ALIBABA CLOUD

阿里云

智能用户增长

智能用户增长公共云合集

文档版本：20211216

阿里云

法律声明

阿里云提醒您在阅读或使用本文档之前仔细阅读、充分理解本法律声明各条款的内容。如果您阅读或使用本文档，您的阅读或使用行为将被视为对本声明全部内容的认可。

1. 您应当通过阿里云网站或阿里云提供的其他授权通道下载、获取本文档，且仅能用于自身的合法合规的业务活动。本文档的内容视为阿里云的保密信息，您应当严格遵守保密义务；未经阿里云事先书面同意，您不得向任何第三方披露本手册内容或提供给任何第三方使用。

2. 未经阿里云事先书面许可，任何单位、公司或个人不得擅自摘抄、翻译、复制本文档内容的部分或全部，不得以任何方式或途径进行传播和宣传。

3. 由于产品版本升级、调整或其他原因，本文档内容有可能变更。阿里云保留在没有任何通知或者提示下对本文档的内容进行修改的权利，并在阿里云授权通道中不时发布更新后的用户文档。您应当实时关注用户文档的版本变更并通过阿里云授权渠道下载、获取最新版的用户文档。

4. 本文档仅作为用户使用阿里云产品及服务的参考性指引，阿里云以产品及服务的“现状”、“有缺陷”和“当前功能”的状态提供本文档。阿里云在现有技术的基础上尽最大努力提供相应的介绍及操作指引，但阿里云在此明确声明对本文档内容的准确性、完整性、适用性、可靠性等不作任何明示或暗示的保证。任何单位、公司或个人因为下载、使用或信赖本文档而发生任何差错或经济损失的，阿里云不承担任何法律责任。在任何情况下，阿里云均不对任何间接性、后果性、惩戒性、偶然性、特殊性或刑罚性的损害，包括用户使用或信赖本文档而遭受的利润损失，承担责任（即使阿里云已被告知该等损失的可能性）。

5. 阿里云网站上所有内容，包括但不限于著作、产品、图片、档案、资讯、资料、网站架构、网站画面的安排、网页设计，均由阿里云和/或其关联公司依法拥有其知识产权，包括但不限于商标权、专利权、著作权、商业秘密等。非经阿里云和/或其关联公司书面同意，任何人不得擅自使用、修改、复制、公开传播、改变、散布、发行或公开发表阿里云网站、产品程序或内容。此外，未经阿里云事先书面同意，任何人不得为了任何营销、广告、促销或其他目的使用、公布或复制阿里云的名称（包括但不限于单独为或以组合形式包含“阿里云”、“Aliyun”、“万网”等阿里云和/或其关联公司品牌，上述品牌的附属标志及图案或任何类似公司名称、商号、商标、产品或服务名称、域名、图案标示、标志、标识或通过特定描述使第三方能够识别阿里云和/或其关联公司）。

6. 如若发现本文档存在任何错误，请与阿里云取得直接联系。

通用约定

格式	说明	样例
危险	该类警示信息将导致系统重大变更甚至故障，或者导致人身伤害等结果。	危险 重置操作将丢失用户配置数据。
警告	该类警示信息可能会导致系统重大变更甚至故障，或者导致人身伤害等结果。	警告 重启操作将导致业务中断，恢复业务时间约十分钟。
注意	用于警示信息、补充说明等，是用户必须了解的内容。	注意 权重设置为0，该服务器不会再接受新请求。
说明	用于补充说明、最佳实践、窍门等，不是用户必须了解的内容。	说明 您也可以通过按Ctrl+A选中全部文件。
>	多级菜单递进。	单击**设置**> **网络**> **设置网络类型**。
粗体	表示按键、菜单、页面名称等UI元素。	在**结果确认**页面，单击**确定**。
`Courier字体`	命令或代码。	执行 `cd /d C:/window` 命令，进入Windows系统文件夹。
斜体	表示参数、变量。	`bae log list --instanceid` *Instance_ID*
[] 或者 [a|b]	表示可选项，至多选择一个。	`ipconfig [-all|-t]`
{} 或者 {a|b}	表示必选项，至多选择一个。	`switch {active|stand}`

目录

1.发布版本 20
1.1. V3.3.41版本说明 20
1.2. V3.3.39版本说明 21
1.3. V3.3.37版本说明 22
1.4. V3.3.35版本说明 23
1.5. V3.3.34版本说明 23
1.6. V3.3.30.1版本说明 24
1.7. V3.3.30版本说明 25
1.8. 历史版本 26
1.8.1. V3.3.28版本说明 26
1.8.2. V3.3.27版本说明 28
1.8.3. V3.3.26版本说明 30
1.8.4. V3.3.24版本说明 31
1.8.5. V3.3.23版本说明 33
1.8.6. V3.3.22版本说明 34
1.8.7. V3.3.20版本说明 35
1.8.8. V3.3.19版本说明 35
1.8.9. V3.3.16版本说明 36
1.8.10. V3.3.15版本说明 37
1.8.11. V3.3.13版本说明 38
1.8.12. V3.3.12版本说明 39
1.8.13. V3.3.11版本说明 40
1.8.14. V3.3.10版本说明 40
1.8.15. V3.3.9版本说明 41
1.8.16. V3.3.8版本说明 42
1.8.17. V3.3.5版本说明 42

1.8.18. V3.3.2版本说明 43
1.8.19. V3.3.1版本说明 43
1.8.20. V3.3版本说明 44
1.8.21. V3.2.19版本说明 47
1.8.22. V3.2.18版本说明 47
1.8.23. V3.2.17版本说明 48
1.8.24. V3.2.16版本说明 49
1.8.25. V3.2.15版本说明 50
1.8.26. V3.2.12版本说明 51
1.8.27. V3.2.10版本说明 52
1.8.28. V3.2.9.3版本说明 56
1.8.29. V3.2.9版本说明 57
1.8.30. V3.2.8版本说明 61
1.8.31. V3.2.6版本说明 62
1.8.32. V3.2.2版本说明 63
2.产品简介 65
2.1. 什么是Quick Audience 65
2.2. 应用场景 67
2.3. 基本概念 68
3.快速入门 70
3.1. 登录Quick Audience控制台 70
3.2. 准备工作 74
3.3. 用户分析及圈选 83
3.4. 数据银行推送快速入门 86
3.5. Quick Audience数据集样例 90
3.6. 自动化营销任务快速入门 100
4.用户洞察 102
4.1. 用户洞察概述 102

4.2. 数据源 104
4.2.1. 数据源概述 104
4.2.2. 新建数据源 104
4.2.2.1. 新建数据源（即分析数据源） 104
4.2.2.2. 新建业务数据源 109
4.2.2.3. 新建计算引擎源 123
4.2.3. 管理数据源 125
4.2.3.1. 管理数据源（即分析数据源） 125
4.2.3.2. 管理业务数据源 126
4.2.3.3. 管理计算引擎源 128
4.3. 用户分析 129
4.3.1. 用户分析概述 129
4.3.2. 透视分析 130
4.3.3. RFM分析 135
4.3.4. AIPL用户分析 141
4.3.5. AIPL流转分析 144
4.4. 受众管理 149
4.4.1. 受众管理 149
4.4.1.1. 受众基本功能 149
4.4.1.2. 受众推送功能 157
4.4.2. 受众分析 163
4.4.2.1. 受众分析概述 163
4.4.2.2. 受众透视指标分析 163
4.4.2.3. 显著性分析 168
4.4.2.4. 受众RFM分析 173
4.5. 资产管理 176
4.5.1. 资产管理概述 176
4.5.2. 标签管理 176

4.5.3. 自定义标签 178
4.6. 营销活动 182
4.6.1. 营销活动概述 182
4.6.2. 创建营销活动 183
4.6.3. 管理营销活动 186
4.7. 品牌数据银行推送 192
4.7.1. 数据银行推送概述 192
4.7.2. 获取数据银行令牌 192
4.7.3. 绑定数据银行 193
4.7.4. 受众推送数据银行 197
4.7.5. 用户标签数据集推送数据银行 200
4.7.6. AIPL模型推送数据银行 203
4.8. 达摩盘推送 205
4.8.1. 达摩盘推送概述 205
4.8.2. 绑定达摩盘 206
4.8.3. 受众推送达摩盘 209
5.全域洞察 214
5.1. 全域洞察概述 214
5.2. 全域洞察初始化 214
5.3. 全域分析 215
5.4. 受众管理 222
5.5. 全域标签 226
5.6. 资源管理 227
6.用户营销 229
6.1. 用户营销概述 229
6.2. 私有化营销 230
6.2.1. 短信营销 231
6.2.1.1. 短信营销概述 231

6.2.1.2. 创建推广短信任务 232
6.2.1.3. 创建短信通知任务 237
6.2.1.4. 创建数字短信任务 242
6.2.1.5. 短信营销效果分析 247
6.2.1.6. 短信营销任务管理 247
6.2.1.7. 消息回复 249
6.2.2. 邮件营销 250
6.2.2.1. 邮件营销概述 250
6.2.2.2. 创建邮件任务 250
6.2.2.3. 邮件营销效果分析 254
6.2.2.4. 邮件营销任务管理 255
6.2.3. PUSH营销 256
6.2.3.1. PUSH营销概述 256
6.2.3.2. 创建PUSH任务 257
6.2.3.3. PUSH营销效果分析 259
6.2.3.4. PUSH营销任务管理 260
6.2.4. 微信营销 263
6.2.4.1. 微信营销概述 263
6.2.4.2. 创建微信任务-图文 263
6.2.4.3. 创建微信任务-文字 265
6.2.4.4. 创建微信任务-图片 267
6.2.4.5. 创建微信任务-音频 268
6.2.4.6. 创建微信任务-视频 270
6.2.4.7. 创建微信任务-模版消息 271
6.2.4.8. 微信营销效果分析 273
6.2.4.9. 微信营销任务管理 274
6.2.4.10. 微信营销粉丝管理 275
6.2.5. 微博营销 277

6.2.5.1. 微博营销概述 277
6.2.5.2. 创建微博任务-微博 278
6.2.5.3. 创建微博任务-头条文章 279
6.2.5.4. 微博营销效果分析 280
6.2.5.5. 微博营销任务管理 281
6.2.6. 抖音营销 282
6.2.6.1. 抖音营销概述 282
6.2.6.2. 创建抖音任务 282
6.2.6.3. 抖音营销效果分析 283
6.2.6.4. 抖音营销任务管理 284
6.2.7. 自定义渠道营销 285
6.2.7.1. 自定义渠道营销概述 285
6.2.7.2. 创建自定义渠道任务 285
6.2.7.3. 自定义渠道营销任务管理 289
6.2.8. 添加渠道 291
6.3. 广告营销 291
6.3.1. 数据银行 291
6.3.1.1. 数据银行概述 291
6.3.1.2. 创建数据银行推送任务 292
6.3.1.3. 数据银行任务管理 294
6.3.2. 达摩盘 295
6.3.2.1. 达摩盘概述 295
6.3.2.2. 创建达摩盘推送任务 295
6.3.2.3. 达摩盘任务管理 298
6.3.3. 天攻智投 299
6.3.3.1. 天攻智投概述 299
6.3.3.2. 创建天攻智投推送任务 299
6.3.3.3. 天攻智投任务管理 302

6.3.4. 巨量引擎 302
6.3.4.1. 巨量引擎概述 302
6.3.4.2. 创建巨量引擎推送任务 302
6.3.4.3. 巨量引擎效果分析 304
6.3.4.4. 巨量引擎任务管理 305
6.3.5. 腾讯广告 306
6.3.5.1. 腾讯广告概述 306
6.3.5.2. 创建腾讯广告推送任务 306
6.3.5.3. 腾讯广告效果分析 309
6.3.5.4. 腾讯广告任务管理 310
6.3.6. 百度营销 311
6.3.6.1. 百度营销概述 311
6.3.6.2. 创建百度营销推送任务 311
6.3.6.3. 百度营销效果分析 313
6.3.6.4. 百度营销任务管理 314
6.3.7. 趣媒体 315
6.3.7.1. 趣媒体概述 315
6.3.7.2. 创建趣媒体推送任务 315
6.3.7.3. 趣媒体效果分析 317
6.3.7.4. 趣媒体任务管理 318
6.4. 内容管理 319
6.4.1. 内容管理概述 319
6.4.2. 短信模板 319
6.4.2.1. 创建文本短信模板 319
6.4.2.2. 创建数字短信模板 322
6.4.2.3. 短信签名管理 324
6.4.3. 邮件模板 327
6.4.3.1. 创建邮件模板 327

6.4.4. 微信模板 329
6.4.4.1. 创建微信模板 329
6.4.5. 微博模板 330
6.4.5.1. 创建微博模板 330
6.4.6. 素材管理 333
6.4.7. 短链管理 338
6.5. 自动化营销 340
6.5.1. 自动化营销概述 340
6.5.2. 创建自动化营销任务 340
6.5.3. 组件说明 346
6.5.3.1. 营销动作-邮件发送组件 346
6.5.3.2. 营销动作-短信发送组件 348
6.5.3.3. 营销动作-PUSH营销组件 351
6.5.3.4. 营销动作-微信消息组件 352
6.5.3.5. 营销动作-自定义组件 353
6.5.3.6. 营销动作-发优惠券组件 355
6.5.3.7. 营销动作-天攻智投组件 357
6.5.3.8. 营销动作-巨量引擎组件 358
6.5.3.9. 营销动作-腾讯广告组件 359
6.5.3.10. 营销动作-百度营销组件 360
6.5.3.11. 营销动作-趣媒体组件 361
6.5.3.12. 营销动作-生成受众组件 362
6.5.3.13. 营销动作-推送Kafka组件 363
6.5.3.14. 条件控制-行为事件分支组件 363
6.5.3.15. 条件控制-结果多分支组件 365
6.5.3.16. 条件控制-时间多分支组件 366
6.5.3.17. 条件控制-标签多分支组件 367
6.5.3.18. 条件控制-复制多分支组件 369

6.5.3.19. 条件控制-随机多分支组件 370
6.5.3.20. 流程控制-等待组件 371
6.5.3.21. 流程控制-结束组件 371
6.5.4. 管理自动化营销任务 372
6.5.5. 营销动作子任务 375
6.5.5.1. 营销动作子任务概述 375
6.5.5.2. 邮件营销子任务 375
6.5.5.3. 短信营销子任务 376
6.5.5.4. PUSH营销子任务 378
6.5.5.5. 微信营销子任务 380
6.5.5.6. 自定义组件子任务 380
6.5.5.7. 天攻智投子任务 381
6.5.5.8. 巨量引擎子任务 381
6.5.5.9. 腾讯广告子任务 382
6.5.5.10. 百度营销子任务 383
6.5.5.11. 趣媒体子任务 384
6.5.5.12. 优惠券子任务 384
6.5.5.13. Kafka子任务 385
6.5.6. 事件管理 385
6.6. 账号配置 398
6.6.1. 账号授权 398
6.6.2. 账号管理 402
7.智能实验室 404
7.1. 智能实验室资源包授权和购买 404
7.2. 复购预测 406
7.2.1. 复购预测概述 406
7.2.2. 复购预测资源包授权和购买 408
7.2.3. 模型配置 410

7.2.4. 人群预测 417
7.3. 货品推荐 422
7.3.1. 货品推荐概述 422
7.3.2. 货品推荐资源包授权和购买 424
7.3.3. 模型配置 426
7.3.4. 商品推荐 434
7.3.4.1. 商品池 434
7.3.4.2. 商品推荐任务 436
8.社交互动 444
8.1. 社交互动概述 444
8.2. 公众号 445
8.2.1. 粉丝管理 445
8.2.2. 图文管理 449
8.2.3. 群发 453
8.2.4. 互动消息 454
8.2.5. 自定义菜单 456
8.2.6. 自动回复 460
8.2.7. 推广二维码 465
8.2.8. 留言管理 470
8.2.9. 素材管理 471
8.2.10. 内容标签 474
8.3. 客户 477
8.3.1. 客户管理 477
8.3.2. 批量操作 486
8.3.3. 客户标签 490
8.3.4. 客户阶段 492
8.3.5. 客户属性 493
8.3.6. 客户事件 497

8.3.7. 客户资料评分 500
8.3.8. 黑名单 502
8.4. 优惠券 503
8.4.1. 优惠券 503
8.4.2. 领取记录 515
8.4.3. 使用记录 515
8.5. 推广活动 516
8.5.1. 幸运抽奖 516
8.5.2. 投票宝 527
8.5.3. 拼字有礼 538
8.5.4. 问卷调查 548
8.5.5. 推广官计划 552
8.6. 活动编排 557
8.6.1. 营销活动 557
8.6.2. 营销活动组件介绍 559
8.6.3. 营销活动的应用场景 566
8.6.4. 如何创建一个智能营销流程 566
8.6.5. 营销活动效果 572
8.7. 任务中心 573
8.8. 审计日志 574
8.9. 费用中心 574
8.10. 管理中心 575
9.会员中心 577
9.1. 会员中心概述 577
9.2. 会员管理 578
9.3. 会员等级 579
9.4. 会员任务 582
9.5. 会员营销 584

9.6. 会员激励 585
9.7. 积分商城 587
9.8. 积分管理 601
9.9. 数据 604
10.智能导购 610
10.1. 智能导购企微版概述 610
10.2. 智能导购企微版初始化 611
10.3. 智能导购设置 631
10.4. 引流码 641
10.5. 客户资源 648
10.6. 导购任务 667
10.7. 日常运营 689
10.8. 卡券活动 697
10.9. 消息群发 708
10.10. 导购分销 715
10.11. 导购管理 730
10.12. 导购激励 735
10.13. 导购素材 742
10.14. 导购名片 752
10.15. 素材库 762
10.16. 数据统计 765
10.17. 管理中心 775
10.18. 任务中心 782
10.19. 智能导购企微版小程序 784
11.智慧零售 827
11.1. 智慧零售概述 827
11.2. 开店前准备 827
11.3. 商城运营 885

11.4. 高级功能 910
11.5. 店长小程序 935
12.媒体投放 952
12.1. 媒体投放概述 952
12.2. 媒体投放资源包授权和购买 955
12.3. 营销排期 957
12.4. 营销推广 961
12.4.1. 营销合约 961
12.4.2. 营销投放 967
12.4.3. 营销管理 975
12.4.3.1. 广告活动 975
12.4.3.2. 广告订单 977
12.4.3.3. 广告创意 981
12.4.4. 营销支持 982
12.4.4.1. 素材管理 982
12.4.4.2. 资质管理 983
12.5. 营销报表 987
12.5.1. 效果报表 987
12.5.2. 人群报表 990
12.6. 营销资源 991
13.媒体回流 993
13.1. 媒体回流概述 993
13.2. 媒体回流资源包授权和购买 995
13.3. 媒体回流支持的媒体类型 997
13.4. 报表分析 1020
13.4.1. 仪表盘 1020
13.4.2. 广告监测数据 1021
13.4.3. 腾讯广告数据 1023

13.5. 回流任务 1024
13.5.1. 数据概览 1024
13.5.2. 广告监测数据 1025
13.5.2.1. 创建监测活动 1025
13.5.2.2. 批量创建监测活动 1027
13.5.2.3. 监测活动管理 1028
13.5.3. 腾讯广告数据 1030
13.6. 数据资源 1031
13.6.1. 数据集成资源 1031
13.6.2. 下载数据明细 1032
13.6.3. 数据输出配置 1033
14.数据研发 1035
14.1. 数据研发概述 1035
14.2. 研发 1036
14.2.1. 数据同步 1036
14.2.2. 数据处理 1038
14.3. 运维 1038
15.分析看板 1039
15.1. 分析看板概述 1039
15.2. Quick BI嵌入、圈选受众配置 1040
15.3. 菜单配置和报表嵌入 1046
15.4. 查看报表、圈选受众 1050
16.管理中心 1053
16.1. 标准版管理中心 1053
16.1.1. 组织与工作空间概述 1053
16.1.2. 组织管理 1054
16.1.2.1. 组织管理概述 1054
16.1.2.2. 组织成员管理 1055

16.1.2.3. 工作空间管理 1059
16.1.2.4. 接口管理 1061
16.1.2.4.1. 配置阿里云短信邮件接口 1061
16.1.2.4.2. 开通短信公众号 1063
16.1.2.4.3. 配置回流数据源 1065
16.1.2.4.4. Quick BI授权配置 1066
16.1.2.4.5. 配置沙箱白名单 1067
16.1.2.4.6. 新建第三方短信邮件平台接口 1068
16.1.2.4.7. 第三方短信邮件平台接口规范 1071
16.1.2.4.8. 新建数据采集接口 1094
16.1.2.4.9. 新建PUSH接口 1097
16.1.2.5. 数据授权 1099
16.1.2.5.1. 数据源表授权 1099
16.1.2.5.2. 报表授权 1104
16.1.2.6. 组织系统配置 1105
16.1.2.7. 研发初始化 1109
16.1.3. 工作空间管理 1111
16.1.3.1. 工作空间管理概述 1111
16.1.3.2. 空间成员管理 1111
16.1.3.3. 空间角色管理 1115
16.1.3.4. 空间用户组管理 1120
16.1.3.5. 空间系统配置 1122
16.1.3.6. 空间接口配置 1124
16.1.3.7. 用户访问 1126
16.1.3.8. Webhook管理 1127
16.2. 基础版管理中心 1137
16.2.1. 空间成员管理 1137
16.2.2. 接口管理 1141

16.2.2.1. 配置阿里云短信邮件接口 1141
16.2.3. 空间系统配置 1143
16.2.4. 空间接口配置 1144
16.2.5. 用户访问 1145
17.常见问题 1147
17.1. 常见问题列表 1147
17.2. 账号、登录常见问题 1147
17.3. 用户洞察常见问题 1148
17.4. 用户营销常见问题 1151
17.5. 媒体回流常见问题 1152
17.6. 分析看板常见问题 1153
18.相关服务 1154
18.1. QuickAudience服务关联角色（资源包授权） 1154
18.2. QuickAudience 服务关联角色（ADB授权 ） 1154

1.发布版本

1.1. V3.3.41版本说明

V3.3.41中，自动化营销支持通过阿里云Quick Tracking数据采集获取实时行为事件，智能实验室的品牌高潜预测、商品匹配推荐分别成为独立模块并更名为复购预测、货品推荐，此外，还对功能、交互进行了多项优化升级。

发布时间

2021年12月16日。

更新内容

- 自动化营销支持通过Quick Tracking数据采集获取实时行为事件：
  - 管理中心支持创建Quick Tracking类型的数据采集接口，请参见新建数据采集接口。
  - 支持创建Quick Tracking采集的事件，请参见事件管理。
  - 配置自动化营销任务时，触发条件支持选择Quick Tracking采集的事件，请参见创建自动化营销任务。
- 复购预测（原品牌高潜预测）、货品推荐（原商品匹配推荐）：
  - 分别从智能实验室拆分出来，成为单独的模块，并更名。
  - 用于模型训练的行为数据集，行为时间字段数据格式新增支持datetime、date，请参见行为数据集样例。
  - 预测结果的用户得分分布图，当鼠标移动到某个得分的图形上时，新增显示获得大于等于当前得分的用户总人数，请分别参见复购预测结果详情、货品推荐结果详情。
  - 从预测结果保存受众时，支持选择要保存的ID类型，可选择用户标识或其他ID类型。
- 标签筛选、标签多分支组件，文本型、多值型标签的标签值选择方式优化：
  - 当标签值个数大于3000个时，下拉框展示返回的前3000个值，支持通过搜索选择3000个之外的标签值。
- 营销动作组件配置界面，新增提示组件支持的ID类型。
- 任意页面右上角新增管理中心快捷入口。
- 模块导航栏浮层的模块分组优化：
  - 复购预测、货品推荐划分到**策略**分组。
  - 原**应用市场**分组改为**三方集成应用**分组。

版本限制

本次发布的所有内容，仅对Quick Audience标准版进行升级。

功能详情

功能包	一级模块	二级模块	功能详情

用户洞察	受众管理	受众筛选	标签筛选时，对于文本型、多值型标签，当标签值个数大于3000个时，下拉框展示返回的前3000个值，支持通过搜索选择3000个之外的标签值。
复购预测	复购预测	模型配置	用于模型训练的行为数据集，行为时间字段数据格式新增支持datetime、date。
		人群预测	• 预测结果的用户得分分布图，当鼠标移动到某个得分的图形上时，新增显示获得大于等于当前得分的用户总人数。 • 从预测结果保存受众时，支持选择要保存的ID类型，可选择用户标识或其他ID类型。
货品推荐	货品推荐	模型配置	用于模型训练的行为数据集，行为时间字段数据格式新增支持datetime、date。
		商品推荐	• 预测结果的用户得分分布图，当鼠标移动到某个得分的图形上时，新增显示获得大于等于当前得分的用户总人数。 • 从预测结果保存受众时，支持选择要保存的ID类型，可选择用户标识或其他ID类型。
用户营销	自动化营销	自动化营销	• 营销动作组件配置界面，新增提示组件支持的ID类型。 • 配置标签多分支组件时，对于文本型、多值型标签，当标签值个数大于3000个时，下拉框展示返回的前3000个值，支持通过搜索选择3000个之外的标签值。 • 配置自动化营销任务时，触发条件支持选择Quick Tracking采集的事件。
		事件管理	支持创建Quick Tracking采集的事件。
管理中心	组织管理	接口管理	• 支持创建Quick Tracking类型的数据采集接口。 • 任意页面右上角新增管理中心快捷入口。

1.2. V3.3.39版本说明

V3.3.39针对用户营销模块进行了多项优化升级。

发布时间

2021年12月7日。

更新内容

- 用户营销：

- 自动化营销配置行为事件触发条件时支持添加多个属性，请参见创建自动化营销任务。
- 自动化营销的短信组件支持短信通知类型模板，支持变量，请参见营销动作-短信发送组件。

版本限制

本次发布的所有内容，仅对Quick Audience标准版进行升级。

功能详情

功能包	一级模块	二级模块	功能详情
用户营销	自动化营销	自动化营销	• 配置行为事件触发条件时支持添加多个属性。 • 短信组件支持短信通知类型模板，支持变量。

1.3. V3.3.37版本说明

V3.3.37支持编辑AIPL模型、RFM模型中除用户标识外的ID字段，下线从受众分析结果图表圈选受众功能。

发布时间

2021年11月25日。

更新内容

- 支持编辑AIPL模型、RFM模型的除用户标识外的ID字段：
  - AIPL模型：编辑时支持更改一个字段是否为ID字段、更改除用户标识外的ID字段的ID类型。
  - RFM模型：编辑时支持增加、删除除用户标识外的ID字段、更改除用户标识外ID字段的ID类型。
- 下线从受众分析图表圈选受众功能：
  - 受众透视指标分析、显著性分析：不再支持在分析图表中单击图形，将对应用户圈选为受众。

版本限制

本次发布的所有内容，仅对Quick Audience标准版进行升级。

功能详情

功能包	一级模块	二级模块	功能详情
用户洞察	数据集	数据集	编辑AIPL模型时，支持更改一个字段是否为ID字段、更改除用户标识外的ID字段的ID类型。
			编辑RFM模型时，支持增加、删除除用户标识外的ID字段、更改除用户标识外ID字段的ID类型。

	受众管理	受众分析	受众透视指标分析、显著性分析时，不再支持在分析图表中单击图形，将对应用户圈选为受众。

1.4. V3.3.35版本说明

V3.3.35新增支持创建受众推送达摩盘任务时配置为同步推送到数据银行，下线趣媒体营销渠道。

发布时间

2021年11月18日。

更新内容

- 受众推送到达摩盘时同步推送到数据银行：
  - 用户洞察模块：从受众列表创建达摩盘推送任务时，支持配置为同步推送到数据银行。
  - 用户营销模块：创建达摩盘推送任务时，支持配置为同步推送到数据银行。
- 下线趣媒体营销渠道：
  - 广告营销模块：下线趣媒体任务。
  - 自动化营销模块：下线趣媒体组件。

版本限制

本次发布的所有内容，仅对Quick Audience标准版进行升级。

功能详情

功能包	一级模块	二级模块	功能详情
用户洞察	受众管理	受众管理	从受众列表创建达摩盘推送任务时，支持配置为同步推送到数据银行。
用户营销	广告营销	达摩盘	创建达摩盘推送任务时，支持配置为同步推送到数据银行。
		趣媒体	功能下线。
	自动化营销	-	趣媒体组件下线。

1.5. V3.3.34版本说明

V3.3.34支持在已嵌入的Quick BI报表中圈选受众，支持管理员查看空间中的用户下载明细。

发布时间

2021年11月16日。

更新内容

- 分析看板支持圈选受众：
  - 在Quick BI侧进行圈选受众配置后，Quick Audience侧支持在已嵌入的报表中圈选受众，请参见圈选受众。
- 用户下载明细：
  - 在**管理中心>工作空间>用户访问**页面，增加**用户下载明细**页签，用于查看、导出空间中的用户下载明细，请参见用户下载明细。

版本限制

本次发布的所有内容，仅对Quick Audience标准版进行升级。

功能详情

功能包	一级模块	二级模块	功能详情
分析看板	业务洞察	-	支持在已做相应配置的报表中圈选受众。
管理中心	工作空间	用户访问	增加**用户下载明细**页签，用于查看、导出空间中的用户下载明细。

1.6. V3.3.30.1版本说明

V3.3.30.1支持开通阿里云全变量白名单，免除文本短信模板审核时间及变量数量限制；支持在自动化营销中通过webhook对接您的一方系统（如CRM）进行自定义渠道营销。

发布时间

2021年11月02日。

更新内容

- 阿里云全变量白名单：
  - 申请加入阿里云全变量白名单，开通后，您创建的阿里云文本短信（含推广短信、短信通知）模板将自动通过审核，并且阿里云推广短信将不再限制变量数量。
  - 创建短链前，必须在阿里云短信平台报备已通过ICP备案的原始链接域名，请参见短链管理。
- webhook支持自动化营销，参数支持插入变量：
  - 自动化营销模块增加自定义组件，用于在自动化营销中通过webhook对接您的一方系统（如CRM）进行自定义渠道营销，请参见营销动作-自定义组件。
  - 配置自定义渠道营销时，参数支持插入变量，实现发送内容随不同用户的标签值变化，请参见创建自定义渠道任务。
- 巨量引擎不再支持拓展人群：
  - 广告营销-巨量引擎、自动化营销-巨量引擎组件中，配置巨量引擎任务时不再支持拓展人群。

版本限制

本次发布的所有内容，仅对Quick Audience标准版进行升级。

功能详情

功能包	一级模块	二级模块	功能详情
用户营销	私有化营销	短信营销	创建自定义渠道营销任务，通过webhook调用您的一方系统向受众发送营销信息。
		自定义渠道营销	参数支持插入变量，变量值随用户标签值变化。
	广告营销	巨量引擎	不再支持拓展人群。
	内容管理	短链管理	创建短链前，必须在阿里云短信平台报备已通过ICP备案的原始链接域名。
	自动化营销	自动化营销	• 增加自定义组件，通过webhook对接您的一方系统进行自定义渠道营销。 • 巨量引擎组件不再支持拓展人群。

1.7. V3.3.30版本说明

V3.3.30在功能方面优化了多值型标签的筛选条件，在交互方面升级了导航菜单样式，增加了新手引导和亮色主题。

发布时间

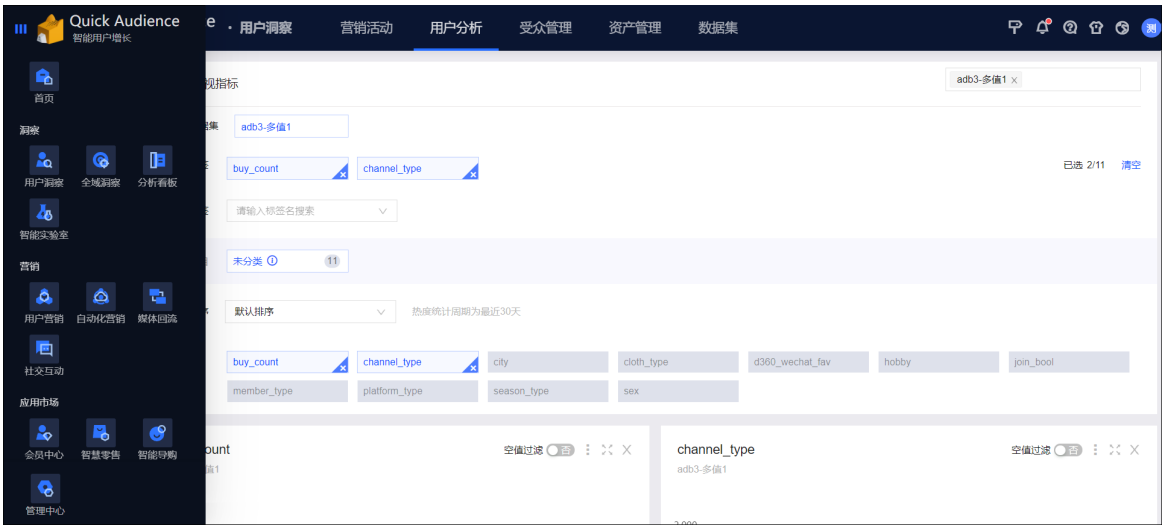
2021年10月26日。

更新内容

- 多值型标签的筛选条件优化：
  - 受众筛选-标签筛选中，多值型标签的筛选条件新增“包含所有”，删除“精确匹配”、“开头是”、“结尾是”，保留“为空”、“包含”，请参见标签筛选。

> **说明**
>
> 筛选条件不再支持“精确匹配”、“开头是”、“结尾是”，对于已使用这些旧筛选条件的受众，将发生如下变更：
>
> - 已有的“精确匹配”条件将自动替换为“包含”，按照二者的筛选规则，将不影响筛选结果。
> - 已有的“开头是”、“结尾是”条件仍保留，但更新相应的受众时受到限制，需要将该条件修改为最新类型的筛选条件后，才能成功更新受众。并且编辑受众时，“开头是”、“结尾是”筛选条件将不能保存，仅能保存最新类型的筛选条件。

- 导航菜单样式升级：
  - 导航菜单样式变为如下图所示。



  - 管理中心入口由原右上角变为统一纳入新的导航菜单。
- 增加新手引导和亮色主题：
  - 页面右上角增加新手引导按钮，提供新手引导页。
  - 页面右上角增加主题按钮，可以切换到亮色主题（默认使用深色主题）。

版本限制

多值型标签的筛选条件优化对Quick Audience标准版、基础版均进行升级；其他所有内容，仅对标准版进行升级。

功能详情

功能包	一级模块	二级模块	功能详情
用户洞察	受众管理	受众筛选	标签筛选，多值型标签的筛选条件新增“包含所有”，删除“精确匹配”、“开头是”、“结尾是”，保留“为空”、“包含”。
交互	-	-	• 导航菜单样式升级。 • 页面右上角增加新手引导、亮色主题。

1.8. 历史版本

1.8.1. V3.3.28版本说明

V3.3.28推出全新功能模块——智能实验室，包括品牌高潜预测、商品匹配推荐功能，为企业实现精细化运营提供科学的算法策略指导，提升企业会员的复购率、购买力和转化率：

- 品牌高潜预测：基于用户既往购买行为记录，通过训练算法模型，预测用户在未来指定时间内复购的可能性，找到大量非品牌原核心人群的购买高潜人群，为业务圈选外机会人群补充。
- 商品匹配推荐：基于用户既往购买行为记录，通过训练算法模型，得到消费者和商品、商品和商品之间的关联关系，向已购用户推荐其他高偏好的商品，从而提高复购率。
- 联合使用品牌高潜预测和商品匹配推荐功能，通过给更高潜人群推荐他们更感兴趣的货品，及时发现会员需求，及时进行生命周期运营，为会员复购带来增益。

此外，V3.3.28还提供通过webhook对接您的一方系统（如CRM）的能力，实现在Quick Audience控制台通过一方系统向受众发送营销信息。

发布时间

2021年09月28日，上海地域发布。
2021年10月12日，张家口、深圳地域发布。

更新内容

- （新模块）智能实验室：
  - 品牌高潜预测
  - 商品匹配推荐
- 用户洞察：
  - 数据集类型增加商品标签数据集，用于商品匹配推荐。为与商品标签数据集区分，原“标签数据集”改称为“用户标签数据集”。
  - 行为数据集配置界面，配置项增加行为对象属性值ID，用于映射商品ID字段。
- 用户营销：
  - 私有化营销增加自定义渠道营销，通过webhook调用您的一方系统向受众发送营销信息。
- 管理中心：
  - 工作空间管理增加Webhook管理，对接您的一方系统。

版本限制

本次发布的所有内容，仅对Quick Audience标准版进行升级。

品牌高潜预测、商品匹配推荐所使用的数据源必须为ADB3.0类型。

功能详情

功能包	一级模块	二级模块	功能详情
	品牌高潜预测	模型配置	配置、训练人群预测需要的算法模型。 模型训练成功后，支持查看模型的训练详情，了解模型的训练特征Top10、模型验证情况。 支持手动更新模型，保持人群预测的准确度。

智能实验室		人群预测	基于算法模型新建人群预测任务，查看并使用预测结果。
	商品匹配推荐	模型配置	配置、训练商品推荐需要的算法模型。 模型训练成功后，支持查看模型的训练详情，了解商品关联关系。 支持手动更新模型，保持商品推荐的准确度。
		商品推荐	基于商品标签数据集进行商品筛选，筛选出商品池，作为候选推荐商品的范围。 基于算法模型和商品池新建商品推荐任务，查看并使用推荐结果。
用户洞察	数据集	数据集	数据集类型增加商品标签数据集。 为与商品标签数据集区分，原“标签数据集”改称为“用户标签数据集”。 行为数据集配置界面，配置项增加行为对象属性值ID。
用户营销	私有化营销	自定义渠道营销	创建自定义渠道营销任务，通过webhook调用您的一方系统向受众发送营销信息。
管理中心	工作空间	Webhook管理	配置webhook，对接您的一方系统，获得通过一方系统向受众发送营销信息的能力。

1.8.2. V3.3.27版本说明

V3.3.27对首页进行了改版。新的首页增加快速进入您最近常用功能和用户洞察、用户营销常用功能的入口，发版说明、帮助文档链接等。此外，还提供全域CDP营销场景与链路、最新案例，帮助您深入理解Quick Audience的产品能力，以及如何利用Quick Audience达成更显著的营销成果。

发布时间

2021年09月16日。

更新内容

- 首页改版，新首页如下图所示。

  - **顶部导航栏**：各模块入口。
  - **我最近常用**：您近一月的常用功能快速入口。
  - **我的用户洞察**：
    - 单击**创建数据集**、**创建模型**，将进入数据集页面，可创建数据集、模型。

      下方展示已创建的各类数据集、模型数量，单击将进入相应的用户分析页面，可使用该类数据集、模型进行用户分析。
    - 单击**创建受众**，将进入受众筛选页面，可进行受众筛选。

      下方展示已创建的受众数量，单击将进入受众管理页面，可已受众进行基本功能操作、受众推送。

- 我的用户营销：
  - 单击**创建私有化营销任务**、**创建广告营销任务**，将进入相应的营销模块页面，可创建多种渠道的营销任务。

    下方展示已创建的各渠道营销任务数量，单击将进入对应的营销任务管理页面。
  - 单击**创建自动化营销任务**，将进入任务配置页面，可创建自动化营销任务。

    下方展示已创建的自动化营销任务数量，单击将进入任务管理页面。
- **全域CDP营销场景与链路**：以功能架构图的形式展示产品能力。
- **我的工作空间**：您可以在此选择工作空间再进入功能页面，也可以进入功能页面后再从页面左上角切换工作空间。
- **发版说明**：提供最近3个版本的版本说明。
- **帮助文档**：提供常用功能的帮助文档链接。单击后将进入Quick Audience帮助文档中心，您可以在此获取所有线上功能的帮助文档。
- **最新案例**：以案例的形式阐述Quick Audience在数字化消费者运营中的作用。

版本限制

本次发布的所有内容，仅对Quick Audience标准版进行升级。

1.8.3. V3.3.26版本说明

V3.3.26增加了全新的功能模块——全域洞察，提供基于全域标签的分析和圈人能力，帮助您结合全域数据对存量用户进行细分管理和洞察分析。

发布时间

2021年08月31日。

更新内容

- 全域洞察
  - 全域标签：基于已接入的存量用户，匹配并预置丰富的全域标签，用于画像洞察、人群细分。
  - 全域分析：结合全域标签能力，对存量用户提供丰富、灵活的洞察分析能力，可实现全量用户、细分用户多维度、多形态的分析方法，满足业务人员对用户的全方位理解。
  - 受众管理：提供可视化模板形式的受众筛选、管理，可实现存量用户的精细化管理。
- 用户洞察
  - 您的一方受众可以被推送到全域洞察模块，作为全域洞察的洞察对象，请参见推送全域洞察。
  - 全域洞察受众将同步到用户洞察模块的受众列表，可以被推送到品牌数据银行，请参见受众推送数据银行。
- 用户营销
  - PUSH营销、数据银行支持使用全域洞察受众。
  - 广告营销新增受众推送达摩盘任务类型。
- 管理中心
  - 创建、编辑角色时，可选择“全域洞察”权限。默认管理员、开发者、分析师具有“全域洞察”权限。

- 增加空间接口配置页面，用于新建Kafka推送接口，以及管理Kafka、数据银行、达摩盘推送接口，请参见空间接口配置。将接口配置入口从受众管理页面移除。

版本限制

本次发布的所有内容，仅对Quick Audience标准版进行升级。

功能详情

功能包	一级模块	二级模块	功能详情
全域洞察	全域分析	用户概览	存量用户概览和显著特征洞察。
		洞察分析	对指定受众进行洞察分析，支持显著特征分析、特征分布分析、交叉分析。
		洞察管理	管理洞察分析中生成的洞察报告。
	受众管理	受众筛选	提供基于全域标签和已有受众的受众筛选功能。
		受众管理	管理受众筛选中生成的受众。
	全域标签	标签体系	管理全域标签的使用情况。
	资源管理	资源管理	管理资源购买及使用情况。
用户洞察	受众管理	受众管理	支持普通受众推送到全域洞察模块。
			受众列表展示全域洞察受众，支持全域洞察受众推送到数据银行。
用户营销	私有化营销	PUSH营销	支持使用全域洞察受众。
	广告营销	数据银行	
		达摩盘	广告营销新增受众推送达摩盘任务类型。
管理中心	工作空间	空间角色管理	支持为角色配置“全域洞察”权限。
		空间接口配置	新建Kafka推送接口，管理Kafka、数据银行、达摩盘推送接口。

1.8.4. V3.3.24版本说明

发布时间

2021年08月17日。

更新内容

- 用户营销
  - PUSH营销任务：详情页面支持展示设备接收状态明细，支持筛选指定接收状态的用户生成受众。
  - 微信营销：模板消息配置项增加**点击模版消息跳转**开关，支持不跳转。

- 自动化营销
  - 任务名称：最大长度增加到64个字符。
  - 任务详情页面：增加**营销动作**页签，展示各类型营销动作子任务，无需再进入对应的私有化营销、广告营销页面查看。营销动作子任务相关操作，请参见营销动作子任务。
    - 对应的私有化营销、广告营销页面不再展示**自动化任务**页签。
    - 对于行为事件触发的任务，短信营销、邮件营销子任务的详情页面不再支持筛选指定接收状态的用户生成受众。
  - 邮件发送组件：对于行为事件触发的任务，配置界面增加提示：“邮件节点会花费10min创建标签用于统计回流数据，建议于指定运行时间前10min开启流程”，请您妥善安排时间。
  - 微信营销组件：更名为微信消息组件。
  - 发优惠券组件：对于特定人群触发的任务，支持的ID类型增加手机号、OpenID，请参见营销动作-发优惠券组件。
  - 结果多分支组件：对于特定人群触发的任务，增加“其他”分支，不符合任何结果选项的用户将进入“其他”分支，请参见条件控制-结果多分支组件。
  - 标签多分支组件增加“其他”分支，不符合任何分支的筛选条件的用户将进入“其他”分支，请参见条件控制-标签多分支组件。
  - 复制多分支组件：支持编辑分支名称，优化分支删除逻辑，请参见条件控制-复制多分支组件。

版本限制

本次发布的所有内容，仅对Quick Audience标准版进行升级。

功能详情

功能包	一级模块	二级模块	功能详情
用户营销	私有化营销	PUSH营销	详情页面支持展示设备接收状态明细，支持筛选指定接收状态的用户生成受众。
		微信营销	模板消息配置项增加**点击模版消息跳转**开关，支持不跳转。
		短信营销	删除**自动化任务**页签。
		邮件营销	
		PUSH营销	
		微信营销	
	广告营销	天攻智投	
		巨量引擎	
		腾讯广告	
		百度信息流	
		趣媒体	
	自动化营销	自动化营销	• 任务名称：最大长度增加到64个字符。 • 任务详情页面：增加**营销动作**页签，展示各类型营销动作子任务。 ○ 对于行为事件触发的任务，短信营销、邮件营销子任务的详情页面不再支持筛选指定接收状态的用户生成受众。 • 邮件发送组件：对于行为事件触发的任务，配置界面增加提示，建议于指定运行时间前10min开启流程。 • 微信营销组件：更名为微信消息组件。 • 发优惠券组件：对于特定人群触发的任务，支持的ID类型增加手机号、OpenID。 • 结果多分支组件：对于特定人群触发的任务，增加“其他”分支，不符合任何结果选项的用户将进入“其他”分支。 • 标签多分支组件：增加“其他”分支，不符合任何分支的筛选条件的用户将进入“其他”分支。 • 复制多分支组件：支持编辑分支名称，优化分支删除逻辑。

1.8.5. V3.3.23版本说明

发布时间

2021年08月10日。

更新内容

- 用户洞察
  - 用户ID类型新增手机OAID，可用于所有现有数据集类型和受众，不支持推送数据银行、达摩盘，支持推送Kafka，支持用于腾讯广告、巨量引擎营销任务。
  - 受众推送达摩盘时，支持将推送任务与营销活动的子活动关联。
  - 受众交并时，支持从文件夹选择来源受众，请参见受众交并。

版本限制

本次发布的所有内容，仅对Quick Audience标准版进行升级。

功能详情

功能包	一级模块	二级模块	功能详情
用户洞察	数据集	数据集	标签数据集、行为数据集、RFM模型、AIPL模型的可选用户ID类型新增手机OAID。
	受众管理	受众筛选	受众的可选ID类型新增手机OAID。
		受众管理	上传受众、从数据源创建受众时，可选ID类型新增手机OAID。
			受众交并时，支持从文件夹选择来源受众。
			受众推送达摩盘时，支持将推送任务与营销活动的子活动关联。
用户营销	广告营销	巨量引擎	受众ID类型支持OAID，加密方式支持原文/MD5。
		腾讯广告	受众ID类型支持OAID，加密方式支持原文/MD5。

1.8.6. V3.3.22版本说明

发布时间

2021年07月29日。

更新内容

- 用户洞察
  - 支持将受众ID推送至达摩盘，在达摩盘侧建立品牌全域消费者数据资产，将您的一方受众应用在相关营销渠道，请参见达摩盘推送文档。
  - 支持从数据源表直接读取用户ID创建受众，请参见从数据源创建受众。
  - 受众标签筛选、行为筛选支持多个筛选条件之间的差集计算，请分别参见标签筛选、行为筛选。
  - 受众标签筛选支持对单个标签设置多条筛选条件，便于针对多值型标签要求其同时包含多个标签值，具体操作请参见不同类型标签的筛选条件设置。
- 分析洞察
  - 菜单授权支持按用户组授权，允许被授权人管理菜单，请参见自定义菜单、嵌入、授权。

版本限制

本次发布的所有内容，仅对Quick Audience标准版进行升级。

功能详情

功能包	一级模块	二级模块	功能详情
用户洞察	受众管理	受众筛选	标签筛选、行为筛选支持多个筛选条件之间的差集计算。
			标签筛选支持对单个标签设置多条筛选条件。
		受众管理	支持将受众ID推送至达摩盘。
			支持从数据源表直接读取用户ID创建受众。
分析洞察	自定义菜单	菜单设置	菜单授权支持按用户组授权，允许被授权人管理菜单。

1.8.7. V3.3.20版本说明

发布时间

2021年07月13日。

更新内容

- 用户洞察
  - 用户透视分析、受众透视指标分析、显著性分析：在分析结果图表增加空值过滤开关，将标签值为未知（null）的数据排除出统计范围。

版本限制

本次发布的所有内容，仅对Quick Audience标准版进行升级。

功能详情

功能包	一级模块	二级模块	功能详情
用户洞察	用户分析	透视分析	用户透视分析、受众透视指标分析、显著性分析：在分析结果图表增加空值过滤开关，将标签值为未知（null）的数据排除出统计范围。
	受众管理	受众分析	

1.8.8. V3.3.19版本说明

发布时间

2021年07月08日。

更新内容

- 用户洞察
  - 增加营销活动模块，用于从营销计划、营销执行等阶段管理营销活动，同时关联营销活动中涉及的受众、营销任务（含推送任务）等，帮助您一站式管理营销活动的生命周期。请参见营销活动文档。
  - 筛选、交并、上传、编辑或复制受众时，支持将受众与子活动关联。
  - 进行受众、标签数据集、AIPL模型推送数据银行配置时，支持将推送任务与子活动关联。
- 用户营销
  - 创建、编辑营销任务时，支持将营销任务与子活动关联。

- 支持将自己上传的素材共享给所有人。请参见素材管理。
- 创建短信营销任务界面提示优化，通知短信去除“回T退订”。

- 管理中心
  - 自定义角色时，增加营销活动相关权限选项。

版本限制

本次发布的所有内容，仅对Quick Audience标准版进行升级。

功能详情

功能包	一级模块	二级模块	功能详情
用户洞察	营销活动	活动管理	增加营销活动模块。
	受众管理	受众筛选	筛选受众时，支持将受众与子活动关联。
		受众管理	• 交并、上传、编辑或复制受众时，支持将受众与子活动关联。 • 进行受众推送数据银行配置时，支持将推送任务与子活动关联。
	数据集	数据集	进行标签数据集、AIPL模型推送数据银行配置时，支持将推送任务与子活动关联。
用户营销	私有化营销、广告营销、自动化营销	短信营销等	创建、编辑营销任务时，支持将营销任务与子活动关联。
	私有化营销	短信营销	创建短信营销任务界面提示优化，通知短信去除“回T退订”。
	内容管理	素材管理	支持将自己上传的素材共享给所有人。
管理中心	工作空间	空间角色管理	自定义角色时，增加营销活动相关权限选项。

1.8.9. V3.3.16版本说明

发布时间

上海地域：2021年06月17日发布。
张家口、深圳：2021年06月22日发布。

更新内容

- 用户洞察
  - 各数据集ID类型增加支持OpenID，但OpenID不能用于推送到数据银行。
- 用户营销
  - 私有化营销中，创建短信通知任务时，第三方短信平台支持变量。
  - 升级自动化营销功能，将自动化任务分为行为事件触发、特定人群触发两类，用于不同的营销场景，请参见创建自动化营销任务、管理自动化营销任务。

- 自动化营销可用的组件变更，请参见营销动作-邮件发送组件等组件对应的文档：
  - 增加自动化营销组件：PUSH营销组件、微信营销组件、发优惠券组件、推送Kafka组件、行为事件分支组件。
  - 升级自动化营销组件：短信发送组件、邮件发送组件，原事件多分支组件升级为结果多分支组件。
  - 下线数字短信组件，数字短信功能合入短信发送组件。
- 为了配置行为事件触发任务、行为事件分支组件等，增加事件管理功能，请参见事件管理。

版本限制

本次发布的所有内容，仅对Quick Audience标准版进行升级。

功能详情

功能包	一级模块	二级模块	功能详情
用户洞察	数据集	数据集	各数据集ID类型增加支持OpenID。
用户营销	私有化营销	短信营销	第三方短信通知支持变量。
	自动化营销	自动化营销	自动化营销升级： • 任务类型分为行为事件触发、特定人群触发，配置流程变更。 • 自动化任务营销组件类型丰富。 • 任务列表样式、任务管理操作变更。
		事件管理	增加事件管理功能。

1.8.10. V3.3.15版本说明

发布时间

2021年06月08日。

更新内容

- 用户洞察
  - 受众筛选时，对于标签筛选的时间型标签、行为筛选的统计时间配置项，增加快捷选择本周、本月等时间区间的功能，变更区间设置的相对时间设置方式。
- 用户营销
  - 自动化营销的标签多分支组件，对于时间型标签，增加快捷选择本周、本月等时间区间的功能，变更区间设置的相对时间设置方式。

版本限制

本次发布的所有内容，仅对Quick Audience标准版进行升级。

功能详情

功能包	一级模块	二级模块	功能详情
用户洞察	受众管理	受众筛选	对于标签筛选的时间型标签、行为筛选的统计时间配置项，增加快捷选择本周、本月等时间区间的功能，变更区间设置的相对时间设置方式。
用户营销	自动化营销	标签多分支组件	对于时间型标签，增加快捷选择本周、本月等时间区间的功能，变更区间设置的相对时间设置方式。

1.8.11. V3.3.13版本说明

发布时间

2021年05月25日。

更新内容

- 用户洞察
  - 自定义标签数据集更新方式，增加手动触发整个自定义标签数据集更新，并且对于原有的部分自定义标签批量更新，取消最多选5个标签的限制。
  - 支持使用文件夹对受众进行分类管理。增加创建文件夹、受众移动到文件夹等相关功能，受众筛选、上传受众、受众交并等功能在保存受众时增加目录配置项。

    版本升级前您已创建的受众保存在根目录。
  - 当用户手动触发受众更新时，系统自动更新该受众的来源受众，但不创建来源受众快照。
- 管理中心
  - 空间系统配置中，受众更新并发设置变更为更新并发设置，限制受众周期更新、自定义标签数据集批量更新自定义标签的更新并发数总和。
  - “社交互动-客户运营”角色权限变更，增加效果分析权限，删除多余的直播活动条目。

版本限制

本次发布的所有内容，仅对Quick Audience标准版进行升级。

功能详情

功能包	一级模块	二级模块	功能详情
用户洞察	数据集	数据集	• 自定义标签数据集更新方式，增加手动触发整个自定义标签数据集更新，并且对于原有的部分自定义标签批量更新，取消最多选5个标签的限制。
	受众管理	受众管理	• 增加创建文件夹、受众移动到文件夹等相关功能。受众筛选、上传受众、受众交并等功能，在保存受众时增加目录配置项。 • 当用户手动触发受众更新时，系统同步更新该受众的来源受众，但不创建来源受众快照。
管理中心	工作空间	空间角色管理	“社交互动-客户运营”角色权限变更，增加效果分析权限，删除多余的直播活动条目。
		空间系统配置	受众更新并发设置变更为更新并发设置，限制受众周期更新、自定义标签数据集批量更新自定义标签的更新并发数总和。

1.8.12. V3.3.12版本说明

发布时间

2021年05月11日。

更新内容

- 用户营销
  - 短信营销新增短信通知任务，原普通短信任务改名为推广短信任务，均支持使用变量、短链、短参。
  - 支持接收用户回复的消息，支持再次回复用户。
  - 优化文本短信模板管理，包含短信通知模板、推广短信模板。
  - 新增短链管理。
- 管理中心
  - 组织接口管理的阿里云短信设置中，增加上行消息接收设置。

版本限制

本次发布的所有内容，仅对Quick Audience标准版进行升级。

功能详情

功能包	一级模块	二级模块	功能详情
用户营销	私有化营销	短信营销	• 新增短信通知任务，原普通短信任务改名为推广短信任务，均支持使用变量、短链、短参。 • 新增**消息回复**页签，查看用户回复的消息，支持再次回复用户。
	内容管理	短信模板	优化文本短信模板管理，包含短信通知模板、推广短信模板。
		短链管理	新增**短链管理**页面，管理短链。
管理中心	组织管理	接口管理	阿里云短信设置中增加上行消息接收设置。

1.8.13. V3.3.11版本说明

发布时间

2021年04月27日。

更新内容

- 用户洞察
  - RFM模型参数配置，当数据表为客户数据时，取消**最近（天）**输入框。
  - 标签数据集透视分析时，默认展开第一个标签类目的全部标签。
  - 受众交并得到的新受众，取消需要达到25人才能保存的限制。
  - 受众支持批量更新、批量删除，请参见受众基本功能。
- 交互优化
  - 页面右上角的管理中心、消息中心按钮顺序变更。

版本限制

本次发布的所有内容，仅对Quick Audience标准版进行升级。

功能详情

功能包	一级模块	二级模块	功能详情
用户洞察	数据集	数据集	RFM模型参数配置，当数据表为客户数据时，取消**最近（天）**输入框。
	用户分析	透视分析	标签数据集透视分析时，默认展开第一个标签类目的全部标签。
	受众管理	受众管理	受众交并得到的新受众，取消需要达到25人才能保存的限制。
			受众支持批量更新、批量删除。

1.8.14. V3.3.10版本说明

发布时间

2021年04月13日。

更新内容

- 用户洞察
  - 标签数据集配置完成后，用户标识固定显示在首行。
  - 当标签数据集的底层表字段被删除后，在更新数据集、透视分析、筛选受众、更新受众等场景下，增加相应提示。
  - 配置RFM模型中的M消费金额参数时，界面增加提示每个参数区间包含左侧数值，不含右侧数值。
  - 受众Kafka推送支持字段映射配置，请参见推送功能。

- 用户营销
  - 支持Lottie JSON格式素材，请参见素材管理。
- 管理中心
  - 添加研发成员时，研发成员可以不是组织管理员。

版本限制

本次发布的所有内容，仅对Quick Audience标准版进行升级。

功能详情

功能包	一级模块	二级模块	功能详情
用户洞察	数据集	数据集	标签数据集配置完成后，用户标识固定显示在首行。
			当标签数据集的底层表字段被删除后，在更新数据集、透视分析、筛选受众、更新受众等场景下，增加相应提示。
			配置RFM模型中的M消费金额参数时，界面增加提示每个参数区间包含左侧数值，不含右侧数值。
	受众管理	受众管理	受众Kafka推送支持字段映射配置。
用户营销	内容管理	素材管理	支持Lottie JSON格式素材。
管理中心	组织管理	研发初始化	添加研发成员时，研发成员可以不是组织管理员。

1.8.15. V3.3.9版本说明

发布时间

2021年04月06日。

更新内容

- 用户洞察
  - AIPL模型新增渠道来源设置，请参见新建AIPL模型。

    存量AIPL模型的渠道来源将默认为“全渠道”，支持编辑。
  - AIPL模型管理删除设为标准AIPL模型操作，要推送到数据银行的AIPL模型无需设为标准AIPL模型。
  - AIPL模型推送到数据银行的限制规则变更，请参见AIPL模型推送。

版本限制

本次发布的所有内容，仅对Quick Audience标准版进行升级。

功能详情

功能包	一级模块	二级模块	功能详情
用户洞察	数据集	数据集	AIPL模型新增渠道来源设置。
			AIPL模型管理删除设为标准AIPL模型操作。
			AIPL模型推送到数据银行的限制规则变更。

1.8.16. V3.3.8版本说明

发布时间

2021年03月30日。

更新内容

- 首页导航栏、页面左上角下拉菜单样式改版。
- 用户洞察
  - AIPL流转分析增加流失数据显示，请参见AIPL流转分析。
  - RFM模型统计周期设置增加“历史截至当日”选项，请参见新建RFM模型。
  - RFM分析图块hover后增加人均交易金额、人均交易频次信息显示，请参见用户RFM分析、受众RFM分析。

版本限制

本次发布的所有内容，仅对Quick Audience标准版进行升级。

功能详情

功能包	一级模块	二级模块	功能详情
用户洞察	数据集	数据集	RFM模型统计周期设置增加“历史截至当日”选项。
	用户分析	RFM分析	图块hover后增加人均交易金额、人均交易频次信息显示。
		AIPL流转分析	AIPL流转分析增加流失数据显示。

1.8.17. V3.3.5版本说明

发布时间

2021年03月09日。

更新内容

- 用户洞察
  - 标签数据集、受众支持以小时为周期更新，请参见管理标签数据集、受众管理基本功能。
  - 受众推送Kafka时，支持以小时为周期推送，支持推送非ID类型的标签，请参见推送功能。
- 管理中心
  - 增加Kafka推送并发设置，请参见空间系统配置。

版本限制

本次发布的所有内容，仅对Quick Audience标准版进行升级。

功能详情

功能包	一级模块	二级模块	功能详情
用户洞察	数据集	数据集	标签数据集更新支持以小时为周期。
	受众管理	受众管理	受众更新支持以小时为周期。
			受众推送Kafka支持以小时为周期，支持推送非ID类型的标签。
管理中心	工作空间管理	空间系统配置	增加Kafka推送并发设置。

1.8.18. V3.3.2版本说明

发布时间

2021年02月04日。

更新内容

- 用户营销
  - 自动化营销支持AES加密的受众ID。
- 管理中心
  - 添加组织成员、空间成员时需设置用户昵称。
  - 工作空间管理增加用户访问页面，包含空间成员使用用户洞察和用户营销模块的行为统计，详情请参见用户访问。

版本限制

本次发布的所有内容，仅对Quick Audience标准版进行升级。

功能详情

功能包	一级模块	二级模块	功能详情
用户营销	自动化营销	创建自动化营销任务	配置受众节点时需选择ID是否经过AES加密。
管理中心	组织管理	组织成员管理	添加组织成员时需设置用户昵称。
	工作空间管理	空间成员管理	添加空间成员时需设置用户昵称。
		用户访问	新增用户访问页面，展示空间成员使用用户洞察和用户营销模块的行为统计数据。

1.8.19. V3.3.1版本说明

发布时间

2021年02月02日。

更新内容

- 用户洞察
  - RFM数据集计算规则优化，排除时间和金额为空的用户。
  - 自定义标签数据集计算失败时，在列表中显示失败原因。
  - 在数据集页面搜索后，进入详情页再返回数据集页面时，保留搜索结果。
  - 通过行为筛选圈选受众时，行为渠道、行为对象支持选择所有可选项，支持搜索后选择所有搜索结果。
  - 下载到本地的受众CSV文件格式优化。
- 管理中心
  - 空间系统配置增加受众更新最大并发数设置，防止受众更新任务因并发数过多而执行失败，请参见空间系统配置。

版本限制

本次发布的所有内容，仅对Quick Audience标准版进行升级。

功能详情

功能包	一级模块	二级模块	功能详情
用户洞察	数据集	列表	搜索数据集后，进入详情页再返回列表，保留搜索结果。
		RFM数据集	计算规则优化，排除时间和金额为空的用户。
		自定义标签数据集	计算失败时，在列表中显示失败原因。
	受众管理	受众筛选	行为筛选时，行为渠道、行为对象支持选择所有可选项，支持搜索后选择所有搜索结果。
		受众下载	下载到本地的受众CSV文件格式优化。
管理中心	工作空间管理	空间系统配置	增加受众更新并发设置。

1.8.20. V3.3版本说明

发布时间

深圳地域发布：2021年01月21日。

上海地域发布：2021年01月26日。

张家口地域发布：2021年01月28日。

核心功能

基于集团下不同品牌隔离的业务诉求，提供组织和工作空间功能。具体地，一个组织可以包含多个工作空间，每个工作空间的数据是隔离的。添加进组织的每个用户至少归属于一个工作空间，在工作空间中进行业务操作。

权限系统升级，分为组织和空间两层。在组织层面，组织管理员拥有系统最高管理权限以及所有工作空间的权限，可操作管理所有空间的数据和功能。在空间层面，分为管理员、开发者、分析师、及自定义角色，权限作用范围限定在本空间内。

角色	角色作用范围	角色权限定义	是否可编辑
组织管理员	整个组织	1、系统默认角色，系统最高权限，可分配给多人，不可为空 2、功能权限：创建管理空间、添加成员及授予成员空间角色、配置系统级接口、数据源数据权限管控（包括表到工作空间使用授权、表的行级/列级权限授权） 3、数据层面：拥有全组织所有空间的数据权限	不可编辑
空间管理员	工作空间	1、系统默认角色，工作空间里最高权限，对本空间有管理权限，可分配给多人，可为空 2、空间管理员不一定是组织管理员，组织管理员默认一定是空间管理员 3、功能权限：添加空间成员，编辑管理该空间的角色和用户组，新建空间数据源 4、数据权限：拥有当前工作空间内所有数据权限	不可编辑
开发者	工作空间	1、系统默认角色，可分配给多人，可为空 2、功能权限：无空间管理权限（如空间系统配置、空间成员管理）、不可添加空间数据源 3、数据权限：仅可查看管理当前空间内自己创建的或被授权的资源	可编辑修改
分析师	工作空间	1、系统默认角色，可分配给多人，可为空 2、功能权限：无空间管理权限，默认无数据集/数据源权限 3、数据权限：仅可查看管理当前空间内自己创建的或被授权的资源	可编辑修改
其他空间角色	工作空间	1、由空间管理员自定义设置，仅限当前空间生效，可为空 2、功能权限：不可添加空间数据源，其他功能自定义设置 3、数据权限：仅可查看管理当前空间内自己创建的或被授权的资源	可编辑修改

产品功能界面变更：

- 管理中心：分为组织管理和工作空间两大功能模块。
  - 组织空间面向组织管理员，提供组织成员管理、工作空间管理、数据授权、组织系统配置等功能，设置后全组织所有空间都有效。
  - 工作空间面向空间管理员，提供空间成员、角色、用户组管理和空间系统配置功能，设置后本空间有效。各管理员仅对本空间有管理权限，即A空间的管理员没有B空间的管理权限。
- 用户洞察、用户营销、分析洞察等模块变更为分工作空间查看和使用，各工作空间数据隔离。

> **说明**
>
> 详细信息，请参见组织与工作空间概述。

版本限制

无。

发布内容

一级功能	二级模块	三级模块	功能对象	功能详情
管理中心	组织管理	组织成员管理	组织管理员	新增功能，提供组织成员的添加、管理、空间角色分配功能，可管理组织所有空间的成员。
		工作空间管理		新增功能，支持新建和管理工作空间，可设置默认空间。
		数据授权		• 数据源表授权：新增功能，将底层原始数据的表权限、行权限、列权限授权给工作空间，实现不同空间数据及权限隔离。 • 报表授权：新增功能，管理Quick BI授权的报表，授权给工作空间使用。
		接口管理		对应原有的接口管理功能，设置后全组织有效。
		组织系统配置		对应原有的AES加密功能，设置后全组织有效。
	工作空间	空间成员管理	空间管理员	对应原有的成员管理功能，支持空间成员的添加、管理、空间角色分配，仅可对本空间的成员进行管理。
		空间角色管理		对应原有的角色管理功能，支持角色的自定义编辑，设置后仅在本空间有效。
		空间用户组		对应原有的用户组功能，支持用户组的自定义编辑，可用于批量授权，设置后仅在本空间有效。
		空间系统配置		对应原有的系统配置功能，可进行更新、下载、推送设置，设置后仅在本空间有效。
用户洞察	-	-	空间成员	新增分工作空间查看功能，各工作空间数据隔离。
用户营销	-	-	空间成员	新增分工作空间查看功能，各工作空间数据隔离。
分析洞察	-	-	空间成员	新增分工作空间查看报表功能，各工作空间报表隔离。
数据采集	-	-	空间成员	• 原采集服务设置移动到组织管理>组织系统配置页面，仅组织管理员可进行配置操作。 • 采集数据将回流到用户指定的组织数据源中，表授权后空间可见。

标准版历史数据兼容

- 组织层面：
  - 管理员：原有的管理员都变更为组织管理员，若需缩小权限范围，可由组织管理员在**组织管理>组织成员管理**页面更改角色，参见管理组织成员。
  - 数据源：原有的数据源全部升级为组织数据源，默认空间拥有所有组织数据源的所有表权限，若需更改权限，可由组织管理员在**组织管理>数据源表授权**页面更改授权，参见授权组织数据源。
- 工作空间层面：
  - 除组织管理员以外的所有用户都划分到默认空间，原有的角色、用户组设置不变。
  - 原有的所有作品自动转移至默认空间下。

基础版历史数据兼容

- 历史数据全部归属于默认空间。

- 不支持设置多个空间，仅可在默认空间下使用。

1.8.21. V3.2.19版本说明

发布时间

2020年1月7日。

更新内容

1. 用户洞察

- 支持新建APP接口中，新增Web应用类型，支持日志数据存放指定MaxCompute，请参见新建数据采集接口。
- 系统配置中新增RFM自动更新时间，提升RFM模型的分析效率，请参见系统配置。
- 受众分析中增加新建受众入口。
- 行为数据集概览页面增加最大、最小行为时间。
- AIPL用户流转的用户转化比例调整优化。
- 标签管理搜索功能优化。
- 数据集列表检索优化。
- 透视分析中，标签复选框页面间距优化。

版本限制

本次发布的所有内容，仅对Quick Audience标准版进行升级。

功能详情

功能包	一级模块	二级模块	功能详情
用户洞察	数据集	列表	数据集列表检索优化。
		标签管理	标签管理搜索功能优化。
		行为数据集	行为数据集概览页面增加最大、最小行为时间。
	用户分析	透视分析	标签复选框页面间距优化。
		AIPL用户流转	用户转化比例调整优化。
	受众分析	受众分析	受众分析中增加新建受众入口。
管理中心	配置管理	接口管理	新增RFM自动更新时间。
		接口管理	支持新建APP接口中，新增Web应用类型，支持日志数据存放指定MaxCompute。

1.8.22. V3.2.18版本说明

发布时间

2020年12月22日

更新内容

1. 受众筛选支持保存非主键ID。
   - 受众筛选界面，保存受众时，可选择非主键ID类型进行保存，请参见受众筛选标签筛选。
2. 交叉筛选受众支持多ID推送。
   - 通过交叉筛选生成的受众，若受众来源的数据集包含多个ID类型，在受众管理的推送界面推送到数据银行或Kafka时，可选择多个ID类型进行推送。
3. 标签数据集配置支持标签/字段检索。
   - 配置标签数据集，或编辑已有的标签数据集时，支持字段检索和标签别名检索。

