

基木鱼自定义页面及热力图产品介绍

商业产品团队

2020年6月



客户营销场景需求痛点



自定义页面分析需求实现



热力图分析需求实现



客户营销场景需求痛点

- ✓ 营销获客模式拆解
- ✓ 客户的痛点、需求

营销落地页

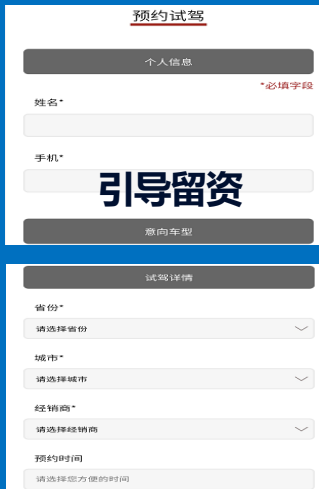


展示类

选择投放产品

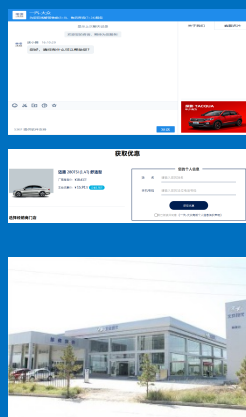
广告主在百度选择需求的
营销产品进行投放

留资/咨询



在线留资/咨询

营销承接页设置咨询/留资
引导, 引导咨询/留资



咨询

留资

到店

购买

引导购买/转化

用户在线咨询/留资后，引导后续购买/转化



客户痛点梳理

选择投放产品

广告主在百度选择需求的
营销产品进行投放

营销承接页

用户点击进入对应渠道的基
木鱼承接页，了解相关内容

在线留资/咨询

营销承接页设置咨询/留资
引导，引导咨询/留资

客户痛点

无法分析各投放产品真实转化效果

希望分析出各个推广产品的用户咨询/留资的真实转化数据情况

无法对推广关键词精准分析，优化推广关键词

无法分析哪些推广关键词实际带来用户转化更好，进而加大投放

缺少落地页分析工具，并利用数据支持优化

希望有热力图分析工具（热图、注意力、点击分析等），分析页面上各元素用户点击行为数据，并做落地页优化

分析不同落地页的页面质量及效果

希望结合浏览时长、页面退出率、页面留资数等，分析不同落地页的质量及效果



客户需求总结

【搜索广告相关】

投放产品转化分析：分析每个投放产品的转化效果，主要关注指标为：登录/注册用户数、留资数、订单数

关键词分析：分析投放中推广关键词和自然搜索词的对应关系，找出对转化的有贡献的词

页面质量分析：结合浏览时长、页面退出率、页面留资数等，分析不同落地页的质量及效果

热力图：分析投放承接页用户点击、流量行为热力图

落地页优化：基于承接页热力图等用户行为分析，做落地页优化



自定义页面分析需求实现



自定义页面分析功能简介

点击“站点分析” -> “自定义页面分析” tab进入报告页

我的站点

选择模板

管理小程序

电商管理

我的素材库

站点分析

工具箱

营销组件

全站数据

自定义页面分析

热力图

A/B测试数据

页面指标 A 页面浏览PV
B 页面浏览UV
C 页面有效浏览平均时长

+ 添加页面指标

按维度查看 + 添加维度 百度推广渠道

筛选条件 百度推广渠道 是 多个条件用enter键分割

+ 添加筛选条件

开始分析

今天 昨天 过去7天 过去30天 2020/05/23 - 2020/05/29 按天

表格 折线图 柱状图 饼图 数值图

	日期	百度推广渠道	页面浏览PV(A)	页面浏览UV(B)	页面有效浏览平均时长(C)
1	2020/05/23	(无)	8	8	--
2	2020/05/24	(无)	10	9	111

