

2017

# Landing Page智能化及其在 SEM智能化领域应用研究

高振宇



2017年4月18日星期二



## 论文综述

移动互联网的快速发展对于素材与Landing Page的要求是大量的、高质的。此外，作为推广渠道与推广产品的过渡环节，Landing Page的核心作用是不能被忽略的、被替代的。因此，我们迫切需要研究出Landing Page智能化产品，解决此类产品对于SEM投放精确化、一体化、智能化的意义。因此，本文以Landing Page智能化研究为出发点，开发Landing Page智能化产品，并进一步推导与瞻望Landing Page智能化的研究方向。从实践部分论证内容的可行性、前瞻性，从而填补市场研究的空缺，满足用户多维度、多层次的需求,为公司创造最大价值。

# 目录



高振宇

8年SEM行业经验

行业标签：教育、电商

## 1. Landing Page研究现状

### 2. SEM行业对Landing Page的迫切需求

(一)投放渠道多样化与竞争激励化对于Landing Page的迫切需求

### 3. Landing Page智能化产品实例

二、Landing Page的研究难点

### 4. Landing Page智能化研究展望

(二)专业与专注人才缺乏

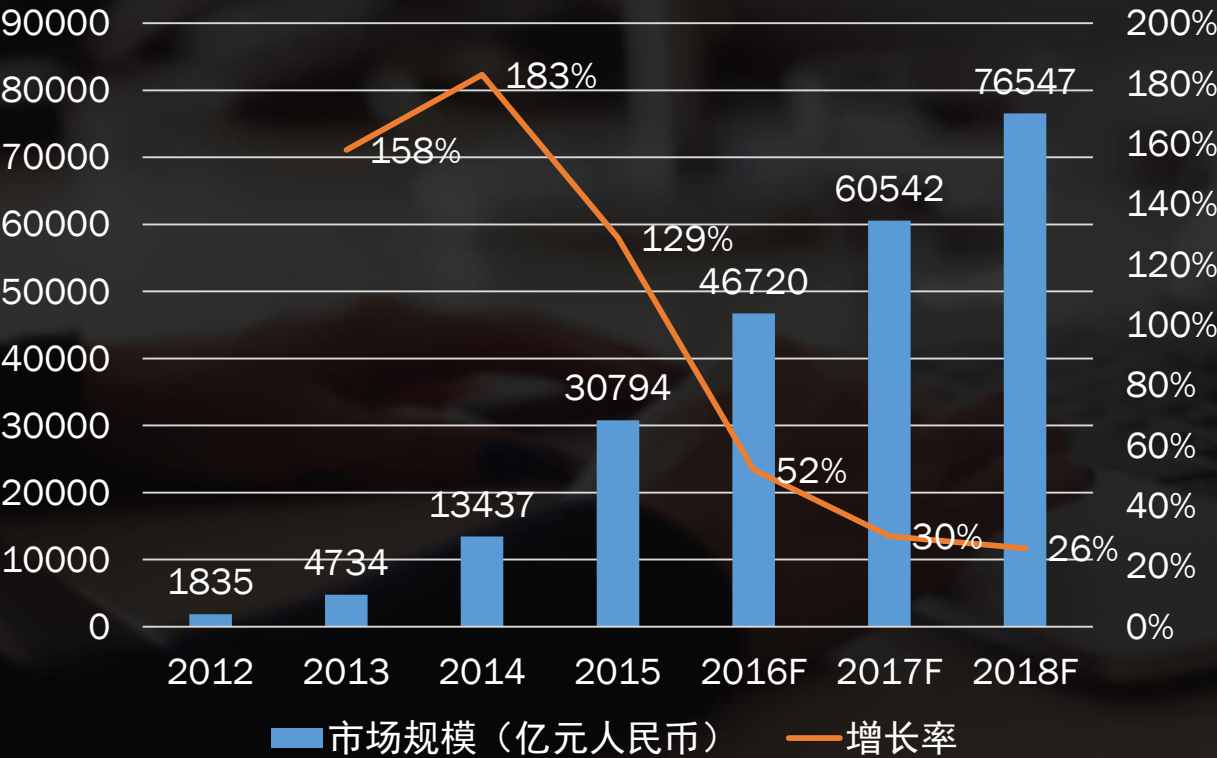
(三)项目领导人能力的缺乏

(四)效果跟踪的测算或衡量指标缺乏



# 中国移动互联网市场规模预测

2016~2018年中国移动互联网市场规模预测



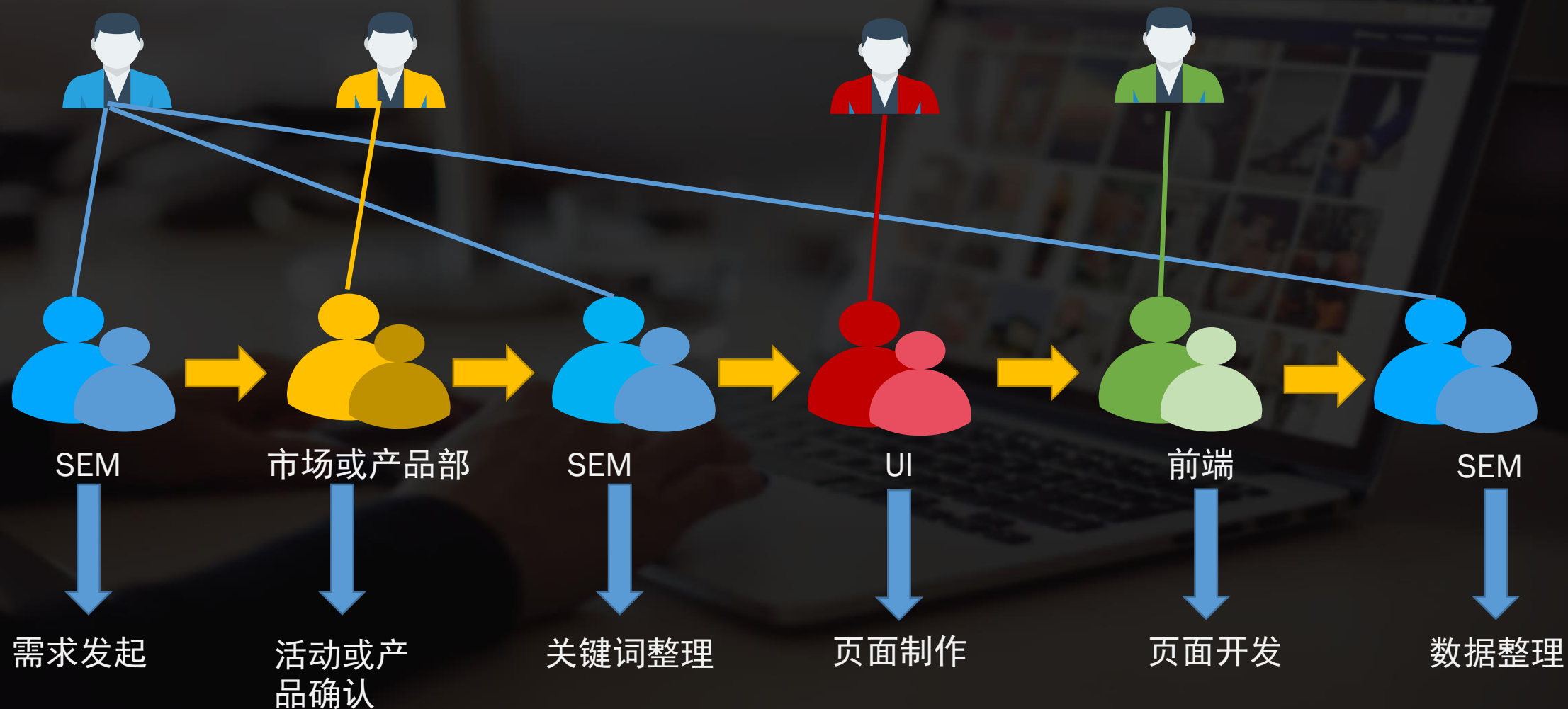
据易观数据显示，自2012年后，中国移动互联网用户超过PC。同时，在2013年至2015年间，移动互联网保持超过100%的高速增长率。预计在2018年，市场规模会达到76547亿。

# 移动互联网对素材与着陆页的迫切需求



2012年后，广告主面临**渠道多样化**问题，并且单一的Landing Page已经不能满足推广需求。而移动**原生广告**的快速发展，对图片素材与Landing Page的需求量快速增长，并且**无法被避开**的。