版本限制

本次发布的所有内容，仅对Quick Audience标准版进行升级。

功能详情

功能包	一级模块	二级模块	功能详情
用户洞察	数据集	标签数据集	• 增加标签字段和标签别名检索功能。
		RFM模型	• 优化模型配置界面，提供样例数据参考。
	受众管理	受众筛选	• 筛选完成保存受众时，支持选择非主键ID保存数据。
		受众管理	• 交叉圈选的受众，若来源的数据集中存在多种ID类型，推送时可多ID推送。

1.8.23. V3.2.17版本说明

发布时间

2020年12月15日

更新内容

1. 客户研发环境
   - 支持在Maxcompute、ADB3.0加密用户ID字段。加密函数及加密示例，请参见系统配置。
   - Quick Audience获取函数参数中的密钥值，在使用已加密的ID时调用密钥解密。传入密钥值操作，请参见系统配置。
2. 用户洞察
   - 在标签数据集、AIPL模型、受众管理的推送页面，新增AES加密方式选项。
3. 用户营销
   - 在私有化营销的短信营销、邮件营销模块，创建发送任务页面新增是否AES加密选项。
   - 在广告营销下的数据银行模块，创建推送任务页面新增AES加密方式选项。
   - 在天弓智投、巨量引擎、腾讯广告、百度信息流、趣媒体模块，创建推送任务页面新增是否AES加密选项。

版本限制

本次发布的所有内容，仅对Quick Audience标准版进行升级。

功能详情

功能包	一级模块	二级模块	功能详情
用户洞察	管理中心	系统配置	• 推送页面新增AES密钥管理
用户洞察	数据集	标签数据集	• 推送页面新增AES加密方式选项
		AIPL模型	• 推送页面新增AES加密方式选项
	受众管理	受众管理	• 推送页面新增AES加密方式选项
用户营销	私有化营销	短信营销	• 创建发送任务提供是否AES加密选项
		邮件营销	• 创建发送任务提供是否AES加密选项
	广告营销	数据银行	• 创建推送任务页面提供AES加密方式选项
		天弓智投	• 创建推送任务页面提供AES加密方式选项
		巨量引擎	• 创建推送任务页面提供AES加密方式选项
		腾讯广告	• 创建推送任务页面提供AES加密方式选项
		百度信息流	• 创建推送任务页面提供AES加密方式选项
		趣媒体	• 创建推送任务页面提供AES加密方式选项

1.8.24. V3.2.16版本说明

发布时间

2020年12月08日

更新内容

1. 优化从客户数据创建AIPL模型，请参见新建AIPL模型。
   - 在创建页面，选择客户数据时，给出客户数据表结构样例。
   - 在配置AIPL映射页面，新增渠道名称选择，需要关联渠道维表和渠道字段，为非必填项。
   - 在配置AIPL规则页面，如添加了渠道名称和维表，可通过渠道进行筛选过滤，可配置单一渠道或不同渠道的AIPL模型。渠道筛选支持全选，支持搜索结果的全选。
   - AIPL的多个规则之间，支持交集和并集混合使用，按从左到右的关联顺序执行。
2. 支持从行为数据集创建AIPL模型，请参见新建AIPL模型。
   - 在创建页面，选择行为数据集时，给出行为数据集表结构样例。
   - 支持选择已创建的行为数据构建AIPL模型。
   - 配置的AIPL规则支持最近**天的统计时间、行为渠道多选、行为类型单选、行为对象单选、行对象属性多选、行为次数和行为金额的过滤。行为渠道和行为对象属性支持全选，支持搜索结果的全选。
   - AIPL的多个规则之间，支持交集和并集混合使用，按从左到右的关联顺序执行。
3. 创建、编辑标签数据集时，支持进行标签类目管理，请参见新建标签数据集。
4. 受众分析功能入口移动到受众管理下方，具体功能不变。

版本限制

本次发布的所有内容，仅对Quick Audience标准版进行升级。

功能详情

功能包	一级模块	二级模块	功能详情
用户洞察	数据集	数据集	• 创建AIPL模型：客户数据新增表结构样例，新增行为数据集选择和数据集表结构样例。 • 配置AIPL映射页面：客户数据下新增渠道字段选择，渠道维表和名称选项。 • 配置AIPL规则页面：客户数据下新增渠道筛选，支持渠道的全部选中和搜索结果全选，支持多个规则之间的交并集单独设置。 • 配置AIPL规则页面：行为数据集下，支持渠道和行为对象属性的全部选中和搜索结果全选，支持多个规则之间的交并集单独设置。 • 标签数据集配置页面：标签类目下拉框增加标签类目管理入口。

1.8.25. V3.2.15版本说明

发布时间

2020年12月03日

更新内容

1. 支持将Quick BI的已发布报表嵌入Quick Audience进行查看。
   i. 支持在Quick Audience侧直接嵌入、查看Quick BI的报表。
   ii. 支持自定义报表嵌入页面的菜单，支持两级菜单。
   iii. 支持从Quick BI侧跳转到Quick Audience进行嵌入报表操作。

版本限制

本次发布的所有内容，仅对Quick Audience标准版进行升级。

功能详情

功能模块	二级模块	功能详情
配置管理	接口管理	• 新增Quick BI的接口配置，用户可以在QA完成Quick BI应用授权。
分析洞察	业务洞察	• 支持用户点击菜单后直接查看挂载好的Quick BI报表。
	自定义菜单	• 支持用户自定义设置菜单层级和菜单名称 • 支持用户选择已开通嵌入的Quick BI报表挂载在自定义菜单中。 • 支持用户管理菜单的账号查看权限。 • 支持用户针对某报表，从Quick BI侧触发直接挂载报表到QA。

1.8.26. V3.2.12版本说明

发布时间

2020年11月17日

更新内容

1. 新增自定义标签。
   i. 支持业务人员在分析洞察的过程中自定义标签及标签值，并对自定义标签进行管理。
   ii. 自定义标签可与其他模型和行为数据集进行交叉权限，也可以进行透视分析。
2. 新增标签管理。
   i. 支持对标签热度进行统计查看，可分类目、统计周期、数据集进行标签使用热度查看。
   ii. 在透视分析和受众筛选界面，可以对标签进行热度排序。
3. 支持设置默认数据集。
   i. 针对初次进入分析界面时展示为空的问题，新增设置默认数据集功能，每个类型的数据集只能设置一个默认数据集。设置完成后，分析界面将默认对该数据集进行分析。
4. 行为数据集维表优化。
   i. 在行为数据集创建页面添加维表时，新增所有属性一个维表功能，即不同的行为对象属性和属性值可以是同一张维表。添加后，受众筛选界面会根据选择的行为对象，对行为对象属性值进行自动过滤（原有逻辑是一个属性一张维表，例如行为对象属性包含两个：一级类目、二级类目，那么数据加工时需要加工两张维表）。
5. 新增Push营销渠道。
   i. 支持用户集成安卓、iOS平台的Push应用。
   ii. 支持用户给目标人群受众发APP通知消息。
   iii. 支持用户查看Push消息任务的效果回流数据。
   iv. 支持用户查询自定义范围的全局回流数据概览。

版本限制

本次发布的所有内容，仅对Quick Audience标准版进行升级。

功能详情

功能模块	一级模块	二级模块	功能详情
用户洞察	数据集	数据集	• 新增自定义标签功能。支持设置标签信息、标签值信息、自定义标签规则、生成自定义标签数据集 • 自定义标签数据集可进行单个标签的更新，数据集可编辑、可透视分析 • 支持设置默认数据集，一种数据集只可设置一个，设置后透视分析界面默认选中该数据集进行分析
		新建行为数据集	• 添加行为对象属性维表时，可以只添加一个维表，也可以分多个维表进行添加
	资产管理	标签管理	• 新增标签热度统计功能，可分类目、分统计时间、分数据集进行标签热度查看，热度统计包括：透视次数、筛选次数、推送次数
	用户分析	透视分析	• 透视分析界面，支持五个标签数据集同时进行透视分析 • 支持对透视标签进行热度排序
		受众筛选	• 支持对透视标签进行热度排序
用户营销	私有化营销	PUSH营销-效果分析	• PUSH任务全局回流数据展示 • 支持通过应用和时间跨度做范围筛选，展示回流数据
		PUSH营销-任务管理	• 任务的统一管理页面，查看每个任务的推送、收到、打开、忽略的指标情况。查看任务发送状态等。 • 支持查看每个任务的任务详情
		PUSH营销-创建任务	• 支持选择ios应用、安卓应用。 • 支持对选择的应用编辑发送内容、触达人群、发送策略、定时策略等。 • 支持消息发送预览。
	账号配置	账号管理	• 增加友盟PUSH类型的账号管理。 • 支持友盟PUSH账号授权进入Quick Audience。
管理中心	配置管理	接口管理	• 新增友盟PUSH账号类型的接口接入。 • 支持添加友盟PUSH账号下的应用作为PUSH接口并统一管理。

1.8.27. V3.2.10版本说明

发布时间

2020年10月15日

核心功能

一、全域会员

1. 支持企业接入全渠道的会员数据，包括微信、淘宝、京东、有赞、线下系统等会员数据的融合 。
2. 支持企业多个品牌的下的公众号、小程序绑定，对企业所属店铺和员工组织管理 。
3. 支持会员管理，包括会员卡档案、会员标签、会员充值、会员积分的配置和管理 。
4. 支持优惠券管理，包括创建优惠券、手动发券、券发放查询、券效果分析 。

5. 支持会员营销，包括创建店铺活动、会员任务、互动游戏，会员礼包管理和会员任务关系设置 。
6. 支持微商城积分管理，包括兑换券管理、积分商品管理、积分订单管理，积分页面设置和售后管理 。
7. 支持审核管理设置，包括配置每个模块的审核人，审核历史记录。
8. 支持消息管理：支持微信模板的消息配置和消息防骚扰设置 。
9. 会员中心：支持小程序会员中心的页面装修和注册信息配置。

版本限制

一、全域会员

1. 购买限制：全域会员功能模块仅在购买Quick Audience标准版且购买了全域会员功能包时可用。
2. 购买社交互动功能包后，可以购买标准服务包。标准服务为运营增长服务：包含产品学院（产品功能及使用技巧），增长学院（用户运营领域案例及经验分享，运营模版分享）共计不超过14个课时/月。

发布内容

核心功能	一级模块	二级模块	功能详情
企业管理	基础信息	企业信息	• 企业基本信息展示
		品牌信息	• 企业下绑定的品牌，以及品牌下绑定的公众号、小程序信息
	店铺管理	店铺列表	• 企业下所有店铺的明细数据
		群组管理	• 对店铺分群组管理
		店铺员工	• 对店铺员工信息管理
会员管理	会员信息管理	会员卡档案	• 管理企业所有的会员信息，修改店铺/导购、贴标签和导出数据
		自定义属性管理	• 可自定义会员的标签属性管理
		会员导入记录	• 可导入本地的会员明细数据
		会员扫码记录	• 查询会员扫码入会的明细
	会员卡体系	会员卡购买记录	• 查询会员卡的购买明细记录
		等级变更记录	• 会员卡的等级变更明细记录
		卡等级管理	• 设置各类会员卡等级
		会员卡制度	• 设置会员卡的开卡规则
		会员降级	• 设置各类会员卡的降级条件
		升级记录	• 查询会员的升级卡的明细记录
		降级记录	• 查询会员的降级卡的明细记录
	会员参数管理		• 设置各种类型会员卡的筛选条件
	会员充值	充值设置	• 设置充值规则和充值菜单管理
		充值记录	• 查询用户的充值记录和到账状态
		充值对账	• 查询充值金额的对账单明细
		微信支付设置	• 设置微信支付商家的账号和密钥
	微信电子会员卡	基础信息	• 设置微信电子会员卡的基础信息
		注册信息	• 设置微信电子会员卡的注册信息
	天猫会员通	基础设置	• 设置天猫会员通卡的基础信息
		门店维护	• 查询天猫会员通智慧门店的信息
	会员积分管理	积分清零	• 管理会员积分清零的明细记录
		积分变动管理	• 查询所有积分变动的明细记录

优惠券管理	定义优惠券		• 创建各种类型券的条件和优惠形式
	同步线下券管理		• 查询线下券的优惠形式和剩余可用数量
	优惠券管理		• 查询所有优惠券的状态和明细
	手动发券管理		• 查询已发券的历史记录，新增发券任务
	券发放查询		• 查询到会员粒度发放券的明细记录
	发券失败查询		• 查询到会员粒度发券失败的明细记录
	券效果分析		• 查询最近一年发券数量和核销情况
会员营销	会员活动		• 创建和查看各类会员活动的基本信息、权益设置、微信模板内容和发送时间
	会员任务		• 创建和查看各类会员任务内容、奖励、微信模板设置
	互动游戏		• 创建会员的互动游戏基本信息和奖品设置
	会员礼包管理		• 创建会员礼包，积分和优惠券
	营销设置		• 设置会员任务引导新客成功入驻的所属门店和导购
积分商城	兑换券管理		• 查询积分商城兑换券，可设置上下架，新增兑换券的设置条件
	积分首页		• 设置积分商城首页的轮播图
	商品分类		• 查询积分分类，新增积分分类属性
	积分商品		• 查询积分的商品、积分价格、库存和已售数量
	规格管理		• 查询和新增积分规则
	订单管理	积分订单	• 查询用于积分兑换的商品和优惠券订单
		订单处理	• 查询所有订单记录明细，审核订单、导入导出订单
		售后处理	• 查询所有售后订单明细
	基础配置	基础管理	• 和订单相关的发货、签收、退单、开启客服和自提门店设置
审核管理	审核配置		• 配置每个业务模块的对应审核人
	审核配置列表		• 查询已配置业务模块对应的审核人列表
	审核中心		• 查询所有的审核记录明细

消息管理	券消息配置		• 配置微信的券内容、券使用规则和微信模板
	积分消息配置		• 配置微信积分的入账通知、积分使用通知内容
	会员消息配置		• 配置微信会员注册成功通知、会员绑定成功通知
	线下订单消息配置		• 配置线下交易后的微信模板内容
	微信模板消息记录		• 查询所有微信发送消息的记录明细
会员中心	菜单配置		• 设置微信小程序的页面菜单项配置
	关联小程序		• 查询关联小程序信息
	轮播图管理	会员中心	• 设置会员中心轮播图和分享主图
		门店导航	• 设置会员中心门店导航的图片
	个人资料配置		• 设置会员注册信息选择和自定义属性
	会员卡装修	会员卡样式	• 设置各类会员卡的页面样式
		会员卡充值样式	• 设置会员卡的充值页面样式
		会员卡升级	• 设置各类会员卡的升级说明文案
		会员卡特权	• 设置各类会员卡特权说明文案和配置信息
	会员中心主题		• 设置会员中心主题的页面样式
	品牌介绍		• 设置品牌介绍页面的图片
	会员注册协议		• 设置会员注册协议的标题和内容

1.8.28. V3.2.9.3版本说明

发布时间

2020年10月15日

核心功能

一、AIPL模型推送数据银行

1.对数据集中的AIPL模型，管理员可设置为标准AIPL模型。

2.对已设为标准AIPL模型的数据集，支持有管理权限的成员将标准AIPL模型每日推送到数据银行的某品牌，在数据银行端实现淘系和一方的全域AIPL分析和洞察，并通过淘系的多渠道触达转化，沉淀品牌消费者资产实现持续化运营。

3.支持查看设置为标准AIPL模型的历史推送信息。

4.无管理权限的成员，不支持推送标准AIPL模型。

5.对未设置标准AIPL模型的数据集，不支持推送。

二、版本优化

1.对“用户标识”、“用户ID”进行脱敏展示。

版本限制

一、AIPL模型推送数据银行

1.购买限制：仅支持购买Quick AudienceQA标准版且已开通数据银行功能的客户使用，如未开通数据银行功能，请联系阿里云CBM进行沟通。

发布内容

功能包	一级模块	二级模块	功能详情
用户洞察	数据集	数据集	• 管理员：对AIPL模型增加“设为标准AIPL”操作，对已打“标准AIPL模型”增加“取消标准AIPL模型”操作 • 管理权限：对已打标为“标准AIPL模型”增加“推送”和“推送历史” • 推送页面：支持周期性每日推送，可设定推送结束时间 • 推送量级：推送的AIPL模型数量需要大于5千条，小于2亿条 • 推送历史：增加“推送历史”选项可以查看所有推送历史记录 • 数据预览：对数据集中涉及“用户标识”“用户ID”的字段进行脱敏展示
用户洞察	用户分析	用户分析	• 联动明细：对分析中涉及“用户标识”“用户ID”的字段进行脱敏展示
用户洞察	受众管理	受众筛选	• 预览：对预览中涉及“用户标识”“用户ID”的字段进行脱敏展示
用户营销	私有化营销	短信营销	• 任务发送详情：对详情中涉及“用户标识”“用户ID”的字段进行脱敏展示
用户营销	私有化营销	邮件营销	• 任务发送详情：对详情中涉及“用户标识”“用户ID”的字段进行脱敏展示

1.8.29. V3.2.9版本说明

发布时间

2020年9月10日

核心功能

一、数据研发

1. 数据源部分新增业务数据源以及计算引擎源，其中业务数据源支持用户新建13种数据源，计算引擎源支持用户新建Maxcompute做离线计算。
2. 新增数据研发功能，支持建立同步任务进行数据同步，创建自定义脚本，上传数据资源以及创建和引用函数。
3. 新增运维功能，支持用户对提交的同步任务以及脚本进行运维管理。

二、社交互动

1. 支持企业对其微信公众号粉丝进行运营和管理。
2. 支持企业对其线上和线下的客户进行管理，包括对客户详情查看、客户标签、阶段、属性以及事件定义等。
3. 支持企业对优惠券进行设置并通过对应的渠道进行推广，并查看优惠券的领取和使用情况。
4. 支持企业新增多种推广活动，包括抽奖活动、投票活动、直播活动以及问卷调查等。

5. 支持企业基于用户事件，特殊规则等条件新增自动化营销活动。

版本限制

一、数据研发

1. 购买限制：仅支持QA标准版，需要联合购买Dataphin离线集成版。
2. Region限制：仅支持上海以及深圳Region，若搭配购买数据采集功能包则仅支持购买上海Region。

二、社交互动

1. 购买限制：
   - 社交互动功能模块仅在购买Quick Audience标准版且购买了社交互动功能包时可用。
   - 购买社交互动功能包后，可以购买标准服务包。标准服务为运营增长服务：包含产品学院（产品功能及使用技巧），增长学院（用户运营领域案例及经验分享，运营模版分享）共计不超过14个课时/月。
2. 数据源（业务数据源）限制：该模块的粉丝数据将以标准数据集的形式回流到用户洞察模块，用户可基于回流数据进行进一步的标签透视/圈选、行为数据圈选操作。

> **注意**
>
> 仅支持回流到AnalyticDB MySQL3.0和AnalyticDB PostgreSQL两种数据源中。

发布内容

核心功能	一级模块	二级模块	功能详情
数据研发	用户洞察	数据源	• 数据源（同“分析数据源”）新增使用授权功能 • 新增业务数据源及计算引擎源
	数据研发	研发	• 新增数据同步及数据处理功能
		运维	• 新增实例及任务运维功能
	配置管理	角色管理	• 新增数据研发-开发者角色，用于使用数据研发模块功能
		系统配置	• 新增沙箱白名单用于配置同步任务中使用到的数据源
		研发初始化	• 新增数据研发模块的初始化步骤（仅购买账号可见）
	公众号	粉丝管理	• 支持公众号粉丝的展示，搜索、筛选以及粉丝查看 • 支持为粉丝打标签以及面向粉丝群发消息
		图文管理	• 支持查看、创建公众号图文素材，支持同步公众号微信素材库，支持跨公众号复制图文素材。
		群发	• 支持基于粉丝标签，粉丝属性，地理位置，粉丝细分，群组等方式定向微信消息群发 • 支持群发状态与效果跟踪以及设置定时群发
		互动消息	• 支持根据时间过滤以及关键词搜索粉丝消息互动历史记录，同时实时回复粉丝消息。
		自定义菜单	• 支持编辑/发布菜单，点击可查看菜单统计。
		自动回复	• 支持配置自动回复规则，每条规则支持多个关键词及多条回复，自动回复关键词触发统计。

社交互动		推广二维码	• 支持添加/编辑公众号推广二维码，可以对二维码设定个性化的图文或文本回复，并且可以设定对扫描二维码的用户自动进行标签分类 • 智能区分新老客户扫描行为 • 二维码用户扫描统计，用户留存分析及流失详情。
		留言管理	• 支持查看群发图文留言统计，管理。
		素材管理	• 支持添加各类多媒体素材，支持标签化素材管理。
		内容标签	• 支持自定义素材标签。
	客户	客户管理	• 支持对客户进行高级筛选，打标签，导出等操作
		批量操作	• 基于群组的批量添加/移除标签、发送模板消息等操作
		客户标签	• 对客户标签进行管理，支持标签列表的查看、分组、添加、删除以及转移分组等操作
		客户阶段	• 潜在客户的兴趣度、购买意向和成交的可能性设置客户阶段
		客户属性	• 支持新增用户属性，查看用户属性列表以及属性页面布局
		客户事件	• 支持新增客户事件，查看客户事件列表以及新增客户事件 • 设置评分、阶段推进
		客户资料评分	• 设置客户资料评分
		黑名单	• 管理可疑名单以及黑名单
	优惠券	优惠券	• 支持新增优惠券以及查看优惠券列表，对其进行管理
		领取记录	• 支持查看优惠券领取记录
		使用记录	• 支持查看优惠券使用记录
	推广活动	幸运抽奖	• 支持查看幸运抽奖列表，对其进行推广、编辑和删除
		营销活动	• 支持查看营销活动列表，对其进行新增、编辑、删除
		投票宝	• 支持查看投票宝列表，对其进行新增、编辑、删除
		拼字有礼	• 支持查看拼字有礼列表，对其进行新增、推广、编辑、统计、删除
		问卷调查	• 支持查看问卷调查列表，对其进行新增、推广、编辑、统计、删除
		推广管计划	• 支持查看推广管计划列表，对其进行新增、推广、编辑、统计、删除
		直播活动	• 支持查看直播活动列表，对直播活动进行新增、推广和删除
	活动编排	营销活动	• 支持查看营销活动列表，对营销活动进行管理
	配置管理	角色管理	• 新增“社交互动-公众号运营”以及“社交互动-客户运营”角色用于使用社交互动模块功能

1.8.30. V3.2.8版本说明

发布时间

2020年9月8日

核心功能

一、数据采集功能包

1. 支持采集埋点事件、研发规范和SDK获取。
2. 支持将日志采集数据加工为行为数据集，并同步至ADB3.0数据源中进行进一步的筛选分析，实现再运营。

二、媒体回流功能包

1. 支持创建广告监测任务生成监测链接，通过添加监测链接实现广告监测数据回流。
2. 支持通过Feedback URL的方式进行腾讯广告监测数据回流。

版本限制

一、数据采集功能包

1. 仅支持上海region。
2. 仅支持QA标准版。
3. 仅支持ADB3.0。

二、媒体回流功能包

1. 仅支持QA标准版。
2. 回流数据当前仅支持回流到Maxcompute计算源中，可经由Dataphin做进一步的数据加工处理，进而同步到ADB中在Quick Audience侧进行分析应用。
3. 创建监测任务必须先购买媒体回流资源包，购买链接。
4. 请使用购买Quick Audience的阿里云主账号购买媒体回流资源包，否则无法在Quick Audience中使用已购资源。

发布内容

功能包	一级模块	二级模块	功能详情
数据采集	配置管理	接口管理	• 新增APP接口开通数据采集功能，可新建、编辑APP平台配置信息 • 获取埋点规范和SDK
		系统配置	• 新增采集数据同步服务配置 • 支持初始化时，指定数据同步的表名 • 支持数据的存储周期配置 • 新增最近一次成功同步数据的时间 • 新增自动生成的维表名显示
	用户洞察	数据源	• 新增同步数据源显示，可配置生成行为数据集
	消息中心	日志同步报警	• 新增采集数据同步的报错消息 • 支持同步ADB报错的具体原因显示 • 支持通过重试再次尝试同步
媒体回流	仪表盘	仪表盘	• 支持查看通过广告监测回流数据的增长概况 • 支持查看资源包的累计购买条数和使用情况 • 支持查看回流数据的ID类型及其数量分布
	数据集成	数据概览	• 支持选定时间筛选查看广告数据的新增数据量/新增计费数据量,以及各个关键指标项
		广告监测数据	• 新增单个或批量创建监测任务 • 支持已创建任务的查看、编辑、任务开关、提取监测链接等操作。
		腾讯广告数据	• 新增通过提取Feedback URL完成在腾讯广告投放的广告点击数据的回流
	报表分析	广告监测数据	• 支持从监测站点、监测渠道、监测任务3个纬度查看回流的曝光、点击、排重点击数据
	数据资源	数据集成资源	• 支持查看资源包的历史购买记录以及使用情况
		下载数据明细	• 支持下载监测log日志数据
		数据输出配置	• 支持将回流的日志数据同步到Maxcompute计算源中
	配置管理	角色管理	• 新增媒体回流-分析师角色，授权该角色后可使用媒体回流功能

1.8.31. V3.2.6版本说明

发布时间

2020年9月1日

更新内容

1. 支持第三方短信平台普通短信创建发送。
2. 支持第三方邮件平台邮件创建发送。

3. 支持阿里云数字短信发送。

版本限制

1. 购买标准版用户：
   i. 短信营销整体可创建任务量上限100个：包括第三方普通短信任务、阿里云数字短信任务和阿里云普通短信任务。
   ii. 邮件营销整体可创建任务量上限100个：包括阿里云邮件任务、第三方邮件任务。
   iii. 成功失败都计数，超出100个任务则不可使用。
2. 购买用户营销功能包用户：无上述任务量限制。

功能详情

功能模块	二级模块	功能详情
配置管理	接口管理	• 新增第三方短信/邮件接口管理功能，可新建、编辑接口信息
私有化营销	短信营销	• 支持对不同短信平台进行效果分析，包括发送总数、成功数、失败数 • 新增阿里云数字短信发送功能 • 新增第三方短信平台的普通短信发送功能，并进行发送数据回流
	邮件营销	• 支持对不同邮件平台进行效果分析，包括发送总数、成功数、失败数、无效地址数 • 新增第三方邮件平台的邮件发送功能，并进行发送数据回流
自动化营销	自动化营销	• 增加数字短信组件，支持阿里云数字短信发送 • 支持多短信平台任务创建和多邮件平台任务创建
内容管理	短信模板	• 新增数字短信模版列表，支持阿里云数字短信模板创建、提交审核、预览 • 新增短信签名管理列表 • 支持第三方短信平台模板创建
	邮件模板	• 支持第三方邮件平台模板创建

1.8.32. V3.2.2版本说明

发布时间

2020年7月30日

更新内容

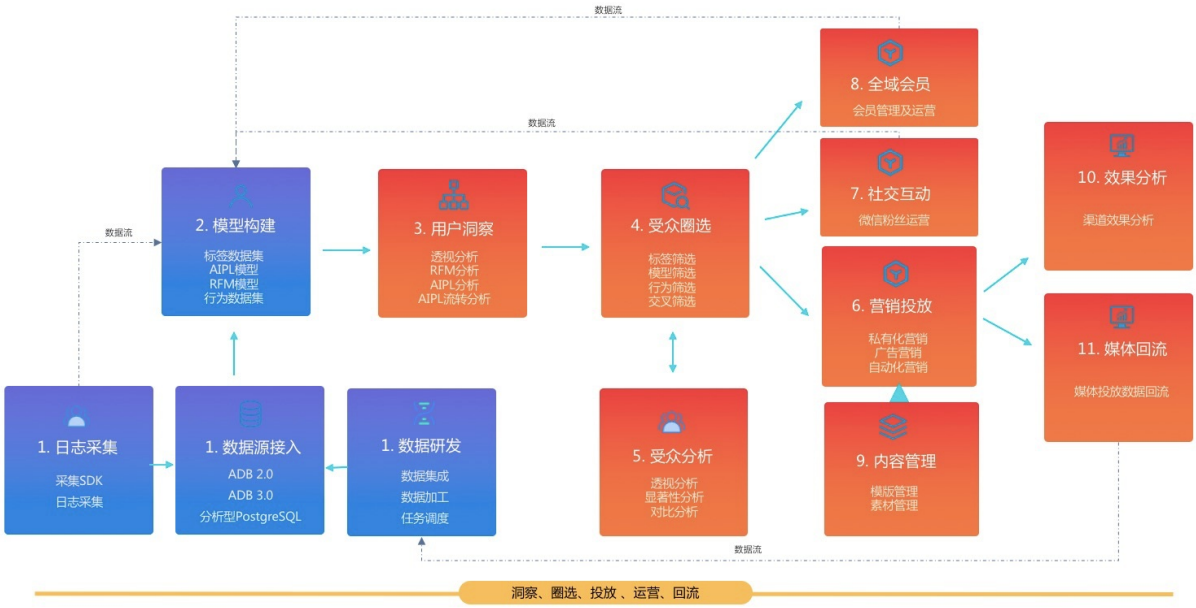
功能模块	二级模块	功能详情
配置管理	组织管理	• 增加角色管理功能，可通过定义角色来定义功能权限范围。系统提供三个默认角色：管理员、开发者、分析师。管理员拥有系统的最高权限，拥有所有功能所有数据内容，不可变更。开发者、分析师权限支持修改。 • 一个成员可以存在多个角色，可批量添加或者删除角色。例如，角色1拥有用户营销模块短信营销功能权限，角色2拥有微信和微博功能权限，用户1挂靠在角色1下面，用户2同时挂靠在两个角色下面，那么用户1只可以看到短信营销功能，用户2可以看到短信、微信、微博功能。 • 增加用户组功能，用于完成数据集和kafka接口批量授权
	系统配置	• 原有的系统设置功能移动到系统配置页面
	接口管理	• 原有的 用户营销/配置管理/接口管理 页面移动到 配置管理/接口管理
数据集	权限设置	• 增加管理权限、使用权限批量授权功能 • 增加行级权限功能，设置行级权限后，将对用户透视、筛选操作的数据范围产生限制
受众管理	接口配置	• 增加kafka接口使用授权功能，支持基于用户组的批量授权
受众管理	推送	• 通过受众交并生成的受众，在推送kafka和数据银行时，若受众来源的数据集存在多个ID类型，均可进行推送操作

2.产品简介

2.1. 什么是Quick Audience

Quick Audience为您打造一站式的消费者资产管理和运营平台，通过快速的数据对接、方便的模型配置、灵活的圈选完成用户的洞察和分群，通过多渠道的链接、自动化营销链路的编排，完成用户的触达和营销策略的沉淀，提升企业消费者运营的效率，让营销更简单，更高效，更专业。

Quick Audience的主要功能链路如下图所示。



基础概念

数据源：

- 分析数据源：在Quick Audience中，数据源一般是指分析数据源。Quick Audience使用分析型数据库作为分析数据源，将要用于分析或圈选的数据都会存储在这个分析型数据库中。
- 业务数据源：指企业存储业务数据的数据库，如果需要对这些业务数据进行数据中台的构建，则需要将数据从业务数据源转移到数据中台的计算引擎中。
- 计算引擎源：指企业构建数据中台过程中，用于做数据加工处理和存储的数据库，计算引擎一般都会提供较强的大数据的并发离线数据处理能。

数据集： 数据集是在Quick Audience里的一个概念，Quick Audience里的圈选和分析大部分都是基于数据集来做的。数据集是数据表在Quick Audience里的一种映射，将物理表的字段在Quick Audinece里配置映射关系后，就可以保存生成一个数据集。Quick Audience的数据集类型包括：用户标签数据集、RFM模型、AIPL模型、行为数据集、商品标签数据集。它们是为了不同的数据分析目的，将数据源中的表字段经过不同方式组织、计算得到的数据集合。数据集可以直接用于用户分析、ID推送、受众筛选、受众分析等，而数据表不能。

受众： 受众又称为人群包，是多个用户ID的数据集合。受众的生成方式包括圈选，手动上传，以及受众间的交并差。

ID类型： ID类型用户标识一个用户ID的分类，例如一个用户ID是手机号码，那么这个用户ID的ID类型就是 手机号码。Quick Audience支持的ID类型有：OneID、UnionID、OpenID、手机号码、电子邮箱、淘宝ID、淘宝昵称、支付宝ID、微博ID、IMEI、IDFA、IMSI、OAID、MAC地址等。

产品优势

- 多维的营销洞察：具备营销数据的快速对接和构建，并支持多维的洞察和圈选。
- 多端的消费者触达：具备覆盖广告、社交、电商、私有app等多端营销触达能力。
- 多端的自动化营销能力:支持跨不同营销端的自动化营销能力。
- 阿里经济体加持：同阿里经济体多营销平台打通能力。

功能特性

- **用户洞察**：
  - **数据源配置**：支持数据源导入及管理，数据源类型支持AnalyticDB for MySQL 2.0、AnalyticDB for MySQL 3.0、AnalyticDB for PostgreSQL。
  - **数据集管理**：支持用户标签数据集、RFM模型、AIPL模型、行为数据集、商品标签数据集的配置与管理。支持对单个用户或基于用户组进行数据集的管理权限、使用权限和行级权限设置。
  - **用户分析**：支持人群透视分析、RFM分析、AIPL用户分析及AIPL流转分析。
  - **受众筛选**：支持标签筛选、模型筛选（RFM、AIPL）、行为筛选、交叉筛选。
  - **受众管理**：支持对受众的分析、编辑、下载、更新、推送（数据银行、达摩盘、Kafka）等功能。
  - **受众分析**：支持通过标签透视、显著性分析、RFM分析完成对受众的洞察。
  - **资产管理**：支持分类目、统计周期、数据集进行标签使用热度查看，支持自定义标签。
  - **营销活动**：帮助企业从营销活动的视角，一站式完成营销活动的生命周期管理。
  - **全域营销**：将企业一方消费者数据一键推送至阿里品牌数据银行、达摩盘，建立品牌全域消费者数据资产，全面提能提效品牌全域消费者运营。
- **全域洞察**：为产品及运营等业务人员提供全域标签，支持结合全域标签对存量用户进行细分管理和洞察分析，提升精细化运营业务需要的满足程度。
- **用户营销**：
  - **营销投放**：支持私有化渠道、广告渠道、私有运营阵地等多端渠道的人群投放和内容运营。
  - **自动化营销**：通过底层的自动化营销引擎和多营销组件，自定义配置营销链路，完成自动化营销执行。
- 复购预测：基于用户既往购买行为记录，通过训练算法模型，预测用户在未来指定时间内复购的可能性，找到大量非品牌原核心人群的购买高潜人群，为业务圈选外机会人群补充，提升品牌购买力。
- 货品推荐：基于用户既往购买行为记录，通过训练算法模型，智能解析用户和商品、商品和商品之间的关联关系，提高运营效率，提高品牌复购表现。
- **社交互动**：提供多品牌多账号的微信公众号的运营能力，对特定的粉丝群组进行个性化活动触达，完成企业私域流量运营。
- **会员中心**：支持设置会员等级、会员权益、会员任务、会员营销活动，支持设置积分的获取规则和使用规则，通过一系列手段来帮助提升会员活跃度和会员复购率。
- **智能导购**：**智能导购企微版**是专门为门店导购员开发的一套客户管理系统，深度融合企业微信，导购员无需下载APP，直接登企业微信小程序即可使用，通过日常运营提醒、导购任务、优惠券活动等功能帮助店铺更好地运营消费者。
- **智慧零售**：致力于为连锁零售商实现新零售转型，通过为连锁零售品牌商从0到1创建品牌线上电商，达到线上流+线下流协同发挥作用互补导流。

- **媒体回流**：支持将广告监测（含趣媒体投放监测）、腾讯广告Feedback的曝光点击等数据进行回流，并提供多维度报表分析，为广告行为的标签生成提供数据基础。
- **分析看板**：通过QBI授权，实现自定义报表管理与查看，助力品牌运营数据洞察。
- **数据采集**：支持App端用户行为数据采集和自动加工处理，加工成行为数据集可实现人群再运营。

2.2. 应用场景

Quick Audience的应用包括但不限于以下场景：

VIP分群营销场景

业务需求：VIP标签用于标识零售商重要客户。VIP用户是一个很好的目标细分市场，因为他们比其他人更有可能购买，而且他们不会像其他细分市场一样对价格敏感。营销活动为门店举行店庆，定向邀约VIP高级客户购买独家产品。

解决方案：

- 在数据萃取与精准营销方案中，市场营销业务人员可定义品牌的VIP客户为：生命周期价值超过一定阈值（例如10000元）且交易数量超过一定阈值（例如10次）等条件的客户。
- 可随时对筛选条件进行调整，并实时返回结果，以保证VIP定义的目标受众既不会过多也不会过少（例如前10%）。

受众画像、透视分析场景

业务需求：投放之前，业务部门需要了解筛选出的受众与大盘人群相比，在属性、行为特征、购物偏好上，分别有哪些特征，最显著的不同体现在哪些特征上。

解决方案：

- 受众分析可洞察以筛选人群各个特征值分布，提供圈选受众的人群画像。
- 进一步地，显著性分析展现了当前受众相比大盘人群，差异最大的标签（特征），并展示分布。

通用模型分析场景

业务需求：业务需要将所有客户按照通用RFM模型，将所有客户按照Recency、Frequency、Monetary三个维度进行评分，并进一步进行客户分群管理，例如针对重要挽留客户、一般价值客户、潜在客户采取不同营销手段。

解决方案：

- 用户洞察内置基于RFM，AIPL等通用模型的数据建模能力，不需要编程能力，业务部门可自主配置得分规则和阈值。
- 模型分群支持直接新建模型受众，将洞察结果应用于营销行动

全域营销场景

在该场景下，目前通过Quick Audience打通阿里域内的品牌数据银行和达摩盘

- 跟品牌数据银行能力的深度融合，实现分别在阿里云及生态内为客户提供服务，并实现品牌一方数据、平台二方数据的一键高效互通互用，全面提能提效品牌全域消费者运营。
- 跟达摩盘链路的打通，实现品牌自有消费者资产的一方人群和阿里域内消费者资产融合去重，识别可运营消费者资产总量，识别消费者与品牌在不同渠道间的关系深度，识别品牌发展阶段，消费者资产健康度，调整运营策略，有针对性地在阿里妈妈投放渠道精细化运营和制定营销策略

推荐搭配组合：Dataphin + Quick Audience + Quick BI

- Quick BI详情请参见什么是Quick BI。
- Dataphin详情请参见什么是Dataphin。

2.3. 基本概念

本文介绍Quick Audience涉及的一些概念，便于您理解Quick Audience的功能。

名词	描述

数据源	在Quick Audience中，数据源一般指分析数据源，是存储分析对象底层数据的数据库。
	• 对于标准版，根据使用范围，数据源分为：
	  ○ 组织数据源：组织管理员在组织中添加的数据源，在空间使用组织数据源前，需要组织管理员向空间授权，请参见数据源表授权。
	  ○ 空间数据源：空间管理员、组织管理员在空间中添加的数据源，使用前无需授权，请参见数据源（即分析数据源）。
	• 对于基础版，无组织数据源空间数据源之分，添加后即可使用，请参见数据源（即分析数据源）。
	若您在Quick Audience标准版基础上联合购买了Dataphin离线集成版，则将开通数据研发模块，该模块将用到：
	• 业务数据源：企业一方的数据库，用于离线数据处理的数据来源和结果同步。
	• 计算引擎源：为离线数据处理提供计算及存储资源。

数据集	Quick Audience的数据集类型包括：用户标签数据集、RFM模型、AIPL模型、行为数据集、商品标签数据集。它们是为了不同的数据分析目的，将数据源中的表字段经过不同方式组织、计算得到的数据集合。数据集可以直接用于用户分析、ID推送、受众筛选、受众分析等，而数据表不能。
受众	Quick Audience中的受众是多个用户的数据集合，包含一个ID字段作为用户的唯一标识。与全量用户不同，受众可以是为实现特定目的，或为满足特定条件，从全量用户中筛选后产生的。受众的创建方式包括：从数据集筛选满足指定条件的用户（即受众筛选），上传用户ID列表，利用已有受众进行交、并、差计算生成新受众，在用户分析、复购预测、货品推荐的结果中筛选需要的用户等。 受众可用于洞察分析、营销内容推送、推送到数据银行、达摩盘或Kafka等。在受众推送场景下，推送的受众数据包也被称为人群包。
用户ID	简称为ID，是一类可标识用户的字段，数据集、受众至少需要包含一个ID字段用于唯一标识一个用户，部分ID类型可用于营销内容推送。Quick Audience支持的ID类型有：OneID、UnionID、OpenID、手机号码、电子邮箱、淘宝ID、淘宝昵称、支付宝ID、微博ID、IMEI、IDFA、IMSI、OAID、MAC地址等。
标签	用户标签表记录用户的一系列特征属性。通过为字段配置标签别名的方式给用户打标签，在使用标签时，实质上是在使用对应的字段。 商品标签与用户标签类似，记录商品的一系列特征属性。

名词	描述
商品池	商品池是从商品标签数据集中按特定条件筛选的商品的集合，包含一个商品ID字段作为商品的唯一标识，用于在商品匹配推荐时作为候选商品范围。

3.快速入门

3.1. 登录Quick Audience控制台

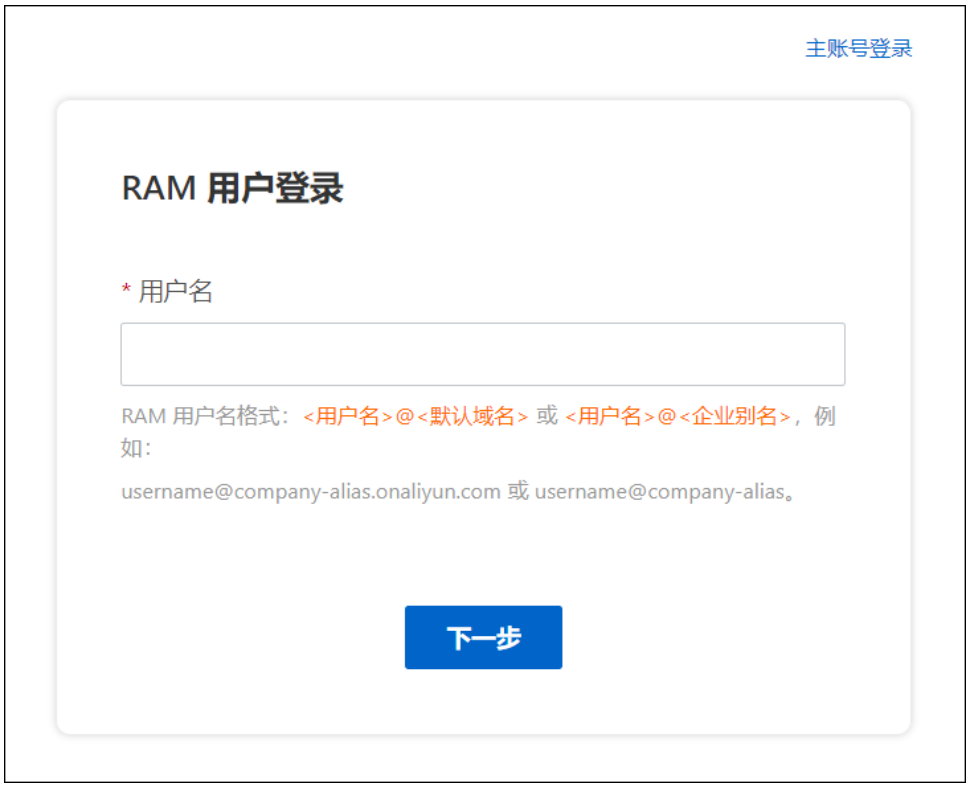
本章节介绍如何登录Quick Audience控制台。

> **说明**
>
> 请使用Chrome浏览器60及以上版本。

1. 登录操作：
   - 若您使用主账号登录：
     a. 单击Quick Audience登录链接。
     b. 输入您的阿里云账号及密码，单击**登录**。

   - 若您使用子账号（即RAM用户）登录：
     a. 单击Quick Audience登录链接，在上图中单击**RAM用户登录**。

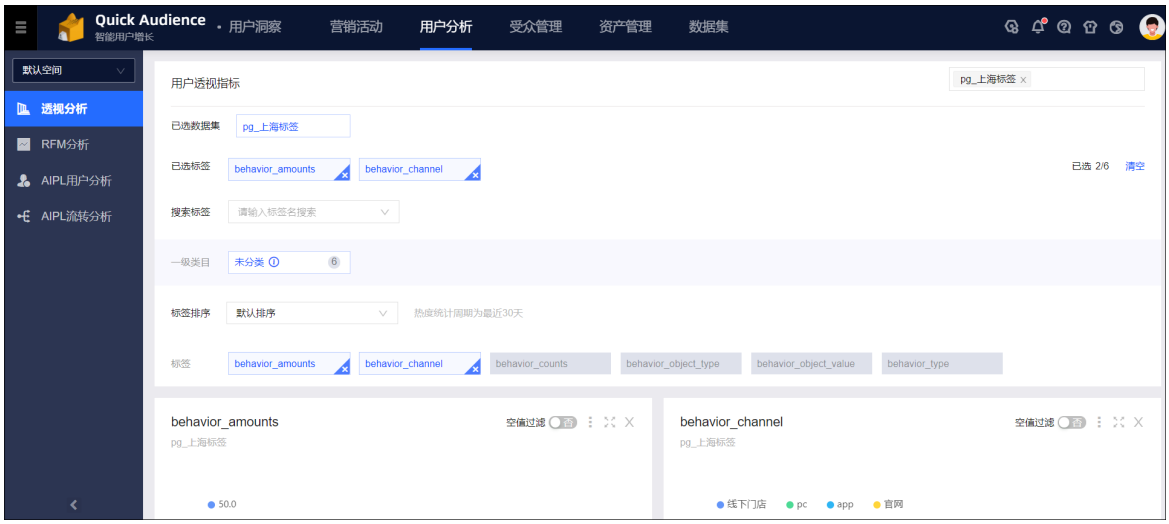
b. 输入您的子账号，单击**下一步**。



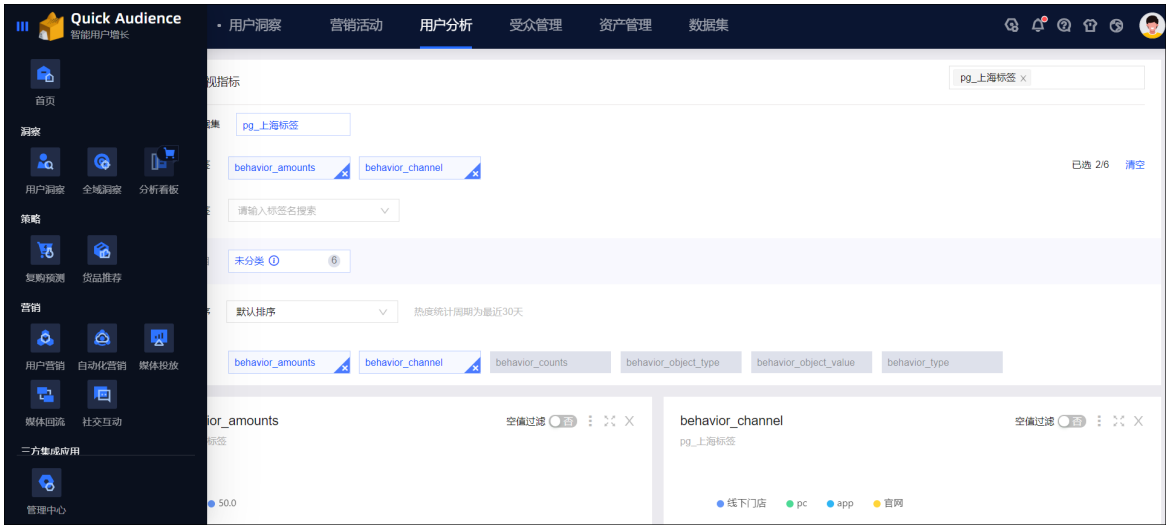
c. 输入密码，单击**登录**。

2. 如下图所示，单击**进入Quick Audience**。

3. 单击**进入Quick Audience**后进入产品页面，如下图所示。

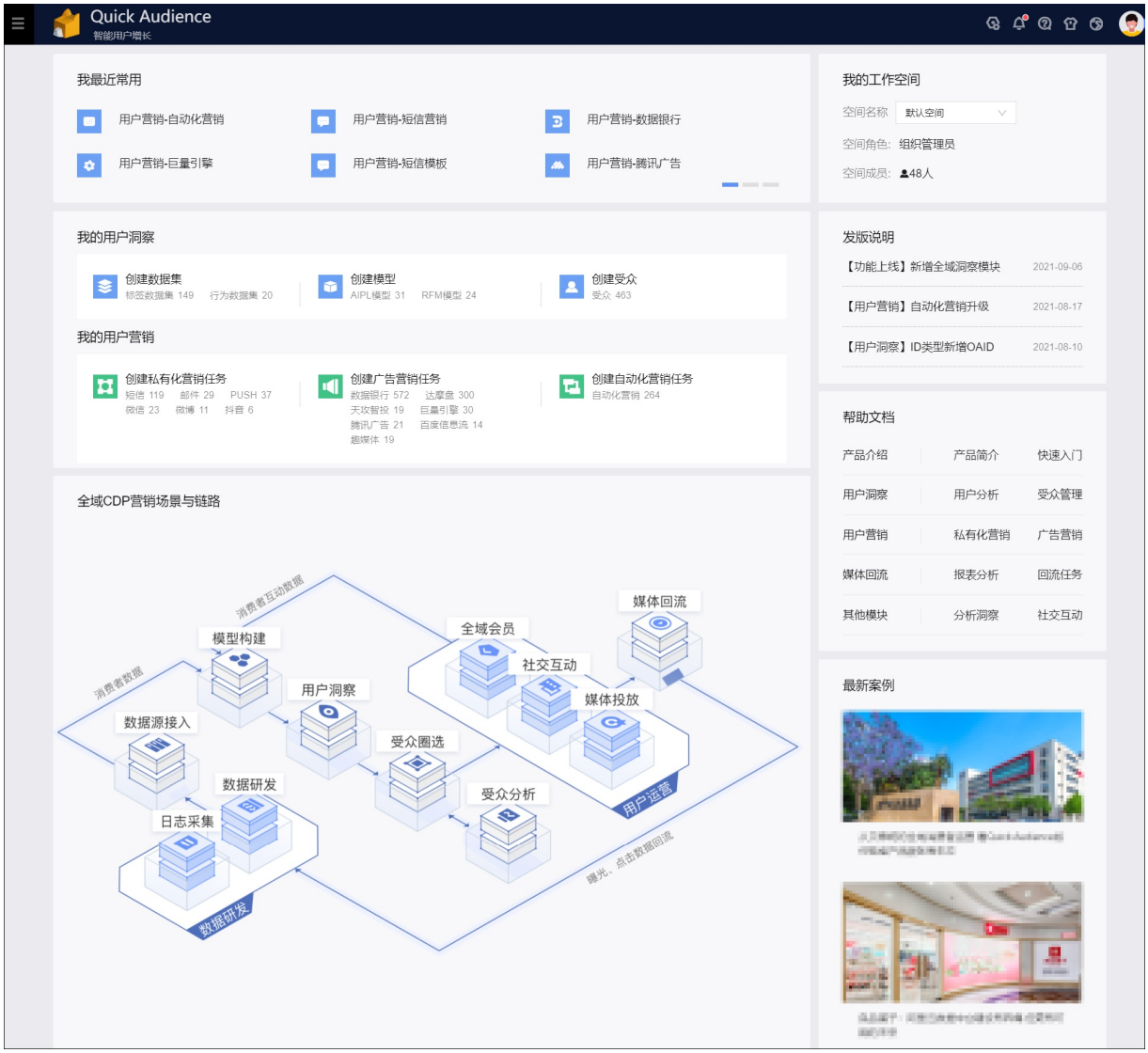


4. 鼠标滑过左上角☰图标调出导航栏浮层，选择要进入的功能模块。



首页介绍

若在导航栏浮层选择**首页**，将进入如下图所示的首页。



首页包含：

- **我最近常用**：提供您近一月内的常用功能快速入口。
- **我的用户洞察**：
  - 单击**创建数据集**、**创建模型**，将进入数据集页面，可创建数据集、模型。

    下方展示已创建的各类数据集、模型数量，单击将进入相应的用户分析页面，可使用该类数据集、模型进行用户分析。
  - 单击**创建受众**，将进入受众筛选页面，可进行受众筛选。

    下方展示已创建的受众数量，单击将进入受众管理页面，可已受众进行基本功能操作、受众推送。
- **我的用户营销**：
  - 单击**创建私有化营销任务**、**创建广告营销任务**，将进入相应的营销模块页面，可创建多种渠道的营销任务。

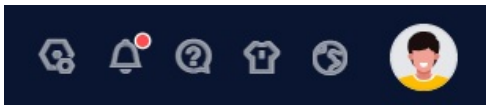
    下方展示已创建的各渠道营销任务数量，单击将进入对应的营销任务管理页面。
  - 单击**创建自动化营销任务**，将进入任务配置页面，可创建自动化营销任务。

    下方展示已创建的自动化营销任务数量，单击将进入任务管理页面。

- **全域CDP营销场景与链路**：以功能架构图的形式展示产品能力。
- **我的工作空间**：您可以在此选择工作空间再进入功能页面，也可以进入功能页面后再从页面左上角切换工作空间。
- **发版说明**：提供最近3个版本的版本说明。
- **帮助文档**：提供常用功能的帮助文档链接。单击后将进入Quick Audience帮助文档中心，您可以在此获取所有线上功能的帮助文档。
- **最新案例**：以案例的形式阐述Quick Audience在数字化消费者运营中的作用。

右上角按钮介绍

在每个页面的右上角，有5个图标按钮和1个头像，如下图所示。



从左到右，它们的功能分别为：

- 管理中心：快捷进入管理中心。
- 消息中心：含待我审批、我的申请和日志同步报警，请参见消息中心文档。
- 帮助：含本产品在阿里云官网的帮助文档链接，以及新手引导页。
- 主题：当前提供亮色主题和深色主题。
- 语言：当前提供中文（简体）、中文（繁体）和英文。
- 头像：鼠标移动到头像上后，弹窗展示用户昵称、用户名、用户角色信息，以及产品使用状态，单击**退出**可退出登录。

3.2. 准备工作

您使用主账号购买Quick Audience标准版后，需要进行一些准备工作，才能开始利用您的数据开始用户洞察分析等操作。

为了快速地开始使用Quick Audience，我们以系统中仅加入主账号和若干开发者用户为例，说明如何快速地进行配置账号、创建数据源和数据集。

本例中，主账号行使了组织管理员、空间管理员角色的职能。您也可以设置其他用户为组织管理员、空间管理员，或添加其他角色的用户。详细的系统配置操作，请参见组织成员管理等文档。

前提条件

- 主账号已购买Quick Audience标准版。
- 用户已在阿里云官方网站注册阿里云账号；或由主账号创建RAM账号（以下统称子账号），提供给其他用户使用，参见创建RAM用户。

添加成员

1. 使用购买QA的主账号登录Quick Audience控制台，如下图所示。

2. 如还未进行组织初始化，登录后将进入组织初始化页面，输入组织名称，单击**创建**，完成组织初始化。
3. 完成组织初始化后，系统将自动创建一个名为“默认空间”的工作空间。

   用户洞察、营销等等操作需要在工作空间内进行。若您需要多个空间分配给多个品牌或部门使用，可以创建新的工作空间：

   i. 单击页面右上角的⚙，从左侧导航栏选择**工作空间管理**。

   ii. 单击右上角**新建空间**。

iii. 在弹窗中输入空间名称和说明，单击**确定**完成创建。

4. 向工作空间添加若干成员，设置为开发者角色，允许成员在工作空间中进行创建数据集、使用数据集等操作。

   i. 单击页面右上角的⚙，选择**工作空间**，从左上角下拉框选择要添加成员的工作空间，选择**空间成员管理**。

   ii. 单击右上角**添加空间成员** > **单成员添加**。

iii. 在弹窗中输入要添加成员的阿里云账号，输入用户昵称，选择要授予该成员的空间角色，本例中角色为开发者。

注意

- 添加成员时请使用完整的账号。对于子账号，格式为：<用户名>@<默认域名> 或 <用户名>@<企业别名>，不能缺少@开始的所有字符，否则不能成功识别。
- 昵称必须在组织中唯一，可与账号相同，若账号包含@，建议使用@之前的字符（不含@）。

添加数据源

Quick Audience支持接入AnalyticDB for MySQL 3.0（简称ADB3.0）、AnalyticDB for MySQL 2.0（简称ADB2.0）、AnalyticDB for PostgreSQL（简称ADB PG）。

对于Quick Audience标准版，数据源根据使用范围分为两类：

- 组织数据源：添加到组织中的数据源，可供组织内多个工作空间使用的数据源，如果某个工作空间要使用组织数据源，则需要先向该工作空间授权。当您的数据源中的数据可以用于多个空间时，请将其设置为组织数据源
- 空间数据源：添加到某个空间中的数据源，仅可供该空间使用。若数据源仅适用于某一个空间，请将其设置为空间数据源。

下面我们以**ADB3.0**为例，介绍**组织数据源**的添加操作，添加其他类型请参见数据源表授权。若将ADB3.0添加为空间数据源，需要配置相同的参数和白名单IP，添加空间数据源请参见数据源（即分析数据源）。

1. 购买QA的主账号登录Quick Audience控制台。
2. 单击页面右上角⚙，从左侧导航栏选择**数据授权**，进入**数据源表授权**页面。
3. 单击页面右上角**新建数据源**。
4. 在弹窗中选择数据源类型为**AnalyticDB for MySQL 3.0**。

5. 配置数据源参数，如下表所示。

参数	说明
显示名称	填写数据源的显示名称，例如：XX用途_ADB3.0。
区域	选择数据源所在的地域。
数据库地址	填写数据源的主机名或IP地址。
端口	填写端口号。
数据库	填写连接的数据库名称。
账号	填写连接的数据库用户账号。 该账号可以是高权限账号，也可以是普通账号，但普通账号需要被授予数据库的所有操作权限，请参见ADB3.0数据库账号。

参数	说明
密码	填写数据库用户密码。

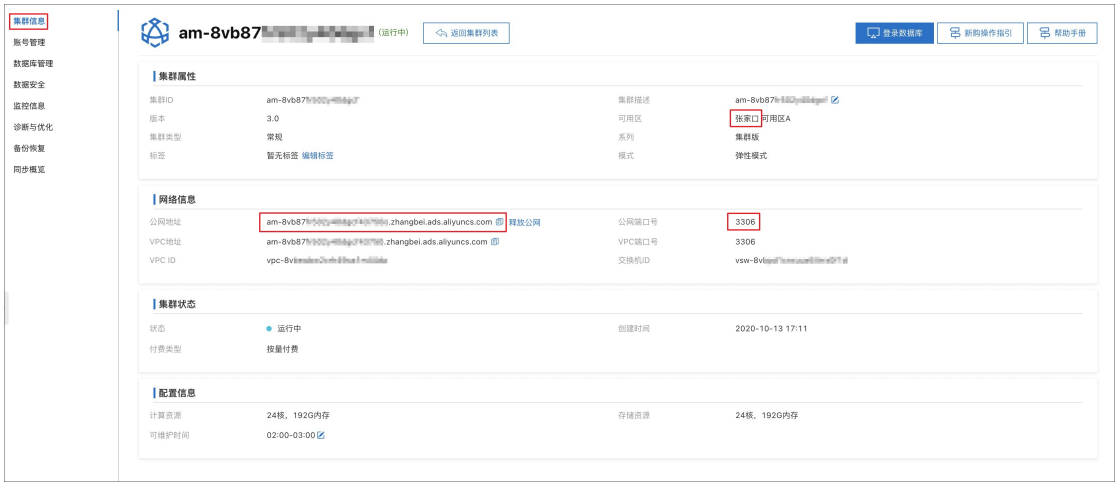
以上参数可以通过下面的步骤获得：

i. 购买ADB3.0集群的主账号登录AnalyticDB控制台。

ii. 在页面左上角，选择集群所在地域。

iii. 从左侧导航栏选择**集群列表**，在**3.0集群列表**页签，单击要使用的集群ID，进入集群管理页面。

iv. 如下图所示，在**集群信息**页面获得区域（可用区）、数据库地址（公网地址）、端口（公网端口号）参数。



v. 在**账号管理**页面获得账号、密码参数。

vi. 在上图左侧导航栏选择**数据库管理**，获得数据库（数据库名称）参数。

6. 在AnalyticDB控制台，在上图左侧导航栏选择**数据安全**，单击**修改**，将上一步添加数据源界面上给出的Quick Audience的IP地址加入白名单，允许Quick Audience访问数据源集群。请参见设置白名单。

7. 单击**连接测试**，进行数据源连通性测试。

   若不通过，将提示测试失败，请修改配置。

8. 通过连通性测试后，单击**添加**完成配置。

> **说明**
>
> Quick Audience不同地域的IP地址不同，请按照界面实际给出的IP地址设置白名单。

添加组织数据源后，还要向工作空间授予使用权限。组织数据源授权类型分为三种：

- 表权限：将整个表授权给空间。
- 行权限：将表中的行通过指定字段的值进行筛选后授权给空间。若指定多个字段，则被授权的行同时满足多个字段的取值要求。
- 列权限：将表的指定字段授权给空间。

下面将以**表权限**为例，其他类型请参见授权组织数据源。

1. 添加组织数据源后，**数据源表授权**页面将显示该数据源。单击该数据源的 图标。
2. 在弹窗中选择**表权限**，如下图所示。

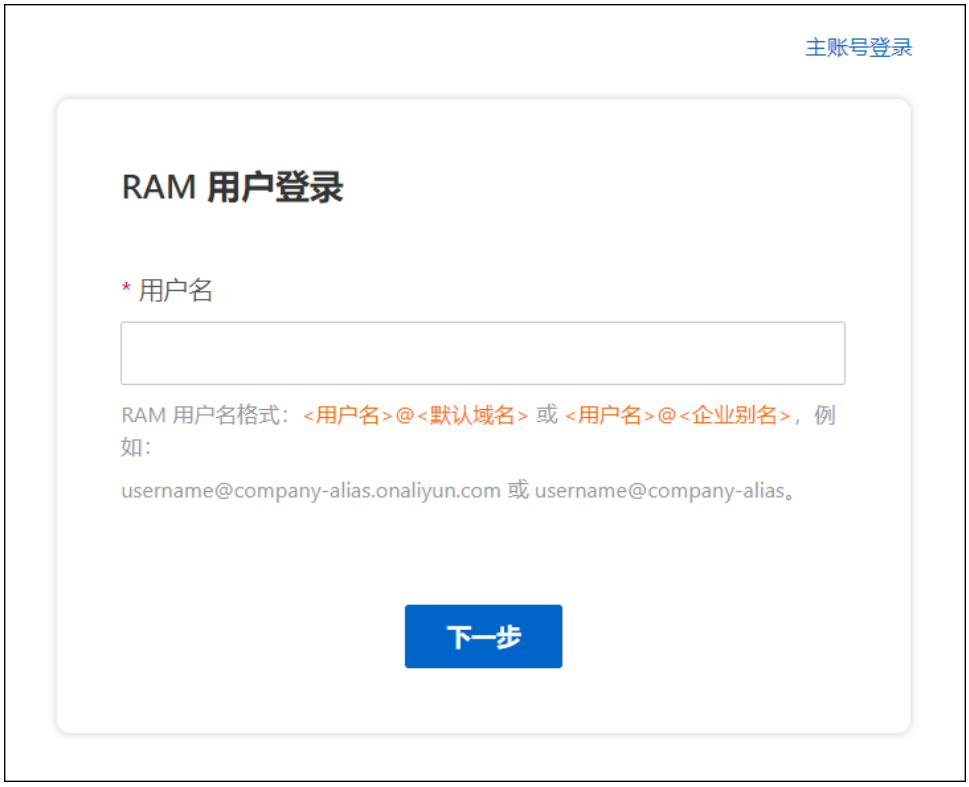
3. 选择数据源中要授权的数据表，需要使用表的工作空间。可多选或全选。
4. 设置授权有效期。
5. 单击**确定**完成授权。上图中的已授权空间列表中将显示已授权空间。

空间成员登录使用

添加工作空间成员，添加组织数据源并授权工作空间使用后，空间成员可以登录系统，进入工作空间使用数据源中的数据进行洞察分析等操作。

1. 空间成员登录Quick Audience控制台，如下图所示。

子账号用户与主账号用户的登录方式不同，需要单击上图右下角的**RAM用户登录**，进入下图所示的登录界面。



2. 登录后，选择**用户洞察**，从左上角下拉框选择要进入的工作空间。

   选择**数据集**，即可在数据集页面使用已授权到空间的组织数据源数据创建数据集，继而基于数据集做进一步的用户分析、受众筛选、推送等。创建各类数据集操作，请参见新建用户标签数据集等文档。

创建数据集

从数据源创建数据集，作为用户洞察分析的直接对象。

数据集有多种，本例中，使用用户标签数据集进行用户洞察分析。此外，您还可以创建行为数据集、RFM模型、AIPL模型。更多信息请参见数据集。

新建用户标签数据集有两种操作入口：

- 在数据源页面，通过单击**创建数据集**图标并选择数据集类型创建。
- 在数据集页面，通过单击**新建**并选择数据集类型创建。

下面以在数据源页面创建数据集为例，介绍如何创建一个用户标签数据集。

1. 空间数据源创建完成后，在数据源页面，单击数据源名称，右侧展示该数据源中的数据表。
2. 选择一个表，单击对应的**创建数据集**图标，选择**用户标签数据集**。

3. 在数据集配置页面，单击**下一步**。

> **说明**
>
> 单击已选数据表右侧的+图标，可构建关联模型。在构建关联模型页面，选择关联字段和关联方式。也可以不构建关联模型，基于单张数据表创建数据集。

4. 在配置标签页面，设置**用户标识**、**用户标识类型**、**标签别名**、**标签说明**、**标签类型**、**标签类目**、**ID类型**，单击**完成**。

   更多信息，请参见新建用户标签数据集。

5. 输入数据集名称和保存位置，单击**确认**。数据集创建成功后，该数据集会自动保存在选择的文件夹下。

3.3. 用户分析及圈选

本文以开发者角色在Quick Audience标准版中使用AnalyticDB for MySQL 3.0数据源及用户标签数据集为例，介绍如何利用Quick Audience快速进行用户洞察分析。

前提条件

1. 主账号已购买Quick Audience标准版。
2. 需要进行用户洞察分析的用户已在阿里云官方网站注册阿里云账号；或由主账号创建RAM账号，提供给该用户使用，参见创建RAM用户。
3. 主账号（组织管理员）、空间管理员已完成需要的组织、工作空间配置，已将需要进行用户洞察分析的用户账号加入工作空间并赋予开发者角色。相关操作，请参见管理中心。

透视分析

使用创建的用户标签数据集进行针对用户标签的透视分析。

此外，您还可以使用RFM模型、AIPL模型数据集分别进行RFM分析、AIPL用户分析和AIPL流转分析。更多信息，请参见用户分析文档。

透视分析有两种操作入口：

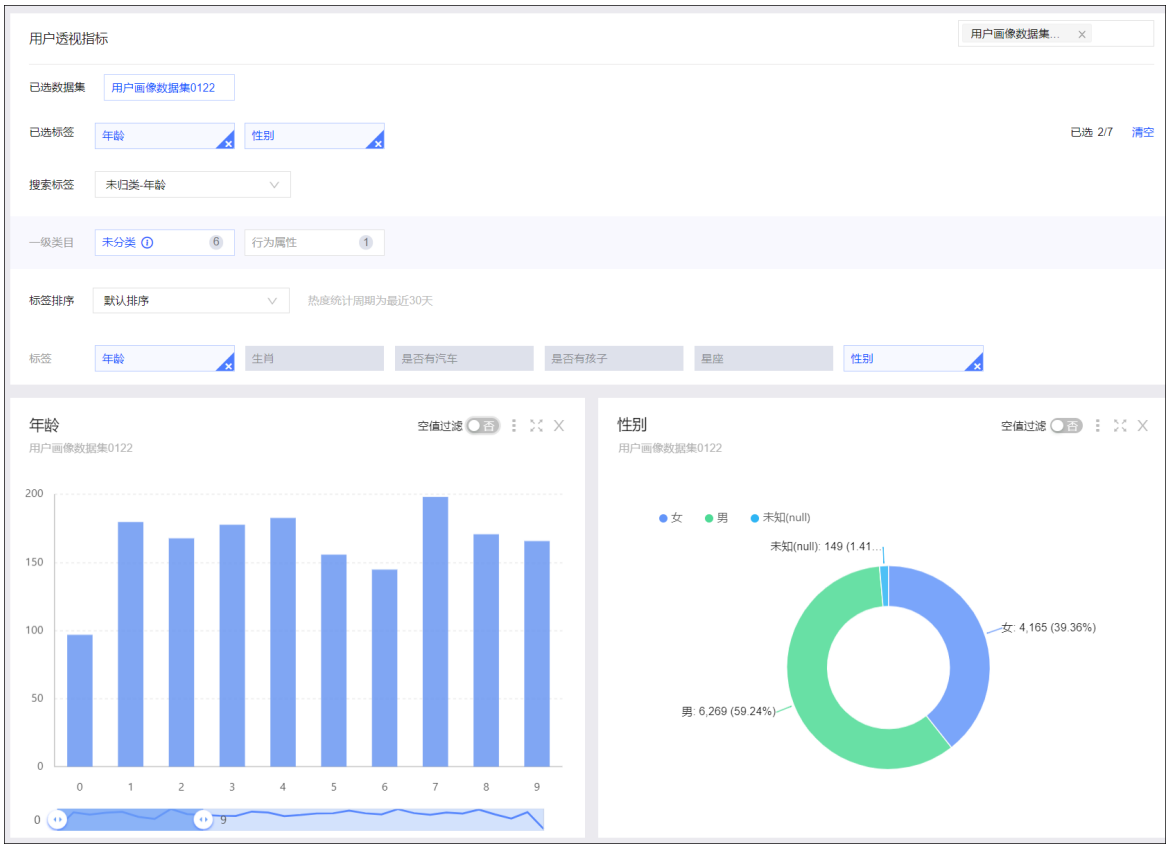
- 在数据集页面，单击用户标签数据集的**用户透视分析**图标，跳转至用户透视分析页面。
- 在**用户分析** > **透视分析**页面，选择要透视分析的数据集和数据标签，进行透视分析。

