

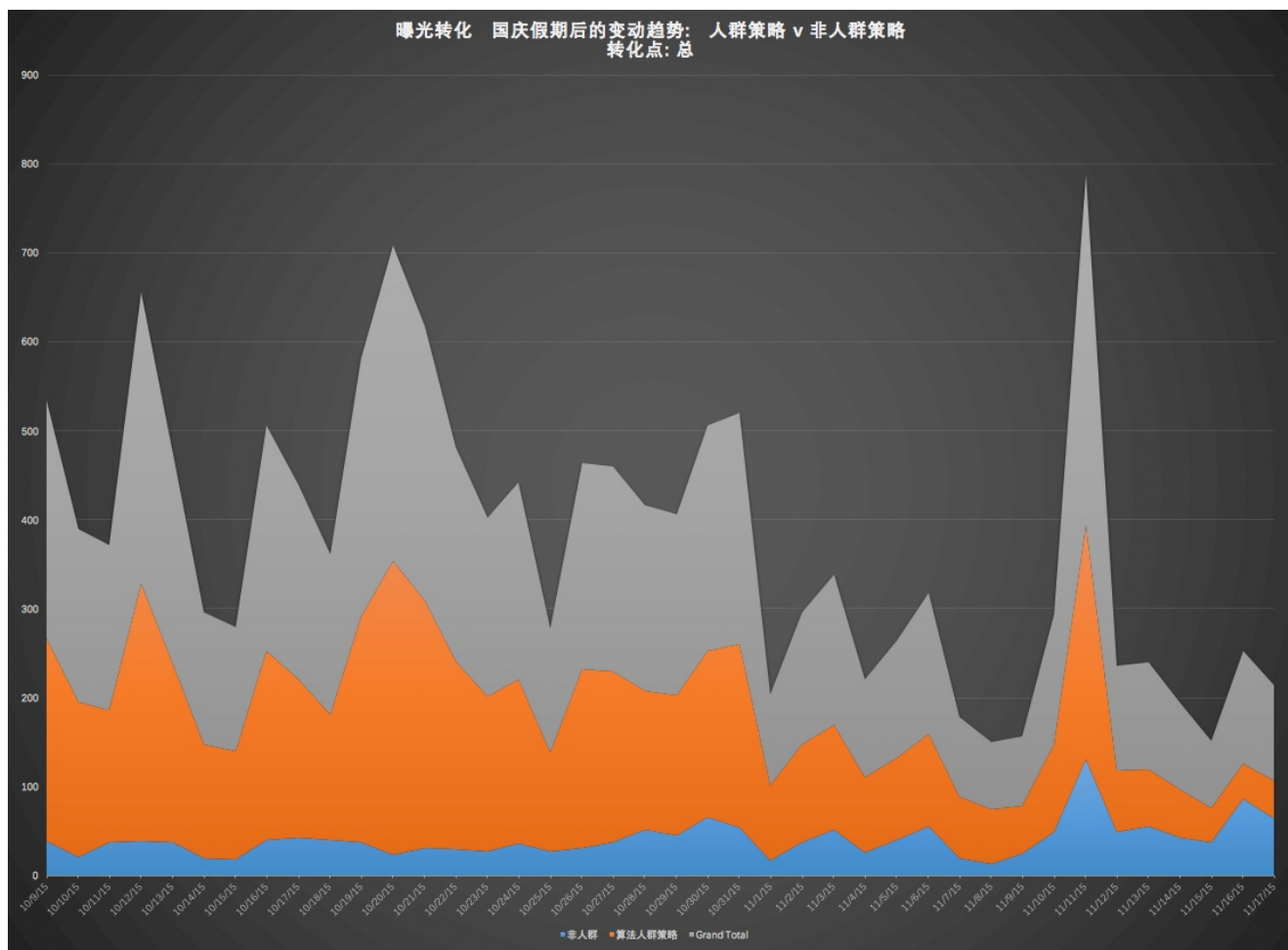
广众

分析时间窗10.8 - 11.17

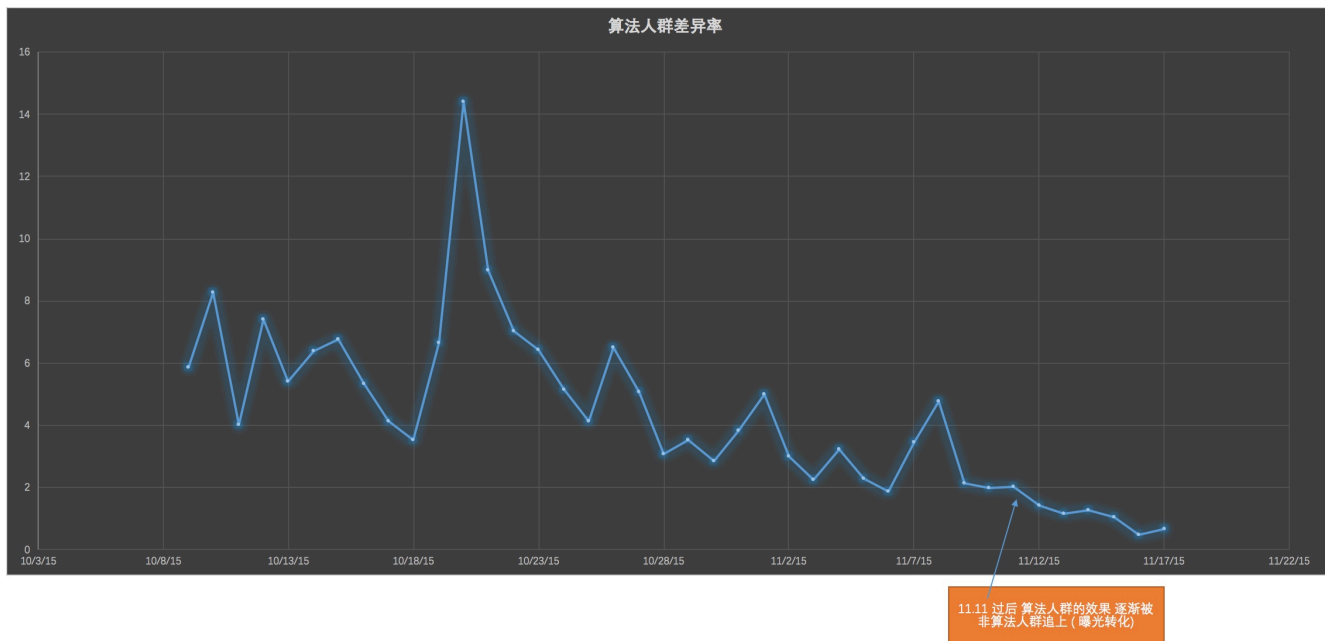
曝光转化

结论: 在整体的曝光转化数有下降趋势的前提下(由于"双十一"的数据影响, 暂时很难评定双十一对后续的下沉趋势有推波助澜的作用), 单纯对比两类策略的效果, 一是使用了算法人群的, 另一类是未使用人群(找回, 黑白名单, 等)。

