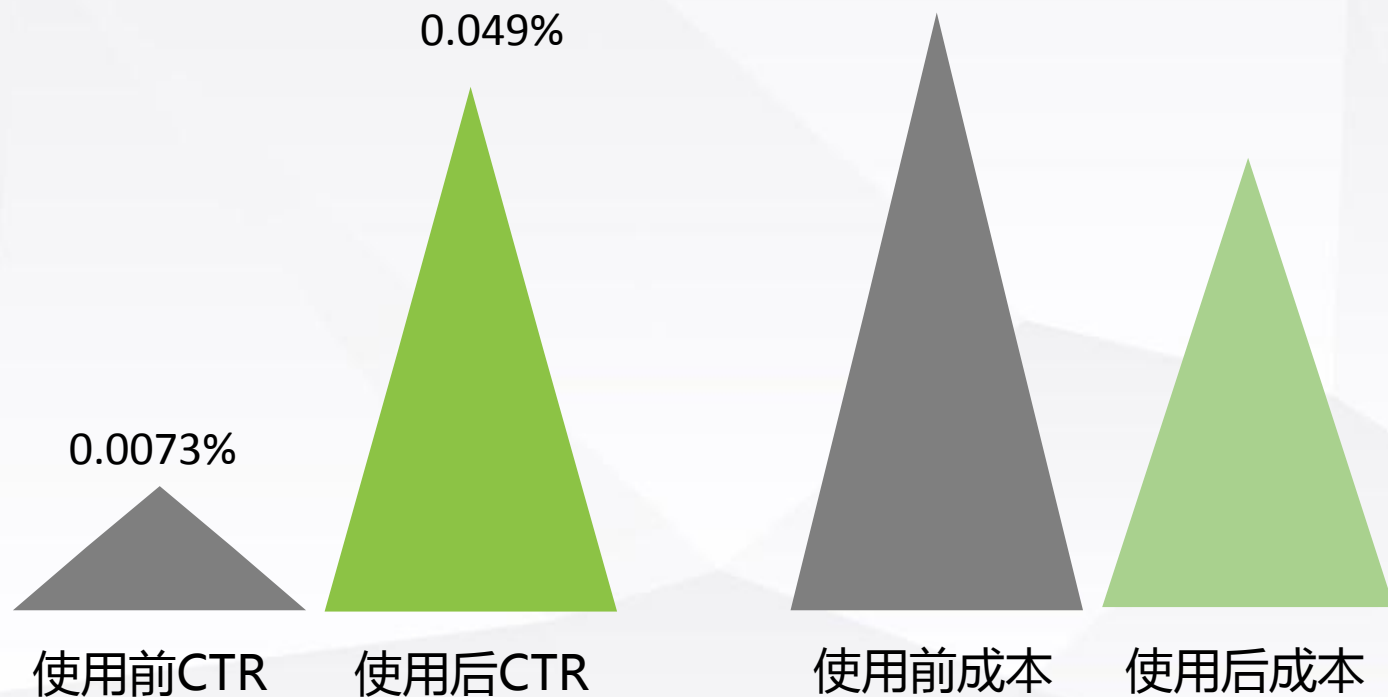


宜信在DMP平台中新建了访问重定向人群，将自己的推广落地页设置为目标URL。

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



宜信实验两周的效果

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%**！

3. 追加预算从3000到**8000**！
账户全部计划都开始使用DMP进行精准投放！

大直播时代移动端精准投放

360DMP X 花椒直播



360点睛实效平台

e.360.cn



花椒直播

美颜椒友 疯狂卖萌

花椒直播简介

花椒直播，集齐超高颜值美女帅哥、热门网红、校花校草，有花边新闻、明星发布会、生活趣闻等内容的手机直播社交平台

[花椒直播-最美女排队长惠若琪-美颜椒友，疯狂卖萌](#) [官网](#)

直播分类：[APP下载](#) [女神驾到](#) [国民男神](#) [高清直播](#) [明星日程](#) [聚椒现场](#)
热门专题：[欧洲杯](#) [宋仲基台湾行](#) [柳岩女神](#) [六一-Disney](#) [超级女声](#) [音乐V榜](#)



[更多花椒直播](#) »