下面以在数据集页面，单击**用户透视分析**图标跳转至分析页面为例，介绍如何进行透视分析。

1. 用户标签数据集创建完成后，在数据集页面，单击数据集对应的**用户透视分析**图标，跳转至透视分析页面。

2. 选择要透视分析的数据标签，对应的分析图表会自动显示在下方。

   更多信息，请参见透视分析。



受众筛选

数据集创建完成后，您可筛选满足指定条件的受众，继而对受众进行分析、推送、下载等。

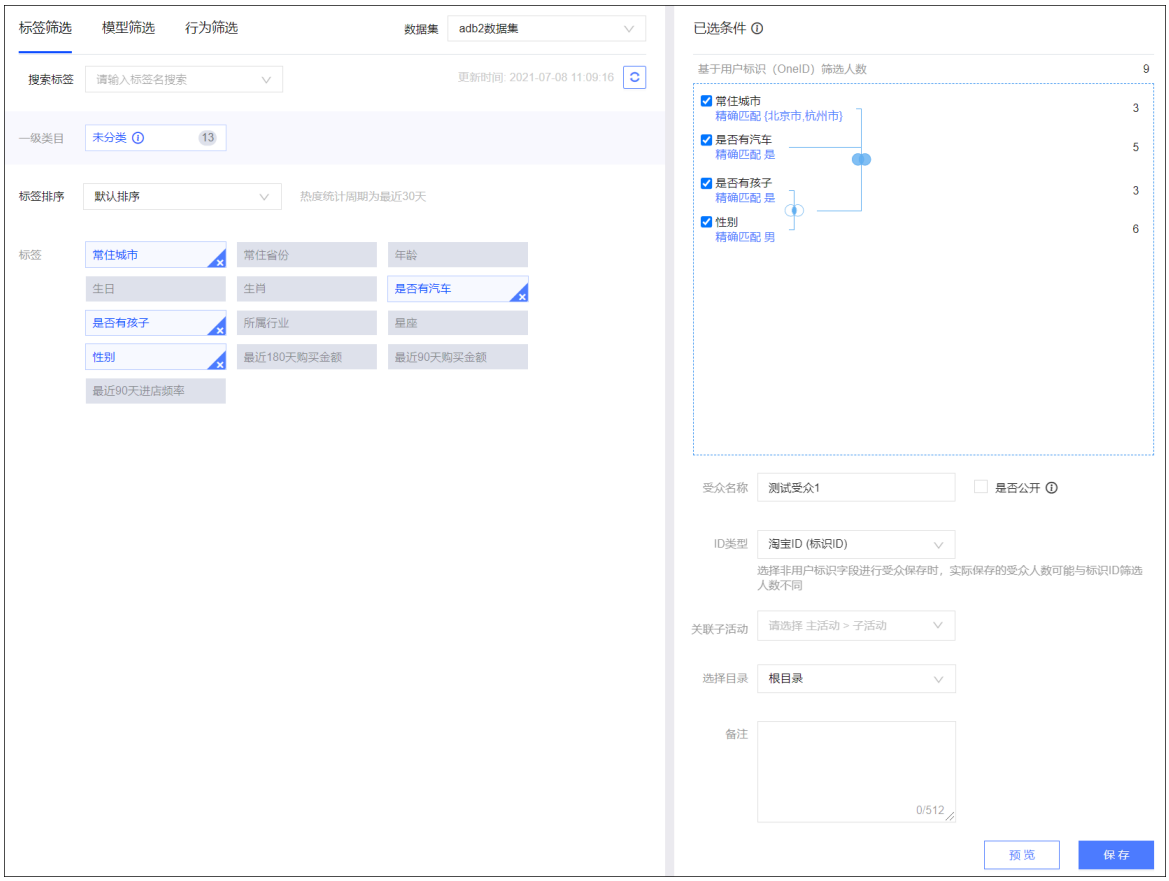
本例中，使用已创建的用户标签数据集，通过标签筛选的方式圈选出受众。此外，您还可以使用RFM模型筛选、AIPL模型筛选和行为筛选。更多信息，请参见受众筛选文档。

1. 用户标签数据集创建完成后，选择**受众管理 > 受众筛选 > 标签筛选**，进入筛选页面。
2. 在页面左侧单击要作为筛选条件的标签，在弹窗中设置要圈选的受众的标签取值。

   已筛选的标签加入右侧已选条件中，并显示相应的人数。多个条件之间支持并集、交集和差集三种计算方式，默认为并集，单击并集符号、交集符号或差集符号可进行切换。鼠标拖动条件，可调整条件的计算层级。

   > **说明**
   >
   > 多层计算中，仅最外层（即计算中的最后一层）支持差集计算。

更多信息，请参见标签筛选。



3. 输入受众名称和备注信息，选择受众保存的文件夹、关联的子活动（请参见营销活动文档），设置受众是否为公共受众，选择受众保存的ID类型。单击**保存**，完成受众筛选。

受众分析

针对圈选出的受众进行透视指标分析，分析当前受众人群的指标情况。

您也可以采用显著性分析、RFM分析，更多信息，请参见用户分析文档。

此外，您还可以对受众进行下载、推送等操作。更多信息，请参见受众管理、受众推送。

1. 受众创建完成后，在受众页面，单击受众对应的**分析**，进入受众分析页面。

2. 在受众分析页面，在右侧选择透视指标所在的数据集，在下方选择要分析的标签，选择对比分析类型：
   - 关闭对比：无需进行对比分析。
   - 全体人群对比：当前受众人群和受众所在数据集全体人群进行数据对比。
   - 受众对比：当前受众人群和指定受众人群进行数据对比。

3. 下方显示相应的分析图表，如下图所示。将鼠标悬停至分析图表中的某个图形上，将显示这一部分人群的人数；若开启了对比，还将显示占比。

   更多信息，请参见受众透视指标分析。

3.4. 数据银行推送快速入门

Quick Audience标准版支持将用户标签数据集的用户ID和标签、AIPL模型的用户ID、受众人群ID推送至您的品牌数据银行，在数据银行进行基于品牌的全域消费者资产管理和分析，以及把人群应用到阿里域内的各种营销渠道，实现线上线下融合消费者分析和线上二次触达，提能提效企业品牌全域消费者运营。本文介绍如何进行数据银行推送设置。

前提条件

1. 已添加空间数据源，参见新建数据源；或者已添加组织数据源并向空间授权使用，参见数据源表授权。

2. 已基于数据源创建用户标签数据集、AIPL模型，创建方法请分别参见新建用户标签数据集、新建AIPL模型。
3. 已基于数据集筛选受众，受众的筛选方法有多种，请参见受众筛选文档。
4. 已开通品牌数据银行。若还未开通，可参考开通指南进行开通。

获取令牌并绑定

推送到数据银行前，Quick Audience需要先绑定数据银行账号，在工作空间内绑定的数据银行账号仅能供本空间使用。

1. 绑定时需要验证QuickAudience访问令牌，因此先获取令牌。
   i. 登录数据银行，基于数据安全考虑，需要使用**电商部默认分组**的**主账号**登录才有权限查看令牌。
   ii. 如下图所示，进入访问令牌页面。

   iii. 从**QuickAudience访问令牌**页面中复制一个未使用令牌。

> **说明**
> - 令牌有效期为24小时，过期系统将更新令牌。请在获取令牌24小时内进行绑定。
> - 一个令牌仅能用于一次绑定。
> - 若未获取到访问令牌：
> - 请与您的服务提供商确认已开通品牌数据银行。
> - 当您拥有多个品牌数据银行账号时，请核对登录的账号是否正确。

2. 绑定数据银行账号。

i. 在数据集管理页面单击用户标签数据集或AIPL模型的 ⋮ 图标，选择**推送**；或在受众管理页面单击受众的 ··· 图标，选择**推送**，如下图所示。

ii. 在弹窗中，从**推送至**下拉列表选择**数据银行**。

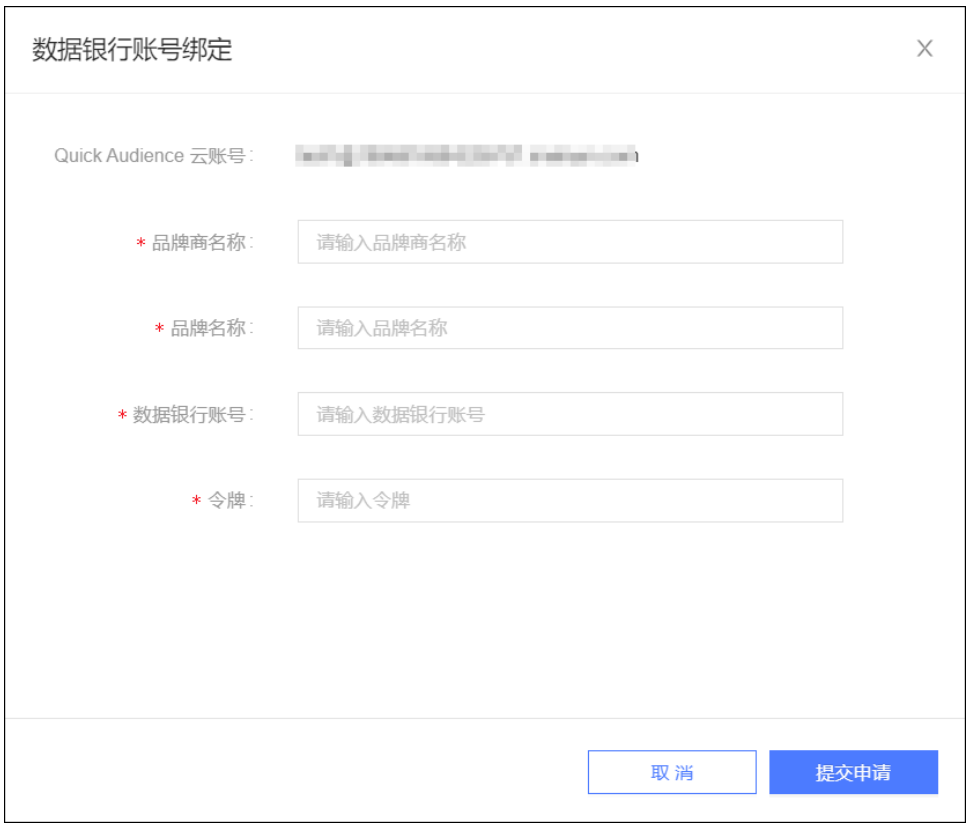
- 若本空间还未绑定过数据银行账号，右侧将提示未绑定数据银行账号，单击**绑定申请**，如下图所示。

- 若本空间已绑定过数据银行账号，则单击右侧的 + 图标，绑定新的数据银行账号，如下图所示。

iii. 在弹窗中阅读账号绑定协议，勾选**我已经阅读并同意该协议**，单击**确定**。

iv. 填写品牌商名称、品牌名称、数据银行账号、令牌。

数据银行账号请填写获取令牌时使用的账号，品牌商名称、品牌名称、令牌必须与**QuickAudience访问令牌**页面中的一致。



v. 单击**提交申请**。

绑定申请单将由组织管理员或空间管理员审批，管理员可以单击页面右上角图标，进入消息中心，在**待我审批**页签中单击申请单对应的**详情**开始审批。

申请者可以单击页面右上角图标，进入消息中心，在**我的申请**页签查看申请单的审批状态（待管理员审批、已通过、未通过、已撤销）。对于待管理员审批的申请单，可以单击**撤销**将申请撤销。

推送

数据银行账号绑定申请通过后，您就可以将用户标签数据集的用户ID和标签、AIPL模型的用户ID、受众人群ID推送至该品牌数据银行。

- 推送用户标签数据集，请参见标签类型推送。
- 推送AIPL模型，请参见AIPL模型推送。
- 推送受众，请参见受众类型推送。

3.5. Quick Audience数据集样例

为保证数据顺利快速分析，不同数据表需事先按照特定格式进行数据存储。本章节分别介绍用户标签数据集、RFM模型、AIPL模型、行为数据集、商品标签数据集的数据表存储样例。

用户标签数据集样例

ADS大宽表样例：

user_id	user_id_2	user_id_3	性别	最近90天巧克力偏好	注册时间	年龄	最近30天消费金额	.....
a0001	b0001	c0001	男	0.8	2018/10/21	23	30	.....
a0002	b0002	c0002	女	0.5	2018/10/21	52	50	.....

说明

- 以上所有字段均为样例字段，仅供参考，可根据业务需要自定义添加，字段名均可自定义。
- user_id是表的主键，必选字段，为用户标签数据集的用户标识，将作为用户洞察、受众圈选等操作中的用户唯一标识。
- user_id、user_id_2等属于用户ID字段，可用于营销、推送等。其他字段属于用户属性字段，可用于透视分析等。
- ID类型支持OneID、UnionID、手机号码、电子邮箱、淘宝ID、淘宝昵称、支付宝ID、微博ID、IMEI、IDFA、IMSI、OAID、MAC地址、OpenID，共14种类型。
- 若使用手机号类型的ID字段，请确保手机号格式为11位数字，且号码前不加86，否则不可用于短信营销。

标签加工需求：

字段类型	加工方式	数据格式	调度需求
文本型单枚举值	保留原值。	string	大宽表建议日粒度更新。
文本型多枚举值	保留原值。	string	
日期型	保留原值。	datetime、date	
数值型	保留原值。	double、bigint	

商品标签数据集样例

ADS大宽表样例：

item_id	商品名	商品规格	购买门槛	上架时间	季节	价格	利润率	.....
A0001	XXX夹克	均码	非会员	2021/01/20	春夏	1000	0.50	.....
A0002	XXX外套	S/M/L	会员	2021/01/20	冬	2000	0.30	.....

说明

- 以上所有字段均为样例字段，仅供参考，可根据业务需要自定义添加，字段名均可自定义。
- item_id是表的主键，必选字段，为商品标签数据集的商品标识，将作为货品推荐等操作中的商品唯一标识。建议采用SPU粒度。
- 商品名是必选字段。
- 用于货品推荐时的附加要求：
  - 表名、字段名中的英文均使用小写。
  - 数据表保存于ADB3.0数据源。
  - 商品个数≥10。
  - 建议只包含商品的静态属性标签，例如规格、系列等。统计类标签，例如最近90天销量，将会影响货品推荐的模型训练效果，若包含统计类标签，需要在创建算法模型时指出，以便在训练算法模型时排除。

标签加工需求：

字段类型	加工方式	数据格式	调度需求
文本型单枚举值	保留原值。	string	大宽表建议日粒度更新。
日期型	保留原值。	datetime、date	
数值型	保留原值。	double、bigint	

RFM模型样例

RFM模型支持两种数据表：客户数据、交易数据。

客户数据

将最近N天的原始数据聚合成以客户为粒度的标签数据（聚合后的数据量建议保持在1亿行以内），表中每个客户只存在一条数据。

客户数据表样例：

user_id	最近一次消费日期	累计消费金额	累计消费次数	user_id_2	user_id_3	user_id_...
a0001	2019/8/23 12:36:54	345.55	2	b0001	c0001	.....
a0002	2018/7/12 15:36:54	356.1	1	b0002	c0001	.....

字段格式要求：

字段名	数据格式	描述
user_id	string	表的主键，必选字段。RFM模型的用户标识，将作为用户洞察、受众圈选等操作中的用户唯一标识。
最近一次消费日期	datetime、date	必选字段。
累计消费金额	double、bigint	必选字段。
累计消费次数	double、bigint	必选字段。
user_id_2等	string	可选字段。用户标识外的其他用户ID。

说明

- 所有字段的字段名均可自定义。
- user_id、user_id_2等属于用户ID字段，可用于营销、推送等。
- ID类型支持OneID、UnionID、手机号码、电子邮箱、淘宝ID、淘宝昵称、支付宝ID、微博ID、IMEI、IDFA、IMSI、OAID、MAC地址、OpenID，共14种类型。
- 若使用手机号类型的ID字段，请确保手机号格式为11位数字，且号码前不加86，否则不可用于短信营销。

交易数据

适用于分析小规模（建议1亿行以内）的交易数据，每一行表示一条用户交易记录，交易记录包含客户标识、交易日期、交易金额信息。

交易数据表样例：

order_id	user_id	交易日期	交易金额	user_id_2	user_id_3	user_id_...
x1	a0001	2019/6/24 12:56:54	124	b0001	c0001	.....
x2	a0002	2019/8/23 12:36:54	222.55	b0002	c0002	.....
x3	a0003	2018/7/12 16:36:54	356.1	b0003	c0003	.....

字段格式要求：

字段名	数据格式	描述
order_id	string	表的主键，必选字段。订单ID。
user_id	string	必选字段。RFM模型的用户标识，将作为用户洞察、受众圈选等操作中的用户唯一标识。
交易日期	datetime、date	必选字段。
交易金额	double、bigint	必选字段。
user_id_2等	string	可选字段。用户标识外的其他用户ID。

说明

- 所有字段的字段名均可自定义。
- user_id、user_id_2等属于用户ID字段，可用于营销、推送等。
- ID类型支持OneID、UnionID、手机号码、电子邮箱、淘宝ID、淘宝昵称、支付宝ID、微博ID、IMEI、IDFA、IMSI、OAID、MAC地址、OpenID，共14种类型。
- 若使用手机号类型的ID字段，请确保手机号格式为11位数字，且号码前不加86，否则不可用于短信营销。

AIPL模型样例

若要从客户数据创建AIPL模型，客户数据表应包含AIPL规则相关字段。

例如，设定AIPL规则如下：

- A：用户最近90天登录过官网，或注册时间在半年内。
- I：用户最近90天有过收藏行为。
- P：用户最近90天有过购买行为。
- L：用户最近90天多次购买，且购买金额大于1000。

对应ADS大宽表样例：

user_id	user_id_2	渠道	注册时间	最近90天消费金额	最近90天登录次数	最近90天收藏次数	最近90天购买次数	.....
a0001	b0001	小程序	2020/10/10	500	1	2	1	.....
a0002	b0002	app	2020/10/20	3000	3	5	2	.....
a0003	b0003	官网	2021/10/30	0	1	0	0	.....

说明

- 以上所有字段均为样例字段，仅供参考，请根据AIPL规则和业务需要自定义添加，字段名均可自定义。
- user_id是必选字段，为AIPL模型的用户标识，将作为用户洞察、受众圈选等操作中的用户唯一标识。
- user_id、user_id_2等属于用户ID字段，可用于营销、推送等。
- ID类型支持OneID、UnionID、手机号码、电子邮箱、淘宝ID、淘宝昵称、支付宝ID、微博ID、IMEI、IDFA、IMSI、OAID、MAC地址、OpenID，共14种类型。
- 若使用手机号类型的ID字段，请确保手机号格式为11位数字，且号码前不加86，否则不可用于短信营销。
- 同一个用户可以有多行数据，例如同一用户每个渠道一行。

标签加工需求：

字段类型	加工方式	数据格式	调度需求
文本型单枚举值	保留原值。	string	大宽表建议日粒度更新。
文本型多枚举值	保留原值。	string	
日期型	保留原值。	datetime、date	
数值型	保留原值。	double、bigint	

为使AIPL模型能区分渠道，渠道字段需要添加维表，维表结构参考下表：

id	渠道
1	小程序
2	app
3	官网
4	微信
……	……

行为数据集样例

行为数据集的数据根据不同的用途，要求有所不同：

- 用于用户洞察模块的行为筛选和AIPL模型构建等。
- 用于复购预测、货品推荐。

下面将分别给出两种用途的行为数据集样例，然后说明字段要求，并标明哪些是用于指定用途时的特殊要求。请根据您的用途准备数据。当您引入新的需求时，您也可以对原数据做对应的调整，使其符合新需求的数据要求。

- 用于用户洞察时，ADS行为数据表样例：

user_id	user_id_2	user_id_...	行为类型	行为时间	行为次数	行为金额	行为渠道	行为对象属性	行为对象属性值
a0001	b0006	c0006	加购	20211023	5	500	官网	一级类目	女装
a0002	b0002	c0002	浏览	20201225	10	1000	官网	二级类目	家居服
a0003	b0003	c0003	收藏	20201023	2	2000	app	品牌	品牌A
a0004	b0004	c0004	购买	20200818	1	3000	小程序	商品	商品A

- 用于复购预测、货品推荐时，ADS行为数据表样例：

user_id	user_id_2	user_id_...	行为类型	行为时间	行为次数	行为金额	行为渠道	行为对象属性	行为对象属性值	行为对象属性值ID
a0001	b0001	c0001	购买	2021-01-01 10:00:01	1	1000	门店1	商品	商品A	A0001
a0002	b0002	c0002	购买	2021-01-01 10:01:01	1	2000	小程序	商品	商品B	A0002

user_id	user_id_2	user_id_...	行为类型	行为时间	行为次数	行为金额	行为渠道	行为对象属性	行为对象属性值	行为对象属性值ID
a0003	b0003	c0003	购买	2021-01-01 10:02:01	1	2000	官网	商品	商品B	A0002
a0004	b0004	c0004	购买	2021-01-01 10:03:01	1	3000	app	商品	商品C	A0003

字段格式要求：

字段名	数据格式	描述
user_id	string	必选字段。行为数据集的用户标识，将作为用户洞察、受众圈选等操作中的用户唯一标识。 • 用于用户洞察时：无限制。 • 用于复购预测、货品推荐时：为了能向预测结果生成的受众发送营销信息，建议使用手机号等ID类型。
user_id_2等	string	可选字段。用户标识外的其他用户ID。
行为类型	string	必选字段。 • 用于用户洞察时：无限制。 • 用于复购预测、货品推荐时：仅支持基于购买行为进行算法预测，其他行为的数据不影响预测结果。 说明 若包含其他行为，算法配置界面将提供字段值过滤功能，排除购买以外的行为。

<table>
<tr><th>字段名</th><th>数据格式</th><th>描述</th></tr>
<tr><td>行为时间</td><td>• 用于用户洞察：datetime、date
• 用于复购预测、货品推荐：timestamp、datetime、date</td><td rowspan="4">必选字段。
说明
行为时间字段用于复购预测、货品推荐时，与用于用户洞察时的数据格式不同，请注意转换到正确的格式。</td></tr>
<tr><td>行为次数</td><td>double、bigint</td></tr>
<tr><td>行为金额</td><td>double、bigint</td></tr>
<tr><td>行为渠道</td><td>string</td></tr>
<tr><td>行为对象属性</td><td>string</td><td rowspan="2">必选字段。行为对象属性、行为对象属性值为一对key-value，可以记录商品、品牌、品类等等。
• 用于用户洞察时：无限制。
• 用于复购预测、货品推荐时：仅支持基于商品属性进行预测，其他属性的数据不影响预测结果。
说明
若包含其他属性，算法配置界面将提供字段值过滤功能，排除商品以外的属性。</td></tr>
<tr><td>行为对象属性值</td><td>string</td></tr>
<tr><td>行为对象属性值ID</td><td>string</td><td>• 用于用户洞察、复购预测时：无需该字段。
• 用于货品推荐时：必选字段。字段值需要和商品标签表的主键item_id的值相符，目的是将行为和商品信息相关联。建议采用SPU粒度。</td></tr>
</table>

说明

- 所有字段的字段名均可自定义。
- user_id、user_id_2等属于用户ID字段，可用于营销、推送等。
- ID类型支持OneID、UnionID、手机号码、电子邮箱、淘宝ID、淘宝昵称、支付宝ID、微博ID、IMEI、IDFA、IMSI、OAID、MAC地址、OpenID，共14种类型。
- 若使用手机号类型的ID字段，请确保手机号格式为11位数字，且号码前不加86，否则不可用于短信营销。
- 同一个用户可以有多行数据，行为时间、行为类型、行为渠道、行为对象中任一条件不同均需单独作为一行。
- 用于复购预测、货品推荐时的附加要求：
  - 表名、字段名中的英文均使用小写。
  - 数据表保存于ADB3.0数据源。
  - 购买类型的行为数据条数≥100万，时间跨度≥2×365天，对应的去重后的用户数≥50万且≤300万。
  - 不支持0复购场景，即任意日期开始的过去365天内发生过购买行为的用户中，需要有用户在接下去的预测周期内发生过复购。

为使行为数据集在行为筛选时能区分行为类型、行为渠道、行为对象，需要添加相应的维表。

- 行为类型、行为渠道的维表结构参考下表：

id	行为类型
1	购买
2	加购
3	浏览
4	收藏
……	……

- 行为对象属性的维表结构分两种：
  - 每个属性一个维表：将同一个属性的属性值保存为一列，维表结构参考上表。若属性为商品，可以利用商品标签表作为维表。

- 所有属性一个维表：所有属性的属性值保存在同一个表，因此行为对象属性、行为对象属性值各保存为一列，维表结构参考下表：

id	行为对象属性	行为对象属性值
1	一级类目	女装
2	一级类目	男装
3	二级类目	外套
4	二级类目	裤子
5	二级类目	连衣裙
……	……	……

3.6. 自动化营销任务快速入门

Quick Audience标准版支持通过可视化拖拽的方式，将短信发送、邮件发送、PUSH营销、微信营销、生成受众等动作，通过营销动作、条件控制和流程控制组件，组织为一系列自动执行的营销任务。本文将介绍自动化营销的适用场景，以及使用自动化营销前需要进行的准备工作。

> **说明**
>
> - 自动化营销仅在购买自动化营销功能包后可用。
> - 发优惠券、社交互动事件等功能涉及社交互动模块，仅在购买社交互动功能包后可用。支持组织管理员、空间管理员，以及具有“社交互动-客户运营”或“社交互动-公众号运营”角色的成员使用。
> - 我们提供了多种自动化营销案例供您参考，在**自动化营销**页面单击右上角的**案例介绍**，即可进入案例。

自动化营销适用场景

自动化营销适用场景	场景说明
针对特定人群的自动化营销	指定的受众将进入任务流程。
针对行为事件的自动化营销	当用户执行了指定的行为事件时进入任务流程。

配置自动化营销前的准备

1.配置营销渠道

自动化营销任务在触达用户时，会在指定渠道进行消息推送。因此渠道信息需要提前进行配置，当前Quick Audience自动化营销可支持渠道的配置方式如下：

- 配置阿里云短信邮件接口
- 新建第三方短信邮件平台接口
- 新建PUSH接口
- 新建Kafka接口
- 账号授权

2.根据标签、行为或模型筛选出受众人群

在针对特定人群的自动化营销中，需要选择营销目标受众，因此受众需要提前进行圈选，圈选流程参见受众筛选概述。

3.配置AES密钥

如果受众人群信息是AES加密后的信息，为了保证受众在各渠道的可识别性，需要在推送前进行解密，因此需要在Quick Audience中提前配置AES密钥，详细流程参见组织系统配置。

4.事件管理

在配置针对行为事件的自动化营销任务时，需要选择判断用户进入营销流程的事件，因此需要配置事件，详细流程参见事件管理。同时，如果事件为自定义事件，还需要研发人员根据定义事件时填写的事件ID编写脚本，将应用采集的log日志转化为标准的MQ事件模型，并将其上报到Quick Audience。

配置自动化营销的方法

完成自动化营销配置的前置准备工作后，您就可以开始配置一个自动化营销任务，让一个复杂营销流程自动执行，详细流程参见创建自动化营销任务。

4.用户洞察

4.1. 用户洞察概述

随着互联网技术的发展，企业通过各种途径积累了消费者资产，Quick Audience用户洞察模块旨在通过丰富的用户洞察模型和便捷的策略配置，帮助企业完成消费者多维洞察分析，为后续的消费者运营和触达奠定人群基础。

用户洞察模块提供以下功能，帮助您进行消费者运营：

- 数据源接入：提供多种（AnalyticDB MySQL 2.0、AnalyticDB MySQL 3.0、AnalyticDB PostgreSQL）的数据源的对接能力，用户可以基于此连接自己的消费者数据集，并基于产品内置的规则构建消费者运营模型（AIPL/RMF模型），快速完成消费者的结构化分层，为接下来的洞察分析提供业务分析数据。
- 用户洞察分析：Quick Audience内置了强大的分析引擎，用户基于洞察分析功能可以实现对消费者的显著性特征识别，对各种画像标签进行分布观测，同时可以根据业务需要对自定义消费者运营模型（AIPL/RFM模型）进行分析，帮助企业快速了解企业当前的用户状况，并为进一步运营进行提供决策支撑。
- 受众筛选：支持用户在人群分析的过程中快速圈选指定数量、指定筛选条件的目标人群。支持基于用户标签数据集的标签筛选、基于行为数据集的行为筛选、基于RFM模型或AIPL模型的模型筛选、交叉筛选，为后续的人群触达应用提供基础。
- 品牌数据银行推送：将企业的一方标签数据、AIPL模型、受众人群推送到线上的品牌数据银行，进而实现线上线下融合消费者分析和线上二次触达，为企业品牌全域消费者运营提能提效。
- 资产管理：支持对标签热度进行统计查看，为企业标签生产和应用提供统计指导。支持在分析的过程中自定义标签，方便业务人员依据实际的场景需求生产标签。
- 营销活动管理：覆盖营销计划、营销执行等阶段，关联营销活动中涉及的受众、营销任务等，帮助您一站式管理营销活动的生命周期。

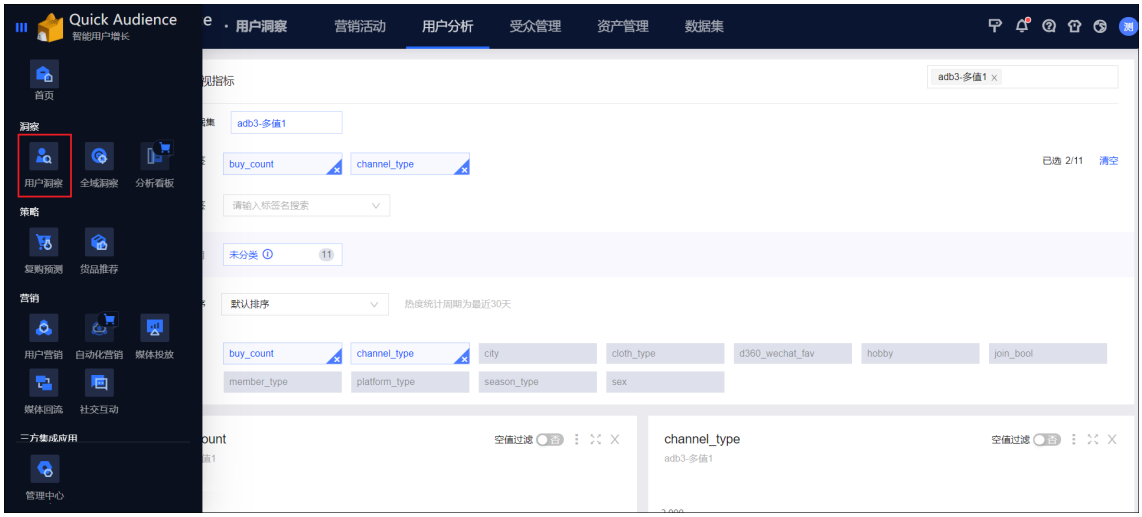
使用说明

- **使用条件**：购买基础版或标准版后可分别使用对应的功能，具体信息请参见售卖版本和功能包规格说明。
- **使用权限**：
  - 对于标准版：支持组织管理员、空间管理员（管理员）、开发者、分析师，以及具有对应模块权限的自定义角色成员使用。
  - 对于基础版：支持管理员、开发者、分析师使用。
  - 其中，管理员、开发者、分析师的具体权限有以下区别：
    - 管理员：可以添加数据源，管理、使用自己和他人创建的数据集，对空间内所有标签进行标签管理。此外，可以使用营销活动模块，有新建活动和管理所有活动的权限。
    - 开发者：可以管理、使用自己创建的数据集，或被授予其他数据集的使用或管理权限。
    - 分析师：不支持分析师创建数据集，需要其他用户为其授予数据集的使用或管理权限。
- **使用流程**：
  i. 添加分析数据的数据源，可由管理员添加，请参见数据源（即分析数据源）；对于标准版，也可由组织管理员添加并授权给空间使用，请参见组织数据源管理。
  ii. 从数据源创建数据集，请参见数据集文档。
  iii. 如要进行数据银行、达摩盘、Kafka推送，需要先进行相应的配置，请分别参见数据银行推送、达摩盘推送、受众推送。

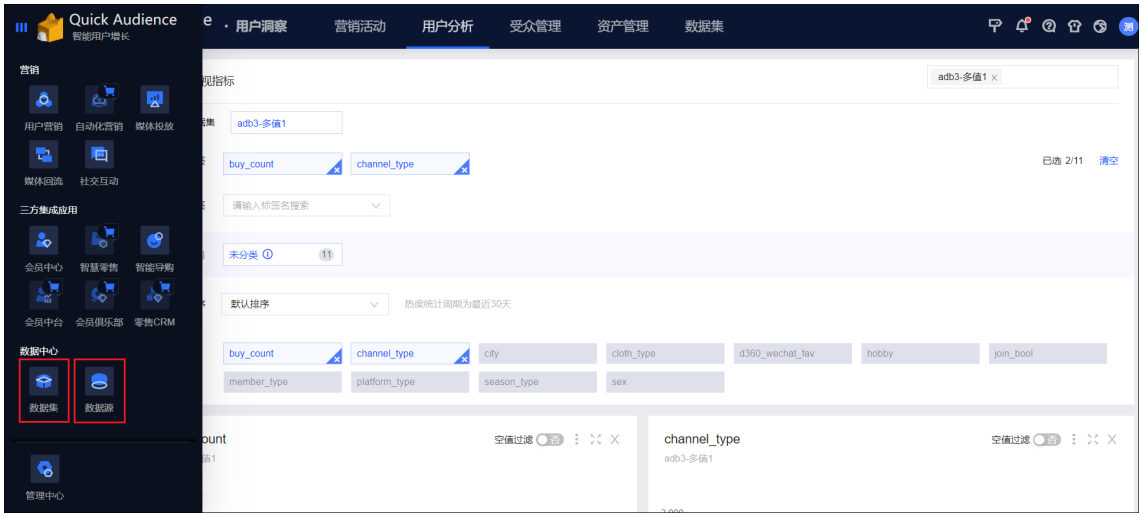
iv. 进行用户分析、受众筛选及分析、标签管理、自定义标签、受众及数据集推送、营销活动管理等操作，请参见对应的各模块文档。

- **使用入口：**

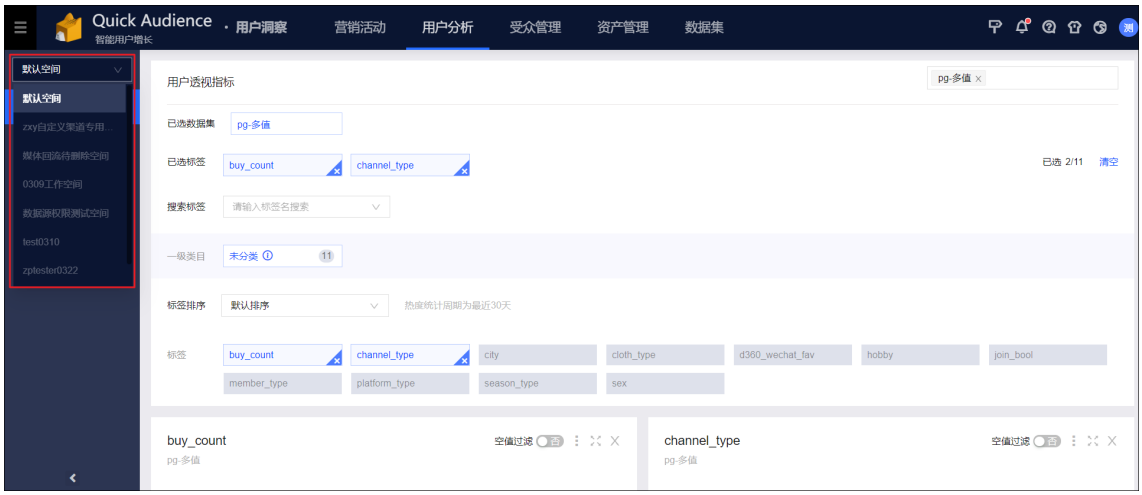
i. 鼠标滑过左上角☰图标调出导航栏浮层，从**洞察**分组选择**用户洞察**，进入模块。



若从**数据中心**分组选择**数据集**或**数据源**，将直接进入数据集管理页面或数据源管理页面。



ii. 从左上角下拉框选择所在的工作空间（仅标准版需选择空间）。



4.2. 数据源

4.2.1. 数据源概述

QuickAudience提供了多种数据源（AnalyticDB MySQL 2.0、AnalyticDB MySQL 3.0和AnalyticDB PostgreSQL）的对接能力，用户可以基于此连接自己的消费者数据，并基于产品内置的模型构建消费者运营模型（AIPL/RMF），快速完成消费者的结构化分层，为接下来的洞察分析提供业务分析数据模型。

若您在标准版基础上联合购买Dataphin离线集成版后，在数据源页面，数据源将更名为分析数据源进行展示，另外还可看到业务数据源和计算引擎源模块。

- 业务数据源：连接企业一方的数据库获取消费者数据。
- 计算引擎源：基于业务数据源中的消费者数据进行离线加工处理，为后续分析提供标准数据。
- 分析数据源：基于计算引擎源中计算完成的消费者标准数据进行分析圈选。

4.2.2. 新建数据源

4.2.2.1. 新建数据源（即分析数据源）

Quick Audience支持接入AnalyticDB for MySQL 2.0（简称ADB2.0）、AnalyticDB for MySQL 3.0（简称ADB3.0）、AnalyticDB for PostgreSQL（简称ADB PG）三种云数据库。

如下图所示， 图标表示ADB2.0、ADB3.0， 图标表示ADB PG。

- 对于标准版，根据使用范围，数据源分为：
  - 组织数据源：组织管理员在组织中添加的数据源，在空间使用组织数据源前，需要组织管理员向空间授权，请参见数据源表授权。图标表示已授权给该空间的组织数据源。
  - 空间数据源：空间管理员、组织管理员在空间中添加的数据源，使用前无需授权。
- 对于基础版，无组织和空间之分。

下面将分别介绍三种数据源的添加操作。

> **说明**
>
> - 在您联合购买ADB3.0并成功授权后，对应的ADB3.0数据库将自动加入组织数据源列表。
> - 在您联合购买Dataphin离线集成版后，原有的数据源模块名称将变更为分析数据源模块，功能没有变更。
> - 在您联合购买Dataphin离线集成版后，若需要添加ADB2.0、ADB3.0、ADB PG类型的用于数据同步任务的数据源，请将其配置为业务数据源，请参见业务数据源。
> - 在您购买社交互动功能包后，需添加ADB3.0或ADB PG类型的数据源。ADB2.0数据源无法回流社交互动模块数据。

AnalyticDB for MySQL 2.0

添加ADB2.0的操作步骤：

1. 选择**用户洞察** > 所在工作空间 > **数据源** > **数据源配置** > **数据源**，单击**新建数据源**。
2. 在弹窗中选择AnalyticDB for MySQL 2.0。

3. 配置参数，如下表所示。

参数	说明
显示名称	填写数据源的显示名称，例如：XX用途_ADB2.0。
数据库地址	填写数据源的公网地址。
端口	填写公网端口号。
数据库	填写连接的数据库名称。
AccessKey ID	填写具有ADB2.0权限的阿里云账号的AccessKey ID。 您需要向主账号或RAM账号授权，权限类型包括除Grant之外的所有权限，然后获取该账号的AccessKey信息，请参见ADB2.0权限管理。
AccessKey Secret	填写该阿里云账号的AccessKey Secret。

4. 单击**连接测试**，进行数据源连通性测试。

   若不通过，将提示测试失败，请修改配置。

5. 通过连通性测试后，单击**添加**完成配置。

AnalyticDB for MySQL 3.0

添加ADB3.0的操作步骤：

1. 选择**用户洞察** > 所在工作空间 > **数据集** > **数据源**，单击**新建数据源**。
2. 在弹窗中选择**AnalyticDB for MySQL 3.0**。
3. 配置参数，如下表所示。

参数	说明
显示名称	填写数据源的显示名称，例如：XX用途_ADB3.0。
区域	选择数据源所在的地域。
数据库地址	填写数据源的公网地址。
端口	填写公网端口号。
数据库	填写连接的数据库名称。

参数	说明
账号	填写数据库用户账号。 该账号可以是高权限账号，也可以是普通账号，但普通账号需要被授予数据库的所有操作权限，请参见ADB3.0数据库账号。
密码	填写数据库用户密码。

4. 登录AnalyticDB控制台，将界面上给出的Quick Audience的IP地址加入白名单，允许Quick Audience访问数据源集群，请参见设置白名单。
5. 单击**连接测试**，进行数据源连通性测试。

   若不通过，将提示测试失败，请修改配置。
6. 通过连通性测试后，单击**添加**完成配置。

AnalyticDB for PostgreSQL

添加ADB PG的操作步骤：

1. 选择**用户洞察** > 所在工作空间 > **数据集** > **数据源**，单击**新建数据源**。
2. 在弹窗中选择**AnalyticDB for PostgreSQL**。
3. 配置参数，如下表所示。

参数	说明
显示名称	填写数据源的显示名称，例如：XX用途_PG。
区域	选择数据源所在的地域。
数据库地址	填写数据源的公网地址。
端口	填写公网端口号。
数据库	填写连接的数据库名称。
Schema	填写数据库的Schema，默认为public。
账号	填写数据库用户账号。 该账号可以是高权限账号，也可以是普通账号，但普通账号需要被授予数据库的所有操作权限，请参见ADB PG数据库账号。
密码	填写数据库用户密码。

4. 单击**连接测试**，进行数据源连通性测试。

   若不通过，将提示测试失败，请修改配置。

5. 通过连通性测试后，单击**添加**完成配置。

相关文档

- 管理数据源（即分析数据源）
- 数据源表授权（组织数据源）

4.2.2.2. 新建业务数据源

业务数据源在数据研发模块中用于连接企业一方的数据库。

Quick Audience标准版基础上联合购买Dataphin离线集成版后，支持接入13种业务数据源：MySQL、Vertical、AnalyticDB for MySQL 2.0、Oracle、SQL Server、PostgreSQL、DRDS、AnalyticDB for MySQL 3.0、AnalyticDB for PostgreSQL、MaxCompute、FTP、MongoDB、LogHub。

> **注意**
>
> 如果您的数据源访问方式为公网IP且支持配置白名单，则需要在您的数据源中根据Quick Audience的地域添加白名单IP，才能成功新建对应的业务数据源。其中，上海地域白名单IP为47.102.151.182，深圳地域白名单IP为119.23.173.65。

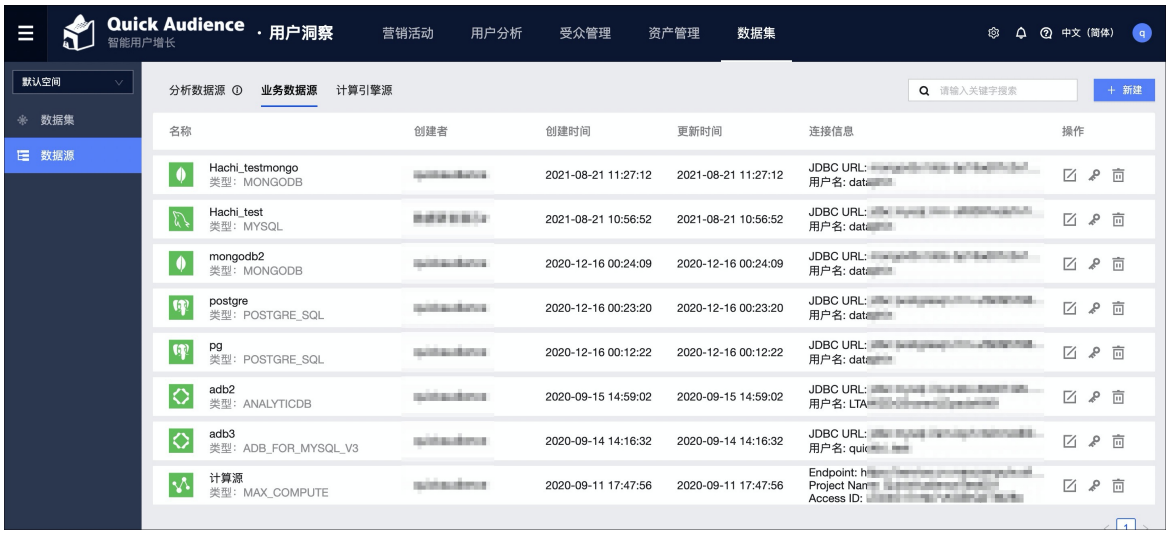
仅能由购买者主账号配置业务数据源。其他数据研发模块的研发成员需要使用业务数据源时，需要由购买者主账号授权给研发成员，请参见授权业务数据源。

业务数据源需要在工作空间中进行配置，但业务数据源可供整个组织的研发成员使用，不区分工作空间。

操作步骤

1. 选择**用户洞察** > 所在工作空间 > **数据集** > **数据源** > **业务数据源**，单击**新建**。

> **说明**
>
> 选择任意工作空间进行配置即可，使用时不区分工作空间。



2. 在弹窗中输入数据源名称，选择业务数据源类型。

3. 选择数据源类型后，需要根据所选类型配置不同的参数。下面将分别进行介绍。
4. 数据源参数配置完成后，单击**连接测试**，进行数据源连通性测试。

   若不通过，将提示测试失败，请修改配置。
5. 通过连通性测试后，单击**添加**完成配置。

MySql

配置可参见新建MySQL数据源。

- **数据源名称**：由汉字、数字、字母、下划线（_）或短划线（-）组合组成。
- **数据源类型**：选择**MYSQL**。
- **JDBC URL**：填写MySQL的JDBC。
- **用户名**：填写登录MySQL的**用户名**。
- **密码**：填写登录MySQL的**密码**。
- **类型**：选择数据库类型，包括**公网数据库**、**阿里云数据库**和**ECS（VPC）自建数据库**：
  - 选择**公网数据库**，则需要提前自建数据库并授予访问权限。
  - 选择**阿里云数据库**，则需要选择**访问方式**：
    - 选择**VPC网络**，则配置**区域**、VPC ID和RDS ID参数。
    - 选择**公网IP**，则可以直接测试连接。
  - 选择**ECS（VPC）自建数据库**，则需要配置**区域**、VPC ID、ECS ID参数。

Vertica

配置可参见新建Vertica数据源。

- **数据源名称**：由汉字、数字、字母、下划线（_）或短划线（-）组合组成。
- **数据源类型**：选择**VERTICA**。
- **JDBC URL**：填写Vertica的JDBC。
- **Schema**：填写Vertica的Schema信息。
- **用户名**：填写登录Vertica的**用户名**。
- **密码**：填写登录Vertica的**密码**。

AnalyticDB for MySQL 2.0

配置可参见新建AnalyticDB数据源。

- **数据源名称**：由汉字、数字、字母、下划线（_）或短划线（-）组合组成。
- **数据源类型**：选择ANALYTICDB。
- **JDBC URL**：填写数据库的JDBC的连接地址。
- **用户名**：填写数据库的登录**用户名**。
- **密码**：填写数据库的登录**密码**。
- **访问方式**：仅支持公网IP的方式访问数据库。

Oracle

配置可参见新建Oracle数据源。

- **数据源名称**：由汉字、数字、字母、下划线（_）或短划线（-）组合组成。
- **数据源类型**：选择**ORACLE**。
- **JDBC URL**：填写Oracle的JDBC的连接地址。
- **Schema**：填写Oracle的Schema信息。
- **用户名**：填写Oracle的登录**用户名**。
- **密码**：填写Oracle的登录**密码**。
- **类型**：选择数据库类型。系统支持选择**公网数据库**或**ECS（VPC）自建数据库**：
  - 选择**公网数据库**，则需要提前自建数据库并授予访问权限。
  - 如果您选择了**ECS（VPC）自建数据库**，则需要配置**区域**、**VPC ID**、**ECS ID**参数。

SQL Server

配置可参见新建SQL Server数据源。

- **数据源名称**：由汉字、数字、字母、下划线（_）或短划线（-）组合组成。
- **数据源类型**：选择**SQL_SERVER**。
- **JDBC URL**：填写SQL Server的JDBC的连接地址。
- **Schema**：填写SQL Server的Schema信息。
- **用户名**：填写SQL Server的登录**用户名**。
- **密码**：填写SQL Server的登录**密码**。
- **类型**：选择数据库类型。系统支持选择**公网数据库**、**阿里云数据库**或**ECS（VPC）自建数据库**：
  - 选择**公网数据库**，则需要提前自建数据库并授予访问权限。
  - 选择**阿里云数据库**，则选择访问方式：
    - 选择**VPC网络**，则配置**区域**、VPC ID和RDS ID参数。
    - 选择**公网IP**，则直接测试连接。
  - 选择**ECS（VPC）自建数据库**，则需要配置**区域**、VPC ID、ECS ID参数。

PostgreSQL

配置可参见新建PostgreSQL数据源。

- **数据源名称**：由汉字、数字、字母、下划线（_）或短划线（-）组合组成。
- **数据源类型**：选择**POSTGRE_SQL**。
- **JDBC URL**：填写PostgreSQL的JDBC的连接地址。
- **Schema**：填写数据库的Schema信息。
- **用户名**：填写数据库的登录**用户名**。
- **密码**：填写数据库的登录**密码**。
- **类型**：选择数据库类型，包括**公网数据库**、**阿里云数据库**、**ECS（VPC）自建数据库**：
  - 选择**公网数据库**，则需要提前自建数据库并授予访问权限。公网数据库的稳定性较低，适用于未独立部署且没有开通VPC服务的数据库访问。
  - 选择**阿里云数据库**，则选择访问方式：
    - 选择**VPC网络**，则配置**区域**、**VPC ID**和**RDS参数**。VPC网络数据库的稳定性较高，适用于已开通VPC访问的数据库，且已授权白名单。
    - 选择**公网IP**，则您可以直接测试连接。公网IP数据库较VPC网络数据库的稳定性略低，适用于未开通VPC访问权限的数据库。

- 选择**ECS（VPC）自建数据库**，则需要配置**区域**、**VPC ID**、**ECS ID**参数。ECS（VPC）自建数据库较VPC网络数据库的稳定性更高。

DRDS

配置可参见新建DRDS数据源。

- **数据源名称**：由汉字、数字、字母、下划线（_）或短划线（-）组合组成。
- **数据源类型**：选择**DRDS**。
- **JDBC URL**：填写DRDS数据源的JDBC URL。
- **用户名**：填写DRDS的登录**用户名**。
- **密码**：填写DRDS的登录**密码**。
- **访问方式**：DRDS支持通过VPC网络或公网IP的方式访问。如果您选择了VPC网络，则需要配置如下参数：
  - **区域**：选择DRDS所在的地域。
  - **VPC ID**：填写VPC ID。
  - **DRDS ID**：填写DRDS ID。

AnalyticDB for MySQL 3.0

配置可参见新建AnalyticDB for MySQL数据源。

- **数据源名称**：由汉字、数字、字母、下划线（_）或短划线（-）组合组成。
- **数据源类型**：选择**ADB_FOR_MYSQL_V3**。
- **JDBC URL**：填写AnalyticDB for MySQL 3.0 的JDBC URL。
- **用户名**：填写登录AnalyticDB for MySQL 3.0的**用户名**。
- **密码**：填写登录AnalyticDB for MySQL 3.0的**密码**。
- **访问方式**：AnalyticDB for MySQL 3.0支持通过**VPC网络**或**公网IP**的方式访问。如果您选择了**VPC网络**，则需要配置如下参数：
  - **区域**：选择AnalyticDB for MySQL3.0 所在的地域。
  - **VPC ID**：填写VPC ID。
  - **集群ID**：填写AnalyticDB for MySQL3.0 的集群ID。

AnalyticDB for PostgreSQL

配置可参见新建AnalyticDB for PostgreSQL数据源。

- **数据源名称**：由汉字、数字、字母、下划线（_）或短划线（-）组合组成。
- **数据源类型**：选择**ADB_for_PG**。
- **JDBC URL**：填写AnalyticDB for PostgreSQL的JDBC URL。
- **Schema**：填写AnalyticDB for PostgreSQL的Schema信息。
- **用户名**：填写登录AnalyticDB for PostgreSQL的**用户名**。
- **密码**：填写登录AnalyticDB for PostgreSQL的密码。
- **访问方式**：AnalyticDB for PostgreSQL支持通过**VPC网络**或**公网IP**的方式访问。如果您选择了**VPC网络**，则需要配置如下参数：
  - **区域**：选择AnalyticDB for PostgreSQL所在的地域。
  - **VPC ID**：填写VPC ID。
  - **集群 ID**：填写AnalyticDB for PostgreSQL集群 ID。

MaxCompute

配置可参见新建MaxCompute数据源。

- **数据源名称**：由汉字、数字、字母、下划线（_）或短划线（-）组合组成。
- **数据源类型**：选择MAX_COMPUTE。
- **Endpoint**：填写http://service.cn.maxcompute.aliyun.com/api。
- **Project Name**：填写Dataworks创建的MaxCompute（ODPS）项目名称。
- **Access ID**：访问密钥中的AccessKey ID，您可以通过RAM控制台页面获取。

> **说明**
>
> 如果您使用的是RAM账号，则需要获取主账号的Access ID和Access Key。

- **Access Key**：访问密钥中的AccessKey Secret，您可以通过RAM控制台页面获取。

FTP

配置可参见新建FTP数据源。

- **数据源名称**：由汉字、数字、字母、下划线（_）或短划线（-）组合组成。
- **数据源类型**：选择FTP。
- **Protocol**：可选择FTP和SFTP方式。
  - FTP是文件传输协议。
  - SFTP是SSH文件传输协议，包含加密。
- **Host**：填写FTP主机host。
- **Port**：填写FTP主机端口号。
- **用户名**：填写数据库的登录**用户名**。
- **密码**：填写数据库的登录**密码**。

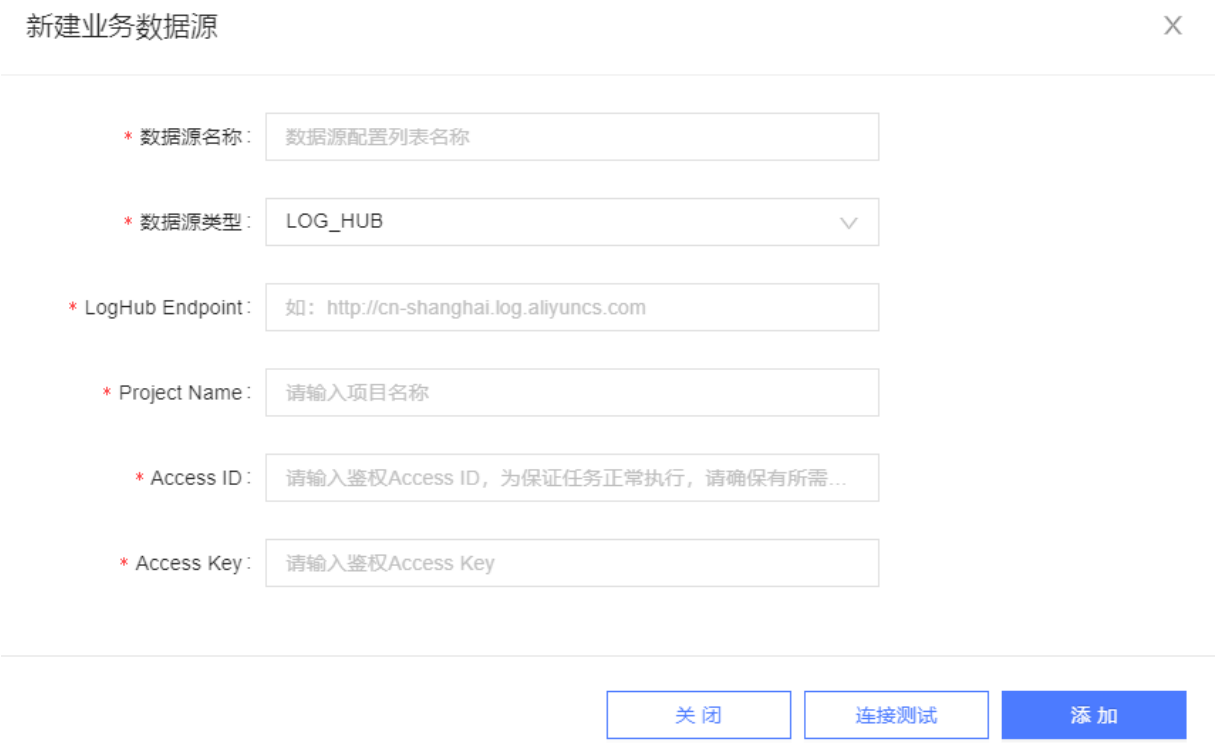
MongoDB

配置可参见新建MongoDB数据源。

- **数据源名称**：由汉字、数字、字母、下划线（_）或短划线（-）组合组成。
- **数据源类型**：选择MongoDB。
- **JDBC URL**：填写数据库的JDBC连接地址。
- **用户名**：填写数据库的登录**用户名**。
- **密码**：填写数据库的登录**密码**。

LogHub

配置可参见新建LogHub数据源。



- **数据源名称**：由汉字、数字、字母、下划线（_）或短划线（-）组合组成。
- **数据源类型**：选择Log_Hub。
- **LogHub Endpoint**：填写日志服务（SLS）Project的公网域名地址，例如http://cn-hangzhou.log.aliyuncs.com。
- **Project Name**：填写Project的名称，例如helloworldtest。
- **Access ID**：访问密钥中的AccessKey ID，您可以通过用户信息管理页面获取。

> **说明**
>
> 如果您使用的是RAM账号，则需要获取主账号的Access ID和Access Key。

- **Access Key**：访问密钥中的AccessKey Secret，您可以通过用户信息管理页面获取。

相关文档

- 管理业务数据源
- 新建计算引擎源

4.2.2.3. 新建计算引擎源

计算引擎源在数据研发模块中为离线数据的处理提供计算及存储资源。

Quick Audience标准版基础上联合购买Dataphin离线集成版后，支持创建一个计算引擎源（同一时间内仅支持一个计算引擎源），类型为MaxCompute。

由购买者主账号配置计算引擎源。

计算引擎源需要在工作空间中进行配置，但计算引擎源可供整个组织的研发成员使用，不区分工作空间。

操作步骤

1. 选择**用户洞察** > 所在工作空间 > **数据集** > **数据源** > **计算引擎源**，单击**新建**。

> **说明**
>
> 选择任意工作空间进行配置即可，使用时不区分工作空间。

2. 在弹窗中配置数据源参数。

- **类型**：固定为MaxCompute。
- **名称**：请输入计算源名称。
- **Endpoint**：已填写为MaxCompute的Endpoint，不支持修改。
- **Project Name**：填写DataWorks创建的MaxCompute（ODPS）项目名称。
- **AccessKey ID**：填写访问密钥中的AccessKey ID，您可以通过RAM控制台页面获取。
- **AccessKey Secret**：访问密钥中的AccessKey Secret，您可以通过RAM控制台页面获取。

3. 数据源参数配置完成后，单击**连接测试**，进行数据源连通性测试。

   若不通过，将提示测试失败，请修改配置。

4. 通过连通性测试后，单击**保存**完成配置。

> **说明**
>
> 新建计算引擎源成功后将自动为您配置一个连接信息相同的MaxCompute业务数据源，在您创建数据同步脚本时即可使用计算引擎源。

相关文档

- 管理计算引擎源
- 新建业务数据源

4.2.3. 管理数据源

4.2.3.1. 管理数据源（即分析数据源）

数据源创建完成后，您可以在数据源列表对数据源进行管理。

> **说明**
>
> 对于标准版，已授权给该空间的组织数据源也在列表中进行展示，在数据源名称后显示图标，以示与空间数据源的区别。

搜索框支持根据数据源名称进行搜索。

支持编辑或删除空间数据源：

- 单击空间数据源后面的图标，对数据源进行编辑。

- 单击空间数据源后面的图标，确认后将数据源移除。

> **说明**
>
> 若有基于该数据源的数据集，则无法删除该数据源。请先删除数据集后再删除数据源。

支持查看空间数据源、组织数据源中的数据表的详细信息，或使用其创建数据集：

- 单击图标，查看表的字段信息。

> **注意**
>
> 对于组织数据源，空间可能仅有部分表、表字段或行的权限，取决于向空间授权的方式。

- 单击图标，使用表创建数据集。

4.2.3.2. 管理业务数据源

Dataphin离线集成版的主账号配置业务数据源后，可以在业务数据源列表对数据源进行管理。

业务数据源列表如下图所示，展示数据源类型、连接信息等。

您可以对业务数据源进行以下操作：

- 搜索：搜索框支持根据数据源名称进行搜索。
- 编辑：单击 图标，可编辑数据源参数，编辑操作与添加时相同，请参见新建业务数据源。
- 授权：单击 图标，授权同步读、同步写权限，具体操作请参见下面的授权业务数据源。
- 移除：单击 图标，确认后将数据源移除。

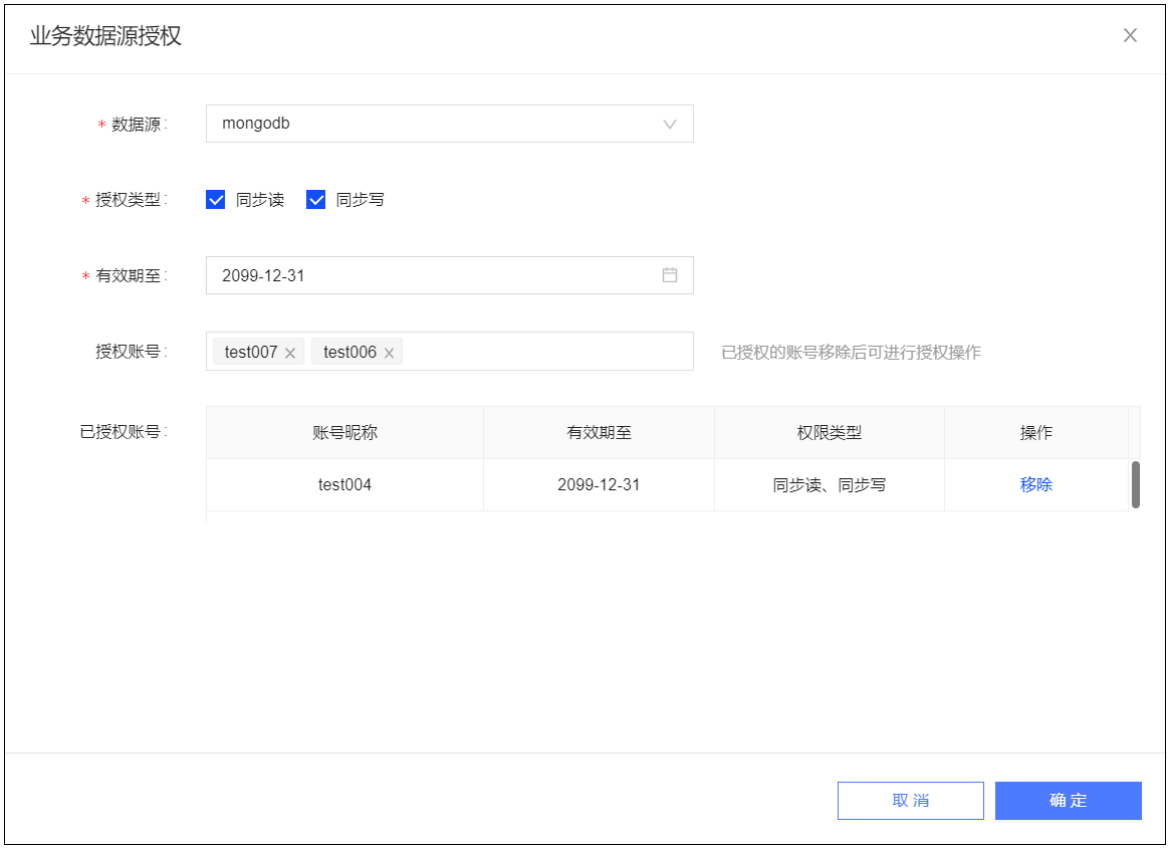
授权业务数据源

业务数据源的同步读、同步写权限用于数据研发的数据同步任务。

- 购买Dataphin离线集成版的主账号配置了业务数据源，默认拥有所有业务数据源的同步读、同步写权限。
- 其他研发成员需要同步读、同步写权限时，需要购买者主账号授权。

操作步骤：

1. 单击 图标，弹窗如下图所示。



2. 选择数据源，下方显示该数据源已授权的账号、有效期和权限类型。
3. 解除授权：单击账号对应的**移除**即可解除对该账号的授权，立即生效。
4. 授权：
   i. 选择授权类型：**同步读**、**同步写**，可同时选择。
   ii. 设置授权有效期。
   iii. 选择授权账号，可多选。
   iv. 单击**确定**，完成授权。

4.2.3.3. 管理计算引擎源

配置计算引擎源后，您可以在计算引擎源列表对数据源进行管理。

计算引擎源列表如下图所示，展示数据源名称、连接信息等。

您可以对计算引擎源进行以下操作：

- 编辑：单击 图标，可编辑数据源参数，编辑操作与添加时相同，请参见新建计算引擎源。
- 移除：单击 图标，确认后将数据源移除。

> **说明**
>
> - 仅当对应的MaxCompute项目中无数据对象时，可以移除计算引擎源。
> - 删除计算引擎源后，当前数据研发的研发成员将失去数据研发权限，需要在研发初始化中重新选择研发人员，请参见研发初始化。

4.3. 用户分析

4.3.1. 用户分析概述

基于创建好的数据集和模型，在用户分析模块您可以进行多维度的标签透视分析、用户RFM分析、AIPL及其流转分析、已购客户分析。分析过程中可以自定义筛选出符合某一规则条件的目标人群，用于后续营销触达。

此外，针对筛选出的目标人群，您可以通过受众分析功能进行透视分析和显著性分析，洞察目标人群的核心特征，为后续营销策略编排提供决策支撑。

用户分析类型包括：

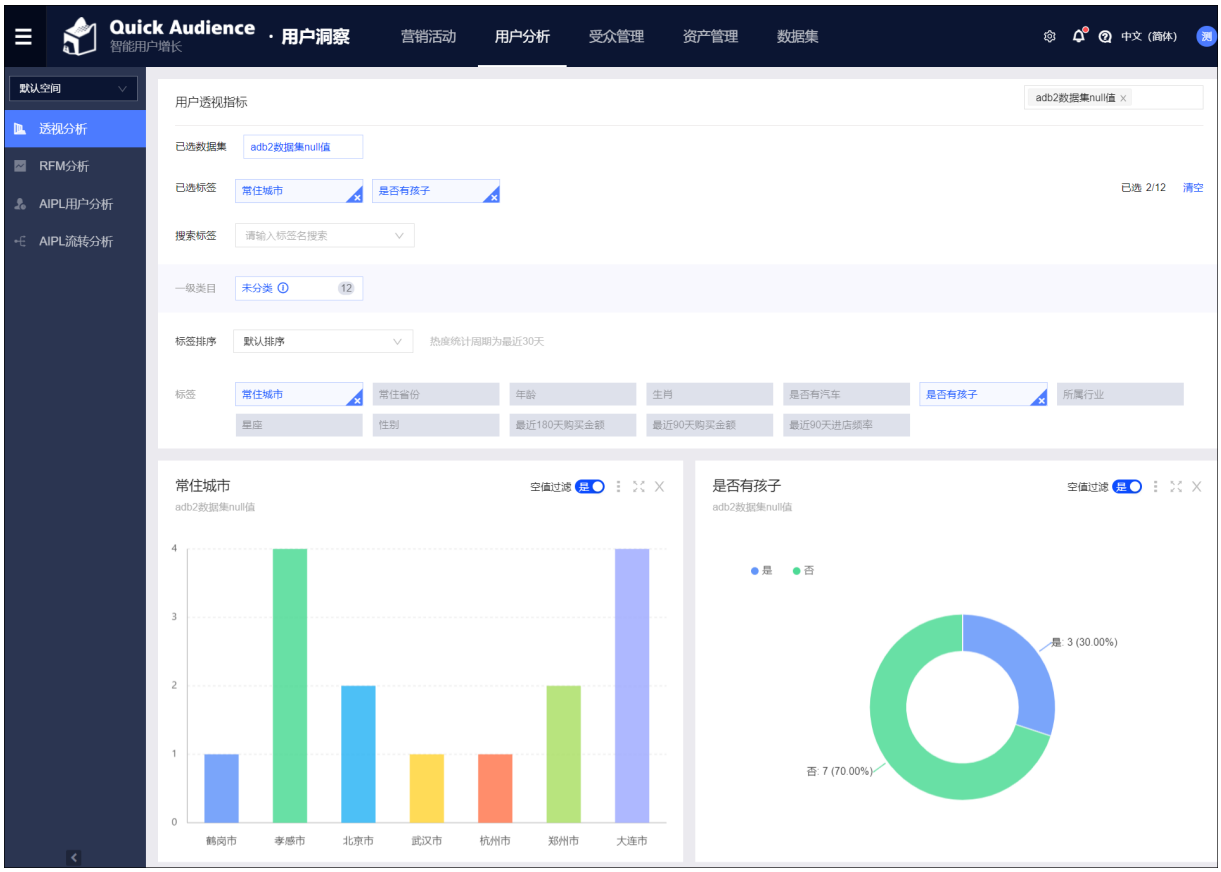
- 透视分析：基于用户标签数据集（含自定义标签数据集）洞察消费者的标签特征分布。
- RFM分析：RFM是衡量客户价值和客户创利能力的重要手段，通过一个客户的近期交易行为、交易总体频率、交易金额三项指标，描述该客户的价值状态。依据这三类指标划分八类客户：高价值客户、重点保持客户、重点发展客户、重点挽留客户、一般价值客户、一般保持客户、一般发展客户、潜在客户。通过洞察不同客户类型的人群分布及消费行为特征，掌握不同人群的价值特征，为营销决策提供支持。
- AIPL用户分析：将人群分为认知、兴趣、购买、忠诚四个阶段，洞察各类用户的人数和相应的变化趋势，实现品牌人群资产定量化、链路化运营。
- AIPL流转分析：分析指定时间段内AIPL模型中各类用户的转化、流失情况，精准把握各阶段人群分布，实现链路高效转化。

