
信息流推广诊断分析

2020年12月



诊断分析有什么用？

- 谁要用？
- 解决什么问题？

1

2

诊断分析怎么用？

- 功能入口在哪？
- 功能分区模块介绍



诊断分析有什么用？

- 谁要用？
- 解决什么问题？

1

2

诊断分析怎么用？

- 功能入口在哪？
- 功能分区模块介绍

谁要用：客户/优化师在信息流广告投放时面临的痛点

管理列表 +

随着业务发展，管理列表中承接的指标与内容越来越多，客户在查看重点信息时**效率较低**



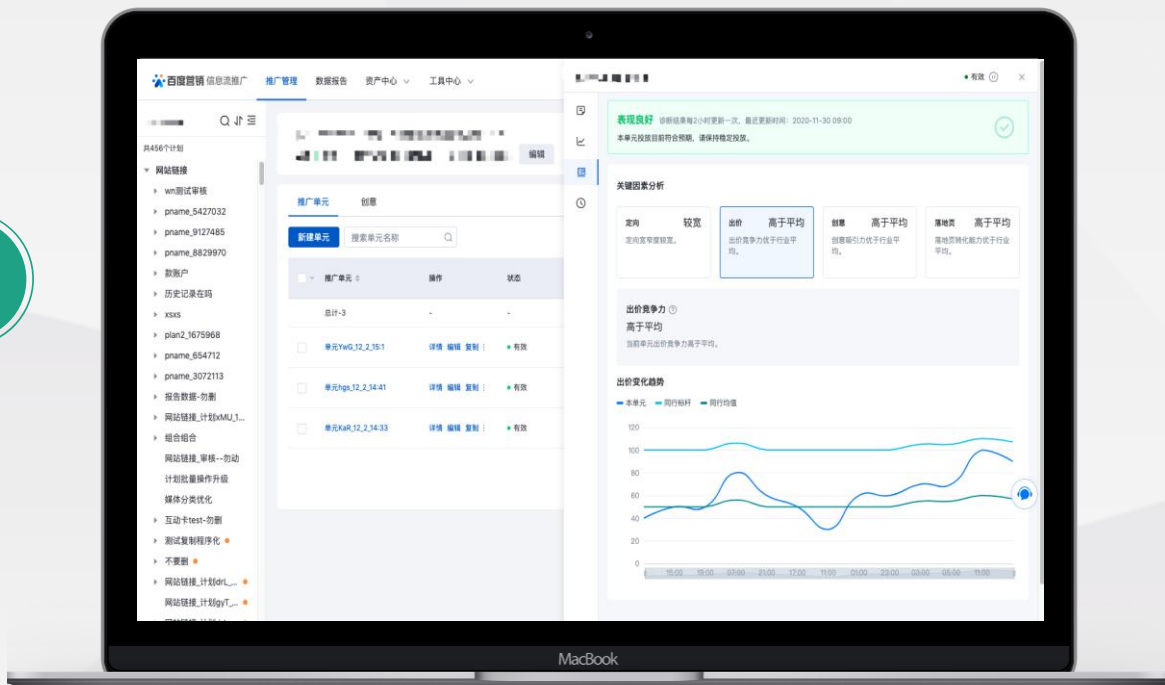
问题诊断 +

诊断能力分散在账户各个功能点内且问题诊断深度不够，**客户感知差**，缺乏整体综合的问题诊断功能

