### 直通车推广数据采集与处理方案撰写

**任务背景**

某淘宝网店销售零食坚果类商品，前期由于店铺搜索流量增长过慢，无法实现销售目标，因此开通了直通车推广。经过一个月的推广后，领导要求对直通车推广效果进行分析，重点分析直通车推广转化情况分析，进而制定下阶段的推广目标。

**任务分析**

**1.任务目标分析**

该任务中店铺进行了一段时间直通车推广，需要对推广期间的效果进行分析，由此需求可以明确出分析需求为：分析店铺直通车推广效果。

**2.数据指标确定**

直通车推广是将店铺商品或店铺页面通过直通车平台以图片、文字等形式根据出价、权重等因素展现在相应的广告位上，消费者看到广告后点击图文信息进入相应的页面并进行进一步操作，因此这里的效果可从以下四个方面指标来分析：

（1）展现类效果，展现类指标通常为展现量。

（2）点击类效果，点击类指标通常为点击量。

（3）转化类效果，这里转化类指标是指消费者进入到店铺后产生的有效行为指标，通常有加购、收藏、支付下单三类。

（4）成本支出类，通常有总花费、平均花费、展现花费等。

**3.数据采集渠道确定**

任务重需求为采集直通车推广效果数据，其获取渠道有以下两类：

（1）直通车平台的报表板块，在直通车报表当中提供了直通车推广所产生的数据信息，如展现量、点击量、花费、点击率、平均点击花费、千次展现花费、直接成交金额等20个指标，可以提供所选时间段内的详细数据下载。

（2）淘宝生意参谋平台流量板块，生意参谋流量板块提供了各流量来源的访客数、下单买家数、下单转化率、新访客数、关注店铺人数、商品收藏人数、加购人数、下单金额等17个指标所选时间整体数据下载。

通过对比，明显在直通车报表板块提供的数据维度及指标更加全面。因此选择直通车报表板块进行数据采集。

**4.数据指标明确**

上一步明确了数据采集渠道后，可以根据采集渠道进一步明确数据采集指标为：

（1）展现类：展现量。

（2）点击类：点击量

（3）转化类：直接成交金额、直接成交笔数、间接成交金额、间接成交笔数、收藏宝贝数、收藏店铺数、总成交金额、总成交笔数、总收藏数、直接购物车数、间接购物车数、总购物车数。

（4）花费类：花费、平均花费、千次展现花费。

除此之外，也可以采集展现转化率、点击转化率、投入产出比等转化效果衡量类或转化率类指标，当然这些指标也可以在分析时通过以上4类指标计算得出。

**5.数据采集工具**

通过对数据所处渠道的研究可发现，直通车报表中可以直接下载相关数据指标，下载完成后剔除掉无关数据指标即可。

表1 直通车推广数据采集与处理方案

|  |  |
| --- | --- |
| **背景介绍** | 某网店在淘宝网销售零食坚果类商品，前期由于店铺搜索流量增长过慢，无法实现销售目标，因此开通了直通车推广，经过一个月的推广后，领导要求对直通车推广效果进行分析，重点分析直通车推广转化情况分析，进而制定下阶段的推广目标。 |
| **分析目标** | 分析店铺直通车推广效果。 |
| **数据分析指标** | （1）展现类：展现量。（2）点击类：点击量。（3）转化类：直接成交金额、直接成交笔数、间接成交金额、间接成交笔数、收藏宝贝数、收藏店铺数、总成交金额、总成交笔数、总收藏数、直接购物车数、间接购物车数、总购物车数。（4）花费类：花费、平均花费、千次展现花费。 |
| **数据来源渠道及采集工具** | 直通车报表。 |