

360大数据决策平台 DMP 4.0

Operation Manual By 360 KA

时间：2018年Q2

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 (Data-Management Platform) 360 营销学院

- ✓ **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海量用户产品数据

- **10亿**手机用户
- **5.39亿**PC用户
- **98.6%**渗透率



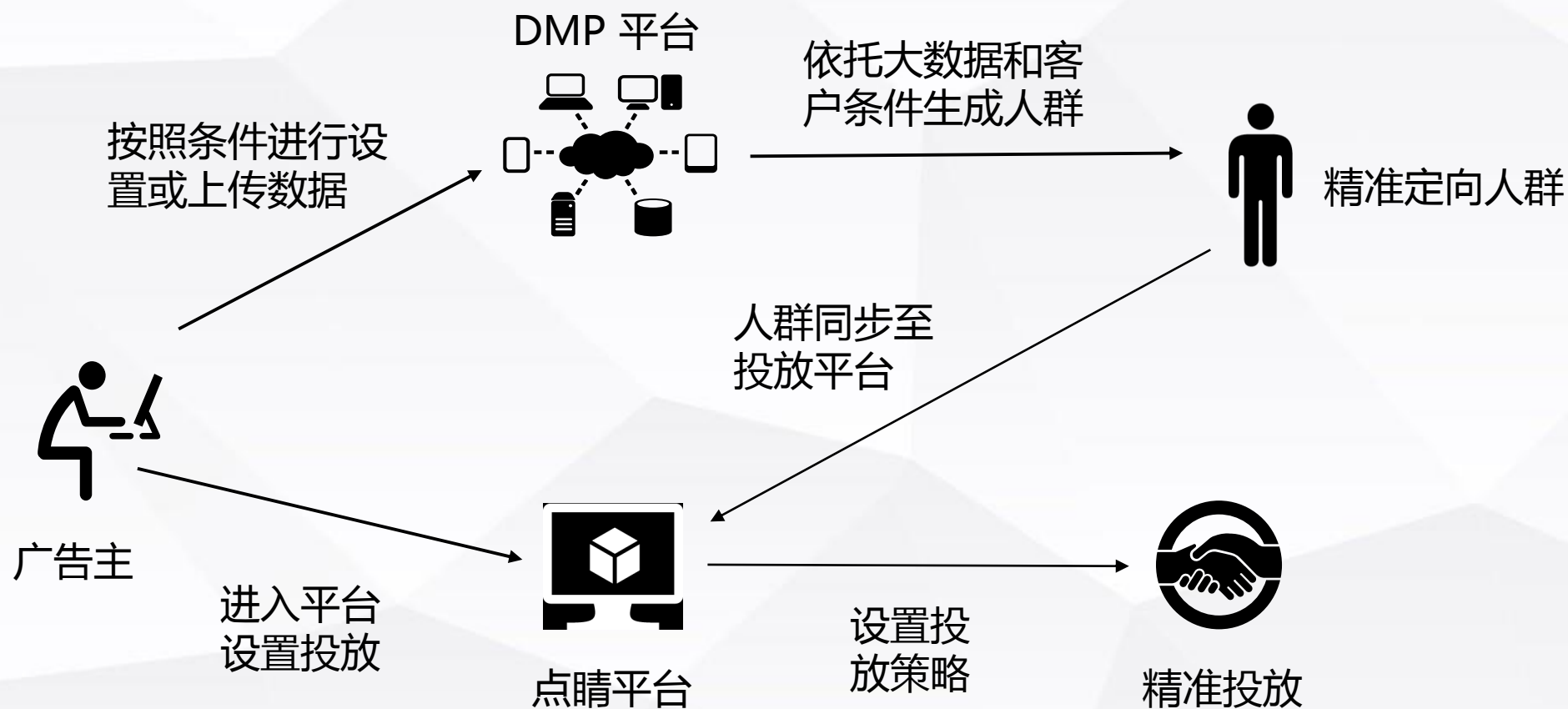
360渠道投放数据

- 广告展现
- 广告点击
- 广告转化
- ...

客户自有数据

- 网站访客数据
- 移动用户数据
- ...

DMP整体业务流程



02

DMP使用指南

360DMP入口

360 营销学院

360点晴实效平台 | 实用工具

投放管理 效果评估 实用工具

媒体屏蔽工具
媒体屏蔽工具为您屏蔽指定媒体域名或类型不再出现您的广告。您可以添加和删除各个exchange的媒体进行屏蔽操作。

人群管家
人群管家为您积累曾经访问您网站的潜在客户，并在全网范围内，针对您的访客进行广告投放，将其重新引导回您的网站。

商品库
将商品信息自动拼装成广告创意，支持个性化重定向、商品推荐等多种形式的推广，灵活的选品规则帮您提升广告投放效果。

撞线时间查看
您可以查看计划、组、创意的撞线时间，并以此来调整您的计划预算与投放策略。

应用版本覆盖监控
追踪市场最新应用版本，实时提醒版本更新，确保应用推广统计效果。

360商易
通过受众画像及触媒分析，帮助您在广告投放前精准定位投放人群，合理选择投放媒体，指导广告创建及营销决策。

Copyright © 360安全网址. All Rights Reserved. 京ICP证080047号

360点晴实效平台 | 实用工具

投放管理 实用工具 效果评估 媒体屏蔽

基础应用

聚类创意助手
高效便捷的免费创意制作工具，覆盖互联网各种广告尺寸，超过500个创意模板，让创意从此简单。

转化跟踪
您可以在这里获取访客人群代码和转化回传代码。部署代码后将可以收集访客并回传后续数据。

360 DMP
帮助您实现多方数据源的统一管理 & 整合打通，并提供丰富的维度实现人群细分，助力精准营销，提升广告效果。

360商易
通过受众画像及触媒分析，帮助您在广告投放前精准定位投放人群，合理选择投放媒体，指导广告创建及营销决策。

360商品库
将商品信息自动拼装成广告创意，支持个性化重定向、场景橱窗等多种广告形式的投放，帮助您提升广告投放效果。

投放优化

品牌保护盾
品牌保护盾为您屏蔽指定媒体域名或类型不再出现您的广告。您可以添加和删除各个exchange的媒体进行屏蔽操作。

媒体镜鉴
基于海量媒体将喜爱的媒体打包为媒体镜鉴，并在推广组中选择并投放。您还可以针对不同的效果评估标准维护多个自定义媒体镜鉴。

数据分析

360分析
为您的网站推广、优化提供安全可信赖的数据支撑，帮助您管理网站访问人群，并进行人群定向投放，全面提升广告投放效果。

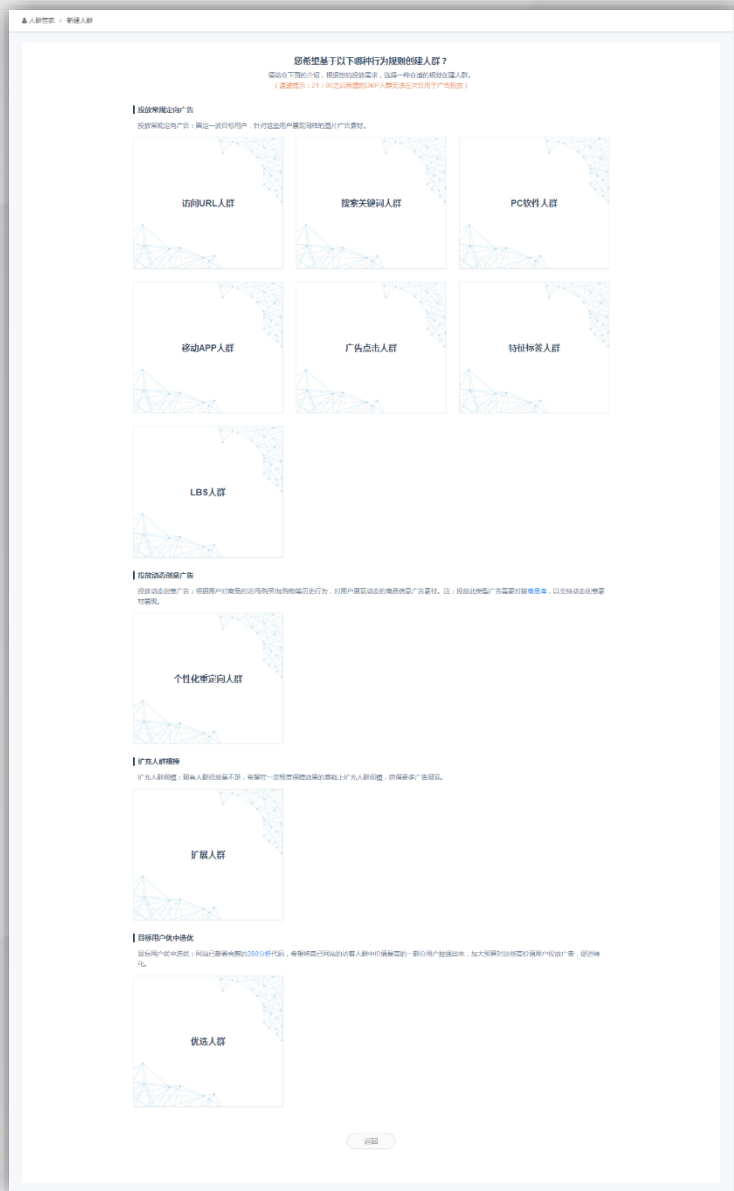
报表下载
如果您需要下载更多维度，或是时间跨度较长的报表，可以进入报表下载工具处理。