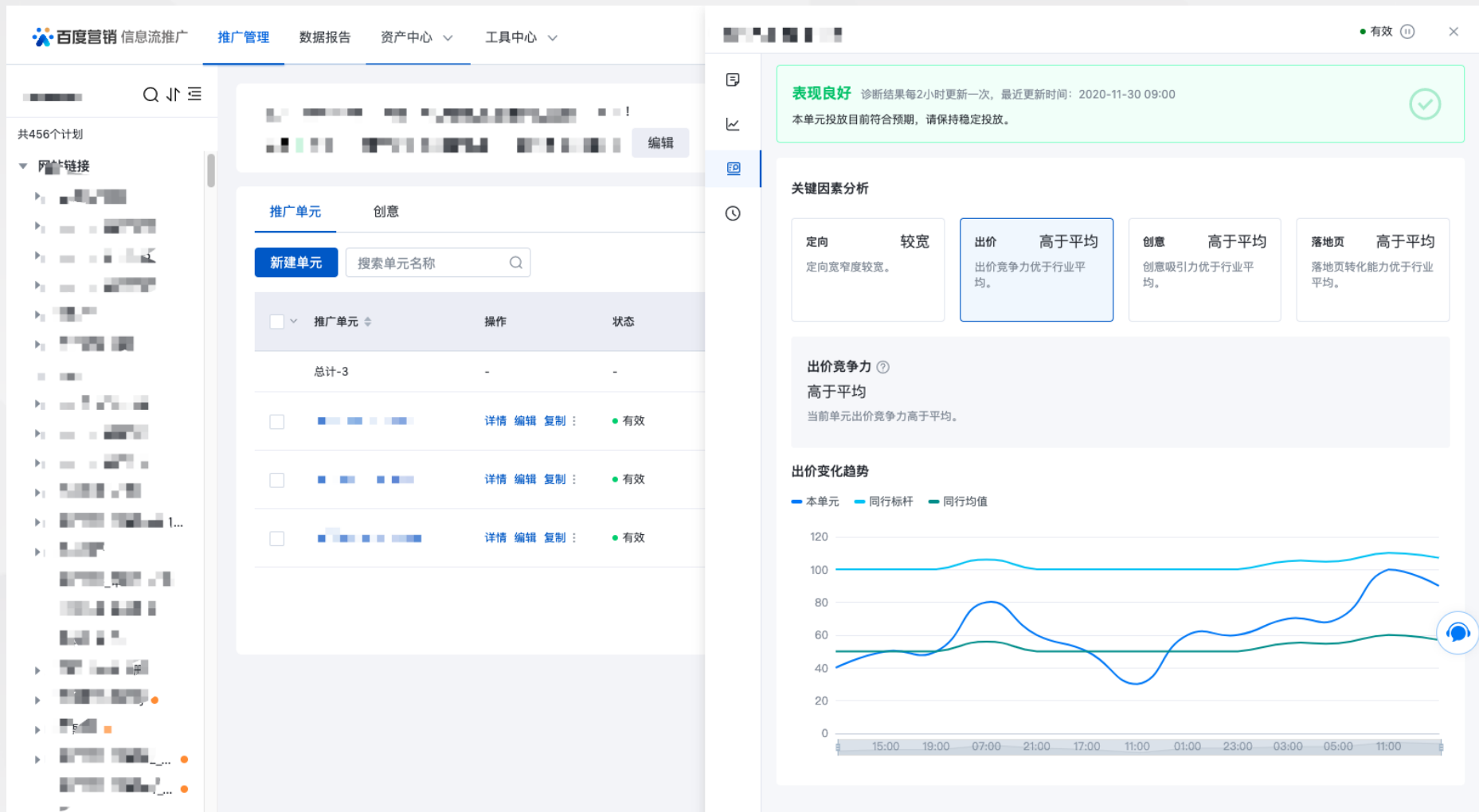


+ 报告/日志

查看常用数据报告、操作日志需要页面功能间来回切换，**操作步骤多，操作效率低**

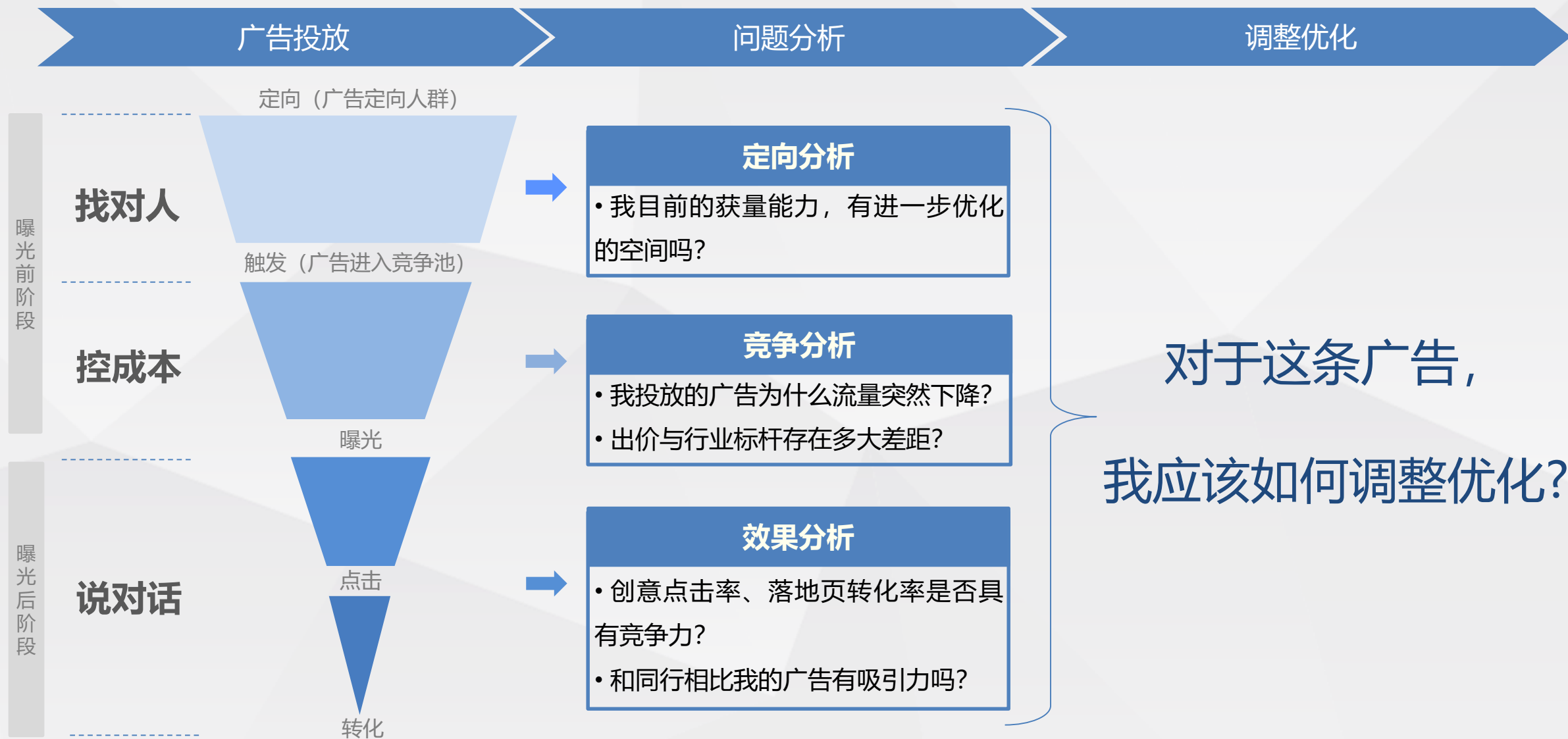


诊断分析功能：管理列表中，以侧拉门形式承载诊断/数据/详情/日志



- **提效果：**针对单元，以质量漏斗分析为理论基础，结合单元定向、出价、创意、落地页给出单元诊断建议，做到“早发现、早解决”
- **提效率：**简化操作步骤，优化交互体验。在详情、数据、日志内可直接查看、编辑计划/单元基础设置，查看数据报告、查看操作日志。

解决什么问题：投放中的广告存在什么问题/怎样进行调整优化





诊断优化有什么用？

- 谁要用？
- 解决什么问题？

1

2

诊断优化怎么用？

- 功能入口在哪？
- 功能分区模块介绍

功能入口：物料列表操作列（详情、数据、诊断、日志）与单元诊断列

入口1：单元列表新增操作列，点击诊断后，默认锚点至侧拉bar的诊断模块

入口2：质量分析改为“单元诊断”。单元诊断列外部披露整体诊断结果，给出单元诊断明细

入口1：单元列表新增操作列，点击诊断后，默认锚点至侧拉bar的诊断模块

- **详情**：计划的设置详情，重点关注指标
- **数据**：本层级报表前置，提高效率
- **诊断**：分为整体诊断；关键因素分析、投放历程分析
- **日志**：本层级历史操作日志

