



基本鱼统计产品介绍及案例分享 (热力图、自定义页面分析)

百度统计

基本鱼统计产品功能介绍

热力图

自定义页面分析

热力图分析功能简介

基本鱼平台

首页

我的站点

选择模板

管理小程序

我的素材

站点分析

营销组件

站点分析

全站数据

自定义页面分析

热力图

A/B测试数据

预览页面

https://tongji.baidu.com/web/welcome

页面范围

通配

请输入您想统计的页面范围

筛选条件

访问时段 (分日)

是

多个条件用Enter键分割

+ 添加筛选条件

查看热力图

【产品demo】

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

欢迎使用热力图

热力图：多维度全局热力图分析，还原用户使用场景

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

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



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

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

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-注意力分布图

注意力分布 ▾

今天

昨天

过去7天

过去30天

2020/03/15 ▾

不限 ▾

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



【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

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

【产品demo】

① 浏览量 12,345,678,900,000



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

页面默认展示100%、75%、50%、25%四根浏览
线

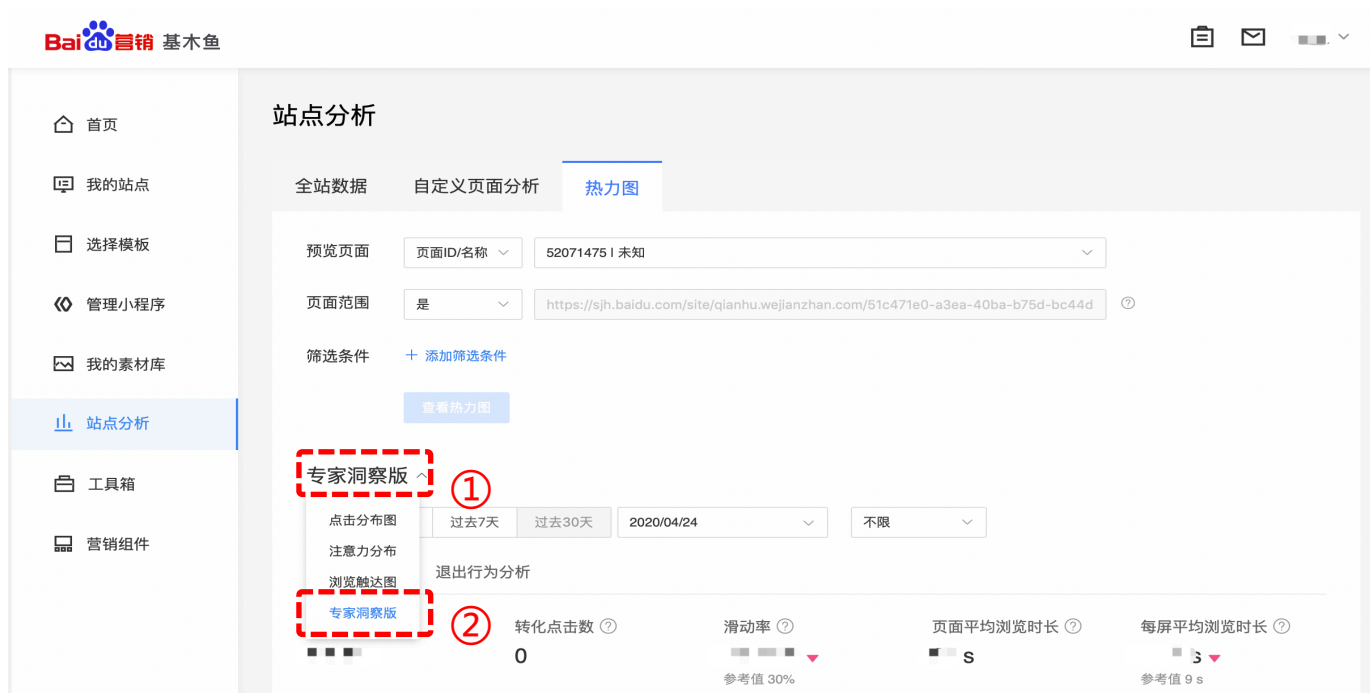
hover页面元素：展示用户浏览到这里的占比分布情况

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

热力图专家洞察版是对“点击热力图、浏览触达图与注意力分布”三个功能的融合升级。它的主要特征有：

- 提供更多页面综合指标（如滑动率、首屏退出率）及其对应业界参考值，以供分析师更好评估落地页表现
- 提供“全局视角”，展示指标的随落地页变化的完整曲线，更直观了解用户在“浏览时长”等行为下的整体表现。
- 提供“洞察视角”，通过对“首屏”“控件”和“异常值”的识别与标注，帮助分析师更快速的定位问题所在。
- 支持进行“多视角”的综合分析，如结合该区域：控件类型、展示内容以及用户 的“退出行为与浏览行为”等多个指标结果，更加综合全面的判断该区域真实落地页使用效果。未来会进一步拓展支持同时分析 对转化影响因子得分等更多指标。



