#### **\*名词解释**

**反馈：**买家针对您的产品信息和公司信息发送的有效询盘（不包含系统垃圾询盘、TM咨询等）。

**曝光：**您的产品信息或公司信息在搜索结果列表页或类目浏览列表等页面被买家看到的次数。买家通过其他外部搜索或者收藏等渠道直接找到您的旺铺后浏览公司信息或产品信息，这部分行为不纳入曝光的统计，只统计访客数。

**点击：**您的产品信息或公司信息在搜索结果列表页或按照类目浏览列表等页面被买家点击的次数。买家通过其他外部搜索或者收藏等渠道直接找到您的旺铺后点击公司信息或产品信息，这部分行为不纳入点击的统计，只统计访客数。

**点击率：**点击率=点击量 / 曝光量

**访客：**访问了您的产品页面、公司页面的的买家，或者通过其他页面给您发送询盘或TradeManager联系的买家。

**及时回复率：**30天内询盘及时回复+TradeManager及时回复的整体比例，体现卖家的服务态度与意愿。

**同行平均：**同行所获得的效果总和/同行数。行业选择中“ALL”下的同行是指与您拥有相同主营行业的付费供应商，其中主营行业是您在线产品数最多的二级行业。（信保指标中的同行是指与您主营行业相同，并且已开通信保服务的供应商）

**同行TOP10平均：**同行效果前10名付费供应商所获得的效果总和/10。

**外贸直通车的行业平均点击率：**在相应的时间段内，指定的二级行业下，该行业外贸直通车总点击/该行业外贸直通车总曝光。

**外贸直通车曝光：**在相应的时间段内，由外贸直通车推广带来的全部曝光量。

**外贸直通车点击：**在相应的时间段内，由外贸直通车推广带来的全部点击量。

**行业可报价RFQ量：**截止统计周期末，在采购直达市场，主营的行业二级类目下的有效且未过期的RFQ数量。

**本月审核通过的报价量：**在相应的时间段内，该账号在采购直达市场，提交了并且审核通过的报价总量。

**本月买家有意向的报价数：**在相应的时间段内，买家有交易意向的报价数。

**累计信保提交订单数：**截止统计周期末，卖家成功提交的信保订单数。

**历史累计已付款信保订单数：**截止统计周期末，买家完成确认并付款的信保订单数。

**有效果产品：**在统计周期内，曝光、点击、访客、询盘任意一项大于零的产品。

**零效果产品：**在统计周期内，曝光、点击、访客、询盘均为零的产品。

#### **\*常见问题**

**1、什么是反馈？**

买家针对您的产品信息和公司信息发送的有效询盘。如买家搜索后，对您的产品或公司发送的有效询盘；或者买家收藏了您的全球旺铺/企业网站，或者通过其他外部搜索等渠道找到您的公司或产品，直接发送的有效询盘（这部分行为不纳入曝光、点击的统计）。

**2、什么是曝光？**

您的产品信息或公司信息在搜索结果列表页或类目浏览列表等页面被买家看到的次数。当搜索结果页面1页展示38个商品（供应商）时，若买家停留在该页面，则此页面上的所有产品（供应商）的曝光量计为1次。（举例：当买家搜索一个词abc，若买家停留在搜索结果页第1页，则第1页展示的顶级展位产品（包含原固定排名产品）、P4P推广位的产品和38个自然排名的产品（供应商）的曝光量各计为1次，但此时搜索结果第2页及以后的所有产品（供应商）的曝光量为0；如果该买家继续点击搜索结果第2页，则第2页的所有产品（供应商）的曝光量各计为1次)

**3、什么是点击？**

您的产品信息或公司信息在搜索结果列表页或按照类目浏览列表等页面被买家点击的次数。买家进行搜索后，在搜索结果中点击浏览了您的产品信息或公司信息，则该产品或公司的点击量计为1次。如果买家通过A产品进入到我们的旺铺页面里点击到B产品，则这时A产品同时计算点击数和访客数，B产品不计算点击数只计算访客数。

**4、什么是点击率？**

点击率=点击量 / 曝光量。点击率可以反映出您的产品或公司在搜索结果页面是否足够吸引买家。

**5、什么是访客？**

访问了您的产品页面、公司页面的的买家，或者通过其他页面给您发送询盘或TradeManager联系的买家。主要有两类型用户：（1）访问您的全球旺铺/企业网站页面中任何一个页面的买家；（2）通过您的全球旺铺/企业网站以外的其他页面，给您发送询盘或用ATM与您沟通的买家。例如：如果买家通过A产品进入到我们的旺铺页面里点击到B产品，则这时A产品同时计算点击数和访客数，而B产品不计算点击数只计算访客数。

**6、为什么在“访客”的指标下没有分行业的数据？**

目前访客的主营行业识别有一定的难度，因为一个访客通常可能会访问多个行业下的产品或供应商，这样的情况下访客的行业数据容易失真，所以暂时不提供访客的行业数据。

**7、为什么访客和曝光的数值有差异？**

有曝光不一定有访客，有访客也不一定有曝光。通常有以下几种情况：

（1）您的产品或公司信息在搜索结果页面被买家看到，但买家没有点击。这种情况下，只有曝光，没有访客；

（2）买家通过站外搜索或者收藏直接访问您的全球旺铺/企业网站或者产品页面。这种情况下，没有曝光，但有访客，因为曝光数统计的是产品信息或公司信息在搜索结果列表页或类目浏览列表等页面被买家看到的次数，不包含直接访问您的全球旺铺或者产品页面的次数。