©2017 上海聚效广告有限公司 版权所有 | 沪ICP备16037729号-1

入口一：移动推广平台-实用工具-人群管家

入口二：展示广告平台-实用工具-360DMP

入口三：域名-www.dmp.360.cn



- **DMP向全部点睛已生效账户自动开放**
(审核通过账户正常生效，且已充值状态)
- **当日21点前新建的人群次日可以在投放平台用于广告投放**
- **360DMP免费向点睛客户开放，不收取任何额外费用**

智能推荐人群

- 您的潜在受众

常规定向广告

- 访问URL人群
- 搜索关键词人群
- 广告点击人群
- 特征标签人群
- PC软件人群
- 移动APP人群
- 移动LBS人群

动态创意广告

- 个性化重定向

扩充人群规模

- 扩充人群

目标用户优中选优

- 优选人群

360 DMP 智能推荐人群

360 营销学院

360 DMP
智能推荐人群

360 DMP 智能推荐人群

DMP根据广告主的行业、推广目的、消费情况等数据帮助广告主筛选最适合其使用的人群



智能推荐

- 1、即来即用更省时
- 2、精确推荐更省心
- 3、智能优化更省力

潜在受众人群-PC

The screenshot shows the 360 DMP interface. At the top, there is a navigation bar with '360 DMP', '人群管家', '人群透视', '效果分析', '帮助中心', and '联系我们'. Below this, there are tabs for '智能推荐人群', '自定义人群', '私有人群上传', and '共享人群'. A 'Tips' section contains a note: '小贴士：DMP智能推荐人群是基于您所属行业同类客户的推广经验，以及结合您自身账户推广过的广告落地页、关键词、APP等情况为您量身定制的。' Below the tips is a blue button labeled '创建其他人群'. A table lists the audience groups:

人群名称	人群描述	投放方式	投放产品线	人群数
您的潜在受众-PC		常规定向	PC展示广告	PC : 2930788 移动 : --
海尔商城聚效定制人群 (201711) 60天		常规定向	PC展示广告	PC : 7505674 移动 : --

人群释义：

依托360数据对广告主绑定URL的活跃用户进行分析，帮助其寻找其他特征类似、也对客户URL可能有需求的活跃用户

适合客户：各类客户

数据来源：

同类网站活跃用户、近期到达客户网站但不活跃的人、其他可能对客户网站感兴趣的人

注意：

PC潜在受众需要广告主在点睛平台中正确设置自己的主域，如果未设置主域或者设置错误可能导致无法计算人群

潜在受众人群-移动

Tips:
小贴士：DMP智能推荐人群是基于您所属行业同类客户的推广经验，以及结合您自身账户推广过的广告落地页、关键词、APP等情况为

创建其他人群

人群名称	人群描述	投放方式	投放产品线	人群数
您的潜在受众-移动		常规定向	移动广告	PC：- 移动：
定制人群 (不活跃) 30天		常规定向	移动广告	PC：- 移动：
手助定制人群 (201707) 180天安装过		常规定向	移动广告	PC：- 移动：
手助定制人群 (201707) 60天安装过		常规定向	移动广告	PC：- 移动：

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：

移动潜在受众只向账户中绑定了APP的广告主开放，如果账户中未绑定APP则无法生成潜在受众

360 DMP 常规定向人群

360 营销学院

360 DMP
常规定向人群

360 DMP 常规定向人群

360 营销学院

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定向投放平均CTR提升
20%-50%

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

保证广告有效曝光

使广告在优势资源位上更有竞争力

常规定向人群-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）

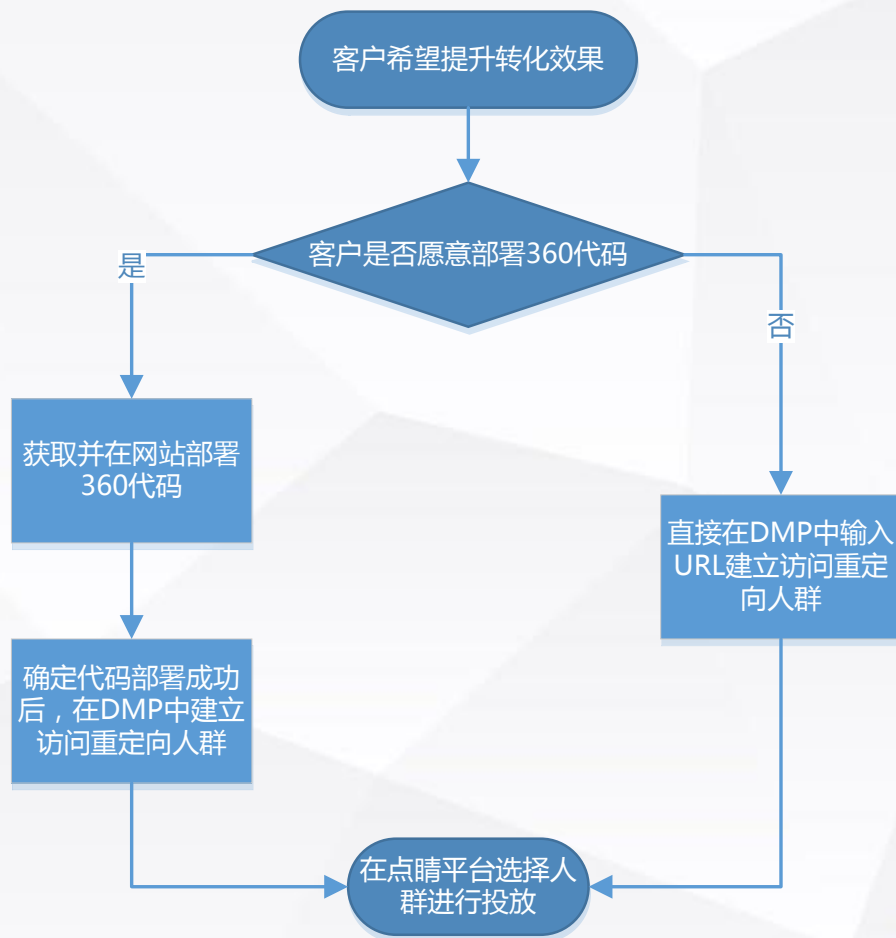
使用访问重定向人群定向投放，点击率比账户投放平均水平提高近**7**倍：

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。

常规定向人群-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。

常规定向人群-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 > 访问URL人群

投放产品线

PC展示广告 移动广告 (跨屏)

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 访问次数: 1

保存人群

* 人群库名称: 请输入人群库名称

* 数据有效期: 请输入数字, 最多90天 天

保存 取消

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。

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。

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。

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

勾选**移动广告**后，此人群将被跨屏至移动端，可用于移动广告定向。

目标用户优中选优-访问重定向-优选人群

360 营销学院

人群管家 > 新建人群 > 优选人群

投放产品线 ?

展示广告

定向类型

常规定向 个性化重定向

人群规模

* 人群规模:

保存人群

* 人群库名称:

人群释义：基于用户的访问、购买、加购物车等一系列行为，利用数据挖掘技术将高商业价值用户挖掘出来，用于广告定向投放

适合客户：网站已部署分析代码的客户

数据来源：360分析代码从客户网站收集

注意：

如需使用此功能收集常规定向人群，除基础流量代码外还建议部署购物车和订单回传代码。

如需使用此功能收集个性化重定向人群，除基础流量代码外务必部署商品回传代码，建议部署购物车和订单回传代码

常规定向人群-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，转化依赖于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

常规定向人群-搜索重定向-PC展示

• PC展示-人群创建

The screenshot shows the 'New Audience' (新建人群) interface in the 360 DMP system. The breadcrumb path is '人群管家 > 新建人群 > 搜索关键词人群'. The '投放产品线' (Product Line) section has 'PC展示广告' (PC Display Ad) selected. The '搜索行为' (Search Behavior) section includes a note about syncing keywords from search ads, a dropdown for '选择一个推广组' (Select a promotion group), and radio buttons for '精确匹配' (Exact Match), '短语匹配' (Phrase Match), and '广泛匹配' (Broad Match). A text input field for keywords is visible with a '1' in the top left corner. The '保存人群' (Save Audience) section contains a '人群库名称' (Audience Library Name) field, a '数据有效期' (Data Validity) field set to '最多60天' (Maximum 60 days), 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
3. 设置匹配方式、人群名称、数据有效期
4. 保存人群

常规定向人群-搜索重定向-移动广告

• 移动广告-人群创建

The screenshot shows the '360 DMP' interface with the '人群管家' (Audience Manager) tab selected. The breadcrumb path is '人群管家 > 新建人群 > 搜索关键词人群'. The '投放产品线' (Campaign Line) section has '移动广告' (Mobile Ad) selected. The '搜索行为' (Search Behavior) section includes a message: '检测到您已经在点睛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'. Below this is a list area with a '1' in a red box. A note at the bottom states: '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1000个关键词, 短语和广泛匹配最多可输入300个关键词。'. The '保存人群' (Save Audience) section has input fields for '人群库名称' (Audience Library Name) and '数据有效期' (Data Validity Period) in days. '保存' (Save) and '取消' (Cancel) buttons are at the bottom.

人群释义：

将在360手机助手和360 PC端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：

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

移动搜索重定向的数据主要来自手机助手和PC数据跨屏

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

常规定向人群-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**：近60天搜索和展示广告点击量大于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%

常规定向人群-广告点击重定向

• 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 > 广告点击人群

投放产品线 ?

PC展示广告 移动广告 (跨屏) ?