# Landing Page研究缺乏管理层支持

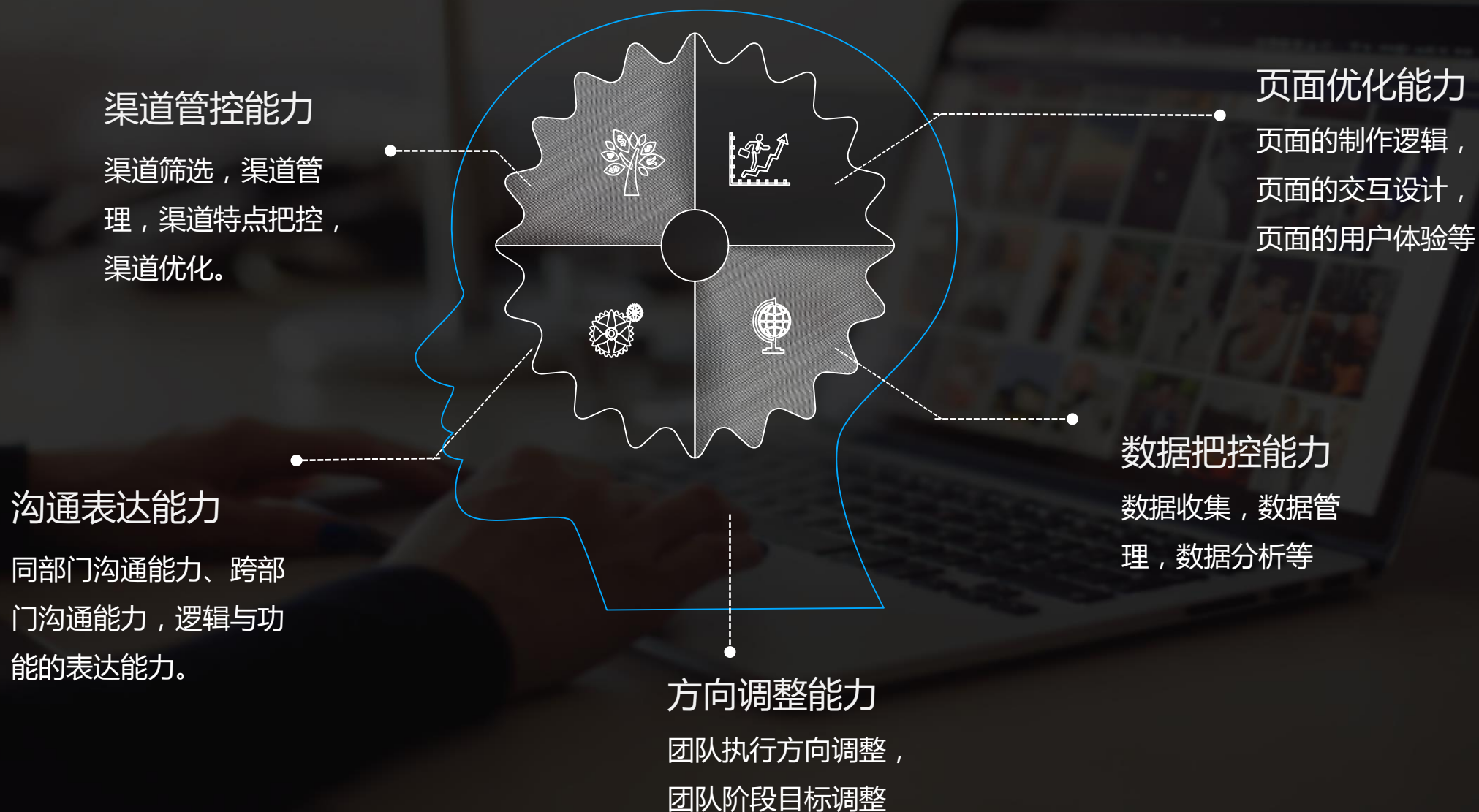


# Landing Page研究缺乏专业与专注人才

行业中常见的A/B测试



# Landing Page研究项目领导人能力缺乏





# Landing Page研究效果衡量指标缺乏

团队的KPI是什么？  
我的KPI是什么？

笑着流泪



目标可衡量性

# 目录



高振宇

8年SEM行业经验

行业标签：教育、电商