页面指标：可选包括3大类

页面指标：按照事件模型定义指标

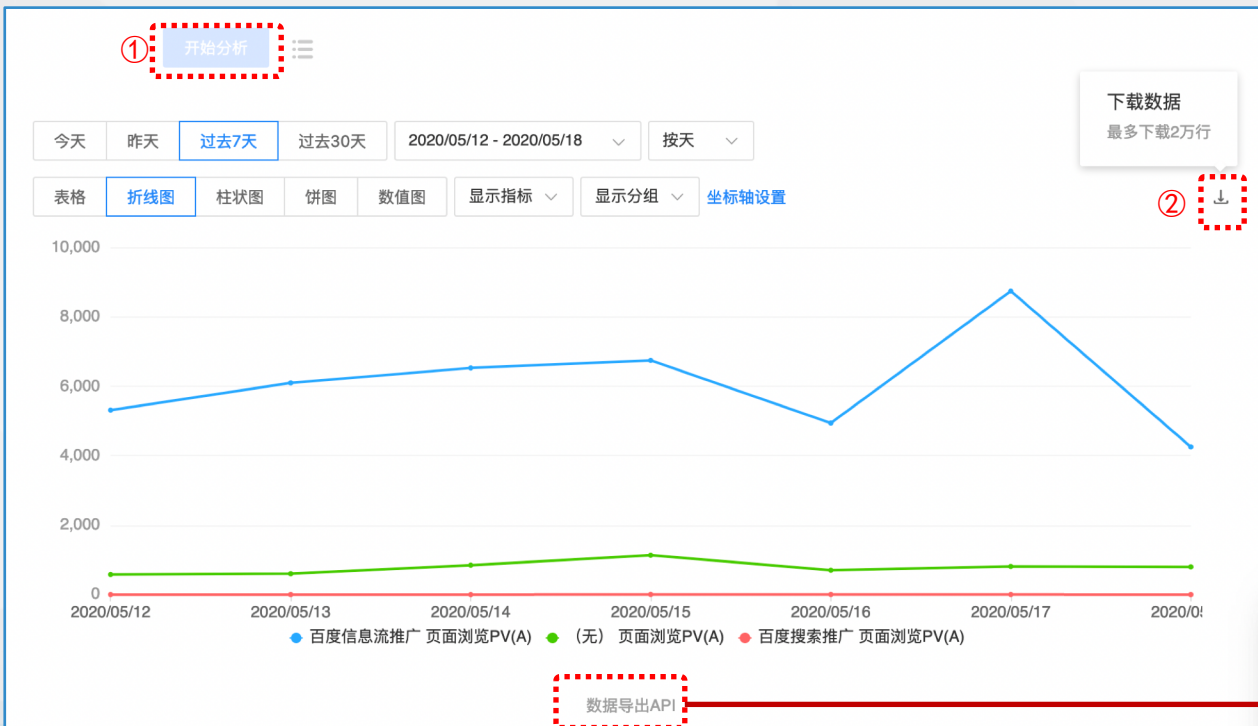
按维度查看：选择希望查看已选指标在哪些维度下的数据情况，如选择“百度推广渠道”，则可分析不同推广渠道的指标

筛选条件：如希望只分析满足某种条件数据，则可以通过筛选条件进行过滤。如选择“地域=北京”时，表格中所有数据仅是北京的数据（维度选择影响展示列标题，过滤条件与维度无关）

数据结果展示：可选择数据的“日期范围”、可视化展示的方式等

【产品demo】

支持自定义页面分析结果的下载服务 / 自定义页面分析升级



- 支持基本鱼客户下载“自定义页面分析”功能生成的数据结果，导出格式为csv格式
- 每次下载最多支持“2万行”结果，因此如当前文档结果多大，可通过减少筛选维度的方式，简化下载结果后再导出

支持基本鱼客户通过API服务，获取本账户下基本鱼落地页的各位维度与指标数据结果

请参考“基本鱼数据导出服务API文档”



