

腾讯社交广告进阶优化培训系列

转化追踪 —— 如何统计广告效果

目录

- 1 转化追踪的几个关键词
- 2 移动APP转化追踪介绍
- 3 网页转化追踪介绍
- 4 转化追踪高频问题汇总

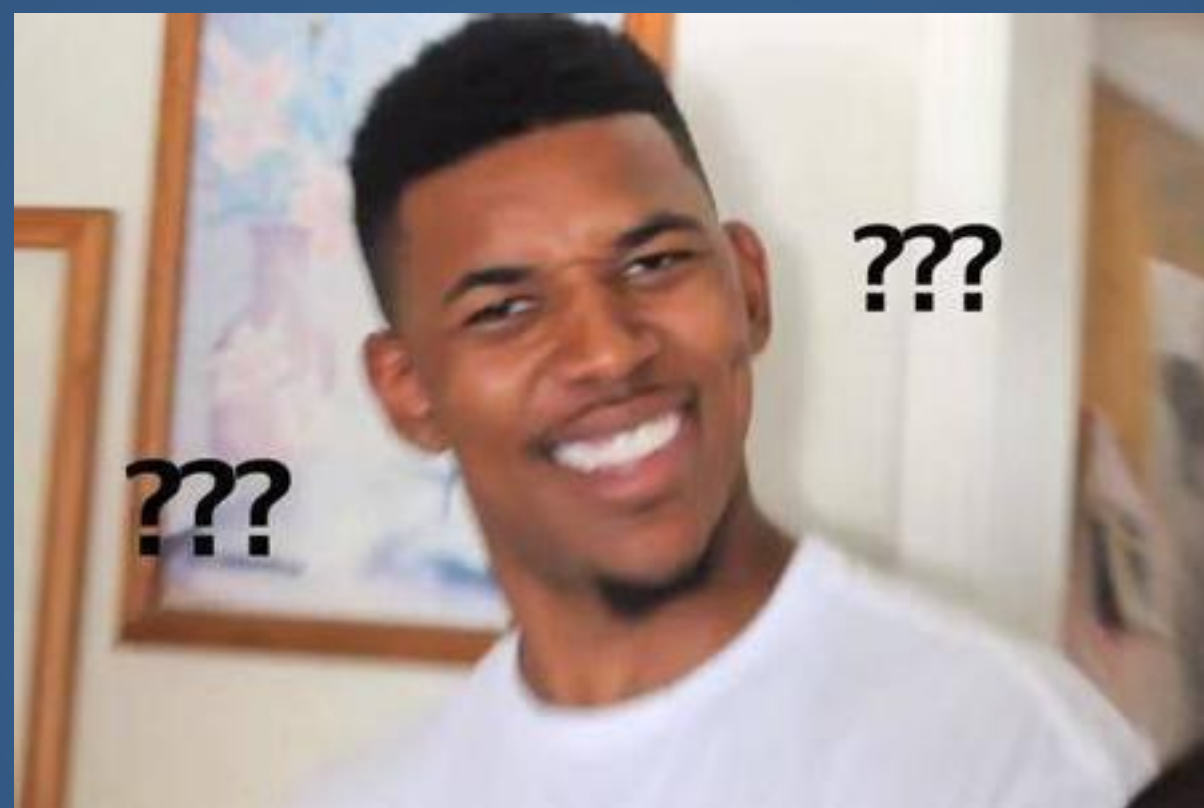




转化追踪的几个关键词

转化追踪的几个关键词

意义不大(。`ω´。)



加密复杂(´◡ω◡`)

激活均价(◎◎◎)

数据不准(ノ`Д´)ノ

转化价值(☆▽☆)

转化追踪的常见误解

Android有渠道包，不需要接入转化追踪：

1. 普通的渠道包只能监控到渠道总量，无法精确的评估**每一条广告**的效果
2. 渠道包的数据没有上报给腾讯社交广告，因此腾讯社交广告无法根据效果数据进行优化
3. 不接入转化数据的情况下，无法使用**oCPA**

接入激活就够了，其他指标不重要：

1. 激活只是广告效果的开始，后续还有**注册、付费、留存**等核心行为数据
2. 不同的转化数据能够定位出不同的人群标签，可以利用腾讯社交广告**looklike**能力，不断优化迭代广告效果
3. 目前oCPA虽然只提供了激活均价作为出价标准，后续也会推出针对其他转化类型的能力。