功能入口：

步骤一：点击图中①的版本切换
button

步骤二：选择图中②所示新增的
版本选项“专家洞察版”

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% ▼

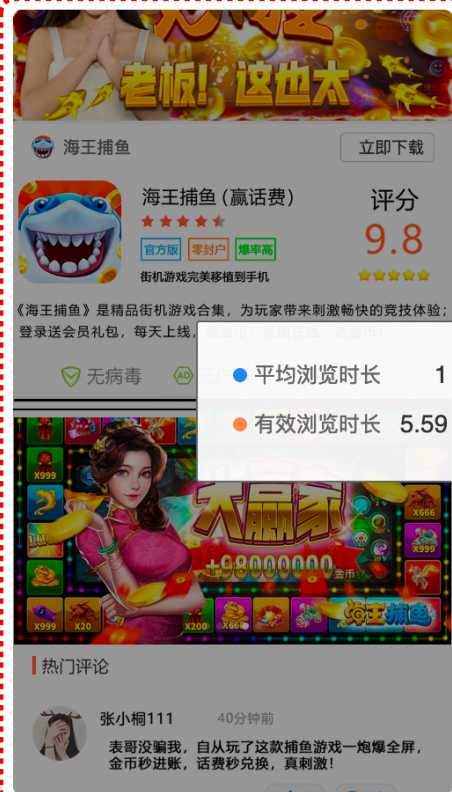
49 s

22.35 s ▲

参考值 30%

参考值 4.8 s

②



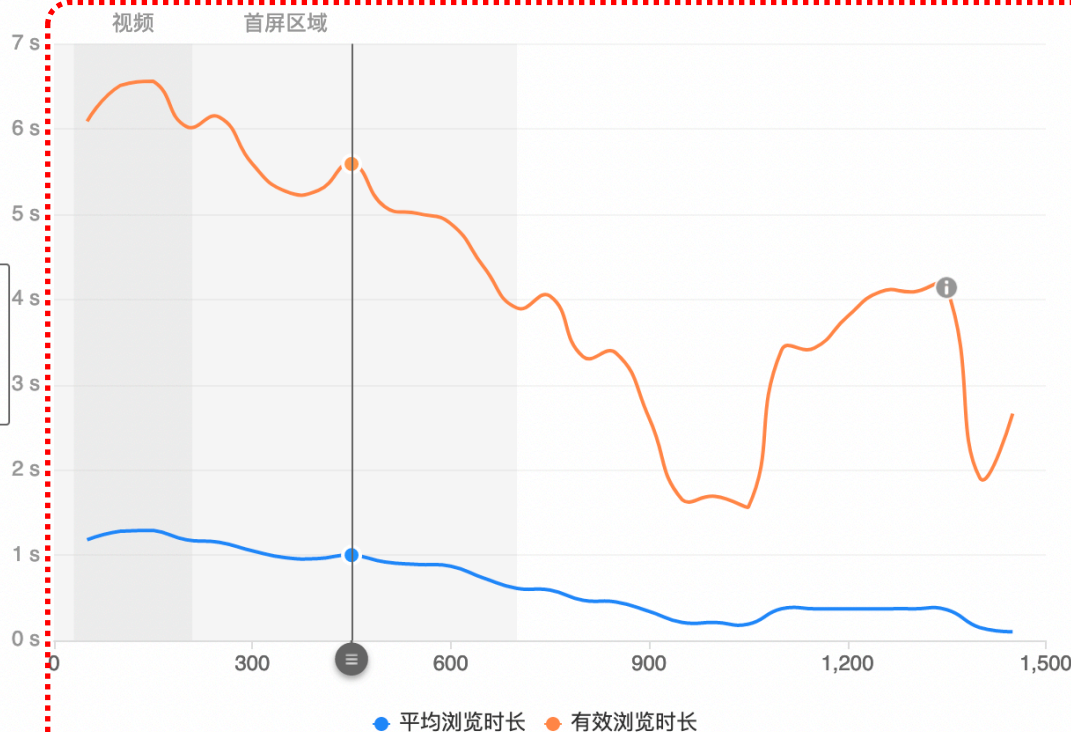
分析技巧 ③

☒ 控件类型

☒ 异常值

☒ 首屏区域

⑤



④

③

界面操作介绍

- **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，可重点关注与业界值的对比
- **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”，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）

自定义页面分析功能简介

自定义页面分析：页面核心流量指标、行为指标的多维下钻分析

页面指标：可选包括3大类，36个指标

点击“站点分析” -> “自定义页面分析” tab 进入报告页

自定义指标：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）

页面指标 A 页面浏览PV

+ 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

选项示例

页面浏览PV

页面类

session

转化类

页面浏览PV

页面浏览UV

页面浏览平均时长

页面浏览人均时长

页面浏览时长最...

页面浏览时长最...