自定义页面分析功能快捷操作方法

页面指标

B session人数 ×

A 页面浏览UV ×

+ 添加页面指标

拖动，更改指标顺序

页面浏览UV(A) ↓

1,125
715
649
620

点击更改数据排序方式

按维度查看 + 添加维度

百度推广渠道_ ×

搜索推广关键词_ ×

搜索推广落地页_ ×

快速删除已选维度

按天 ^ 表格 v

按天

按时

按周

按月

按年

全部

点击切换数据汇总方式

百度推广渠道_ 是 信息流推广 × 搜索推广 ^ ×

+ 添加筛选条件

搜索推广

输入具体过滤条件



百度推广渠道_ 是 ^ 信息流推广 × 搜索推广

+ 添加筛选条件

开始分析 选项有变动，请重新选择

过去7天 过去30天

是

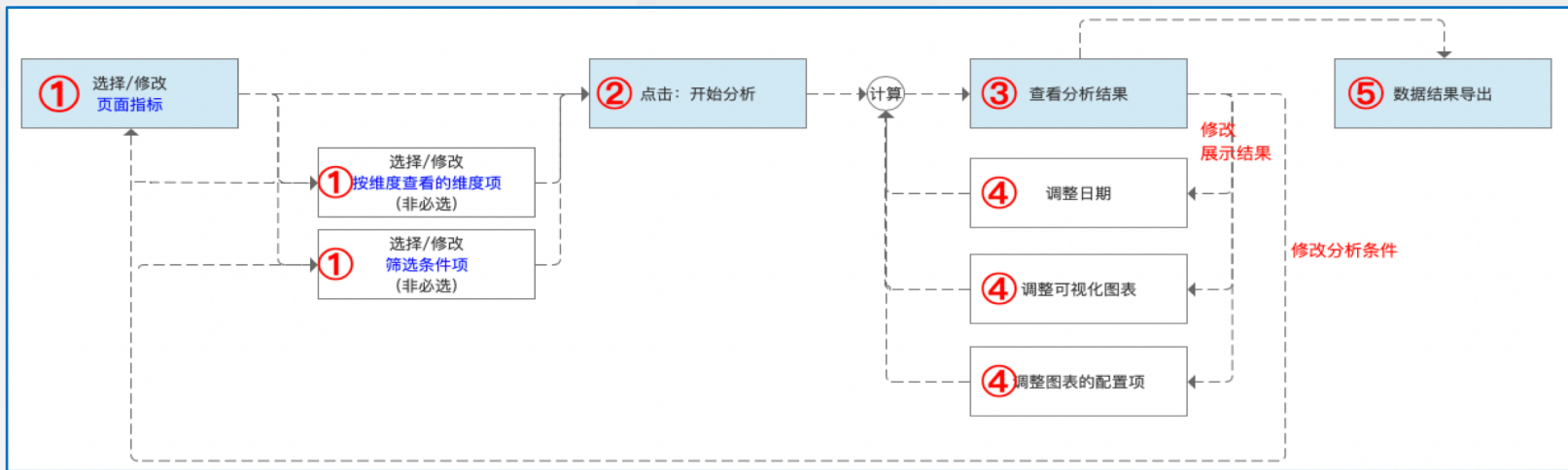
不是

包含

不包含

通配

支持多种匹配方式



- ◆ **环节①：选择分析条件。**其中“页面指标”必选，“按维度查看”与“筛选条件”是可选项。
- ◆ **环节②：点击开始分析button**
- ◆ **环节③：查看生成的数据结果**
- ◆ **环节④：非必须环节。**
 - ✓ 如需修改结果的展示时间范围、可视化方式等，可操作调整可视化结果控件。该环节的操作将直接刷新数据结果，无需再点击“开始分析”button
 - ✓ 如需修改分析条件，则回到环节①，修改分析条件后，仍需重新点击“开始分析”button
- ◆ **环节⑤：非必须环节。如需导出数据结果，可进行导出操作。**