推广活动

[+ 添加活动](#)

保存人群

* 人群库名称: 请输入人群库名称

* 数据有效期: 请输入数字, 最多60

[保存](#) [取消](#)

添加推广活动

营销平台: 点睛搜索广告 点睛展示广告

输入要搜索的内容

推广计划列表

- 关键词
- 有效的计划

已选推广活动 全部清空

有效的计划

[确认修改](#)

1. 新建人群，选择广告点击重定向
2. 选择要定向的推广活动，系统将会自动把点击了该计划广告的人收集起来
3. 设置匹配方式、人群名称、数据有效期
4. 保存人群
5. 勾选移动广告后，此人群将被跨屏至移动端，可用于移动广告定向。

常规定向人群-特征标签人群

- **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%

常规定向人群-特征标签人群

• 人群创建

The screenshot displays the 360 DMP '人群管家' (Audience Manager) interface. It is divided into two panels, both showing the '特征标签人群' (Feature Tag Audience) creation process.

Left Panel (新建人群 - New Audience):

- 投放产品线 (Campaign Line):** Radio buttons for 'PC展示广告' (PC Display Ads) and '移动广告' (Mobile Ads).
- 基本属性 (Basic Attributes):** Radio buttons for '不限' (Unlimited), '男性' (Male), and '女性' (Female) for gender; '不限' (Unlimited) and '年龄指定' (Age Specified) for age; '不限' (Unlimited) and '学历指定' (Education Specified) for education; '不限' (Unlimited) and '消费能力指定' (Consumption Ability Specified) for consumption ability; '不限' (Unlimited) and '职业指定' (Occupation Specified) for occupation.
- 兴趣特征 (Interest Features):** Includes '购物兴趣' (Shopping Interest), '行业兴趣' (Industry Interest), and '品牌偏好' (Brand Preference), each with a '添加标签' (Add Tag) button.
- 兴趣组合关系 (Interest Combination Relationship):** Radio buttons for '或关系' (OR relationship) and '和关系' (AND relationship).
- 保存人群 (Save Audience):** A text input field for '人群库名称' (Audience Library Name) and '保存' (Save) and '取消' (Cancel) buttons.

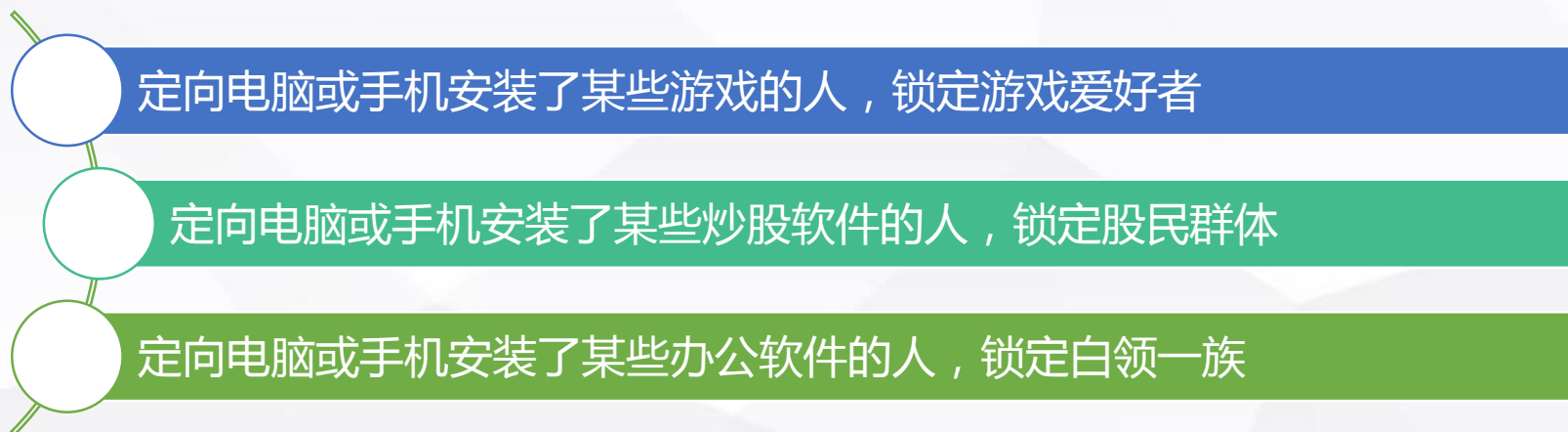
Right Panel (特征标签人群 - Feature Tag Audience):

- 投放产品线 (Campaign Line):** Radio buttons for 'PC展示广告' (PC Display Ads) and '移动广告' (Mobile Ads).
- 基本属性 (Basic Attributes):** Radio buttons for '不限' (Unlimited), '男性' (Male), and '女性' (Female) for gender; '不限' (Unlimited) and '人生阶段指定' (Life Stage Specified) for life stage.
- 兴趣特征 (Interest Features):** Includes '移动应用兴趣' (Mobile App Interest), '生活达人' (Life Expert), and '购物兴趣' (Shopping Interest), each with a '添加标签' (Add Tag) button.
- 兴趣组合关系 (Interest Combination Relationship):** Radio buttons for '或关系' (OR relationship) and '和关系' (AND relationship).
- 保存人群 (Save Audience):** A text input field for '人群库名称' (Audience Library Name) and '保存' (Save) and '取消' (Cancel) buttons.

1. 新建人群，选择特征人群
2. 确定要投放的产品线，勾选人口属性、兴趣等标签，保存人群即可
3. PC标签挖掘规则：依据用户的浏览和搜索行为的规则，比如年轻人经常访问一些二次元内容或者小众论坛，高消费群体习惯出行选择飞机高铁等等判断用户兴趣爱好、收入水平、性别年龄等指标。
4. 移动标签挖掘规则：依据用户的APP安装使用行为的规则，比如使用美妆时尚类APP的多为女性，关注汽车体育的多为男性等等判断用户的移动应用兴趣及在生活中的爱好等指标。

常规定向人群-软件安装人群

- **人群释义**：对电脑或手机上安装了某些软件或APP的人群进行重定向。
- **适合客户**：各类客户。
- **数据来源**：360安全卫士（PC），360手机助手、360手机卫士（移动）。



常规定向人群-软件安装人群

• PC 软件人群-人群创建

The screenshot shows the '360 DMP' interface for creating a 'PC software audience'. The breadcrumb path is '人群管家 > 新建人群 > PC软件人群'. Under '投放产品线', 'PC展示广告' is selected. The '软件安装列表' section contains a search box and a list of software: 阿里旺旺, 战地精英, Autolt, The Image Collector, 管道世界, 淘同款购物助手, and 米鼠MSN. The '保存人群' section includes a name field and a validity period field (set to 90 days). Buttons for '保存' and '取消' are at the bottom.

1. 新建人群，选择PC软件人群
2. 添加想要定向的软件，DMP会帮助广告主收集电脑上安装了这些软件的人，设置人群名称、数据有效期
3. 保存人群
4. 勾选移动广告后，此人群将被跨屏至移动端，可用于移动广告定向。

常规定向人群-软件安装人群

• 移动APP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 > 移动APP人群

投放产品线

- 移动广告

限定APP范围

我推广的APP 全部APP

APP规则

规则一

输入要搜索的内容

- 穿越小说合集
- 乐透管理专家
- 音乐吧
- Sonic Youth JukeBox
- 国泰健康顾问
- 米卡商城
- 历史文化酒店

限定APP范围

我推广的APP 全部APP

APP规则

我推广的APP: [下拉菜单]

APP条件类型: [下拉菜单: 下载未安装, 安装未激活, 已激活, 已安装]

保存人群

* 人群库名称: [输入框: 请输入人群库名称]

APP条件类型: [下拉菜单: 已下载]

软件组合关系: 或关系 *和关系

并且 +新增一条规则

保存人群

* 人群库名称: [输入框: 请输入人群库名称]

* 数据有效期: [输入框: 请输入数字, 最多180天] 天

保存 取消

1. 新建人群，选择移动APP人群

2. 选择“我推广的APP”时，可以直接对我的APP的相关人群进行收集；选择“全部APP”时可以对全部360渠道收录的APP相关人群进行收集

3. 筛选需要的人群条件，保存人群即可

4. 注意：为降低系统计算压力，部分安装量过大的APP无法在这里选择。5

常规定向人群-移动LBS人群

- **人群释义**：访问LBS人群，基于用户的常住地、活跃的地域、旅游行为或历史行为足迹的规则圈定人群，用于广告定向投放。
- **适合客户**：受众的特征比较明确，适合快消、餐饮等
- **数据来源**：360 地图
- **说明**：本期只适用于移动端



使用频率：

- 在这里居住/工作的人：过去30天内出现在此区域15天及以上的人
- 到这里旅行的人：7天前不在此区域（最长回溯30天），但过去7天内出现在此区域1次及以上的人
- 近7天这里的所有人：过去7天内出现在此区域1次及以上的人
- 近30天这里的所有人：过去30天内出现在此区域1次及以上的人

常规定向人群-移动LBS人群

• 移动LBS人群-人群创建

The screenshot shows the 360 DMP interface for creating a mobile LBS group. The top 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 is titled '人群管家 > 新建人群 > LBS人群'. It features a '投放产品线' section with '移动广告' selected. Under '区域选择', '自定义' is selected. The '搜索位置' section includes a search bar with '北京市' selected, a map of Beijing, and a '位置结果' list. The '活动频率' section has '在这里居住工作的人' selected. The '保存人群' section has a text input field for the group name and '保存' and '取消' buttons.