注：Optimized CPA (oCPA) 是一种针对移动APP下载广告的智能竞价策略，目前支持对**激活**出价，按点击扣费。

关于oCPA的介绍详见 [《 OCPA 产品使用说明 》](#)



移动APP转化追踪介绍

移动APP转化追踪能力介绍

| 转化类型 | 行为分类 | 备注 |
|-------------------------|--------|-----------------|
| 激活、注册、加入购物车、付费 | 基本转化类型 | 加入购物车、付费均支持上报金额 |
| 唤醒、打开、第二日留存、第三日留存、第七日留存 | 启动行为 | 尚未全量，需申请白名单 |
| 评分、搜索 | 用户行为 | |

移动APP转化追踪行为介绍

| 转化类型 | 转化类型定义 |
|-------|---|
| 激活 | 指点击广告后，在之后30天内第一次启动APP的行为 |
| 注册 | 指用户在应用内完成注册的转化行为，如手机号码验证、通过QQ号、微信号或微博账号等方式授权登陆、注册应用账户等。 |
| 加入购物车 | 指用户在应用内发起购买但未完成支付的转化行为。 |
| 付费 | 指用户在应用内进行付费，完成交易的转化行为。 |
| 唤醒 | 指已经超过7天不使用该APP的用户，点击广告后，当天启动了此APP的转化行为。 |
| 打开 | 指激活之后，到广告影响生命周期（30天）结束，用户启动APP转化行为。 |
| 第二日留存 | 指激活转化行为第二天，用户打开了APP的转化行为 |
| 第三日留存 | 指激活转化行为第三天，用户打开了APP的转化行为 |
| 第七日留存 | 指激活转化行为第七天，用户均打开了APP的转化行为 |
| 评分 | 指在APP的某些场景进行评分的转化行为。（例如对某广告推广商品的评价） |
| 搜索 | 指用户在APP中搜索内容的转化行为。 |

移动APP转化追踪接入方式介绍

| 接入方式 | | 接入流程 | 特点 | 接入难度 |
|-------|--------|---|---------------------------------------|------|
| SDK方案 | | <ol style="list-style-type: none">1. 在APP内嵌入SDK2. 在转化行为发生逻辑调用SDK的方法3. 上架新的APP | 接入简单，数据可靠性强，接入后APP大小增加50KB | 非常简单 |
| API方案 | API方案一 | <ol style="list-style-type: none">1. 广告主自建服务接受点击信息2. 广告主统计APP转化行为3. 广告主对比点击行为和转化行为数据4. 广告主将由腾讯社交广告带来的转化行为上报给腾讯社交广告5. 腾讯社交广告对转化行为进行匹配后呈现在投放端 | 需要自建服务，监控APP行为且对上报数据进行加密开发，数据稳定性不如SDK | 复杂 |
| | API方案二 | <ol style="list-style-type: none">1. 广告主统计APP转化行为2. 广告主上报统计到的转化行为3. 腾讯社交广告对转化行为进行匹配4. 腾讯社交广告对转化行为进行匹配后呈现在投放端 | 需要监控APP行为且对上报数据进行加密开发 | 较为复杂 |
| 第三方监控 | | 依照第三方广告监控提供的文档进行对接 已对接的第三方有：热云数据、TalkingData、AppsFlyer、AdMaster | 不需要做开发 | 简单 |

移动APP转化追踪SDK方案介绍

SDK技术原理：

广告主需要在APP内符合转化行为的位置调用SDK中提供的方法。例如上报激活事件，只需要一行代码就可以完成。

```
#import "GDTTrack.h"

@implementation GDTAppDelegate

- (void)applicationDidBecomeActive:(UIApplication *)application
{
    [GDTTrack activateApp];
}

@end
```

SDK接入后：

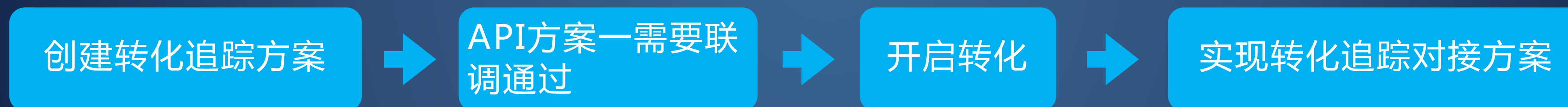
接入SDK不会对APP审核造成任何影响

接入SDK后，APP的体积会增加50KB左右

SDK中上报的数据量非常小，且在弱网络环境下，不会对用户实际使用APP有任何影响，也不会让用户有所感知。

移动APP转化追踪接入流程

移动APP转化追踪接入流程



如何创建转化追踪-移动APP

投放管理平台

内涵
QQ:1109262631 帐户ID:415148

退出 新建广告

您的账户余额不足, 为保证广告投放, 请尽快充值。点击进入 [财务信息](#)