解决方案-投放产品转化效果分析

产品 解决 方案

在自定义页面分析中，可监测各推广产品用户转换行为

- 在页面指标中，添加session人数、页面浏览UV、咨询按钮点击人数这三个指标（也可以按照实际转化要求进行选择指标）；
- 在维度查看中添加百度推广渠道（可按照渠道/计划/落地页等多种维度查看）

如何设置

页面指标

A

session人数

×

B

页面浏览UV

×

C

咨询按钮点击人数

×

+ 添加页面指标

按维度查看

+ 添加维度

百度推广渠道_

×

筛选条件

+ 添加筛选条件

开始分析

【产品demo】

可选择指标/维度

session人数

×

页面类

session

转化类

session次数

session人数

session跳出率

session平均访...

session人均访...

session平均访...

请输入关键词

广告维度 1

访问来源

页面

用户属性

地域

客户端信息

百度推广渠道_

搜索推广计划_

搜索推广落地...

搜索推广关键...

搜索推广单元_

搜索推广搜索...



解决方案-投放产品转化效果分析

产出结果

在自定义页面分析中，可监测各推广产品用户转换行为

- 点击开始分析后，即可产出对应的结果；且可以按照不同时间维度进行自定义分析

产出结果

今天 昨天 过去7天 过去30天 2020/03/13 - 2020/03/18					按天 表格	
可自定义时间维度						
日期_	百度推广渠道_	session人数(A)	页面浏览UV(B)	咨询按钮点击人数(C)		
1 2020/03/16	(无)	--	--	--		
2 2020/03/17	(无)	--	--	--		
3 2020/03/18	百度信息流推广	539	539	--		
4 2020/03/18	(无)	496	494	--		

【产品demo】

解决方案-关键词相关分析

产品 解决 方案

在自定义页面分析中，可分析不同检索词/搜索词的页面流量与线索转化差异

- 在页面指标中，添加页面浏览UV、咨询按钮点击人数这两个指标（也可以按照实际转化要求进行选择指标）；
- 在维度查看中添加搜索推广关键词、搜索推广搜索词这两个维度

如何设置

页面指标

A

页面浏览UV

×

B

咨询按钮点击人数

×

+ 添加页面指标

按维度查看

+ 添加维度

搜索推广关键词_

×

搜索推广搜索词_

×

筛选条件

+ 添加筛选条件

开始分析

今天

昨天

过去7天

过去30天

2020/03/13 - 2020/03/18

▼

可选择指标/维度

咨询按钮点击人数

×

页面类

>

咨询按钮点击次数

session

>

咨询按钮点击人数

转化类

>

电话按钮点击次数

电话按钮点击人数

表单调起按钮点...

表单调起按钮点...

+ 添加维度

搜索推广关键词_

×

搜索推广搜索词_

×

请输入关键词

Q

广告维度 2

>

搜索推广关键词_

✓

访问来源

>

搜索推广单元_

页面

>

搜索推广搜索词_

✓

用户属性

>

信息流推广计...

地域

>

信息流推广单...

客户端信息

>

信息流推广意...



解决方案-关键词相关分析

产出结果

在自定义页面分析中，可监测各推广产品用户转换行为

- 点击开始分析后，即可产出对应的结果，可以看出推广关键词和搜索词的对应关系及其转化效果数据；
- 且可以按照不同时间维度进行自定义分析

产出结果

今天

昨天

过去7天

过去30天

2020/03/13 - 2020/03/18

按天

表格

	日期_	搜索推广关键词_	搜索推广搜索词_	页面浏览UV(A)	咨询按钮点击人数(B)
1	2020/03/16			--	--
2	2020/03/17			--	--
3	2020/03/18			601	--
4	2020/03/18			11	--
5	2020/03/18			10	--
6	2020/03/18			10	--
7	2020/03/18			8	--
8	2020/03/18			8	--
9	2020/03/18			7	--
10	2020/03/18			7	--
11	2020/03/18			7	--
12	2020/03/18			6	--

