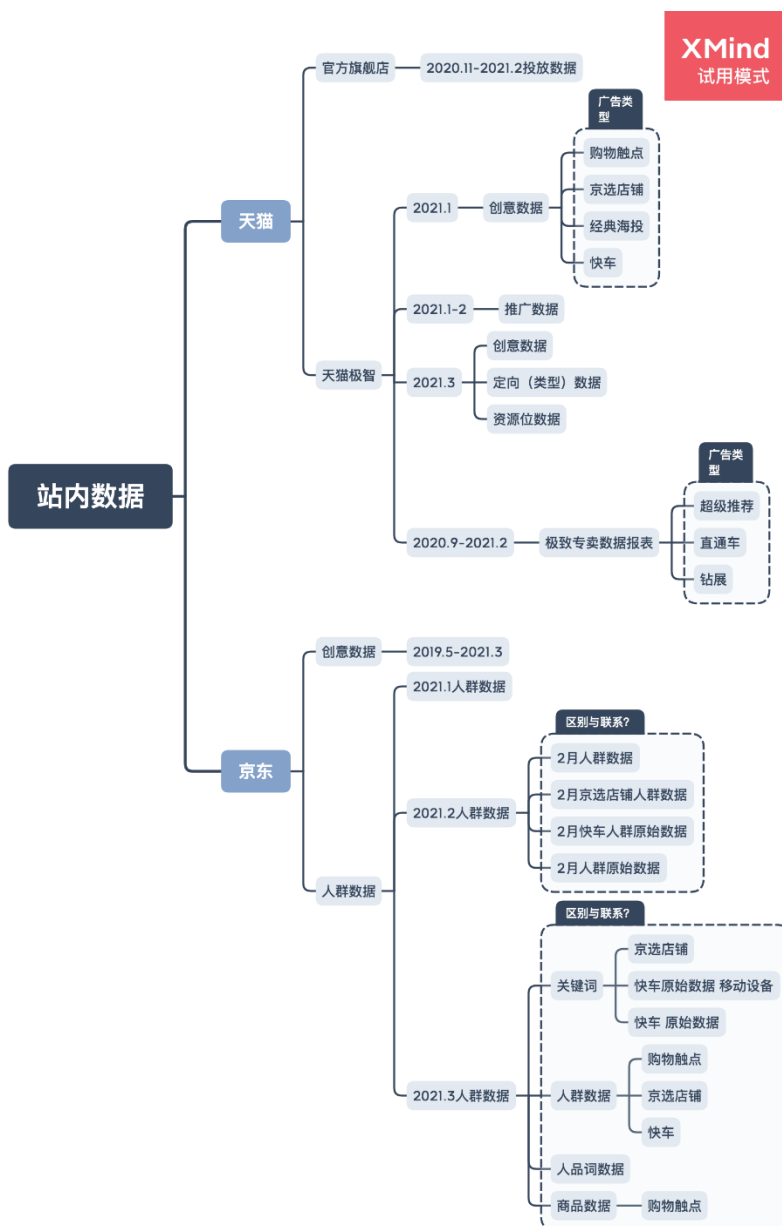


科大讯飞项目 1 问题汇总

一、站内数据

1. 京东广告形式中，海投计划和 PUSH 海投具体指哪类海投？（经典|首焦|海投新品）？
2. 京东广告形式中京选店铺属于哪类？
3. 京东资源位中的人群定向，具体指定向哪部分人群？
4. 京东展位数据中缺少 10/12 月原始数据？
5. 天猫数据中 3 天|7 天|15 天|30 天的周期在数据中具体如何体现？给出的数据是什么时间节点的？
6. 天猫旗舰店和天猫极智店除了名字不同，是否有其他定位/定价/促销等方面的不同？
7. 能否详细解释一下推广计划名字的含义？例如，“灰色购物前”、“商品定向购物中”？
8. 推广计划与推广单元的联系？
9. 广告形式的具体展现是什么样？
10. 钻展，超级推荐，直通车，品销宝分别是什么？
11. 品销宝没有数据说明，能否增加数据字段说明？
12. 流量来源中的计算机站内外和移动站内外指的是？
13. 预售商品一般是新品的预售还是促销产品的新链接？
14. 人群如何对应推广计划？
15. 推广计划是否拥有预计收益？
16. 投放素材的表单是空的，是否需要补充或者不考虑？

17. 钻展数据的说明里提到“由于店铺级别无法剔除会导致费用更高”，那么普通计划的单位是以产品计算，但钻展中出现了以店铺为单位的计算？能否详细解释一下？
18. 人群数据文件夹中，各文件之间是否有联系？
19. 有一些数据字段中存在大量空白，例如天猫人群数据中心的“类型”字段，存在“定向、类型、空白”三种情况，空白可以认为是数据缺失？



二、站外数据

1. 9月新品 sr702 推广的设计里头条与腾讯新闻渠道没有落地页
2. 抖音合作里，部分合作的达人与录音笔没有直接的关系，甚至拍出来的视频的主题也是没有太大关系，只是合作人自身名气较大。这种没有太大关联的广告投放的效果究竟如何呢（数据只有播放量，点赞量，评论量，转发量，CPM），如站外投放的预期，是怎么制定的，考虑了哪些因素
3. 目前站外投放是什么策略，比如每天投放哪几个平台，还是就是跟固定的平台长期合作，如何分配的这些广告的比重
4. 研究的细节，我们是针对一个产品来研究，还是根据整个品牌得来进行研究
5. 比如，我们研究产品周期的话，可以把一天分时间段来进行细化的样子，会有这方面的数据吗
6. 站外带来的订单的具体数据会有吗，比如用户的基本信息，订单规模等
7. 媒体反馈的数据和监测数据为什么会有出入
8. 站外那些不挂购买链接的广告，如何测定他们带来的下单数果有相关数据在哪里呢？

三、促销及销售数据

1. 用销售数据中每个渠道的成交量衡量广告效果还是用转化率之类的数据衡量广告效果？
2. 各种流量的区分标准？
3. RTB 预算，RTB 的定义？