直播行业背景趋势

直播行业16年Q2流量同比增长59%，但增长趋势放缓

直播移动化趋势明显，16年底开始直播APP的下载量迅猛增长，17年Q1相比15年Q4APP下载量翻了两番。



花椒直播需求

进一步降低
投放成本

大直播时代，各路直播产品呈出不穷，市场竞争激烈，用户获取成本不断上升

不断吸引
新客进入

如何吸引更多对直播这种娱乐形式感兴趣的人下载使用花椒直播

DMP重定向解决建议



DMP兴趣定向解决建议



DMP潜在受众解决建议



方案实现细节

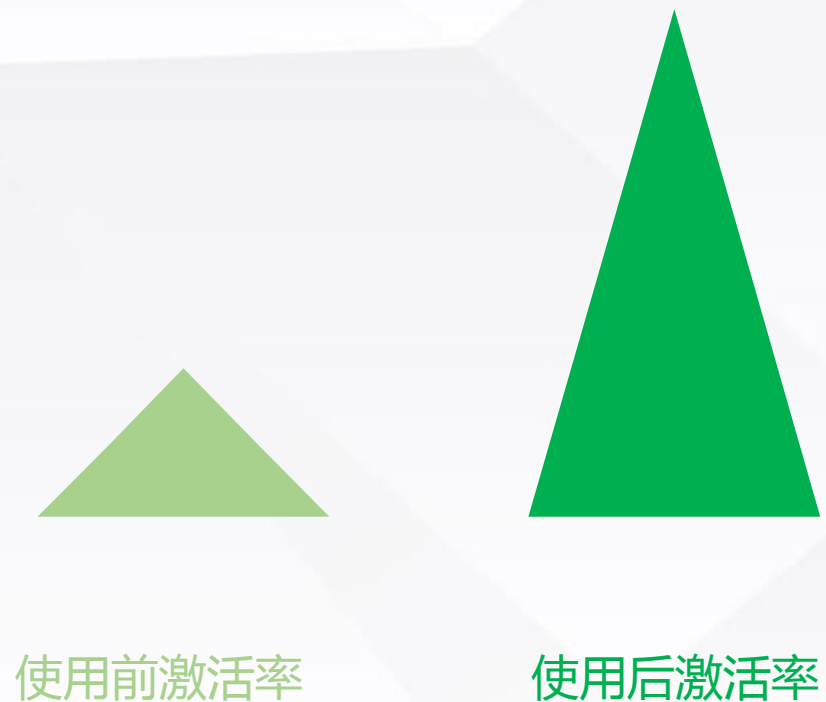
全网潜在人群

依托360大数据，DMP帮花椒直播寻找了那些可能对其感兴趣的人，并将其制作成人群供花椒直播进行投放。

直播特征人群

360DMP根据用户下载安装APP的习惯整理了相关特征，花椒直播选择与直播受众相契合的特征进行投放。

方案最终效果



花椒直播使用DMP进行投放的效果

APP 激活率提升近**3倍**！

转化成本显著下降！



04

FAQ

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：360 DMP的性别、年龄、收入标签是按照什么规则生成的？

A：PC主要是依靠用户的浏览行为（如访问军事网站的多为男性，频繁预定机票的多为高消费群体），移动主要是依靠用户的软件安装使用行为（如安装使用母婴类APP的多为孕期或者孕龄女性）

Q：360 DMP的跨屏是依靠什么数据和原理进行的？

A：主要是360自己的账户体系，以及安卓手机连接电脑时与电脑建立的关联关系进行。

Q：360 DMP的移动特征标签是什么含义，按照什么规则生成的，准确度如何？

A：DMP的移动特征标签是指对某类APP感兴趣的人，是通过用户的下载使用行为打的标签，因此准确度较高

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，都会在次日开始生效。

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，目前已有部分客户完成迁移，涉及不同账户的迁移细节，具体请继续等待消息。

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，或者没有绑定APP，或者绑定的APP已激活人群规模过小。



感谢观看

THANK YOU FOR LISTENING

若有产品疑问请联系您的销售/营销顾问

若需获取360商业产品最新动态

请关注微信公众号:360营销学苑

或登录yingxiao.360.cn