计划/单元层级侧拉bar-详情：计划/单元层级的设置详情

计划 - 电商店铺推广计划_ocpx

暂停投放

关注指标 查看更多数据

2019/5/16

消费	展现	点击	目标转化量
1827.09	18279	18279	18279
32.51% ↑	32.51% ↑	32.51% ↑	32.51% ↑

计划设置

计划名称: 网站链接_计划s9X_7_9_13:46

计划ID: 2342345

预算: 不限

推广日期: 2019/5/10~2019/5/16

推广时段: 星期一: 05:00~19:30
星期二: 05:00~19:30
星期三: 05:00~19:30

投放方式: 平均投放

单元

状态: 不限

数据指标: 不限

网站链接_单元s9X_7_9_13:46

消费: 12345.66 展现: 234866

点击: 876 目标转化量: 9

暂停推广

网站链接_单元s9X_7_9_13:46

消费: 12345.66 展现: 234866

点击: 876 目标转化量: 9

暂停推广

计划查看详情

单元 - 电商店铺推广单元_ocpx

状态快速启/停

暂停投放

关注指标 查看更多数据

2019/5/16

消费	展现	点击	目标转化量
1827.09	18279	18279	18279
32.51% ↑	32.51% ↓	32.51% ↑	32.51% ↑

单元设置

基本情况

单元名称: 网站链接_单元s9X_7_9_13:46

单元ID: 网站链接_单元s9X_7_9_13:36 25/50

推广业务: 应用 取消

投放范围: 支持编辑指标

投放出价

优化目标: 转化

付费模式: oCPM

落地页类型: 普通落地页

推广URL: www.baidu.com

出价: 15.00 元/转化

定向设置

省市: 15.00 元/转化

年龄: 应用 取消

性别: 男

人生阶段: 未婚、已婚

学历: 大学及以上、大专

创意

状态: 不限

按消费降序排列

使用百度信息流推广, 获得更好的效果

消费: 12345.66 展现: 234866 点击: 876 目标转化量: 9

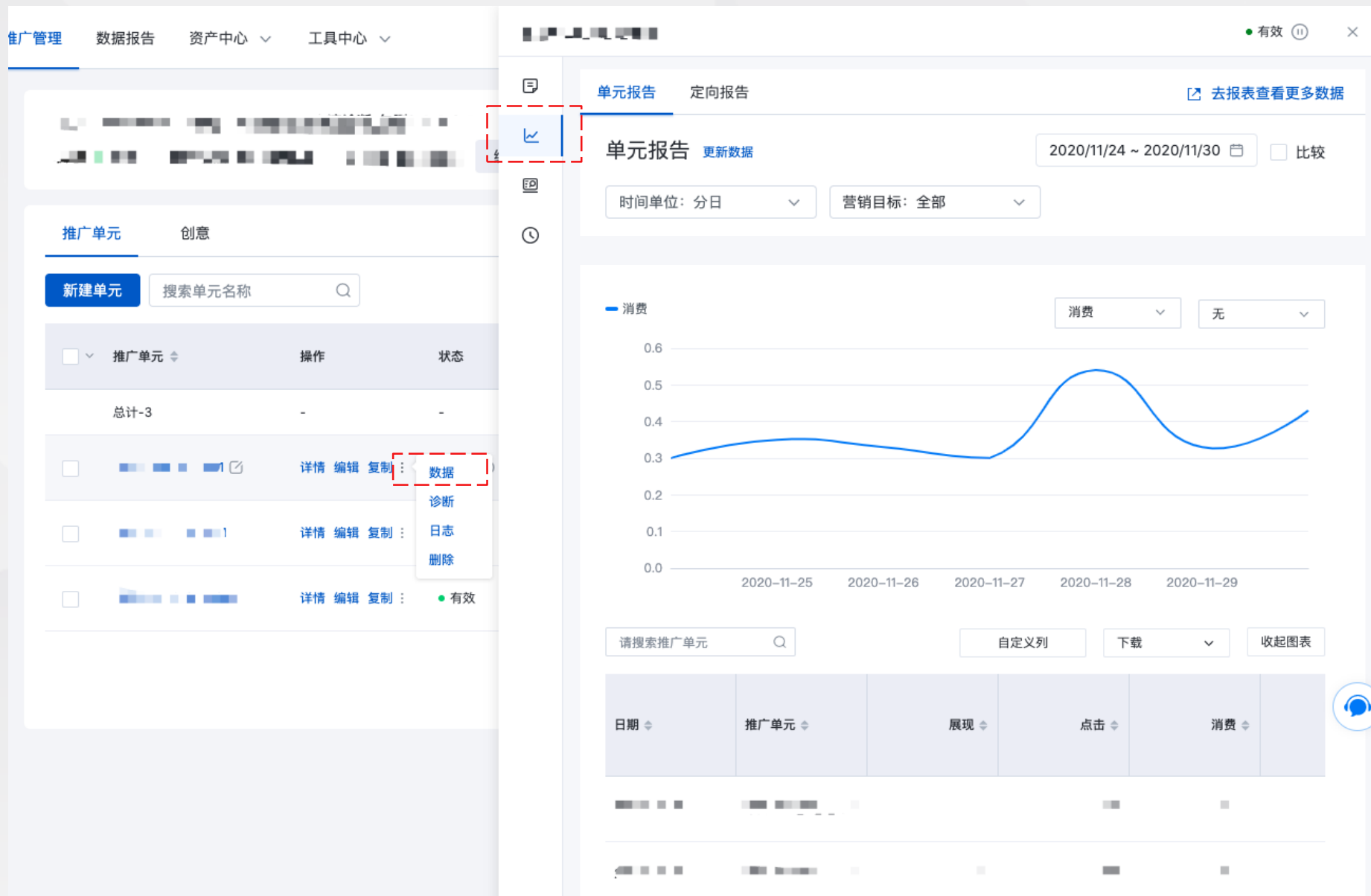
审核中

单元查看详情

计划/单元查看详情:

- **关注指标:** 重点指标数据及数据趋势。
- **计划/单元设置:** 不用进入主流程, 快速查看计划/单元基础设置。
- **单元/创意内容:** 查看所属计划下的 (单元/创意)、单元下的 (创意)