（3）买家在阿里巴巴的推荐等其他页面，如询盘成功页面推荐、TradeManager推荐等渠道给您发送询盘或用TM联系您。这种情况下，没有曝光，但有访客；

（4）当您的产品或公司在搜索结果页面被买家看到，并且买家进行了点击，这种情况下，既有曝光，也有访客；

**8、为什么访客和点击的数值有差异？**

有点击不一定有访客，有访客也不一定有点击，一个访客可以有多个点击。通常有以下几种情况：

（1）您的产品或公司信息在搜索结果页面被买家看到，买家进行了点击，并且看到了您的产品或旺铺页面，这种情况下，有点击，也有访客；但如果买家点击后，页面未加载完全就被买家关闭了，这种情况下，有点击，但可能没有访客；

（2）买家通过站外搜索或者收藏直接访问您的全球旺铺/企业网站或者产品页面。这种情况下，没有点击，但有访客；

（3）买家在阿里巴巴的推荐等其他页面，如询盘成功页面推荐、TradeManager推荐等渠道给您发送询盘或用TM联系您。这种情况下，没有点击，但有访客;

**9、为什么访客和反馈之间的数值有差异？**

有反馈一定有访客，有访客不一定有反馈，一个访客可以有多个反馈。通常有以下几种情况：

（1）无论买家通过什么页面给您发送有效询盘，均会计入到反馈中，发送询盘的买家也会被记为访客；

（2）同一个访客可以对您发送多个询盘。这种情况下，有多个反馈，只有一个访客；

（3）部分访客访问了您的产品或网站但没有发送询盘，则有访客的数据，但没有反馈的数据；

**10、曝光、点击、反馈、访客的数据是否包含中国的？**

曝光、点击、反馈、访客总量均包含来自中国大陆的，大陆地区也有买家。但数据管家同时提供了分大洲和各大洲下top国家的曝光、点击、反馈、访客，欢迎您查看。

**11、行业均值是是怎么算的？**

行业均值=付费供应商所获得的该行业效果总和/付费供应商数量。比如，行业曝光均值=付费供应商所获得的该行业曝光总和/付费供应商数量。行业点击均值、行业反馈均值、行业访客均值均依此类推。

**12、Top10均值是怎么算的？**

Top10均值=该行业效果前10位的付费供应商效果总和/10。比如，Top10曝光均值=该行业曝光前10位的付费供应商曝光总和/10。Top10点击均值、Top10反馈均值、Top10访客均值均以此类推。

**13、什么是免费海外媒体推广的访客数？**

统计周期内，通过免费海外推广方式引入，访问了您的产品页面、公司页面的的买家，或者通过其他页面给您发送询盘或TradeManager联系的买家。

**14、什么是产品的"操作效果概览"？**

"操作效果概览"主要提供两部分功能:

(1)替代原有的"查看趋势"功能，可查看产品的数据效果趋势;

(2)将记录您在指定数据周期内可能会影响产品效果的操作列表，同时，操作列表和周期内的效果数据进行对应展示，便于您进行关键操作行为的识别和记录;

**15、较上周同期、较上周累计、较上月同期、较上月累计分别是什么意思？**

较上周同期，本周和上周同一天对比，例如今天是星期三，则和上周三进行数据比对

较上周同期，本月和上月同一天对比，例如今天是12月13号，则和11月13号进行数据比对

较上周累计，是指本周累计效果数据和上周累计效果数据对比

较上月累计，是指本月累计效果数据和上月累计效果数据对比

**16、及时回复率的计算方法？**

及时回复率是最近30天内询盘及时回复+TradeManager及时回复的整体比例，体现卖家的服务态度与意愿。计算公式为：（询盘在1天内回复的买家数+TradeManager在1小时内回复的买家数）/（最近30天收到的询盘买家总数+TradeManager买家总数）

询盘及时回复率： 30天内收到的所有询盘（去除同一天内的重复询盘、被退回、举报垃圾的询盘、国内IP地址发送的询盘）中，在1天内卖家回复的占比。

TradeManager及时回复率： 30天内收到的所有TradeManager咨询（去除同一天内的重复、加入黑名单的、国内IP地址发送的咨询）中，在1小时内卖家回复的占比。

**17、行业选项的all和其他行业的选取规则是什么？**

显示产品发布最多的20个类目（19个二级类目+ all选项），其中all是您全部产品所在行业的整体效果总和，all行业下的同行效果是与您拥有相同主营行业的付费供应商其全部产品所在行业的整体效果总和；

**18、RFQ中的买家有交易意向的行为有哪些**

提交索样、提交“Place order”、点击“contact supplier”表单、点击“TradeManager”、查看卖家联系方式五种行为。

**19、数据管家各模块更新时间和频率**

数据管家因为数据的来源选择时间不一样，所以更新频率各个模块都不一样，总规则为“天上周二月三”，即：天数据每天上午更新；周数据每周二更新；月度数据每月3号更新。温馨提示：按天更新的数据，只能统计到两天前的数据；若更新时间为美国时间，存在时间差，建议下午晚点查看；由于数据量庞大，每次更新都不是肯定在某个时间点，一般更新当天数据都会展示出来，但不一定都是上午。请大家理解。