1. 搜索位置：关键词搜索-精确匹配地址
2. 标记位置：地图标记位置-锁定范围
3. 批量输入地址：精确到门牌号
4. 省市、商圈

360 DMP 私有人群

360 营销学院

360 DMP 私有人群

- **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：

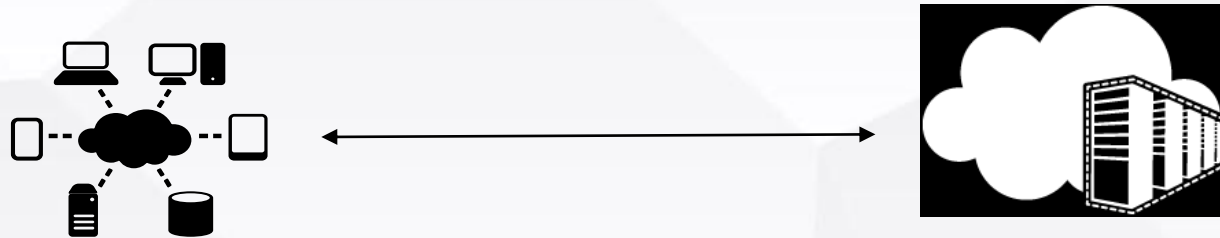
PC

- ✓ 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

移动

- ✓ 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

客户行业	人群类型	人群有效期	人群规模	人群日均消费	前期账户日均CTR	现在账户日均CTR	前期账户日均ROI	现在账户日均ROI
零售	APP内单品访问人群	60天	600w	¥5,000	2.3%	2%	1.5	4



可处理的数据

- IMEI、IDFA等移动用户标识
- Cookie PC端用户标识
- 其他各类用户行为数据

支持的广告类型

- PC展示广告
- 移动广告

私有DMP对接（文件）

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 高级定制人群

文件上传人群包 API上传人群包 ?

人群名称	定向方式	上传方式	投放终端	人数
全网商品智能推荐人群	个性化重定向	API上传	PC端	0
您的潜在受众-PC	常规定向	API上传	PC端	13

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 人群管家 人群透视 效果分析 帮助中心 联系我们

人群管家 > 文件上传人群包

数据类型

imei imei_MD5 idfa idfa_MD5

导入文件

文件格式说明

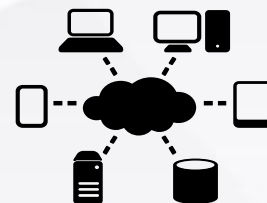
1.支持txt和压缩成ZIP（压缩包里只能有一个txt文件）的txt文件，最大10M；
2.txt格式：每行一个ID，无效数据将被系统忽略；
3.各数据类型说明及示例：

ID类型	规范格式	示例
imei	14位或15位数字	868331011992179
idfa	{8位数字和字母组合}-{4位}-{4位}-{4位}-{12位}	68753A44-4D6F-1226-9C60-0050E4C00067
imei (idfa)_MD5	32位数字或字母	0000736f1598b1b94482b3971b5e8ccc

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。

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 高级定制人群

文件上传人群包 API上传人群包 ?

人群名称	定向方式	上传方式	投放终端	人群规模
全网商品智能推荐人群	个性化重定向	API上传	PC端	0
您的潜在受众-PC	常规定向	API上传	PC端	13426940

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

私有DMP对接 (API)

详细API对接流程可在DMP 私有 人群管家-API上传人群包中获取。

The screenshot displays the 360 DMP user interface for API integration. At the top, a navigation bar includes '360 DMP', '人群管家' (selected), '人群透视', '效果分析', '帮助中心', and '联系我们'. A user greeting '您好, 展示产品测试_1' is visible on the right. Below the navigation, a breadcrumb trail shows '人群管家 > API上传人群包'. The main content area is divided into three primary sections: 1. 'SDK代码' (SDK Code), which explains that SDK components facilitate data push and provides links to '查看代码示例' (view code examples) or '下载SDK' (download SDK). 2. '数据联调' (Data Linkage), which instructs users to email 'dmp@360.cn' after preparing data for linkage testing. 3. '数据上传' (Data Upload), which states that after successful linkage testing, users can proceed with formal uploads. A central '申请权限' (Apply for Permissions) section details the need for API keys, provides the default call frequency (100,000 calls per hour), and shows the user's assigned 'Key' and 'Secret'. At the bottom, a '技术文档' (Technical Documentation) section lists two documents: '360DMP用户数据上传对接API文档(V0.4)' and '360DMP用户商品访问行为数据字典说明文档(V0.2)'.

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: [redacted] Secret: [redacted]

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 个性化重定向人群

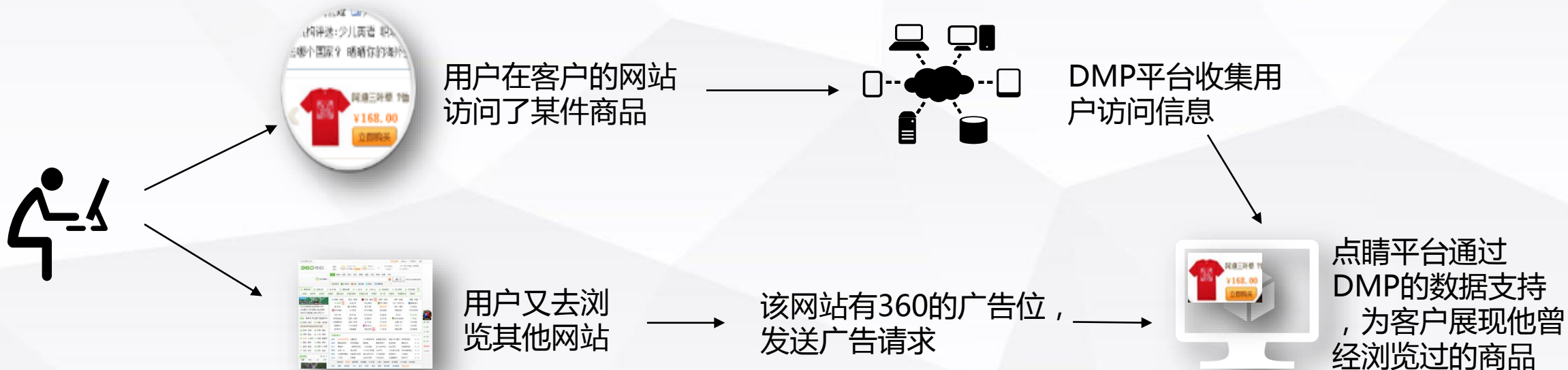
360 营销学院

360 DMP
个性化重定向人群

个性化重定向人群

- **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**：对接商品数据库的客户
- **数据来源**：
 1. 广告主在自己官网等相关网站部署JS代码（JavaScript），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



个性化重定向人群-PC人群

• 人群创建：个性化重定向人群-PC

The screenshot shows the '360 DMP' interface for creating a '个性化重定向人群' (Personalized Retargeting Audience). The page is titled '人群管家 > 新建人群 > 个性化重定向人群'. It features several sections for configuration:

- 投放产品线:** Radio buttons for 'PC展示广告' (selected) and '移动广告'.
- 功能提示:** A note explaining that personalized retargeting requires a product database and that the audience is generated based on 360 analysis data.
- 数据源选择:** Radio button for '360分析布码数据' (selected).
- 访问行为:** A '+ 添加行为' button.
- 访问商品类目:** A '+ 添加类目' button.
- 访问商品品牌:** A '+ 添加品牌' button.
- 访问商品价格:** Input fields for '最高价格' (Maximum Price) and '最低价格' (Minimum Price) in Yuan.
- 购买意愿:** Radio buttons for '不限' (selected), '浏览', and '加入购物车'. A checkbox for '用户下单后不在向他投放已下单产品'.
- 保存人群:** Input fields for '人群名称' (Audience Name) and '数据有效期' (Data Validity Period, up to 90 days).

Buttons for '保存' (Save) and '取消' (Cancel) are at the bottom.

1. 新建人群，选择个性化重定向
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
5. 如需使用PC个性化重定向人群必须满足如下三个条件
 - (1) 客户网站成功部署了360分析基础流量代码
 - (2) 客户网站成功部署了360分析商品回传代码
 - (3) 客户在360 DMP商品库正确上传了商品

个性化重定向人群-移动人群

• 人群创建：个性化重定向人群-移动跨屏

The screenshot shows the '360 DMP' interface for creating a '个性化重定向人群' (Personalized Retargeting Audience). The navigation bar includes '360 DMP', '人群管家' (Audience Manager), '人群透视' (Audience Insight), '效果分析' (Effect Analysis), '帮助中心' (Help Center), and '联系我们' (Contact Us). The breadcrumb trail is '人群管家 > 新建人群 > 个性化重定向人群'.

投放产品线

PC展示广告 移动广告

功能提示

1. 投放个性化重定向人群需要对接商品库。若未对接商品库，无法利用“360全网数据”计算出人群。
2. 对接的商品量级越大，利用360全网数据计算时，可获得的人群规模越大。
3. 本期暂不支持针对旅游、图书类目的商品计算人群。

数据源选择

360全网数据

人群扩展

基于用户在全网访问商品的行为进行人群扩展，获得更多目标受众。

保存人群

* 人群库名称：

* 数据有效期： 天

1. **人群释义**：运用360大数据帮助广告主寻找在PC上浏览过广告主PC站商品的人，并将其跨屏至移动端，可通过360移动流量向其展现广告主的对应商品。

2. **适合客户**：提供了商品库的客户

3. **注意**：

(1) 如需使用此功能，广告主必须上传完整的商品库，且保证商品库中有PC商品地址、移动deeplink链接和H5页面

(2) 如广告主的商品在PC端浏览量过小或者无浏览量，使用此功能时可能无法计算出人群。

(3) 此功能会找到一些尚未安装广告主APP的用户，因此建议提前告知广告主需做好如下渠道的监测：H5页面、H5页面指向的下载页、deeplink链接

个性化重定向人群-移动人群

• 人群创建：个性化重定向人群-移动全网

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 > 个性化重定向人群

投放产品线

PC展示广告 移动广告

功能提示

1. 投放个性化重定向人群需要对接商品库。若未对接商品库, 无法利用“360全网数据”计算出人群。
2. 对接的商品量级越大, 利用360全网数据计算时, 可获得的人群规模越大。
3. 本期暂不支持针对旅游、图书类目的商品计算人群。