## 1. Landing Page研究现状

## 2. Landing Page智能化研究

### 一、Landing Page智能化的含义

### 二、Landing Page智能化的意义

## 3. Landing Page智能化产品实例

（一）Landing Page智能化对数据精确性的提升

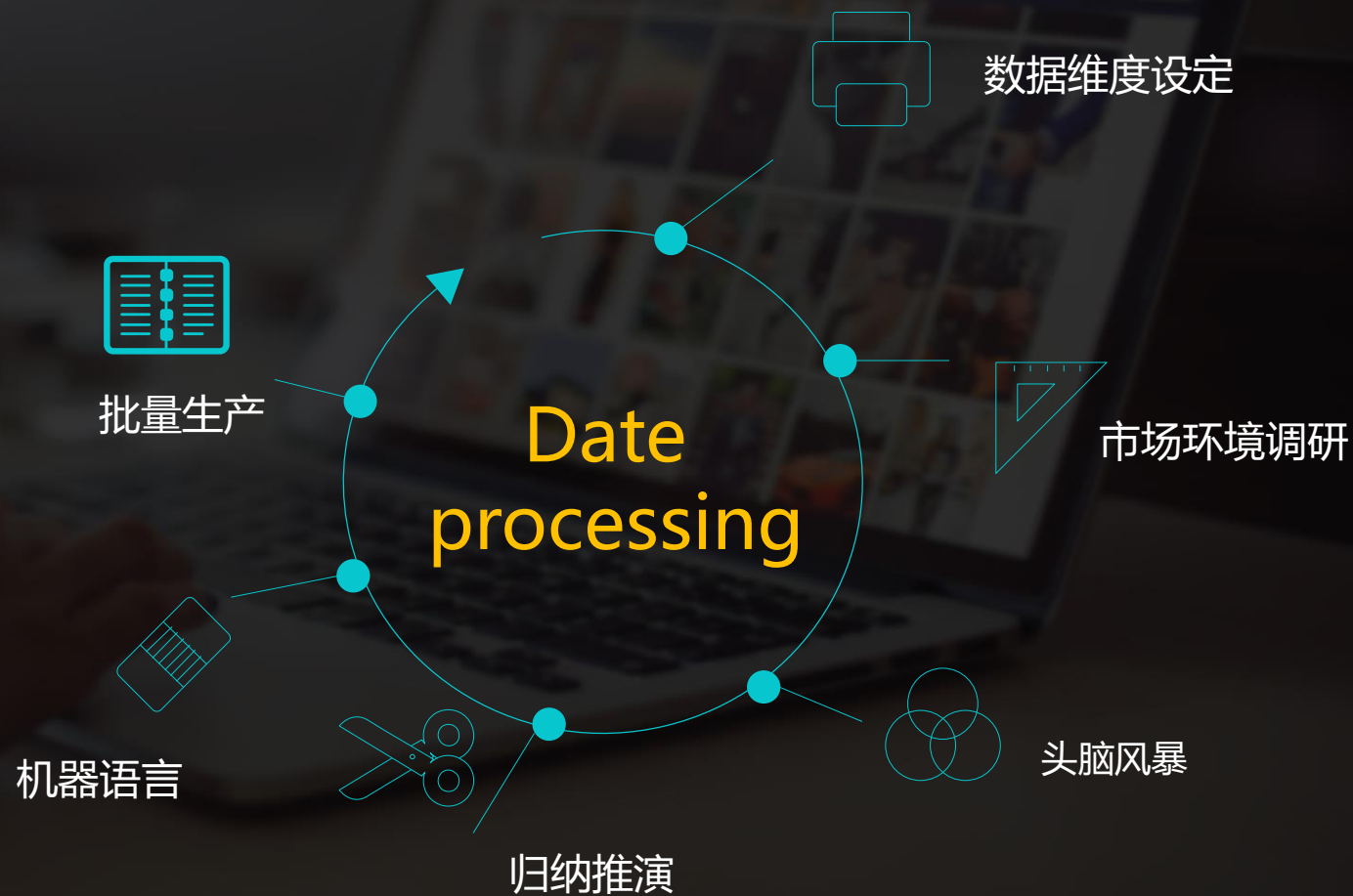
（二）Landing Page智能化对投放效果的提升

## 4. Landing Page智能化研究展望

# Landing Page智能化定义



Time works wonders.