> **说明**
>
> 基础版不支持AIPL用户分析、AIPL流转分析。

下面将分章节进行介绍。

4.3.2. 透视分析

透视分析用于分析用户标签数据集（含自定义标签数据集）中用户的指标情况，得出标签的取值分布等信息，如下图所示。



操作步骤

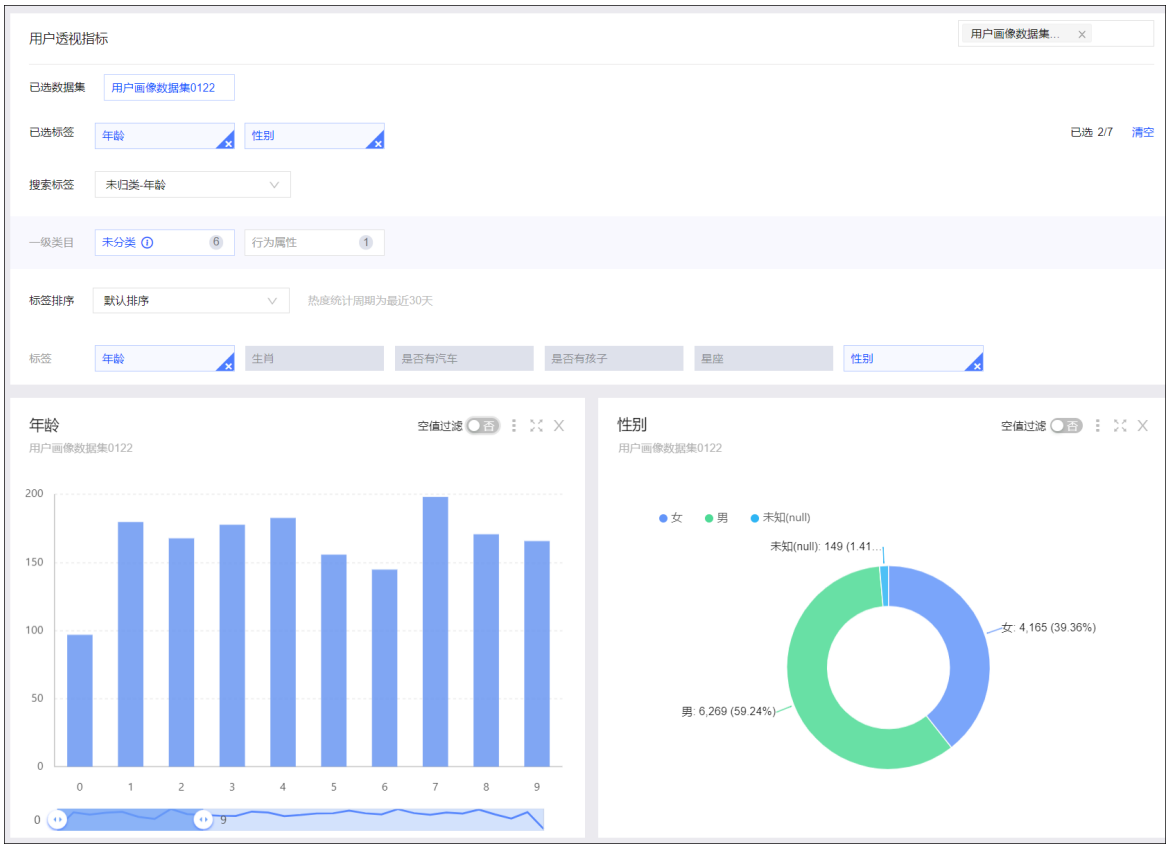
1. 进入透视分析页面，有两种方式：
   - 选择**用户洞察** > 所在工作空间 > **用户分析** > **透视分析**，进入透视分析页面，如上图所示。
   - 选择**用户洞察** > 所在工作空间 > **数据集** > **数据集**，在数据集列表中单击用户标签数据集对应的 图标，进入透视分析页面。

2. 从右上角选择用户标签数据集，最多可选择5个同时进行透视分析。

> **说明**
>
> 若是如上图所示从用户标签数据集进入透视分析页面，则默认已选中当前数据集。

3. 从**搜索标签**下拉列表，选择需要分析的标签，下方将显示相应的分析图表。

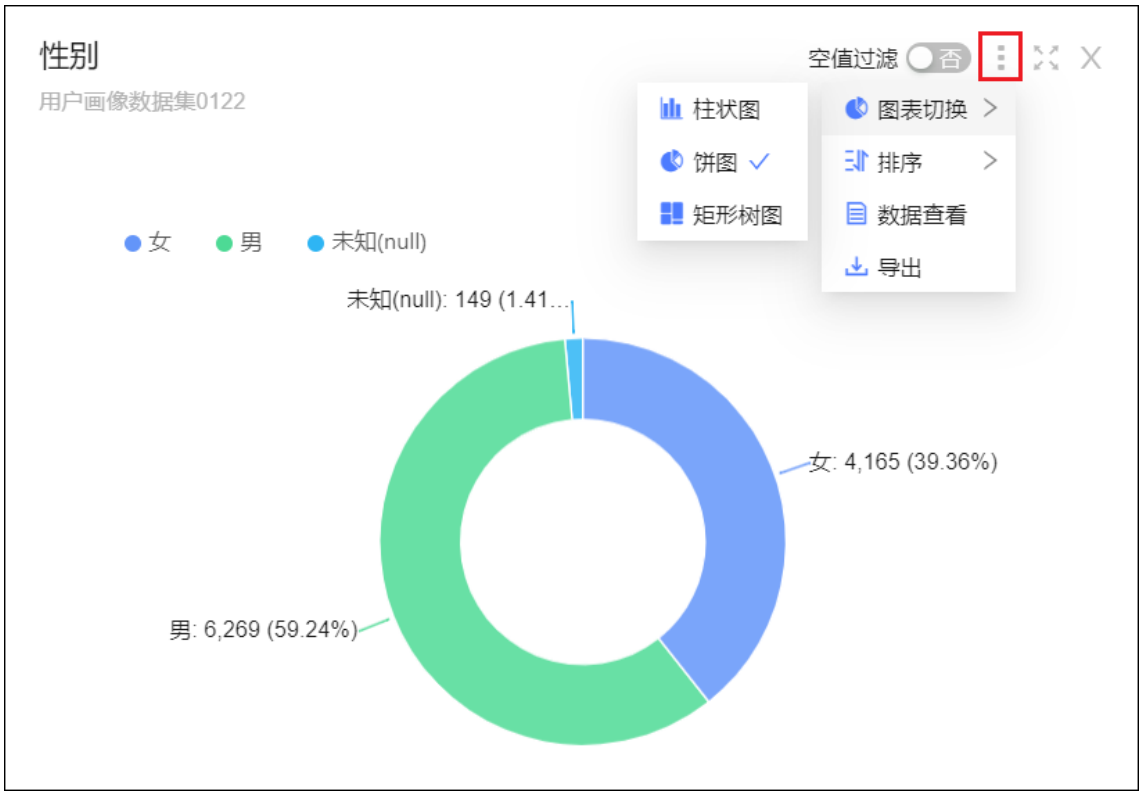
> **说明**
>
> - 您也可以选择标签类目后，从下方的标签列表中选择标签。标签列表支持按照标签总热度、透视次数、筛选次数、推送次数对标签进行排序，鼠标移动到标签上方时显示相应数据。
> - 不是数据集的所有标签都可用于透视分析，可用的标签类型：枚举型、多值型（仅当分隔去重后的标签值数量不超过50时）。创建数据集时默认所有可用的标签均开启用于透视，您也可以在编辑数据集时禁止指定标签用于透视，请参见管理用户标签数据集、管理自定义标签数据集。



- 系统会根据标签的取值个数自动选择合适的图表，规则如下：

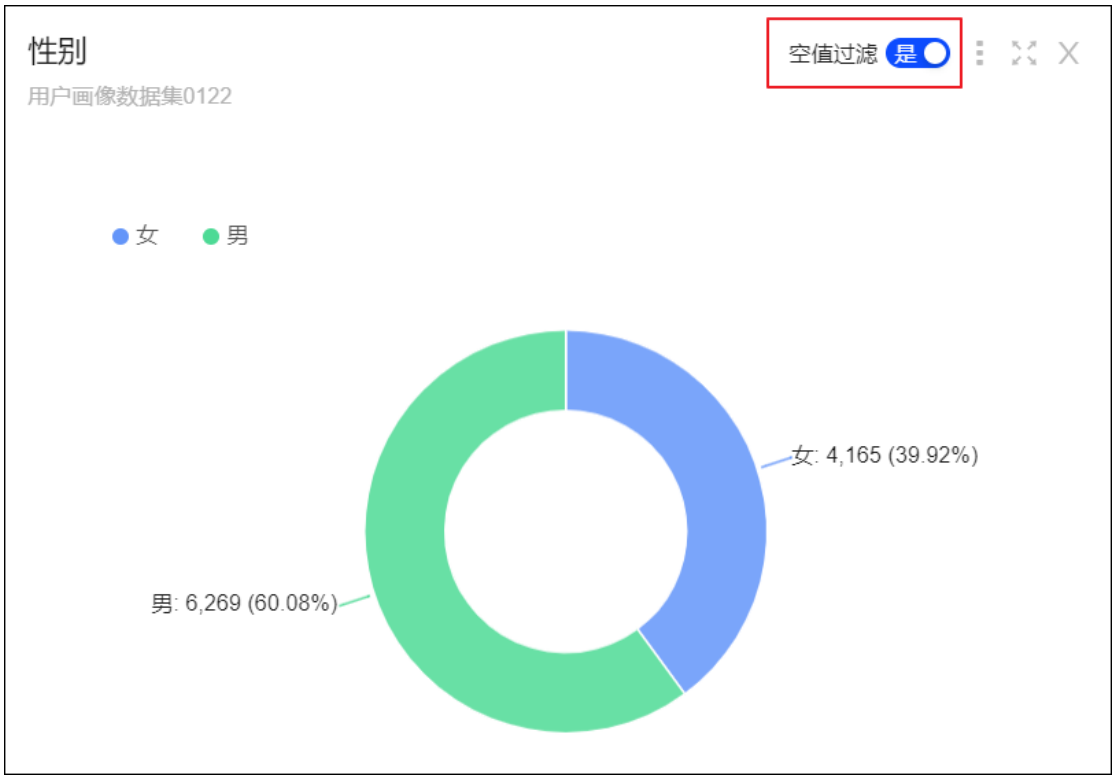
标签取值个数	选用图表
<=5	饼图
>6且<=10	彩色柱图
>10	缩略柱图

- 单击右上角的图标可以对图表进行操作，包括：空值过滤、图表切换（柱状图、饼图、矩形树图）、排序（默认、降序、升序、自定义）、数据查看、导出、图表放大、关闭图表。



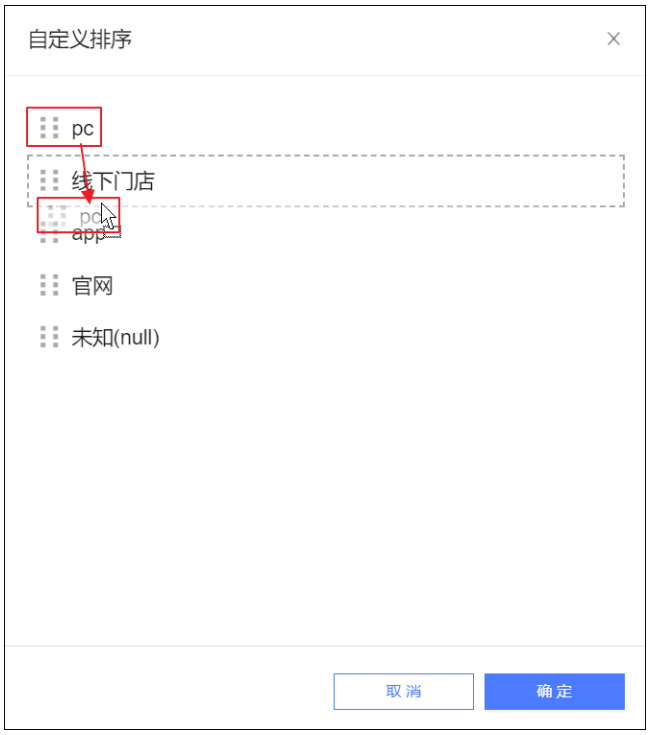
其中：

- 空值过滤是将标签值为未知（null）的数据从统计范围内排除，如下图所示。



- 仅柱状图支持自定义排序，选择**排序>自定义**后，在弹窗中以鼠标拖拽项目，调整项目在柱状图中的展示顺序，如下图所示。

> **说明**
>
> 不同用户的自定义排序规则将分别保存，不同用户之间不能共用自定义排序规则。



- 将鼠标悬停至图表中的某个图形上，将显示这一部分人群的人数。

- 单击图表中的某个图形，将出现**增加筛选条件至受众**选项。单击后，可在下图的弹窗中将该标签筛选条件添加至指定受众，或者单击**新建受众**，基于该标签创建一个新的受众。

相关文档

对于分析中创建的受众：

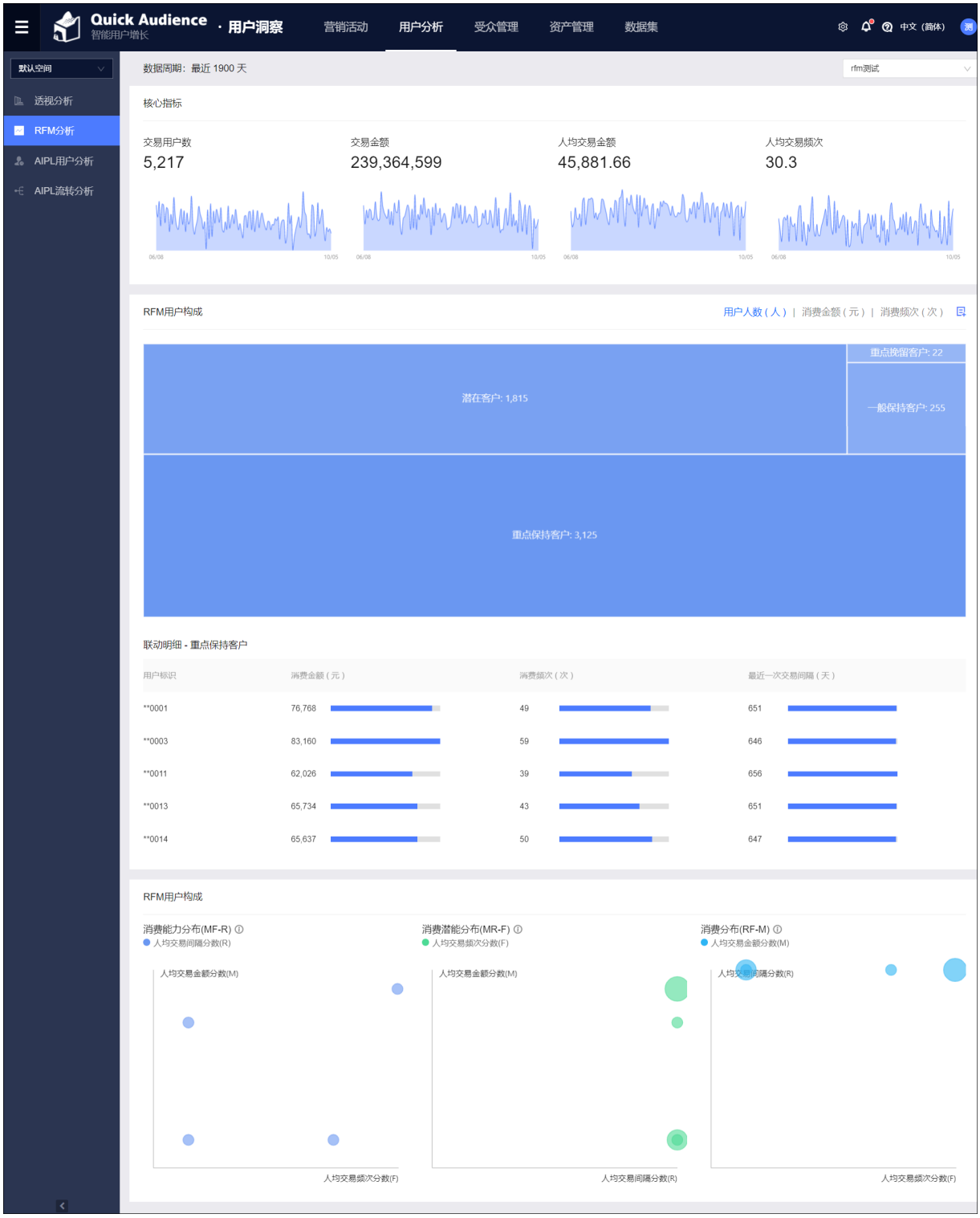
- 受众基本功能

- 受众推送功能
- 受众推送数据银行
- 受众推送达摩盘
- 受众透视指标分析
- 受众显著性分析
- 对受众进行用户营销

4.3.3. RFM分析

RFM分析用于分析RFM模型中用户的RFM指标情况，得出各RFM用户类型的分布，如下图所示。

> **说明**
>
> 基础版不支持RFM分析。



操作步骤

1. 进入RFM分析页面，有两种方式：
   - 选择**用户洞察** > 所在工作空间 > **用户分析** > **RFM分析**，进入RFM分析页面，如上图所示。

- 选择**用户洞察** > 所在工作空间 > **数据集** > **数据集**，在数据集列表中单击RFM模型对应的 图标，进入RFM分析页面。

2. 从右上角下拉列表选择要分析的RFM模型，下方将显示相应的分析图表。

> **说明**
>
> 若您是如上图所示从RFM模型进入RFM分析页面，则默认已选中当前RFM模型。

分析结果包含以下部分：

- **核心指标**
  - 当选择的RFM模型为客户数据类型时，展示交易用户数、交易金额、人均交易金额、人均交易频次的具体数值。

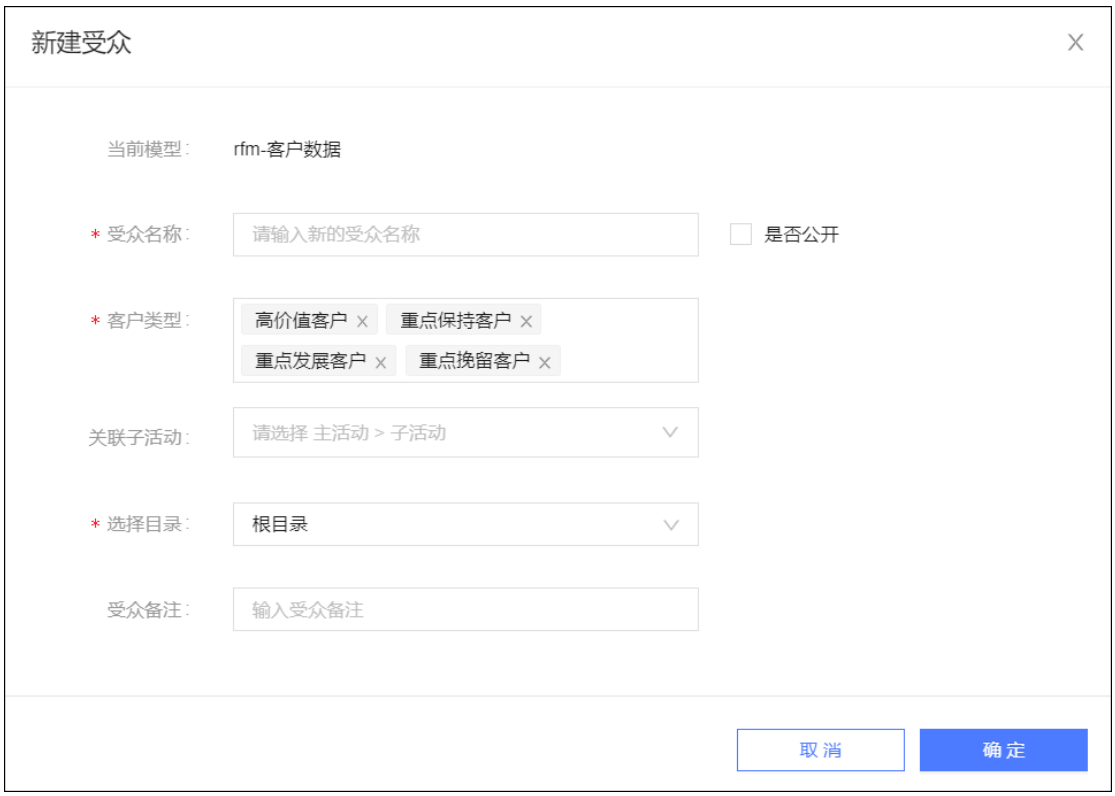
  - 当选择的RFM模型为交易数据类型时，展示交易用户数、交易金额、人均交易金额、人均交易频次的具体数值及趋势图。

- **RFM用户构成（用户类型）**

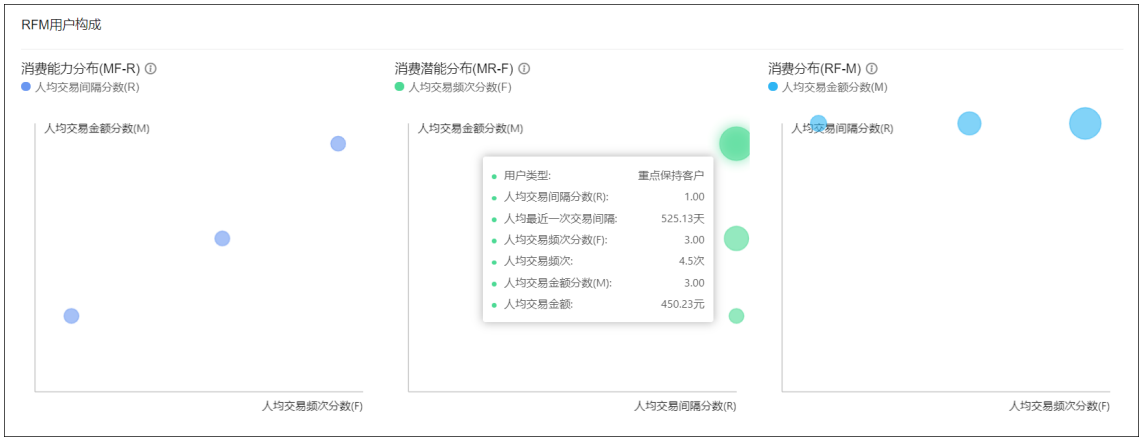
  根据RFM模型的用户分类定义，展示受众的用户类型分布情况。RFM用户类型定义，请参见下面的RFM用户类型划分规则。

- 您可以在图表右上角选择从**用户人数**、**消费金额**或**消费频次**三个维度查看用户类型的分布情况。
- 将鼠标悬停至某类用户的图形上，将显示这一部分用户的人数及占比、人均交易金额、人均交易频次。
- 单击某类用户的图形，下方将显示该类的5个示例用户的消费信息。

- 如需将指定类型用户创建为受众，单击图表右上角 图标，在弹窗中选择用户类型（可多选），输入受众名称、备注，选择受众保存的文件夹、关联的子活动（请参见营销活动文档），设置受众是否公开，单击**确定**。



- **RFM用户构成（消费分布）**



- **消费能力分布（MF-R）**：横坐标为F交易频率，纵坐标为M交易金额，点大小为R上次交易间隔。通过MF分布来直观看到客户的消费能力分布，进而通过R的大小来锁定哪些客户更为忠诚。点越大，客户忠诚度越高。
- **消费潜能分布（MR-F）**：横坐标为R最近一次交易间隔，纵坐标为M交易金额，点大小为F交易频率。通过MR分布来直观看到客户的消费潜能情况，进而通过F的大小来挖掘更有价值的客户。点越大，客户越有挖掘价值。
- **消费分布（RF-M）**：横坐标为F交易频率，纵坐标为R上次交易间隔，点大小为M交易金额。通过RF分布来直观看到客户的消费异动情况，进而通过M的大小来判断哪些客户更有必要挽回。点越大，客户越有必要挽回。

将鼠标悬停至某类用户的图形上，将显示这一部分用户的人均交易数据。

RFM用户类型划分规则

将用户的RS、FS、MS得分分别与RS对比值、FS对比值、MS对比值相比较，得出该用户在群体中的相对价值水平：

- 用户得分大于对比值，价值较高。
- 用户得分小于对比值，价值较低。

用户在R、F、M任意一项中的价值可被分为高、低两类，综合R、F、M三项的表现，用户可被划分为8种类型，详细类型及分类规则如下表所示。

> **说明**
>
> - RS、FS、MS分别为用户的消费间隔、消费频率、消费金额得分。
> - RS对比值、FS对比值、MS对比值分别为RFM模型中所有用户的消费间隔、消费频率、消费金额得分的平均值（即统计学中的加权平均值），或为自定义值。
>
> 得分规则及对比值在RFM模型中设置，请参见新建RFM模型。

RFM用户类型	RS	FS	MS	说明
高价值客户	大于等于RS对比值	大于等于FS对比值	大于等于MS对比值	将最近消费日期较近、消费频次较高、消费金额较高的人群定义为高价值人群。
重点保持客户	小于RS对比值	大于等于FS对比值	大于等于MS对比值	将最近消费日期较远，但是消费频次和消费金额较高的人群定义为重点保持客户。
重点发展客户	大于等于RS对比值	小于FS对比值	大于等于MS对比值	将最近消费日期较近，消费金额较高，但是消费频次不高的人群定义为重点发展客户。
重点挽留客户	小于RS对比值	小于FS对比值	大于等于MS对比值	将最近消费日期较远，消费频次较低，但是消费金额较高的人群定义为重点挽留客户。

RFM用户类型	RS	FS	MS	说明
一般价值客户	大于等于RS对比值	大于等于FS对比值	小于MS对比值	将最近消费日期较近，消费频次较高，但是消费金额不高的人群定义为一般价值客户。
一般保持客户	小于RS对比值	大于等于FS对比值	小于MS对比值	将最近消费日期较远，消费金额不高，但是消费频次较高的人群定义为一般保持客户。
一般发展客户	大于等于RS对比值	小于FS对比值	小于MS对比值	将最近消费日期较近，但是消费频次和消费金额不高的人群定义为一般发展客户。
潜在客户	小于RS对比值	小于FS对比值	小于MS对比值	将最近消费日期较远、消费频次不高、消费金额不高的人群定义为潜在客户。

相关文档

对于分析中创建的受众：

- 受众基本功能
- 受众推送功能
- 受众推送数据银行
- 受众推送达摩盘
- 受众RFM分析
- 对受众进行用户营销

4.3.4. AIPL用户分析

AIPL用户分析用于分析AIPL模型中各类用户的人数和相应的变化趋势，如下图所示。

> **说明**
>
> 基础版不支持AIPL用户分析。

操作步骤

1. 进入AIPL用户分析页面，有两种方式：
   - 选择**用户洞察** > 所在工作空间 > **用户分析** > **AIPL用户分析**，进入AIPL用户分析页面，如上图所示。
   - 选择**用户洞察** > 所在工作空间 > **数据集** > **数据集**，在数据集列表中单击AIPL模型对应的 图标，选择**AIPL用户分析**，进入AIPL用户分析页面。

2. 从右上角选择计算基准日期和要分析的AIPL模型，下方将显示相应的分析图表。

> **说明**
>
> 若您是如上图所示从AIPL模型进入AIPL用户分析页面，则默认已选中当前AIPL模型。

分析结果包含以下部分：

- **AIPL数据总览**

  展示计算基准日期的认知、兴趣、购买、忠诚四类用户的具体人数。

  若您选择的计算基准日期为当日，您还可以通过单击任意一类用户右上角的 图标，创建基于某类用户的受众。如下图所示，选择需要的用户类型，输入受众名称、备注，选择受众保存的文件夹、关联的子活动（请参见营销活动文档），设置受众是否公开，单击**确定**。

- **消费者变化趋势**

  单击**AIPL数据总览**中的某类用户，可查看该类用户在计算基准日期前的人数变化情况。

最多可展示计算基准日期前30日内的趋势图。下方提供缩略图，您可通过缩略图上的滑块选择要在大图展示的时间段。

相关文档

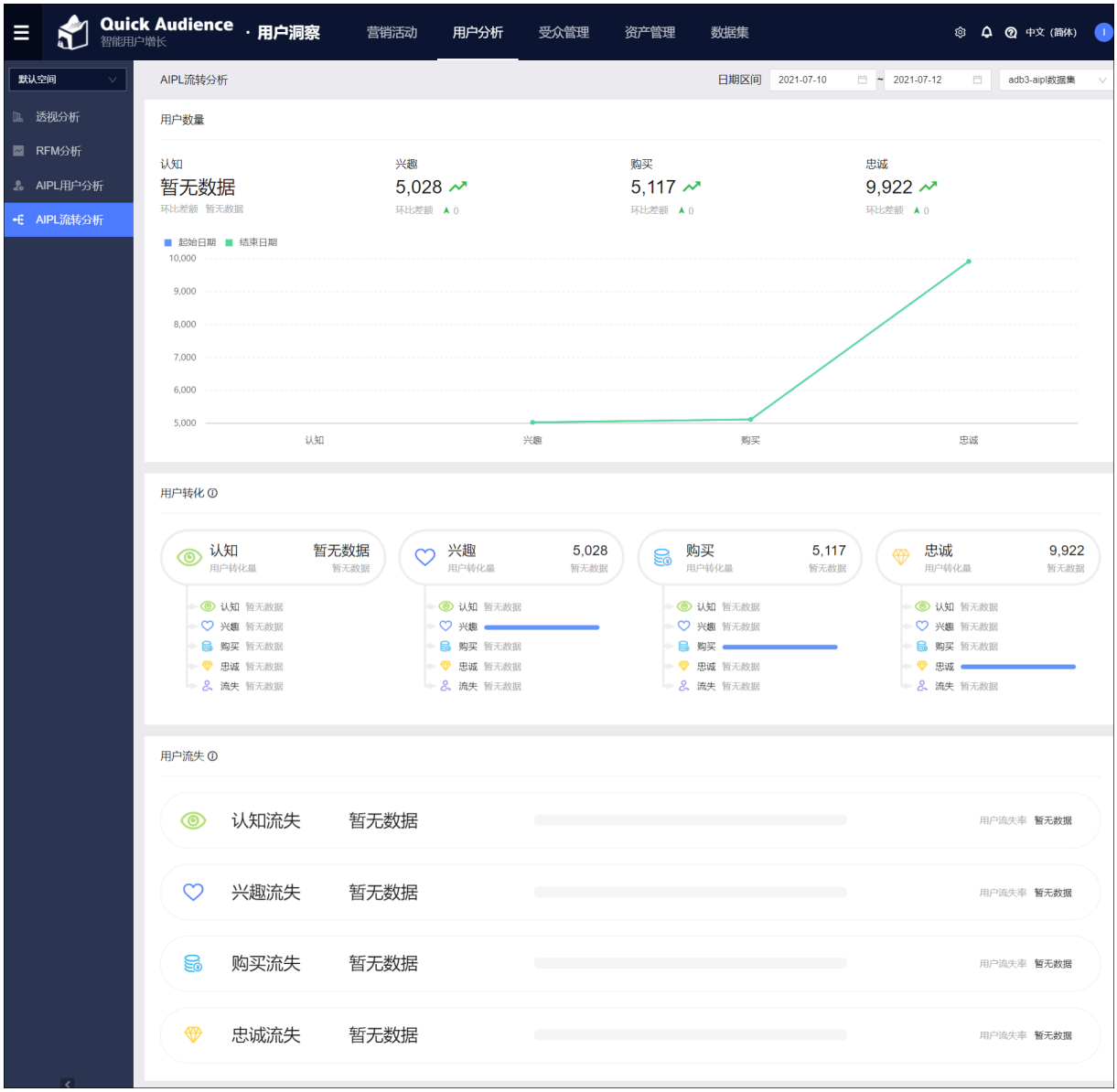
对于分析中创建的受众：

- 受众基本功能
- 受众推送功能
- 受众推送数据银行
- 受众推送达摩盘
- 对受众进行用户营销

4.3.5. AIPL流转分析

AIPL流转分析用于分析指定时间段内AIPL模型中各类用户的转化、流失情况，如下图所示。

> **说明**
>
> - 基础版不支持AIPL流转分析。
> - 分析图表中的**暂无数据**表示当前该数据为0。

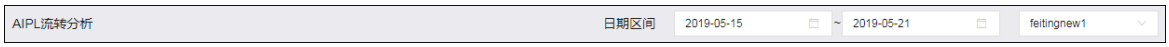


操作步骤

1. 进入AIPL流转分析页面，有两种方式：
   - 选择**用户洞察** > 所在工作空间 > **用户分析** > **AIPL流转分析**，进入AIPL流转分析页面，如上图所示。
   - 选择**用户洞察** > 所在工作空间 > **数据集** > **数据集**，在数据集列表中单击AIPL模型对应的 图标，选择**AIPL流转分析**，进入AIPL流转分析页面。

2. 从右上角选择日期区间和要分析的AIPL模型，下方将显示相应的分析图表。

> **说明**
>
> 若您是如上图所示从AIPL模型进入AIPL流转分析页面，则默认已选中当前AIPL模型。



分析结果包含以下部分：

i. **用户数量**

展示认知、兴趣、购买、忠诚四类用户在日期区间结束时的用户数以及环比差额。

ii. **用户转化**

用户转化量为某一类用户转换为其他类型用户的数量。鼠标移动到数据条上，将显示相应的用户人数。

以下图中的认知人群为例，用户转化量为1，代表认知人群中有1人转化为兴趣、忠诚或购买人群。下图中，1人转化为兴趣。

起始日期的认知人数等于仍保持为认知的人数，加上认知的用户转化量（即从认知转化为兴趣、忠诚、购买的人数），再加上认知流失的人数之和。

单击数据条，可以将相应的转化用户创建为受众。如下图所示，输入受众名称、备注，选择受众保存的文件夹、关联的子活动（请参见营销活动文档），设置受众是否公开，单击**确定**。

iii. **用户流失**

展示四类用户的流失情况。流失量为该类型原有的用户中未保持为该类型，且未转化为其他类型的用户人数。

用户流失率=流失数量/起始日期的数量*100%。

单击项目，可以将相应的流失用户创建为受众。如下图所示，输入受众名称、备注，选择受众保存的文件夹、关联的子活动（请参见营销活动文档），设置受众是否公开，单击**确定**。

相关文档

对于分析中创建的受众：

- 受众基本功能
- 受众推送功能
- 受众推送数据银行
- 受众推送达摩盘
- 对受众进行用户营销

4.4. 受众管理

4.4.1. 受众管理

4.4.1.1. 受众基本功能

在**受众管理**页面，您可以创建受众文件夹，通过上传文件、读取数据源中的表、受众交并的方式新建受众，对**我的受众**页签中的受众进行编辑、更新、下载、移除、快照等操作，以及对**公共受众**页签中的受众进行复制、下载。

下面将以**我的受众**页签中的操作为例进行介绍，**公共受众**页签中的操作方法基本相同。

选择**用户洞察** > 所在工作空间> **受众管理** > **受众管理**，默认进入**我的受众**页签，如下图所示。

说明

除了在受众筛选和受众管理页面生成的受众外，一些特殊方式生成的受众也将自动加入受众列表：

- 用户分析中生成的受众，人群来源显示为与数据集类型对应的**标签筛选**、RFM或AIPL，支持对应类型受众的操作。
- 特定人群触发的自动化营销任务中使用生成受众组件将上游传递的人群生成的受众，以及在短信营销任务、邮件营销任务、PUSH营销任务的详情页面生成的受众，人群来源显示为**手动上传**，支持手动上传的受众对应的操作。
- 全域洞察模块生成的受众称为全域受众，人群来源显示为**全域洞察**。对于全域受众，本页中包含的受众基本操作均不支持，不支持受众分析或进入自动化营销，仅支持推送到数据银行，以及用于PUSH营销、数据银行营销任务。
- 复购预测、货品推荐中生成的受众，人群来源分别显示为**复购预测**、**人货分析**，支持分析、删除、移动、下载、推送、进入应用等操作，不支持编辑、更新、复制。
- 分析看板中通过圈选报表生成的受众，人群来源显示为**分析洞察报表**，支持更新、推送、进入应用等操作，不支持编辑。

新建受众文件夹

您可以创建受众文件夹，将受众放入不同的文件夹中，便于管理受众。支持多级文件夹。

操作步骤：

1. 在受众管理页面选择**新建>文件夹**。如需创建子文件夹，则单击列表中的文件夹名称，进入该文件夹，选择**新建>文件夹**。

2. 在弹窗汇中输入文件夹名称，单击**确认**，完成创建。

对于保存在文件夹中的受众，您需要单击列表中的文件夹名称，进入该文件夹内的受众列表进行查看。

在进入文件夹前，您可以通过关键词搜索，同时搜索到文件夹中和不在文件夹中的受众。

文件夹支持重命名、移除：

- 重命名：单击 图标，在弹窗中输入新名称，单击**确认**。
- 移除：仅支持移除空文件夹。单击 图标，确认移除即可。

上传受众

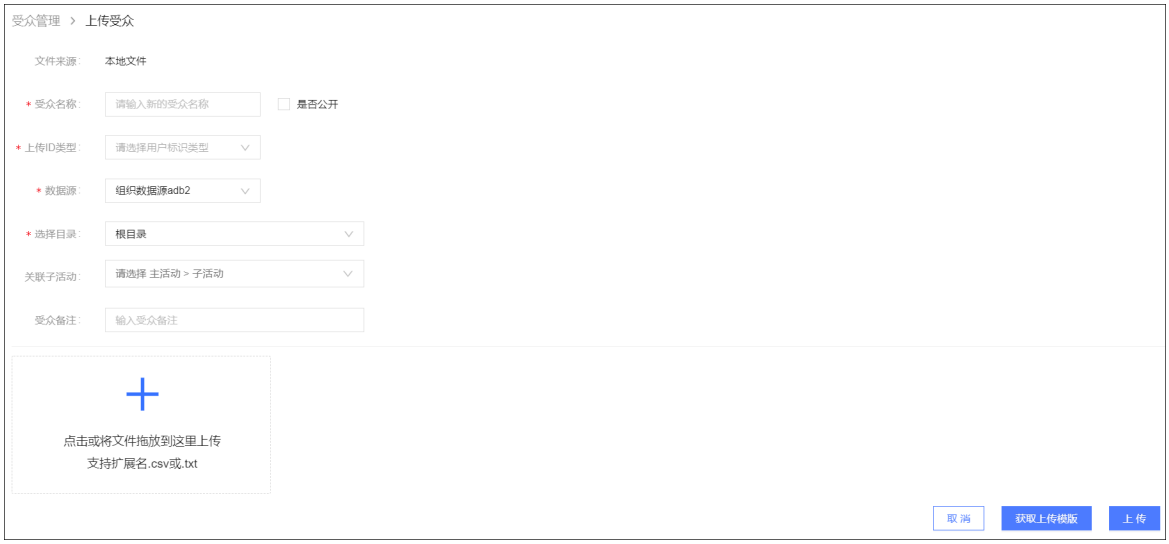
您可以通过上传CSV或TXT格式的用户ID列表来添加受众。

操作步骤：

1. 选择**新建>受众>上传受众**。

2. 输入受众名称和备注信息，设置受众是否公开，选择用户ID类型、数据将保存到的数据源、受众保存的文件夹、关联的子活动，上传CSV或TXT文件。文件模板可单击**获取上传模板**获取。

> **说明**
>
> 用户ID类型支持OneID、UnionID、手机号码、电子邮箱、淘宝ID、淘宝昵称、支付宝ID、微博ID、手机IMEI、手机IDFA、手机IMSI、手机OAID、MAC地址、OpenID，共14种类型。



3. 单击**上传**，完成上传受众。

从数据源创建受众

您可以将用户ID保存为数据表，表保存在已接入的数据源中，通过读取该表创建受众。

表格式要求如下：

- 仅包含一列，列名为user_unique_id，保存用户ID，数据类型为数值型或文本型。
- 用户ID类型支持OneID、UnionID、手机号码、电子邮箱、淘宝ID、淘宝昵称、支付宝ID、微博ID、手机IMEI、手机IDFA、手机IMSI、手机OAID、MAC地址、OpenID，共14种类型。
- 用户ID不可重复，不可为空。

操作步骤：

1. 选择**新建>受众>数据源创建**。

2. 选择保存用户ID的数据源、数据表、保存的用户ID类型。

3. 输入受众名称和备注信息，设置受众是否公开，选择受众保存的文件夹、关联的子活动。
4. 单击**保存**，完成从数据源创建受众。

受众交并

您也可以通过对已有受众进行交并来创建新的受众，即由2个或3个已有受众经过交集、并集、差集计算生成新的受众，交集、并集、差集可混合使用。

> **说明**
>
> 最多支持3层受众交并。层数计算规则：若当前受众是由受众A、B交并生成的，则计为一层；若A或B（含A和B的情况）也是由受众交并生成的，则增加一层，共2层，以此类推。

操作步骤：

1. 选择**新建>受众>受众交并**。
2. 在受众交并页面，选择数据源。

3. 单击**点击添加受众**，从列表中依次选择受众类别、受众所在的文件夹、受众、（可选）受众快照。

> **说明**
>
> - 用于交并的受众的ID类型必须相同，ID类型不同的受众将置灰不可选择。
> - 受众快照也可用于受众交并，如上图所示，选择受众时在受众右侧会列出该受众的快照，您可以选择受众快照，也可以仅选择受众。

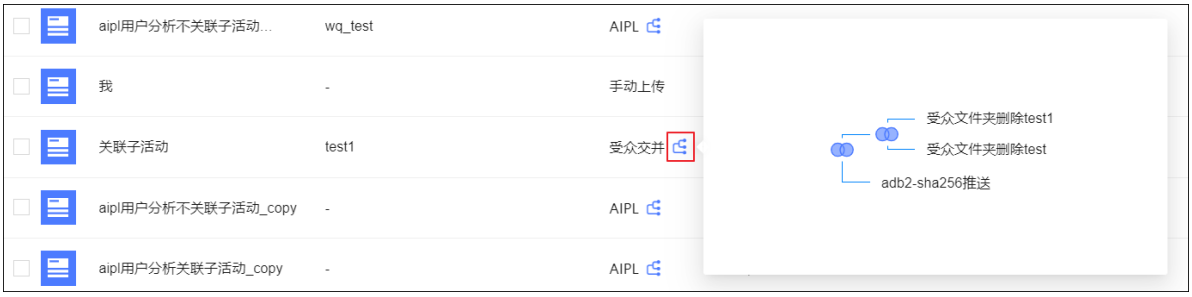
4. 选择受众交并计算方式，支持并集、交集、差集。
5. 单击**下一步**。
6. 输入受众名称和备注信息，设置受众是否公开，选择受众保存的文件夹、关联的子活动，单击**新建受众**完成受众创建。

受众来源查询

对于人群来源为受众筛选、受众交并、分析洞察报表的受众，鼠标移动到人群来源列中的 图标上，将展示：

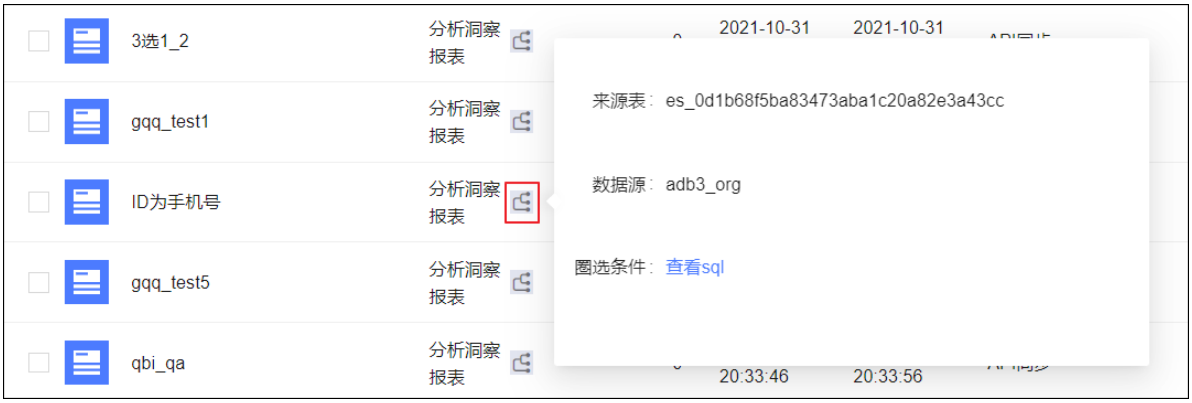
- 受众筛选的筛选条件、计算方式，具体的来源数据集请在编辑页面查看。

- 受众交并的来源受众、计算方式。



- 从分析洞察报表圈选生成的受众的来源表、数据源，单击**查看sql**可查看生成受众时对应的SQL语句，通过SQL语句可以了解筛选条件、ID类型等信息。

> **说明**
>
> 从分析洞察报表圈选生成受众时，将在当前Quick Audience工作空间使用的与报表的Quick BI数据源对应的同一个数据源中创建一个数据表，用于保存导出到Quick Audience的ID字段。该数据源、数据表即为显示的数据源、来源表。



编辑

对于通过受众筛选、受众交并创建的受众，单击 图标，可对受众进行编辑，具体操作与创建时相同，请参见相应的文档。

分析

单击 图标，可对该受众进行分析，具体操作，请参见用户分析文档。

更新与快照

您可通过手动更新或设置周期更新，将数据源中的最新数据同步到数据集，然后按受众的既定筛选规则同步最新筛选结果到受众。

支持手动更新时生成受众快照，保存受众的历史版本。不支持周期更新时生成快照。

> **说明**
>
> - 由于更新受众时，不会自动触发其来源数据集的更新，因此您需要先更新数据集（手动更新、周期更新均可），数据集更新完成后再更新受众，才能成功将数据源中的最新数据同步到受众。
> - 仅支持更新以下受众：
> - 通过受众筛选生成的受众。
> - 通过受众交并生成的受众，其来源受众中至少有一个是通过受众筛选生成的。
> - 从分析洞察报表圈选生成的受众。
> - 若受众是通过受众交并生成的，在更新该受众前，系统将自动更新其来源受众，但不为其来源受众创建快照。其来源受众自身设置的更新仍正常进行。
> - 若已在管理中心设置空间内的更新并发数，则超过限制的受众周期更新需要排队等待。设置方法，请参见空间系统配置。

手动更新

1. 设置手动更新时是否自动创建快照。
   i. 选择 ...>**更新设置**。
   ii. 选择是否**手动更新时自动创建快照**。

   iii. 单击**保存**。
2. 单个更新：选择 ...>**更新**。

   批量更新：从列表勾选需要更新的受众后，单击下方的**批量更新**。
3. 若全部要更新的受众已在第一步中设置为自动创建快照，则创建快照并开始更新。

   若至少一个要更新的受众未在第一步中设置为自动创建快照，则需要在对话框中选择本次更新是否创建快照：
   - 更新时创建快照：单击**存档并更新**。

- 更新时不创建快照：单击**取消并更新**。

选择的受众将开始更新。更新完成，界面将提示**更新成功**。

周期更新

1. 选择 ···>**更新设置**。
2. 设置自动更新周期（支持日、小时）、开始时间及结束时间。

> 说明
> - 只有当受众来源的数据集全部为用户标签数据集时，才支持以小时为周期的更新。
> - 若您希望取消已配置生效的周期更新，可选择**不更新**。

3. 单击**保存**完成设置。

该受众将在更新时间一栏显示图标，并将在您设置的时间自动开始更新。

快照管理

受众周期更新时，生成的快照名称为：受众名称_生成时间。

单击受众名称前的 + 图标，将展开受众的快照列表，如下图所示。

下载快照

> **说明**
>
> 非管理员角色成员若要下载公共受众快照，则该角色需要有“用户洞察-受众管理-受众管理-下载”权限，授权方式请参见空间角色管理。

单击快照对应的**下载**，可以将该快照以CSV文件格式下载至本地。

移除快照

单击快照对应的**移除**，确认后移除该快照。

移动受众

支持将受众移动到指定的文件夹。

单个移动：选择 ...>**移动到**，选择一个文件夹，单击**保存**。

批量移除：从列表勾选需要移动的受众后，单击下方的**批量移动**，选择一个文件夹，单击**保存**。

复制受众

选择 ...>**复制**，在弹窗设置新的受众名称，选择关联的子活动，单击**确定**，即可复制该受众。

复制得到的受众默认与原受众有相同的更新设置，支持修改。

下载受众

> **说明**
>
> 非管理员角色成员若要下载公共受众，则该角色需要有“用户洞察-受众管理-受众管理-下载”权限，授权方式请参见空间角色管理。

选择 ...>**下载**，可以将该受众以CSV文件格式下载至本地。

受众进入应用

选择 ...>**应用**后，您可以选择针对该受众创建以下类型的营销任务，将跳转到相应的界面：

- 短信

- 自动化营销：针对该受众创建自动化营销任务即创建特定人群触发任务。
- 腾讯广告
- 巨量引擎
- 天攻智投

> 说明
>
> 受众必须包含营销渠道支持的ID类型，才能选择对应的营销任务。具体支持的ID类型，请参见以上文档链接中的说明。

移除受众

单个移除：单击图标，确认后移除该受众。

批量移除：从列表勾选需要移除的受众后，单击下方的**批量移除**。

> 说明
>
> 若要移除的受众衍生出了其他受众，则该受众不支持移除，以免衍生出的受众无法更新。

相关文档

- 受众列表中的那些图标代表什么含义？
- 除了受众筛选，还有哪些受众生成方式？
- 如何同步数据源中的最新数据？
- 哪些原因会导致数据集、受众更新失败？
- 受众推送功能
- 受众推送数据银行
- 受众推送达摩盘
- 受众透视指标分析
- 受众显著性分析
- 受众RFM分析
- 对受众进行用户营销

4.4.1.2. 受众推送功能

受众创建完成后，您可以在受众管理页面进行推送配置，将受众以CSV文件的形式推送到Kafka、数据银行、达摩盘和全域洞察。

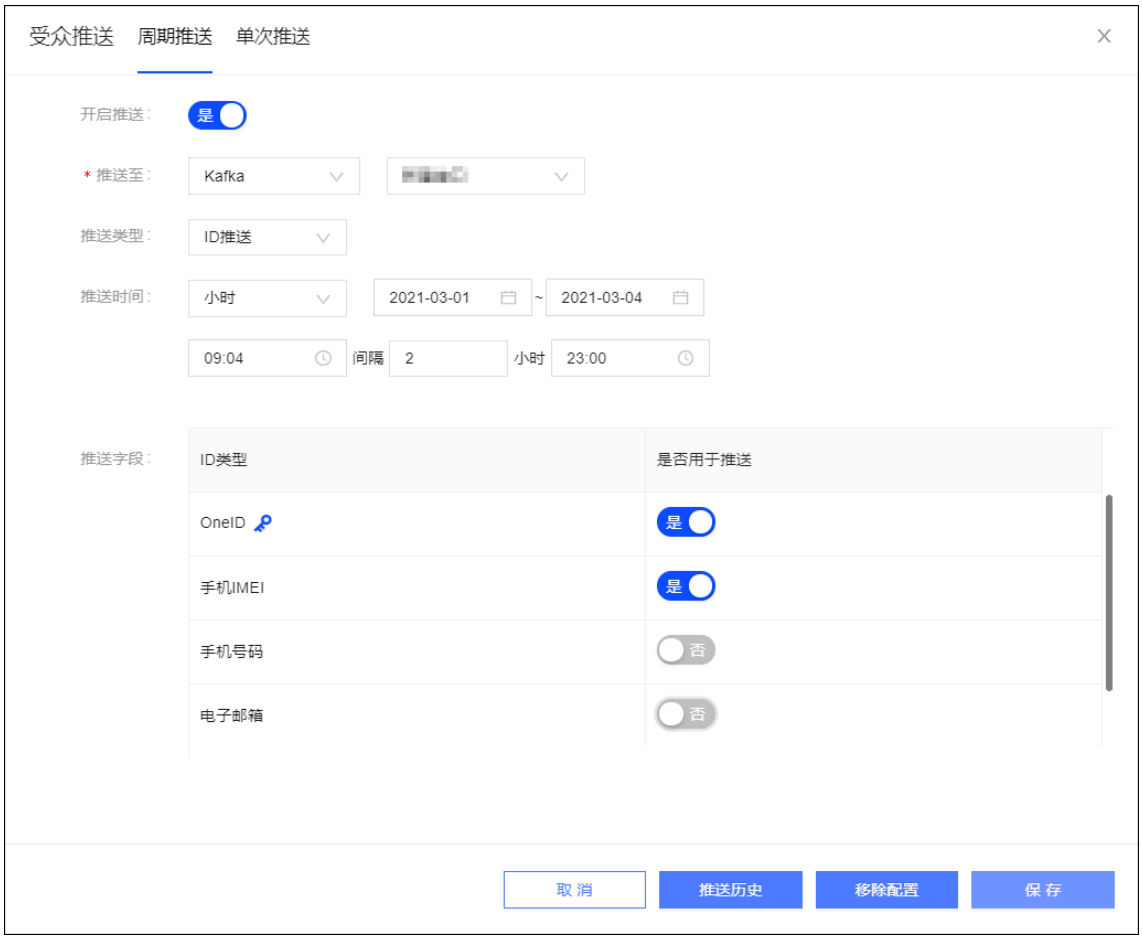
> 说明
>
> 仅标准版和全域天攻试用基础版支持数据银行推送，仅标准版支持达摩盘、Kafka、全域洞察推送。

推送Kafka

新建kafka接口后，受众推送Kafka操作步骤：

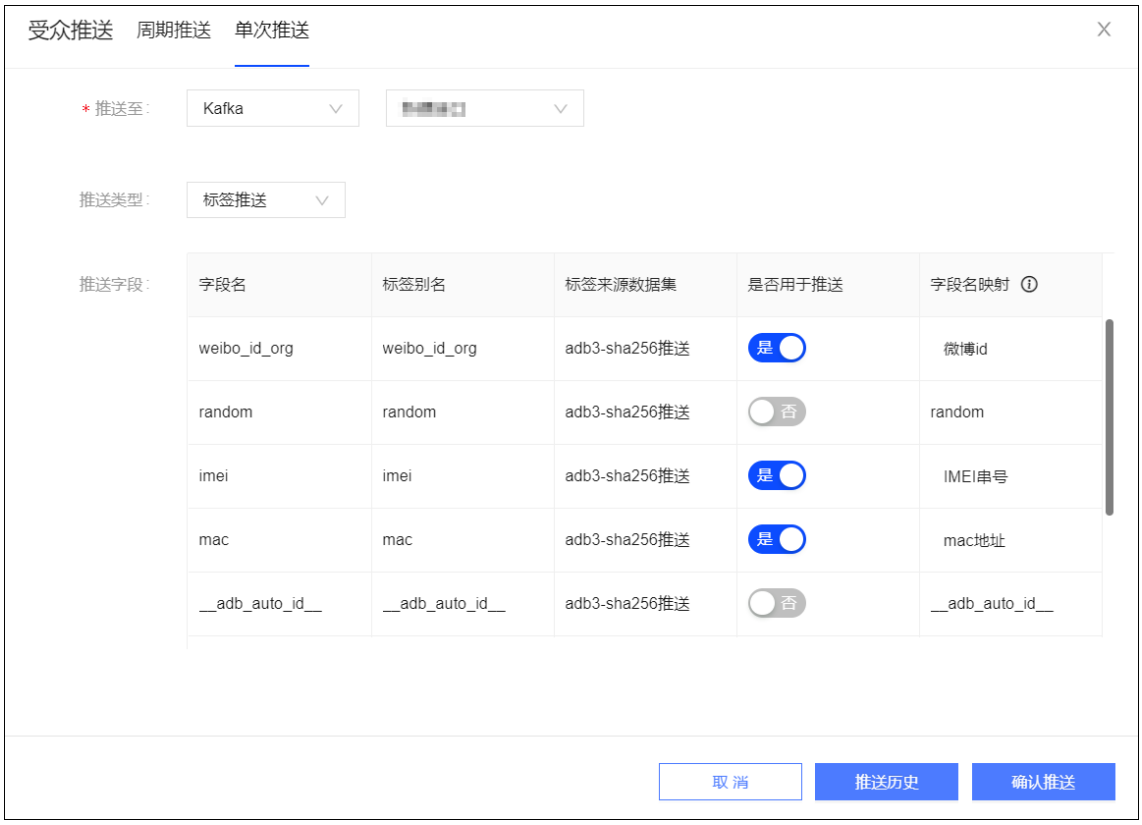
1. 选择**用户洞察**>所在工作空间>**受众管理**>**受众管理**，在**我的受众**页签，单击受众的 ··· 图标，选择**推送**。
2. 在弹窗中，从**推送至**下拉列表选择**Kafka**和Kafka接口，如下图所示。
3. 设置推送时间。
   - 对于**周期推送**，需要打开**开启推送**开关，并设置**推送时间**（即推送周期，支持小时、日、周、月）、**开始时间**及**结束时间**。

> **说明**
>
> 只有当受众来源的数据集全部为用户标签数据集时，才支持以小时为周期的推送。



若受众已有周期推送配置，右下角将出现**移除配置**按钮，单击可清除原配置，原配置的周期推送将不再执行。

- 对于**单次推送**，无需设置推送时间，将立即执行。



4. 选择**推送类型**，选择要推送的字段。
   - 对于**ID推送**，在**推送字段**列表中选择用于推送的ID字段。

     > **说明**
     >
     > 图标表示该ID类型为受众来源的数据集的用户标识。

   - 对于**标签推送**，默认推送创建受众时保存的ID类型字段，还可以在**推送字段**列表中选择用于推送的其他标签字段，如上图所示。

     若您需要在Kafka使用字段的别名，选择某个字段用于推送后，可以修改该字段的字段名映射。默认映射为原字段名，修改后，推送到Kafka的字段名将为新的字段名映射，非原字段名。

     > **说明**
     >
     > - 推送的ID字段、标签字段必须来自于受众来源的用户标签数据集，其他类型数据集的字段不能用于推送。若创建受众时保存的ID类型字段不是来自于用户标签数据集，则不推送该ID字段。
     > - 仅可推送创建受众时保存的ID类型字段，其他ID字段不予推送。列表中不展示ID字段。
     > - 若受众来源的用户标签数据集多于10个，则列表仅随机展示10个数据集中的标签字段。

5. 单击**保存**或**确认推送**，数据将被推送至Kafka。

> **说明**
>
> 若已在管理中心设置Kafka推送并发数，则超过限制的受众需要排队等待推送。设置方法，请参见空间系统配置。

6. 单击**推送历史**可查看推送结果。

   如下图所示，列表中人群总数为推送的用户标识数量，人群规模为推送的所有ID总数。当未推送用户标识，或除用户标识还推送其他ID字段时，人群规模可能不等于人群总数。

推送数据银行

绑定数据银行账号后，受众的推送数据银行操作，请参见受众推送数据银行。

推送达摩盘

绑定达摩盘账号后，受众的推送达摩盘操作，请参见受众推送达摩盘。

推送全域洞察

如果您购买了全域洞察模块，则可以将非全域受众的ID信息周期或单次推送至全域洞察模块，作为全域洞察模块的洞察对象。

> **说明**
>
> - 仅支持推送MAC地址、手机IMEI、手机IDFA、支付宝ID。
> - 仅支持推送未加密或已MD5、SHA256加密的ID字段。

操作步骤：

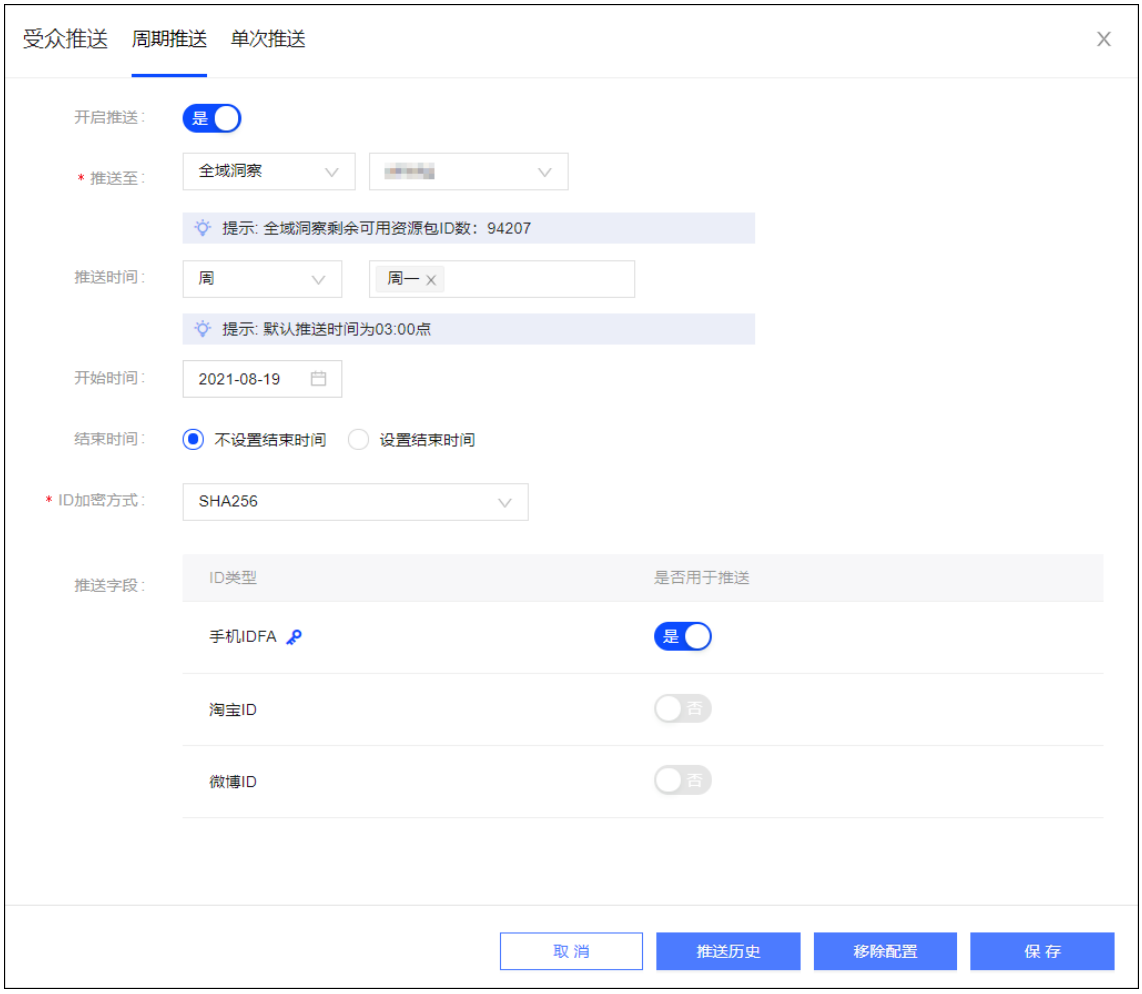
1. 选择**用户洞察**>所在工作空间>**受众管理**>**受众管理**，在**我的受众**页签，单击受众的 ··· 图标，选择**推送**。
2. 在弹窗中，从**推送至**下拉列表选择**全域洞察**和对应的全域洞察接口。

   > **说明**
   >
   > 当剩余可用资源包ID数小于10,000时，不可配置推送任务。请单击前往购买资源包进入售卖页面，购买充足的**全域数据**ID个数。

3. 设置推送时间。

- 对于**周期推送**，需要打开**开启推送**开关，并设置**推送时间**（即推送周期，支持日、周、月）、**开始时间**及**结束时间**。

  为了避免挤占业务资源，受众将固定在推送当天的早上3:00开始推送，不可修改。



若受众已有周期推送配置，右下角将出现**移除配置**按钮，单击可清除原配置，原配置的周期推送将不再执行。

- 对于**单次推送**，无需设置推送时间，将立即执行。

4. **ID加密方式**：选择ID字段是否已加密，如已加密，请选择相应的加密方式。

> **说明**
>
> 若您已对ID字段加密，请选择您使用的加密方式，可选择MD5、SHA256；若您未对ID字段加密，请选择**未加密**。不支持选择AES。

5. **推送字段**：在列表中选择要推送的ID字段。

> **说明**
>
> - 图标表示该ID类型为受众来源的数据集的用户标识。
> - 当ID类型为OneID、UnionID、手机号码、电子邮箱、淘宝ID、淘宝昵称、微博ID、手机IMSI、手机OAID、OpenID时，不可用于对全域洞察的推送。

6. 单击**保存**或**确认推送**，数据将按设置被推送至用户洞察。

   若推送失败，界面上将显示提示：受众列表的 ··· 图标右上角将显示一个红点，单击 ··· 图标后出现的菜单中的**推送历史**右侧将显示 ! 图标。单击查看推送记录后此类提示将不再显示。

7. 单击**推送历史**可查看推送结果。

   如下图所示，列表中人群总数为推送的用户标识数量，人群规模为推送的所有ID总数。当未推送用户标识，或除用户标识还推送其他ID字段时，人群规模可能不等于人群总数。

4.4.2. 受众分析

4.4.2.1. 受众分析概述

基于特定业务规则完成受众人群筛选后，您可以对目标人群进一步洞察分析。受众分析功能可以洞察当前受众的特征分布，发现与其他受众人群、全体人群的显著性差异特征，进而在后续营销决策（营销渠道、营销内容编排等）中做出更准确判断。

分析类型包括：

- 受众透视指标分析：主要用于分析当前受众人群的标签指标情况，可同时与受众所在数据集全体人群或其他受众进行指标情况对比。
- 显著性分析：将当前受众人群与受众所在数据集全体人群进行显著性分析，展示具有显著差异特征的前10个标签的取值分布情况。
- 受众RFM分析：分析当前受众人群的RFM指标情况，洞察受众人群的客户购买力价值。

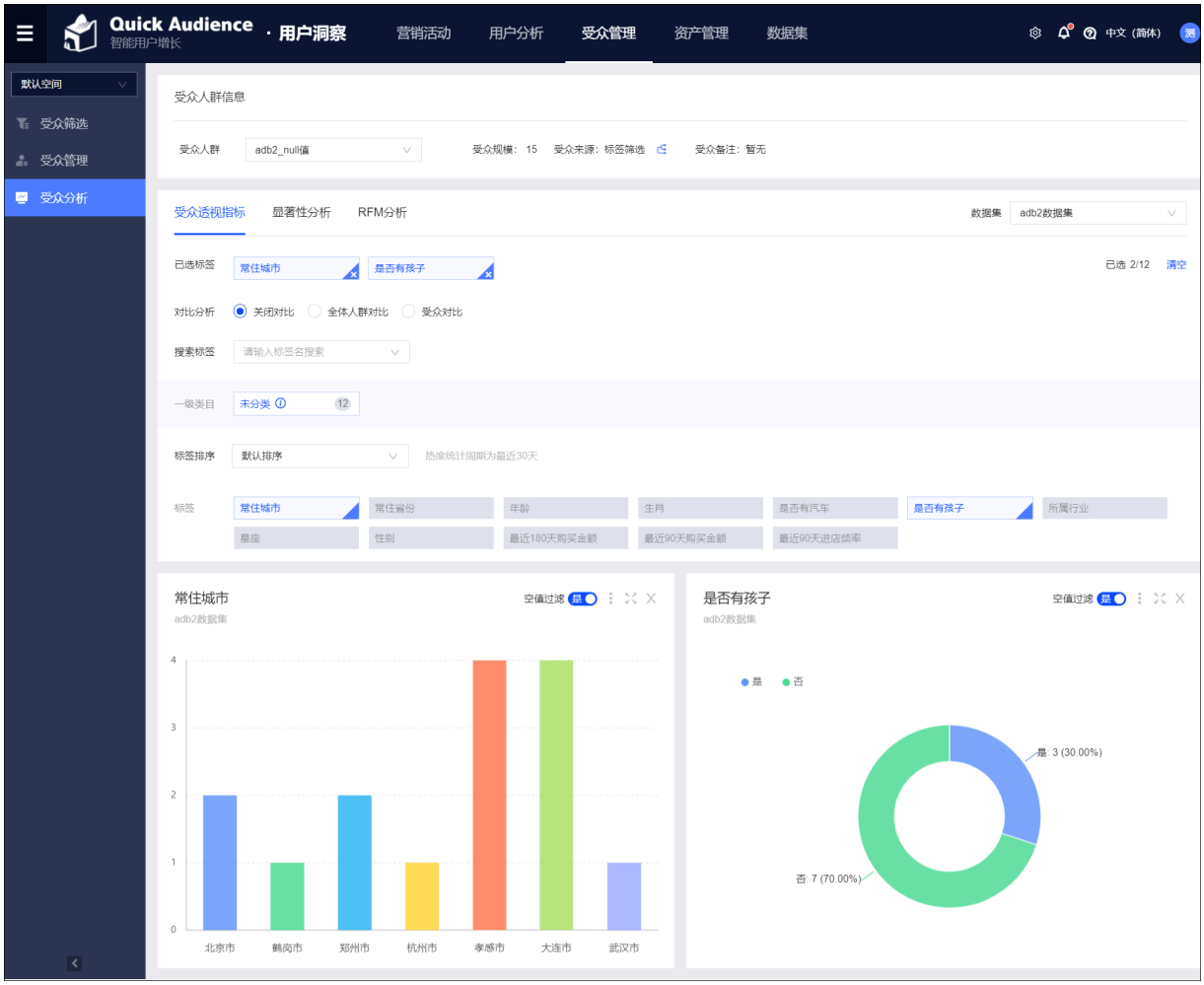
> **说明**
>
> 基础版不支持显著性分析。

下面将分章节进行介绍。

4.4.2.2. 受众透视指标分析

受众透视指标分析主要用于分析当前受众人群的指标情况，得出指标的取值分布等信息，如下图所示。支持同时与受众所在用户标签数据集全体人群或同数据源中的其他受众进行指标情况对比。