可自定义时间维度

【产品demo】

可自定义时间维度

【产品demo】

解决方案-页面质量对比分析

产品 解决 方案

在自定义页面分析中，可监测各推广产品用户转换行为

- 在页面指标中，添加页面浏览UV、页面浏览PV、页面浏览平均时长、页面退出率这四个指标（也可以自定义选择指标）；
- 在维度查看中添加受访域名（也可以不选择或选择其他查看的维度）

如何设置

默认提供三个经常用到的指标，1个“百度推广渠道”维度，1个筛选条件，引导用户按自己需求添加指标、维度和筛选项，降低使用门槛

页面指标	A	页面浏览UV	×
	B	页面浏览PV	×
	C	页面浏览平均时长	×
	D	页面退出率	×

+ 添加页面指标

按维度查看 + 添加维度 受访域名_ ×

筛选条件 + 添加筛选条件

开始分析

可选择指标/维度

页面指标	A	页面浏览UV	×
	B	页面类	页面浏览PV
	C	session	页面浏览UV
	D	转化类	页面浏览平均...
			页面浏览人均...
			页面浏览时长...
			页面浏览时长...

+ 添加维度	受访域名_	×
请输入关键词		
广告维度	受访域名_	✓
访问来源	页面地址_	
页面	页面标题_	
用户属性	页面路径_	
地域	页面ID_	
客户端信息	站点ID	

开始分析

修改每次进入该报告时的预置条件

☒ 多个推荐条件 ☐ 仅页面浏览PV



解决方案-页面质量对比分析

产出结果

在自定义页面分析中，可监测各推广产品用户转换行为

- 点击开始分析后，即可产出按照受访域名为维度的分析结果；且可以按照不同时间维度进行自定义分析

产出结果

						按天 ▾	表格 ▾
						可自定义时间维度	
日期_	受访域名_	页面浏览UV(A)	页面浏览PV(B)	页面浏览平均时长(C)	页面退出率(D)(%)		
1	2020/03/16	aisite.wejianzhan.com	--	0	--		
2	2020/03/17	aisite.wejianzhan.com	--	0	--		
3	2020/03/18	aisite.wejianzhan.com	1,025	1,164	133.22		

【产品demo】

解决方案-自定义指标维度

解决方案

在自定义页面分析中，还有可以结合自身需求，自定义各种指标、维度进行分析

A	人均页面访问次数	<u>web浏览页面PV_</u> 的 <u>触发用户数</u> / <u>web浏览页面PV_</u> 的 <u>总次数</u>	小数 ▾	?
B	信息流推广占比	<u>web浏览页面PV_</u> 的 <u>总次数</u> / <u>web浏览页面PV_</u> 的	百分比 ▾	?

web浏览页面PV_的过滤条件

百度推广渠道_ ▾

是 ▾

信息流推广 × ▾

×

+ 添加筛选条件

保存

取消

【产品demo】



热力图分析需求实现



热力图分析功能简介

【产品demo】

进入热力图：点击“站点分析” -> “热力图” tab进入报告页

条件选择区域，包含：

- 预览页面：可下拉选择该基本鱼账户下任意一个有数据的页面
- 页面范围：默认与预览页面一致，也可通过「通配」的选择，进行页面组的统计
- 筛选条件：与自定义页面分析筛选条件一致

点击触发查看热力图

切换选择：查看点击分布图/注意力分布/浏览触达图/专家洞察版

条件选择区域，包含：

- 快捷时间控件：今天/昨天/过去7天/过去30天
- 自定义时间控件：可任意选择近30天数据
- 设备：不限、手机（横向）、手机（纵向）
- 点选/框选选择控件