# Landing Page智能化对数据精确性的提升





# Landing Page智能化对投放效果的提升



# 目录



高振宇

8年SEM行业经验

行业标签：教育、电商

1. Landing Page研究现状

2. Landing Page智能化研究

(一) 需求收集

3. Landing Page智能化产品实例

(二) 需求分析

(三) 开发沟通

4. Landing Page智能化研究展望

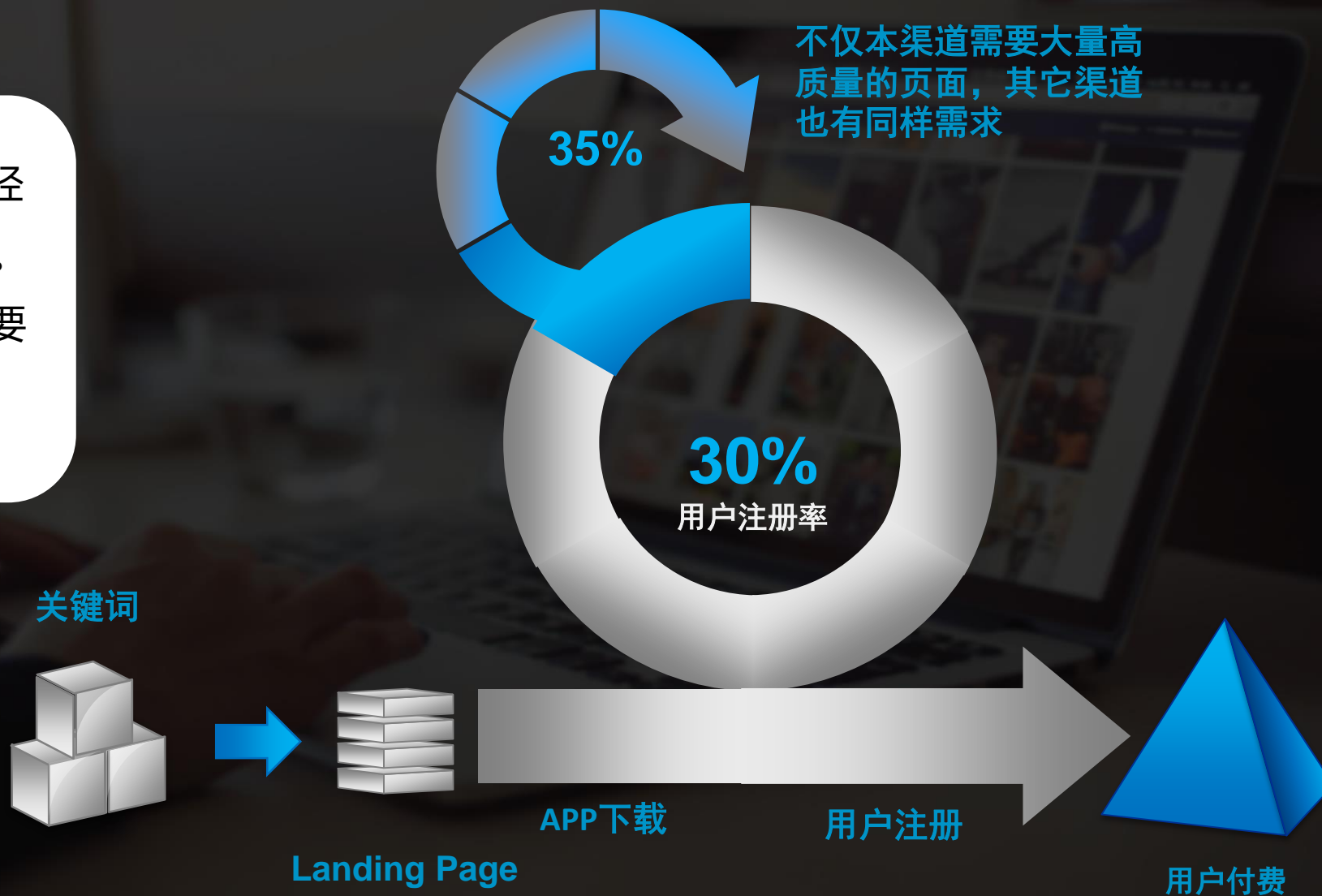
(四) 项目推动

(五) 上线测试

(六) 数据汇总

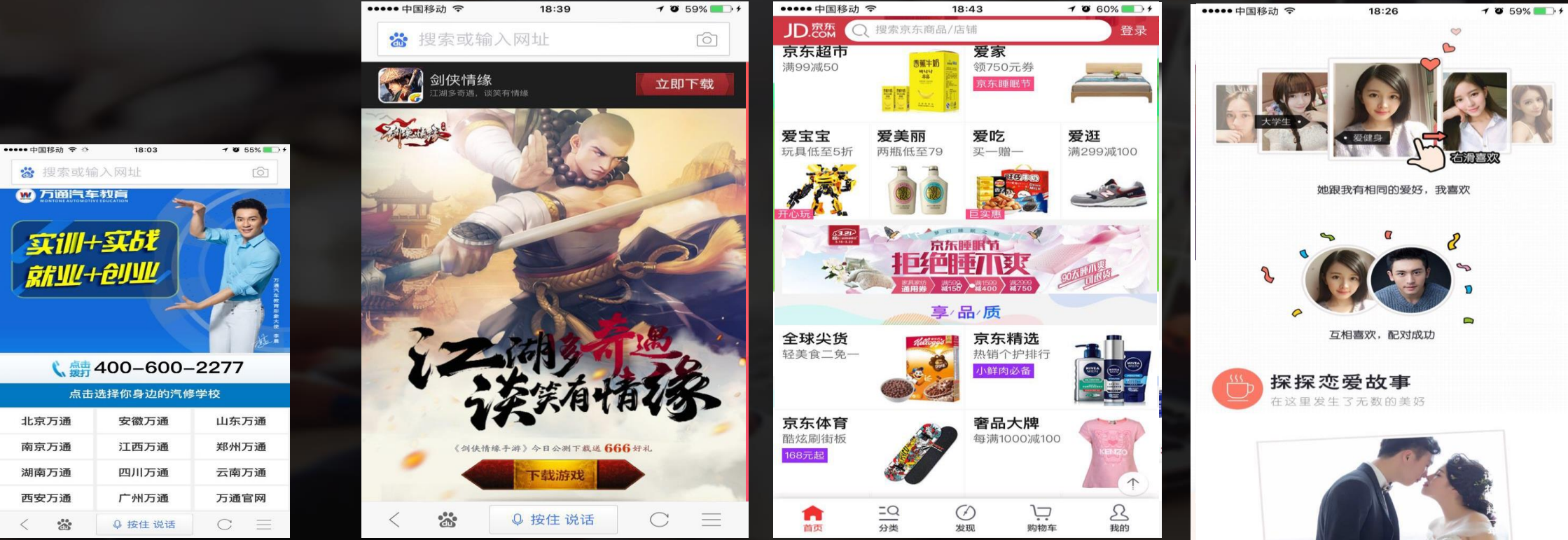
# 客户需求收集

某社交用户APP注册率已经达到30%，高于行业均值。但为了更进一步盈利，需要将用户注册率再提升到35%。