> **说明**
>
> 分析的受众来源必须为标签筛选，或者有标签筛选成分的交叉筛选、受众交并等，否则分析结果将显示暂无数据。



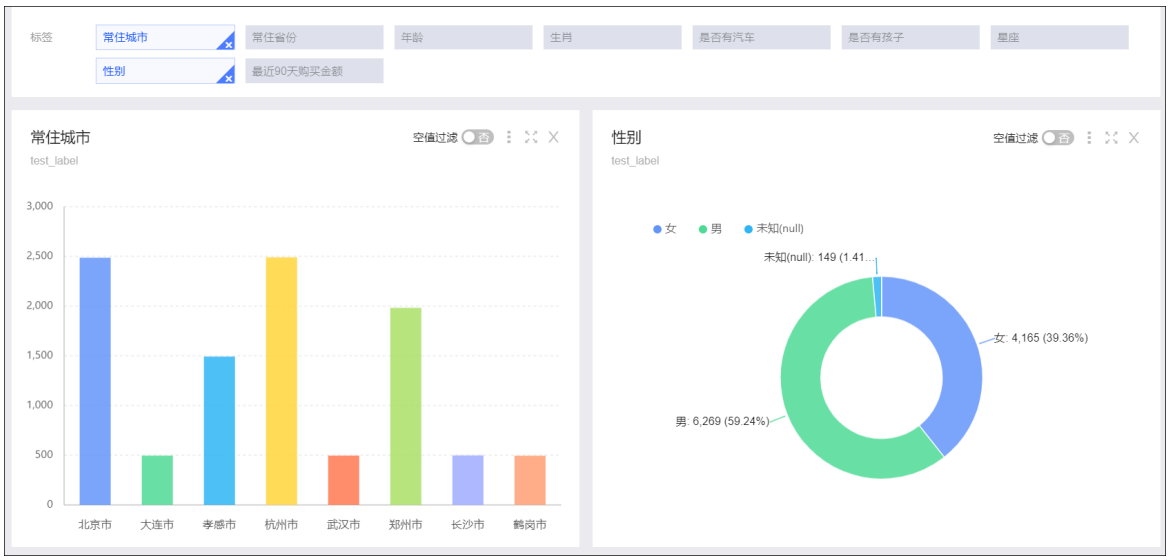
操作步骤

1. 选择要分析的受众，有两种方式：
   - 选择**用户洞察** > 所在工作空间 > **受众管理** > **受众分析**，进入受众分析页面，从**受众人群**下拉列表选择受众，如上图所示。
   - 选择**用户洞察** > 所在工作空间 > **受众管理** > **受众管理**，在受众列表中单击受众对应的 ，进入受众分析页面。

2. 在**受众透视指标**页签，在右侧选择同数据源中的用户标签数据集（含自定义标签数据集），若数据集中有受众关联的标签，这些标签将作为可选的分析指标。

3. 选择对比分析类型。
   - 关闭对比：无需进行对比分析。
   - 全体人群对比：当前受众人群和受众所在数据集全体人群进行数据对比。
   - 受众对比：当前受众人群和同数据源中的指定受众人群进行数据对比。
4. 从**搜索标签**下拉列表，选择需要分析的标签。下方将显示相应的分析图表。

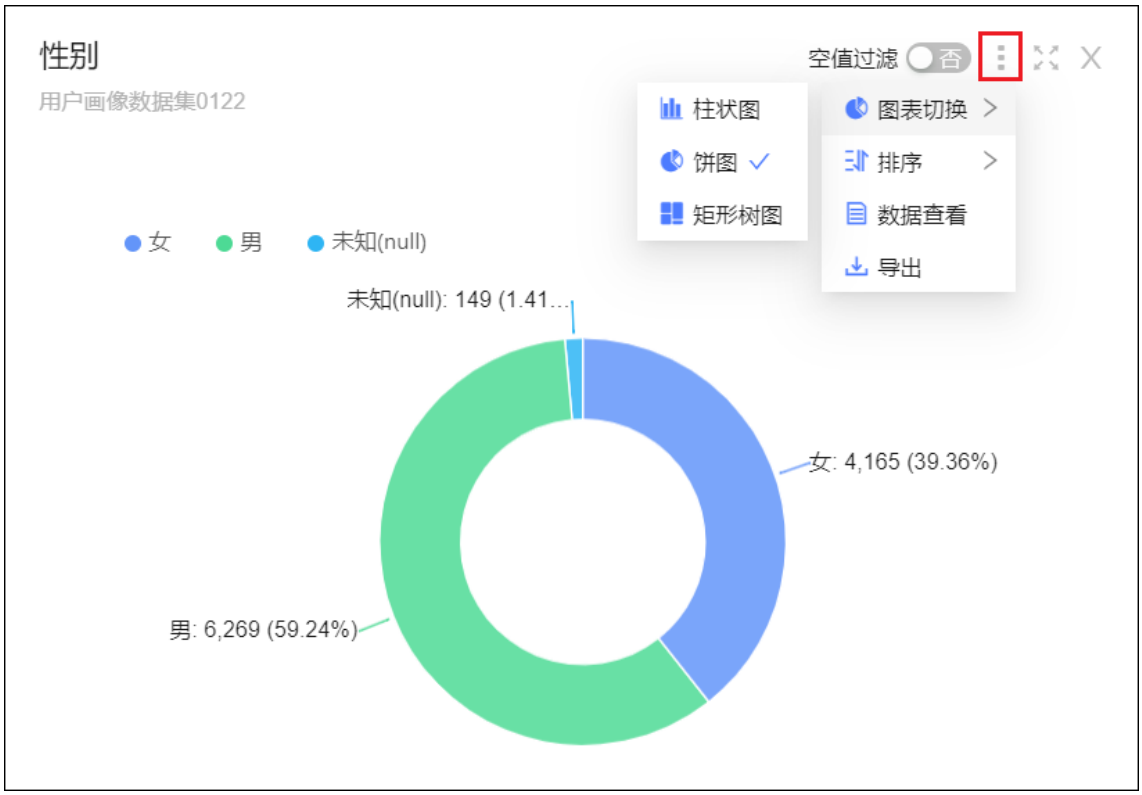
> **说明**
>
> - 您也可以选择标签类目后，从下方的标签列表中选择标签。标签列表支持按照标签总热度、透视次数、筛选次数、推送次数对标签进行排序，鼠标移动到标签上方时显示相应数据。
> - 不是数据集的所有标签都可用于受众透视指标分析，可用的标签类型：枚举型、多值型（仅当分隔去重后的标签值数量不超过50时）。创建数据集时默认所有可用的标签均开启用于透视，您也可以在编辑数据集时禁止指定标签用于透视，请参见管理用户标签数据集、管理自定义标签数据集。



   - 系统会根据标签的取值个数自动选择合适的图表，规则如下：

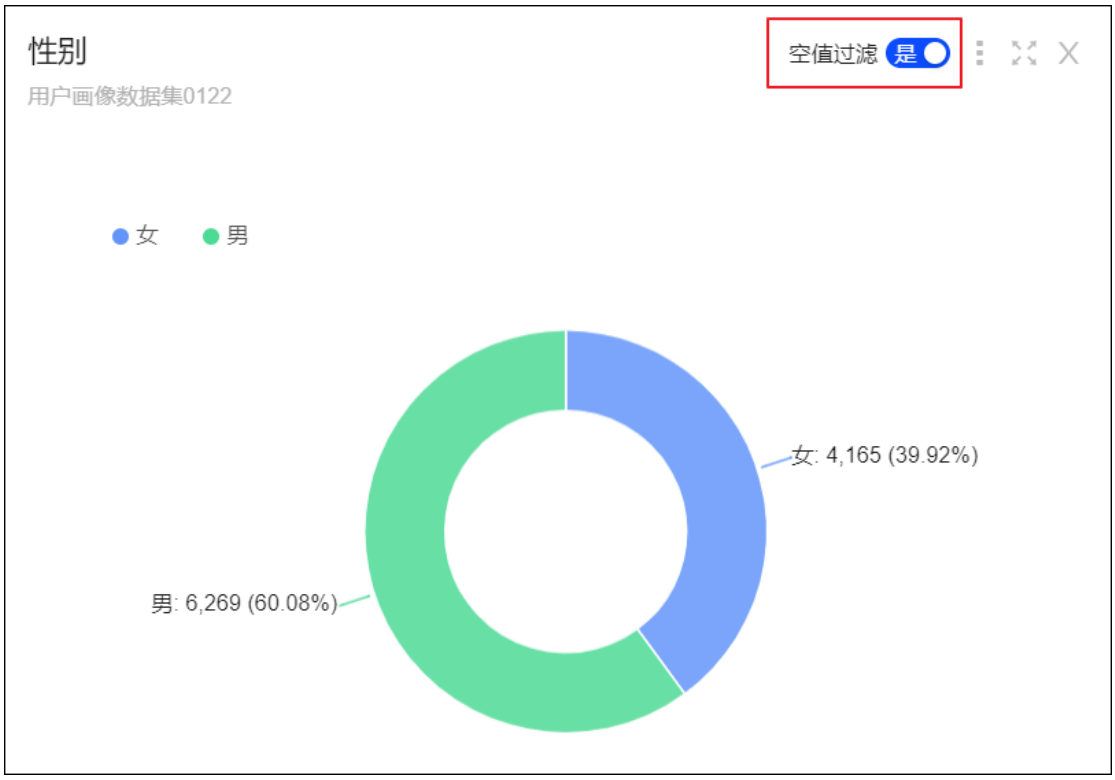
标签取值个数	选用图表
<=5	饼图
>6且<=10	彩色柱图
>10	缩略柱图

- 单击右上角的图标可以对图表进行操作，包括：空值过滤、图表切换（柱状图、饼图、矩形树图）、排序（默认、降序、升序、自定义）、数据查看、导出、图表放大、关闭图表。



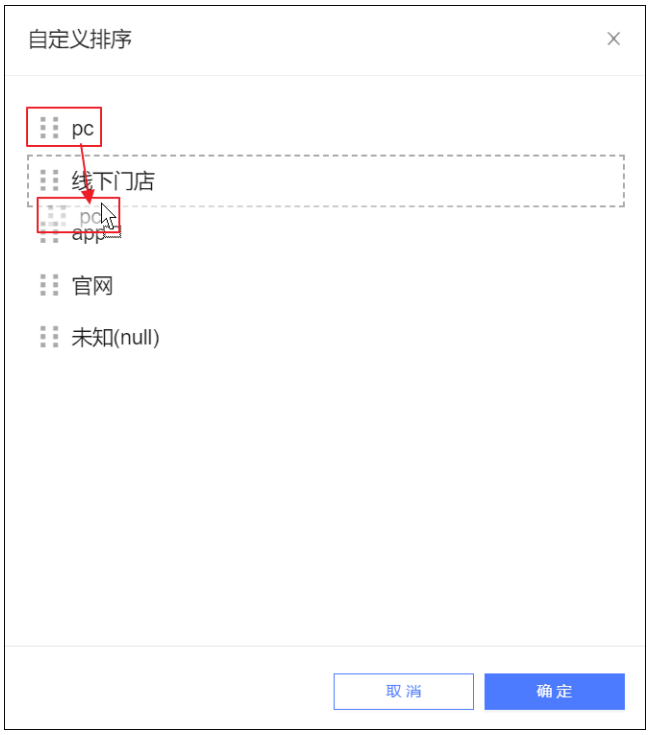
其中：

- 空值过滤是将标签值为未知（null）的数据从统计范围内排除，如下图所示。



- 仅柱状图支持自定义排序，选择**排序>自定义**后，在弹窗中以鼠标拖拽项目，调整项目在柱状图中的展示顺序，如下图所示。

> **说明**
>
> 不同用户的自定义排序规则将分别保存，不同用户之间不能共用自定义排序规则。

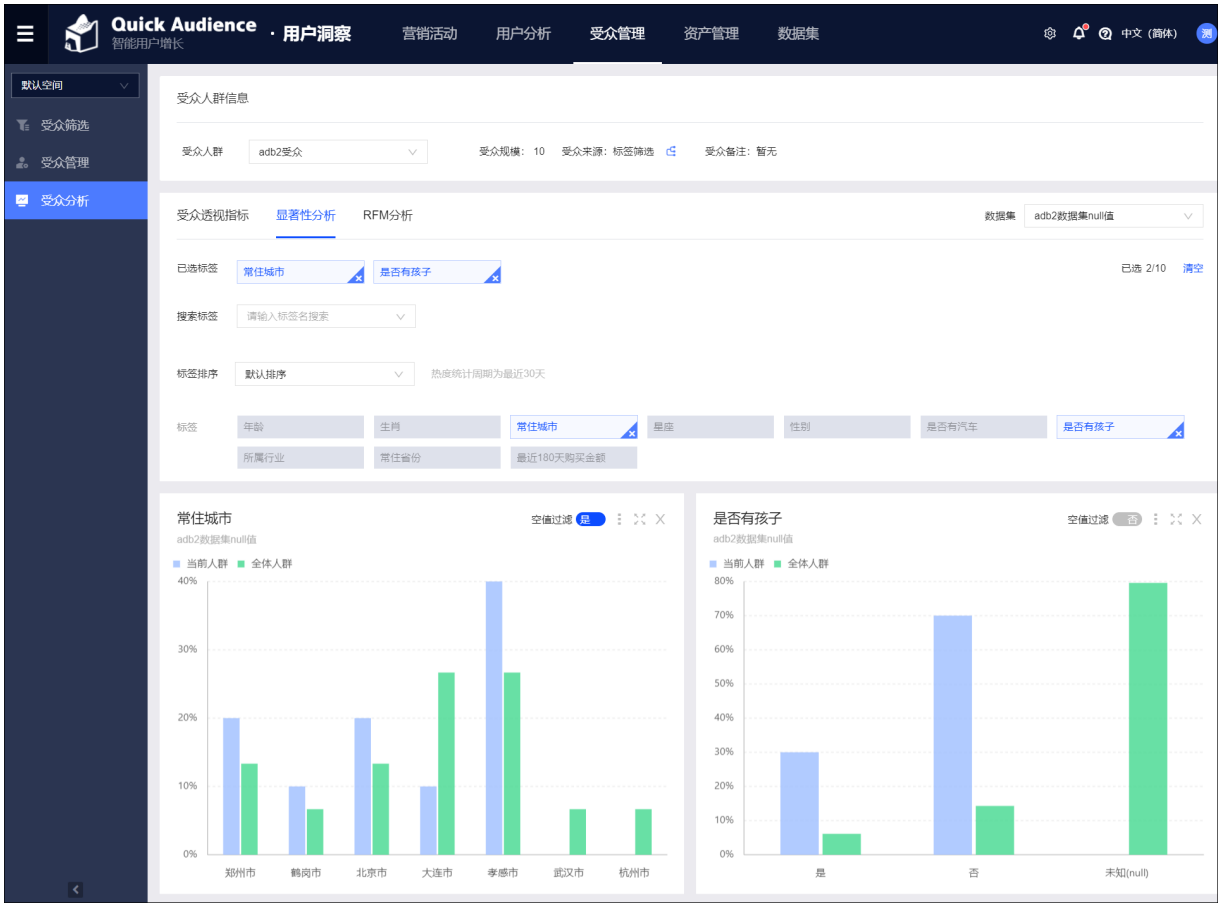


- 将鼠标悬停至图表中的某个图形上，将显示这一部分人群的人数；若开启了对比，还将显示占比，如下图所示。

4.4.2.3. 显著性分析

显著性分析主要用于分析当前受众人群与指定用户标签数据集全体人群的指标对比情况，如下图所示。

> **说明**
>
> - 基础版不支持显著性分析。
> - 分析的受众来源必须为标签筛选，或者有标签筛选成分的交叉筛选、受众交并等，否则分析结果将显示暂无数据。



区别于受众透视指标分析，显著性分析仅展示受众与数据集全体人群相比具有显著差异的前10个标签。例如：如果一个标签“性别”，在数据集全体人群中男女比例为1:1，而该受众中的比例是9:1；另一个标签“地域”，在数据集全体人群中北京和杭州分布比例为1:1，而受众中的分布比例为4:6，那么对比这两个标签，具有显著差异的标签是“性别”。

操作步骤

1. 选择要分析的受众，有两种方式：
   - 选择**用户洞察** > 所在工作空间 > **受众管理** > **受众分析**，进入受众分析页面，从**受众人群**下拉列表选择受众，如上图所示。
   - 选择**用户洞察** > 所在工作空间 > **受众管理** > **受众管理**，在受众列表中单击受众对应的 ，进入受众分析页面。

2. 在**显著性分析**页签，在右侧选择同数据源中的用户标签数据集（含自定义标签数据集），若数据集中有受众关联的标签，这些标签将作为可选的分析指标。

> **说明**
>
> - 不是数据集的所有标签都可用于显著性分析，可用的标签类型：枚举型、多值型（仅当分隔去重后的标签值数量不超过50时）。创建数据集时默认所有可用的标签均开启用于透视，您也可以在编辑数据集时禁止指定标签用于透视，请参见管理用户标签数据集、管理自定义标签数据集。
> - 仅展示受众与数据集全体人群相比具有显著差异的前10个标签。

3. 从**搜索标签**下拉列表，选择需要分析的标签，下方将显示相应的分析图表。

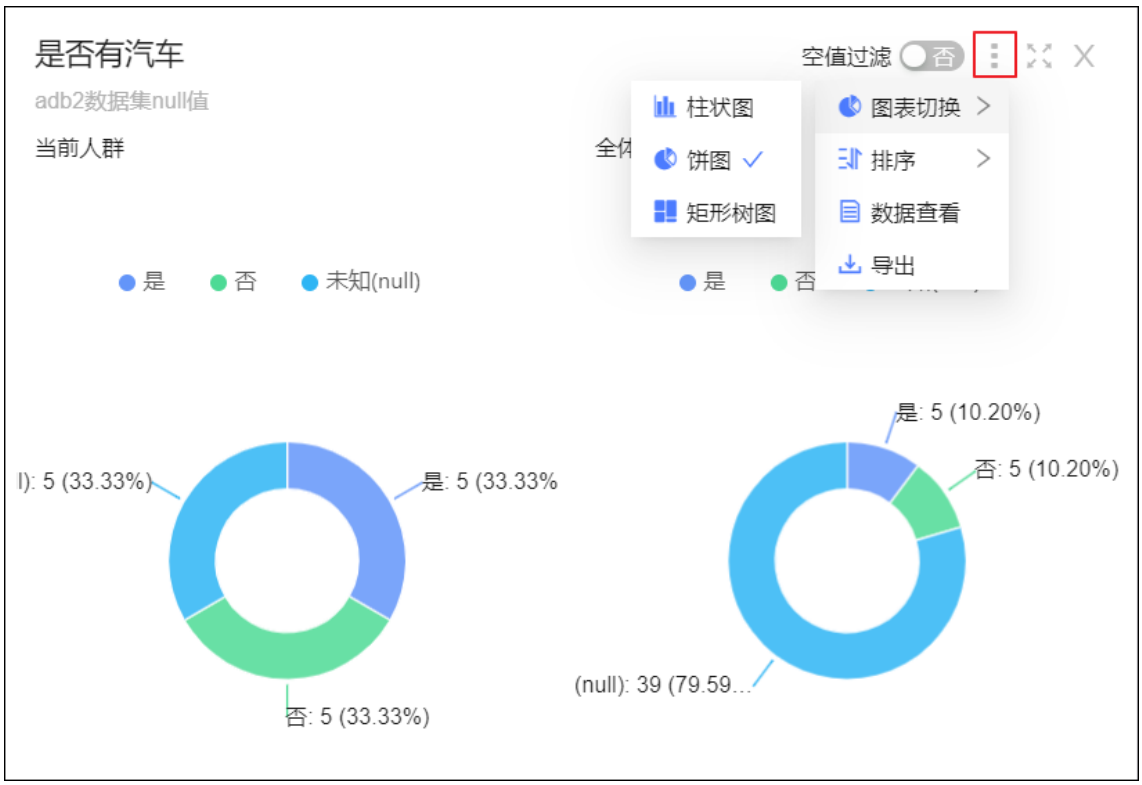
> **说明**
>
> 您也可以从下方的标签列表中选择标签。标签列表支持按照标签总热度、透视次数、筛选次数、推送次数对标签进行排序，鼠标移动到标签上方时显示相应数据。

- 系统会根据标签的取值个数自动选择合适的图表，规则如下：

标签取值个数	选用图表
<=10	柱图

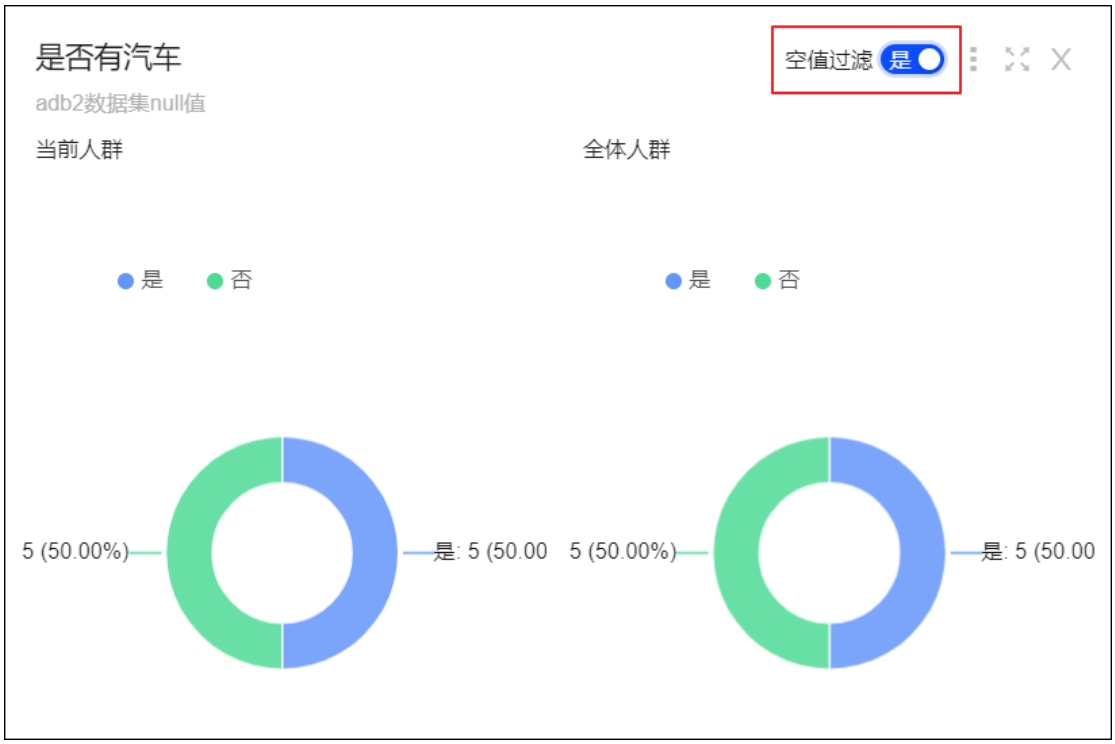
标签取值个数	选用图表
>10	缩略柱图

- 单击右上角的图标可以对图表进行操作，包括：空值过滤、图表切换（柱状图、饼图、矩形树图）、排序（默认、降序、升序、自定义）、数据查看、导出、图表放大、关闭图表。



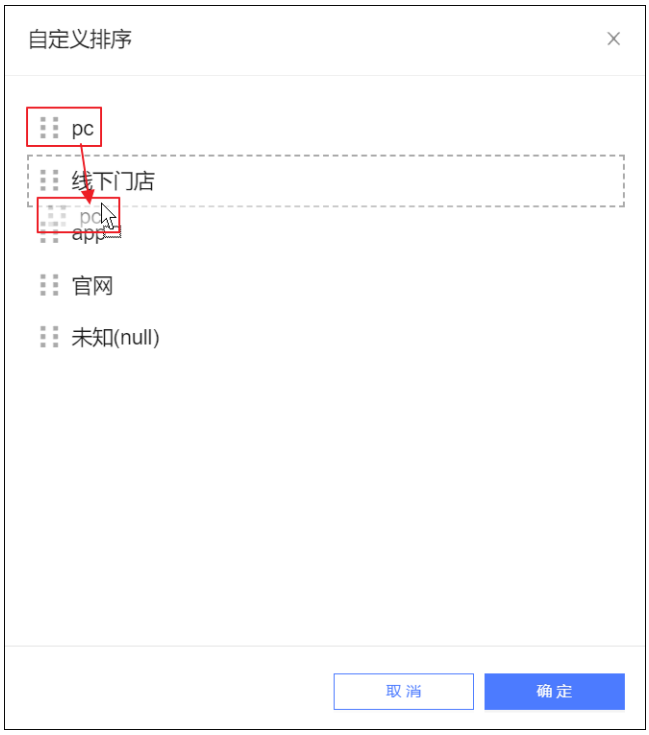
其中：

- 空值过滤是将标签值为未知（null）的数据从统计范围内排除，如下图所示。



- 仅柱状图支持自定义排序，选择**排序>自定义**后，在弹窗中以鼠标拖拽项目，调整项目在柱状图中的展示顺序，如下图所示。

> **说明**
>
> 不同用户的自定义排序规则将分别保存，不同用户之间不能共用自定义排序规则。

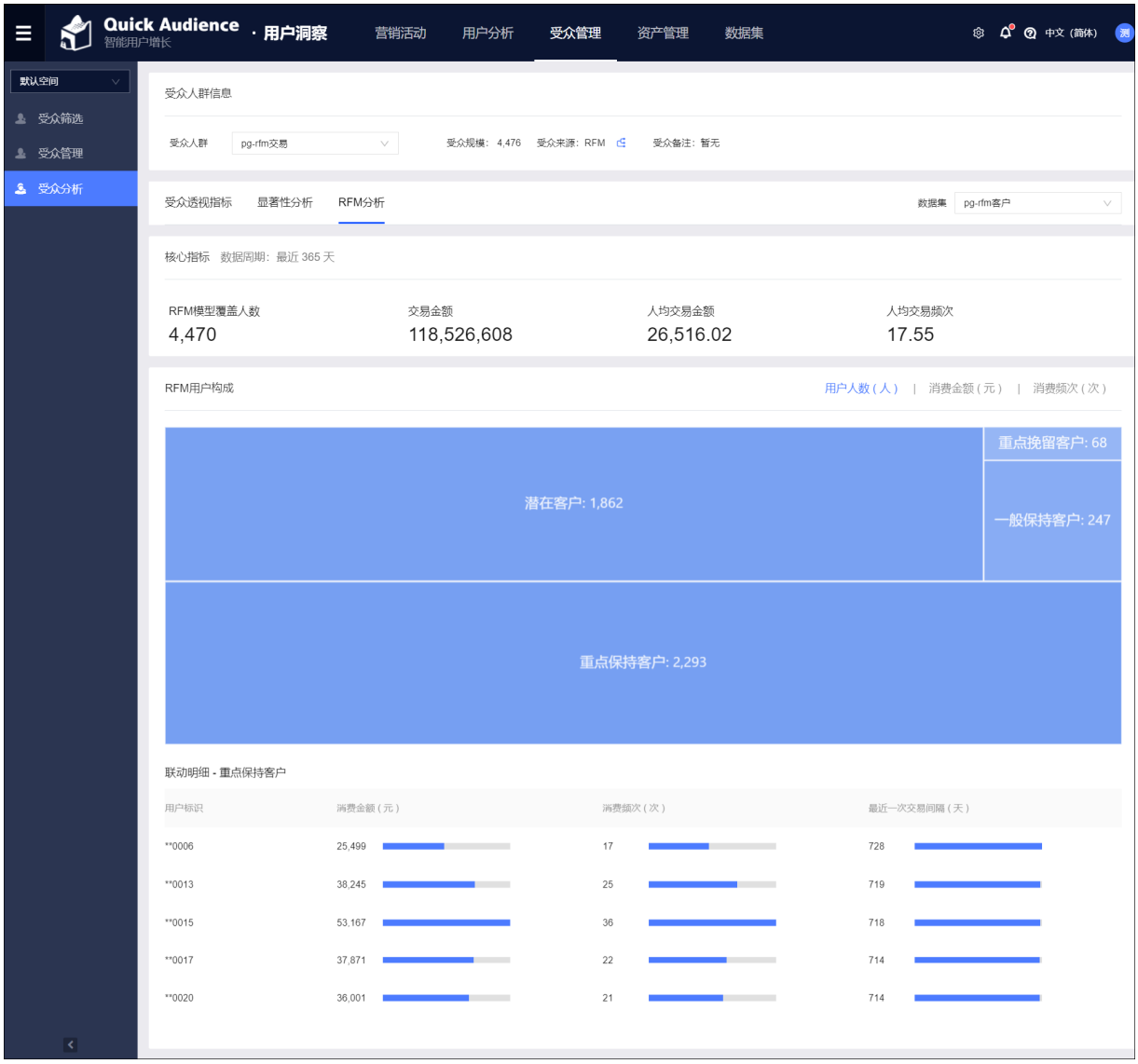


- 将鼠标悬停至分析图表中的某个图形上，将显示这一部分人群的人数和占比，如下图所示。

4.4.2.4. 受众RFM分析

受众RFM分析用于分析当前受众人群的RFM指标情况，如下图所示。

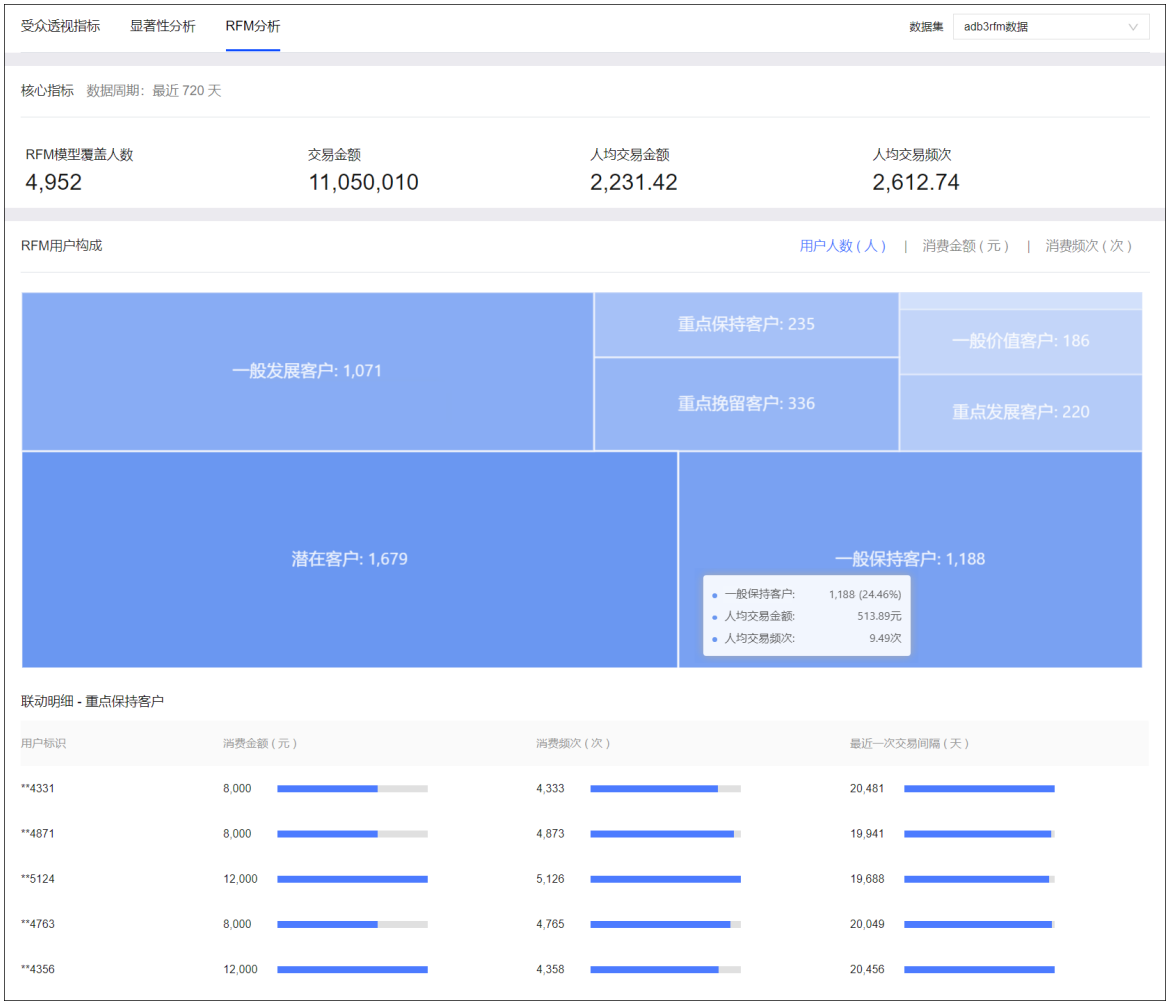
> **说明**
>
> 分析的受众来源必须为RFM模型筛选，或者有RFM模型筛选成分的交叉筛选、受众交并等，否则分析结果将显示暂无数据。



操作步骤

1. 选择要分析的受众，有两种方式：
   - 选择**用户洞察** > 所在工作空间 > **受众管理** > **受众分析**，进入受众分析页面，从**受众人群**下拉列表选择受众，如上图所示。
   - 选择**用户洞察** > 所在工作空间 > **受众管理** > **受众管理**，在受众列表中单击受众对应的 ，进入受众分析页面。

2. 在**RFM分析**页签，在右侧从**数据集**下拉列表选择同数据源中的RFM模型，若RFM模型规则覆盖到受众中的用户，下方将显示相应的分析图表。



- **核心指标**
  - 当RFM模型的分析类型为客户数据时，展示受众的RFM模型覆盖人数、交易金额、人均交易金额、人均交易频次的具体数据。
  - 当RFM模型的分析类型为交易数据时，展示受众的RFM模型覆盖人数、交易金额、人均交易金额、人均交易频次的具体数据及趋势图，如下图所示。

- **RFM用户构成**

  根据RFM用户类型划分规则，展示受众的用户类型分布情况。
  - 您可以在图表右上角选择从**用户人数**、**消费金额**或**消费频次**三个维度查看用户类型的分布情况。
  - 将鼠标悬停至某类用户的图形上，将显示这一部分用户的人数及占比、人均交易金额、人均交易频次。
  - 单击某类用户的图形，下方将显示该类的5个示例用户的消费信息。

4.5. 资产管理

4.5.1. 资产管理概述

资产管理提供两大核心功能，一是提供标签的使用情况，为品牌标签生产提供指导；二是提供自定义标签功能，业务人员可以灵活定义加工标签，用于后续透视分析、受众筛选。

- 标签管理：

  汇总聚合当前工作空间下的所有标签资产，以便企业统一管理。同时，提供标签的热度统计功能，企业可以快速掌握所有标签的使用情况，为标签应用和标签开发提供数据支撑。

  例如：业务人员在分析或筛选受众时，可参考高热度标签做业务分析决策判断；数据加工同学对比常用和不常用的标签，可以优化标签生后续产工作。

- 自定义标签：

  对于需要将已有标签简单组合作为新标签的需求场景，若采用数据开发实现，极有可能开发周期长且部门沟通繁琐。而通过我们提供的自定义标签功能，业务人员可以基于已有的一方数据进行再加工，完成标签生产，提高业务效率。

  此外，针对数值型标签（如消费金额）无法进行透视分析的问题，标签自定义可以将数值型标签转为枚举型标签进行透视。例如：基于消费金额这一标签进行自定义标签生产，得到新的标签：消费金额分段，标签值：0~200、200~500、500以上。

4.5.2. 标签管理

选择**用户洞察**>所在工作空间>**资产管理**，进入**标签管理**页面，页面支持查看用户标签数据集（含自定义标签数据集）中的标签的概览信息，每个标签的使用情况统计数据，自定义标签，管理标签类目。

> **说明**
>
> 基础版不支持标签管理功能。

标签概览信息

标签管理页面上方展示标签概览信息，包括：

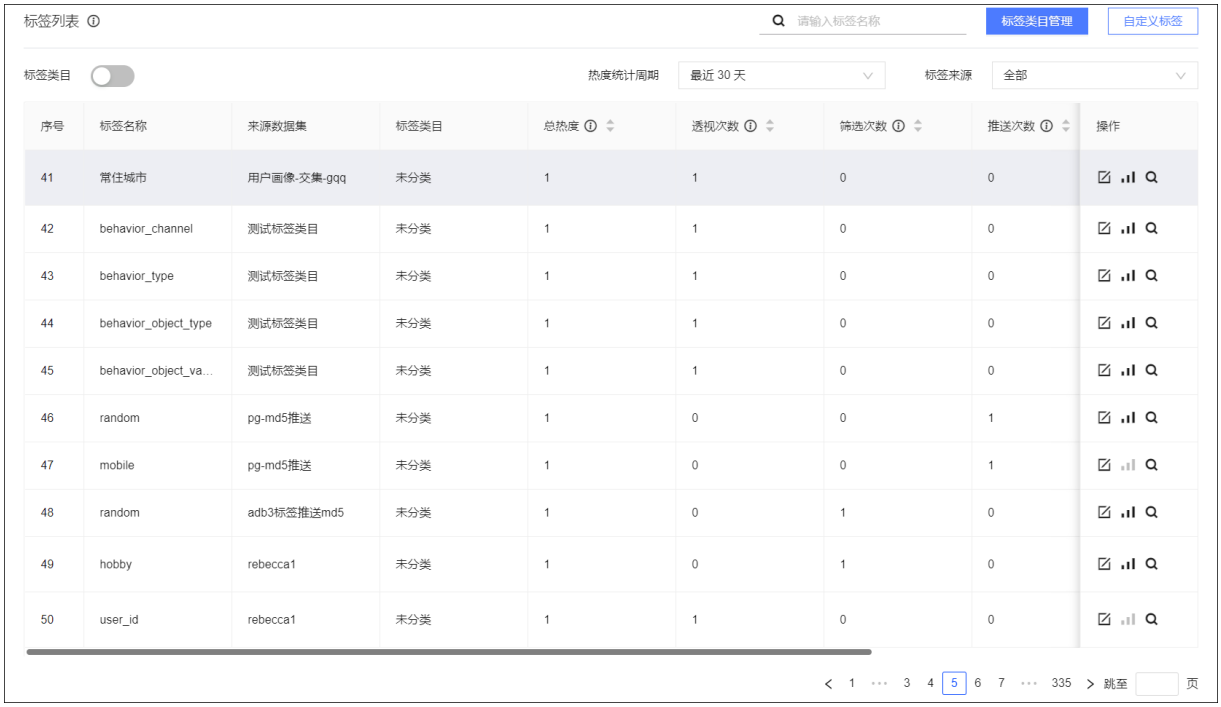
- 标签资产总数
- 被使用标签数：包括已被用于分析、筛选、推送的标签。
- 未使用标签数

标签资产总数	被使用标签数	未使用标签数
3,348	72	3,276

标签概览信息可以与标签列表联动，当选择标签概览信息的一个项目时，页面下方的标签列表将展示对应的标签，通过标签搜索、选择标签来源和标签类目筛选出的标签将同样受到限制。例如：选择被使用标签数，下方的标签列表将相应地展示已被使用的标签，通过标签搜索、选择标签来源和标签类目筛选出的标签也属于已被使用的标签。

标签列表

标签列表展示标签的来源、类目、使用热度、取值、说明、是否可透视等信息，如下图所示。



- 标签列表展示标签热度，标签热度表示一段时间内标签的使用频次，便于您了解各标签的使用情况和价值。其中：
  - 总热度=透视次数+筛选次数+推送次数。
  - 透视次数：标签用于透视分析和受众分析的次数，用户主动点击、搜索标签时计数。
  - 筛选次数：标签用于受众筛选的次数，用户创建、编辑受众时，计数保存时的最终标签，编辑受众时的老标签也累加计数。受众手动或者自动更新时不计数。
- 默认的标签来源为全部数据集，此时标签列表最多展示500页共5000个标签。您也可以从**标签来源**下拉列表选择单个数据集作为标签来源。
- 热度统计周期默认为最近30天，您可以从**热度统计周期**下拉列表选择其他周期。可选周期为：
  - 最近7天
  - 最近30天

- 最近60天
- 最近90天

> **说明**
>
> 均不含当日，每日早5点计算更新数据。

- 默认展示所有类目下的标签。您也可以开启**标签类目**开关，然后通过选择标签类目，对类目下的标签进行管理。

- 在右上角搜索框搜索标签名称，可搜索当前标签来源、标签类目中的标签。
- 单击标签列表右侧操作列中对应的操作按钮，可以进行以下操作：
  - 编辑：设置标签名称、标签类目、标签说明。
  - 透视分析：跳转到**透视分析**页面，通过标签对用户分布情况进行分析。具体操作，请参见透视分析。
  - 受众筛选：跳转到**受众筛选**页面，进行标签筛选、模型筛选、行为筛选。具体操作，请参见受众筛选文档。

自定义标签

单击右上角**自定义标签**，可自定义标签数据集，将数据集中的连续性标签值区间设置为自定义标签，继而进行针对性分析。

详细操作，请参见自定义标签。

管理标签类目

单击右上角**标签类目管理**，可编辑标签类目。

详细操作，请参见管理用户标签数据集中的标签类目管理。

4.5.3. 自定义标签

您可以自定义标签，将数据集的标签筛选、RFM模型筛选、AIPL模型筛选、行为筛选或交叉筛选的筛选条件定义为标签值，并生成自定义标签数据集。自定义标签数据集可像普通用户标签数据集一样用于透视分析、受众筛选、推送等，自定义标签可像普通标签一样进行标签管理等。

> **说明**
>
> 基础版不支持新建自定义标签。

- 一个自定义标签可包含多个标签值，即包含多组不同筛选条件，可来自不同筛选类型、不同数据集，但数据集的用户标识类型必须相同。
- 筛选操作与受众筛选类似，筛选出的人群的用户标识将与自定义标签共同构成自定义标签数据集。自定义标签数据集的用户标识字段名称固定为“user_unique_id”，可用于推送。
- 在同一数据源下，同一个用户创建的相同用户标识类型的自定义标签将保存在同一个自定义标签数据集，保存为同一个数据表的不同字段。

针对数值型、时间型标签不能直接用于透视分析的情况，自定义标签能帮助您对数值型、时间型标签进行透视分析。您将这些连续性标签值的一段区间（如价格带、年龄带、时间段等）定义为自定义标签的一个标签值后，可以利用自定义标签对标签值区间进行透视分析。

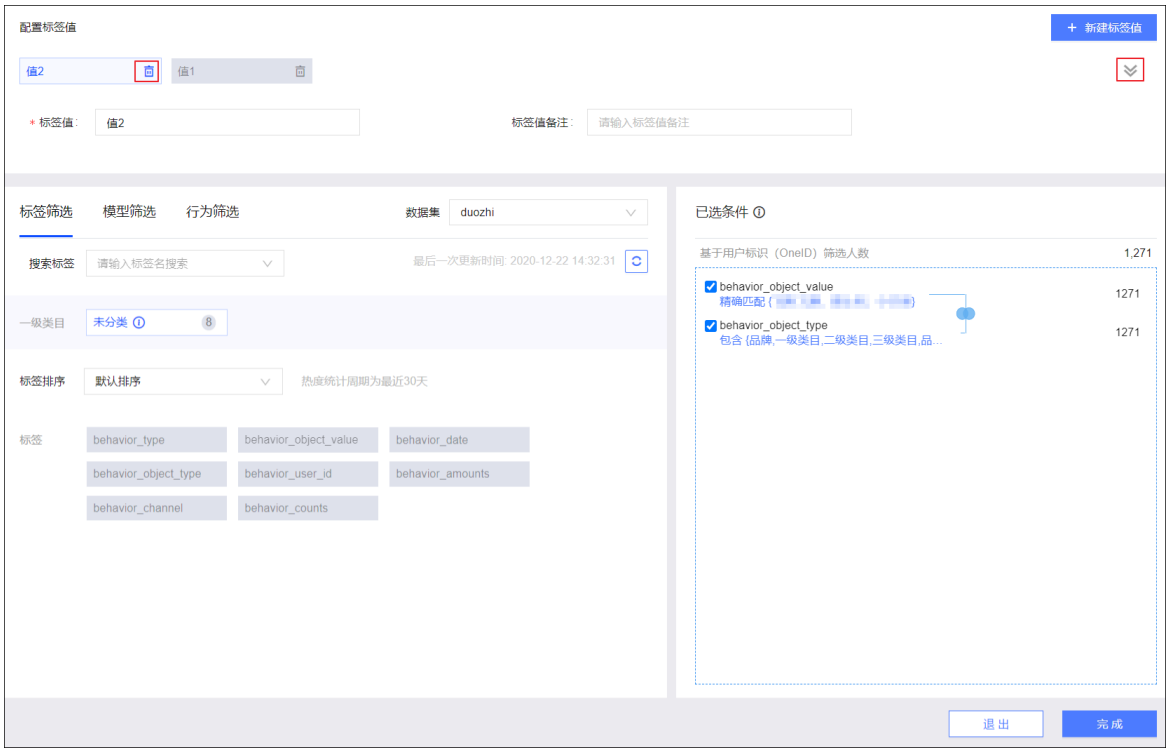
例如：自定义标签“年龄段”，将1~10岁、11~20岁、21~30岁等年龄段分别定义为标签值，然后对“年龄段”标签进行透视分析。

操作步骤

1. 选择**用户洞察** > 所在工作空间 > **数据集** > **数据集**，或**用户洞察** > 所在工作空间 > **资产管理** > **标签管理**， 单击右上角**自定义标签**，进入新建自定义标签页面。
2. 设置标签信息。

   - **字段名**：设置自定义标签的字段名，字段名前缀固定为“user_tag_”。
   - **标签名称**：设置自定义标签名称。
   - **标签类目**：从下拉框选择标签类目。单击**标签类目管理**，可在弹窗中编辑标签类目。详细操作，请参见管理用户标签数据集中的标签类目管理。
   - **标签说明**：设置标签说明。

3. 配置标签值。



i. 设置**标签值**、**标签值备注**。标签值建议体现筛选条件，例如“XX数据集年龄1-10”。

ii. 选择**标签筛选**、**模型筛选**或**行为筛选**，选择数据集，设置筛选条件。支持交叉筛选。具体筛选方法，请参见受众筛选文档。

iii. 配置完成后，单击新建标签值，将当前筛选条件作为该标签值，并新增一个空白标签值。

iv. 若需要移除某个标签值，单击标签值后的 图标并确认移除即可。

> **说明**
>
> - 最多可添加50个标签值。
> - 新添加的标签值默认展示在最前面。标签值较多时，单击行尾的 图标，可查看被隐藏的标签值。

4. 所有标签值配置完成后，单击**完成**，保存自定义标签。
   - 若在当前数据源下还没有相同标识类型的自定义标签数据集，则在弹窗中设置数据集名称，名称前缀固定为“自定义标签数据集_用户标识类型_”，选择保存位置，单击**确定**。

创建的自定义标签数据集将保存为数据表，表名为“label_用户标识类型_序号”，包含自定义标签字段和用户标识字段。

- 若在当前数据源下已有相同标识类型的自定义标签数据集，则自定义标签将保存在该已有数据集中，在弹窗中查看该数据集名称，单击**确定**。

您可以在数据集列表管理自定义标签数据集，相关管理操作，请参见管理自定义标签数据集。

相关文档

- 管理自定义标签数据集
- 数据集权限设置
- 标签管理
- 用户标签数据集推送数据银行
- 用户透视分析

- 标签筛选受众
- 受众透视指标分析
- 受众显著性分析

4.6. 营销活动

4.6.1. 营销活动概述

营销活动功能旨在帮助企业从营销活动的视角，一站式完成营销活动的生命周期管理。

通过营销活动功能，企业可以对活动类型、目标进行设置，业务人员可快速完成活动创建，并记录活动目标，一键将Quick Audience已创建的受众人群、营销任务（即触达方式及渠道）关联至本次活动中。

所有任务皆从营销活动的视角出发，助力企业看清营销活动的全貌，实现什么时候做什么活动，什么活动打什么人群，什么人群用什么策略，什么策略有什么结果的一盘棋统一操控。

> **说明**
>
> 仅标准版支持营销活动功能。

主活动与子活动

营销活动管理的对象分为两种：

- 当需要围绕某个主题发起一系列营销活动时，我们将该主题设置为主活动，将需要实际执行的营销活动设置为子活动：
  - 主活动：可被视为围绕指定主题发起的一系列子活动的集合。由于不需要实际执行，所以不关联受众、营销任务。
  - 主活动下的子活动：挂载在主活动下，作为主题活动的一环。由于是需要实际执行的营销活动，所以可以关联受众、营销任务。
- 当仅需要发起一个独立的营销活动时，则仅设置一个子活动：
  - 独立子活动：不挂载在任何主活动下，非系列活动。由于是需要实际执行的营销活动，所以可以关联受众、营销任务。

使用说明

- **使用权限**：支持组织管理员、空间管理员新建活动和管理所有活动，具有以下营销活动相关权限的成员也可以使用：
  - “营销活动-新建活动”权限：新建活动，并管理自己创建的活动。
  - “营销活动-活动管理”权限：浏览营销活动模块页面。需要其他用户为其授予子活动的使用或管理权限。
- **使用流程**：
  i. 创建营销活动，并配置活动信息。请参见创建营销活动。
  ii. （可选）将子活动授权给他人，权限分为管理、使用两种，具体请参见管理营销活动。
  iii. 筛选、交并、上传、编辑或复制受众，创建、编辑营销任务（含数据集、受众推送数据银行），将受众、营销任务与子活动关联。具体操作，请参见受众筛选文档、用户营销文档、数据银行推送文档。

iv. 在营销活动的不同阶段，根据活动的进展情况，进行生命周期管理，请参见管理营销活动。

4.6.2. 创建营销活动

创建营销活动，包括主活动、子活动。主活动、子活动的定义，请参见营销活动概述。

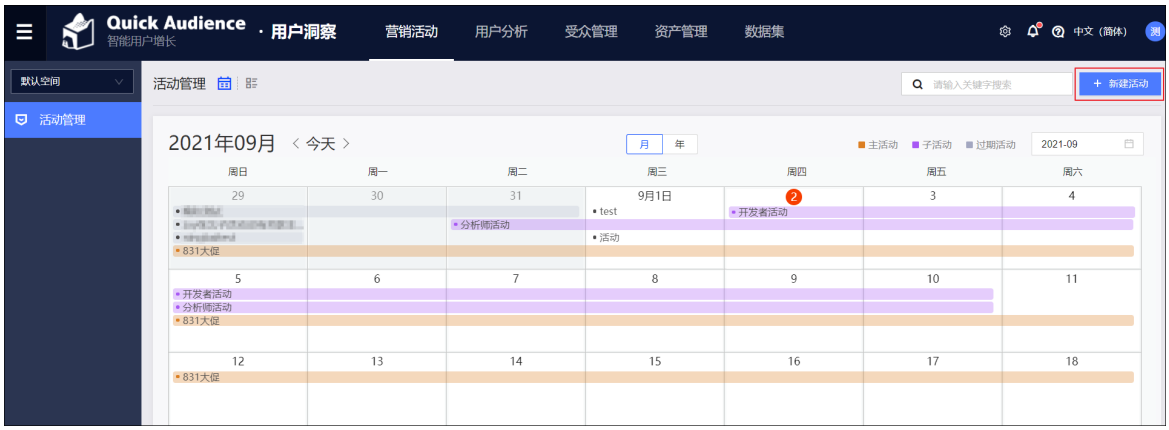
支持两种创建营销活动入口：

- 从页面右上角新建活动，填写完整配置项。
- 从活动日历快速创建营销活动，填写简化配置项。

从页面右上角新建活动

操作步骤：

1. 选择**用户洞察**>所在工作空间>**营销活动**>**活动管理**，进入活动管理页面。



2. 单击右上角**新建活动**。

3. 在弹窗中配置参数，如下表所示。

参数	说明
活动名称	输入活动名称。
活动编码	输入活动编码。
是否主活动	选择是否创建主活动： ○ 选择**是**：创建主活动。 ○ 选择**否**：创建子活动。

参数	说明
归属主活动	若是否主活动选择**否**，将创建子活动，出现**归属主活动**配置项。您可以： ○ 选择一个主活动，将创建的子活动挂载在该主活动下。 ○ 不选择，创建的子活动将是独立的子活动。 若您需要取消选择已选择的主活动，可以将鼠标移动到已选择的主活动上方，右侧将出现 ⊗ 图标，单击即可取消选择。 * 是否主活动 ⓘ ○ 是 ◉ 否 归属主活动： FM主活动 ⊗
起止日期	选择活动的起止时间。 **说明** 子活动的起止时间必须在主活动的起止时间之内。
活动类型	输入或从下拉框选择活动类型，例如：节庆活动、线下活动、大型活动。
活动描述	输入活动描述。
活动预算	输入活动预算，默认单位为元，支持切换为美元、英镑、欧元和港币。
营收目标	输入营收目标，默认单位为元，支持切换为美元、英镑、欧元和港币。

4. 单击**确定**，完成创建。

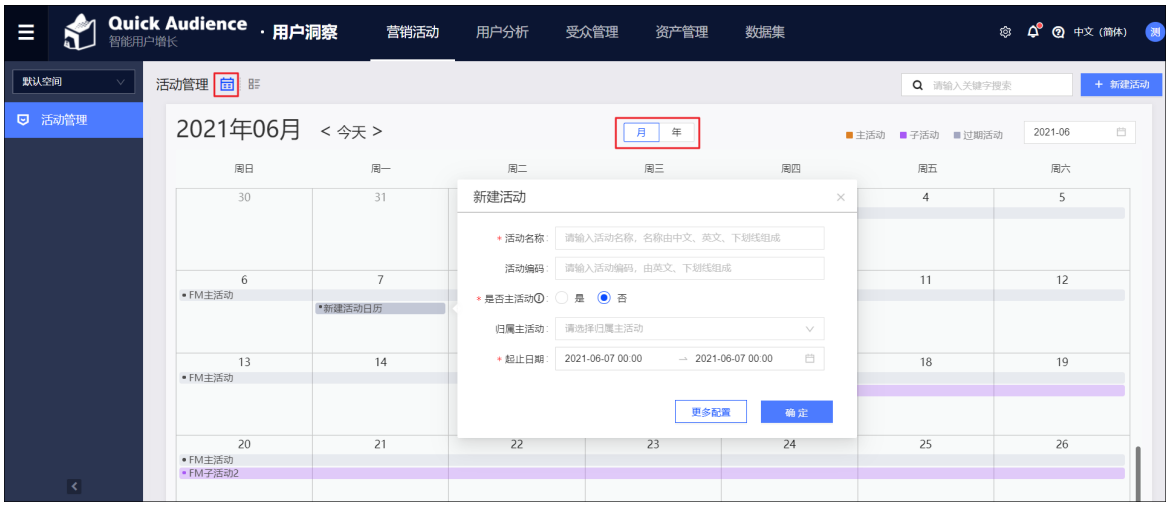
从活动日历快速创建营销活动

从活动日历快速创建营销活动时，配置项将简化为活动名称、活动编码、是否主活动、归属主活动和起止时间，同时，日历时间将作为活动默认的起止日期（可更改）。

操作步骤：

1. 选择**用户洞察**>所在工作空间>**营销活动**>**活动管理**，进入活动管理页面。

2. 选择图标，进入活动日历，再选择**月**或**年**，进入月历或年历，如下图所示。



3. 在月历或年历上，单击需要的时间格，将弹出配置窗口，如下图所示，该时间格将作为默认的起止日期。

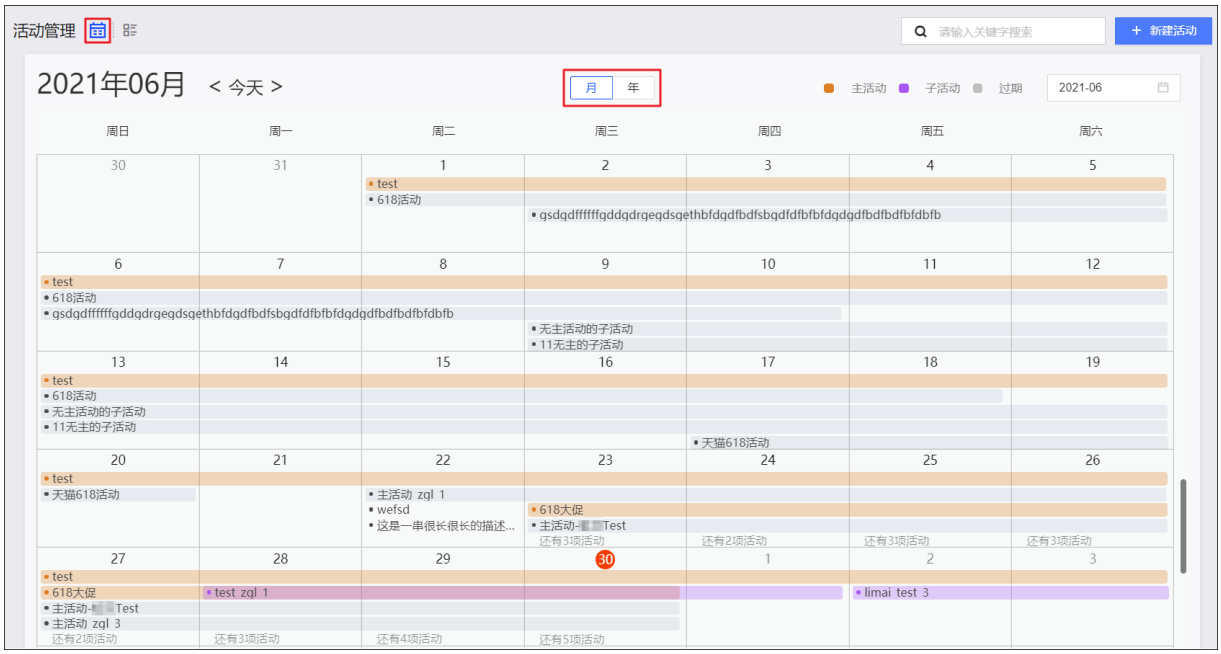
4. 在弹窗中配置参数。参数说明，请参见上表。
5. （可选）若需要配置上表中的完整参数，单击**更多配置**，弹窗将展示完整配置项。
6. 单击**确定**，完成创建。

4.6.3. 管理营销活动

创建营销活动后，活动将以活动日历、活动列表两种方式展示，您可以查看活动详情、编辑、移除活动，将受众和营销任务与子活动关联。此外，您还可以将活动的管理权限、使用权限授权给其他用户。

活动日历

单击图标，进入活动日历，页面以月历、年历两种形式展示活动，如下图所示。



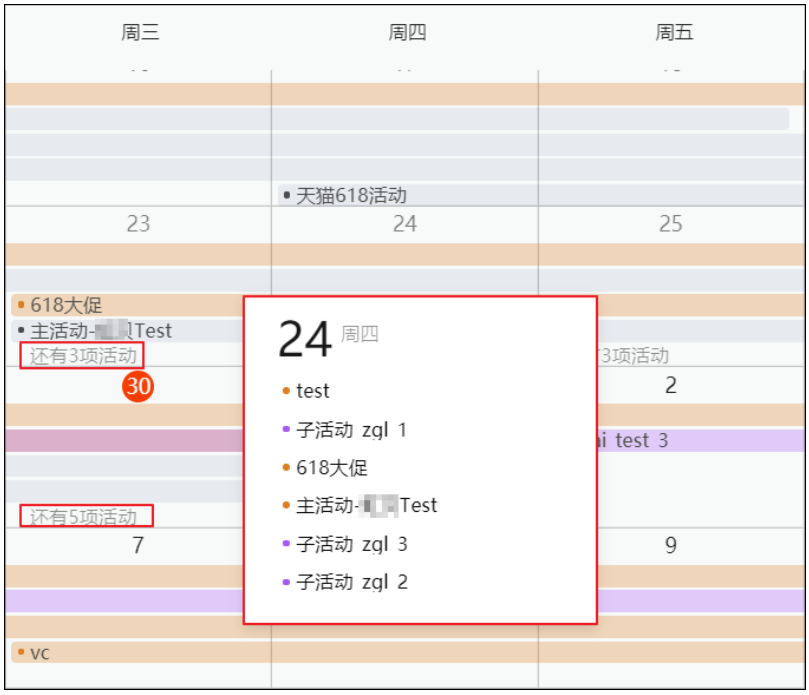
单击**月**或**年**可在月历、年历之间切换。单击左上角的<、>图标可以翻页。

- 月历：在月历上展示每日涉及的主活动、独立子活动。
- 年历：在年历上展示每月涉及的活动主活动、独立子活动。

不同颜色表示不同活动类别、不同状态：

- 橙色：未开始、进行中的主活动。
- 紫色：未开始、进行中的独立子活动。
- 灰色：已结束的主活动、独立子活动。

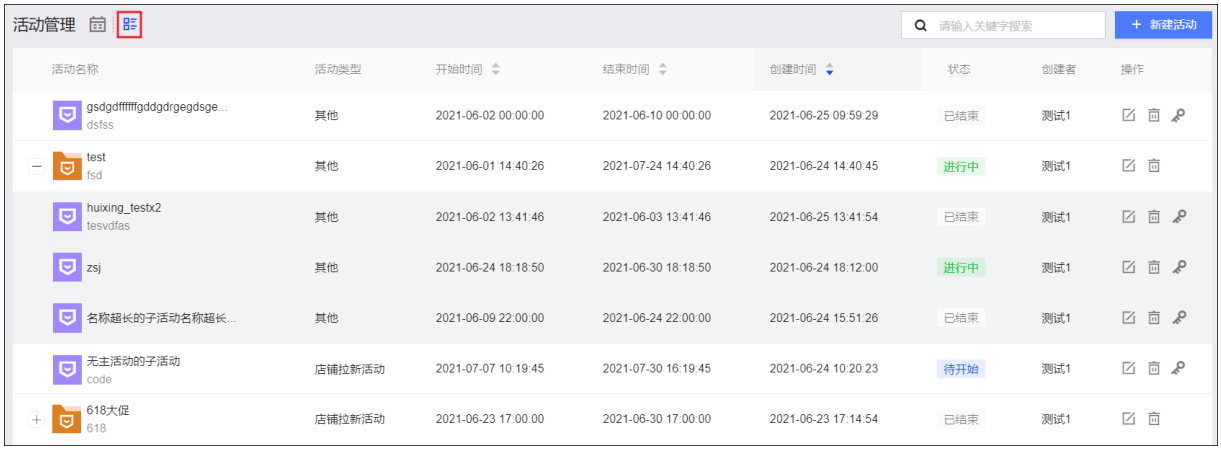
如下图所示，若时间格中的主活动及独立子活动多于5项，不能在时间格内直接显示所有项目，将显示**还有...项活动**，鼠标移动到文字上方，将弹窗显示所有项目。



单击活动，将弹窗显示活动信息，如下图所示。单击弹窗右上角的**详情**，将跳转到活动详情页面。活动详情页面，请参见下面的活动详情。

活动列表

单击图标，进入活动列表，页面以列表形式展示活动，如下图所示。



图标表示主活动，图标表示子活动。单击主活动前的加号 + 图标，可展开该主活动下的子活动列表。

活动详情

主活动详情

在活动列表单击主活动名称，进入主活动详情页面，页面展示主活动的详细信息，及其子活动列表，如下图所示。

子活动详情

在活动列表单击子活动名称，进入子活动详情页面，页面展示子活动的详细信息，及其关联的受众、营销任务列表。

参与受众列表如下图所示，对于筛选或交并生成的受众，您可以单击图标，进入受众编辑页面。

营销任务列表如下图所示，分不同的营销任务类型展示，您可以单击图标，进入相应营销任务的详情页面或列表页面。

子活动关联受众、营销任务

由于子活动是需要实际执行的营销活动，所以可以关联受众、营销任务：

- 在筛选、交并、上传、编辑或复制受众时，将受众与子活动关联。具体操作，请参见受众筛选文档。
- 在创建、编辑营销任务（含受众推送数据银行、受众推送达摩盘）时，将营销任务与子活动关联。具体操作，请参见用户营销文档、受众推送数据银行、受众推送达摩盘。

> **说明**
>
> 营销任务与子活动关联后，营销任务涉及的受众（除使用自动化营销任务中的生成受众组件生成的受众外）不会自动与子活动关联。若需要此类受众与子活动关联，请编辑受众或重新上传受众。

编辑活动

> **说明**
>
> 不支持将主活动改为子活动，或将子活动改为主活动。

操作步骤：

1. 单击图标，进入活动列表。
2. 单击图标。
3. 在弹窗中修改活动参数。参数说明，请参见创建营销活动。
4. 单击**确定**，完成修改。

子活动授权

向其他人授权子活动的使用权限或管理权限：

- 使用权限：查看、使用子活动，配置关联受众、关联营销任务。
- 管理权限：编辑、移除子活动，以及使用权限。

> **说明**
>
> 授权子活动使用权限或管理权限后，被授权人将可以查看对应的主活动。

管理权限、使用权限的授权操作类似，操作步骤：

1. 单击图标，进入活动列表。
2. 单击图标。
3. 在弹窗中选择**管理权限**或**使用权限**。

4. 默认已选择进入时的子活动，您也可以选择其他子活动，支持全选。
5. 选择**授权方式**：支持**按用户**和**按用户组**。

   下方显示已选子活动的已授权用户账号，以及授权有效期。

   > **说明**
   >
   > 若选择多个子活动，下方显示多个子活动均已授权的账号，有效期为空表示多个子活动的有效期不同，请分子活动查看具体有效期。

6. 解除授权：单击账号对应的**移除**，即可解除对该账号的授权，立即生效。
7. 授权：选择要授权的账号，可多选，设置有效期，单击**确定**完成授权。

移除活动

您可以移除不再需要的活动，操作步骤：

说明

- 移除主活动，该主活动下的子活动将保留，成为独立子活动。
- 移除子活动，该子活动关联的受众、营销任务将保留。

1. 单击图标，进入活动列表。
2. 单击图标。
3. 确认删除，即完成活动移除。

4.7. 品牌数据银行推送

4.7.1. 数据银行推送概述

品牌数据银行简称为数据银行。Quick Audience标准版、全域天攻试用基础版支持数据银行推送。

数据银行推送分为受众推送、用户标签数据集推送和AIPL模型推送：

- 受众推送：将受众的ID信息周期或单次推送至数据银行。
- 用户标签数据集推送：将用户标签数据集的ID字段、标签字段单次推送至数据银行。
- AIPL模型推送：将AIPL模型的ID字段以日为周期推送至数据银行。

三种推送都包含ID字段的推送，支持推送9种ID类型：手机号、电子邮箱、MAC地址、手机IMEI、手机IDFA、手机IMSI、手机OAID、淘宝ID、淘宝昵称。

配置和使用数据银行推送的流程为：

1. 获取数据银行令牌。
2. 绑定数据银行账号。
3. （可选）为工作空间设置推送到数据银行的最大并发数，请参见空间系统配置。

   说明

   全域天攻试用基础版的数据银行推送不支持设置最大并发数。

4. 为受众、标签或AIPL模型配置推送。
5. 在推送历史页面查看推送是否成功。
6. 登录数据银行，使用已推送的数据。

4.7.2. 获取数据银行令牌

Quick Audience与数据银行绑定时需要填写数据银行的相关信息，包含品牌商名称、品牌名称、数据银行账号、数据银行令牌。

获取数据银行访问令牌操作步骤：

1. 登录数据银行，基于数据安全考虑，需要使用**电商部默认分组**的**主账号**登录才有权限查看令牌。

2. 如下图所示，进入访问令牌页面。

3. 从**QuickAudience访问令牌**页面中复制一个未使用令牌。

> **说明**
>
> - 令牌有效期为24小时，过期系统将更新令牌。请在获取令牌24小时内进行绑定。
> - 一个令牌仅能用于一次绑定。
> - 若未获取到访问令牌：
> - 请与您的服务提供商确认已开通品牌数据银行。
> - 当您拥有多个品牌数据银行账号时，请核对登录的账号是否正确。

4.7.3. 绑定数据银行

获取数据银行令牌后，您需要将数据银行账号绑定到Quick Audience，才能进行推送。

> **说明**
>
> - 一个绑定者最多可以绑定10个数据银行账号。
> - 绑定的数据银行账号仅供绑定者和管理员使用，不支持其他用户使用。
> - 数据银行账号绑定后仅供在当前工作空间中使用，若要在多个工作空间中使用，需要分别进入不同工作空间操作绑定。

操作步骤：

1. 在数据集管理页面单击用户标签数据集或AIPL模型的 ⋮ 图标，选择**推送**；或在受众管理页面单击受众的 ··· 图标，选择**推送**。

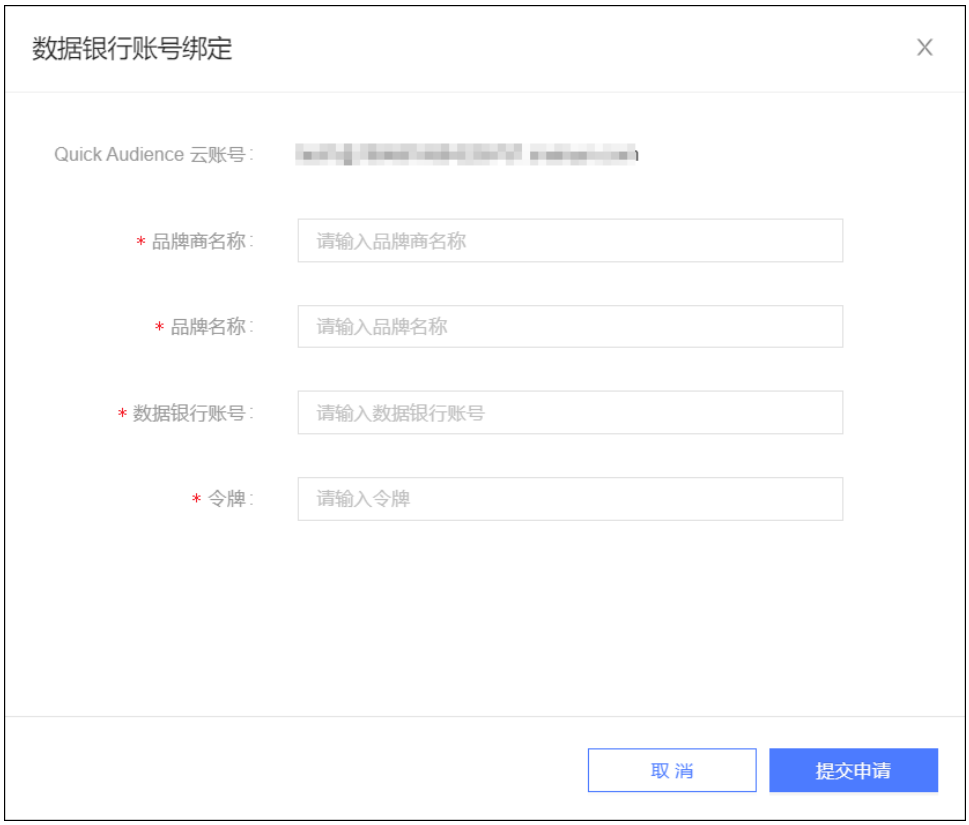
   您也可以选择**用户营销>账号配置**，单击**账号授权**，在弹窗中从下拉框选择**数据银行**，跳转到第3步。