图表展示区

热力图分析功能简介-点击分布图

点击分布图 ▾

今天

昨天

最近7天

最近30天

2018/08/07-2018/12/07 ▾

手机（纵向） ▾

点选

框选

刷新热图 🔁

183,584 页面点击数

67,584 浏览量

①



【产品demo】

概括说明：是以特殊高亮的形式显示用户页面点击位置或用户所在页面位置的图示。借助热图，可以直观地观察到用户的总体访问情况和点击偏好。

指标区域：包含页面点击数、浏览量指标

- 页面点击数：当前页面元素点击量
- 浏览量：当前页面的浏览量，即PV

hover页面元素：展示该元素所对应点击数及占比的蓝色浮层

当点击该元素时，展示该元素所对应点击数、聚焦度及细分数据

聚焦度：所选区域的点击数/该统计范围页的点击总量。

通过维度筛选进行该元素的细分数据查询

使用场景概述：通过点击分布图，可监控用户误点击行为，如空元素、图片非跳转链接等场景，进而帮助用户优化网站布局、提升转化。



热力图分析功能简介-注意力分图

注意力分布 ▾

今天

昨天

过去7天

过去30天

2020/03/15 ▾

①

不限 ▾

平均停留时长 142889 15:51:06 浏览量 12,345,678,900,000

Baidu 统计

体验 Demo

产品与服务

成功案例

帮助与支持

平均停留时长 : 00:00:53

媒体中心

SaaS全新上线

【产品demo】

概括说明：用户在某个页面区域停留查看的时间越久，该区域颜色越热。

指标区域：包含平均停留时长、浏览量指标

- 平均停留时长：所选区域的总时长/改区域浏览次数
- 浏览量：当前页面的浏览量，即PV；

hover页面元素：展示该区域所对应的平均停留时长情况

- 当点击该元素，展示该区域的平均停留时长及细分数据
- 通过维度筛选进行该区域的细分数据查询

使用场景概述：通过注意力分布图，可全面分析当前页面用户浏览热度情况，通过总结用户感兴趣的内容、样式等影响热度因素，来增加页面停留时长&提升后续转化。



热力图分析功能简介-浏览触达图

浏览触达图 ▾

今天

昨天

过去7天

过去30天

2020/03/15

不限

① 浏览量 12,345,678,900,000



【产品demo】

概括说明：以当前pv下，用户浏览的最大高度来计算页面整体浏览分布情况。

指标区域：包含平均停留时长、浏览量指标

- 平均停留时长：所选区域的总时长/改区域浏览次数
- 浏览量：当前页面的浏览量，即PV；

页面默认展示100%、75%、50%、25%四根浏览线

hover页面元素：展示用户浏览到这里的占比分布情况

使用场景概述：通过浏览触达图，可全面监控页面整体浏览分布情况，帮助类似新闻、电商类网站分析文章、订单详情页浏览聚焦及分布情况，进而实现布局的优化、吸引用户、完成转化。