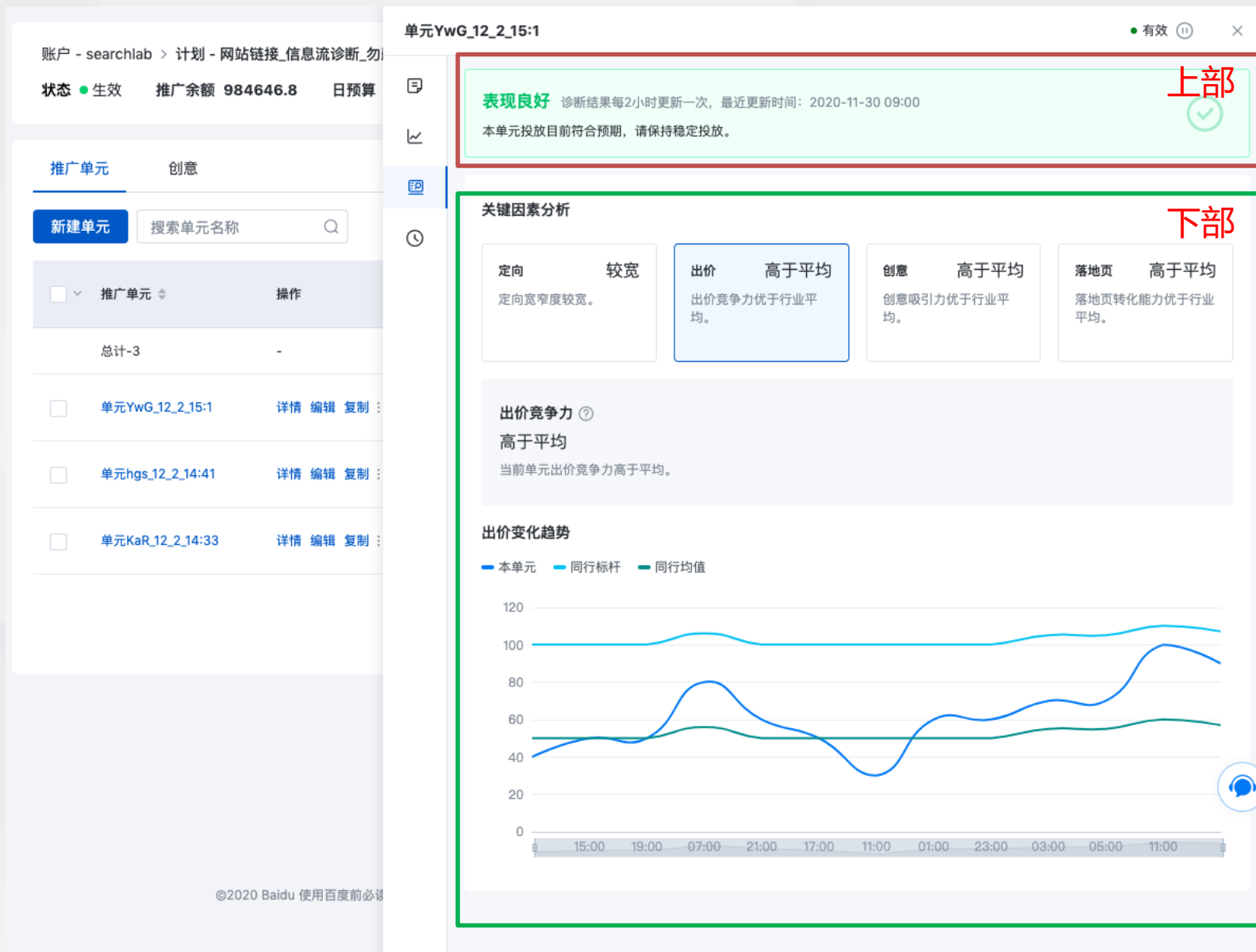
计划/单元层级侧拉bar-数据：计划/单元层级的数据报告



查看数据新增功能：

- 点击“详情”后，数据报告内直接筛选出当前所属计划/单元对应的报告。
- 查看数据支持功能包括：计划报告、单元报告、定向报告。

单元层级侧拉bar-诊断：单元层级的诊断优化建议



诊断模块功能概述：

- 上部单元整体诊断：快速呈现单元概要诊断信息
- 下部关键因素分析：常驻的4类诊断摘要卡片，分别是**定向、出价、创意、落地页**。披露该物料层级的**数据变化趋势**，对比同行数据给出当前指标所在同行业内的水位，判断当前单元表现情况。

单元层级侧拉bar-诊断：单元整体诊断

推广单元 创意

新建单元 搜索单元名称 2020-12-14 自定义 重置列宽

推广单元	操作	状态	营销目标	所属计划	流量类型	展现	点击	单元诊断
总计-3	-	-	-	-	-	0	0	-
<input type="checkbox"/> 单元YwG_12_2_15:1	详情 编辑 复制	有效	网站链接	网站链接_信息流诊断_勿...	默认	0	0	表现良好
<input type="checkbox"/> 单元hgs_12_2_14:41	详情 编辑 复制	有效	网站链接	网站链接_信息流诊断_勿...	默认			
<input type="checkbox"/> 单元KaR_12_2_14:33	详情 编辑 复制	有效	网站链接	网站链接_信息流诊断_勿...	默认	0	0	-