数据源选择

360全网数据

人群扩展

基于用户在全网访问商品的行为进行人群扩展, 获得更多目标受众。

保存人群

* 人群名称:

* 数据有效期: 天

1. **人群释义**：运用360大数据帮助广告主寻找**在PC上浏览过与广告主商品库中同类商品的人，并将其跨屏至移动端**，可通过360移动流量向其展现广告主的对应商品

2. **适合客户**：提供了商品库的客户

3. **注意**：

(1) 如需使用此功能，广告主必须上传完整的商品库，且

保证商品库中有PC商品地址、移动deeplink链接和H5页面

(2) 此功能会找到一些尚未安装广告主APP的用户，因此

建议提前告知广告主需做好如下渠道的监测：H5页面、H5

页面指向的下载页、deeplink链接

(3) 扩展后人群规模较大，对于安装量较小的电商客户来

说效果可能不如此跨屏。

个性化重定向人群-移动人群

重定向人群：个性化重定向-移动API

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 > 个性化重定向人群

商品产品线 @

PC展示广告 移动广告

商品行业 @

电商行业

数据来源选择

360营销数据 @ APP投放私有数据 @ 360全网数据 @

私有个性化人群数据包

过滤选择

选择feed (本选表示不选)

选择商品特征 @ 类目

类目

品牌

库存

等于

价格

介于 -

保存人群

*人群名称:

*数据有效期: 天

1. **人群释义**：根据客户提供的商品库，帮客户找到移动端浏览商品的人群

2. **适合客户**：提供了商品库的客户，支持电商和旅游两个行业

3. **注意**：

(1) 可根据feed来筛选商品

(2) 支持选择商品的价格、库存等条件，但是请注意，如果选择库存，那么商品库信息中必须包括库存数量的字段信息

举例：广告主A只投放有库存的商品，则选择库存数量大于0

(3) 数据有效期，最多支持60天，请填写大于1的自然数

360 DMP 扩展人群

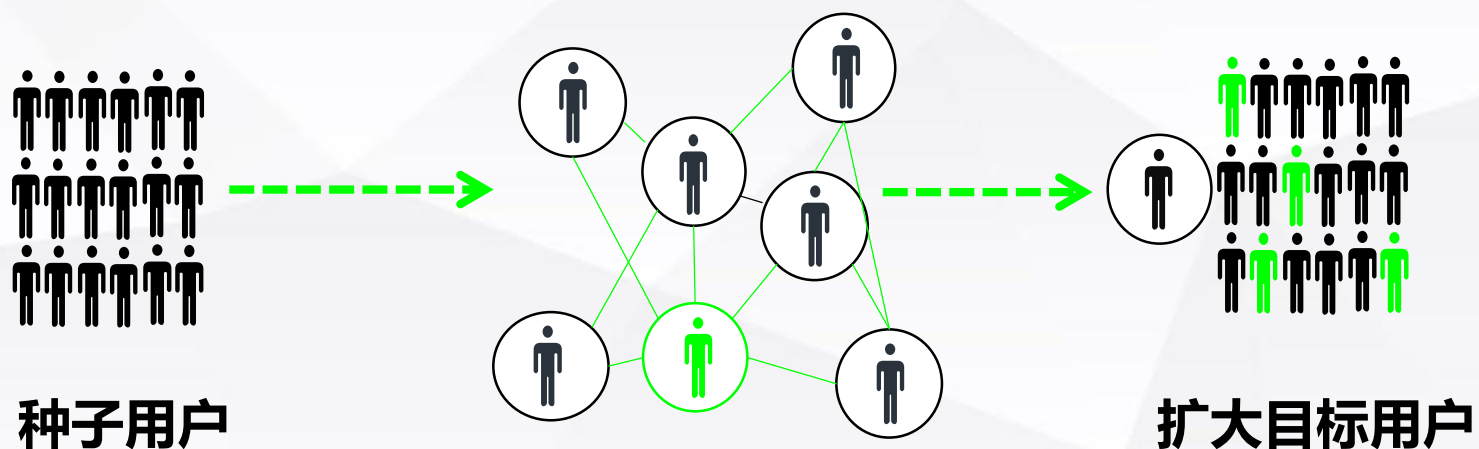
360 营销学院

360 DMP 扩展人群

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。
- **适合客户**：已在DMP平台建立重定向人群的客户，目前支持的种子人群类型为“PC端-访问重定向人群”
- **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？



• 人群创建：扩展人群-PC

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 > 扩展人群

投放产品线

PC展示广告 移动广告

! 扩展人群PC展示广告功能需要申请开通才能使用, 请发送邮件申请: dmp@360.cn

功能简介

1. 现阶段最多只支持创建 5 个扩展人群;
2. 支持的种子人群类型: PC 端-访问重定向人群;
3. 当日创建或启用的人群不能用作种子人群;
4. 种子人群规模在1000-1000万人之间。

选定种子人群

种子人群: 请选择种子人群

种子人群规模: 0 人

设置扩展倍数

1 倍

1 5 10 15 20

保存人群

* 人群名称: 请输入人群名称

保存 取消

1. PC扩展人群需申请权限才能使用
2. PC扩展人群可以扩展广告主在DMP内建立的符合规模的访问重定向人群
3. 种子人群的效果会直接影响扩展人群的效果，因此在建立种子人群时建议选择“目标转化人群”密集的面（如注册页）或选择深度访客（访问频次大于2的）
4. 扩展人群倍数越大，规模越大可获得的流量也就越大，但效果可能较差
5. 受众特征较为明显的行业使用此功能效果较好：如游戏、教育

• 人群创建：扩展人群-移动

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 > 扩展人群

投放产品线

PC展示广告 移动广告

功能简介

1. 支持扩展的人群类型：私有人群上传-文件上传人群包，数据类型为imei或imei_MD5。
2. 扩展人群计算预计需要3小时。

选定种子人群

种子人群： 请选择种子人群

种子人群规模： 0 人

设置扩展人数

100000 人

100000 50000000

保存人群

* 人群库名称： 请输入人群库名称

保存 取消

1. 移动扩展人群向所有DMP用户开放
2. 移动扩展人群可以扩展广告主在DMP内通过文件上传的种子人群
3. 种子人群的效果会直接影响扩展人群的效果，因此在上传种子人群时建议选择“已转化人群”或“深度用户”
4. 扩展人群倍数越大，规模越大可获得的流量也就越大，但效果可能较差
5. 受众特征较为明显的行业使用此功能效果较好：如游戏、教育

360点购实效平台 | 展示广告 首页 我的账户 搜索推广 移动推广 展示广告 资质上传 帮助中心 退出

首页 投放管理 实用工具 效果评估 媒体橱窗

请输入搜索的内容

推广计划 推广组 创意

基本设置：

* 推广组名称：

建议您根据媒体、人群或活动内容来命名，以便于调整投放和报表查看。

加载现有推广组：

哪些用户可以看到我的广告

人群选择： 全网智能定向 360人群管家 关键词定向 兴趣特征

普通定向人群 点击过移动应用广告的人群(0) 所有点击过广告的人群(0) 所有访问过网站的人群(0)

已选择的人群 (0) 全部清空

360DMP 点击更新 确定 取消

用户在哪里看到我的广告

-- 媒体定向 --

选择媒体： 不限

+ 高级设置

出价（按第二高价和创意质量计费，将不会高于您的实际出价）

出价(¥): CNY/ CPC/ CPM

建议出价(¥): 2.23-8.06

(部分媒体支持) 效果转化提升利器，同等的点击价格，带来翻倍的转化效果！

视频信息流创意上线啦，视频创意建议使用CPM出价！

推荐 开启智能点击出价(需部署代码)