【产品demo】

今天 昨天 过去7天 过去30天 2020/03/09 - 2020/03/15

按天 表格

日期_	百度推广渠道_	页面浏览PV(A)
1 2020/03/09	(无)	43,382
2 2020/03/10	(无)	22,677
3 2020/03/11	(无)	18,412
4 2020/03/12	(无)	16,355
5 2020/03/13	(无)	10,790
6 2020/03/14	(无)	5,999
7 2020/03/15	(无)	4,698

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

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

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

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

页面浏览UV(A)
1,125
715
649
620

点击更改数据排序方式

按天

表格

点击切换数据汇总方式

按天

按时

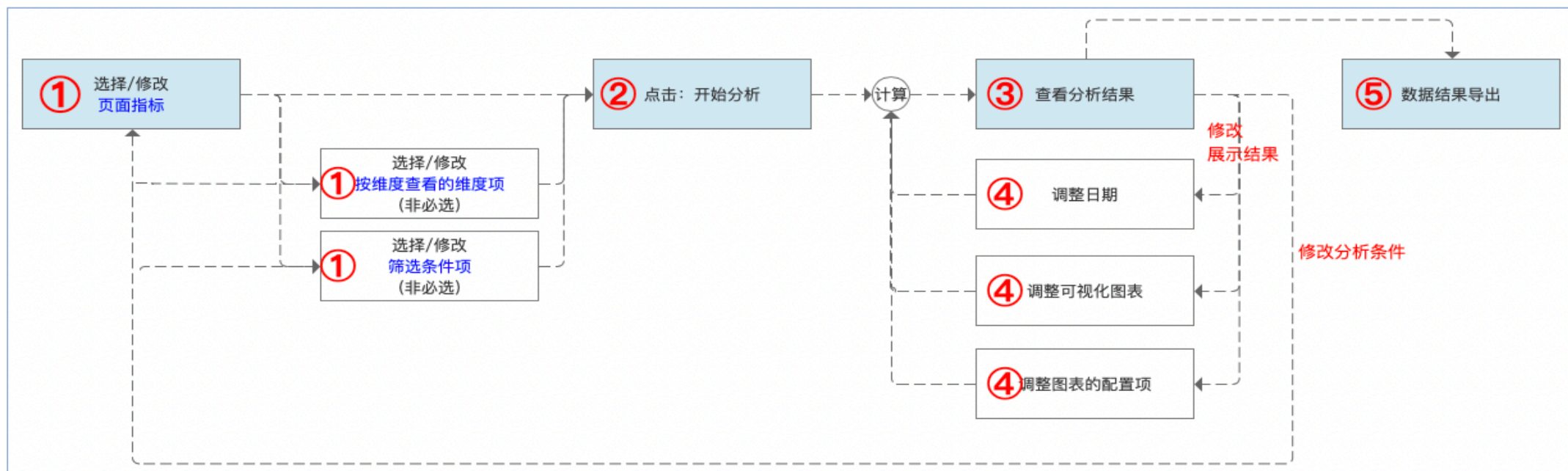
按周

按月

按年

全部





- ◆ **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。

基本鱼-实时访客提供最近2周内访问了站点的5000条访客信息（推广来源为3000条），实时了解访客行为，及时优化投放策略，在此板块中我们可以：

- **访问明细**：实时查看每一位访客的详细信息，如地域、来源、搜索词、IP、访问设备、访问路径等，且可筛选特定类型的访客，如查看某个来源、某个地域、某个IP的访客信息
- **访客明细**：查看同一个访客的历史访问行为
- **IP明细**：查看同一个IP的历史访问行为

站点分析

全站数据 **数据看板** 自定义页面分析 热力图 A/B测试数据

实时访客 推广渠道

访问明细 访客明细 IP明细

① 仅提供两周内的访问明细，最多5000条

来源 **全部** 地域 **全部**

设备 **全部** 计算机 移动设备 访问频次 (全部) 访问深度 (全部) 访问时长 (全部)

时间 日期(全部)

关键词/搜索词 访客标识码 IP 查询

① 筛选条件：

来源过滤：搜索来源、外部链接、直接访问；
可使用搜索功能；

地域过滤：可划分到各城市

设备过滤：计算机、移动

访客过滤：访问频次、访问深度、访问时长；

时间过滤：支持查看近两周数据

② 查询条件：可支持具体关键词/搜索词、
访客标识码、ip查询

实时访客-访问明细界面

	访问时间 J↑	地域	来源 J↑	关键词	搜索词	推广 J↑	访问IP	访客标识码 ②	访问时长 J↑	访问页数 J↑
✓	2020/08/18 20:33:10	新乡	搜索推广	速腾15款二手车价格	--	是	182.125.45.98 ③	7572601184575807147 ③	2"	1
✓	2020/08/18 20:33:10	葫芦岛	搜索推广	58同城租房 个人房源	--	是	60.22.239.35 ③	6685896596351181332 ③	正在访问	1