账户辅助

- 权限管理**
多人多角色精细化协作管理账户
- 通知设置**
多种消息通道设置, 及时掌握账户动态
- 账号中心**
账号信息查看与维护
- 广告资质**
广告相关资质的管理
- 操作日志**
多维度查看, 搜索操作记录

投放辅助

- 定向包管理**
多定向集合快速复用, 提高投放效率
- 自定义人群管理**
找回网站访客、上传自定义人群、或是智能寻找潜客, 提升广告投放精准度。
- 创意制作工具**
便捷引用模板或灵活编辑物料, 高效制作广告创意
- 移动建站工具** Powered by 风铃
通过拖拽、模块组合的方式
轻松快捷建立您的移动站点

转化辅助

- 转化跟踪**
跟踪自定义转化指标

工具箱

如何创建转化追踪-移动APP

您的账户余额不足，为保证广告投放，请尽快充值。点击进入 [财务信息](#)

← **移动应用转化跟踪** 网页转化跟踪

创建新转化：广告主可以为应用、网页等创建转化跟踪
查看转化指标：创建新转化之后，广告主可以在报表系统里查看广告粒度的转化数
对移动应用：广告主可以选择SDK方案或者API方案统计激活数据

创建新转化

| 转化名称 | 标的物类型 | 跟踪目标 | 转化类别 | 联调状态 | 转化状态 | 操作 |
|----------|-----------------|-----------|------|-------|-------|--|
| 测试转化-SDK | 开放平台Android APP | 100686853 | 激活 | | 未启用 ▶ | 查看 编辑 删除 |
| 测试转化-注册 | 开放平台Android APP | 100884796 | 注册 | | 未启用 | 查看 编辑 删除 |
| 测试转化-激活 | 开放平台Android APP | 100884796 | 激活 | 未调试 ⚠ | 未启用 | 查看 编辑 删除 |

目前只有开通了[网页转化方案白名单](#)的广告主才能看到『[网页转化跟踪](#)』

如何创建转化追踪-移动APP

The screenshot displays the '移动应用转化跟踪' (Mobile App Conversion Tracking) section of the Tencent Social Ads interface. A modal dialog titled '创建新转化' (Create New Conversion) is open, allowing users to configure tracking for a mobile application. The dialog includes options for the mobile platform (Android, iOS, or Alliance Android), a text input field for the application ID, a dropdown for the conversion type (currently set to '激活'), and radio buttons for the conversion method (SDK, API 1, or API 2). A red box highlights the application ID input field, and a red callout box provides instructions: '如果是iOS 则为AppStore的应用ID' and '如果是Android或联盟Android, 则是应用宝的应用ID'. The background shows a table with columns for '标的物类型' (Product Type), '转化状态' (Conversion Status), and '操作' (Action).

化: 广告主可以为应用、网页等创建转化跟踪

指标: 创建新转化之后, 广告主可以在报表系统里查看广告粒度的转化数

用: 广告主可以选择SDK方案或者API方案统计激活数据

标的物类型

移动平台 Android iOS 联盟Android应用

移动应用

- 如果是iOS 则为AppStore的应用ID
- 如果是Android或联盟Android, 则是应用宝的应用ID

转化类别 激活

转化方案 SDK方案 API方案一 API方案二

取消 提交

| 标的物类型 | 转化状态 | 操作 |
|------------------|------|---|
| iOS AppStore | 未启用 | 查看 编辑 删 |
| 开放平台Andr | 启用 | 查看 编辑 删 |
| ...&*.....^"/&\$ | 启用 | 查看 编辑 删 |

应用ID问题是创建移动应用转化时的常见疑问

联调状态说明

您的账户余额不足, 为保证广告投放, 请尽快充值。点击进入 [财务信息](#)

← **移动应用转化跟踪** 网页转化跟踪

创建新转化: 广告主可以为应用、网页等创建转化跟踪
查看转化指标: 创建新转化之后, 广告主可以在报表系统里查看广告粒度的转化数
对移动应用: 广告主可以选择SDK方案或者API方案统计激活数据