2. 在弹窗中，从**推送至**下拉列表选择**数据银行**。
   - 绑定首个数据银行账号时，右侧将提示未绑定数据银行账号，单击**绑定申请**，如下图所示。

- 若已绑定过数据银行账号，则单击右侧的 + 图标，绑定新的数据银行账号，如下图所示。

3. 在弹窗中阅读账号绑定协议，勾选**我已阅读并同意该协议**，单击**确定**。

4. 填写品牌商名称、品牌名称、数据银行账号、令牌，单击**提交申请**。



说明

- 绑定申请由组织管理员、空间管理员审批。审批操作，请参见待我审批。
- 绑定者可在**消息中心>我的申请**中查看申请进度，支持撤销申请，请参见我的申请。

4.7.4. 受众推送数据银行

支持将受众的ID信息周期或单次推送至品牌数据银行。

操作步骤：

1. 选择**用户洞察**>所在工作空间>**受众管理>受众管理**，在**我的受众**页签，单击受众的 ··· 图标，选择**推送**。

   说明

   - 推送的受众数量需大于5000条，小于2亿条。
   - 数据银行进行ID匹配后的受众数量需大于2000条，小于5000万条。

2. 在弹窗中，从**推送至**下拉列表选择**数据银行**和数据银行品牌。

   说明

   受数据银行侧限制，单个品牌每年接收受众推送的次数不能超过5000次。

3. 设置推送时间。

- 对于**周期推送**，需要打开**开启推送**开关，并设置**推送时间**（即推送周期，支持日、周、月）、**开始时间**及**结束时间**。

若受众已有周期推送配置，右下角将出现**移除配置**按钮，单击可清除原配置，原配置的周期推送将不再执行。

- 对于**单次推送**，无需设置推送时间，将立即执行。

4. **ID加密方式**：选择ID字段是否已加密，如已加密，请选择相应的加密方式。

> **说明**
>
> - 若您已对ID字段加密，请选择您使用的加密方式，可选择MD5、SHA256、AES（全域天攻试用基础版无AES选项）；若您未对ID字段加密，请选择**未加密**。
> - 如选择AES，则推送时将对已AES加密的ID进行解密，以便后续使用。解密时需要AES密钥，请配置AES密钥，参见组织系统配置。
> - 对于全域受众，由于受众ID均已经过加密，且加密方式固定为MD5，故仅能选择MD5。
> - 如选择MD5、SHA256，则后续进行营销时，仅部分营销渠道支持已加密的ID，请参见相应的营销渠道说明。

5. **关联子活动**：选择主活动，再选择该主活动下的子活动（独立子活动将展示在主活动列表最后的 - 之下），支持关联多个子活动。活动相关说明，请参见营销活动文档。
6. **推送字段**：在列表中选择要推送的ID字段。

> **说明**
>
> - 图标表示该ID类型为受众来源的数据集的用户标识。
> - 当ID类型为OneID、UnionID、OpenID、微博ID、支付宝ID时，不可用于对数据银行的推送。
> - 对于全域受众，固定推送受众的MAC地址、手机IMEI、手机IDFA，不可修改。

7. 单击**保存**或**确认推送**，数据将被推送至数据银行。

> **说明**
>
> 若已在管理中心设置数据银行推送并发数，则超过限制的受众需要排队等待推送。设置方法，请参见空间系统配置。

8. 单击**推送历史**可查看推送结果。

   如下图所示，列表中人群总数为推送的所有ID总数，人群规模为推送的用户标识数量。当未推送用户标识，或除用户标识还推送其他ID字段时，人群规模可能不等于人群总数。

   若推送失败，可单击**重新推送**；若推送成功，可单击**进入数据银行**使用推送的数据。

4.7.5. 用户标签数据集推送数据银行

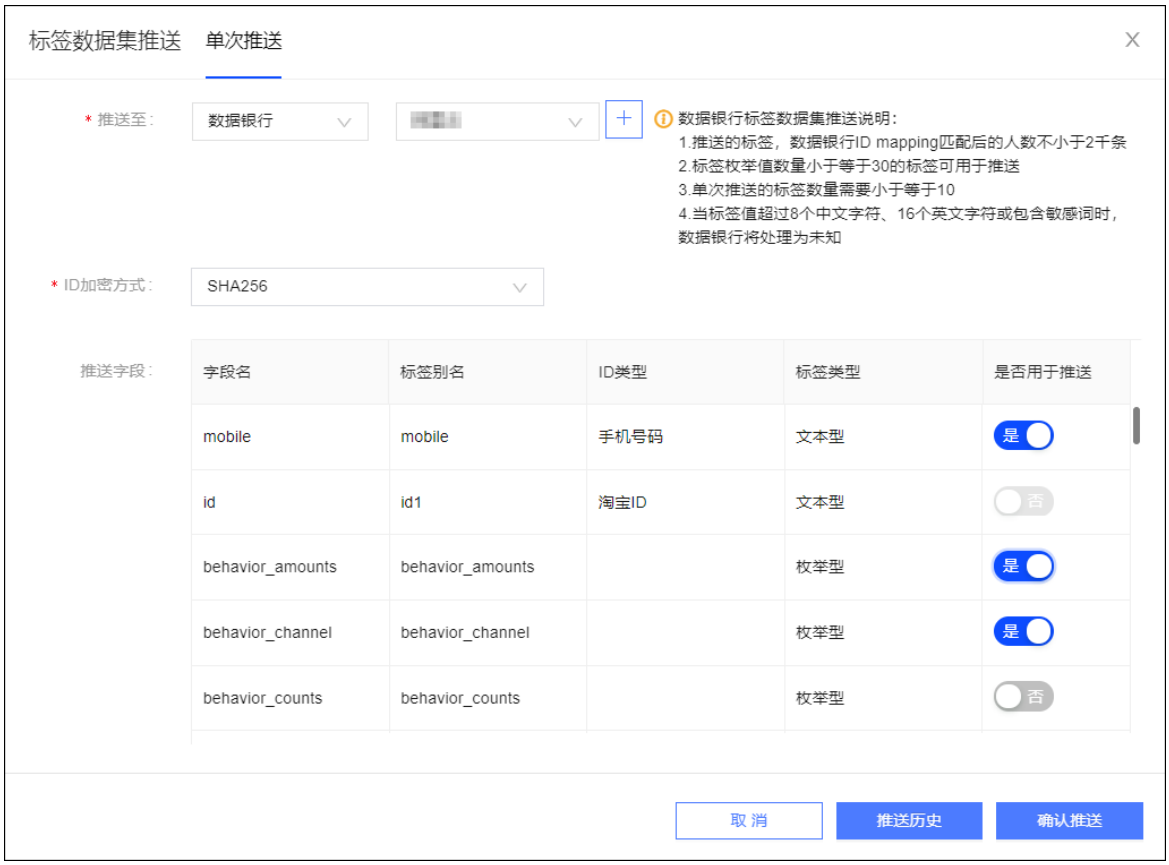
支持将用户标签数据集（含自定义标签数据集）的ID字段、标签字段，单次推送至数据银行。

操作步骤：

1. 选择**用户洞察**>所在工作空间>**数据集**>**数据集**，单击用户标签数据集的 ⋮ 图标，选择**推送**。

> **说明**
>
> - 推送的用户标签数据集需大于5000条，小于2亿条。
> - 数据银行进行ID匹配后的人数需不小于2000条。

2. 在弹窗中，从**推送至**下拉列表选择**数据银行**和数据银行品牌。



3. **ID加密方式**：选择ID字段是否已加密，如已加密，请选择相应的加密方式。

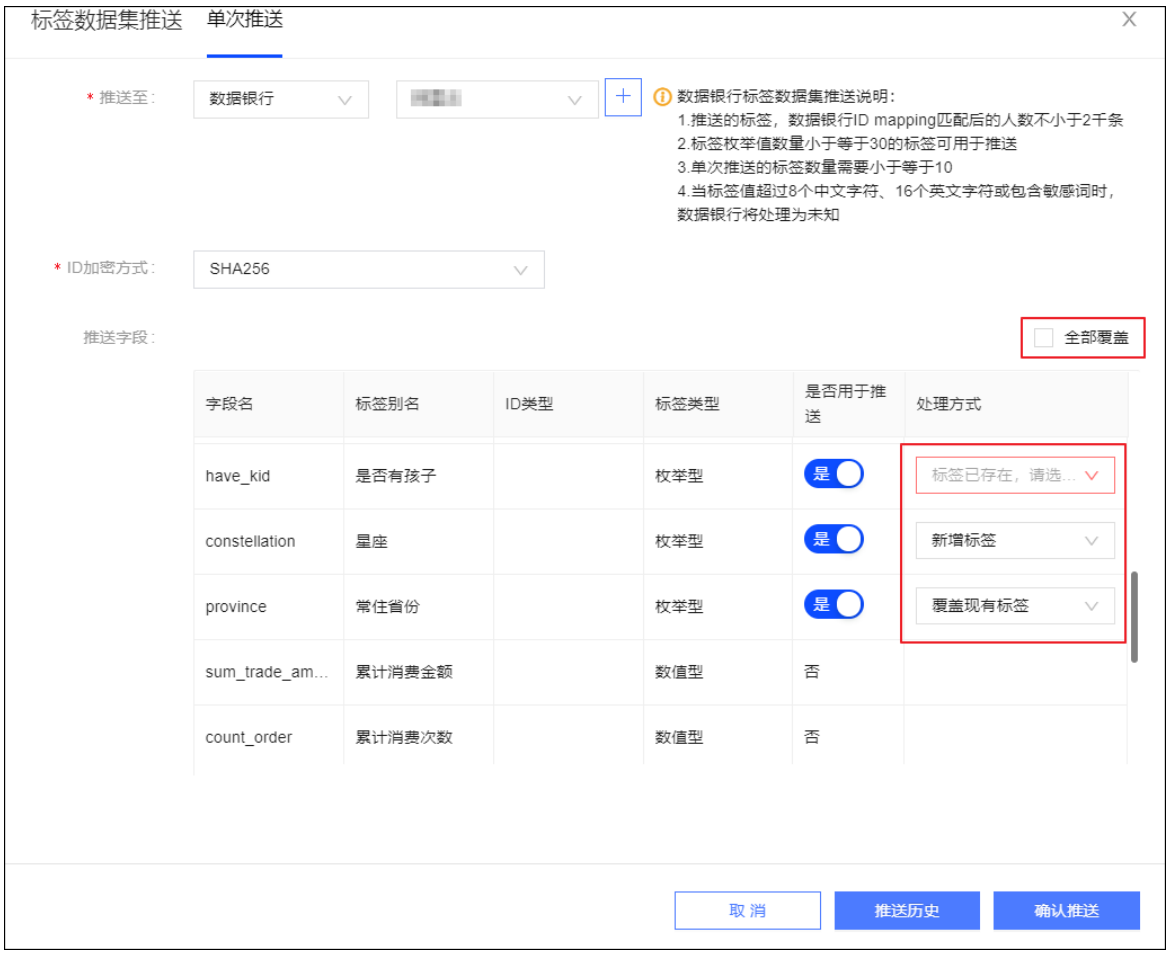
> **说明**
>
> - 若您已对ID字段加密，请选择您使用的加密方式，可选择MD5、SHA256、AES（全域天攻试用基础版无AES选项）；若您未对ID字段加密，请选择**未加密**。
> - 如选择AES，则推送时将对已AES加密的ID进行解密，以便后续使用。解密时需要AES密钥，请配置AES密钥，参见组织系统配置。
> - 如选择MD5、SHA256，则后续进行营销时，仅部分营销渠道支持已加密的ID，请参见相应的营销渠道说明。

4. **推送字段**：在列表中选择一个ID字段，以及其他要推送的标签字段。

> **说明**
>
> - ID字段必须且仅能选择一个。当ID类型为OneID、UnionID、OpenID、微博ID、支付宝ID时，不可用于对数据银行的推送。
> - 除ID字段外，仅支持推送标签类型为枚举型，且枚举值数量小于等于30的标签。
> - 单次推送的字段数量需要小于等于10个，含ID字段。
> - 当标签值超过8个中文字符、16个英文字符或包含敏感词时，数据银行将处理为未知。

5. 如下图所示，针对有冲突的标签，数据银行将返回冲突信息，该标签所在行提示**标签已存在，请选择处理方式**，可选两种处理方式：
   - **覆盖现有标签**：标签下的现有数据将被覆盖。
   - **新增标签**：数据银行侧将新增一个标签，名称为：原字段名_序号。

   字段列表右上角提供**全部覆盖**选项，将所有冲突标签同时设置为覆盖现有标签。



6. 单击**确认推送**，数据将被推送至数据银行。

> **说明**
>
> 若已在管理中心设置数据银行推送并发数，则超过限制的用户标签数据集需要排队等待推送。设置方法，请参见空间系统配置。

7. 单击**推送历史**可查看推送结果。

   如下图所示，列表中人群规模为推送的用户标识数量。

   若推送失败，可单击**重新推送**；若推送成功，可单击**进入数据银行**使用推送的数据。

4.7.6. AIPL模型推送数据银行

支持将AIPL模型的ID字段以日为周期推送至数据银行。

> **说明**
>
> - 支持将多个AIPL模型推送到同一个数据银行品牌。同一个组织一天内，支持向同一个品牌推送AIPL模型最多10次，超出后再次设置推送时将提示。
> - 对于相同渠道来源的AIPL模型（不同AIPL模型的A、I、P、L四类人群中任意一类人群的渠道来源相同），一天内仅支持推送一个AIPL模型，超出后再次设置推送时将提示。渠道来源设置，请参见新建AIPL模型，若未设置，将默认为**全渠道**。

操作步骤：

1. 选择**用户洞察**>所在工作空间>**数据集**>**数据集**，单击AIPL模型的 ⋮ 图标，选择**推送**。

> **说明**
>
> 推送的AIPL模型需大于5000条，小于2亿条。

2. 在弹窗中，从**推送至**下拉列表选择**数据银行**和数据银行品牌。

若AIPL模型已有周期推送配置，右下角将出现**移除配置**按钮，单击可清除原配置，原配置的周期推送将不再执行。

3. 打开**开启推送**开关，并设置推送**开始时间**及**结束时间**。
4. **ID加密方式**：选择ID字段是否已加密，如已加密，请选择相应的加密方式。

> **说明**
>
> - 若您已对ID字段加密，请选择您使用的加密方式，可选择MD5、SHA256、AES（全域天攻试用基础版无AES选项）；若您未对ID字段加密，请选择**未加密**。
> - 如选择AES，则推送时将对已AES加密的ID进行解密，以便后续使用。解密时需要AES密钥，请配置AES密钥，参见组织系统配置。
> - 如选择MD5、SHA256，则后续进行营销时，仅部分营销渠道支持已加密的ID，请参见相应的营销渠道说明。

5. **推送字段**：在列表中选择要推送的ID字段。

> **说明**
>
> - 图标表示该ID类型为数据集的用户标识。
> - 当ID类型为OneID、UnionID、OpenID、微博ID、支付宝ID时，不可用于对数据银行的推送。

6. 单击**保存**，阅读推送声明，勾选**我已经阅读并同意该协议**，然后单击**确定**。从第二天开始，系统将在每日AIPL模型计算完成后进行推送。

> **说明**
>
> AIPL模型推送到数据银行的最大并发数为1，超过限制的AIPL模型需要排队等待推送。

7. 单击**推送历史**可查看推送结果。

   如下图所示，列表中人群规模为推送的用户标识数量。

   若推送失败，可单击**重新推送**；若推送成功，可单击**进入数据银行**使用推送的数据。

4.8. 达摩盘推送

4.8.1. 达摩盘推送概述

Quick Audience标准版支持达摩盘推送。您可以将受众ID推送至达摩盘，在达摩盘侧建立品牌全域消费者数据资产，将您的一方受众应用在相关营销渠道。

支持推送6种受众ID类型：手机号、电子邮箱、手机IMEI、手机IDFA、淘宝ID、淘宝昵称，且当加密方式为SHA256时仅支持推送手机号。

同时，支持将这些受众ID同步推送至数据银行，帮助建立品牌全域消费者数据资产。

配置和使用达摩盘推送的流程为：

1. 绑定达摩盘账号。

   若要同步推送至数据银行，需要先获取数据银行令牌，然后绑定数据银行。

2. （可选）为工作空间设置推送到达摩盘的最大并发数，请参见空间系统配置。
3. 为受众配置推送。
4. 在推送历史页面查看推送是否成功。
5. 登录达摩盘，使用已推送的数据。

4.8.2. 绑定达摩盘

您需要先将达摩盘账号绑定到Quick Audience，才能进行推送。

> **说明**
>
> - 绑定的达摩盘账号仅供绑定者和管理员使用，不支持其他用户使用。
> - 达摩盘账号绑定后仅供在当前工作空间中使用，若要在多个工作空间中使用，需要分别进入不同工作空间操作绑定。

操作步骤：

1. 在受众管理页面，单击受众的 ··· 图标，选择**推送**。

2. 在弹窗中，从**推送至**下拉列表选择**达摩盘**，然后单击右侧的 + 图标，如下图所示。

3. 在弹窗中阅读账号绑定协议，勾选**我已阅读并同意该协议**，单击**确定**。

4. 在弹出的授权登录窗口使用淘宝主账号登录。

5. 登录后，进入店铺和品牌绑定页面，页面显示该账号的店铺及店铺下的品牌。

- 若店铺下有品牌，请选择要绑定的品牌，可多选、全选，如下图所示。

- 若店铺下无品牌，则选择要绑定的店铺，如下图所示。

> **说明**
>
> 若您仅绑定店铺，受众将仅支持推送到店铺。若后续达摩盘店铺下增加了品牌，您可以重新绑定相应品牌，以便推送受众到品牌。

6. 单击**确定**，完成绑定。

4.8.3. 受众推送达摩盘

支持将受众的ID信息周期或单次推送至达摩盘，并且支持同步推送至数据银行。

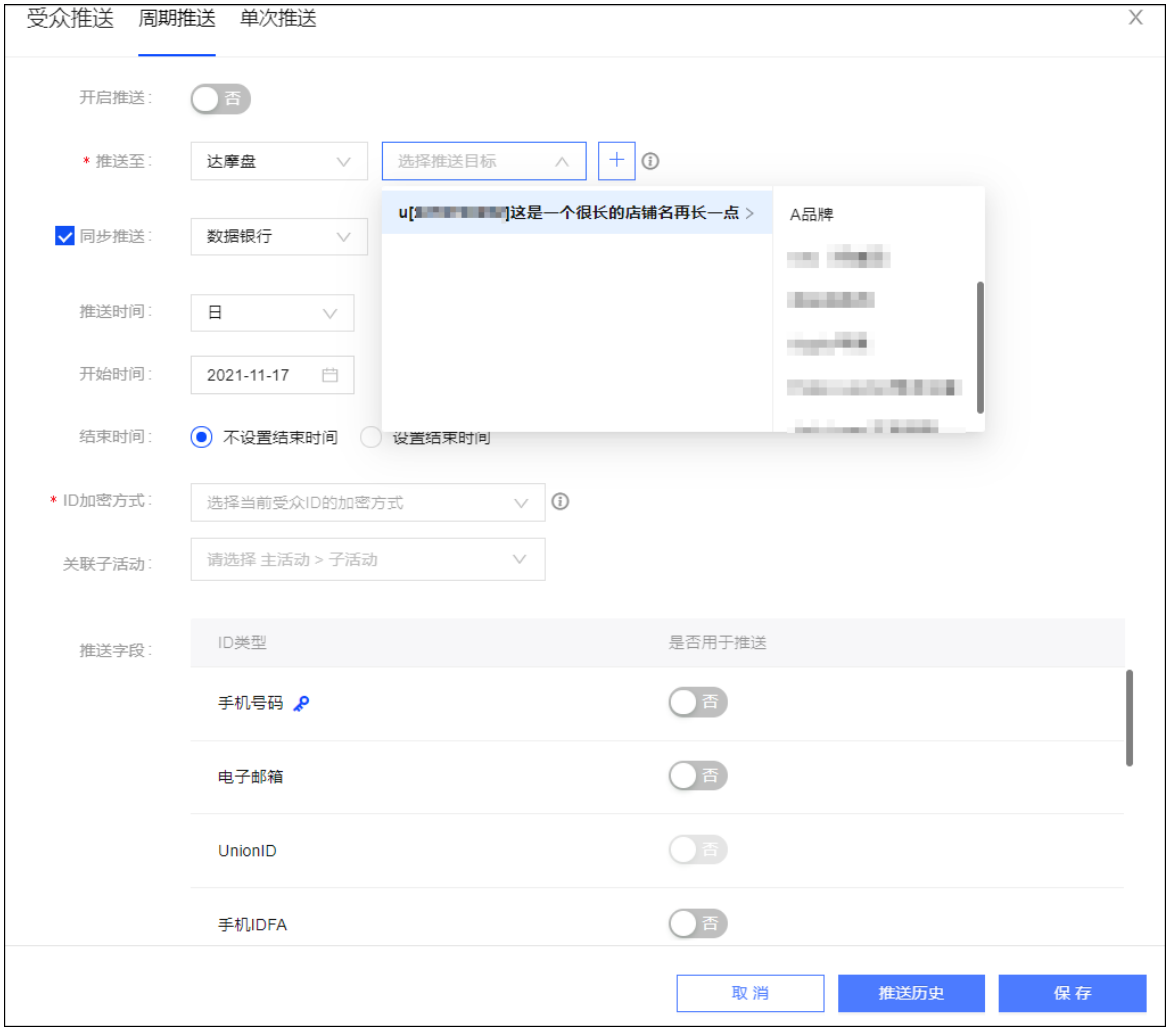
操作步骤：

1. 选择**用户洞察**>所在工作空间>**受众管理**>**受众管理**，在**我的受众**页签，单击受众的 ··· 图标，选择**推送**。

   > **说明**
   >
   > - 推送的受众数量需大于2000条，小于5000万条。
   > - 达摩盘进行ID匹配后的受众数量需大于1000条，小于5000万条。

2. 在弹窗中，从**推送至**下拉列表选择**达摩盘**，然后选择达摩盘店铺或店铺下的品牌，如下图所示。

   可单击下拉列表右侧的 + ，进行达摩盘账号绑定，绑定操作，请参见绑定达摩盘。



说明

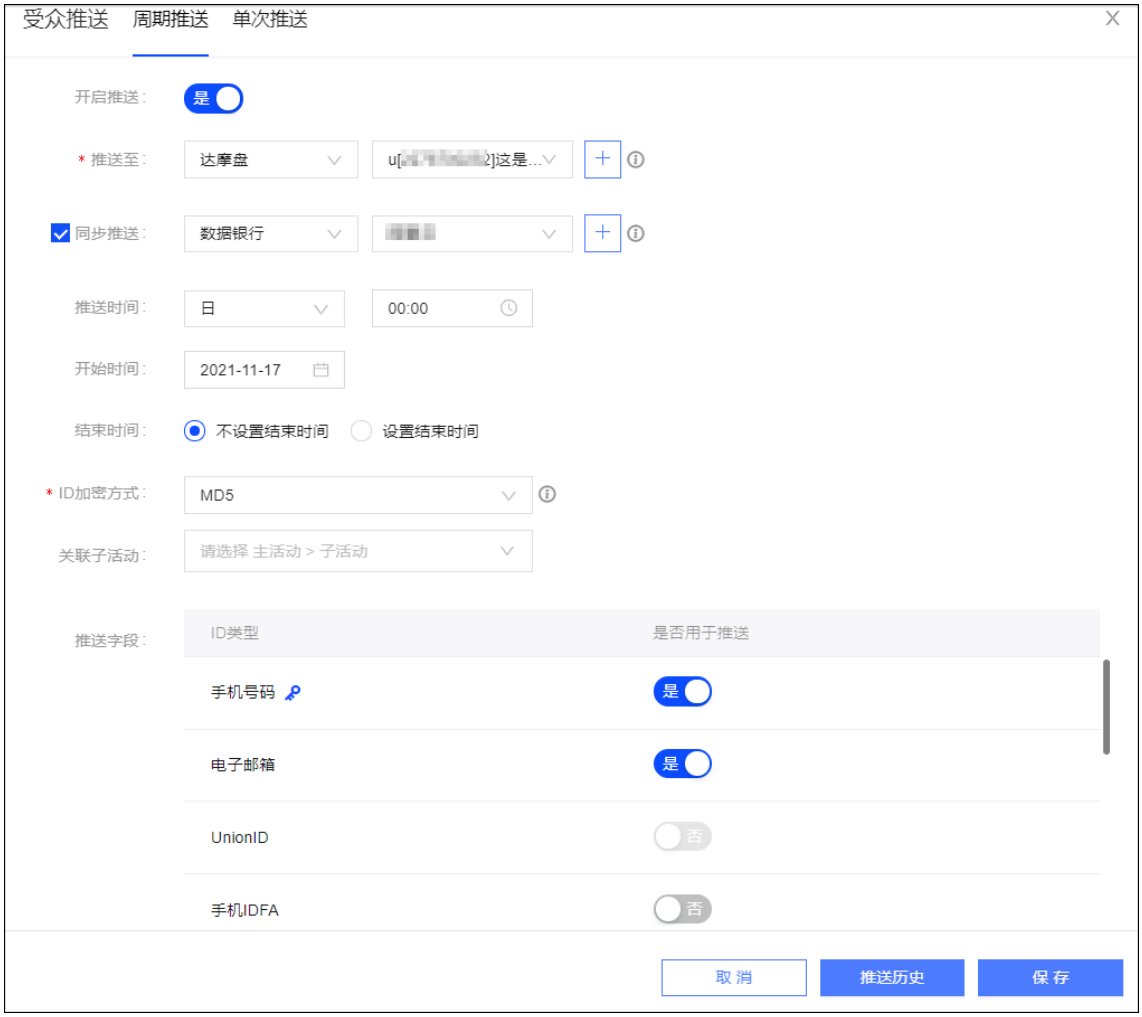
- 若仅绑定了店铺，未绑定品牌，则仅支持推送到店铺。
- 若推送到店铺下的品牌，则该受众将成为指定品牌的全域消费者数据资产；若推送至店铺，则该受众不属于任何品牌。无论推送到店铺还是品牌，您都可以在达摩盘的**人群>第一方数据上传**页面使用已推送的受众。

3. 若您需要将受众同步推送到数据银行，勾选**同步推送**，选择**数据银行**，然后选择受众将被推送到的数据银行账号，如下图所示。

   可单击下拉列表右侧的 + ，进行数据银行账号绑定，绑定操作，请参见绑定数据银行。

> **说明**
>
> - 可推送到达摩盘的ID类型均支持推送到数据银行。
> - 推送的受众数量需要大于5000条，小于2亿条。
> - 数据银行进行ID匹配后的受众数量需大于2000条，小于5000万条。
> - 若该受众已配置过周期推送到数据银行的某个品牌（对应一个数据银行账号），且您需要配置同步推送到数据银行的同一个品牌，则您需要先关闭之前的周期推送配置，或者修改之前的周期推送配置使其推送到不同的品牌，才能继续配置同步推送数据银行。

4. 设置推送时间。
   - 对于**周期推送**，需要打开**开启推送**开关，并设置**推送时间**（即推送周期，支持日、周、月）、**开始时间**及**结束时间**。



若受众已有周期推送配置，右下角将出现**移除配置**按钮，单击可清除原配置，原配置的周期推送将不再执行。

- 对于**单次推送**，无需设置推送时间，将立即执行。

5. **ID加密方式**：选择ID字段是否已加密，如已加密，请选择相应的加密方式。

> **说明**
>
> - 若您已对ID字段加密，请选择您使用的加密方式，可选择MD5、SHA256、AES（全域天攻试用基础版无AES选项）；若您未对ID字段加密，请选择**未加密**。
> - 如选择AES，则推送时将对已AES加密的ID进行解密，以便后续使用。解密时需要AES密钥，请配置AES密钥，参见组织系统配置。
> - 如选择MD5、SHA256，则后续进行营销时，仅部分营销渠道支持已加密的ID，请参见相应的营销渠道说明。

6. **关联子活动**：选择主活动，再选择该主活动下的子活动（独立子活动将展示在主活动列表最后的 - 之下），支持关联多个子活动。活动相关说明，请参见营销活动文档。
7. **推送字段**：在列表中选择要推送的ID字段。

> **说明**
>
> - 图标表示该ID类型为受众来源的数据集的用户标识。
> - 当ID类型为OneID、UnionID、OpenID、手机IMSI、手机OAID、MAC地址、微博ID、支付宝ID时，不可用于对达摩盘的推送。
> - 若**ID加密方式**已选择SHA256，则仅支持推送手机号。

8. 单击**保存**或**确认推送**，数据将被推送至达摩盘。

> **说明**
>
> 若已在管理中心设置达摩盘推送并发数，则超过限制的受众需要排队等待推送。设置方法，请参见空间系统配置。

9. 单击**推送历史**可查看推送结果。

   如下图所示，列表中人群总数为推送的所有ID总数，人群规模为推送的用户标识数量。当未推送用户标识，或除用户标识还推送其他ID字段时，人群规模可能不等于人群总数。

   若推送失败，可单击**重新推送**；若推送成功，可单击**进入达摩盘**使用推送的数据。

   若配置了同步推送至数据银行，请在**数据银行**页签中查看数据银行的推送结果，如下图所示。列表中人群总数为推送的所有ID总数，人群规模为推送的用户标识数量。当未推送用户标识，或除用户标识还推送其他ID字段时，人群规模可能不等于人群总数。

   若推送失败，可单击**重新推送**；若推送成功，可单击**进入数据银行**使用推送的数据。

5.全域洞察

5.1. 全域洞察概述

全域洞察模块旨在为产品及运营等业务人员提供全域标签，支持结合全域标签对存量用户进行细分管理和洞察分析，提升精细化运营业务需要的满足程度。

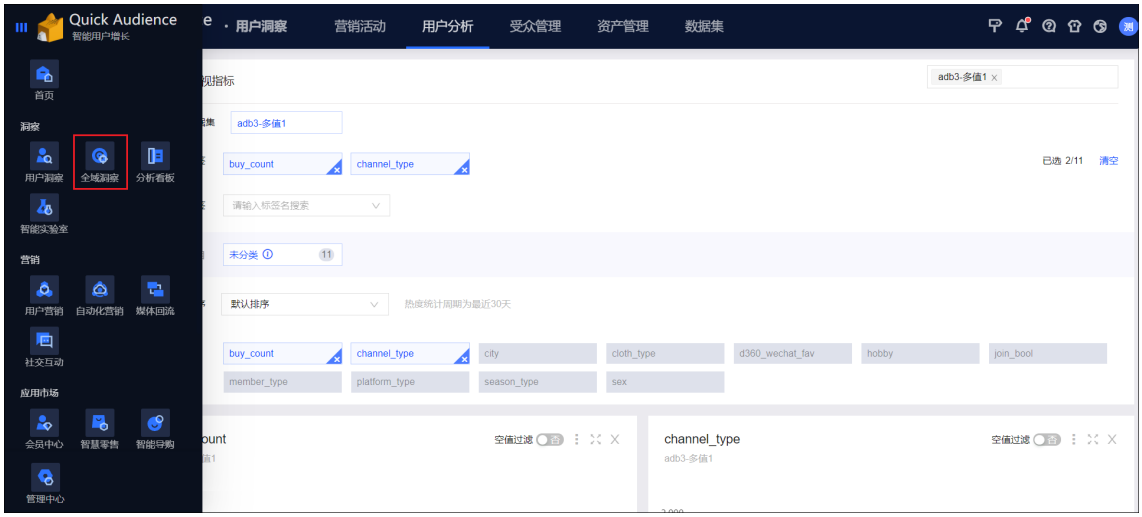
全域洞察主要包括以下功能：

- 全域标签：基于已接入的存量用户，匹配并预置丰富的全域标签，用于画像洞察、人群细分。
- 全域分析：结合全域标签能力，对存量用户提供丰富、灵活的洞察分析能力，可实现全量用户、细分用户多维度、多形态的分析方法，满足业务人员对用户的全方位理解。
- 受众管理：提供可视化模板形式的受众筛选、管理，可实现存量用户的精细化管理。

> **说明**
>
> 该功能模块仅在购买Quick Audience标准版且购买了全域洞察资源包时可用。

使用说明

- **权限限制**：支持组织管理员、空间管理员、分析师、开发者和具有“全域洞察”权限的自定义角色成员使用。
- **使用入口**：
  i. 鼠标滑过左上角☰图标调出导航栏浮层，从**洞察**分组选择**全域洞察**，进入模块。



  ii. 从左上角下拉框选择所在的工作空间。

5.2. 全域洞察初始化

全域洞察模块的洞察对象为用户洞察模块的受众管理列表中的受众，受众被推送至全域洞察模块后，全域洞察模块将对受众包含的用户ID进行识别、去重，才能进行后续的全域洞察。

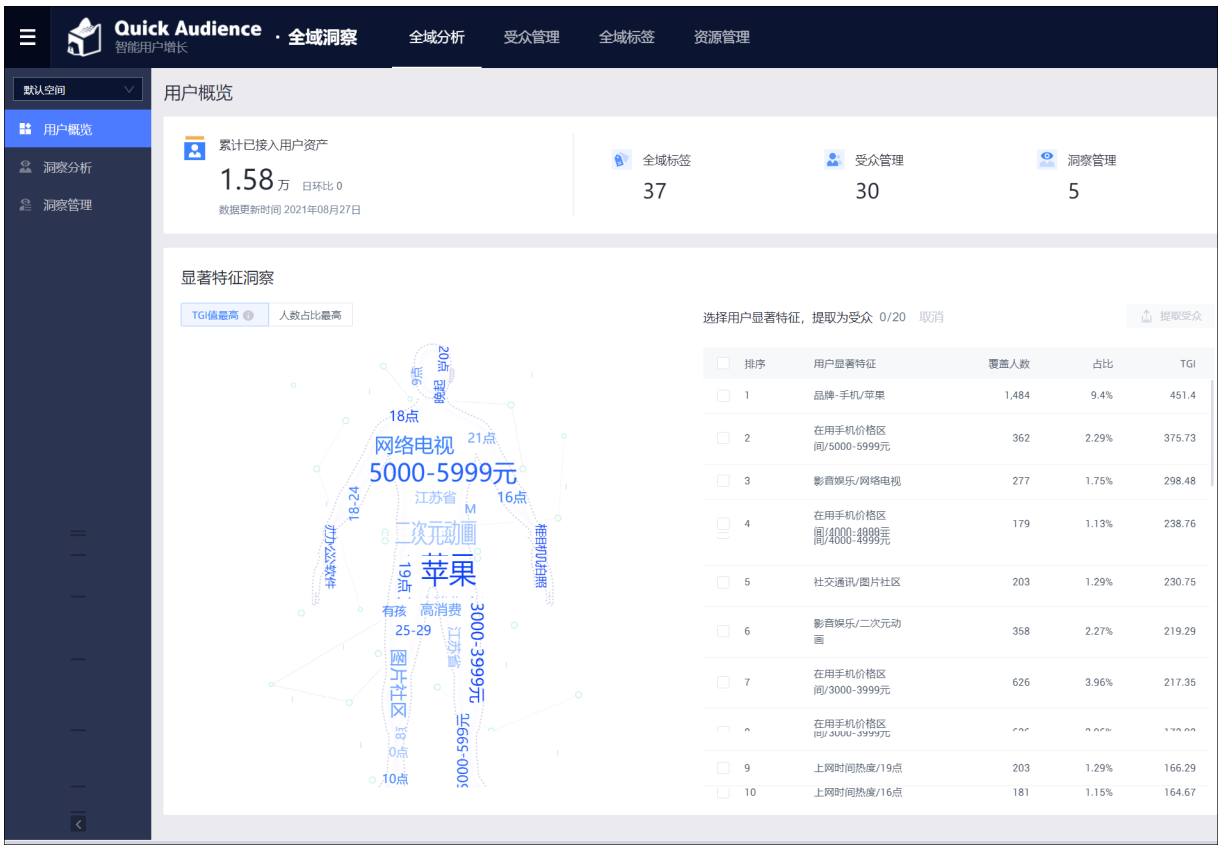
因此，在使用全域洞察模块前，您需要将要洞察的受众推送至全域洞察模块，具体操作，请参见推送全域洞察。

> **说明**
>
> - 若您未开通全域洞察模块，界面将提示您购买，单击界面上的跳转链接可进入购买页面。
> - 若您已开通全域洞察模块，但尚未推送受众至全域洞察模块，界面将提示您先进行推送。
> - 推送受众至全域洞察模块后，识别受众ID及功能初始化需要一定的时间，界面将提示请等待。

5.3. 全域分析

全域分析功能结合全域标签能力，对存量用户提供丰富、灵活的洞察分析能力，可实现全量用户、细分用户多维度、多形态的分析方法，满足业务人员对用户的全方位理解。

用户概览



页面上方展示：

- 累计已接入用户资产：即存量用户数，是当前空间下，从用户洞察模块推送受众到全域洞察模块后，全域洞察模块完成识别、去重后的用户ID个数。
- 全域标签：可用的全域标签个数。单击可跳转到相应页面。
- 受众管理：在全域洞察模块的受众管理-受众筛选功能中生成的受众个数。单击可跳转到相应页面。
- 洞察管理：在全域分析-洞察管理功能中生成的洞察报告个数。单击可跳转到相应页面。

显著特征洞察

基于当前空间下的全量存量用户，洞察整体特征分布情况，了解显著特征。

您可以切换**TGI值最高**或**人数占比最高**，分别观察TGI指数分析、覆盖人数分析的结果：

- TGI指数分析

  说明：TGI:Target Group Index（目标群体指数）；

  TGI=A/B*标准数100（取整）；

  A =「目标人群」中某一特征的总用户数在「目标人群」总用户数的占比；

  B =「全网用户」中具有该特征的总用户数在「全网用户」总用户数的占比；

  TGI指数为100，则与平均水平持平；

  TGI指数越大，则目标人群该特征倾向越强；反之，则弱。

  帮助了解存量用户与全网相比的显著特征。TGI指数越大，标签值视觉效果越强。展示TOP20。右侧则通过列表方式呈现。（此处仅全域标签参与计算和排序）

- 覆盖人数分析

  说明：覆盖人数为拥有某个标签值的人数。

  帮助了解存量用户的特征分布情况。覆盖人数越大，标签值视觉效果越强。展示TOP40。右侧则通过列表方式呈现。（此处仅全域标签参与计算和排序）

鼠标移动到标签值上，将弹出该标签值的TGI值、人数占比数据，如下图所示。

提取受众

提取受众帮助快速提取特征，生成受众。

1. 在列表中选择1个或多个用户特征，单击**提取受众**。

排序	用户显著特征	覆盖人数	占比	TGI
1	品牌-手机/苹果	1,484	9.4%	451.4
2	在用手机价格区间/5000-5999元	362	2.29%	375.73
3	影音娱乐/网络电视	277	1.75%	298.48
4	在用手机价格区间/4000-4999元	179	1.13%	238.76
5	社交通讯/图片社区	203	1.29%	230.75
6	影音娱乐/二次元动画	358	2.27%	219.29
7	在用手机价格区间/3000-3999元	626	3.96%	217.35
8	在用手机价格区间/3000-3999元	626	3.96%	172.92
9	上网时间热度/19点	203	1.29%	166.29
10	上网时间热度/16点	181	1.15%	164.67

2. 在弹窗中输入受众名称，设置多个用户特征之间为交集（用户同时满足多个特征）还是并集（用户至少满足一个特征）关系，是否每天更新计算，是否公开，单击**生成受众**。生成的受众将添加至全域洞察模块的受众管理列表中。

洞察分析

洞察分析帮助您结合全域标签对所选受众进行多维度的洞察分析，了解受众的全息画像。

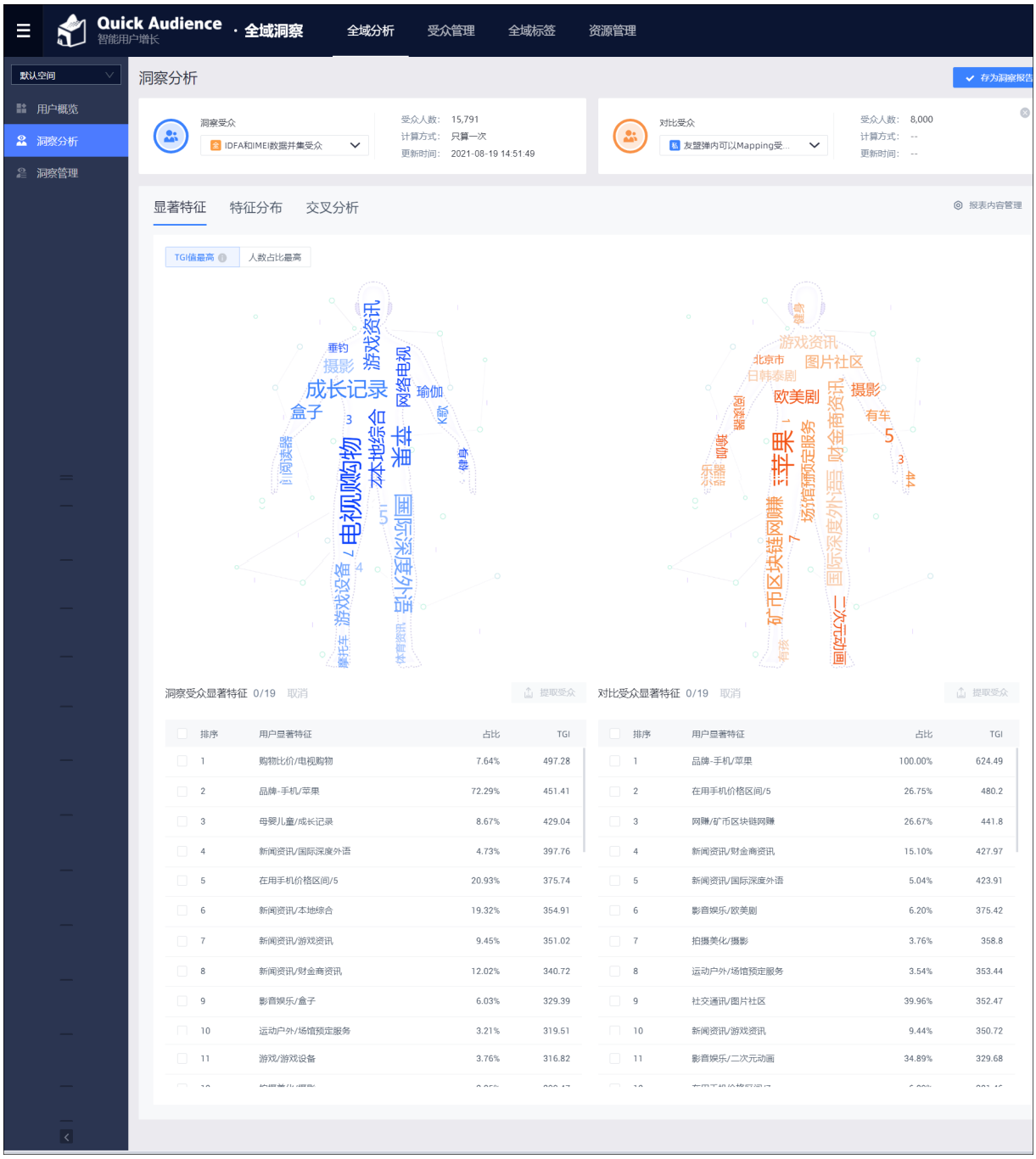
- 支持分析来自全域洞察模块和用户洞察模块的受众。

- 支持添加对比受众，将在分析中以不同颜色同时展示洞察受众和对比受众的分析结果，用于对比不同受众的特征。

显著特征分析

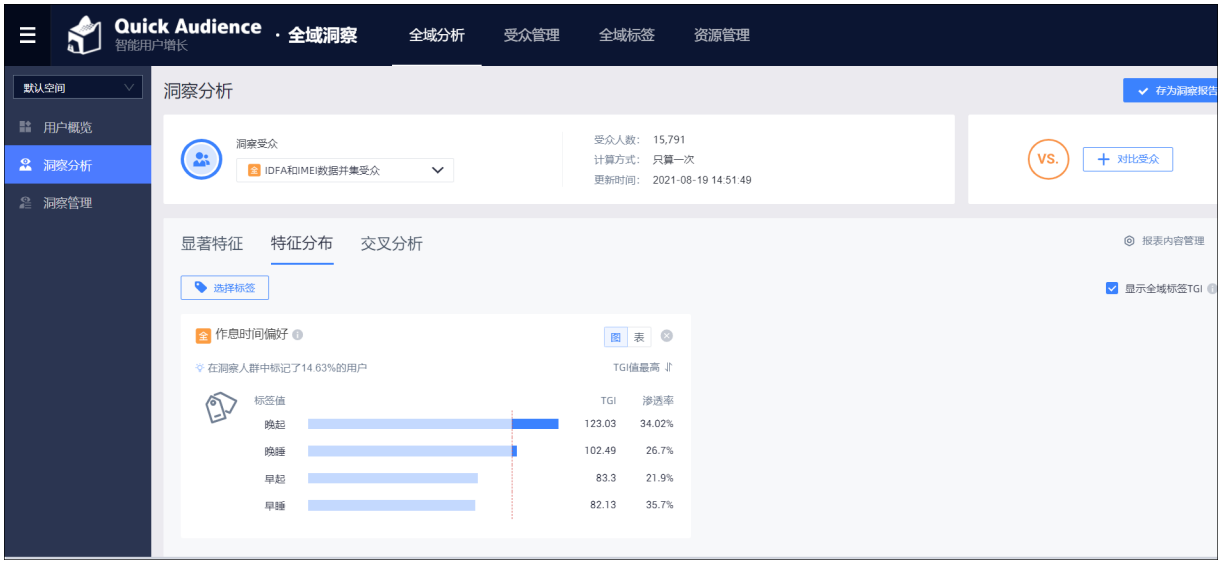
选择受众后，单击**显著特征**页签，页面将展示当前受众的显著特征分布情况。

请参见对用户概览-显著特征洞察的说明。



特征分布

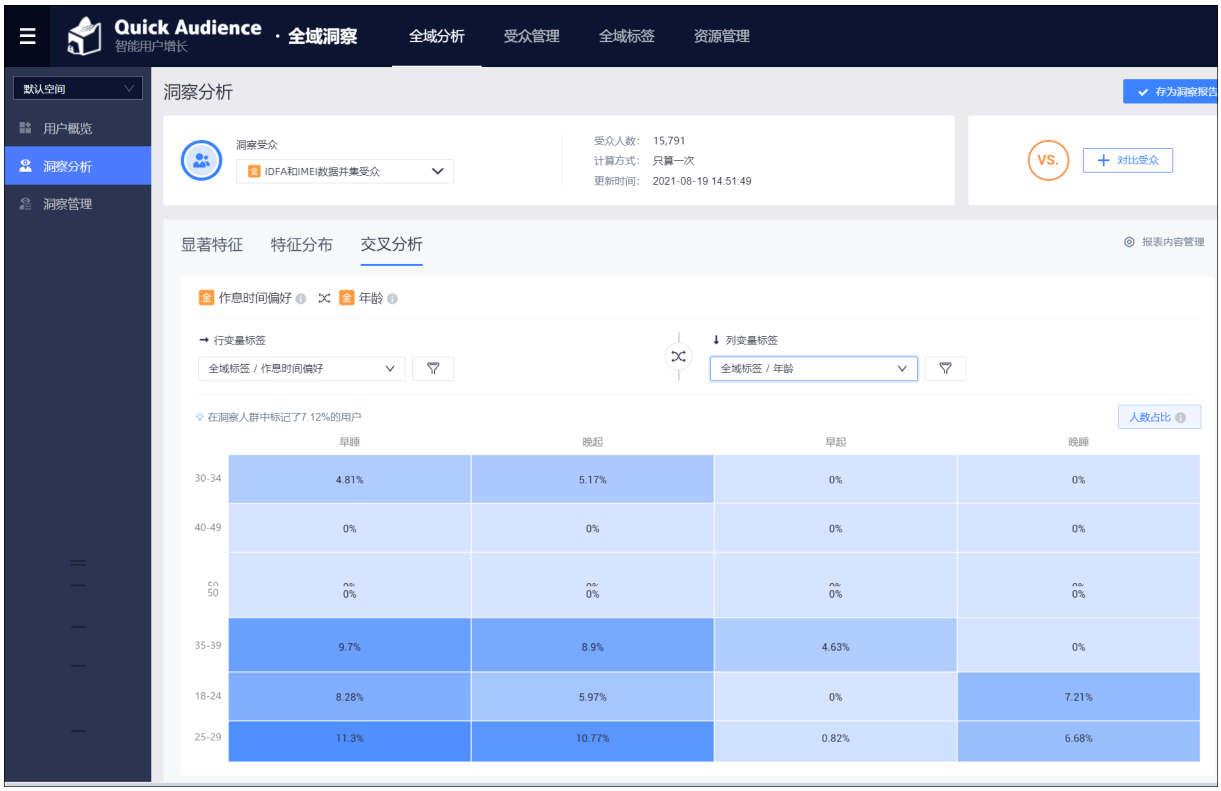
选择受众后，单击**特征分布**页签，单击**选择标签**，在弹窗中选择一个或多个全域标签，页面将展示当前受众的特征分布情况。



交叉分析

交叉分析用于分析两个全域标签的不同标签值组合在受众中的分布。

选择受众后，单击**交叉分析**页签，选择行变量标签、列变量标签，页面将展示两个标签在当前受众的交叉分布。



单击 图标可以行/列互换，单击 图标可以仅筛选部分标签值加入分析。

存为洞察报告

进行分析后，单击右上角**存为洞察报告**，可将分析图表存为洞察报告。

输入洞察报告名称，设置是否公开，单击**保存**。生成的洞察报告将添加至**洞察管理**页面的我的洞察报告列表中。

默认显著特征分析、特征分布、交叉分析的图表均包含在洞察报告中，您也可以先在右上角**报告内容管理**中取消选择不需要的分析图表，再**存为洞察报告**。

洞察管理

洞察管理页面主要为**我的洞察报告**列表，展示自己创建的洞察报告，或本工作空间下其他用户创建的公开洞察报告。

- 单击洞察报告名称或**进入**，查看该洞察报告。
- 单击**删除**，可删除自己创建的洞察报告。

5.4. 受众管理

受众管理功能提供可视化模板形式的受众筛选、管理，可实现存量用户的精细化管理。

受众筛选

受众筛选支持通过以下类型的条件筛选用户创建受众：

- 用户的全域标签满足标签值要求

- 用户属于已有受众，含已通过全域标签圈选的受众和来自用户洞察模块的受众

筛选条件之间的计算关系说明：

- 支持进行交集、并集或差集计算（差集计算方式：满足前一个条件的人群减去满足下一个条件的人群），可选择相应的图标进行切换。

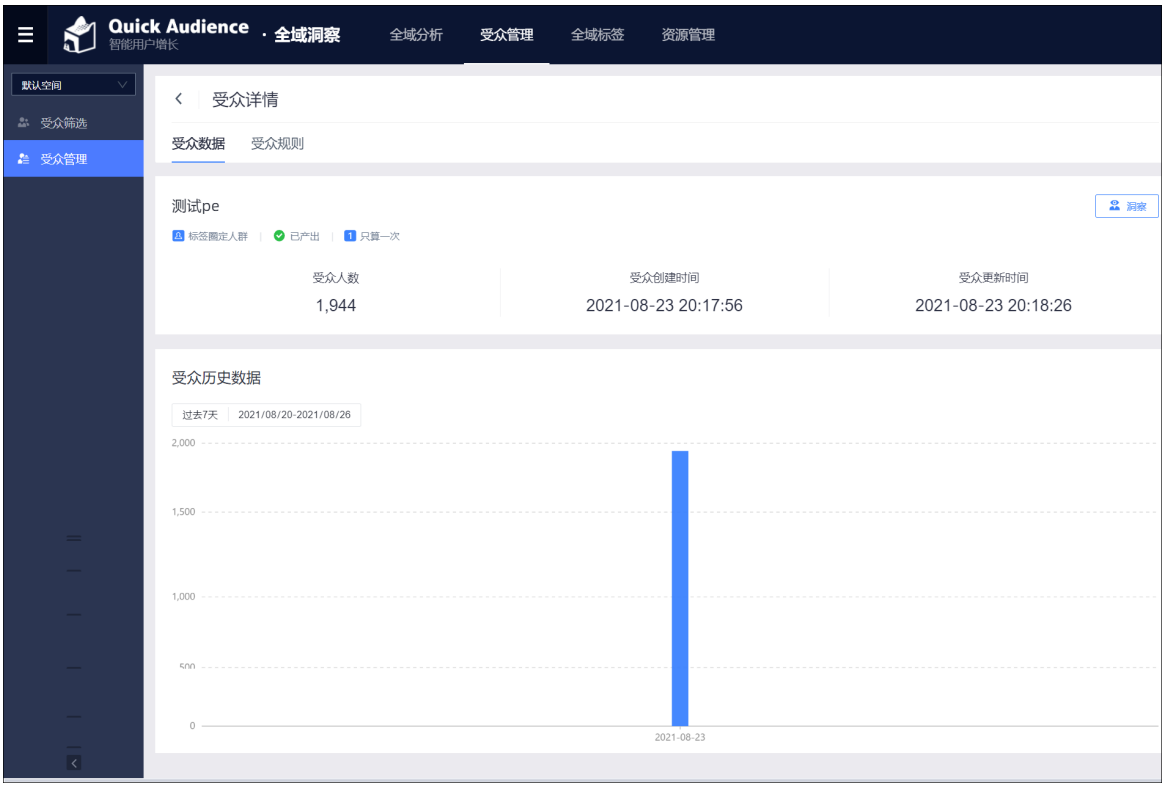
- 支持最多两层结构，即最多4个条件组合成一个条件组，最多支持5个条件组。可增加或删除，如下图所示。

配置好筛选条件后，输入受众名称，设置是否每天更新计算，是否公开，单击**生成受众**。生成的受众将添加至全域洞察模块的受众管理页面，请参见受众管理；也将自动同步到用户洞察模块的受众管理页面，请参见用户洞察模块受众基本功能。

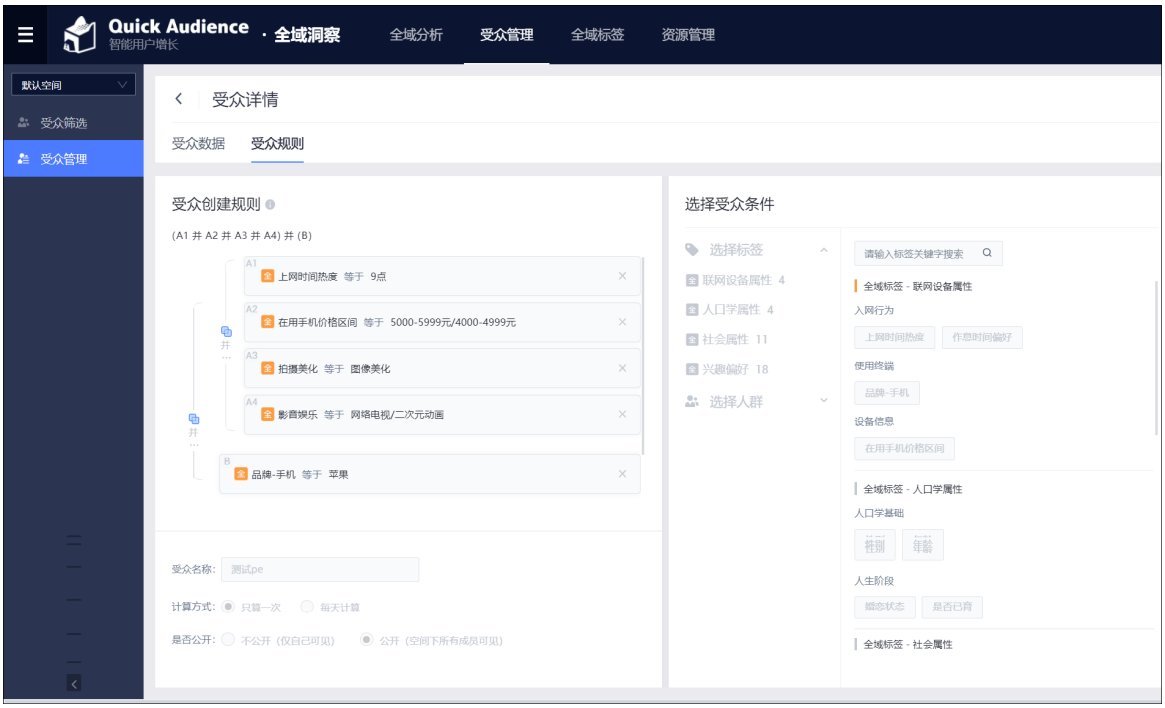
受众管理

受众管理页面**我的受众**列表，展示自己通过全域标签筛选创建的受众，或本工作空间下其他用户创建的公开受众。

- 单击**洞察**，对该受众进行洞察分析，请参见洞察分析。
- 单击受众名称或详情，进入受众详情页面：
  - **受众数据**页签：展示受众人数、创建时间、最近更新时间、受众历史数据量变化。



- **受众规则**页签：展示创建受众时的筛选条件和保存设置。



- 单击**删除**，可删除自己创建的受众。

5.5. 全域标签

全域标签功能基于已接入的存量用户，匹配并预置丰富的全域标签，用于画像洞察、人群细分。

标签体系

全域洞察模块初始化完毕后，您可在标签体系页面搜索、查看、使用预置好的全域标签。

标签列表中：

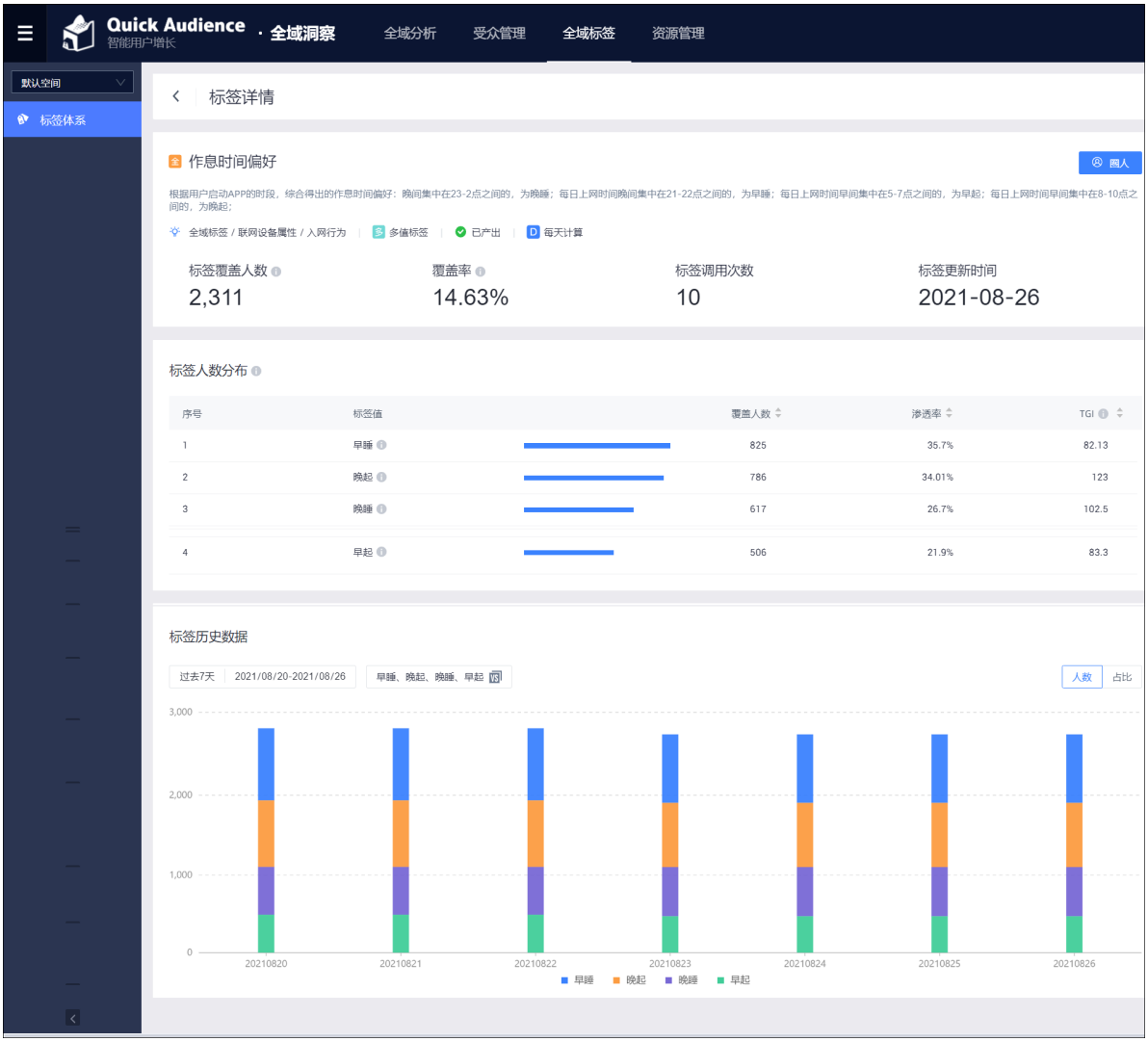
- 覆盖人数：全域标签所覆盖的用户人数，即针对该标签有数据的用户人数。
- 调用次数：该标签参与受众筛选和洞察分析的总次数。

- 更新时间：全域标签将每日更新上述覆盖和调用情况。

您可以：

- 单击**圈人**，使用该标签进行受众筛选，请参见受众筛选。
- 单击**详情**，进入标签详情页面。

  页面展示该标签的详细信息、标签不同取值的人数分布、历史人数分布数据变化。



5.6. 资源管理

资源管理功能用于管理资源购买及使用情况。

- 页面上方显示：
  - 已使用资源包（ID数）：跨空间累计已识别、去重的受众用户ID个数，不能识别、重复的用户ID不计入ID数。
  - 已欠费资源包（ID数）：可用资源包（ID数）不足导致产生欠费，欠费后将不再支持推送受众到全域洞察模块。
  - 剩余可用资源包（ID数）：已购买且有效的资源包减去已使用资源包。

- **资源购买记录**页签显示指定时间段内的购买记录，如上图所示。请注意过期时间和剩余资源包ID数。
- **资源使用记录**页签显示指定时间段内的资源使用记录，如下图所示。

6.用户营销

6.1. 用户营销概述

用户营销模块提供多种用户营销手段，您可以通过用户营销模块，对您在用户洞察侧筛选的受众，做指定渠道营销。营销方式可以通过在私有化营销模块下创建单次或定时营销任务实现，或者基于业务侧营销策略创建自动化营销任务实现营销目的。

用户营销模块主要包括三大部分：

- 私有化营销：
  - 对接阿里云短信平台、阿里云邮件平台、第三方短信平台、第三方邮件平台，对选定受众进行定时或即时短信或邮件发送。
  - 对接自有微信公众号、微博账号、抖音账号，进行内容运营。
  - 对接友盟PUSH平台，对选定受众进行定时或即时PUSH营销。
  - 通过webhook对接您的一方系统（如CRM），对选定受众进行自定义渠道营销。
- 广告营销：
  - 将受众推送至数据银行、达摩盘，帮助建立品牌全域消费者数据资产。
  - 将受众推送至天攻智投、巨量引擎、腾讯广告、百度营销等平台，用于后续在相应平台上对受众进行广告营销。
- 自动化营销：
  - 将短信发送、邮件发送、PUSH营销、微信营销、生成受众等动作，通过营销动作、条件控制和流程控制组件，组织为一系列自动执行的营销任务。

使用说明

- **使用条件**：购买基础版或标准版后可分别使用对应的基础功能，购买用户营销功能包、自动化营销功能包后可分别使用对应的高级功能，具体信息请参见售卖版本和功能包规格说明。

  自动化营销中的发优惠券、社交互动事件等功能涉及社交互动模块，仅在购买社交互动功能包后可用。
- **使用权限**：
  - 对于标准版：支持组织管理员、空间管理员（管理员）、开发者、分析师，以及具有对应模块权限的自定义角色成员使用。
    - 自动化营销中的发优惠券、社交互动事件等功能涉及社交互动模块，支持组织管理员、空间管理员，以及具有“社交互动-客户运营”或“社交互动-公众号运营”角色的成员使用。
    - 私有化营销中的自定义渠道营销，仅支持组织管理员、空间管理员，以及具有“用户营销-私有化营销-自定义营销渠道”权限的自定义角色成员使用。
  - 对于基础版：支持管理员、开发者、分析师使用。
- **使用流程**：
  i. 对于微信、微博、抖音、巨量引擎、腾讯广告、百度营销等第三方渠道，首次使用前需要进行添加渠道操作，请参见添加渠道。
  ii. 对于微博、微信公众号、抖音、友盟PUSH、数据银行、达摩盘、天攻智投、巨量引擎、腾讯广告、百度营销，进行相应的账号配置，请参见账号授权。

iii. 对于阿里云短信、阿里云邮件、第三方短信、第三方邮件、微信回流数据源、友盟PUSH，由标准版的组织管理员、基础版的管理员进行相应的接口等配置，请分别参见标准版接口管理、配置阿里云短信邮件接口。

iv. 对于自定义渠道营销，由组织管理员、空间管理员配置webhook，对接您的一方系统，请参见Webhook管理。

v. 进行内容管理，包括短信、邮件、微博、微信内容模板管理，短信签名管理，图片、视频、音频素材管理，请参见内容管理。

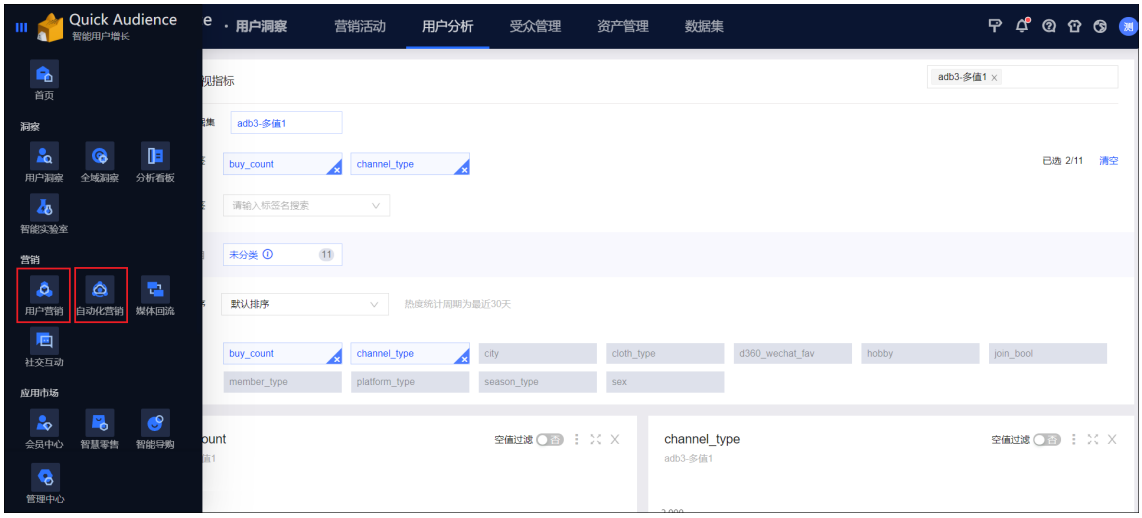
vi. 创建各渠道的普通任务或自动化任务，具体操作请参见各渠道的创建任务文档。

vii. 任务执行后，查看任务的执行情况，请参见各渠道的任务管理文档；对相应的发送、阅读、曝光、点击数、花费等信息进行统计分析，请参见各渠道的营销效果分析文档。

- **使用入口：**

i. 鼠标滑过左上角☰图标调出导航栏浮层，从**营销**分组选择**用户营销**，进入模块。

若选择**自动化营销**，将直接进入自动化营销页面。



ii. 从左上角下拉框选择所在的工作空间（仅标准版需选择空间）。

6.2. 私有化营销

6.2.1. 短信营销

6.2.1.1. 短信营销概述

短信营销支持对接阿里云短信平台和第三方短信平台，用户可以对用户洞察中圈选后状态为执行成功的受众进行定时或即时推广短信、短信通知、数字短信发送操作：

- 推广短信：文本类型的短信，支持插入若干短链接，短链接可带短参。仅阿里云短信平台支持短链接、短参。适用于新品宣传、会员关怀、生日祝福、商品促销、活动邀请等应用场景。

> 说明
>
> 若您申请开通了阿里云全变量白名单，阿里云推广短信将支持插入若干变量。

- 短信通知：文本类型的短信，支持插入若干变量或短链接，短链接可带短参。仅阿里云短信平台支持短链接、短参，阿里云短信平台、第三方短信平台均支持变量。适用于优惠券使用通知、固定节日营销活动通知。
- 数字短信：短信内容支持文本、图片、音频、视频。仅支持通过阿里云短信平台发送。