60.22.239.35 ③

1.204.98.195 ③

仅看该IP

查看IP明细

6685896596351181332 ③

10007585644830087801 ③

仅看该访客

查看访客明细

访问明细披露数据：

① 访问时间：精确到分秒

② 地域：各城市（以IP地址来划分）

③ 来源：访客来源的渠道

④ 关键词：此次访问对应的关键词

⑤ 搜索词：此次访问对应的搜索词

⑥ 推广：此次访问是否是推广渠道而来

⑦ 访问IP：此次访问的IP地址，可单独查看此IP的访问记录

⑧ 访问标识码：此次访问的访客标识码（访客标识码是百度统计根据访客的访问设备、系统环境、cookie等参数生成的一个用于识别唯一访客的标记），可单独查看此访客的访问记录

⑨ 访问时长：此次访问的时长，点击指标可进行排序

⑩ 访问页数：此次访问的页数，点击指标可进行排序

实时访客-访问明细界面

访问时间 ↑↓	地域	来源 ↑↓	关键词	搜索词	推广 ↑↓	访问IP		
^	2020/08/18 20:33:10	新乡	搜索推广	速腾15款二手车价格	--	是	182.125.45.98	75
 操作系统: Android 10 屏幕分辨率: 360x559			 当天访问频次: 1 本次来路: 搜索推广(关键词:速腾... 入口页面: https://aisite.wejianzhan.com/site/58.com/250d135b-44fc-4020-97 最后停留在: https://aisite.wejianzhan.com/site/58.com/250d135b-44fc-4020-97					
 浏览器: 手机百度								
访问路径:	打开时间	停留时长	页面地址					
	20:33:10	2"	https://aisite.wejianzhan.com/site/58.com/250d135b-44fc-4020-97					

每条访问明细展开后披露数据：

① 操作系统

② 屏幕分辨率

③ 浏览器

④ 当天访问次数

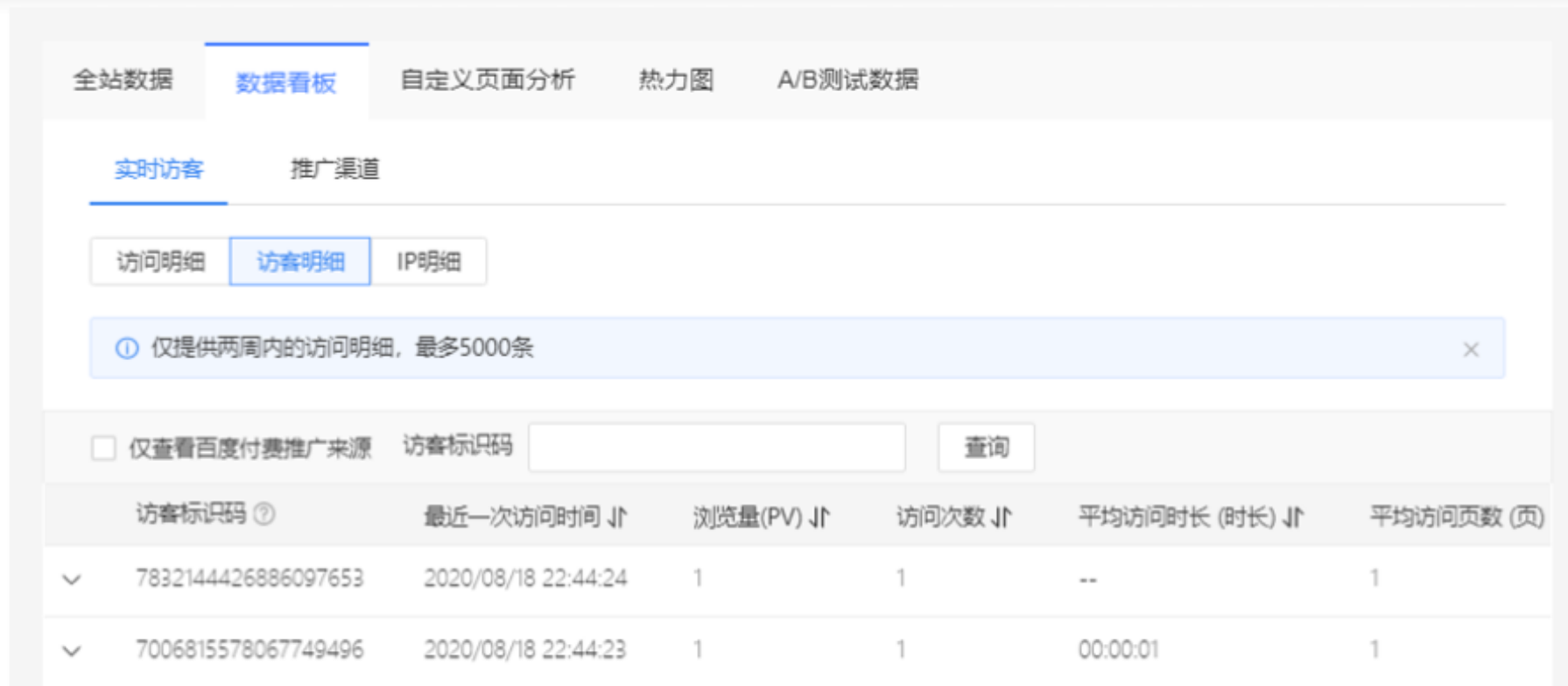
⑤ 本次来路

⑥ 入口页面

⑦ 最后停留页面

⑧ 访问路径：打开时间、停留时长、页面地址

实时访客-访客明细界面



① 筛选条件

可支持“仅查看百度付费推广来源”的访客

② 查询条件

可通过访客标识码进行查询

③ 每个访客披露数据

访客标识码、最近一次访问时间、浏览量、访问次数、平均访问时长、平均访问页数
(点击各指标均可进行排序)