创建新转化

| 转化名称 | 标的物类型 | 跟踪目标 | 转化类别 | 联调状态 | 转化状态 | 操作 |
|----------|-----------------|-----------|------|-------|-------|--|
| 测试转化-SDK | 开放平台Android APP | 100686853 | 激活 | | 未启用 ▶ | 查看 编辑 删除 |
| 测试转化-注册 | 开放平台Android APP | 100884796 | 注册 | | 未启用 | 查看 编辑 删除 |
| 测试转化-激活 | 开放平台Android APP | 100884796 | 激活 | 未调试 ⚠ | 未启用 | 查看 编辑 删除 |

在此处开启转化

只有API方案一才需要联调
API方案二和SDK方案都不会显示联调状态

开启转化

您的账户余额不足, 为保证广告投放, 请尽快充值。点击进入 [财务信息](#)

← **移动应用转化跟踪** 网页转化跟踪

创建新转化: 广告主可以为应用、网页等创建转化跟踪
查看转化指标: 创建新转化之后, 广告主可以在报表系统里查看广告粒度的转化数
对移动应用: 广告主可以选择SDK方案或者API方案统计激活数据

创建新转化

| 转化名称 | 标的物类型 | 跟踪目标 | 转化类别 | 联调状态 | 转化状态 | 操作 |
|----------|-----------------|-----------|------|-------|-------|--|
| 测试转化-SDK | 开放平台Android APP | 100686853 | 激活 | | 未启用 ▶ | 查看 编辑 删除 |
| 测试转化-注册 | 开放平台Android APP | 100884796 | 注册 | | 未启用 | 查看 编辑 删除 |
| 测试转化-激活 | 开放平台Android APP | 100884796 | 激活 | 未调试 ⚠ | 未启用 | 查看 编辑 删除 |

在此处开启转化

在转化列表中的『转化状态』处开启转化
只有开启转化后, 才能实现转化数据上报, 开启转化不会产生任何额外费用

3

网页转化追踪介绍

网页转化追踪能力介绍

| 转化类型 | 备注 |
|---|---------------------|
| 关键页面访问、注册、加入购物车、下单、成交、网页咨询、电话直拨、电话回拨、表单预约 | URL方案和像素方案均支持以上转化类型 |

网页转化追踪行为介绍

| 新增转化类型 | 转化类型定义 |
|--------|----------------------------|
| 注册 | 用户在页面发生注册的转化行为。 |
| 加入购物车 | 用户将待买的商品加入购物车的转化行为。 |
| 下单 | 用户下单但未完成交易的转化行为。 |
| 成交 | 用户完成订单产生支付的转化行为。 |
| 关键页面访问 | 用户访问了某一关键页面的转化行为。 |
| 网页咨询 | 用户通过网页或唤起在线客服对话框进行咨询的转化行为。 |
| 电话直拨 | 用户通过页面点击直接呼起电话拨打的转化行为。 |
| 电话回拨 | 用户在网页提交自己电话等待广告主回拨的转化行为。 |
| 表单预约 | 用户在网页上完成表单填写提交预约申请的转化行为。 |

网页转化转化追踪方案介绍

| 接入方式 | 特点 | 接入流程 |
|-------|---|---|
| URL方案 | 一种通过在关键页面（例如商品落地页）布置代码，记录相应转化行为的网页转化追踪方案。 | <ol style="list-style-type: none">1. 确定需要追踪效果的页面的URL2. 在投放端创建转化，获取URL方案JS代码3. 在对应页面布置JS代码 |
| 像素方案 | 一种通过在页面关键行为（例如购买按钮）处布置代码，记录相应转化行为的网页转化追踪方案。 | <ol style="list-style-type: none">1. 在投放端创建转化，获取像素代码2. 在所追踪的行为被触发时的执行逻辑处布置像素代码 |