热力图分析功能简介-专家洞察版

浏览时长分析

退出行为分析

①

页面浏览量 ②

转化点击数 ②

滑动率 ②

页面平均浏览时长 ②

每屏平均浏览时长 ②

■■■

■■■

14.45% ▼

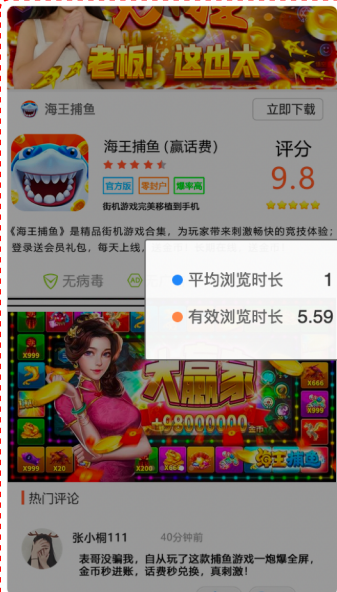
49 s

22.35 s ▲

参考值 30%

参考值 4.8 s

②



分析技巧 ⑥

⑥

☒ 控件类型 ☒ 异常值 ☒ 首屏区域

⑤



③

滑块

- **区域①**：切换“浏览时长”分析与“退出行为”分析。
- **区域②**：显示该页面的核心评估指标，可重点关注与参考值的对比
- **区域③**：显示当前分析的页面渲染图，与区域④“滑块”停留的位置保持同步，实现联动可视化分析
- **区域④**：完整展示当前页面核心指标的“全景曲线”，鼠标拖动滑块左边页面会随之滑动，帮助快速定位“浏览时长高值或低谷”等位置，并可结合洞察结果进行综合分析。
- **区域⑤**：调整区域④所需展示的智能识别结果，包括“首屏、控件类型（表单、视频）、异常值（浏览时长或退出率高值点）”
- **区域⑥**：鼠标停留在小问号处，自动弹出分析技巧和要点



热力图分析功能简介-专家洞察版

浏览时长分析

退出行为分析

页面浏览量 ?

80,063

转化点击数 ?

253

滑动率 ?

34.22% ▲

参考值 30%

页面平均浏览时长 ?

41 s

每屏平均浏览时长 ?

7.97 s ▲

参考值 4.8 s

- **滑动率**：体现首页内容吸引力以及对后续引导，滑动率越高表示用户越愿意看首屏后的页面内容。注：单屏落地页可以不参考此项数据
- **页面平均浏览时长&平均浏览深度占比**：时长越长，深度占比越高，代表用户对页面内容越感兴趣。注：单屏落地页可以不参考平均浏览深度占比

浏览时长分析

退出行为分析

页面浏览量 ?

80,063

转化点击数 ?

253

闪退率 ?

3.72% ▼

参考值 5%

平均浏览深度占比 ?

47.77% ▲

参考值 30%

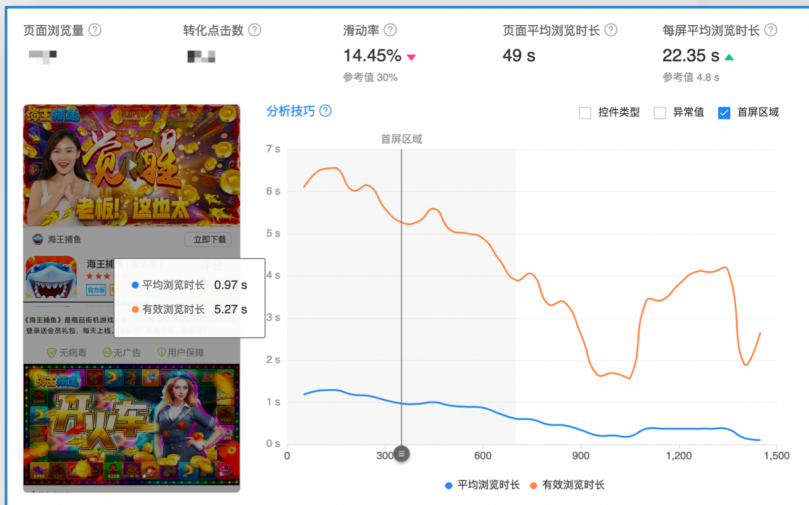
首屏退出率 ?

19.1% ▼

参考值 79%

- **闪退率**：一定程度上占比高于均值则说明定向不太好。闪退率的含义是：所有到达落地页且在该页面有停留的PV中，浏览不到1秒钟就退出的pv占比
- **首屏退出率**：越低说明首屏质量越好。
注：单屏落地页可以不参考此项数据

解决方案-首屏分析：判断首屏指标，优化首屏内容



分析准备：

- 勾选控件类型、首屏区域
- 长页面可关注核心页面指标中的“滑动率、闪退率、首屏退出率”并分析首屏区域的浏览时长与退出率曲线变化。
- 单屏页面可关注“闪退率”“页面平均浏览时长”