访客标识码 ②	最近一次访问时间 ↓↑	浏览量(PV) ↓↑	访问次数 ↓↑	平均访问时长 (时长) ↓↑	平均访问页数 (页)	
<div>^</div> 10136593306200366088	2020/08/18 22:52:29	1	1	--	1	
历史访问明细						
打开时间	推广	搜索词	关键词	访问页数	访问时长	入口页面
22:52:29	是	--	58招聘同城网	1	正在访问	https://aisite.wejianzhan.com/site/58.com/6fe7ae7c

每个访客历史访问明细披露数据：

打开时间、推广、搜索词、关键词、访问页数、访问时长、入口页面

实时访客-IP明细界面

实时访客

推广渠道

访问明细

访客明细

IP明细

① 仅提供两周内的访问明细，最多5000条

×

☐ 仅查看百度付费推广来源

IP

查询

	访问IP	地域	最近一次访问时间 ⚡	浏览量(PV) ⚡	访客数(UV) ⚡	访问次数 ⚡
✓	1.188.215.139	绥化	2020/08/18 22:59:23	1	1	1
✓	183.206.173.161	南京	2020/08/18 22:59:19	1	1	1

① 筛选条件

可支持“仅查看百度付费推广来源”的IP

② 查询条件

可通过IP进行查询

③ 每个IP披露数据

访问IP、地域、最近一次访问时间、浏览量、访客数、访问次数（点击各指标均可进行排序）

^	183.206.173.161	南京	2020/08/18 22:59:19	1	1	1
历史访问明细						
打开时间	推广	搜索词	关键词	访问页数	访问时长	入口页面
22:59:19	是	--	上门清洗油烟机多少钱	1	正在访问	https://aisite.w

每个IP历史访问明细披露数据：

打开时间、推广、搜索词、关键词、访问页数、访问时长、入口页面

基本鱼统计案例分享

热力图

自定义页面分析

优化师焦虑

抢量太难，拓词累到吐血
竞价对手太多，每分每秒都在调价
想投的好就得优化得细，越细越忙不起
看不到分词/物料效果 “蒙眼式” 优化
对手太阴，总点我们广告

运营焦虑

落地页效果差？凭啥说我设计的不好？
你说LP转化率差，你倒说说差哪了？
方便电销工作，表单不复杂行吗？
下单流程复杂，你以为我愿意？
分析半小时，做表一上午

老板焦虑

总部老师可能未必体会过我们的肉疼：CPC5块钱一个点击买一个**访客**，转化率最好情况也就2%，也就是250块钱才能投出一个付费的**顾客**来。最要命的是访客说丢就丢，根本不知道折再哪一步了，找回就更不可能了，有技术的公司可以翻翻网站日志，一般的小公司除了喊肉疼也没啥办法…