# 市场环境分析

## 页面汇总



传统机构导航页

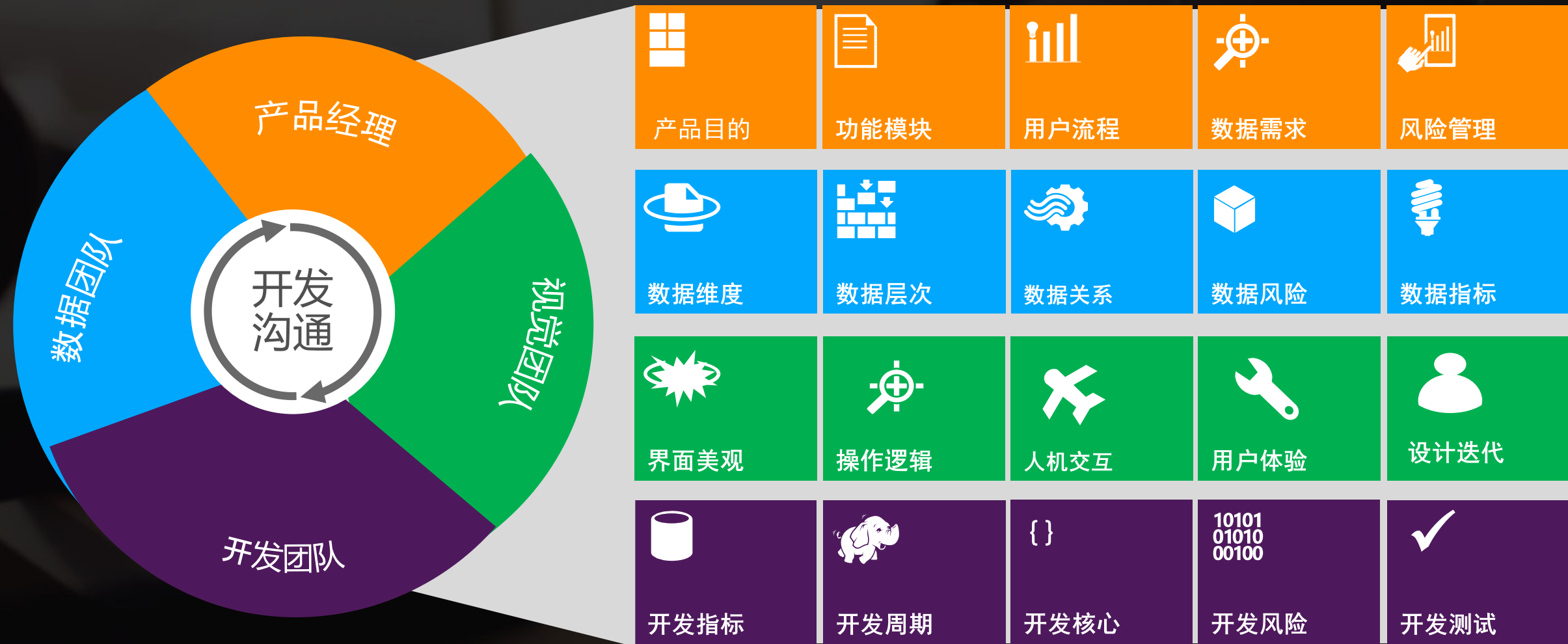
单屏注册页

信息陈列页

多屏注册



# 产品开发沟通



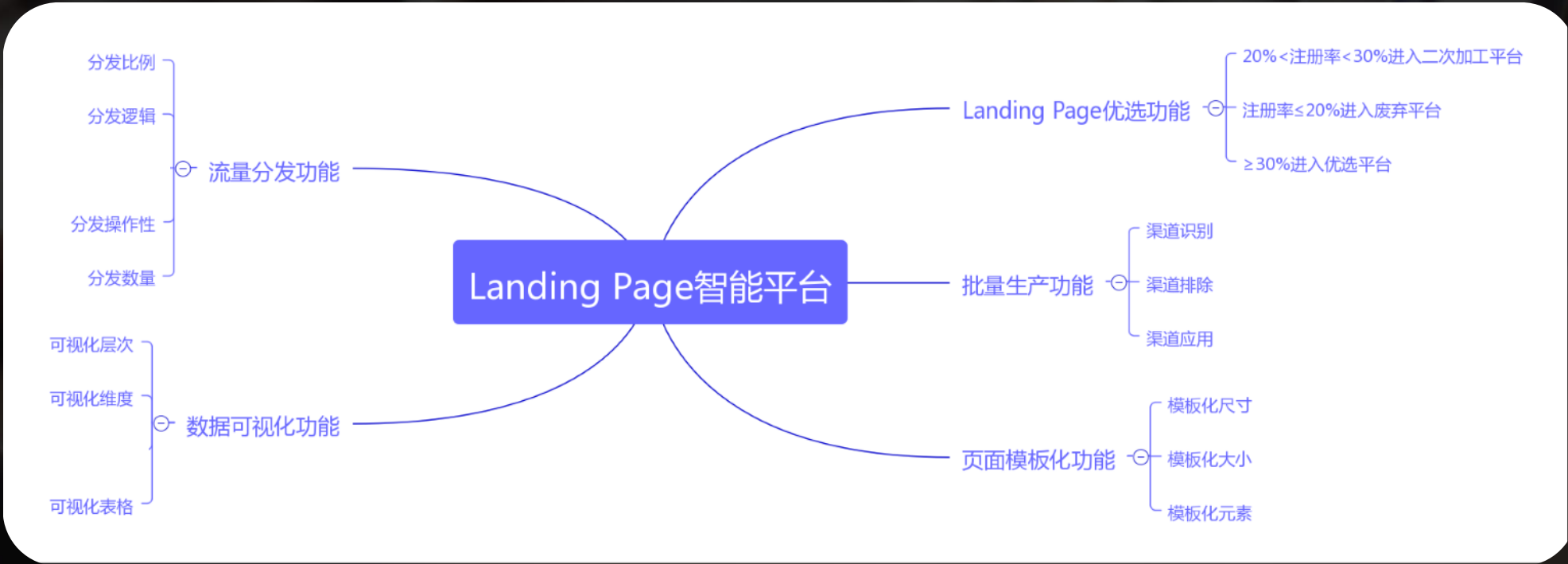
# 产品开发推动

将landing Page智能化平台功能模块化，每个功能模块由不同的人进行开发，开发完成后，整体对接，进行数据测试，通过数据验证平台的完善与精确性。



# 模块功能简化

在实际开发中，遇到数据可视化问题。根据平台的核心功能，舍弃CRM对接需求、图表需求、部分层次数据需求。



测试数据汇总

Landing  
Page1

时间	渠道号	PV	UV	PV/UV	下载次数	下载人数	转化率	用户注册数	用户绩效数	收入
20160322	67816	1829	744	2.46	524	225	30.2%	96	91	521
20160321	67816	1639	674	2.43	431	204	30.3%	100	94	352
20160320	67816	1936	780	2.48	503	237	30.4%	102	92	445
20160319	67816	1810	735	2.46	457	228	31.0%	124	110	79
20160317	67816	1713	736	2.42	477	230	31.0%	104	97	455
20160316	67816	1814	754	2.46	422	230	30.0%	93	91	308
20160315	67816	1711	732	2.43	410	225	30.0%	83	84	407
合计	67816	12332	5155	2.45	3222	1579	30.0%	622	659	2567