请选择优化目标： 到达率 订单转化 注册转化

我知道了

保存并继续 回到上一步

©2017 上海聚效广告有限公司 版权所有 | ICP/CP备16037729号-1

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 人群透视

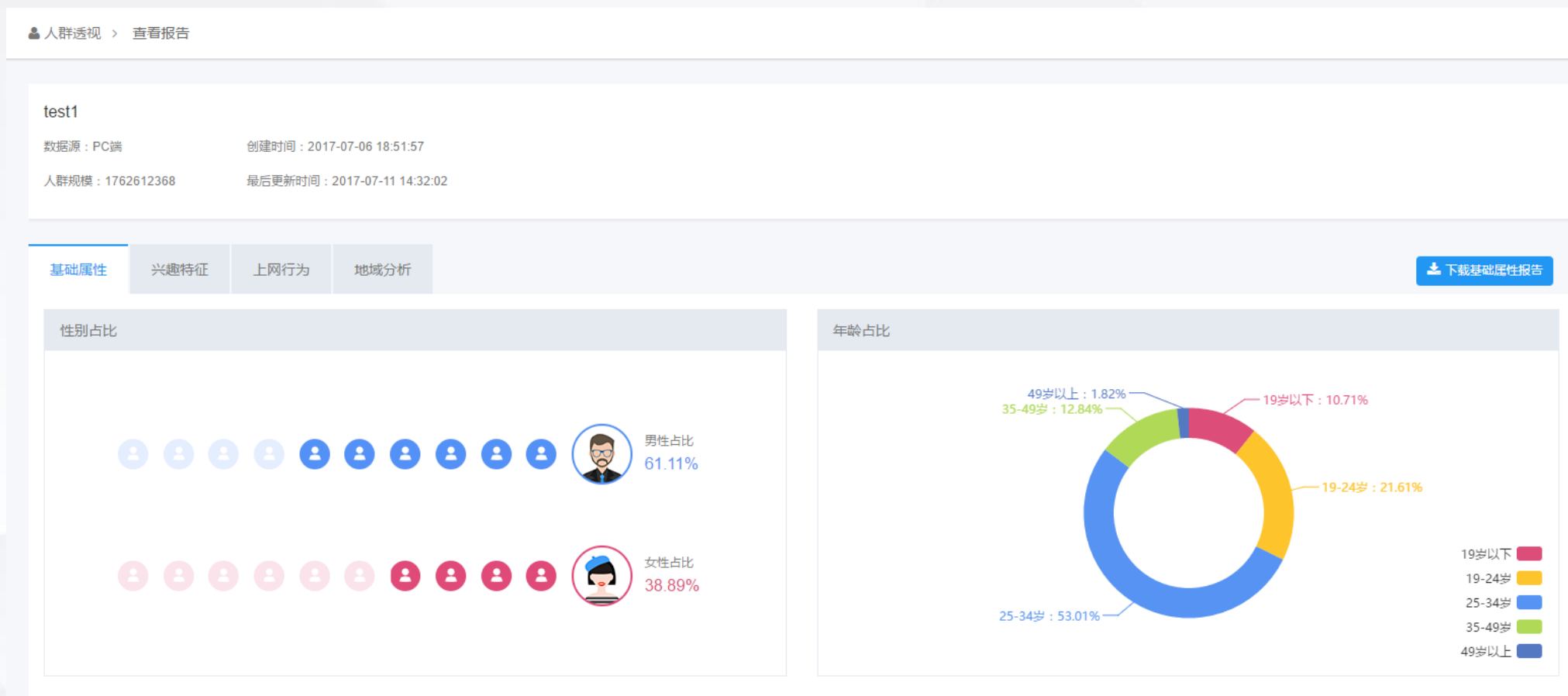
360 DMP 人群透视

对客户已建立的人群进行人群画像透视，了解此人群的基础属性、兴趣特征、上网行为、地域分布等信息

报告名称	目标人群名称	人群规模	创建时间	报告状态	操作
DDP人群-展会	DDP人群-展会	1171079	2017-08-31 17:19:57	计算完成	
哈哈的报告	女性理财粗分-1	41313538	2017-08-08 14:08:36	计算完成	
haha	1234	784003	2017-07-06 19:54:14	计算完成	
测试lh	新浪中超	335747	2017-07-06 19:44:55	计算完成	
yxs-test	test1	1762612368	2017-07-06 18:51:57	计算完成	
共享人群透视lh0706_reset	特征人群2	39709306	2017-07-06 18:44:42	计算完成	
测试人群透视lh0706	搜索重定向 - 精确匹配	1382323	2017-07-06 18:43:51	计算完成	
DMP-测试透视报告	NBA人群	2314838	2017-07-06 18:41:43	计算完成	