----某招商加盟站广告主

访客为什么没有变成顾客？

广告主面临的难题：访客到店后，为什么没买就走了？

店面：广告主LP/官网/基本鱼页面

他们没买可能的原因



装修太丑？

落地页不美观

店门太窄？

页面载入性能差

收银太慢？

表单流程复杂

缺导购？

缺少转化引导

堆头太杂乱？

冗余信息过多

摆放位置太深？

促转化信息靠下

缺个广告大屏？

缺少视频元素

收银台太少？

转化入口太少

走廊太长没摆商品？收银位置不合理？

过渡元素过多

找不着 or 进门就付款？

落地页的优化与投放端的优化同样重要！

案例1：给TA最好的购物体验

➤ 某电商客户：APP下载，投放信息流，APP新注册用户（深度转化）

淘

新用户送15元红包

点击下载领15元红包

战神ZX6-CTSDA

800元

券后价4899

神舟电脑新春大降价

领800元店铺优惠券

全球销量第1

买即送猪肉1袋220g

7.9

满300减200

高颜值实力派

179

下单享神秘好礼

玩美新年

325

专柜正品

下载注册领红包

淘宝特惠

新用户送15元红包

点击下载领15元红包

战神ZX6-CTSDA

800元

券后价4899

神舟电脑新春大降价

领800元店铺优惠券

全球销量第1

买即送猪肉1袋220g

7.9

满300减200

高颜值实力派

179

下单享神秘好礼

玩美新年

325

专柜正品

下载注册领红包



广告主 我想获取更多用户
我不想让潜在顾客流失，怎么办？

划重点

- 用【点击分布图】看用户在页面中的真实点击行为
- 在用户密集点击区域添加转化组件

logo加下载组件，
激活**上涨25%**

案例2：让TA看到想看的東西

➤ 某电商客户：APP下载，投放信息流，APP新注册用户（深度转化）

页面点击数 1,004 浏览量 6,534

恭喜，收到一个红包

15元

恭喜发财，大吉大利

新人专享

立即领取

新人专享

全场商品新人立减，仅限手机端使用

20包本色抽纸整箱装

3.8元

5个防虫防潮收纳袋

领券立减0.1元

点击高？

聚划算百亿补贴

大牌补贴 好货低价

品牌正品补贴天天有

补贴价全网最低，官方补贴

百亿狂补进行中

1231899人正在抢购

精选 上衣 服饰 食品 美妆 运动

爆款补贴

品牌家纺 居家日用

没有热点？

手机淘宝

新人狂领

15元无门槛红包！

立即下载领红包

后悔买晚了！超大容量，巨无霸收纳袋，日期 19.9包邮

加厚换季收纳袋

超大容量收纳

领券 19.9元

仅需 19.9元

淘宝广告

轻松洗碗的神器，懒人抹布，低至1.9元一条！还包邮！

洗碗神器

懒人抹布

低至1.9元/条

淘宝广告

¥50 优惠券

剩余10名

满499元使用

立即领取



广告主

PV挺多的啊，点击为啥这么少？
转化为啥这么差？

划重点

- 创意内容一定要与落地页内容匹配

落地页调整后，
页面点击、下载均有大幅上涨

案例3：引导TA做更多浏览

某汽车品牌客户，投搜索和信息流，收集表单。



展位1



海报位



展位2



展位8



用户点击绝大多数都是集中在首屏

只有25%的人看完首屏后继续浏览



广告主 我想让更多人往下滑，怎么办？

我的页面布局该怎么设计和调整？

划重点

- 页面上下主题内容保持一致
- 如希望用户有更多浏览，可通过添加图标或内容的方式引导用户
- 用户点击多、感兴趣的内容的往前移，同时适当增加表单，有助表单搜集的提升

首屏以下用户浏览
上涨30%

案例4：让TA少走弯路

➤ 某品牌加盟客户，信息流投放，收表单。



每天前100名咨询免加盟费送装修
已有13688人参加

请输入姓名(必填)

请输入手机号(必填)

☒ 自动输入历史手机号《个人信息授权书》

立即咨询



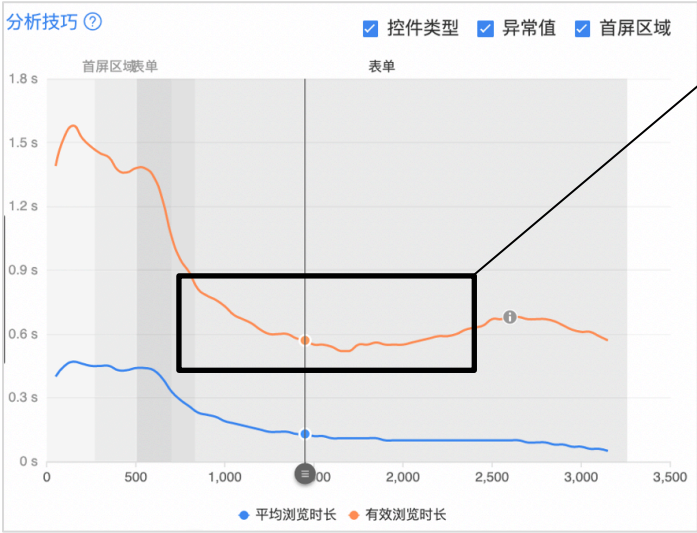
每天前100名咨询免加盟费送装修
已有13688人参加

请输入姓名(必填)

请输入手机号(必填)

☒ 自动输入历史手机号《个人信息授权书》

立即咨询



分析：用户不感兴趣，或快速划过希望尽快找到想要的信息。
策略：内容优化，长度收敛

优化3屏→2屏：

表单量提升6.6%

表单成本下降17.4%

➤ 某生活服务类客户：表单收集，投放信息流和搜索

58到家

找保姆 上58到家

专业正规 价格透明
立即获取报价>

获取本地保姆报价

城市*
请选择城市

电话*
请输入手机号

请输入地址(城市)

获取验证码

具体需求(多选)*
请选择

自动输入历史手机号《个人信息隐私保护》

申请保姆报价

58到家更放心的专业平台

58到家	传统找保姆
背景调查, 有保障 身份核实, 健康检查保证	不做背调, 无证上岗 无背景调查, 无证无法保障
100%自有员工 经过严格的考核和筛选才能上岗	挂靠员工 无约束力, 出了问题没人管
不满意免费更换 无理由更换, 贴心的售后服务	不满意难换 售后保障难, 中介费打了水漂
专业的技能培训 做保洁、照顾老人小孩、做饭	没有培训上岗 无专业培训, 技能参差不齐
售后无忧 平台担保, 不满意随时换人	售后无保障 无平台担保, 出了问题没人管