以上两种网页转化方案目前均需要申请白名单才能使用

网页转化URL方案介绍

URL方案是一种通过在**关键页面**（例如商品落地页）布置代码，记录相应转化行为的网页转化追踪方案。

一个账户只有一套URL代码，区分不同的追踪对象主要是根据创建转化时选择的转化类型和填入的URL

如果广告主需要关注的转化行为分别属于不同的特定页面，那么建议广告主使用URL方案。

网页转化像素方案介绍

一种通过在页面关键行为（例如购买按钮）处布置代码，记录相应转化行为的网页转化追踪方案。

像素方案有两种常见的布码思路：

思路一：将代码布置在**关键逻辑**执行处

例如：

广告主要监控下单行为，下单按钮处有两种处理逻辑：

逻辑1.资料完整，下单成功

逻辑2.资料不完整，需要补齐资料

像素代码应该放置在**逻辑1**的执行路径中

思路二：将代码布置在**关键页面**处

例如：

广告主要监控下单行为，在下单成功跳转页布置像素代码

这里需要注意，将像素代码放在优先执行的位置，例如head头中**第一个执行的脚本**

如果像素代码**执行顺序**较晚，有可能出现用户关闭下单成功页面，且尚未执行像素代码中的js脚本，转化数据没有上报

布码实例

```
1 <!DOCTYPE html PUBLIC "-//W3C//DTD XHTML 1.0 Transitional//EN" "http://www.w3.org/TR/xhtml1/DTD/xhtml1-transitional.d
2 <html xmlns="http://www.w3.org/1999/xhtml">
3 <head>
4 <meta http-equiv="X-UA-Compatible" content="IE=7">
5 <meta http-equiv="Content-Type" content="text/html; charset=gb2312" />
6 <title>您的订单正在提交中，请耐心等待……</title>
7 <meta name="Author" Content="goingta, QQ860180810">
8 <meta name="Copyright" Content="zsfhw.taobao.com, yun.not3.com, All Rights Reserved">
9 <meta name="viewport" content="width=device-width, initial-scale=1.0, minimum-scale=0.3, maximum-scale=1.0">
10 <link href="images/main.css" rel="stylesheet" type="text/css" />
11 <link href="images/index.css" rel="stylesheet" type="text/css" />
12 <script type="text/javascript">
13     var gdt_tracker = gdt_tracker || [];
14     gdt_tracker.push(["set_account_id", "2796330"]);
15     gdt_tracker.push(["add_action", "TRACK_CONVERSION", "10416"]);
16     gdt_tracker.push(["send"]);
17
18     (function() {
19         var doc=document, h=doc.getElementsByTagName('head')[0], s=doc.createElement('script');
20         s.async=true;
21         s.src="//qzs.qq.com/qzone/biz/res/gt.js";
22         h && h.insertBefore(s, h.firstChild)
23     })();
24 </script>
25 <script type="text/javascript" src="images/notorder.js"></script>
26 <link rel="stylesheet" href="app/jdt/images/progressbar.css">
27 <script src="images/jquery-1.9.1.min.js"></script>
28 </head>
29 <body>
```

网页转化追踪接入流程

网页转化追踪接入流程

创建转化追踪方案



在网页上布置代码



开启转化



验证代码



关联广告

如何创建转化追踪-网页转化追踪

移动应用转化跟踪

网页转化跟踪

创建新转化: 广告主可以为应用、网页等创建转化跟踪

查看转化指标: 创建新转化之后, 广告主可以在报表系统里查看广告粒度的转化指标数

对网页: 广告主可以选择URL方案统计PC平台网页转化数据

创建新转化

| 转化名称 | 标的物类型 | 跟踪目标 | 转化类别 | 联调状态 | 转化状态 | 操作 |
|-------------|-------|------|---------|----------|------|--|
| URL代码测试 | PC | - | 关键页面浏览量 | 待验证 | 启用 | 查看 编辑 删除 关联至投放中的广告 查看已关联广告 |
| 像素代码测试 | PC | - | 成交 | 待验证 | 启用 | 查看 编辑 删除 关联至投放中的广告 查看已关联广告 |
| 像素代码测试-验证完成 | PC | - | 表单预约 | 代码安装验证成功 | 启用 | 查看 编辑 删除 关联至投放中的广告 查看已关联广告 |

在此处开启转化

创建转化后, 需要先开启转化才能进行代码验证

如何创建转化追踪-网页转化追踪

移动应用转化跟踪 网页转化跟踪

转化：广告主可以为应用、网页等创建转化跟踪
转化指标：创建新转化之后，广告主可以在报表系统里查看广告粒度的转化指标数
广告主可以选择URL方案统计PC平台网页转化数