360 DMP 人群透视

- 对点击广告的人群进行透视
- 对客户圈定的人群（如网站访客）进行透视
- 对客户回传的人群进行透视

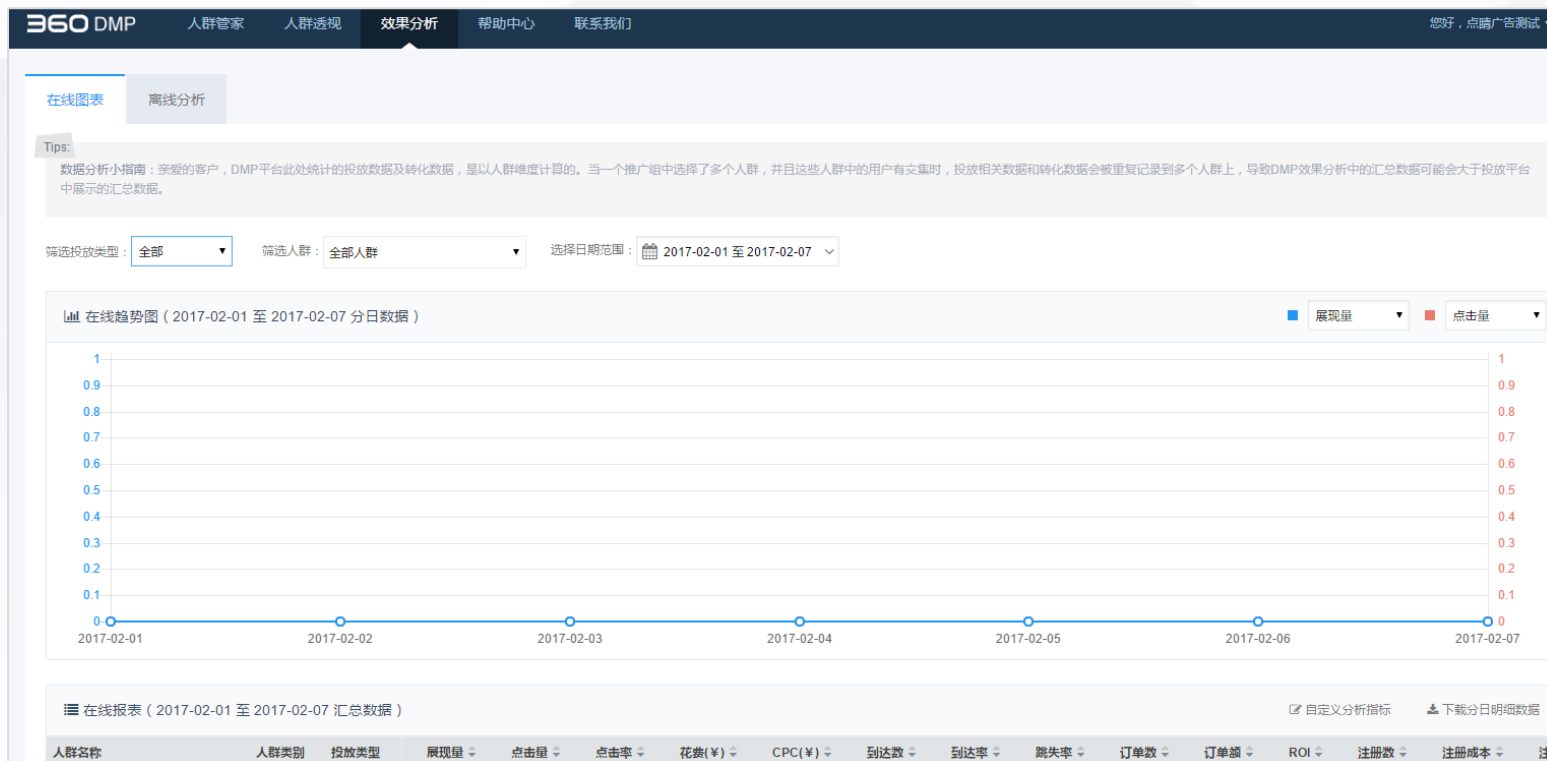


360 DMP 效果分析

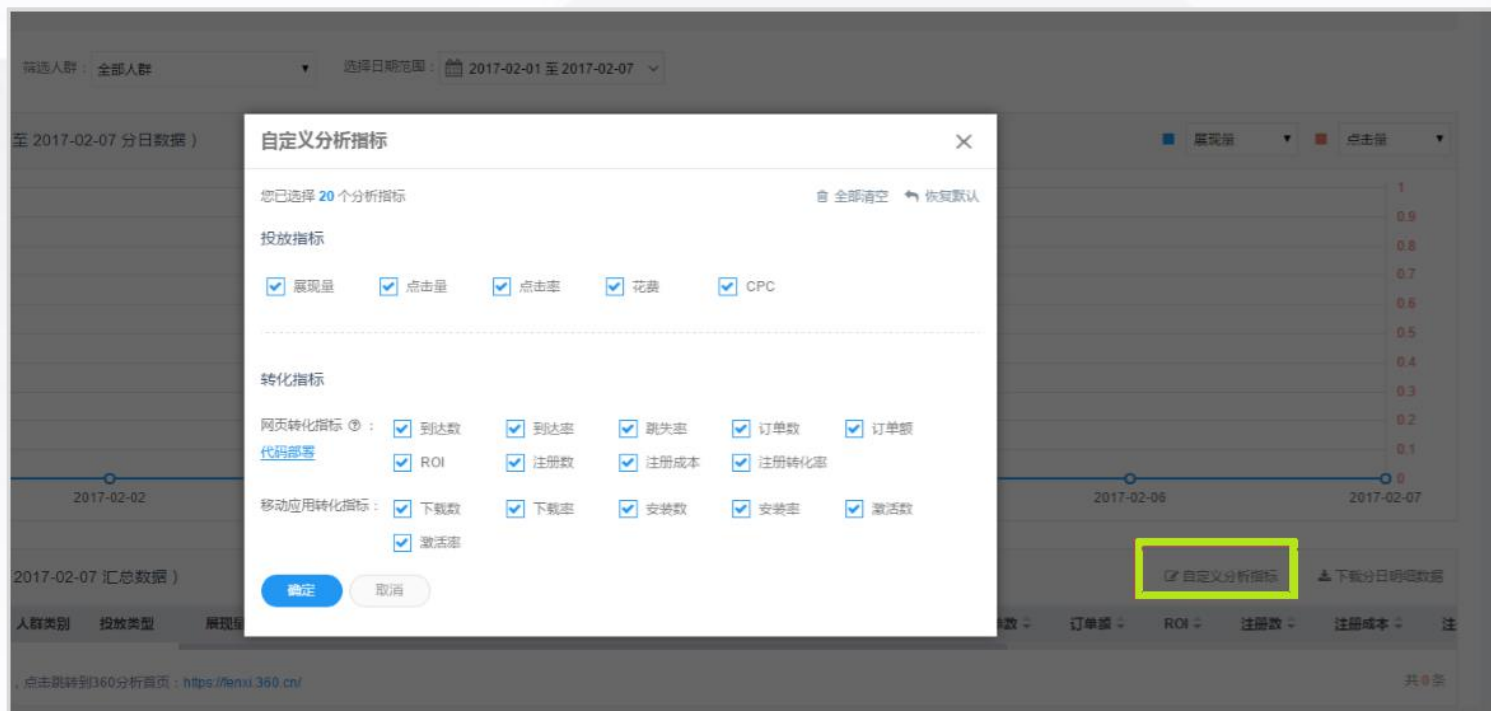
360 营销学院

360 DMP 效果分析

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。



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。

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 2017-02-07 至 2017-02-07

选择指标

全部清空 全部选择

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

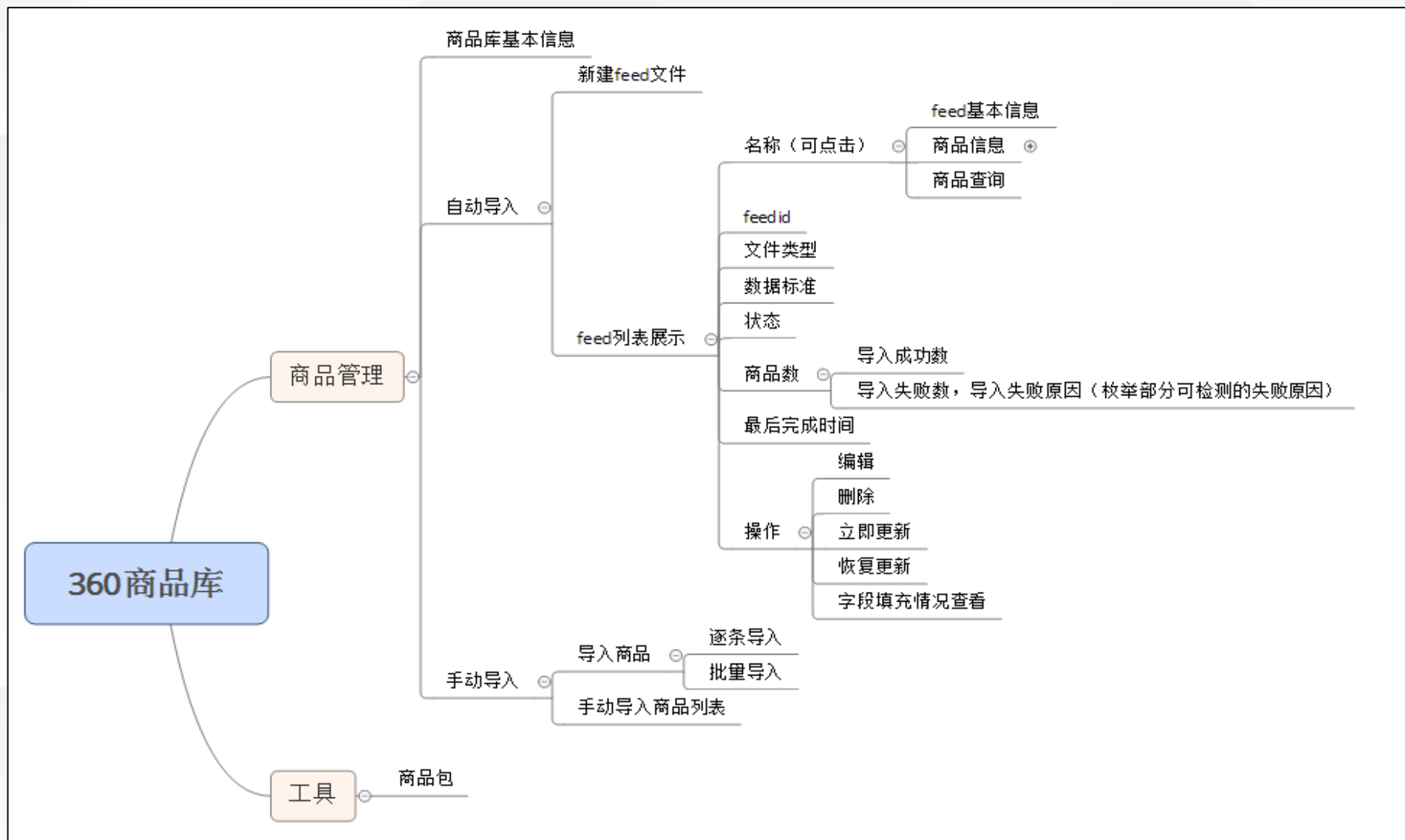
使用离线分析功能可以下载更长时间段更全维度的各种分日数据, 方便对于不同人群的转化进行细致分析。

360 DMP 商品库

360 营销学院

360 DMP 商品库

360 DMP商品库-页面结构



360 DMP商品库-自动导入

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 2017-02-07 至 2017-02-07

选择指标
全部清空 全部选择

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。

360 DMP商品库-商品管理

360 商品库 商品管理 工具 您好, 点晴广告测试 ▾

您的商品库中已有feed : 10 个, 总商品中导入成功商品 : 381,233 件, 其中自动导入商品 : 381,212 件, 手动导入商品 : 21 件。

自动导入 手动导入

新建feed文件

名称	FeedId	文件类型	数据标准	状态	商品数	最后完成时间	操作
机票	521	全量	旅游-机票	导入成功	最近导入成功数 : 4 最近导入失败数 : 2	2018-05-16 16:00:46	    
feed文件解析-机票行业	522	全量	旅游-机票	导入成功	最近导入成功数 : 1 最近导入失败数 : 0	2018-06-04 19:16:48	    
feed文件解析-机票	523	全量	旅游-机票	导入成功	最近导入成功数 : 6 最近导入失败数 : 0	2018-05-30 10:25:44	    
trans.	524	全量	电商	导入成功	最近导入成功数 : 2 最近导入失败数 : 0	2018-06-04 19:05:44	    
test-feed	525	全量	电商	待处理	最近导入成功数 : -- 最近导入失败数 : --	--:--	    
suninbg了解了看看了	526	全量	电商	导入成功	最近导入成功数 : 20,000 最近导入失败数 : 0	2018-05-30 16:01:12	    
酒店行业	530	全量	旅游-酒店	待处理	最近导入成功数 : -- 最近导入失败数 : --	--:--	    
携程-国内机票	533	全量	旅游-机票	导入成功	最近导入成功数 : 5,942 最近导入失败数 : 0	2018-06-01 16:40:31	    
携程-国际机票	535	全量	旅游-机票	导入成功	最近导入成功数 : 100,843 最近导入失败数 : 0	2018-06-01 16:20:30	    
2222	544	全量	电商	待处理	最近导入成功数 : -- 最近导入失败数 : --	--:--	    

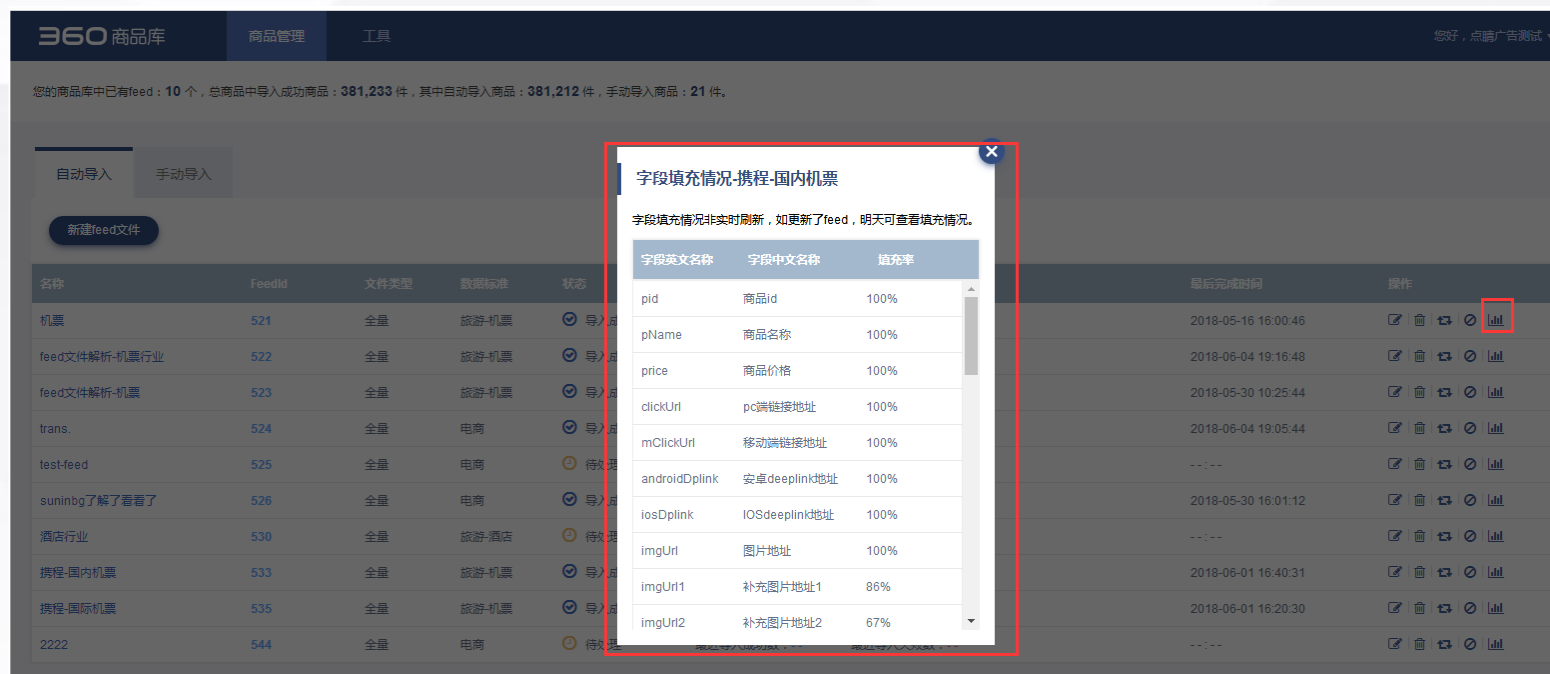
共 10 条

定义：自动上传的商品均可在商品管理中查看

功能：每个feed可点击进入，查看该feed下的商品。可以查看商品信息，对自动导入的商品进行删除。

360 DMP商品库-自动导入

1、点击操作中的 “?” 可查看每个feed的字段填充情况，了解某个字段是否全部填充。（暂时只支持部分字段查看）



2、对于导入失败的商品，鼠标悬浮在导入失败数旁边的问号上，可查看商品导入失败的具体原因。

名称	FeedId	文件类型	数据标准	状态	商品数
机票	521	全量	旅游-机票	导入成功	最近导入成功数：4 最近导入失败数：2 ?
feed文件解析-机票行业	522	全量	旅游-机票	导入成功	最近导入成功数：1 最近导入失败数：0
feed文件解析-机票	523	全量	旅游-机票	导入成功	最近导入成功数：6 最近导入失败数：0