请选择城市(必填)

请输入手机号(必填)

请输入地址(必填)

获取验证码

请选择(必填)

自动输入历史手机号《个人信息隐私保护》

申请保姆报价



我想进去看看，但是门怎么打不开？

广告主 PV挺多的啊，点击为啥这么少？
转化为啥这么差？

立即获取报价、获取北京保姆报价、平台对比优势3个位置有高亮点击，说明用户可能想要了解更多，但并没有内容承接。

划重点

- 表单类页面，可以在高亮处增加跳转承接页，引导用户填写表单

加入承接页后，
表单量提升16%

案例6：让TA流畅的买单

➤ 某教育客户，
信息流投放，
收表单。

中小学生编程网课

0元 开启编程训练营 (6-16岁)

编程进高考 学习要趁早

真人直播授课

电脑上课 在家学

指导价:299元- 限时免费

4课时编程直播课

23个编程学习资料包

2张编程证书

2个完整编程作品

已有3282人参加

孩子称呼*

填写基础信息

请输入孩子昵称 (已加密)

联系电话*

请输入领取手机号 (已加密)

请输入验证码

填好了等

孩子所在年级*

1-2年级

3-4年级

5年级以上

等好了补信息

选择上课时间*

补好了定时间

试听设备*

订好了选设备, 太麻烦还是算了

自动输入历史手机号《个人信息授权书》

0元领取免费试听课



为什么到了收银台却没买单?

- 广告主想要高质量线索，但表单内容太多数量又太少，表单设置我们究竟该怎么做？

已有3282人参加

孩子称呼*

请输入孩子昵称 (已加密)

联系电话*

请输入领取手机号 (已加密)

请输入验证码

获取验证码

孩子所在年级

1-2年级

3-4年级

5年级

选择上课时间

5月9日

试听设备

笔记本电脑

台式电脑

自动输入历史手机号《个人信息授权书》

0元领取免费试听课

点击数

45

聚焦度 ⑦

4.55%

细分维度

百度推广渠道_

百度推广渠道_

点击数

聚焦度

百度信息流推广

45

4.55%

点击数

21

聚焦度 ⑦

2.12%

细分维度

百度推广渠道_

百度推广渠道_

点击数

聚焦度

百度信息流推广

21

2.12%

划重点

通过【点击分布图】看表单中每一项的用户点击，如果每一步都在均匀变少，尝试减少表单项，缩短用户决策时间；如果发现某一步大幅减少，优化或删除当前项内容，比如：将用户填写项改为用户选择项。

从6项改成4项，

表单成本下降10%!

案例7：让恶意的TA不再进店

➤ 某汽车客户，投放信息流，考核有效表单成本



每天预算2-3000
随便点几下好几十就没了
钱花贼快，用户没带来几个
恶意点击防不胜防

1. 揪出来：在自定义页面分析中揪出符合作弊特征的 IP

1个UV，多个PV		IP_	页面浏览PV(A)↓	页面浏览UV(B)
2020/05/26	百度信息流推广	::223.104.130.35	25	1

1个用户，1个搜索词，多个访问			session次数(A)↓	页面浏览UV(B)
2020/06/03	纯电动汽车有哪些	::58.211.35.26	9	1

日期_	IP_↑	页面有效浏览平均时长(A)
2020/06/02	::1.119.56.6	132
2020/06/07	::1.180.238.70	140
2020/06/04	::1.180.238.70	140
2020/06/06	::1.180.238.70	140
2020/06/03	::1.180.238.70	140

多次访问，相同时长



2. 挡出去：记录商盾ID和IP后登录商盾屏蔽掉

商盾ID：落地页网址中的 `" ? sdclkid=xxxx 或 & sdclkid=xxxx`

无效点击减少30% !
坏人从此无影踪

案例8：用你的视频转化TA

➤ 某生活服务类客户，信息流投放收表单，想要尝试在页面中增加视频来促进表单转化，希望能有办法来监控视频效果。

精心准备的视频

用户真的爱看吗？

自动输入历史手机号

《个人信息授权书》

立即获取回收价格表

无**

185****3464

20分钟前

我们回收各地的老酒。库存酒

权威

定价体系

现金交易

安全放心

价格

价高同行

划重点：怎么监控视频质量？

1.看TA 是否有被视频吸引？——看播放率

2.看TA 是否对视频感兴趣？——看播放完成率

3.看视频内容是否需要优化？——看播放进度

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...