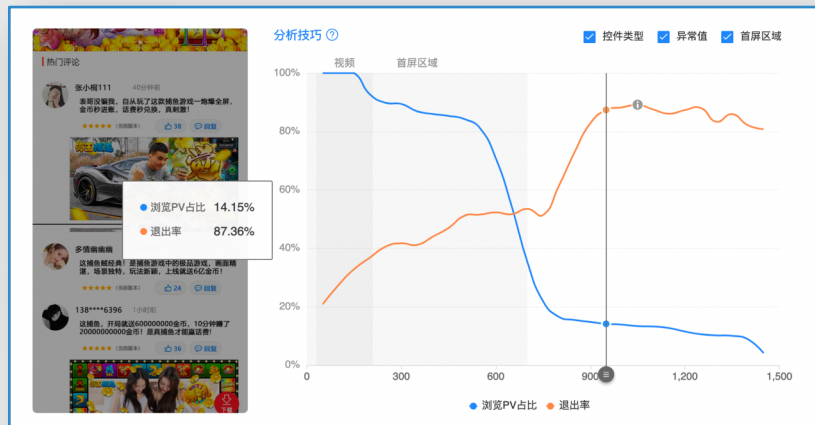
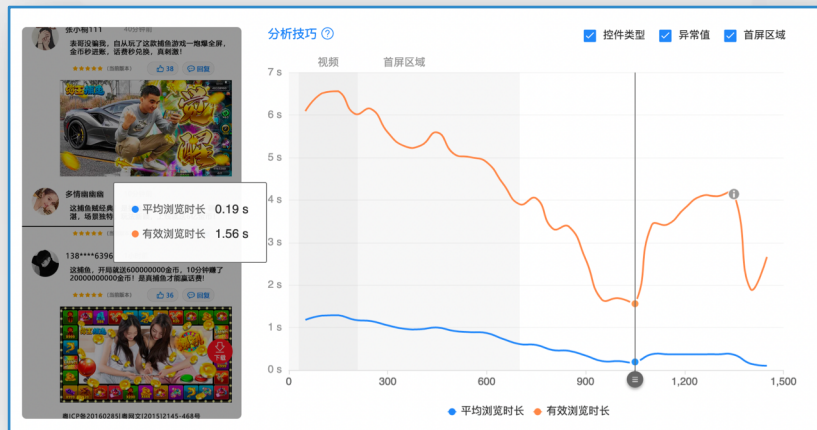
分析过程：

- 结合首屏识别，确认通常设备首屏范围到底下轮播图位置，结合顶部视频，可以较好传递app特色。
- 从综合指标来看：① 滑动率较低，说明多数客户停留在第一屏；② 闪退率与参考值持平，定向上没有问题，③ 首屏退出率远低于参考值，表现优秀。
- 从浏览时长看，首屏每个区域的浏览时长均值在4-5s，此时间范围内首屏信息可以很好的传递给用户。
- 从退出率来看，首屏退出率明显低于第二屏，且首屏之后留存用户达40%。

分析建议：

- 首屏设计整体表现优秀：足够的曝光时长、用户留存以及内容传递
- 建议强化“转化按钮”，利用好首屏流量

解决方案-全景曲线快速定位，结合控件识别与多指标综合分析



分析准备:

打开控件识别、分别从“浏览时长”与“退出行为”视角中找出“异常区间”，并结合当前预期内容，控件识别结果进行多指标的综合分析。

分析过程:

- 从有效浏览时长曲线看：在1000-1100 像素区间，浏览时长显著下降
- 从退出率 曲线看：在800像素左右退出率增高，且在1000左右达到高值
- 对比左侧展示页面图可以发现，800像素之后进入“用户评论内容”，而“1000像素”区间为纯文字评论；再之后的1200像素时，时长有明显上涨

分析建议:

- ① 评论内容应该避免使用 纯文字，图片形式内容更容易吸引用户
- ② 在首屏之后的位置，用户时长与留存开始降低，而当前页面“无任何转化控件”，应该在首屏之后增加转化控件，利用好“剩余注意力”，促成转化。



让 营 销 更 简 单



微信公众号



官方网站