单元YwG_12_2_15:1 有效

表现良好 诊断结果每2小时更新一次，最近更新时间：2020-11-30 09:00

本单元投放目前符合预期，请保持稳定投放。

关键因素分析

定向 较宽 出价 高于平均 创意 高于平均 落地页 高于平均

单元整体诊断功能概述：

- 单元整体诊断，快速呈现单元概要诊断信息，反应单元整体质量。
- 单元诊断结果主要包括：表现良好、建议优化、数据积累中、建议观察、建议暂停。
- 系统结合单元出价、转化、成本来给处诊断建议，客户可根据单元整体诊断优化单元设置。



单元层级侧拉bar-诊断：关键因素分析-定向

关键因素分析

定向 正常

定向宽度正常。

出价 平均水平

出价竞争力处于行业平均。

创意 平均水平

出价竞争力处于行业平均。

落地页 --

转化数据积累较少，暂无诊断结果。

定向宽度 ②

正常

定向宽度正常，如需要进一步提升广告展现量，您可以修改单元定向设置，拓展定向范围。

超过53.00%的同行

同行业排名

关键因素-定向功能概述：

- **建议卡片：**定向分析与结论，结论是详情的精简总结
- **展开详情：**披露定向宽度，支持同行业排名
- **定向宽度：**反映本单元所选定向相对同行业其他单元所选定向指标的对比情况。定向宽度为单元定向选择的人群宽度情况，定向宽度越高，排名越靠前，越容易参与竞争。