> 说明
>
> - 变量：用于针对不同用户发送差异性内容，该差异性内容可为受众来源数据集中的字段。例如：插入变量${name}，并指定其取值为受众来源数据集的姓名字段，则发送短信时将在变量对应位置显示用户姓名。
> - 短链接：简称为短链，是将原始长网址压缩而成的短网址，可为短信预留更多的内容空间。
> - 短参：将11位用户手机号转化为6位短参，拼接在短链后形成基于手机号的短链，可实现追踪到用户手机号维度的访问数据采集功能，采集到的数据将回流到阿里云短信平台。
>
> 变量、短链接、短参的支持情况如下表所示。Y表示支持，N表示不支持。

	推广短信		短信通知	
	阿里云短信平台	第三方短信平台	阿里云短信平台	第三方短信平台
变量	普通用户：N 开通了阿里云全变量白名单的用户：Y	N	Y	Y
短参	Y	N	Y	N
短链接	Y	N	Y	N

受众可指定为您创建的受众或公共受众，也可通过上传受众列表文件指定。受众的ID类型为手机号，或受众的来源数据集含手机号。

> **说明**
>
> 首次创建短信任务之前，需要先进行短信接口配置，支持添加阿里云短信接口、第三方短信接口。阿里云短信接口配置，请参见配置阿里云短信邮件接口；第三方短信接口配置，请参见新建第三方短信邮件平台接口。

消息回复

您在阿里云短信接口管理中开启并配置上行消息接收后，通过阿里云短信平台发送的短信支持用户回复，您可以在消息回复页签：

- 查看收到的用户回复短信。
- 针对用户回复短信，再次回复用户。

退订消息

对于支持短信退订的短信平台，如阿里云短信平台，短信营销任务发送的每条推广短信最后都将带有“回T退订”字样（占4个短信字数）。

若用户回复了“T”，该短信平台将针对当前短信签名屏蔽该用户，短信营销任务通过该短信平台发送使用同一个签名的推广短信时，将不再发送给该用户。

阿里云全变量白名单

您可以申请开通阿里云全变量白名单，开通后，您创建的阿里云文本短信（含推广短信、通知短信）模板将自动通过审核，并且阿里云推广短信也将支持插入若干变量。

若您需要灵活定制短信内容，希望缩减短信内容审批时间，请联系您对应的商务人员申请开通阿里云全变量白名单。

6.2.1.2. 创建推广短信任务

您可以创建推广短信任务，以发送文本短信的方式来触达用户，支持插入若干短链接，短链接可带短参。支持创建阿里云推广短信任务、第三方推广短信任务，但仅阿里云推广短信支持短链接、短参。若您申请开通了阿里云全变量白名单，阿里云推广短信还支持插入若干变量。具体说明，请参见短信营销概述。

操作步骤：

1. 选择**用户营销**>（对于标准版）所在工作空间>**私有化营销**>**短信营销**。

2. 单击右上角**创建发送任务**，进入**创建短信任务**页面，如下图所示。

3. 进行以下参数配置：
   - **任务名称**：输入任务名称，可以通过任务名称来区分当前任务的作用。单个空间下任务名称不可重复。

     > **说明**
     >
     > 实际发送内容不受任务名称影响。

   - **短信平台**：从下拉列表选择要使用的短信平台。

> **说明**
>
> 请注意对于推广短信，第三方短信平台不支持短链接、短参。

- **短信类型**：选择**推广短信**。
- **签名选择**：从下拉列表选择已有签名或**新建签名**、**添加已过审签名**。签名将会随短信一起发送至用户。

  添加已过审签名时，无须添加【】，签名发送会自带【】符号，避免重复。

> **说明**
>
> 签名必须在对应的短信平台通过审核才可添加，否则短信将发送失败，请提前到阿里云短信控制台或第三方短信平台确认签名已通过审核。新建签名，请参见短信签名管理。

- **模板选择**：
  - **选择已有模板**：从下拉列表选择已有模板。模板的创建，请参见创建文本短信模板。
  - **新建模板**：请在下方输入模板名称，编辑短信内容作为模板内容。

> **说明**
>
> - 请注意模板在对应对的短信平台审核通过后才能发送。
> - 若您申请开通了阿里云全变量白名单，阿里云短信的新模板将自动通过审核，可以随时发送。

- **短链接**：
  - 如需使用短链，从下拉列表选择已有短链或**创建短链**，然后单击**复制链接**，将复制的短链粘贴到短信内容中。格式为：http://xxx.cn/xxxxxx。
  - 如需使用带短参的短链，勾选**带短参**，则复制的短链将带有短参。格式为：http://xxx.cn/xxxxxx?ph=${sp_xxxx}。

> **说明**
>
> - 选择短链时请注意短链的有效期，用户点击短链时，短链必须在有效期内才能正常打开网址。创建短链，请参见短链管理。
> - 带短参的短链中的${sp_xxxx}为短参，发送短信时将根据每个11位用户手机号生成对应的6位短参。
> - 使用短参采集到的用户访问数据将回流到阿里云短信平台，请与该产品的客服人员联系获取数据。

- **短信内容**：依赖于短信模板。页面右侧将展示短信的内容预览，请关注预览效果。

> **说明**
>
> - 若选择模板后继续更改内容，则等同于新建模板，同样需要审核通过后才能发送。
> - 若您申请开通了阿里云全变量白名单，则您可以插入若干变量，格式为：${name}。并且，更改后的新模板将自动通过审核，可以随时发送。但不可插入变量到短链接。

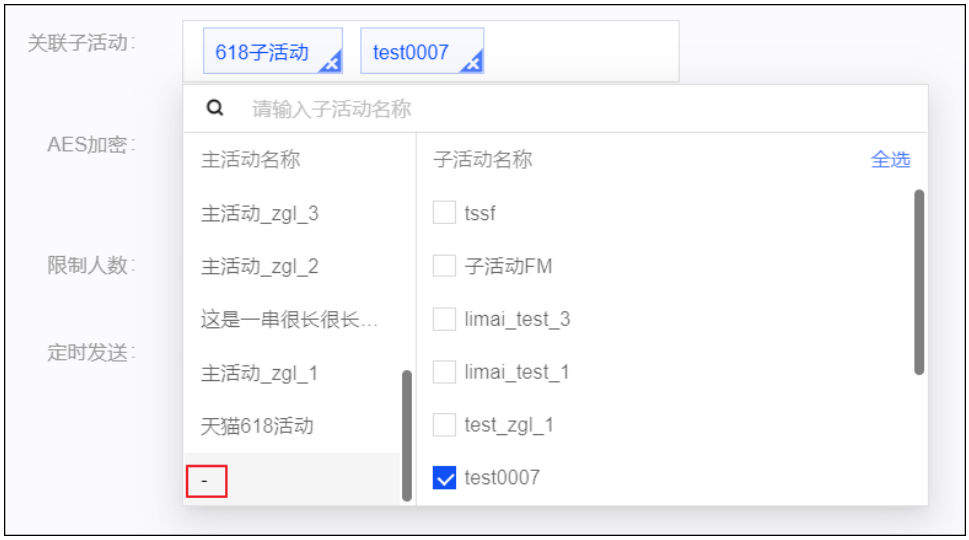
- **接收号码**：指定短信的受众，支持两种方式：
  - 受众选择：单击**选择受众**，选择一个ID类型为手机号，或来源数据集含手机号的受众。
  - 手动上传：上传CSV或TXT格式的受众列表文件，文件包含受众的手机号。

> **说明**
>
> 若已向短信内容插入短参或变量，则仅支持选择受众，不支持手动上传。

- **选择标签**：仅当短信内容中含有短参或变量时，才显示该配置项。
  - 若含有短参，短参取值依赖手机号，您不需要设置。
  - 若含有变量，则需单击**选择标签**，从已选受众的来源用户标签数据集选择一个标签字段，作为发送给具体用户时的变量值。若字段为时间型，还需要选择显示时间的格式，如下图所示。

    并设置当受众无可选标签或用户的标签值为空时的处理方式：
    - **不发送**：用户的标签值为空时，不发送短信给该用户。
    - **替换**：将变量替换为指定文字。

- **关联子活动**：选择主活动，再选择该主活动下的子活动（独立子活动将展示在主活动列表最后的 - 之下），将营销任务与子活动关联，支持关联多个子活动。活动相关说明，请参见营销活动文档。



- **AES加密**（基础版无此选项）：选择ID是否已做AES加密。

如ID已做AES加密，需要在推送前进行解密，解密时需要AES密钥。AES密钥配置，请参见组织系统配置。

- **限制人数**：如果选择的受众为1000人，但只需要对100人进行营销，则开启限制人数开关，输入数字100即可。限制人数不可大于选择的受众人数。
- **定时发送**：开启时可指定发送时间。若开启定时发送，为了保证流程通畅不受阻碍，必须选择已通过审核的短信模板作为发送的内容，且不可更改。

> **说明**
>
> 若您申请开通了阿里云全变量白名单，阿里云短信的新模板将自动通过审核，可以随时发送，因此定时发送支持任何已有模板、支持修改模板。

4. 单击**提交发送任务**，在弹窗中核对任务信息无误后，单击**确认**，完成推广短信任务创建。

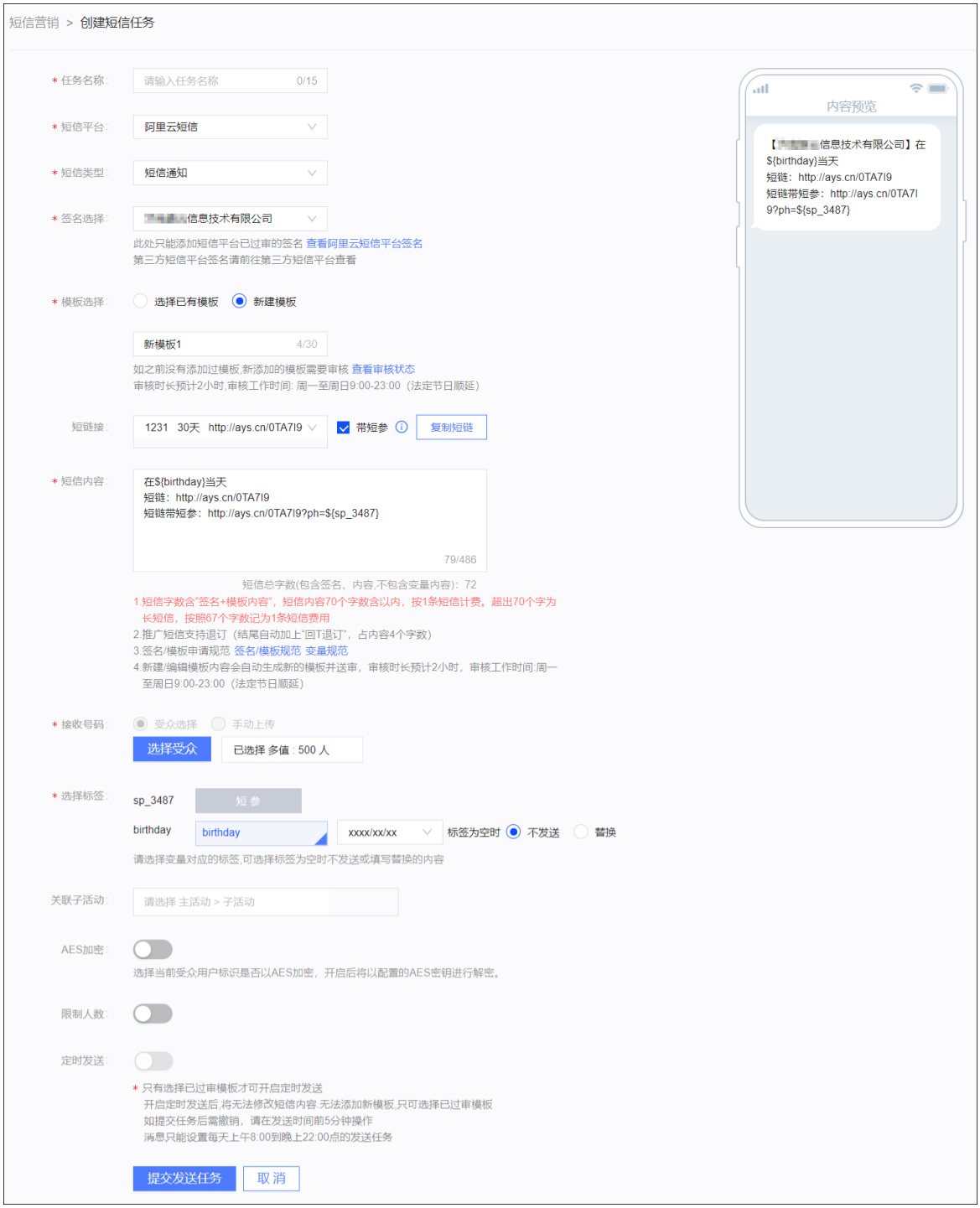
6.2.1.3. 创建短信通知任务

您可以创建短信通知任务，以发送文本短信的方式来触达用户，支持插入若干变量或短链接，短链接可带短参。支持创建阿里云短信通知任务、第三方短信通知任务，但仅阿里云短信通知支持短链接、短参。具体说明，请参见短信营销概述。

操作步骤：

1. 选择**用户营销**>所在工作空间>**私有化营销**>**短信营销**。

2. 单击右上角**创建发送任务**，进入**创建短信任务**页面，如下图所示。



3. 进行以下参数配置：
   - **任务名称**：输入任务名称，可以通过任务名称来区分当前任务的作用。

     > **说明**
     >
     > 实际发送内容不受任务名称影响。

   - **短信平台**：从下拉列表选择要使用的短信平台。

> **说明**
>
> 请注意对于短信通知，第三方短信平台不支持短链接、短参，支持变量。

- **短信类型**：选择**短信通知**。
- **签名选择**：从下拉列表选择已有签名或**新建签名**、**添加已过审签名**。签名将会随短信一起发送至用户。

  添加已过审签名时，无须添加【】，签名发送会自带【】符号，避免重复。

> **说明**
>
> 签名必须在对应的短信平台通过审核才可添加，否则短信将发送失败，请提前到阿里云短信控制台或第三方短信平台确认签名已通过审核。新建签名，请参见短信签名管理。

- **模板选择**：
  - **选择已有模板**：从下拉列表选择已有模板。模板的创建，请参见创建文本短信模板。
  - **新建模板**：请在下方输入模板名称，编辑短信内容作为模板内容。

> **说明**
>
> - 请注意模板在对应对的短信平台审核通过后才能发送。
> - 若您申请开通了阿里云全变量白名单，阿里云短信的新模板将自动通过审核，可以随时发送。

- **短链接**：
  - 如需使用短链，从下拉列表选择已有短链或**创建短链**，然后单击**复制链接**，将复制的短链粘贴到短信内容中。格式为：http://xxx.cn/xxxxxx。
  - 如需使用带短参的短链，勾选**带短参**，则复制的短链将带有短参。格式为：http://xxx.cn/xxxxxx?ph=${sp_xxxx}。

> **说明**
>
> - 选择短链时请注意短链的有效期，用户点击短链时，短链必须在有效期内才能正常打开网址。创建短链，请参见短链管理。
> - 带短参的短链中的${sp_xxxx}为短参，发送短信时将根据每个11位用户手机号生成对应的6位短参。
> - 使用短参采集到的用户访问数据将回流到阿里云短信平台，请与该产品的客服人员联系获取数据。

- **短信内容**：依赖于短信模板。页面右侧将展示短信的内容预览，请关注预览效果。

> **说明**
>
> - 若选择模板后继续更改内容，则等同于新建模板，同样需要审核通过后才能发送。
> - 您可以插入任意个变量，格式为：${name}。但不可插入变量到短链接。
> - 若您申请开通了阿里云全变量白名单，阿里云短信的新模板将自动通过审核，可以随时发送。

- **接收号码**：指定短信的受众，支持两种方式：
  - 受众选择：单击**选择受众**，选择一个ID类型为手机号，或来源数据集含手机号的受众。
  - 手动上传：上传CSV或TXT格式的受众列表文件，文件包含受众的手机号。

> **说明**
>
> 若已向短信内容插入短参或变量，则仅支持选择受众，不支持手动上传。

- **选择标签**：仅当短信内容中含有短参或变量时，才显示该配置项。
  - 若含有短参，其取值依赖手机号，您不需要设置。
  - 若含有变量，则需单击**选择标签**，从已选受众的来源数据集选择一个标签字段，作为变量的值。若字段为时间型，还需要选择显示时间的格式，如下图所示。

    并设置当受众无可选标签或用户的标签值为空时的处理方式：
    - **不发送**：用户的标签值为空时，不发送短信给该用户。
    - **替换**：将变量替换为指定文字。

- **关联子活动**：选择主活动，再选择该主活动下的子活动（独立子活动将展示在主活动列表最后的 - 之下），将短信营销任务与子活动关联，支持关联多个子活动。活动相关说明，请参见营销活动文档。

- **AES加密**（基础版无此选项）：选择ID是否已做AES加密。

  如ID已做AES加密，需要在推送前进行解密，解密时需要AES密钥。AES密钥配置，请参见组织系统配置。

- **限制人数**：如果选择的受众为1000人，但只需要对100人进行营销，则开启限制人数开关，输入数字100即可。限制人数不可大于选择的受众人数。
- **定时发送**：开启时可指定发送时间。若开启定时发送，为了保证流程通畅不受阻碍，必须选择已通过审核的短信模板作为发送的内容，且不可更改。

> **说明**
>
> 若您申请开通了阿里云全变量白名单，阿里云短信的新模板将自动通过审核，可以随时发送，因此定时发送支持任何已有模板、支持修改模板。

4. 单击**提交发送任务**，在弹窗中核对任务信息无误后，单击**确认**，完成短信通知任务创建。

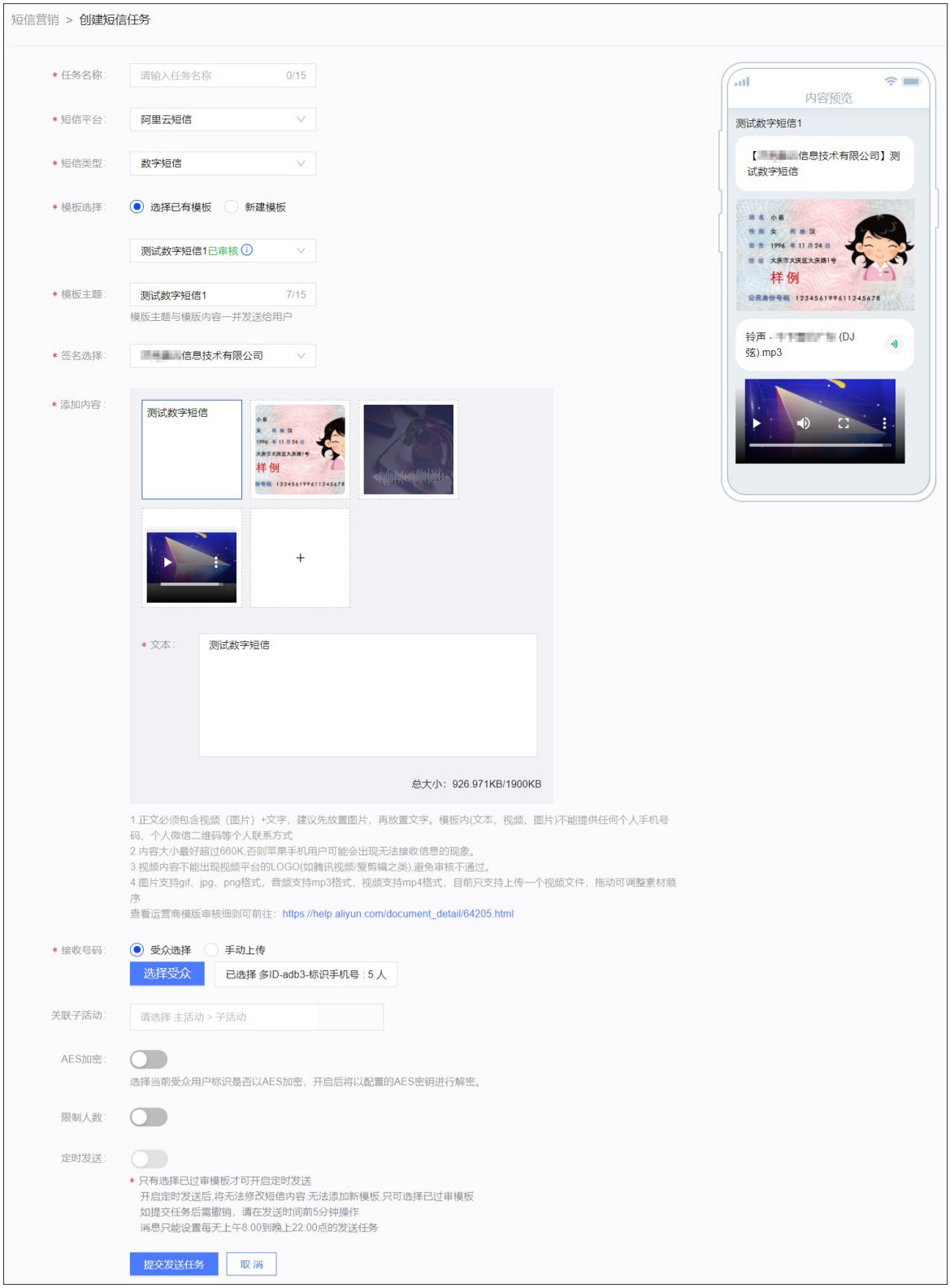
6.2.1.4. 创建数字短信任务

您可以创建数字短信任务，以发送数字短信的方式来触达用户。数字短信内容支持文本、图片、音频、视频。仅支持阿里云数字短信任务。

操作步骤：

1. 选择**用户营销**>所在工作空间>**私有化营销**>**短信营销**。

2. 单击右上角**创建发送任务**，进入**创建短信任务**页面，如下图所示。



3. 进行以下参数配置：
   - **任务名称**：输入任务名称，可通过任务名称来区分当前任务的作用。

> **说明**
>
> 实际发送内容不受任务名称影响。

- **短信平台**：从下拉列表选择**阿里云短信**。

> **说明**
>
> 数字短信仅支持选择**阿里云短信**。

- **短信类型**：选择**数字短信**。
- **选择模板**：
  - **选择已有模板**：从下拉列表选择已有模板。模板的创建，请参见创建数字短信模板。
  - **新建模板**：请在下方输入模板名称、模板主题，选择签名，编辑内容作为模板内容。

> **说明**
>
> 请注意模板在运营商审核通过后才能发送到归属于该运营商的手机号，鼠标移动到模板名称后的ⓘ图标上方，可以查看已审核支持该模板的运营商。

- **模板主题**：模板主题将会随短信一起发送至用户。
- **签名选择**：从下拉列表选择已有签名或**新建签名**、**添加已过审签名**。签名将会随短信一起发送至用户。

  添加已过审签名时，无须添加【】，签名发送会自带【】符号，避免重复。

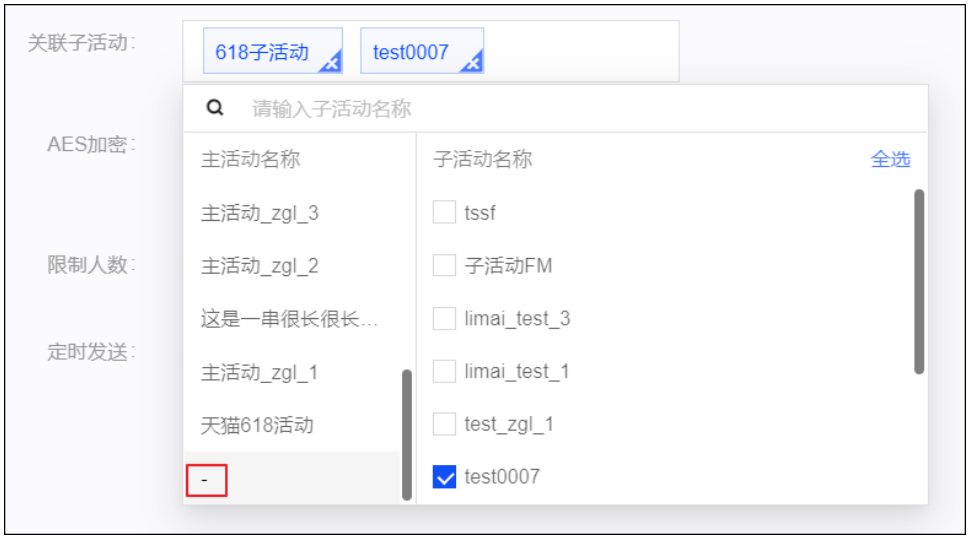
> **说明**
>
> 签名必须在对应的短信平台通过审核才可添加，否则短信将发送失败，请提前到阿里云短信控制台确认签名已通过审核。新建签名，请参见短信签名管理。

- **添加内容**：依赖于短信模板。页面右侧将展示短信的内容预览，请关注预览效果。

> **说明**
>
> - 若选择模板后继续更改内容（含主题、签名），则等同于新建模板，同样需要审核通过后才能发送。
> - 如需添加内容，单击+号区域后可以选择添加文本、图片、音频、视频等内容，视频内容只可添加一个。
> - 鼠标移动到内容项目上方，将出现调整顺序按钮和删除按钮。

- **接收号码**：指定短信的受众，支持两种方式：
  - 受众选择：单击**选择受众**，选择一个ID类型为手机号，或来源数据集含手机号的受众。
  - 手动上传：上传CSV或TXT格式的受众列表文件，文件包含受众的手机号。

- **关联子活动**：选择主活动，再选择该主活动下的子活动（独立子活动将展示在主活动列表最后的 - 之下），将短信营销任务与子活动关联，支持关联多个子活动。活动相关说明，请参见营销活动文档。



- **AES加密**（基础版无此选项）：选择ID是否已做AES加密。

  如ID已做AES加密，需要在推送前进行解密，解密时需要AES密钥。AES密钥配置，请参见组织系统配置。

- **限制人数**：如果选择的受众为1000人，但只需要对100人进行营销，则开启限制人数开关，输入数字100即可。限制人数不可大于选择的受众人数。

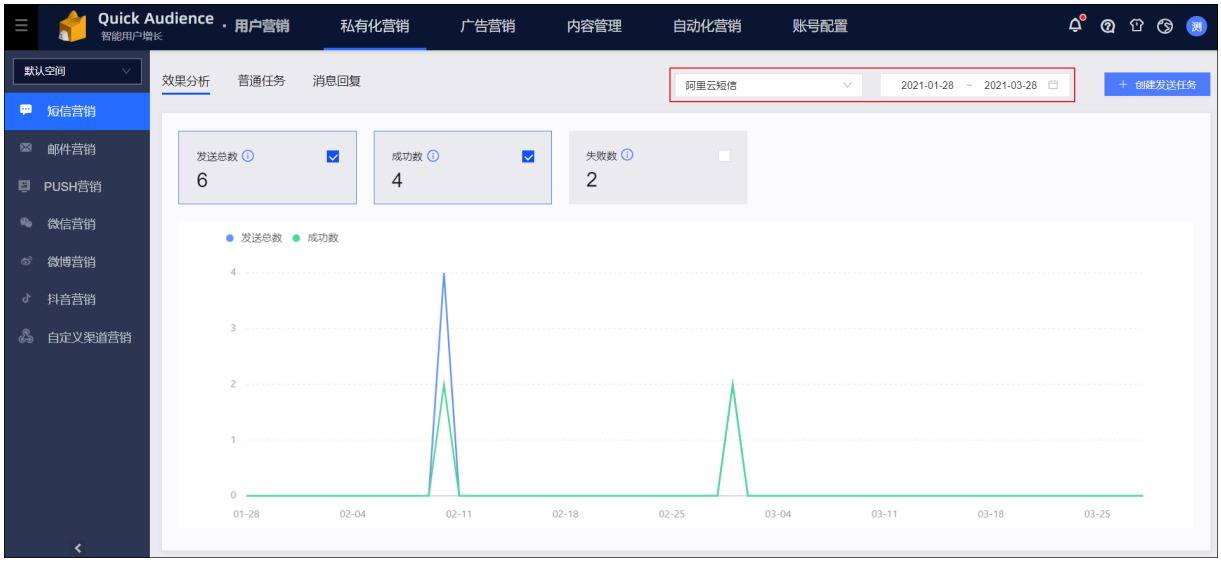
- **定时发送**：开启时可指定发送时间。若开启定时发送，为了保证流程通畅不受阻碍，必须选择已通过审核的短信模板作为发送的内容，且不可更改。

4. 单击**提交发送任务**，在弹窗中核对任务信息无误后，单击**确认**，完成数字短信任务创建。

6.2.1.5. 短信营销效果分析

支持针对短信营销任务的效果进行分析，分不同短信平台查看短信发送总数、成功数、失败数。

在**效果分析**页签，进行营销效果分析，如下图所示。



在右上角选择短信平台、时间段，下方显示对应的短信发送数据和折线图，包括发送总数、成功数、失败数。折线图中仅显示已勾选的关键项。

6.2.1.6. 短信营销任务管理

在**普通任务**页签，您可查看普通短信营销任务的执行信息。

任务列表

如下图所示，列表显示任务名称、关联子活动（若显示数字，鼠标悬停将显示所有关联子活动）、内容、任务中包含的号码数量、短信平台、短信类型、发送类型、状态等信息。

其中，状态分为：

- 审核中：短信内容正在审核。
- 审核拒绝：短信内容被驳回。
- 待发送
- 发送中
- 执行失败：鼠标移动到文字上方，显示失败原因。

- 已结束：短信发送完毕，显示发送的短信数量，以及反馈的发送成功短信数量。

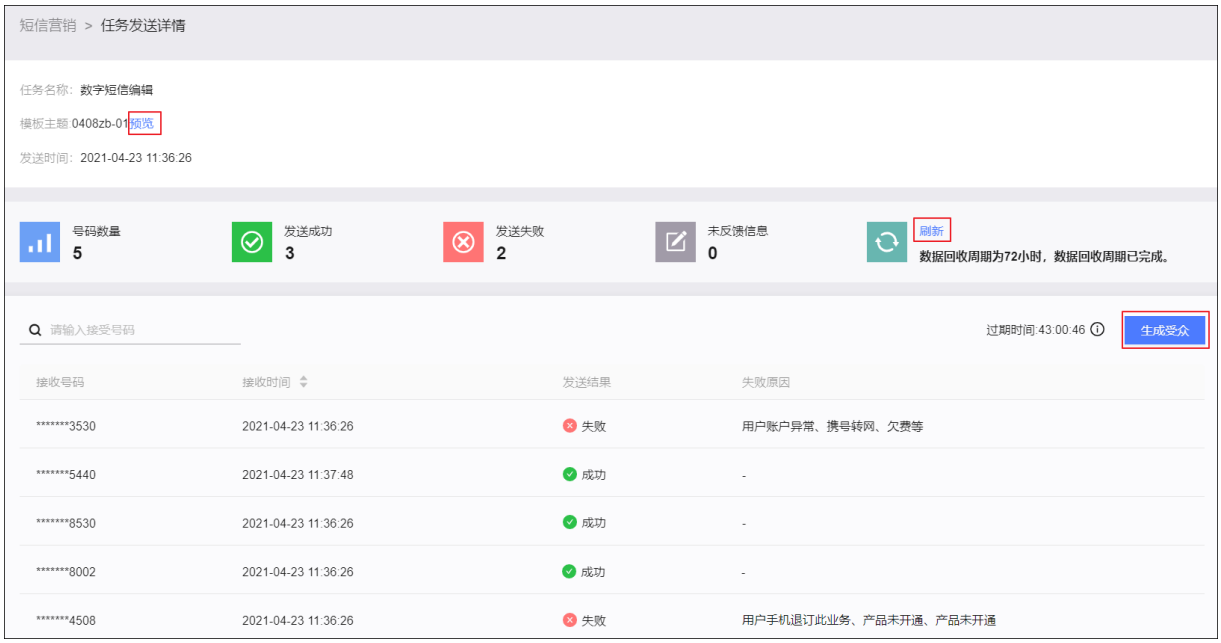
> **说明**
>
> 若任务中包含的号码数量与发送的短信数量不一致，可能的原因为：号码为空号、短信内容超长导致拆分为多条等。

您可进行以下操作：

- **查看详情**：查看任务发送情况，具体操作请参见下面的查看详情。
- **编辑**：您可以编辑审核拒绝的任务，或类型为定时发送且距离发送时间还有5分钟以上的任务。
- **删除**：您可以删除审核拒绝的任务，或类型为定时发送且距离发送时间还有5分钟以上的任务。

查看详情

单击任务的**查看详情**，进入任务发送详情页面，如下图所示。



页面显示：

- 任务名称、数字短信模板主题或文本短信全文、发送时间。

  单击数字短信模板主题的**预览**，可预览模板内容。
- 任务当前包含的号码数量、发送成功、发送失败、未反馈信息的号码数，及**刷新**操作。

> **说明**
>
> 发送成功、失败信息由短信平台反馈。因短信发送的运营商情况，一些号码可能反馈不及时，如3天（72小时）内未反馈，状态将认定为执行失败。

- 接收号码后四位，以及相应的接收时间、发送结果、失败原因（可能反馈多个可能原因）。

  单击**生成受众**，可选择筛选发送成功、发送失败或未反馈信息的用户为新的受众。

> **说明**
>
> 此类信息的保存时间为7天（168小时），过期后将删除信息，无法生成受众。

6.2.1.7. 消息回复

在**消息回复**页签，您可以查看用户对您发送的短信的回复，并且可以针对收到的回复再次回复用户。

> **说明**
>
> 仅阿里云短信平台支持接收回复，并且需要提前开启并配置上行消息接收，请参见配置阿里云短信邮件接口。

查看用户回复

从下拉列表选择您发送短信时使用的签名，如下图所示，列表显示收到的用户回复的手机号后四位、回复内容等。

单击回复对应的**标记已读**，或勾选多个回复后单击**批量标记已读**，可将回复标记为已读。

回复用户

1. 单击回复对应的**回复**，或勾选多个回复后单击**批量回复**。

2. 在弹窗中选择回复短信的模板，单击**确定回复**。

说明

- 短信签名默认使用最初向该用户发送短信时的签名。
- 短信内容仅支持使用已通过审核的推广短信模板，且模板中不能带有变量，请参见创建文本短信模板。
- 对于批量回复的短信，若已选号码中有重复号码，将对每个号码仅发送一条回复。

生成的回复用户任务也将加入**普通任务**页签的任务列表，对应发送渠道标记为**消息回复**，您可在列表中查看发送状态、实际发送的短信数量和成功发送的短信数量等。

6.2.2. 邮件营销

6.2.2.1. 邮件营销概述

邮件营销对接阿里云邮件平台和第三方邮件平台，支持对选定受众进行定时或即时邮件发送操作。 主要适用于海外客户，通过邮件营销的方式，对潜在客户推送营销活动，如品牌新品发布或季末产品促销活动，让用户在第一时间了解产品上新信息以及季末产品促销信息。

受众可指定为您创建的受众或公共受众，也可通过上传受众列表文件指定。受众的ID类型为电子邮箱，或受众的来源数据集含电子邮箱。

说明

首次创建邮件任务之前，需要先进行邮件接口配置，支持添加阿里云邮件接口、第三方邮件接口。阿里云邮件接口配置，请参见配置阿里云短信邮件接口；第三方邮件接口配置，请参见新建第三方短信邮件平台接口。

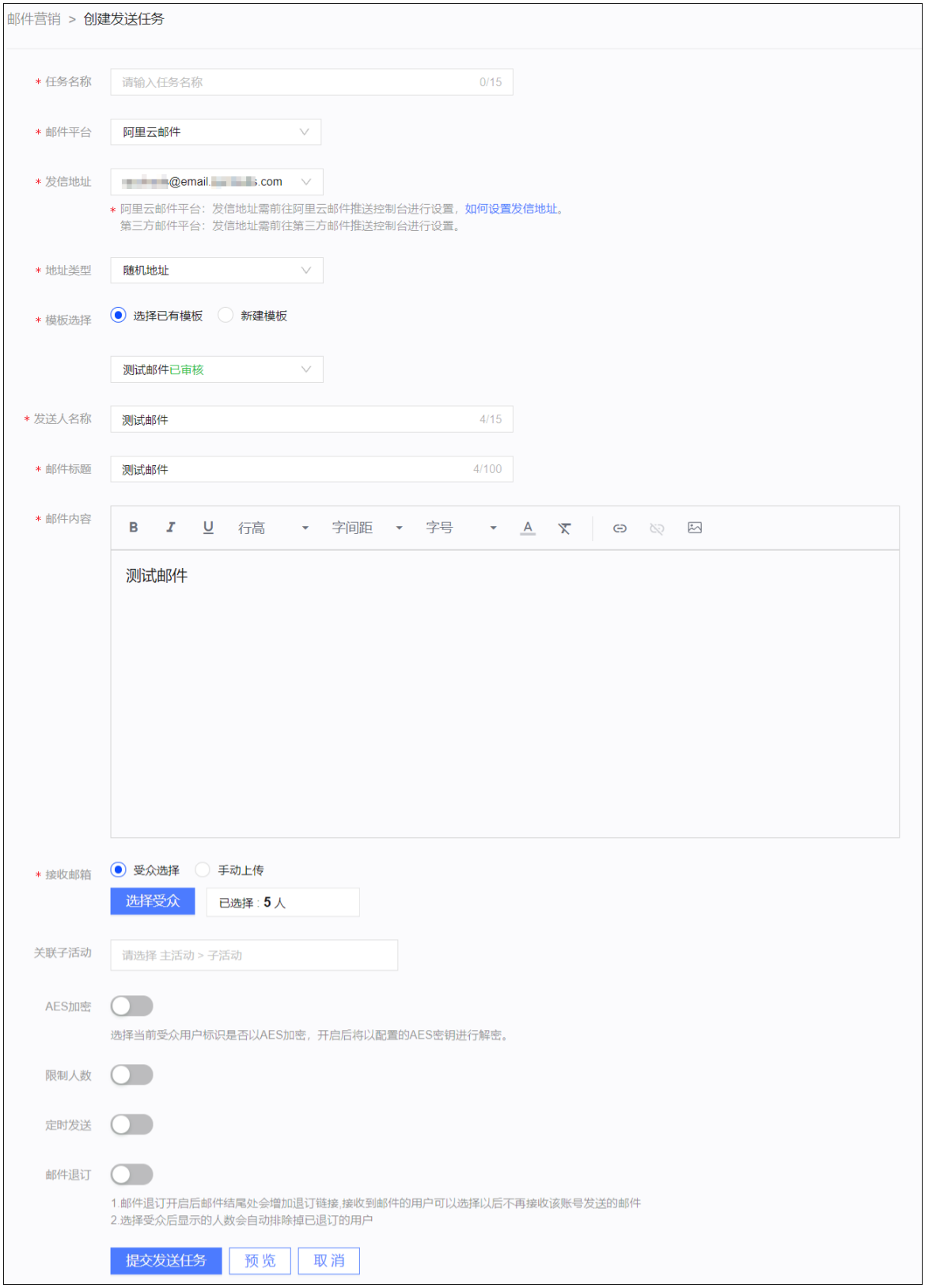
6.2.2.2. 创建邮件任务

您可以创建邮件任务，以发送邮件的方式来触达用户。支持创建第三方邮件任务、阿里云邮件任务。

操作步骤：

1. 选择**用户营销**>所在工作空间>**私有化营销**>**邮件营销**。

2. 单击右上角**创建发送任务**，进入创建邮件任务页面，如下图所示。



3. 进行以下参数配置：
   - **任务名称**：输入任务名称，可以通过任务名称来区分当前任务的作用。

> **说明**
>
> 实际发送内容不受任务名称影响。

- **邮件平台**：从下拉列表选择要使用的邮件平台。
- **发信地址**：从下拉列表选择要使用的发信地址。

> **说明**
>
> - 当选择阿里云邮件平台时，发信地址需在阿里云邮件推送控制台进行设置。
> - 当选择第三方邮件平台时，发信地址需前往第三方邮件推送控制台进行设置。绑定第三方平台后，会自动获取发信地址，获取不到时，可从下拉列表单击**添加邮件地址**手动添加地址。

- **地址类型**：
  - 随机地址：显示系统自动生成的随机串和发信地址的组合，便于追踪退信状态，推荐选择。
  - 发信地址：仅显示发信地址。
- **模板选择**：
  - **选择已有模板**：从下拉列表选择已有模板。模板的创建，请参见创建邮件模板。
  - **新建模板**：请在下方输入模板名称，编辑发送人名称、邮件标题、邮件内容作为模板内容。

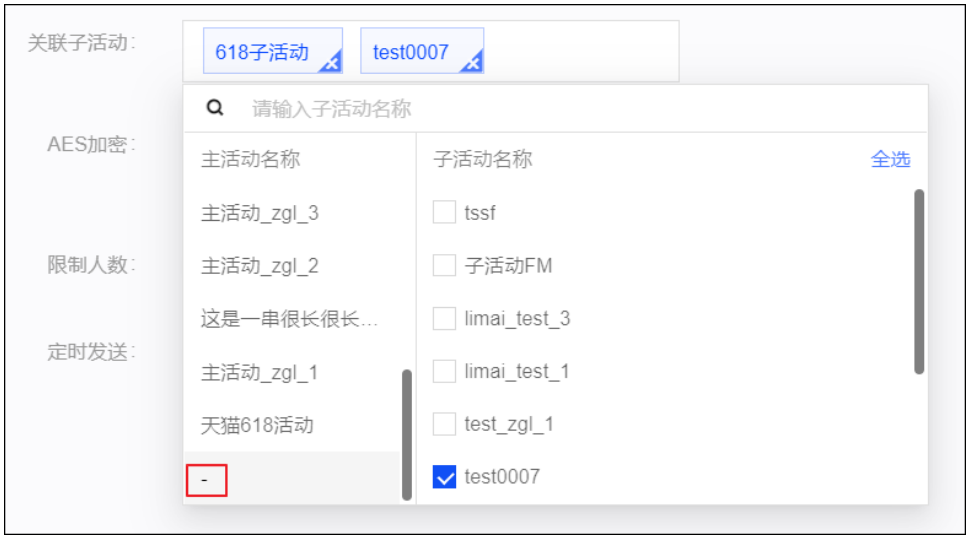
> **说明**
>
> 请注意模板在对应对的邮件平台审核通过后才能发送。

- **发送人名称**、**邮件标题**、**邮件内容**：依赖于邮件模板。单击页面底部的**预览**，可预览邮件预览，请关注预览效果。

> **说明**
>
> 若选择模板后继续更改，则等同于新建模板，同样需要审核通过后才能发送。

- **接收邮箱**：指定邮件的受众，支持两种方式：
  - 受众选择：单击选择受众，选择一个ID类型为电子邮箱，或来源数据集含电子邮箱的受众。
  - 手动上传：上传CSV或TXT格式的受众列表文件，文件包含受众的邮箱。

- **关联子活动**：选择主活动，再选择该主活动下的子活动（独立子活动将展示在主活动列表最后的 - 之下），将营销任务与子活动关联，支持关联多个子活动。活动相关说明，请参见营销活动文档。



- **AES加密**（基础版无此选项）：选择ID是否已做AES加密。

  如ID已做AES加密，需要在推送前进行解密，解密时需要AES密钥。AES密钥配置，请参见组织系统配置。

- **限制人数**：如果选择的受众为1000人，但只需要对100人进行营销，则开启限制人数开关，输入数字100即可。限制人数不可大于选择的受众人数。

- **定时发送**：开启时可指定发送时间。

- **邮件退订**：开启时给用户发送的邮件中会增加邮件退订按钮，用户选择退订后系统将记录该邮箱，下次再发送邮件时将自动排除该用户。

4. 单击**提交发送任务**，完成任务创建。

6.2.2.3. 邮件营销效果分析

支持针对邮件营销任务的效果进行分析，分不同邮件平台查看邮件发送总数、成功数、失败数和无效地址数。

在**效果分析**页签，进行营销效果分析，如下图所示。

在右上角选择邮件平台、时间段，下方显示对应的邮件发送数据和折线图，包括发送总数、成功数、失败数和无效地址数。折线图中仅显示已勾选的关键项。

6.2.2.4. 邮件营销任务管理

在**普通任务**页签，您可查看普通邮件营销任务的执行信息。

任务列表

如下图所示，列表显示任务名称、关联子活动（若显示数字，鼠标悬停将显示所有关联子活动）、标题、邮件平台、发送类型、状态等信息。

其中，状态分为：

- 待发送
- 发送中
- 已结束
- 执行失败

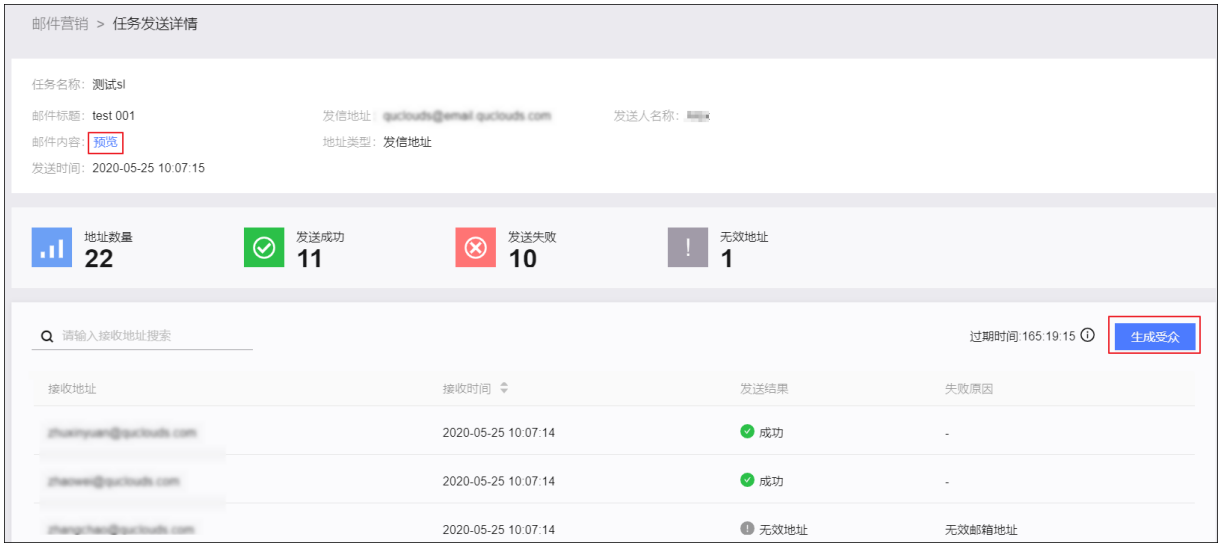
您可进行以下操作：

- **查看详情**：查看任务发送情况，具体操作请参见下面的查看详情。
- **编辑**：您可以编辑执行失败的任务，或距离发送时间还有10分钟以上的待发送任务。

- **删除**：您可以删除执行失败的任务，或距离发送时间还有10分钟以上的待发送任务。

查看详情

单击任务的**查看详情**，进入任务发送详情页面，如下图所示。



页面显示：

- 任务名称、邮件标题、发送地址、发送人名称、邮件内容、地址类型、发送时间。

  邮件内容需要单击**预览**查看。
- 任务包含的地址数量、发送成功、发送失败、无效地址数。
- 接收地址明细，及相应的接收时间、发送结果、失败原因。

  单击**生成受众**，可选择筛选发送成功、发送失败、无效地址或已标记为垃圾邮件的用户为新的受众。

> **说明**
>
> 此类信息的保存时间为7天（168小时），过期后将删除信息，无法生成受众。

6.2.3. PUSH营销

6.2.3.1. PUSH营销概述

PUSH营销对接友盟U-Push平台，支持对选定受众进行定时或即时PUSH操作。通过创建PUSH营销任务，您可以对品牌一方app的用户推送个性化的push消息，有效提升用户粘性，提高品牌App活跃度。

受众可指定为您创建的受众或公共受众、全域受众，也可通过上传受众列表文件指定。受众的ID类型为IMEI或IDFA，或受众的来源数据集含IMEI或IDFA。

> **说明**
>
> 首次创建PUSH任务之前，需要先添加友盟PUSH账号，再进行友盟PUSH应用接口配置。友盟PUSH账号绑定，请参见账号授权；友盟PUSH应用接口配置由组织管理员进行，请参见新建PUSH接口。

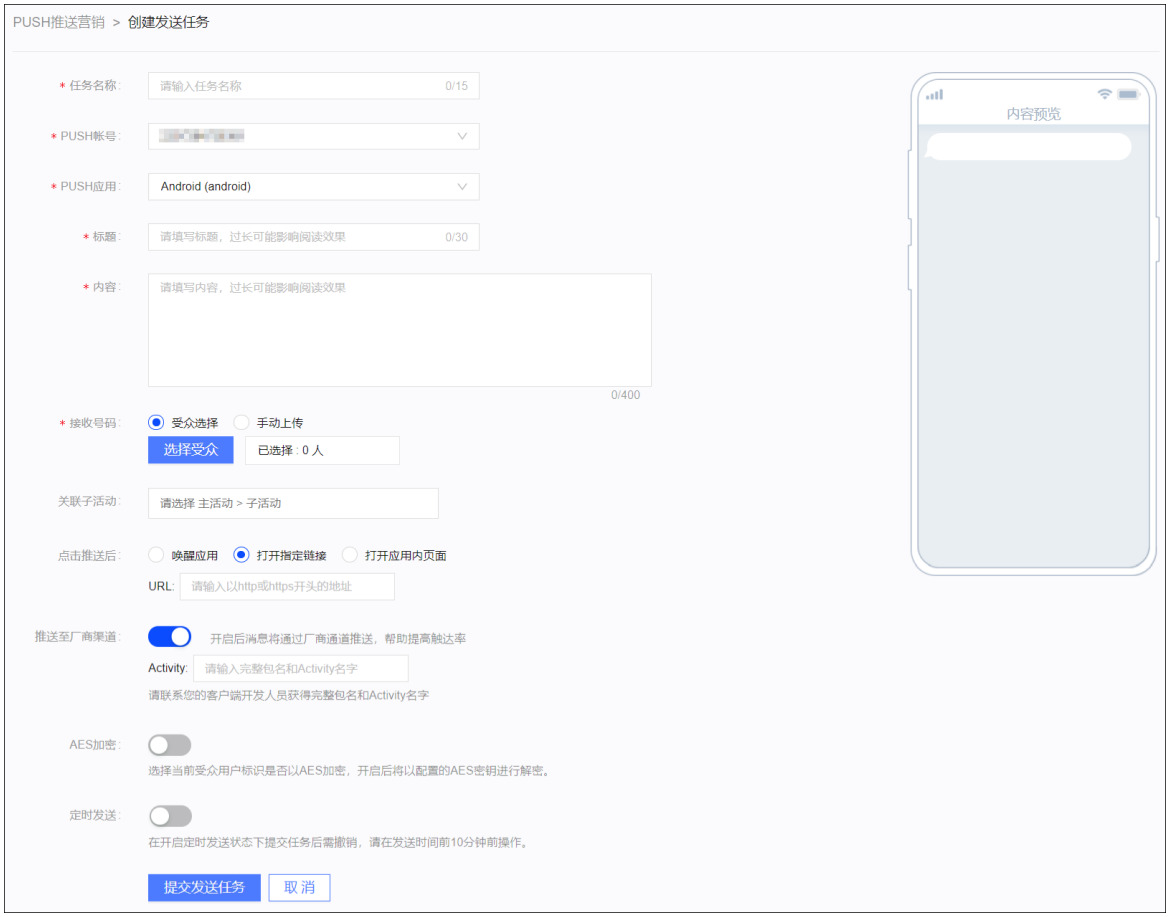
6.2.3.2. 创建PUSH任务

您可以创建PUSH推送任务，以PUSH推送的方式触达用户。

操作步骤：

1. 选择**用户营销** > 所在工作空间 > **私有化营销** > **PUSH营销**，单击右上角**创建推送任务**。

2. 在任务创建页面，配置以下参数：



参数	说明
任务名称	输入任务名称，例如：11月5日华东区推送。
PUSH账号	选择PUSH接口对应的友盟账号。 也可以单击**添加PUSH账号**，跳转到**账号管理**页面，单击右上角**账号授权**，获得友盟账号授权，再回到本页面选择账号。请参见账号授权。
PUSH应用	选择账号下的应用。 也可以单击**添加PUSH应用**，跳转到**接口管理**页面，添加新的应用接口，再回到本页面选择应用。请参见新建PUSH接口。
标题	输入PUSH消息的标题。
内容	输入PUSH消息的内容。 页面右侧将展示推送的内容预览，请关注预览效果。

参数	说明
接收号码	指定PUSH的受众，支持两种方式： ○ 受众选择：单击**选择受众**，选择一个ID类型为IMEI或IDFA，或来源数据集含IMEI或IDFA的受众。 ○ 手动上传：上传CSV或TXT格式的受众列表文件，文件包含受众的IMEI或IDFA。
关联子活动	选择主活动，再选择该主活动下的子活动（独立子活动将展示在主活动列表最后的 - 之下），将营销任务与子活动关联，支持关联多个子活动。活动相关说明，请参见营销活动文档。
点击推送后	设置受众点击推送消息后的跳转方式，支持： ○ 唤起应用。 ○ 打开指定链接：仅安卓应用支持，需输入以http或https开头的链接地址。 ○ 打开应用内页面：仅安卓应用支持，需输入完整包名和Activity名字。完整包名和Activity名字请联系您的客户端开发人员获得。
推送至厂商通道	仅安卓应用支持。消息将通过厂商通道推送，帮助提高触达率。 开启开关，并输入完整包名和Activity名字。完整包名和Activity名字请联系您的客户端开发人员获得。
AES加密 （基础版无此选项）	选择ID是否已做AES加密。 如ID已做AES加密，需要在推送前进行解密，解密时需要AES密钥。AES密钥配置，请参见组织系统配置。
定时发送	开启时可指定推送时间。

3. 单击**提交发送任务**，完成任务创建。

6.2.3.3. PUSH营销效果分析

支持针对PUSH推送任务的效果进行分析，展示关键项数据和任务数据趋势。

在**效果分析**页签，进行营销效果分析，如下图所示。

页面展示以下信息：

- 关键项：
  - 忽略总数：用户点击通知栏关闭消息的总数量，不包括系统批量关闭通知的数量。
  - 推送总数：实际下发的设备总数，包括PUSH通道和厂商通道。
  - 收到总数：消息实际下发到手机应用的总数量。
  - 打开总数：用户点击通知栏打开消息的总次数。
- 任务数据情况：推送、收到、打开、忽略总数的趋势图。

> **说明**
>
> 默认展示最近7天内，全部PUSH账号下的全部PUSH应用的效果数据。您可以在右上角筛选指定时间（可选择60天内）、指定PUSH账号和应用的效果数据。

6.2.3.4. PUSH营销任务管理

在**普通任务**页签，您可查看普通PUSH营销任务的执行信息。

任务列表

页面展示已创建的任务列表，如下图所示。

任务列表显示以下信息，便于您关注推送任务的状态及效果：

> **说明**
>
> 计划发送数|匹配率、收到数|收到率、打开数|打开率、忽略数|忽略率的统计时间均截止于开始推送72小时后，届时不再更新。

- 关联子活动（若显示数字，鼠标悬停将显示所有关联子活动）
- 计划发送数|匹配率

> **说明**
>
> - 匹配率=计划发送数÷实际发送数×100%。
> - 实际发送设备包括Push通道和厂商通道。
> - 受众圈选的设备号需要和友盟ID匹配命中后，才能进行推送，受部分手机刷机和匹配算法的影响，可能会发生部分匹配损耗。由于友盟数据漂移，iOS设备计划发送数可能大于等于设备数。

- 收到数|收到率

> **说明**
>
> - 对于Android设备，收到率=收到数÷实际发送数×100%。
> - iOS平台不支持统计收到数，显示为--。

- 打开数|打开率

> **说明**
>
> - 对于Android设备，打开率=打开数÷收到数×100%。
> - 对于iOS设备，打开率=打开数÷实际发送数×100%。

- 忽略数|忽略率

> **说明**
>
> - 对于Android设备，忽略率=忽略数÷收到数×100%。忽略数不包括系统批量关闭通知的数量。
> - iOS平台不支持统计忽略数，显示为--。

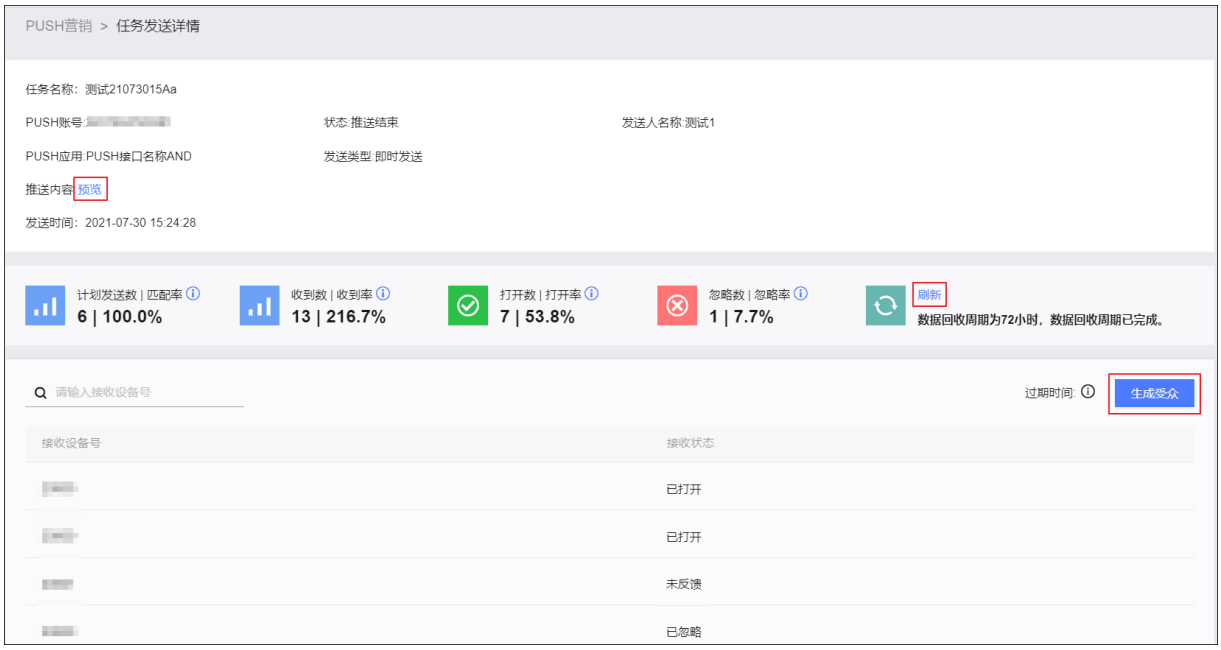
- 发送类型：
  - 定时发送
  - 即时发送
- 状态：
  - 待发送
  - 推送中
  - 推送结束
  - 推送失败
- 发送时间

您可进行以下操作：

- 查看详情：查看任务发送情况，具体操作请参见下面的查看详情。
- 编辑：对待发送状态的任务进行编辑。
- 删除：删除待发送状态的任务。

查看详情

单击任务的**查看详情**，进入任务发送详情页面，如下图所示。



页面显示：

- 任务名称、状态、发送时间、PUSH账号和PUSH应用等信息。

  单击推送内容的**预览**，可预览推送内容。

- 任务当前的计划发送数|匹配率、收到数|收到率、打开数|打开率、忽略数|忽略率，及**刷新**操作。
- 接收设备号明细，以及相应的接收状态。

  单击**生成受众**，可选择筛选已打开、已忽略或未反馈信息的用户为新的受众。

> **说明**
>
> 此类信息的保存时间为7天（168小时），过期后将删除信息，无法生成受众。

6.2.4. 微信营销

6.2.4.1. 微信营销概述

微信营销对接自有微信公众号进行内容运营，支持图文、文字、图片、音频、视频、模版消息等文章类型。通过创建微信营销任务，可以对您在Quick Audience绑定的公众号的粉丝推送图文消息、模版消息等。

适用于以下营销场景：新品上线后，通过微信图文形式通知客户。

> **说明**
>
> - 购买用户营销功能包后支持该功能。
> - 微信公众号粉丝数据将自动回流到指定的数据源，创建微信营销任务前，请先设置该数据源，参见配置回流数据源。

6.2.4.2. 创建微信任务-图文

您可发送微信图文消息。

1. 选择**用户营销**>所在工作空间>**私有化营销**>**微信营销**，单击右上角**创建发送任务**。

2. 选择发送微信的公众号，设置任务名称。任务名称不影响消息内容。

3. **文章类型**选择为**图文**。

4. **模板选择**：默认**不使用模板**。您也可以从下拉框选择已有模板。
5. **文章标题**、**输入作者**、**文章正文**、**封面摘要**：
   - 若您未使用模板，则需要编辑。
   - 若您使用模板，则均包含于模板中，选择模板后可继续编辑。
6. **原文链接**：添加链接后，点击文章末尾的**阅读原文**，将跳转到该链接。

7. **封面摘要**、**文章标题**设置后，将显示在文章编辑区的上方，如下图所示。

   - 若本次需要发送多篇文章，单击上图中的 **+** ，将增加一篇文章，最多可增加至8篇文章。
   - 单击文章封面，文章编辑区将切换到该文章的内容，此时可以编辑该文章。
   - 您可以调整文章顺序，鼠标移动到文章封面上，封面左上角出现图标，单击图标可与相邻文章交换顺序。第一篇文章的封面、标题展示样式将与其他文章不同，请参考页面右侧的内容预览，调整顺序后请注意重新设置封面。
   - 鼠标移动到文章封面上，封面右上角出现图标，单击图标并确认，可删除该文章。

8. 选择**发送对象**，默认为公众号全部粉丝，可选择仅发送给指定标签分组的粉丝。
9. 设置是否**定时发送**，可在设定的时间发送消息。
10. （可选）您可以单击**手机预览**，在弹窗中输入用于接收预览文章的微信号（需要已关注发送微信的公众号），单击**确定**。该微信号将收到预览文章消息，仅用于查看文章效果，链接将在短期内失效，不可用于传播。

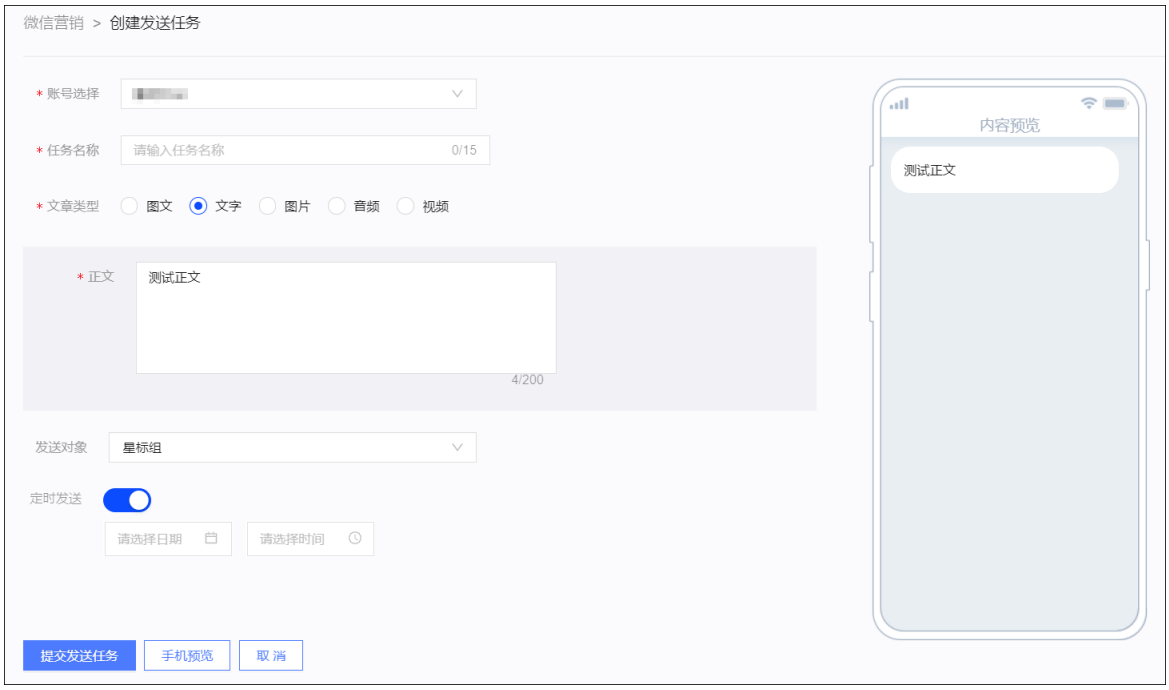
11. 单击**提交发送任务**，保存消息设置。

6.2.4.3. 创建微信任务-文字

您可发送微信文字消息。

1. 选择**用户营销**>所在工作空间>**私有化营销**>**微信营销**，单击右上角**创建发送任务**。

2. 选择发送微信消息的公众号，设置任务名称。任务名称不影响发送内容。
3. **文章类型**选择为**文字**。



4. 输入消息正文。
5. 选择**发送对象**，默认为公众号全部粉丝，可选择仅发送给指定标签分组的粉丝。
6. 设置是否**定时发送**，可在设定的时间发送消息。

7. （可选）您可以单击**手机预览**，在弹窗中输入用于接收预览文章的微信号（需要已关注发送微信的公众号），单击**确定**。该微信号将收到预览文章消息，仅用于查看文章效果，链接将在短期内失效，不可用于传播。

8. 单击**提交发送任务**，保存消息设置。

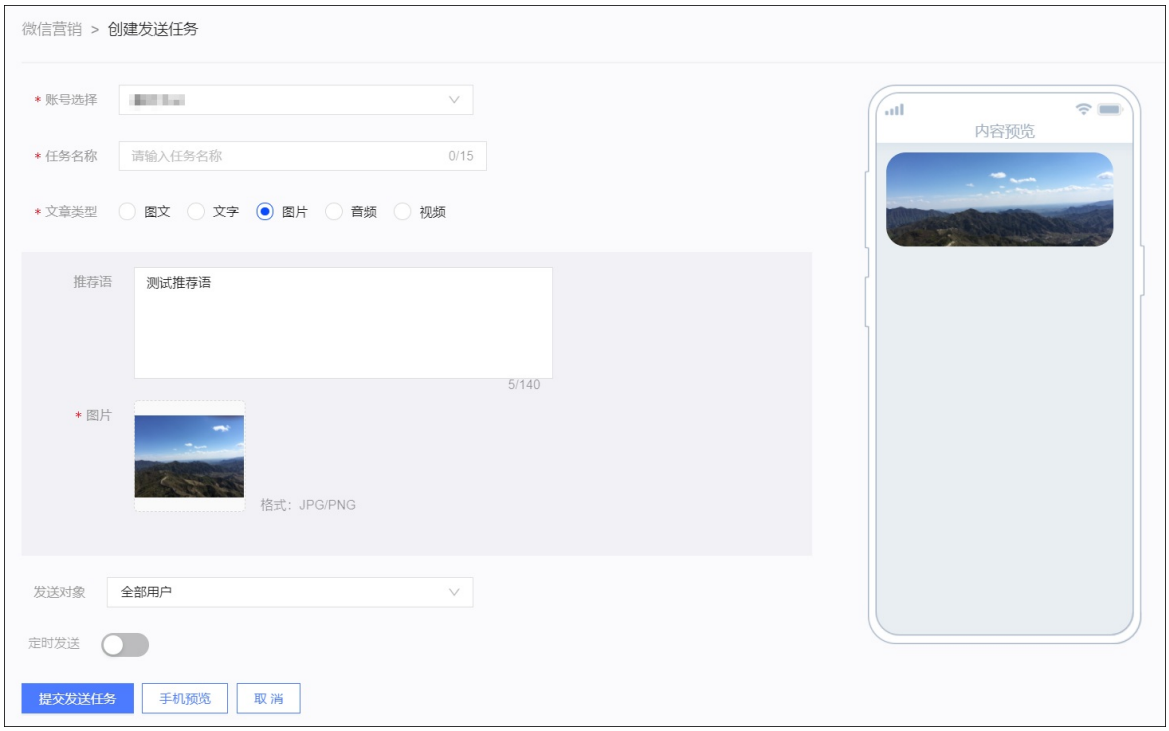
6.2.4.4. 创建微信任务-图片

您可发送微信图片消息。

1. 选择**用户营销**>所在工作空间>**私有化营销**>**微信营销**，单击右上角**创建发送任务**。

2. 选择发送微信消息的公众号，设置任务名称。任务名称不影响消息内容。

3. **文章类型**选择为**图片**。



4. 选择要发送的图片，输入推荐语。

   鼠标移动到图片上，图片右上角将出现图标，单击将移除该图片。

5. 选择**发送对象**，默认为公众号全部粉丝，可选择仅发送给指定标签分组的粉丝。
6. 设置是否**定时发送**，可在设定的时间发送消息。
7. （可选）您可以单击**手机预览**，在弹窗中输入用于接收预览文章的微信号（需要已关注发送微信的公众号），单击**确定**。该微信号将收到预览文章消息，仅用于查看文章效果，链接将在短期内失效，不可用于传播。