全转化点



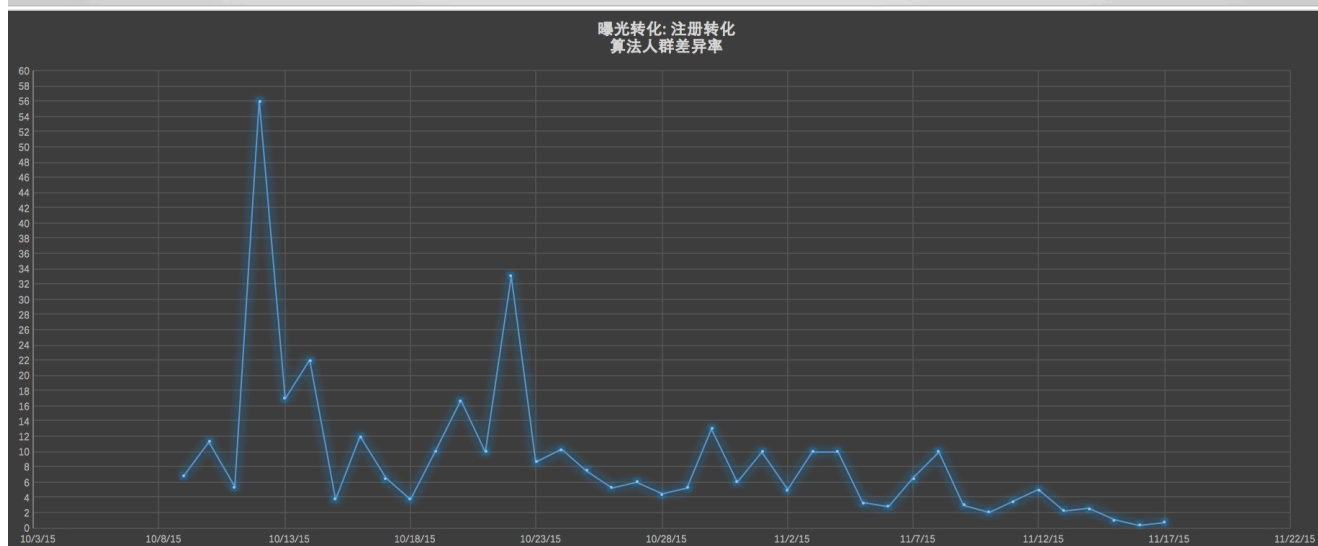
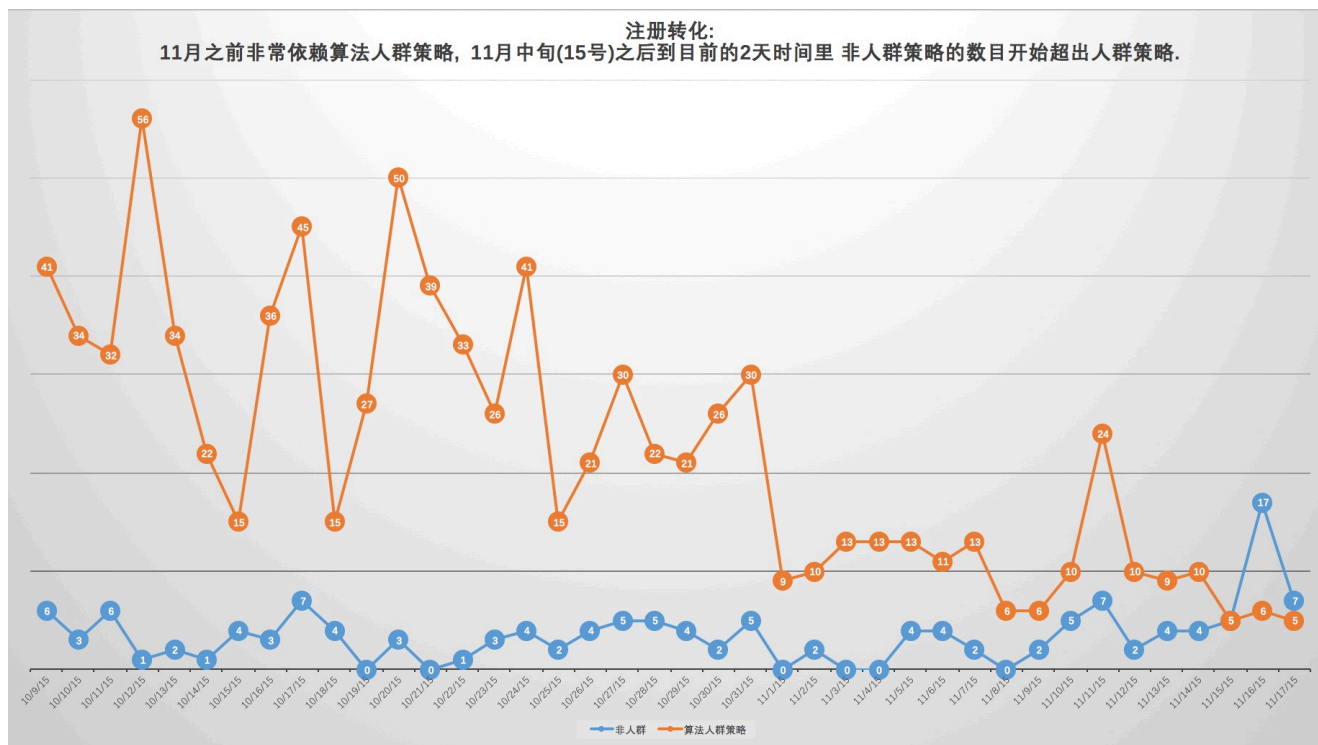
图中 蓝色表示使用非算法人群类的曝光转化数, 橙色表示算法人群的贡献.
11月之前基本是算法人群在起带动作用, 可从 算法人群/非算法 的倍数曲线看出:



双十一之后, 人群策略的效果优势不再明显.

注册转化点

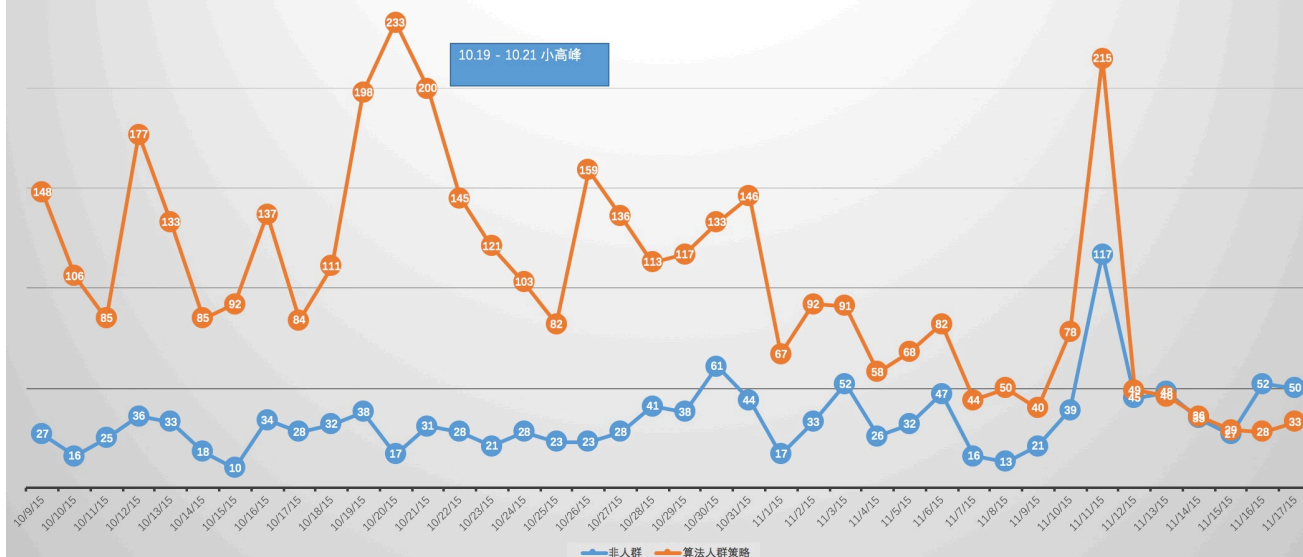
注册转化: 看人群转化的走势能明显看到下降的大趋势, 相比较而言在双11之后 非人群类策略的效果开始上升, 在15号超过人群.



投资成功转化点

投资成功转化: 注册转化: 看人群转化的走势能明显看到下降的大趋势, 相比较而言在双11之后 非人群类策略的效果开始上升, 在15号超过人群.

投资成功: 大致表现和注册成功类似,
11月之前非常依赖算法人群策略, 11月12号之后到目前的2天时间里 非人群策略的数目开始超出人群策略.

