

# 转化探测与利用算法分享

数据部 王喆

@copyright 北京品友互动信息技术有限公司



## 例子1

---

点位A、曝光100,000次，转化20次，转化单价10元

点位B、曝光100,000次，转化5次，转化单价40元

**投放中要尽量利用出转化且转化单价低的点位**

## 例子2

---

点位A、曝光100,000次，转化0次

点位B、曝光100次，转化0次

投放中要尽量探测那些之前投放不充分的点位

## 例子3

点位A、曝光100,000次，转化20次，转化单价10元

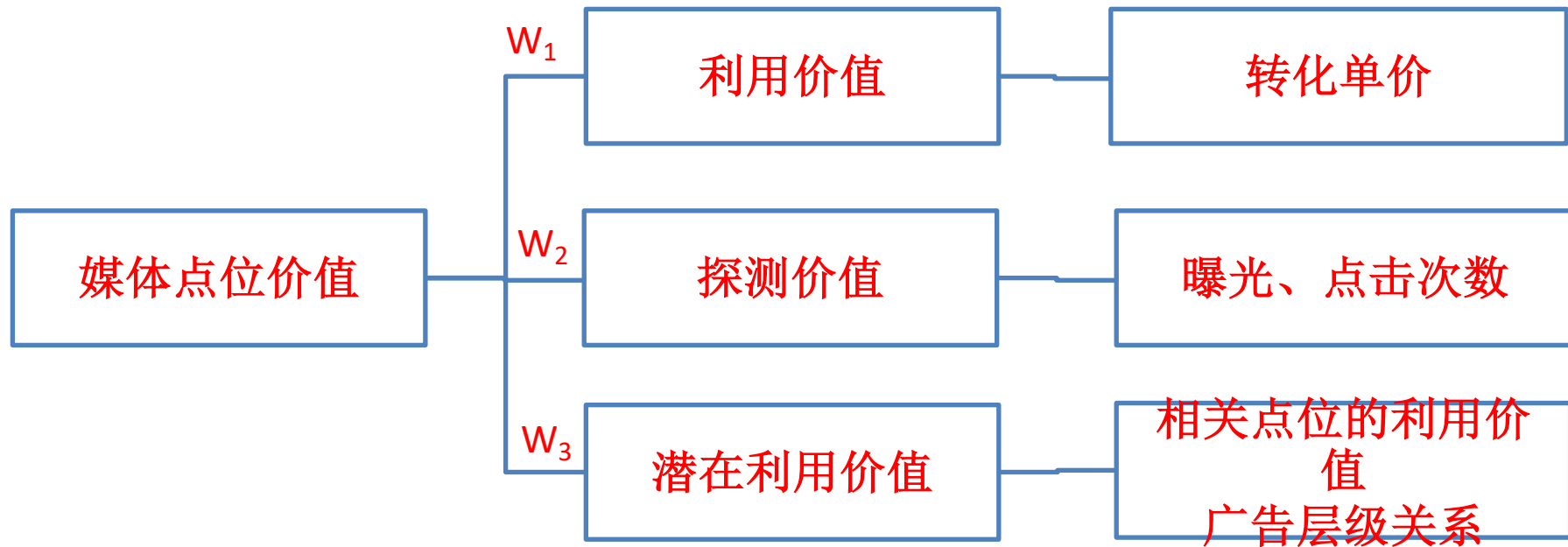
点位B、曝光50,000次，转化8次，转化单价13元