×

↕

按维度查看

页面类

session

转化类

视频类

播放率

播放完成次数

播放完成率

播放进度大于75%次数

播放进度大于50%次数

播放进度大于25%次数

是

×

Baidu 百度

案例9：找到更多潜在的TA

需求：APP下载类客户，投放搜索，获取APP新付费用户
痛点：看不到分关键词的激活量、深度转化数据

每天都有很多顾客在我
这里买商品，但我却从
不知道顾客从哪里来



送礼物
送鲜花

送药品
送证件

送文件
送证书

送生鲜
送夜宵

着急送东西

平均1小时送达

24小时同城速递

立即下载

无广告

大小:24.3MB 版本:6.0.01

关键词	消费	求和项:页面浏览 PV(A)	求和项:下载按钮点 击次数(B)	下载成本	页面转化率
闪电	82.81	8	7	11.83	87.50%
快递	69.05	11	6	11.51	54.55%
闪电	63.48	12	7	9.07	58.33%
怎么	60.72	8	6	10.12	75.00%
快递	43.43	13	8	5.43	61.54%
同城	43.35	5	4	10.84	80.00%
达达	43.12	7	4	10.78	57.14%
同城	37.5	6	4	9.38	66.67%
同城	35.34	7	9	3.93	82.00%
怎么	34.26	12	23	1.49	90.00%
24h	21.91	5	4	5.48	80.00%
同城	18	5	3	6.00	60.00%
闪电	16.2	4	4	4.05	100.00%
当日	14.74	8	6	2.46	75.00%
下单	12.79	2	2	6.40	100.00%
如何	12.59	1	1	12.59	100.00%
同城	10.32	1	1	10.32	100.00%
24h	9.98	5	3	3.33	60.00%

潜力词：页面转化率（下载按钮点击/PV）
高，下载按钮点击成本符合消费
少、下载按钮点击次数少

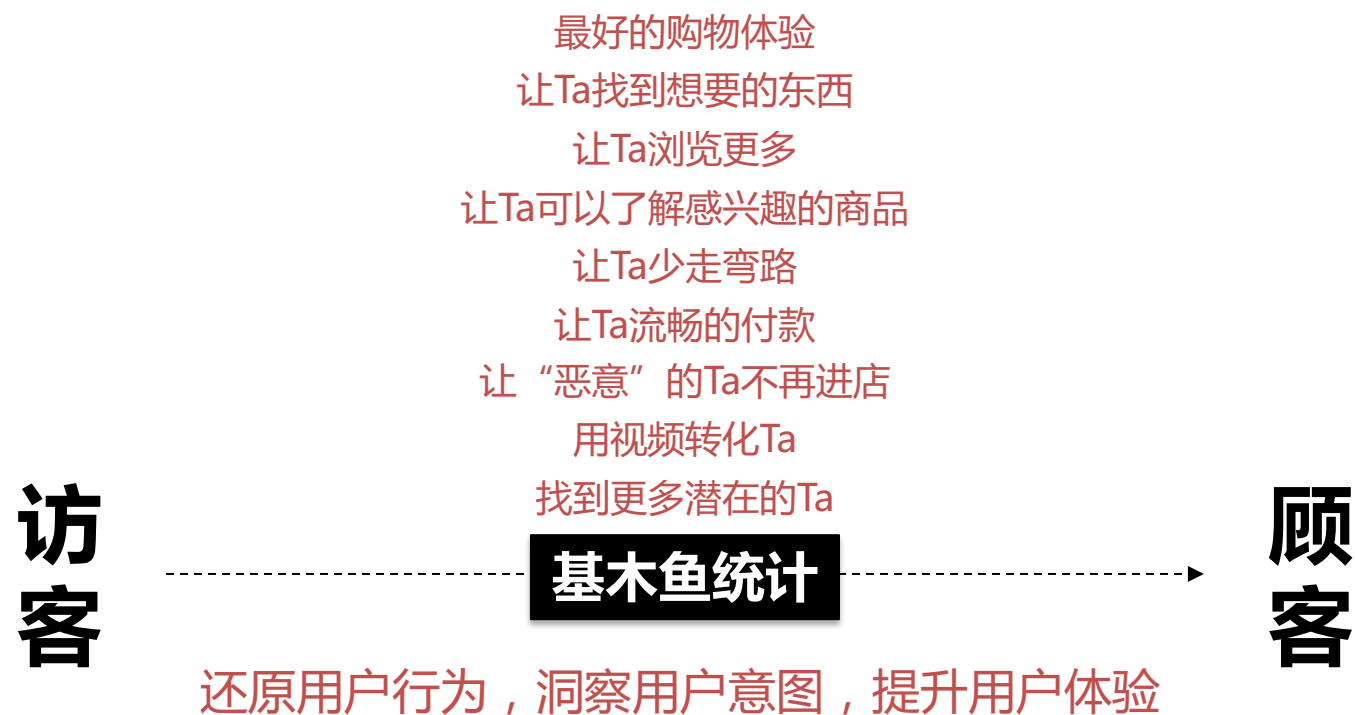
广告主

拓词的试错成本高，看不到每个词的激活成本
我想花钱，但不敢放量

划重点

- 计算点击下载按钮到深度转化的转化率，
基于转化率算出下载按钮点击成本
- 找到符合成本的词提价投放，成本差的
词控制投放
- 根据页面转化率（下载按钮点击/页面PV）
+成本+按钮点击量找出潜力词，加
ocpc投放

潜力词加oCPC
包投放，日均消
耗**上涨14%**



谢 谢