Landing  
Page2

时间	渠道号	PV	UV	PV/UV	下载次数	下载人数	转化率	用户注册数	用户绩效数	收入
20160322	67817	916	743	2.47	227	264	35.8%	123	114	459
20160321	67817	624	599	2.42	153	148	35.2%	60	100	16
20160320	67817	810	747	2.43	177	175	36.2%	133	123	0
20160319	67817	811	768	2.44	133	159	38.7%	125	125	2
20160317	67817	811	774	2.43	140	135	36.2%	113	113	1
20160317	67817	1657	683	2.43	602	264	38.7%	120	113	248
20160316	67817	1763	723	2.44	572	257	35.5%	122	115	735
合计	67817	12569	5137	2.45	4310	1852	36.1%	856	801	4047



# 目录



**高振宇**

高级SEM分析师

5年SEM行业经验

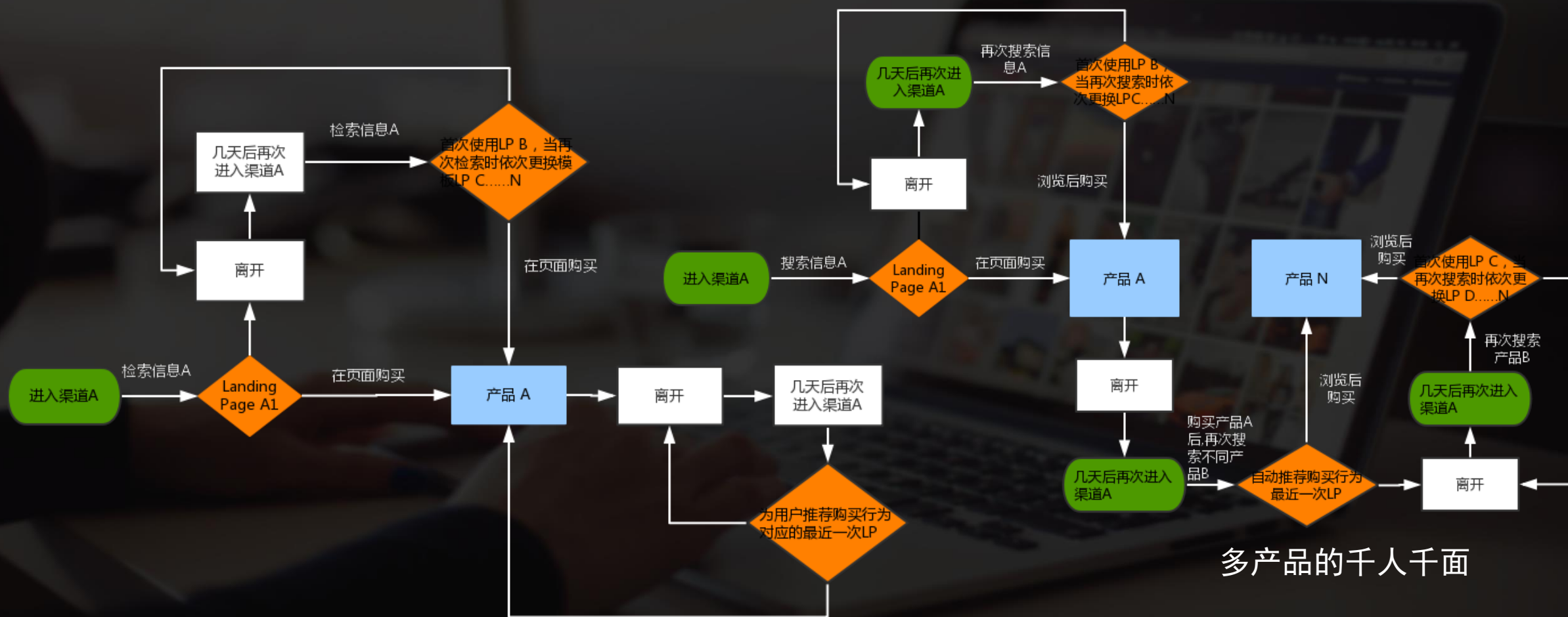
行业标签：教育、电商

1. Landing Page研究现状
2. Landing Page智能化研究
3. Landing Page智能化产品实例  
一、Landing Page智能化的千人千面简介  
二、Landing Page智能化的千人千面研究展望
4. Landing Page智能化研究展望

# Landing Page智能化的千人千面简介



# Landing Page智能化的千人千面研究展望



单一产品的千人千面

多产品的千人千面

# 总结







THANKS