点位C、曝光20,000次，转化1次，转化单价40元

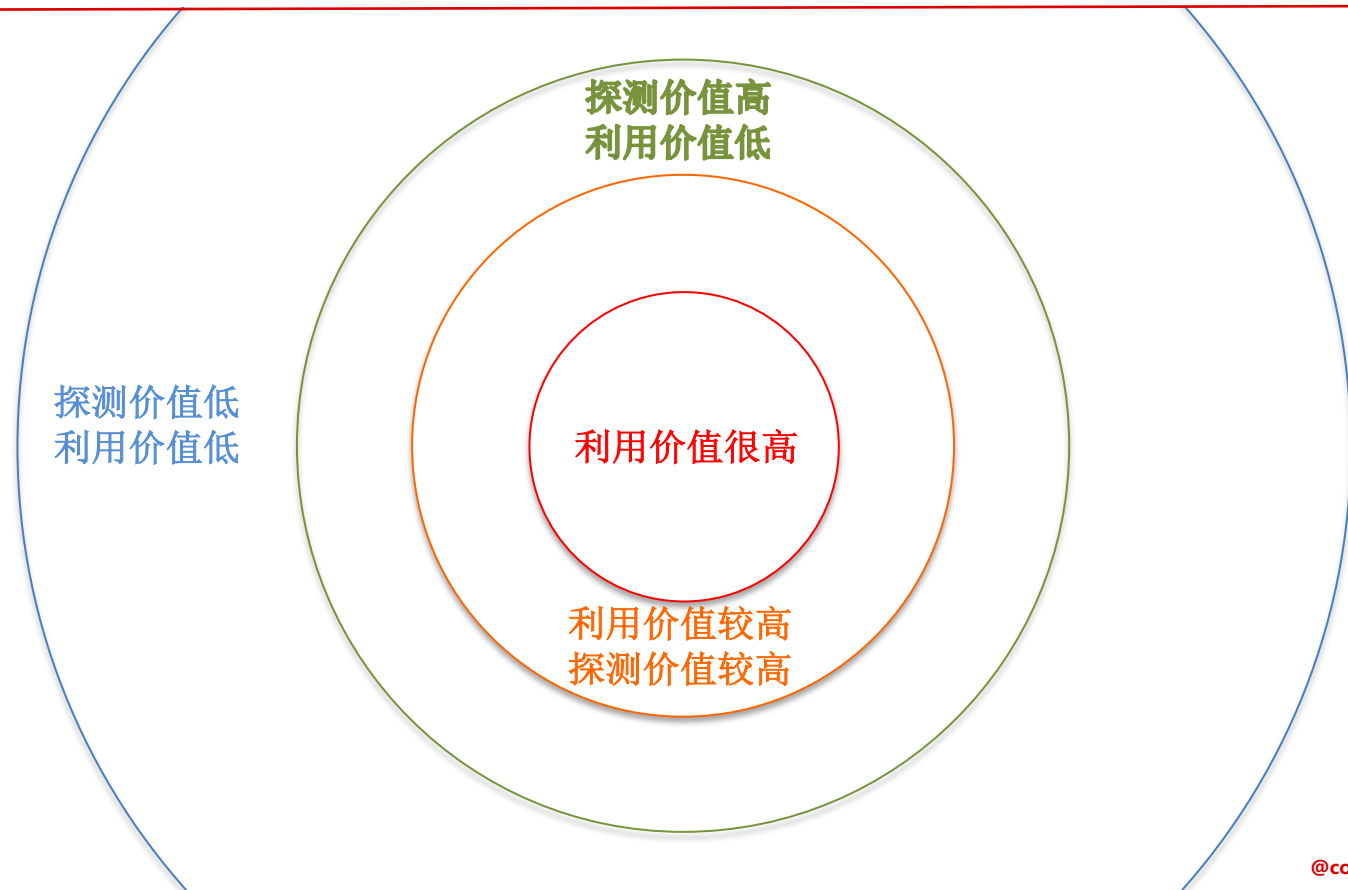
点位D、曝光1,000次，转化0次，转化单价-元

在复杂的实际投放环境中，利用“探测与利用”的算法解决转化问题

# 点位的价值



# 预算的分配



# 优化的方向

冷启动：用行业的转化探测模型进行初始投放

点位出价：对利用价值比较高，但竞价成功率较低的点位提高出价

时间衰减：转化数据对探测利用分数的影响随时间衰减

转化数据稀疏：使用其他正样本

点位级别的预算分配：数据量非常大，线上投放控制难度大

# THANKS

@copyright 北京品友互动信息技术有限公司