单元层级侧拉bar-诊断：关键因素分析-出价

关键因素分析

定向 较宽
定向宽窄度较宽。

出价 高于平均
出价竞争力优于行业平均。

创意 高于平均
创意吸引力优于行业平均。

落地页 高于平均
落地页转化能力优于行业平均。

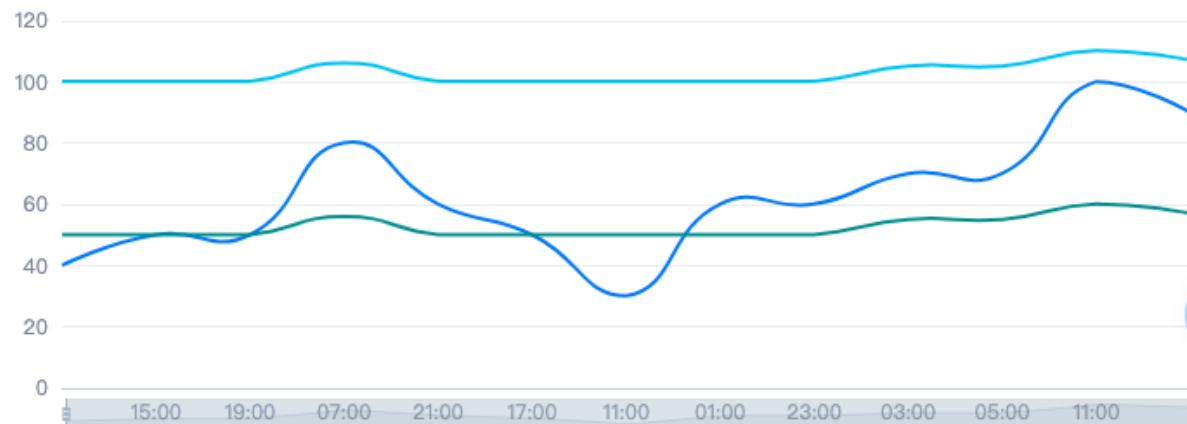
出价竞争力 ②

高于平均

当前单元出价竞争力高于平均。

出价变化趋势

— 本单元 — 同行标杆 — 同行均值



关键因素-出价功能概述：

- **建议卡片：** 出价分析与结论，结论是详情的精简总结
- **展开详情：** 披露出价竞争力，支持同行标杆、同行均值对比趋势图。
- **出价竞争力：** 反映在诊断时间区间内的出价水平，出价竞争力排名越靠前，评级越好，越容易胜出。