创建新转化

网页平台 PC Mobile

转化方案 URL方案 像素方案

转化类别 关键页面访问量

计数方式 记录每一次转化（假设一次广告点击带来了N次购买，将记为N次转化）
 只记录一次转化（假设一次广告点击带来了N次购买，将记为一次转化）

取消 提交

| 转化ID | 标的物类型 |
|--------|--------|
| test | PC |
| | PC |
| 1 | MOBILE |
| 231231 | PC |
| | PC |
| | PC |
| | PC |
| | PC |
| | PC |
| | PC |

创建网页转化时，需要考虑清楚是否记录每一次转化

验证代码

← 移动应用转化跟踪 **网页转化跟踪**

创建新转化：广告主可以为应用、网页等创建转化跟踪
查看转化指标：创建新转化之后，广告主可以在报表系统里查看广告粒度的转化指标数
对网页：广告主可以选择URL方案统计PC平台网页转化数据

创建新转化

| 转化名称 | 标的物类型 | 跟踪目标 | 转化类别 | 联调状态 | 转化状态 | 操作 |
|-------------|-------|------|---------|----------|------|--|
| URL代码测试 | PC | - | 关键页面浏览量 | 待验证 | 启用 | 查看 编辑 删除 关联至投放中的广告 查看已关联广告 |
| 像素代码测试 | PC | - | 成交 | 待验证 | 启用 | 查看 编辑 删除 关联至投放中的广告 查看已关联广告 |
| 像素代码测试-验证完成 | PC | - | 表单预约 | 代码安装验证成功 | 启用 | 查看 编辑 删除 关联至投放中的广告 查看已关联广告 |

URL方案和像素方案都需要验证代码，且都需要先开启转化

关联广告

您的账户余额不足，为保证广告投放，请尽快充值。点击进入 [财务信息](#)

← 移动应用转化跟踪 网页转化跟踪

创建新转化：广告主可以为应用、网页等创建转化跟踪
查看转化指标：创建新转化之后，广告主可以在报表系统
对网页：广告主可以选择URL方案统计PC平台网页转化数

创建新转化

| 转化名称 | 标的物类型 |
|-------------|-------|
| URL代码测试 | PC |
| 像素代码测试 | PC |
| 像素代码测试-验证完成 | PC |

关联至投放中的广告

商品类型：网站链接

请输入广告ID或者广告名称

- 微云CPD370-1
- CPD微云372-1
- CPDIOS微云374-1
- 微云CPDIOS370-1
 - Ad-微云CPDIOS370-100110001
- 微云CPD372规格验证-1
- CPD微云开屏368规格验证-1
- 测试用广告368
- CPD随物品订单外网...

已选择2个

- Ad-微云CPDIOS370-100110001
- 测试用广告368

添加

取消 保存

操作

- 查看 编辑 删除 关联至投放中的广告 查看已关联广告
- 查看 编辑 删除 关联至投放中的广告 查看已关联广告
- 查看 编辑 删除 关联至投放中的广告 查看已关联广告

运行脚本“...”