商品ID非法，可能存在以下情况：未填写、超过200字符限制、含有r\n\t\u0001\u0002\u0003非法字符
必填字段未填写，未填写字段为“商品URL”

360 DMP商品库-自动导入

360 商品库 商品管理 工具

所有feed > 新建feed文件

新建feed文件

* feed名称:

* 文件类型: 全量? 增量?

* 数据标准: 电商行业 [查看数据标准说明](#)

* feed地址:

* 更新频率: 每周

* 更新时间: 系统选择 系统选择 若无特别需求, 请设为系统选择

* feed格式: 无索引xml文件 有索引sitemap格式文件

保存 取消

定义：客户技术根据360DMP提供的对接说明，生成feed地址，对接后可自动同步商品信息

优势：快捷、实时、效率高，信息全

劣势：需要广告主有一定的技术能力，大部分小广告主不具备该能力

适合：有一定的技术能力的客户

上传说明：

feed名称：（必填）仅是标记作用，可自定义

文件类型：（必选）全量即每次商品都需要全部更新，适用于商品信息经常改变的客户；增量更新，每次仅更新新增的商品信息，适用于信息长期不变，定期增加商品的客户

数据标准：（必选）选择feed中商品所属的行业，不同行业有不同的数据标准。目前支持电商行业，旅游-酒店行业，旅游-机票行业。数据标准可点击“查看数据标准说明”进行查看。

Feed地址：（必填）客户技术提供的feed地址，是按照DMP要求制作的feed

更新频率：（必选）建议是选择每周更新，如果商品更新频次非常多的话，也可以选择每日/每小时更新

Feed格式：（必选）根据客户提供的格式选择

360 DMP商品库-商品管理

360 商品库 商品管理 工具 您好, 点广告测试 ▾


您的商品库中已有feed: 10 个, 总商品中导入成功商品: 381,233 件, 其中自动导入商品: 381,212 件, 手动导入商品: 21 件。

自动导入 手动导入

手动导入商品: 21 件, 审核通过: 0 件. [导入商品](#)

商品名称 ▾ 请输入要查询内容 [查询](#)

全选 [批量删除](#) [全部导出](#)

商品名称	商品价格(¥)	商品图片	一级分类	二级分类	三级分类	商品 ID	展示广告审核结果	操作
<input type="checkbox"/> test-ie11	34		办公耗材	文件储存	桌面文件柜	725d6314	处理中	✔ 🗑️
<input type="checkbox"/> xuantest1111	111		-	-	-	70e53da5	处理中	✔ 🗑️
<input type="checkbox"/> 商品链接不是注册网站	222.33		-	-	-	id7	处理中	✔ 🗑️
<input type="checkbox"/> fdaf	0.1		-	-	-	702256bb	处理中	✔ 🗑️

定义: 手动上传后的商品可在商品管理下的手动导入中查看

功能: 可以查看商品信息、审核状态、修改商品信息、导出商品信息、删除商品、商品ID等

360 DMP商品库-手动上传-逐条上传

逐条导入 收起

* 商品名称：

* 商品价格： 元

商品分类：

* 商品地址：

* 品牌/网站名称：

移动端地址添加

安卓端链接地址：

IOS 端链接地址：

m 站地址：

商品id：

提交 清空全部

* 商品图片： 上传本地图片 输入图片链接地址

图片格式支持jpg (jpeg)、png或gif，文件大小不超过1M；

选择照片

定义：一条条手动填写商品信息，集成商品库

优势：可确保每一条信息都不出错，也可以直接上传商品图片

劣势：效率较低

适合：10条以下商品或者几十条商品的客户

上传说明：

商品名称：（必填）不超过50个汉字，商品名称可以非常详细，但是注意前面10个汉字说明商品主题

商品价格：（必填）但如果没有具体价格，可以填写任意自然数或1

商品分类：（非必填）但填写后有助于场景橱窗的类目定向，如分类中有具体的分类对应则建议填写，若没有对应的分类，可不填

商品地址：（必填）需填写注册域名或账户允许的URL，否则无法提交

品牌/网站名称：必填，限6个字

移动端地址：（非必填）但建议填写，以后移动推广动态创意时可自动调取相关信息

商品图片：（必填）建议尺寸为300×300px，图片格式支持jpg/png静态图与gif动态图，文件大小不超过1M。宽高比必须为1:1正方形，也可以上传更大尺寸的图片，但必须确保等比压缩后依然清晰

360 DMP商品库-自动上传-Excel批量导入

360 营销学院



填写说明：
① 前五列为必填产品信息，不能为空，否则商品不能入库
② 要投放场景橱窗广告的用户，商品类目为必填信息（包括“一级类目”、“二级类目”、“三级类目”
注：请从第四行开始添加商品，前三行不要编辑，否则会造成系统读取文件出错。

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	
1	填写说明：									
2	pName	price	pid	clickUrl	imgUrl	bName	androidDp	iosDplink	mclickUrl	cN:
3	商品名称 (必填)	商品价格 (必填)	商品编号 (必填)	商品页链 接地址 (必填)	商品图片 链接地址 (必填)	品牌名称/网 站名称(必 填,不得超 过6个字)	安卓端链 接地址 (选填)	IOS端链 接地址 (选填)	m站商品 详情页(选 填)	一 小
4										
5										
6										

定义：批量导入商品信息，集成商品库

优势：效率较高

劣势：1、必须提前将商品图片上传服务器后取出相应图片url
2、务必核对清楚，否则非常容易串行串列，引起上传信息出错

适合：客户后台可批量导出商品，或有商品图片地址的客户

360 DMP商品库-商品包

360 商品库

商品管理 商品导入 商品包

新建商品包

基础信息

* 商品包名称:

* 投放广告类型: PC 展示广告/移动广告 场景橱窗广告(最多创建 20 个)

* 选品方式: 按过滤条件选品 直接选品

选品条件

指定类目:

指定品牌:

指定价格: ¥ 至 ¥

定义：将一部分商品打包，定向投放某些商品

优势：可以自主选择重点投放的商品

劣势：如商品包中商品过少，可能容易导致投放量过少甚至可能出现匹配部队投放不出的情况

适合：希望提升指定商品销量打造爆品的客户

注意事项：场景橱窗广告有创建数量限制，其他暂无

03

DMP成功案例

大直播时代移动端精准投放

360 营销学院

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。



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常规定向解决建议



DMP兴趣定向解决建议



DMP潜在受众解决建议



全网潜在人群

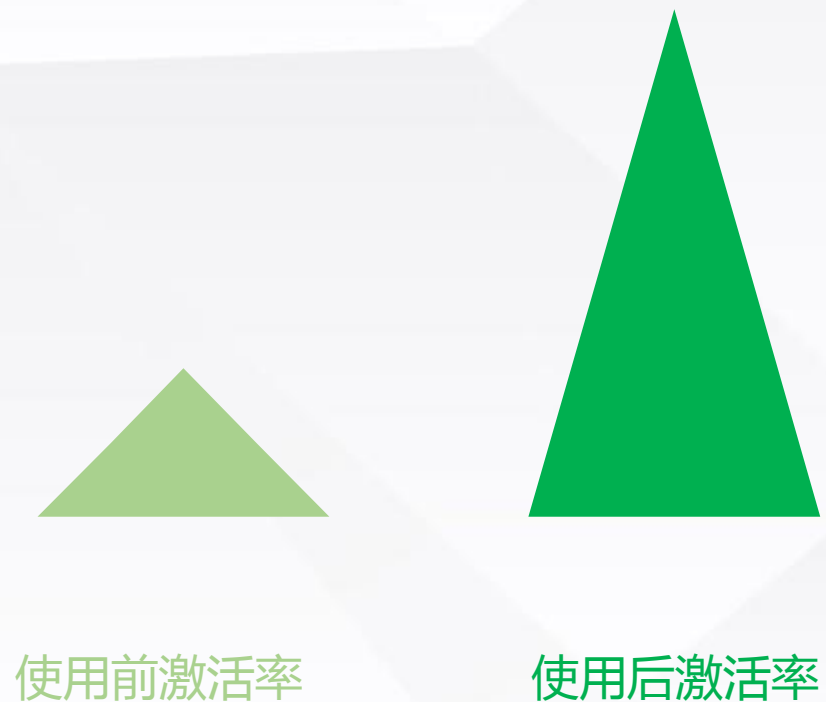
依托360大数据，DMP帮花椒直播寻找了那些可能对其感兴趣的人，并将其制作成人群供花椒直播进行投放。

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

360 营销学院



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

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。

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

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规模的人群一天可以消耗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规模的人群一天可以消耗约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。

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