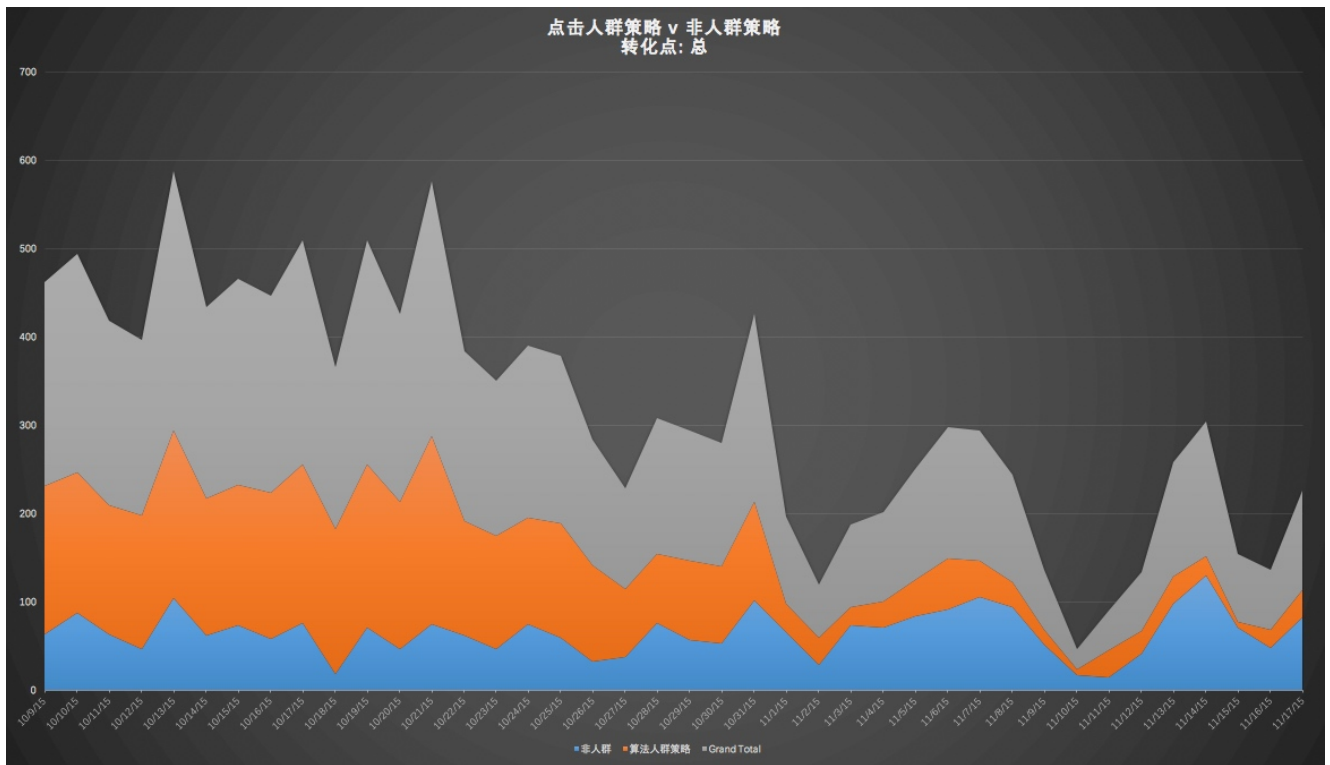


点击转化

全转化点

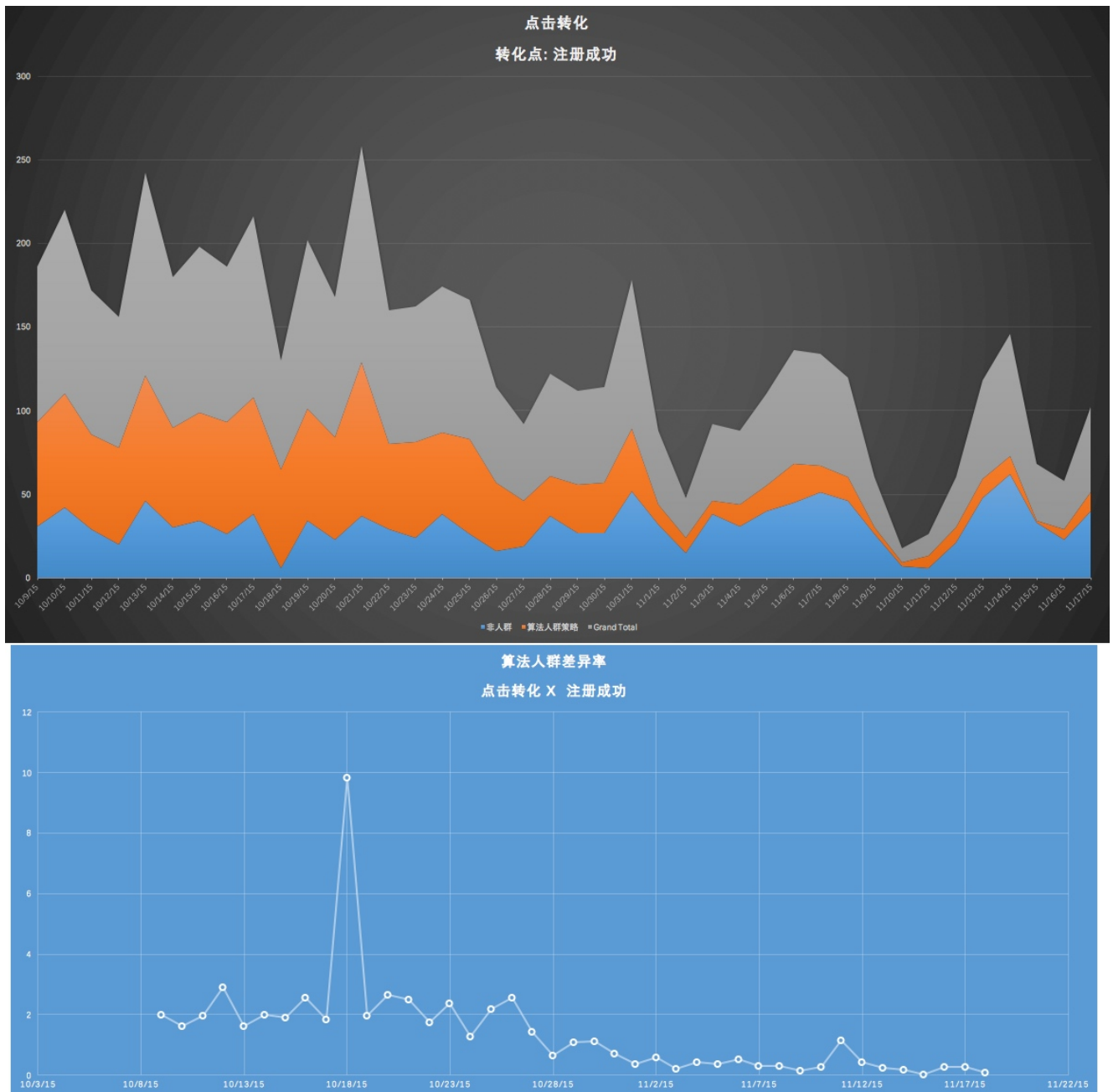
在点转的角度做同样的观测: 算法人群的优势则在往前推至10.28日 --

- 10.28前 人群好过非人群两倍
- 10.28之后 非人群好过人群两倍 (双11 例外)



注册成功转化点

注册成功的趋势基本和全转化点一致 (注册占整体转化的绝大多数)



投资成功 转化点

由于投资成功此转化点的数量过少, 因此策略差异曲线就显得没有意义.

单纯看下面的面积图, 不难看到:

几乎在10.8号之后的非人群策略 很难维持稳定的投资成功转化;

11月3号前后 人群类的投资转化下降明显.

点击转化 人群策略 v 非人群策略
转化点: 投资成功