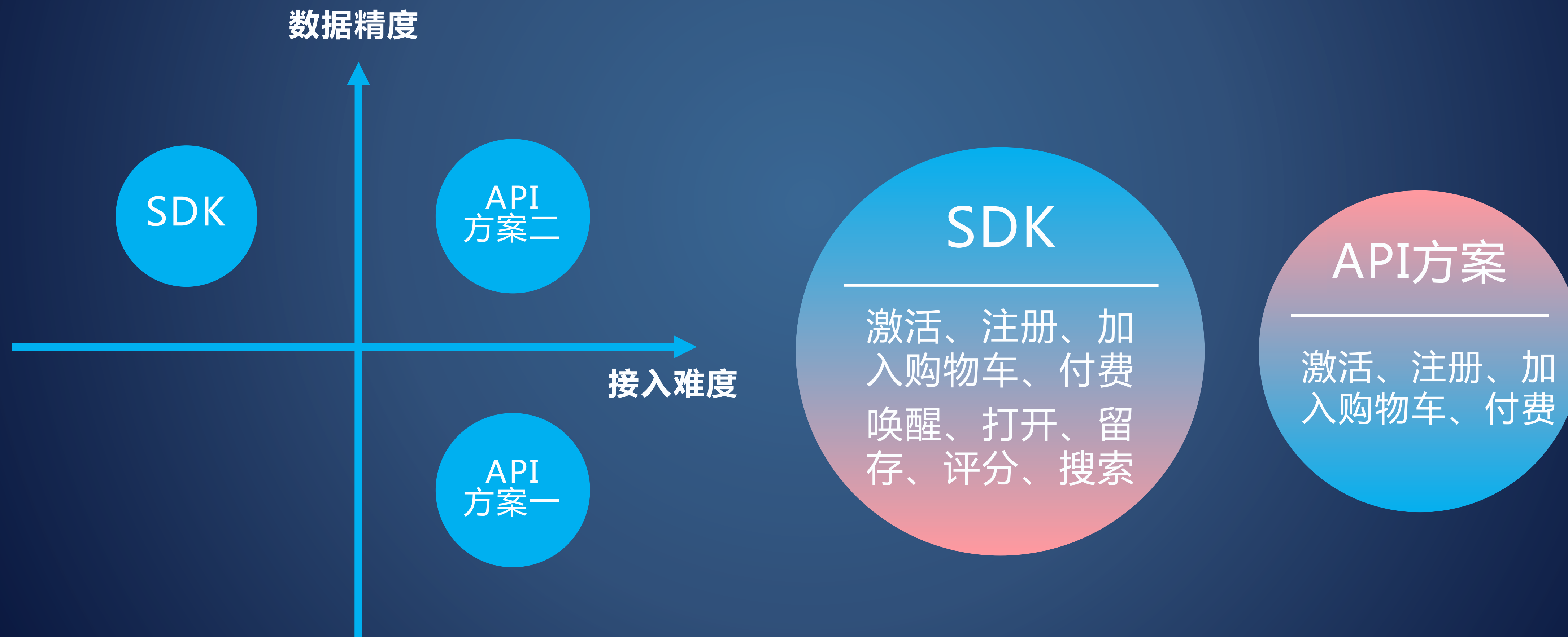
只有与转化追踪**关联**了的广告才能被统计到转化数据

4

高频问题汇总

转化高频问题汇总

问题1：如何选择移动转化追踪接入方案



转化高频问题汇总

问题2：转化追踪接入文档

[腾讯社交广告移动APP转化追踪API方案一](#)

[腾讯社交广告移动APP转化追踪API方案二](#)

[腾讯社交广告移动APP转化追踪 iOS SDK](#)

[腾讯社交广告移动APP转化追踪 Android SDK](#)

[腾讯社交广告网页转化追踪URL方案](#)

[腾讯社交广告网页转化追踪像素方案](#)

[以上文档固定更新页面](#)

转化高频问题汇总

问题3：转化接入后，数据存在误差：数据不准/数据延迟/与第三方监控数据不一致

问题原因：广告主对激活的统计维度和腾讯社交广告不同

详细说明：对上报数据的广告主而言，激活按照发生日期进行归因；而对腾讯社交广告而言，激活按照广告点击时间进行归因

真实案例：某广告主在周一成功上报100个有效激活，发现投放端当天只展示了80个激活。经过腾讯社交广告排查，广告主上报的100个激活中，有80个是当天点击带来的，剩余20个激活则来自之前五天的点击。数据详情如下：

| 激活上报日期 | 广告点击日期 | 投放端有效激活数 | 数据回流 |
|--------|---------|----------|-------------|
| 10月5日 | 10月5日 | 80 | 10月5日数据增加80 |
| | 10月4日 | 10 | 10月4日数据增加10 |
| | 10月3日 | 5 | 10月3日数据增加5 |
| | 10月2日 | 2 | 10月2日数据增加2 |
| | 10月1日 | 2 | 10月1日数据增加2 |
| | 10月1日之前 | 1 | 无效数据 |
| | 总计 | | 100 |

转化高频问题汇总

问题4：iOS10开启了限制广告追踪后，无法获取idfa

受影响范围为iOS 10覆盖率*15%，目前最新的数据表明iOS 10覆盖率约为63%

目前受影响比例约为9.45%，随着iOS 10的普及，最终会不断的向15%靠近。

目前广告主有呼声说能否关闭在iOS10开启了限制广告追踪用户展示广告，这种情况下，希望能让广告主理解到，腾讯社交广告定向能力是用QQ号微信号等信息，是否有IDFA对定向并无影响，即对广告真实效果并无影响。

此问题的解决方案预计将于12月发布。

转化追踪相关问题产品答疑时间

Q&A

关注官方服务号，获得更多帮助



关注腾讯社交广告服务公众平台了解最新资讯及课程信息

如果您已经是广告主，可在关注后绑定帐号，随时随地掌握账户动态及时调整账户

Thanks



腾讯社交广告
Tencent Social Ads