单元层级侧拉bar-诊断：关键因素分析-创意

关键因素分析

定向 较宽
定向宽度较宽。

出价 高于平均
出价竞争力优于行业平均。

创意 高于平均
创意吸引力优于行业平均。

落地页 高于平均
落地页转化能力优于行业平均。

创意吸引力 ②

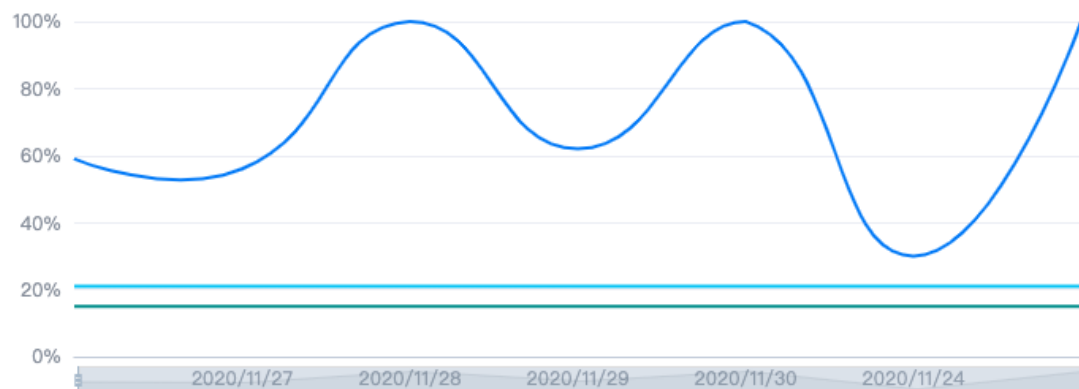
高于平均

创意吸引力良好，优于行业平均水平，请保持。

超过47.00%的同行
同行业排名

点击率变化趋势

— 本单元 — 同行标杆 — 同行均值



创意质量 ②

存在风险

本单元的创意内容质量和用户体验显著低于行业平均水平，为避免影响投放请及时修改。建议重点关注如下方面：创意物料内容健康度欠佳，可能有低俗暗示、政治、舆情敏感、侵犯隐私等问题。请您及时检查修改。

关键因素-创意功能概述：

- **建议卡片：**创意分析与结论，结论是详情的精简总结
- **展开详情：**披露创意获取点击能力，支持同行标杆、同行均值对比趋势图。
- **创意获取点击能力：**披露该单元的点击效果，通过绝对值及同行业排名，定位点击率表现情况。
- **创意质量：**对当前单元所投放的创意素材质量、用户体验进行综合分析评估。分析结论反映最近该单元的创意质量在百度系媒体投放时的综合表现。数据每日更新。

单元层级侧拉bar-诊断：关键因素分析-落地页

关键因素分析

定向 较宽

定向宽窄度较宽。

出价 高于平均

出价竞争力优于行业平均。

创意 高于平均

创意吸引力优于行业平均。

落地页 高于平均

落地页转化能力优于行业平均。

落地页转化能力 ②

高于平均

落地页的转化能力优于行业平均水平，请保持。

超过47.00%的同行
同行业排名

转化率变化趋势

— 本单元 — 同行标杆 — 同行均值



落地页质量 ②

正常水平

单元内创意的落地页质量和行业平均水平相当，如果需要继续提升，建议使用[基本鱼](#)工具进行优化。

关键因素-落地页功能概述：

- **建议卡片：**落地页分析与结论，结论是详情的精简总结
- **展开详情：**披露落地页转化获取能力，支持同行标杆、同行均值对比趋势图
- **落地页获取转化能力：**披露该单元的转化效果，通过绝对值及同行业排名，定位转化率表现情况。
- **落地页质量：**对当前单元所投放的落地页素材质量、用户体验进行综合分析评估。分析结论反映最近该单元的落地页质量在百度系媒体投放时的综合表现。数据每日更新。

计划/单元层级侧拉bar-日志：计划/单元层级的历史操作记录

操作时间 2020-11-01 ~ 2020-12-14 操作动作 不限 选择

仅支持查询3个月内，最多5000条记录 下载

日志

操作时间	操作人	层级	操作对象	操作动作	操作前	操作后
2020-12-14 16:36:01		单元		修改单元名称		

每页显示 50 < 1 > 去第 页 确定

日志模块功能概述：

- 功能描述：降低用户操作步骤，不需要进入工具中心-历史操作记录二次跳转查询，可直接在列表内查看所选物料的历史操作记录
- 支持层级：计划、单元层级
- 操作设置：操作时间、操作动作、下载

1、查看详情关注指标支持哪些数据指标？

计划层级支持展现、点击、消费、点击率、平均点击价格、千次展现消费；单元层级支持展现、点击、消费、点击率、平均点击价格、千次展现消费、目标转化量、目标转化成本、目标转化率，客户可定制化筛选；

2、关注指标环比计算逻辑？

环比=（本期时间-上个周期时间）/上个周期时间*100%。如本期选一天，上个周期为前一天；本期选7天，上个周期为前7天，以此类推（最长不可超过1年）

3、计划/单元设置内修改基础设置是否同步生效？

查看详情内设置的计划/单元基础信息，与推广管理物料列表、主流程内进行的操作一致。

4、单元设置内定向信息为什么不全？

单元设置内只展示了定向为“不限”的设置，（如地域选择“不限”，则默认不展示）。

5、诊断分析的适用范围？为什么有的单元无诊断数据

诊断分析适用于单元层级，适用营销目标包括网站链接、应用推广；流量覆盖除百青藤外其余流量；出价方式仅支持ocpx。



让 营 销 更 简 单



微信公众号



官方网站