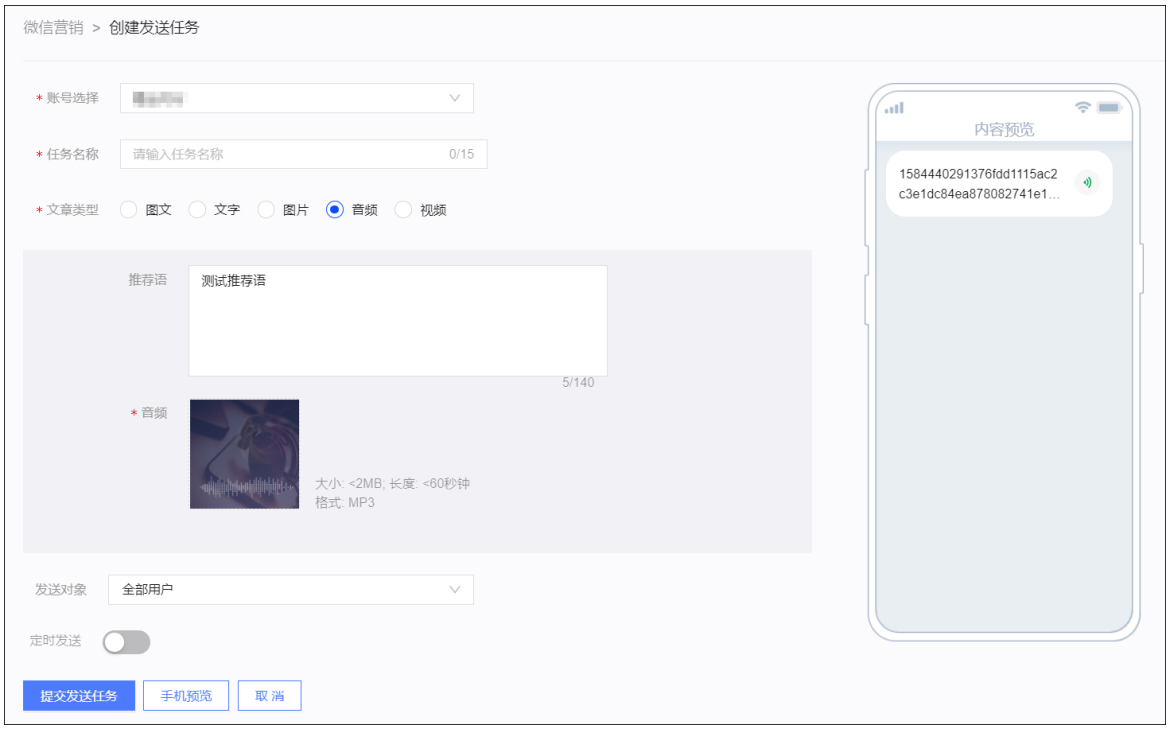
8. 单击**提交发送任务**，保存消息设置。

6.2.4.5. 创建微信任务-音频

您可发送微信音频消息。

1. 选择**用户营销**>所在工作空间>**私有化营销**>**微信营销**，单击右上角**创建发送任务**。

2. 选择发送微信的公众号，设置任务名称。任务名称不影响消息内容。
3. **文章类型**选择为**音频**。



4. 选择要发送的音频，输入推荐语。音频格式要求为MP3，大小<2MB，时长<60秒。
5. 选择**发送对象**，默认为公众号全部粉丝，可选择仅发送给指定标签分组的粉丝。
6. 设置是否**定时发送**，可在设定的时间发送消息。

7. （可选）您可以单击**手机预览**，在弹窗中输入用于接收预览文章的微信号（需要已关注发送微信的公众号），单击**确定**。该微信号将收到预览文章消息，仅用于查看文章效果，链接将在短期内失效，不可用于传播。

8. 单击**提交发送任务**，保存消息设置。

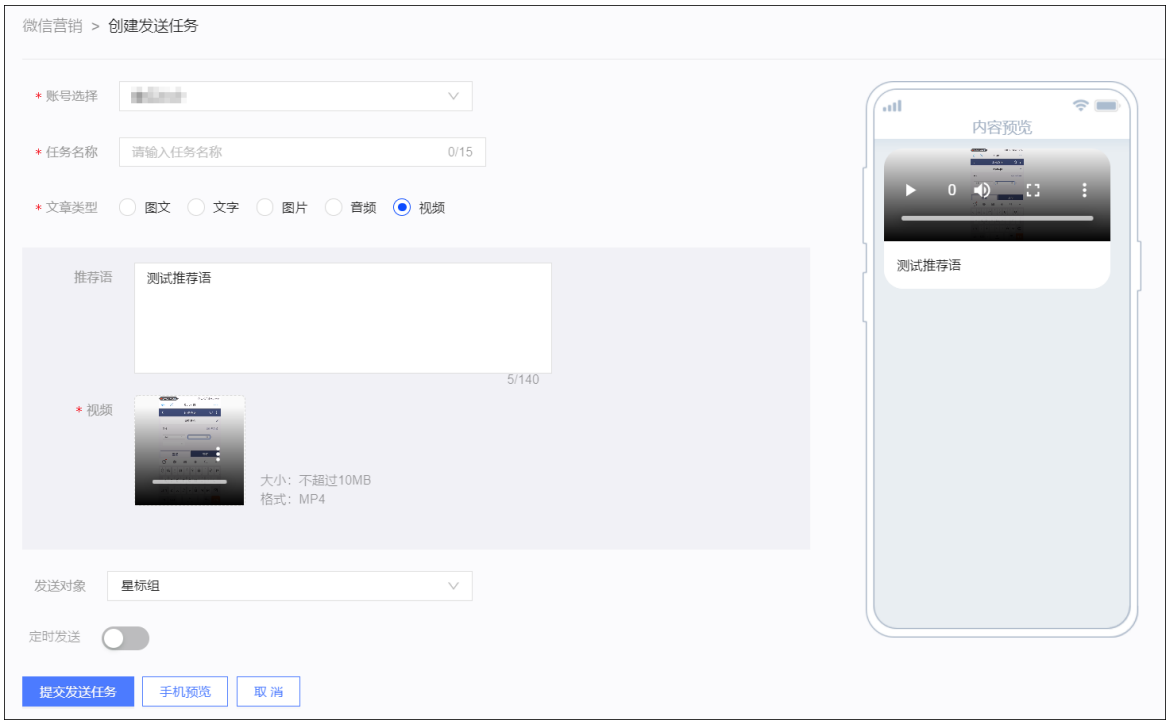
6.2.4.6. 创建微信任务-视频

您可发送微信视频消息。

1. 选择**用户营销**>所在工作空间>**私有化营销**>**微信营销**，单击右上角**创建发送任务**。

2. 选择发送微信的公众号，设置任务名称。任务名称不影响消息内容。

3. **文章类型**选择为**视频**。



4. 选择要发送的视频，输入推荐语。视频格式要求为MP4，大小≤10MB。
5. 选择**发送对象**，默认为公众号全部粉丝，可选择仅发送给指定标签分组的粉丝。
6. 设置是否**定时发送**，可在设定的时间发送消息。
7. （可选）您可以单击**手机预览**，在弹窗中输入用于接收预览文章的微信号（需要已关注发送微信的公众号），单击**确定**。该微信号将收到预览文章消息，仅用于查看文章效果，链接将在短期内失效，不可用于传播。

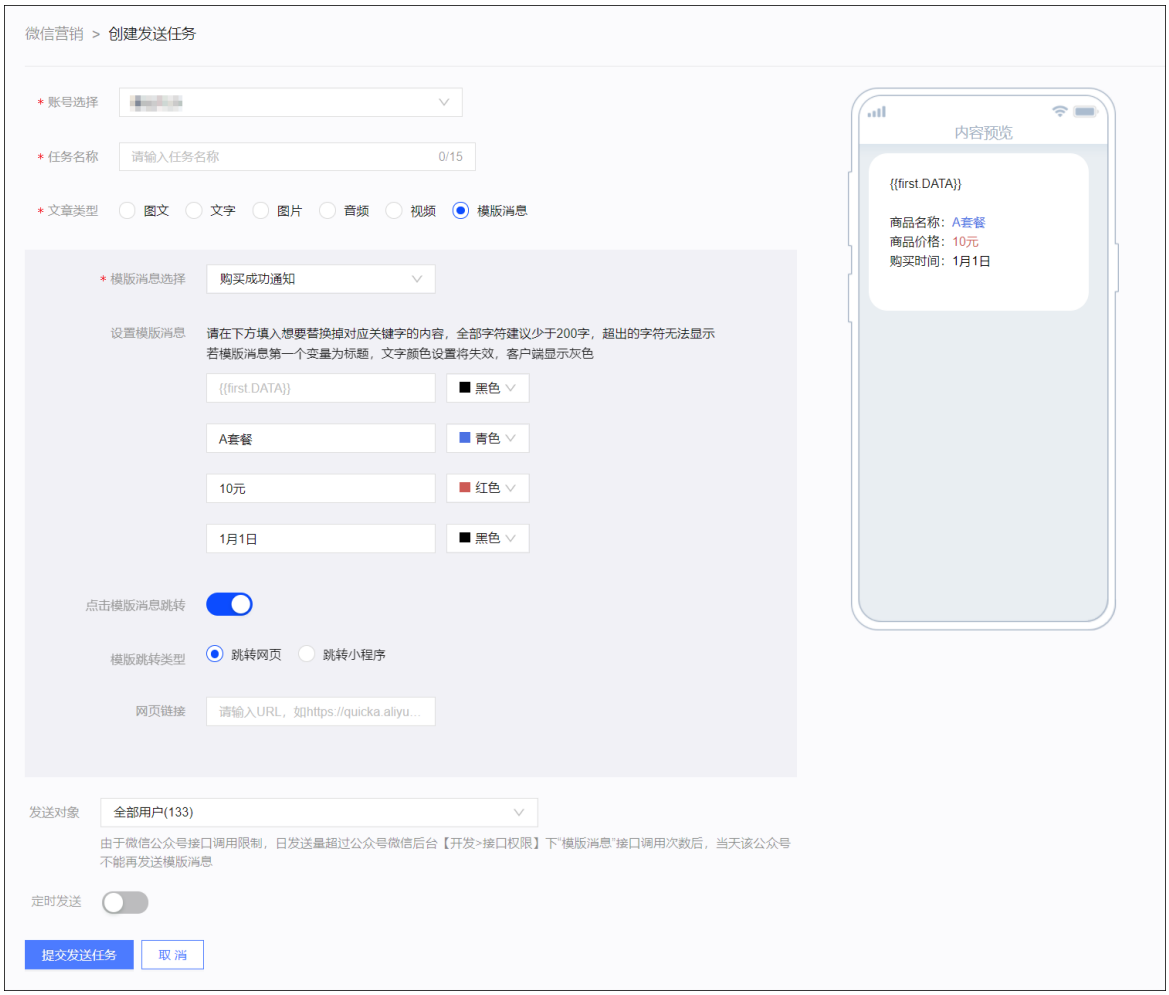
8. 单击**提交发送任务**，保存消息设置。

6.2.4.7. 创建微信任务-模版消息

您可发送微信模版消息。在模版中，将关键字替换为您选择的文字，然后发送。

1. 选择**用户营销**>所在工作空间>**私有化营销**>**微信营销**，单击右上角**创建发送任务**。

2. 选择发送微信消息的公众号，设置任务名称。任务名称不影响发送内容。
3. **文章类型**选择为**模版消息**。



4. 选择一个已在微信公众号后台配置的模版消息，并根据该模版消息进行设置：
   i. 在本文框中输入需要替换关键字的内容。

ii. 在右侧选择关键字需要显示的颜色。

请注意右侧内容预览中显示的输入效果。

5. 设置用户点击模板消息后是否跳转，如需要跳转，打开**点击模板消息跳转**开关，然后选择**模版跳转类型**：
   - **跳转网页**：需要输入跳转到的网页链接。
   - **跳转小程序**：需要输入小程序的APP ID，和跳转到的具体页面路径。

> **说明**
>
> 跳转的小程序必须与发模板消息的微信公众号是绑定关联关系，且已发布，暂不支持小游戏。跳转到小程序的具体页面路径支持带参数（如：index?foo=bar）。

6. 选择**发送对象**，默认为公众号全部粉丝，可选择仅发送给指定标签分组的粉丝。
7. 设置是否**定时发送**，可在设定的时间发送消息。
8. 单击**提交发送任务**，保存消息设置。

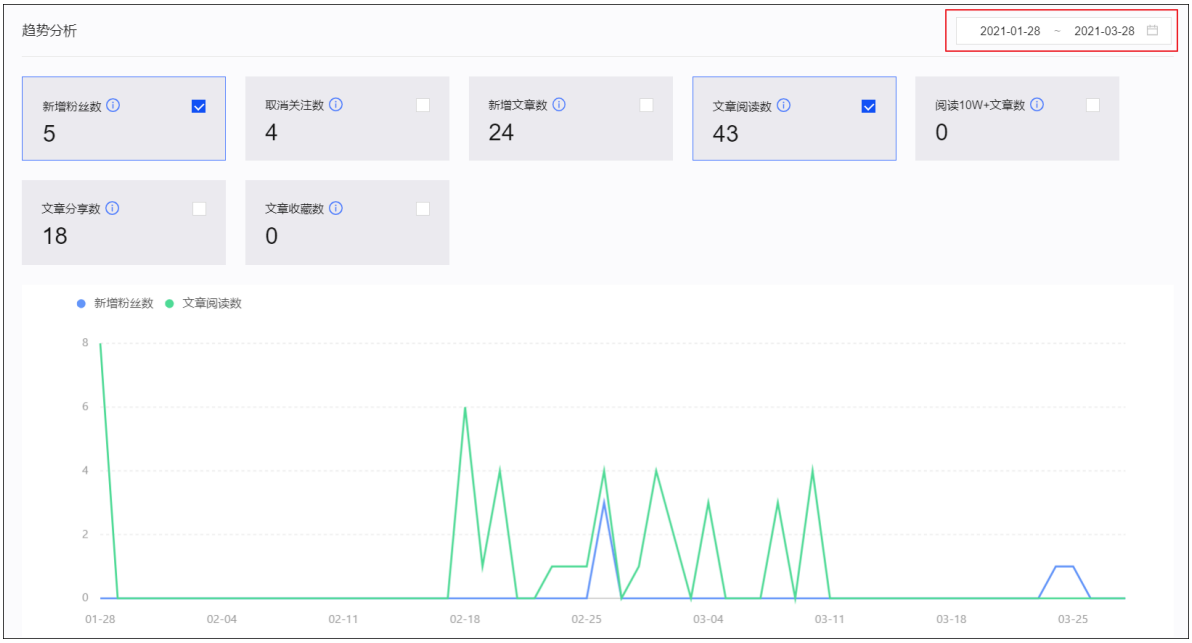
6.2.4.8. 微信营销效果分析

支持针对微信营销任务的效果进行分析，分不同微信公众号账号查看分析数据，包括总体概况、趋势分析和文章阅读数（分来源）。

在**效果分析**页签，进行营销效果分析。

- **总体概况**：当前粉丝数、文章数、阅读10W+文章数、文章阅读数、文章分享数、文章收藏数，以及近7天（不含当日）的变化趋势。

- **趋势分析**：分析所选时间段内的粉丝数、文章数、阅读10W+文章数、文章阅读数、文章分享数、文章收藏数的变化趋势。折线图中仅显示已勾选的关键项。



- **文章阅读数（分来源）**：分析所选时间段内的文章阅读数，数据分来源进行展示，您可选择仅展示指定来源的文章阅读数。

6.2.4.9. 微信营销任务管理

在**普通任务**页签，您可查看普通微信营销任务的执行信息。

如下图所示，页面显示任务名称、类型、发布账号、发送时间、状态等信息。

其中，状态分为：

- 待发送
- 发送中
- 发送成功
- 发送失败

您可进行以下操作：

- **编辑**：您可以编辑待发送的任务。
- **删除**：您可以删除非发送中的任务。

6.2.4.10. 微信营销粉丝管理

您可在微信营销**粉丝管理**页签对微信公众号粉丝进行标签（分组）管理、黑名单管理、备注名称，发送公众号推文时可推送给指定标签分组，但不推送给黑名单中的粉丝。

如下图所示，页面默认展示所选微信公众号的所有粉丝，包括头像、昵称、备注名称、标签、来源等信息。

标签管理

- 管理标签：单击**管理标签**，右侧出现管理标签面板，显示标签列表和已有对应标签的人数，如下图所示。其中，**星标组**标签为默认标签，不可编辑、删除。
  - 新建标签：单击**新建标签**，在右侧输入标签名称，单击**添加**。
  - 编辑标签：单击**重命名**，在弹窗中输入新的标签名称，单击**确定**。
  - 删除标签：单击删除，确认删除后，已有该标签的用户将失去该标签。

- 标签筛选：从**标签筛选**下拉框选择标签，粉丝列表将展示已有该标签的粉丝。

  若在**已选标签**中取消选中某个标签，列表中将不展示该标签对应的粉丝。

- 贴标签：如上图所示，在粉丝列表中选择要贴标签的粉丝，单击**添加标签**，在弹窗中选择标签，单击**确定**，粉丝获得标签。

黑名单管理

- 加入黑名单：如上图所示，在粉丝列表中选择要加入黑名单的粉丝，单击**加入黑名单**，确认后，所选粉丝将无法接收该公众号发出的消息，无法向该公众号发消息、留言或赞赏，但仍在粉丝列表中。
- 管理黑名单：单击**管理黑名单**，进入黑名单页面，如下图所示。从右上角下拉框选择公众号，列表展示该公众号的黑名单。
  - 移出黑名单：在列表中选择粉丝，单击**移除黑名单**，确认后，所选粉丝与该公众号互动的功能将恢复正常。

备注名称管理

- 设置备注名称：单击粉丝列表备注名称一列的 图标，在弹窗中输入备注名称，单击**确定**。

6.2.5. 微博营销

6.2.5.1. 微博营销概述

微博营销对接用户自有的微博账号进行内容运营，支持发送微博和头条文章两种类型。

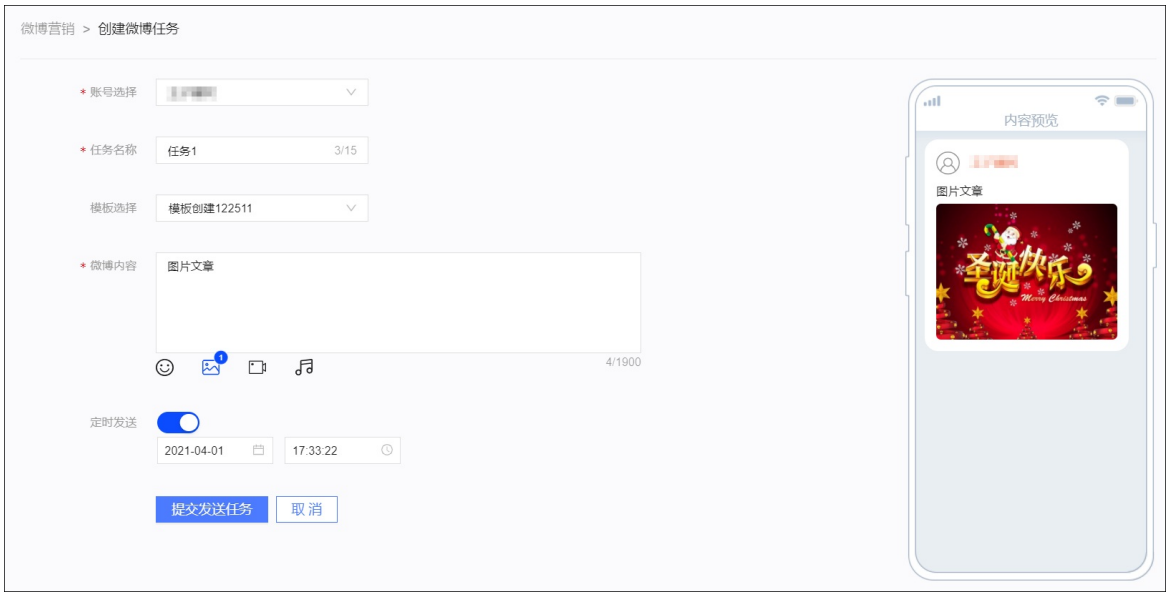
> **注意** 购买用户营销功能包后支持该功能。

6.2.5.2. 创建微博任务-微博

您可发送微博文章。

1. 选择**用户营销**>所在工作空间>**私有化营销**>**微博营销**，选择右上角**创建发送任务**>**微博**。

2. 选择发送微博的账号，设置任务名称。任务名称不影响消息内容。



3. **模板选择**：默认**不使用模板**。您也可以从下拉框选择已有模板。
4. 编辑**微博内容**：
   - 若您未使用模板，则需要编辑。
   - 若您使用模板，则使用模板中的内容，选择模板后可继续编辑。

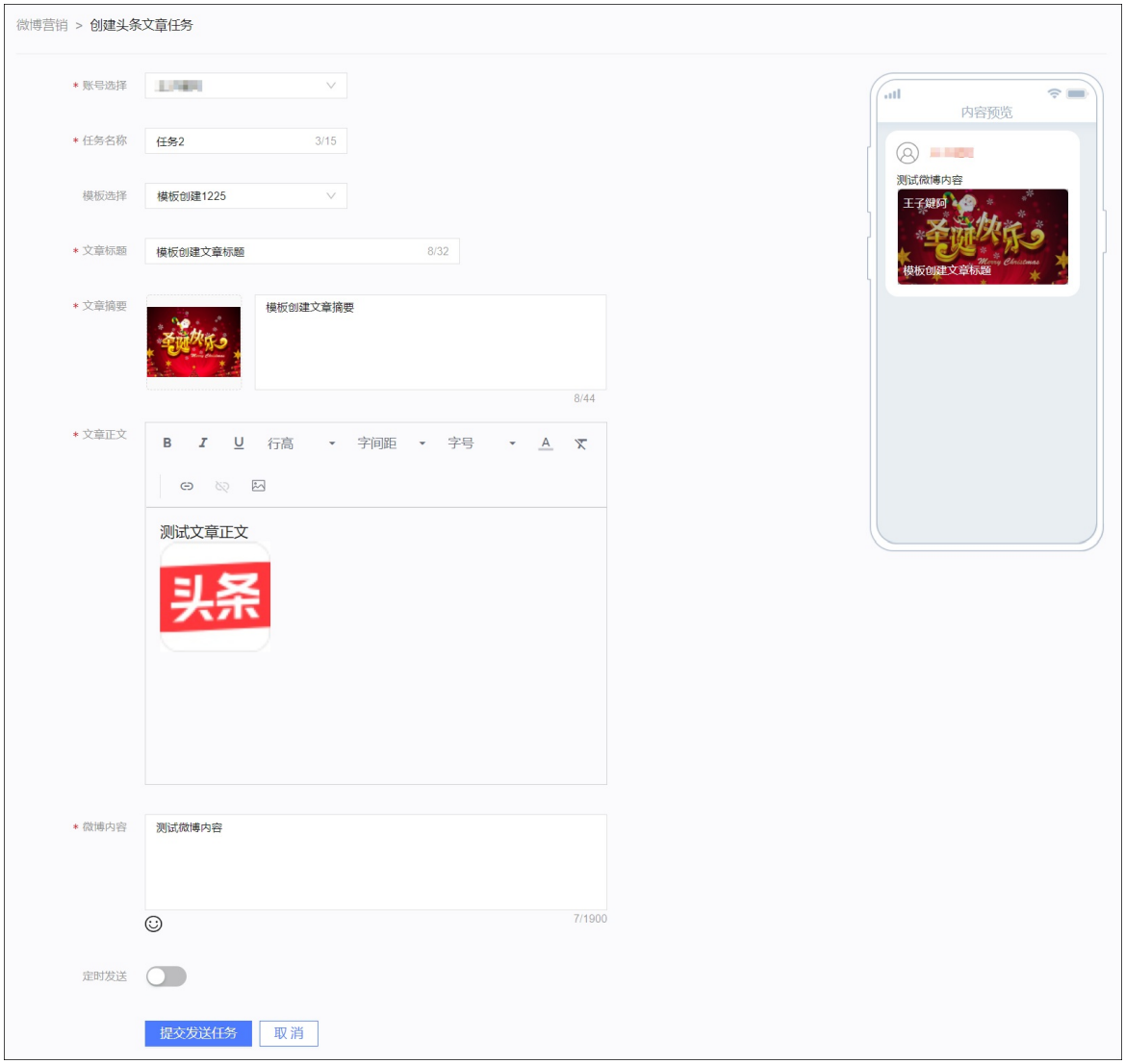
   支持插入表情、图片、视频、音频。其中，视频媒体支持新浪播客、优酷、爱奇艺、酷6，音频媒体支持音乐人先锋榜。
5. 设置是否**定时发送**，可在设定的时间发送文章。
6. 单击**提交发送任务**，保存文章设置。

6.2.5.3. 创建微博任务-头条文章

您可发送头条文章。

1. 选择**用户营销**>所在工作空间>**私有化营销**>**微博营销**，选择右上角**创建发送任务**>**头条文章**。

2. 选择发送微博的账号，设置任务名称。任务名称不影响消息内容。



3. **模板选择**：默认**不使用模板**。您也可以从下拉框选择已有模板。
4. **文章标题**、**文章摘要**、**文章正文**、**微博内容**：
   - 若您未使用模板，则需要编辑。
   - 若您使用模板，则均包含于模板中，选择模板后可继续编辑。
5. 设置是否**定时发送**，可在设定的时间发送消息。
6. 单击**提交发送任务**，保存文章设置。

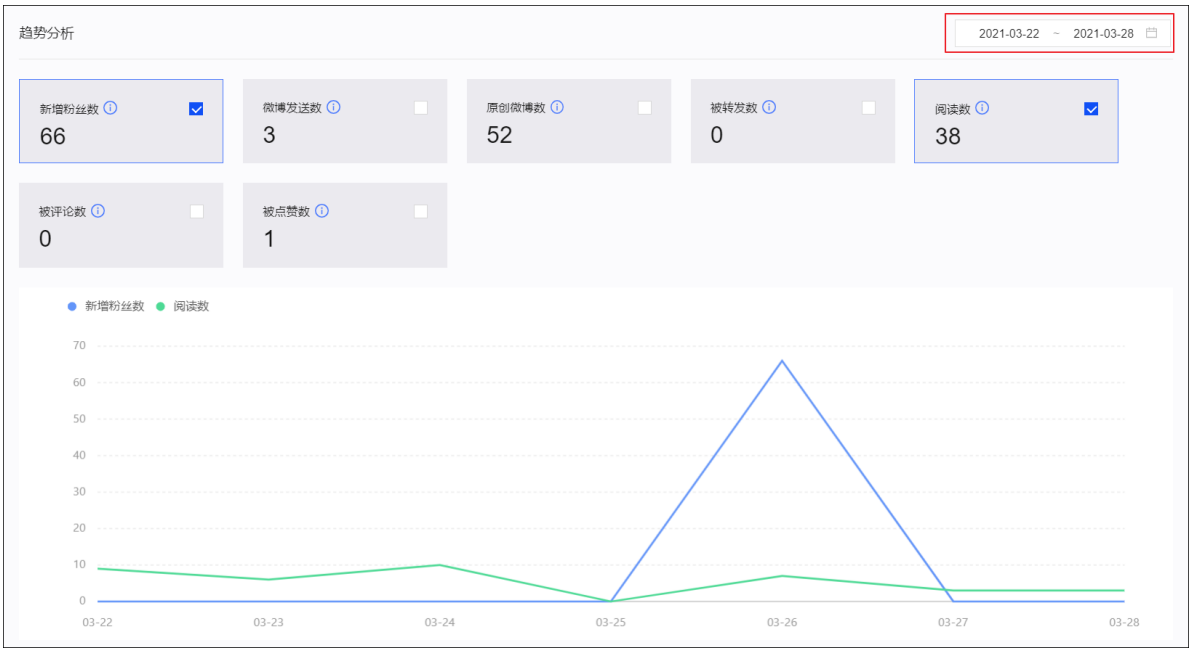
6.2.5.4. 微博营销效果分析

支持针对微博营销任务的效果进行分析，分不同微博账号查看分析数据，包括总体概况、趋势分析。

在**效果分析**页签，进行营销效果分析。

- **总体概况**：当前粉丝数、微博发送数、原创微博数、被转发数、阅读数、被评论数、被点赞数，以及近7天（不含当日）的变化趋势。

- **趋势分析**：分析所选时间段内的粉丝数、微博发送数、原创微博数、被转发数、阅读数、被评论数、被点赞数的变化趋势。折线图中仅显示已勾选的关键项。



6.2.5.5. 微博营销任务管理

在**微博营销**页签，您可查看微博营销任务的任务信息。

如下图所示，页面显示任务名称、内容、类型、发布账号、发送时间、发送状态等信息。默认展示全部任务，您可以选择仅展示微博或头条文章任务。

其中，发送状态分为：

- 待发送
- 执行中
- 已发送：发送成功
- 发送失败

您可进行以下操作：

- **查看**：您可以查看已发送的任务，将跳转到微博查看发送的文章。
- **编辑**：您可以编辑待发送、发送失败的任务。
- **删除**：您可以删除待发送、发送失败的任务。

6.2.6. 抖音营销

6.2.6.1. 抖音营销概述

抖音营销对接用户自有的抖音账号进行内容运营，支持发送视频和图片。

> **注意** 购买用户营销功能包后支持该功能。

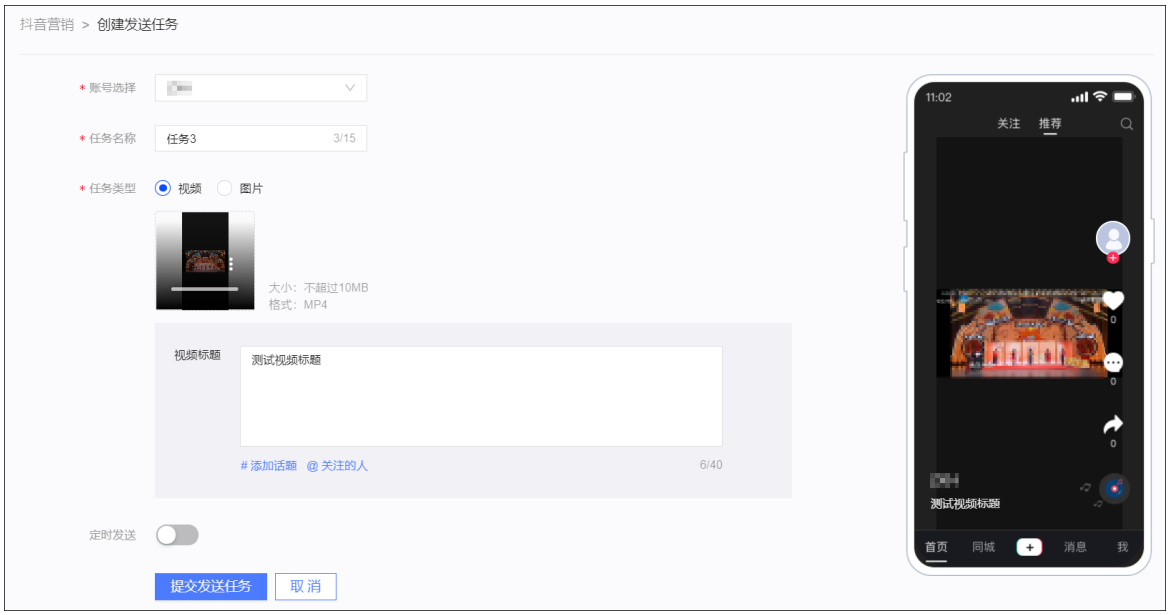
6.2.6.2. 创建抖音任务

您可发布抖音内容，支持发布视频或图片。

1. 选择**用户营销**>所在工作空间>**私有化营销**>**抖音营销**，单击右上角**创建发送任务**。

2. 选择发布抖音的账号，设置任务名称。任务名称不影响消息内容。
3. **任务类型**选择为**视频**或**图片**。

   选择要发布的视频或图片，输入标题，支持添加话题、@关注的人。



4. 设置是否**定时发送**，可在设定的时间发送消息。
5. 单击**提交发送任务**，保存发布设置。

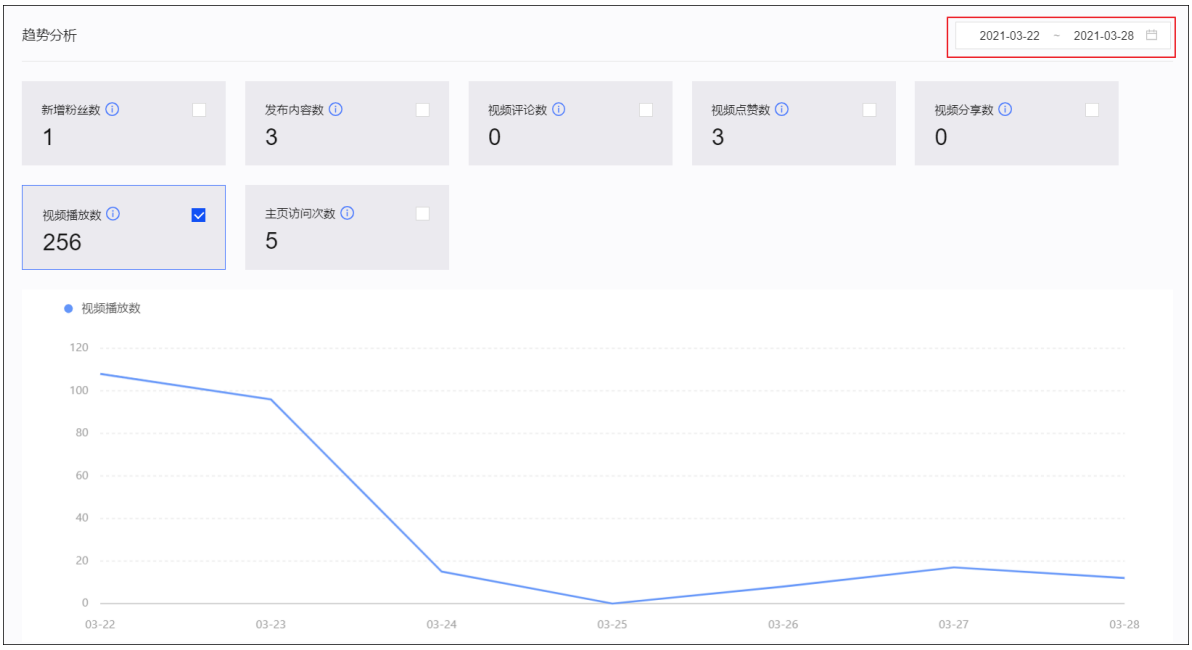
6.2.6.3. 抖音营销效果分析

支持针对抖音营销任务的效果进行分析，分不同抖音账号查看分析数据，包括总体概况、趋势分析。

在**效果分析**页签，进行营销效果分析。

- **总体概况**：当前粉丝数、发布内容数、视频评论数、点赞数、分享数、播放数和主页访问次数，以及近7天（不含当日）的变化趋势。

- **趋势分析**：分析所选时间段内的粉丝数、发布内容数、视频评论数、点赞数、分享数、播放数和主页访问次数的变化趋势。折线图中仅显示已勾选的关键项。



6.2.6.4. 抖音营销任务管理

在**抖音营销**页签，您可查看抖音营销任务的任务信息。

如下图所示，页面显示任务名称、内容、类型、发布账号、发送时间、发送状态等信息。

其中，发送状态分为：

- 待发送
- 执行中
- 已发送：发送成功
- 发送失败

您可进行以下操作：

- **编辑**：您可以编辑待发送的任务。
- **删除**：您可以删除待发送、发送失败的任务。

6.2.7. 自定义渠道营销

6.2.7.1. 自定义渠道营销概述

自定义渠道营销是通过webhook对接您的一方系统（如CRM），实现在Quick Audience控制台向选定受众发送一方CRM营销消息。

受众可指定为您创建的受众或公共受众，也可通过上传受众列表文件指定。受众的ID类型必须与webhook包含的ID类型相符。

> **说明**
>
> - 创建自定义渠道营销任务之前，需要对一方系统完成webhook接入开发，并由组织管理员、空间管理员配置webhook，请参见Webhook管理。
> - 若管理员之外的用户需要创建自定义渠道营销任务，则该用户需要加入具有“用户营销-私有化营销-自定义营销渠道”权限的自定义角色，且需要由管理员授予其对应的webhook使用权限。

6.2.7.2. 创建自定义渠道任务

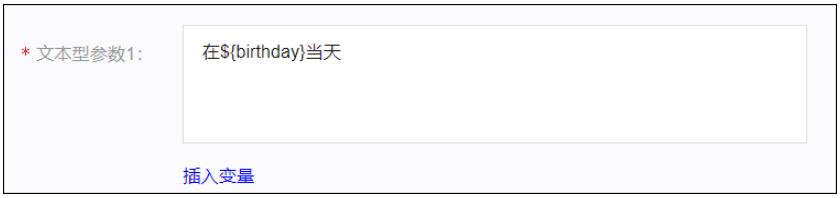
完成webhook配置后，有权限的用户可以创建自定义渠道任务，通过webhook调用您的一方系统功能发送营销信息。

操作步骤：

1. 选择**用户营销** > 所在工作空间 > **私有化营销** > **自定义渠道任务**，单击右上角**创建发送任务**。

2. 在任务创建页面，配置以下参数：

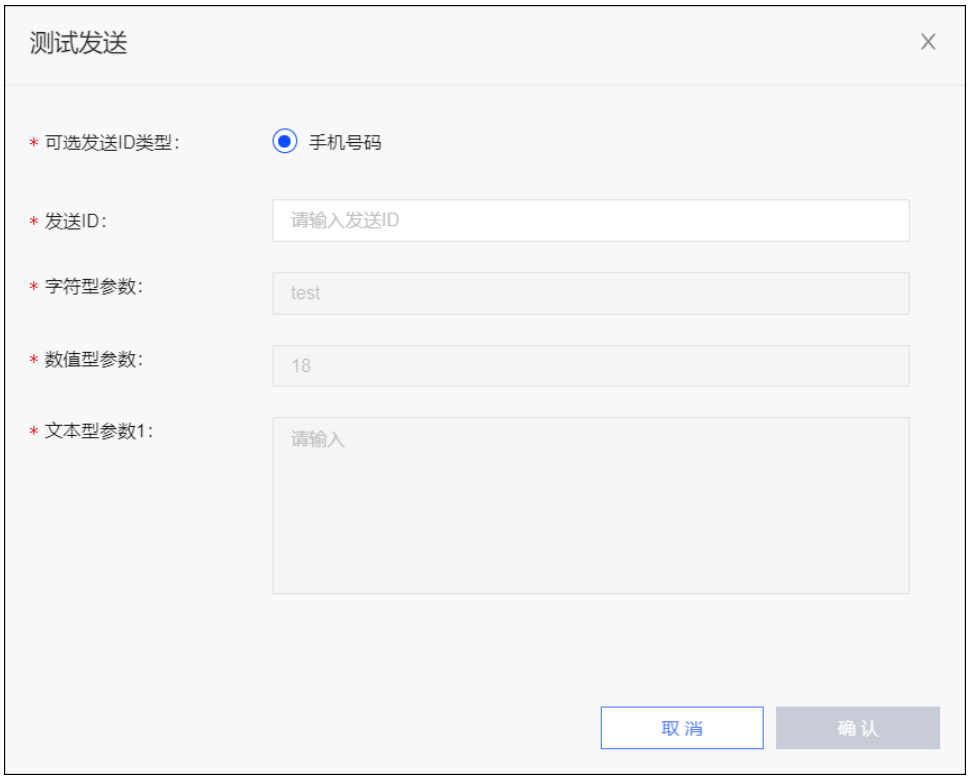
参数	说明
任务名称	输入任务名称。
关联子活动	选择主活动，再选择该主活动下的子活动（独立子活动将展示在主活动列表最后的 - 之下），将营销任务与子活动关联，支持关联多个子活动。活动相关说明，请参见营销活动文档。
接收受众	指定受众，支持两种方式： ○ 受众选择：单击**选择受众**，选择一个受众。 ○ 手动上传：上传CSV或TXT格式的受众列表文件，文件包含受众的ID。
选择webhook	选择受众后，从下拉框选择一个webhook，可选的webhook支持的ID类型与已选的受众ID类型相符。

参数	说明
参数（界面上显示为真实参数名称）	对webhook参数设置参数值，用于在发送时以参数值取代参数名。例如：一方系统设置的发送内容为“在{date}进行折扣活动”，date为一个参数，需要指定为具体日期。 对于文本型参数，若您已选择来源涉及标签筛选的受众，则可以在参数值中插入变量，即在参数值中使用对应的用户标签数据集中的标签值，此时对不同用户发送的内容将随标签值变化。操作方法： i. 对于文本型参数，文本框下方将提供**插入变量**按钮，单击该按钮，出现变量配置区。 ii. 选择要使用的用户标签数据集和相应的标签。 iii. 输入变量名称，可以与标签名相同，同一参数中的变量名不可重复。 iv. 设置当标签值为空时的处理方式： ■ 不发送：当标签值为空，不向对应的用户发送消息。 ■ 替换：当标签值为空，替换为右侧的固定文本。 v. 在文本框中单击需要插入的位置，单击**插入**，文本框自动插入“${变量名}”，完成变量的插入，如下图所示。 
可选发送ID类型	显示该受众的ID类型。

参数	说明
定时发送	开启时可指定发送时间。

3. 单击**测试发送**，在弹窗中输入测试ID，单击**确认**。系统将通过webhook调用一方系统向测试ID发送消息。

> **说明**
>
> 若已在Webhook管理中测试发送成功，可以跳过此步骤。



弹窗将显示测试发送是否成功。

- 测试发送成功：请检查一方系统是否收到了webhook请求，测试ID是否收到消息。若未收到，请单击弹窗中的**下载日志**，排查原因。
- 测试发送失败：请单击弹窗中的**下载日志**，排查原因。

4. 测试发送成功后，单击**提交发送任务**，完成任务创建。

6.2.7.3. 自定义渠道营销任务管理

在**普通任务**页签，您可查看普通自定义渠道营销任务的执行信息。

任务列表

如下图所示，列表显示任务名称、关联子活动（若显示数字，鼠标悬停将显示所有关联子活动）、受众名称、ID类型、状态等信息。

其中，状态分为：

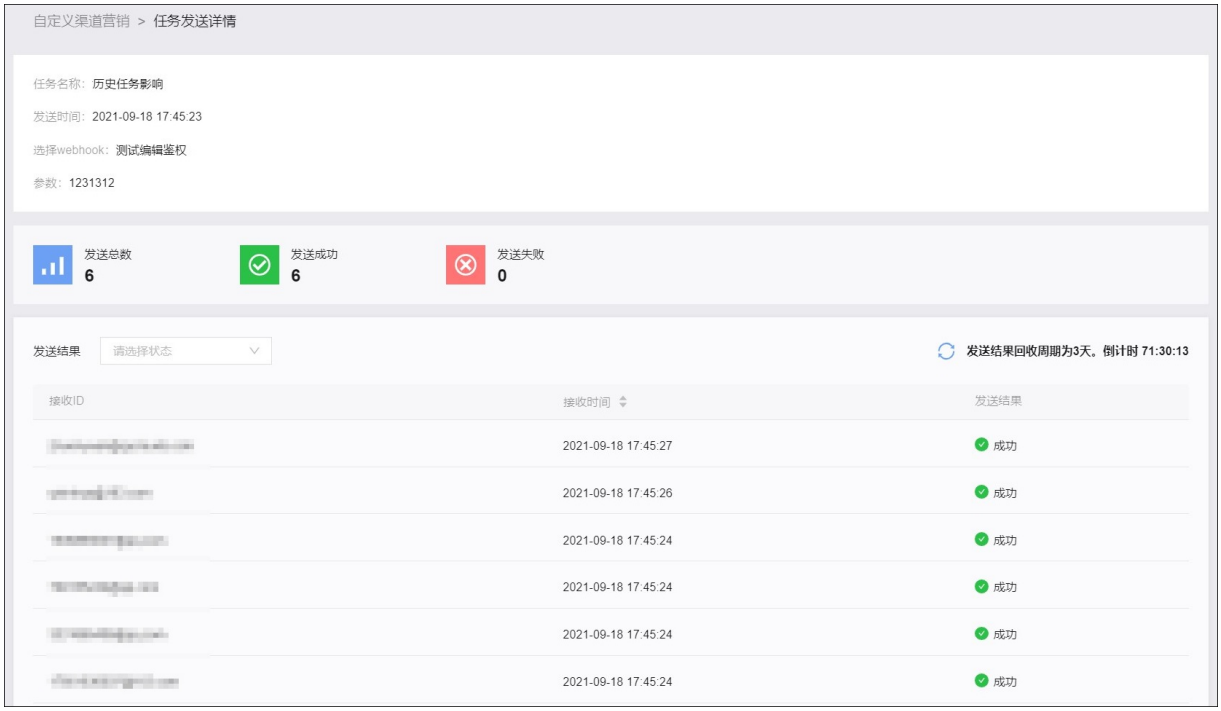
- 待发送
- 发送中
- 已结束
- 执行失败

您可进行以下操作：

- **查看详情**：查看任务发送情况，具体操作请参见下面的查看详情。
- **编辑**：您可以编辑距离发送时间还有10分钟以上的待发送任务。
- **删除**：您可以删除已结束、执行失败的任务，或距离发送时间还有10分钟以上的待发送任务。

查看详情

单击任务的**查看详情**，进入任务发送详情页面，如下图所示。



页面显示：

- 任务名称、发送时间、webhook名称、参数值。

- 任务包含的发送总数，以及发送成功、发送失败等状态的数量。

> **说明**
>
> 发送成功、发送失败等为已在Webhook管理中定义的状态值，由一方系统发送回执返回相应的数据，并且需要在定义的数据回收周期内（右侧显示倒数时间）发送回执，否则将不被接收。

- 接收ID明细，及相应的接收时间、发送结果（即状态值）。

6.2.8. 添加渠道

私有化营销的微信、微博、抖音，以及广告营销的巨量引擎、腾讯广告、百度营销，均是第三营销方渠道，首次使用前，需要进行添加渠道操作。

1. 选择**用户营销**>所在工作空间>**私有化营销**或**广告营销**>**添加渠道**，弹出**第三方渠道**对话框。

> **说明**
>
> 当所有可添加的渠道均已添加时，导航栏将不再显示**添加渠道**。

2. 在**未开通**渠道列表中，选择未开通的渠道，单击**确定添加**。

   对应渠道将添加到左侧导航栏，后续可以使用该渠道。

6.3. 广告营销

6.3.1. 数据银行

6.3.1.1. 数据银行概述

您可以将受众ID推送至数据银行，帮助建立品牌全域消费者数据资产。

支持推送您创建的受众和公共受众、全域受众，支持推送9种受众ID类型：手机号、电子邮箱、MAC地址、手机IMEI、手机IDFA、手机IMSI、手机OAID、淘宝ID、淘宝昵称。

> **说明**
>
> 仅标准版、全域天攻试用基础版支持数据银行推送。

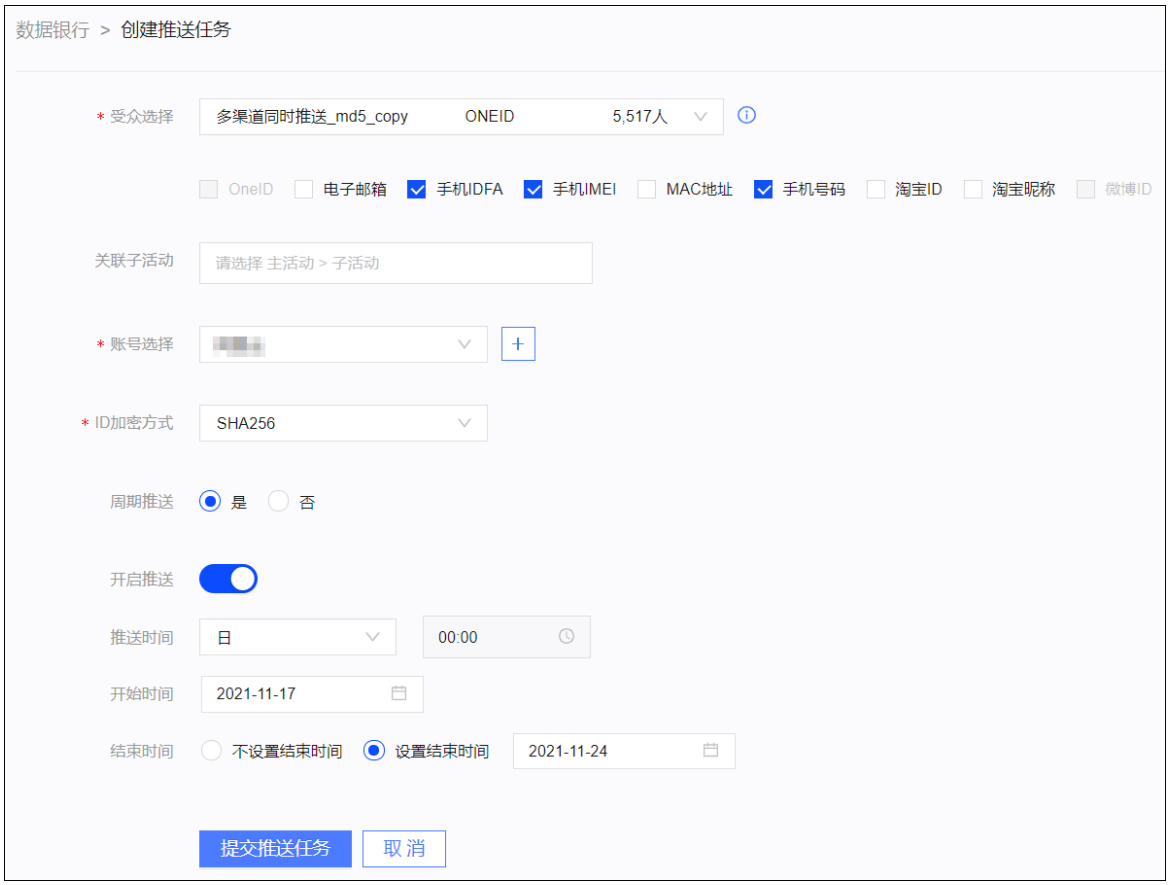
6.3.1.2. 创建数据银行推送任务

创建数据银行推送任务，将受众ID推送至数据银行。

操作步骤：

1. 选择**用户营销** > 所在工作空间 > **广告营销** > **数据银行**，单击**创建推送任务**。

2. 配置参数，如下表所示。



参数	说明
受众选择	选择要推送到数据银行的受众，然后选择要推送的ID类型。 **说明** ○ 交并受众支持多ID推送。 ○ 推送的受众数量需要大于5000条，小于2亿条。 ○ 数据银行进行ID匹配后的受众数量需大于2000条，小于5000万条。 ○ OneID、UnionID、OpenID、微博ID、支付宝ID不支持推送。 ○ 对于全域受众，固定推送受众的MAC地址、手机IMEI、手机IDFA，不可修改。
关联子活动	选择主活动，再选择该主活动下的子活动（独立子活动将展示在主活动列表最后的 - 之下），将营销任务与子活动关联，支持关联多个子活动。活动相关说明，请参见营销活动文档。

参数	说明
账号选择	选择受众将被推送到的数据银行账号。 可单击下拉列表右侧的 + 进入账号管理页面，进行数据银行账号授权，授权操作，请参见数据银行账号授权。
ID加密方式	选择ID字段是否已加密，如已加密，请选择相应的加密方式。 说明 ○ 若您已对ID字段加密，请选择您使用的加密方式，可选择**MD5**、**SHA256**、**AES**（全域天攻试用基础版无AES选项）；若您未对ID字段加密，请选择**未加密**。 ○ 如选择AES，则推送时将对已AES加密的ID进行解密，以便后续使用。解密时需要AES密钥，请配置AES密钥，参见组织系统配置。 ○ 对于全域受众，由于受众ID均已经过加密，且加密方式固定为MD5，故仅能选择**MD5**。 ○ 如选择MD5、SHA256，则后续进行营销时，仅部分营销渠道支持已加密的ID，请参见相应的营销渠道说明。
周期推送	选择是否周期推送。 ○ 周期推送需要配置推送周期、开始时间、结束时间，并打开**开启推送**开关。 ○ 单次推送在完成推送任务创建时，立即开始执行。
开启推送	对于周期推送，开启推送开关后，系统将按设置的时间进行推送。
推送时间	对于周期推送，设置推送周期时间。支持按日、周、月进行周期推送。
开始时间	对于周期推送，设置推送开始日期。
结束时间	对于周期推送，可以选择是否设置推送结束日期。

3. 单击**提交推送任务**，完成推送任务创建。

6.3.1.3. 数据银行任务管理

数据银行推送任务创建后，系统将按配置自动执行，每执行一次，产生一条推送历史记录。

在**受众推送历史**页签，**推送历史**列表显示推送的受众名称、关联子活动（若显示数字，鼠标悬停将显示所有关联子活动）、推送类型（单次推送或周期推送）、（推送历史记录的）创建时间、推送目标、ID类型、人群规模、推送状态等信息，如下图所示。

其中，推送状态有4种：

- 待推送：由于已在系统配置中设置数据银行推送最大并发数，超过限制的受众需要排队等待推送。
- 推送中
- 推送失败
- 推送成功

查询：从列表上方的**受众人群**下拉列表，选择一个受众，可查询该受众的推送历史。

可对推送历史记录进行以下操作：

- **编辑**：对于周期推送历史，单击**编辑**，可修改对应的推送设置，包括关闭推送开关，更改推送时间、ID加密方式、推送目标账号。单次推送不支持编辑。
- **重新推送**：对于推送失败的推送任务，单击**重新推送**，系统将重新开始推送。
- **进入数据银行**：单击**进入数据银行**，跳转到数据银行，查看已推送的受众数据。

6.3.2. 达摩盘

6.3.2.1. 达摩盘概述

您可以将受众ID推送至达摩盘，在达摩盘侧建立品牌全域消费者数据资产，将您的一方受众应用在相关营销渠道。

支持推送您创建的受众和公共受众，支持推送6种受众ID类型：手机号、电子邮箱、手机IMEI、手机IDFA、淘宝ID、淘宝昵称，且当加密方式为SHA256时仅支持推送手机号。

同时，支持将这些受众ID同步推送至数据银行，帮助建立品牌全域消费者数据资产。

> **说明**
>
> 基础版不支持达摩盘推送。

6.3.2.2. 创建达摩盘推送任务

创建达摩盘推送任务，将受众ID推送至达摩盘，并且支持同步推送至数据银行。

操作步骤：

1. 选择**用户营销** > 所在工作空间 > **广告营销** > **达摩盘**，单击**创建推送任务**。

2. 配置参数，如下表所示。

参数	说明
受众选择	选择要推送到达摩盘的受众，然后选择要推送的ID类型。 **说明** ○ 推送的受众数量需要大于2000条，小于5000万条。 ○ 达摩盘进行ID匹配后的受众数量需大于1000条，小于5000万条。 ○ OneID、UnionID、OpenID、手机IMSI、手机OAID、MAC地址、微博ID、支付宝ID不支持推送，请勿选择。

参数	说明
关联子活动	选择主活动，再选择该主活动下的子活动（独立子活动将展示在主活动列表最后的 - 之下），将营销任务与子活动关联，支持关联多个子活动。活动相关说明，请参见营销活动文档。
账号选择	选择受众将被推送到的达摩盘店铺或店铺下的品牌。 说明 ○ 若仅绑定了店铺，未绑定品牌，则仅支持推送到店铺。 ○ 若推送到店铺下的品牌，则该受众将成为指定品牌的全域消费者数据资产；若推送至店铺，则该受众不属于任何品牌。无论推送到店铺还是品牌，您都可以在达摩盘的**人群>第一方数据上传**页面使用已推送的受众。 可单击下拉列表右侧的 + 进入账号管理页面，进行达摩盘账号授权，授权操作，请参见达摩盘账号授权。
同步推送 数据银行	若您需要将受众同步推送到数据银行，勾选**同步推送数据银行**，选择受众将被推送到的数据银行账号。 同步推送数据银行的任务记录请在数据银行推送历史中查看，请参见数据银行任务管理。 若数据银行账号还未进行授权，您可单击下拉列表右侧的 + 进入账号管理页面，进行数据银行账号授权，授权操作，请参见数据银行账号授权。 说明 ○ 可推送到达摩盘的ID类型均支持推送到数据银行。 ○ 推送的受众数量需要大于5000条，小于2亿条。 ○ 数据银行进行ID匹配后的受众数量需大于2000条，小于5000万条。 ○ 若该受众已配置过周期推送到数据银行的某个品牌（对应一个数据银行账号），且您需要配置同步推送到数据银行的同一个品牌，则您需要先关闭之前的周期推送配置，或者修改之前的周期推送配置使其推送到不同的品牌，才能继续配置同步推送数据银行。

参数	说明
ID加密方式	选择ID字段是否已加密，如已加密，请选择相应的加密方式。 说明 ○ 若您已对ID字段加密，请选择您使用的加密方式，可选择**MD5**、**SHA256**、**AES**（全域天攻试用基础版无AES选项）；若您未对ID字段加密，请选择**未加密**。 ○ 如选择AES，则推送时将对已AES加密的ID进行解密，以便后续使用。解密时需要AES密钥，请配置AES密钥，参见组织系统配置。 ○ 如选择SHA256，则仅支持推送手机号，请勿选择其他ID类型。 ○ 如选择MD5、SHA256，则后续进行营销时，仅部分营销渠道支持已加密的ID，请参见相应的营销渠道说明。
周期推送	选择是否周期推送。 ○ 周期推送需要配置推送周期、开始时间、结束时间，并打开**开启推送**开关。 ○ 单次推送在完成推送任务创建时，立即开始执行。
开启推送	对于周期推送，开启推送开关后，系统将按设置的时间进行推送。
推送时间	对于周期推送，设置推送周期时间。支持按日、周、月进行周期推送。
开始时间	对于周期推送，设置推送开始日期。
结束时间	对于周期推送，可以选择是否设置推送结束日期。

3. 单击**提交推送任务**，完成推送任务创建。

6.3.2.3. 达摩盘任务管理

达摩盘推送任务创建后，系统将按配置自动执行，每执行一次，产生一条推送历史记录。

> **说明**
>
> 同步推送数据银行的任务记录请在数据银行推送历史中查看，请参见数据银行任务管理。

在**受众推送历史**页签，**推送历史**列表显示推送的受众名称、关联子活动（若显示数字，鼠标悬停将显示所有关联子活动）、推送类型（单次推送或周期推送）、（推送历史记录的）创建时间、推送店铺和品牌、ID类型、人群规模、推送状态等信息，如下图所示。

其中，推送状态有4种：

- 待推送：由于已在系统配置中设置达摩盘推送最大并发数，超过限制的受众需要排队等待推送。
- 推送中
- 推送失败
- 推送成功

查询：从列表上方的**受众人群**下拉列表，选择一个受众，可查询该受众的推送历史。

可对推送历史记录进行以下操作：

- **编辑**：对于周期推送历史，单击**编辑**，可修改对应的推送设置，包括关闭推送开关，更改推送时间、ID加密方式、推送目标店铺和品牌。单次推送不支持编辑。
- **重新推送**：对于推送失败的推送任务，单击**重新推送**，系统将重新开始推送。
- **进入达摩盘**：单击**进入达摩盘**，跳转到达摩盘，查看已推送的受众数据。

6.3.3. 天攻智投

6.3.3.1. 天攻智投概述

您可以将受众推送至天攻智投营销平台，用于后续在该平台上进行广告营销。

支持推送您创建的受众和公共受众、全域受众。受众的ID类型为，或受众的来源数据集含IMEI（原文/SHA256）、IDFA（原文/SHA256）、手机号（原文/SHA256）。

您还可以在自动化营销任务中加入天攻智投营销动作，请参见自动化营销。

6.3.3.2. 创建天攻智投推送任务

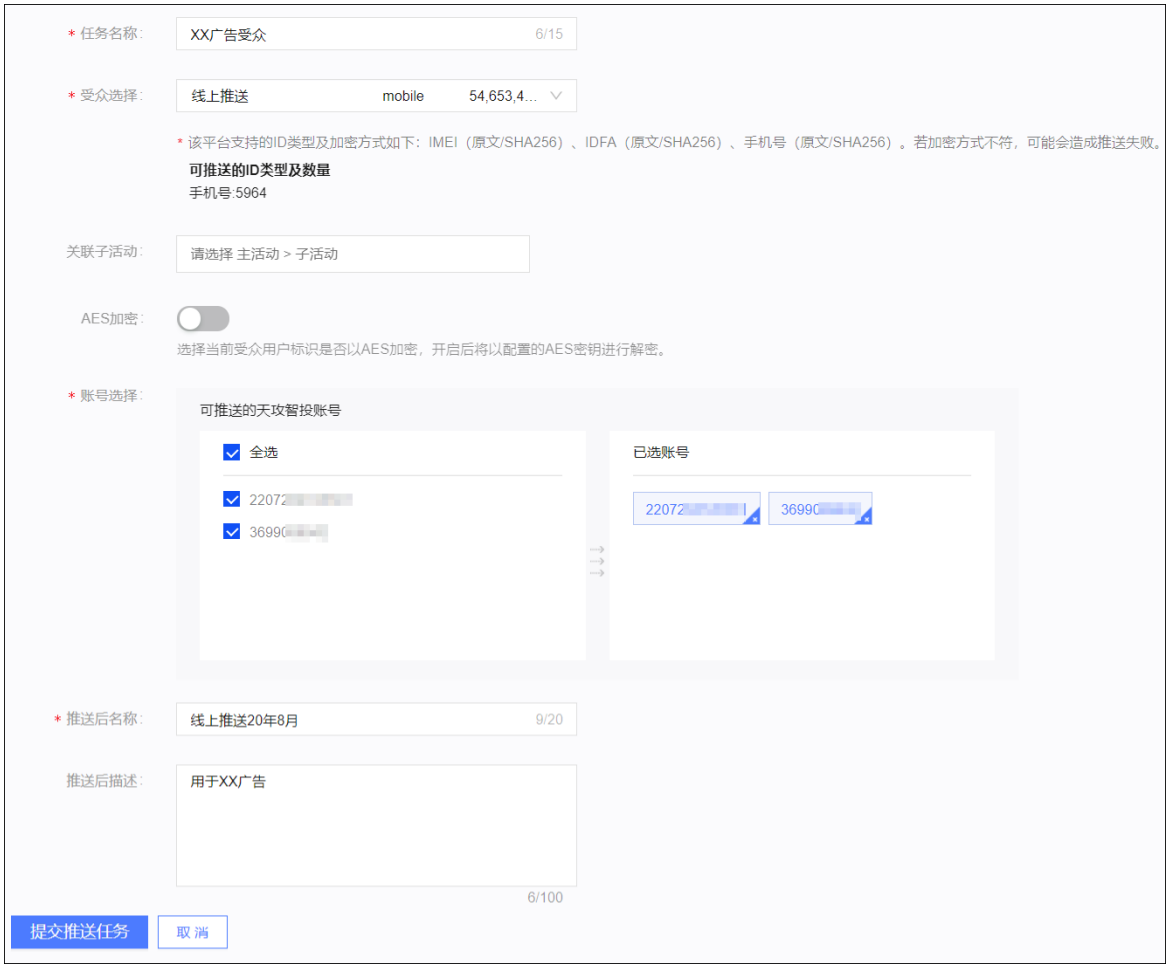
创建天攻智投推送任务，将受众推送至天攻智投。

操作步骤：

1. 选择**用户营销** > 所在工作空间 > **广告营销** > **天攻智投**，单击**创建推送任务**。

2. 在弹出的对话框中阅读使用协议，勾选**我已阅读并同意该协议**，单击**确定**。

3. 填写参数，如下表所示。



参数	说明
任务名称	填写任务名称，用于区分任务用途。
受众选择	选择要推送到天攻智投的受众，下方将显示相应的ID类型和数量。 请确保ID类型和对应的加密方式符合IMEI（原文/SHA256）、IDFA（原文/SHA256）、手机号（原文/SHA256），否则可能会造成推送失败。
关联子活动	选择主活动，再选择该主活动下的子活动（独立子活动将展示在主活动列表最后的 - 之下），将营销任务与子活动关联，支持关联多个子活动。活动相关说明，请参见营销活动文档。
AES加密 （基础版无此选项）	选择ID是否已做AES加密。 如ID已做AES加密，需要在推送前进行解密，解密时需要AES密钥。AES密钥配置，请参见组织系统配置。

参数	说明
账号选择	选择受众将被推送到的天攻智投账号，可以选择1个或多个账号。选择多个账号时，受众将同时被推送到所有账号。
推送后名称	填写受众推送至天攻智投后所显示的名称，用于区分受众。
推送后描述	填写受众推送至天攻智投所显示的描述。

4. 单击**提交推送任务**，开始推送。

6.3.3.3. 天攻智投任务管理

在**普通任务**页签，您可查看普通天攻智投推送任务的执行信息。

如下图所示，列表显示任务名称、关联子活动（若显示数字，鼠标悬停将显示所有关联子活动）、推送后人群包名称、ID类型、推送人数、可用人数（推送后天攻智投系统中匹配到的人数）、状态（含推送中、推送结束、推送失败）等信息。

6.3.4. 巨量引擎

6.3.4.1. 巨量引擎概述

您可以将受众推送至巨量引擎营销平台，用于后续在今日头条上进行广告营销。使用从Quick Audience推送的受众进行广告营销时，相应的曝光数、点击数、花费等信息将回流到Quick Audience进行统计分析。

支持推送您创建的受众和公共受众。受众的ID类型为，或受众的来源数据集含IMEI（原文/MD5）、IDFA（原文/MD5）、手机号（原文/SHA256）、OAID（原文/MD5）。

您还可以在自动化营销任务中加入巨量引擎营销动作，请参见自动化营销。

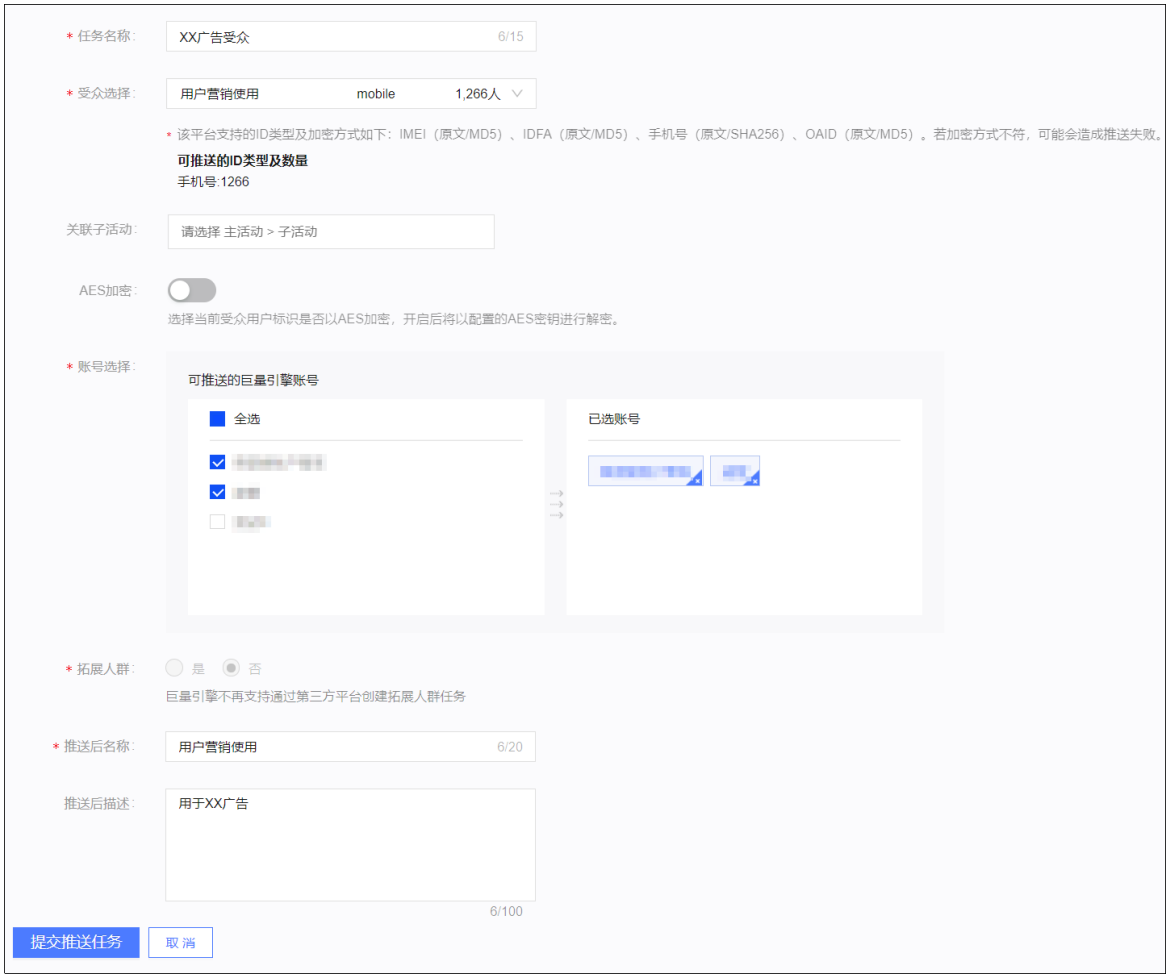
6.3.4.2. 创建巨量引擎推送任务

创建巨量引擎推送任务，将受众推送至巨量引擎的巨量云图广告平台。

操作步骤：

1. 选择**用户营销** > 所在工作空间 > **广告营销** > **巨量引擎**，单击**创建推送任务**。

2. 配置参数，如下表所示。



参数	说明
任务名称	输入任务名称，用于区分任务用途。
受众选择	选择要推送到巨量引擎的受众，下方将显示相应的ID类型和数量。 请确保ID类型和对应的加密方式符合IMEI（原文/MD5）、IDFA（原文/MD5）、手机号（原文/SHA256）、OAID（原文/MD5），否则可能会造成推送失败。
关联子活动	选择主活动，再选择该主活动下的子活动（独立子活动将展示在主活动列表最后的 - 之下），将营销任务与子活动关联，支持关联多个子活动。活动相关说明，请参见营销活动文档。
AES加密 （基础版无此选项）	选择ID是否已做AES加密。 如ID已做AES加密，需要在推送前进行解密，解密时需要AES密钥。AES密钥配置，请参见组织系统配置。
账号选择	选择受众将被推送到的巨量引擎账号，可以选择1个或多个账号。选择多个账号时，受众将同时被推送到所有账号。
拓展人群	默认选择**否**。 **说明** 现已不再支持拓展人群。拓展人群是指原受众被推送到巨量引擎后，在原受众之外创建一个新受众，新受众将根据原受众进行Look-alike相似人群放大，拓展到指定数量，不影响原受众。
推送后名称	输入受众推送至巨量引擎后所显示的名称，用于区分受众。
推送后描述	输入受众推送至巨量引擎后所显示的描述。

3. 单击**提交推送任务**，开始推送。

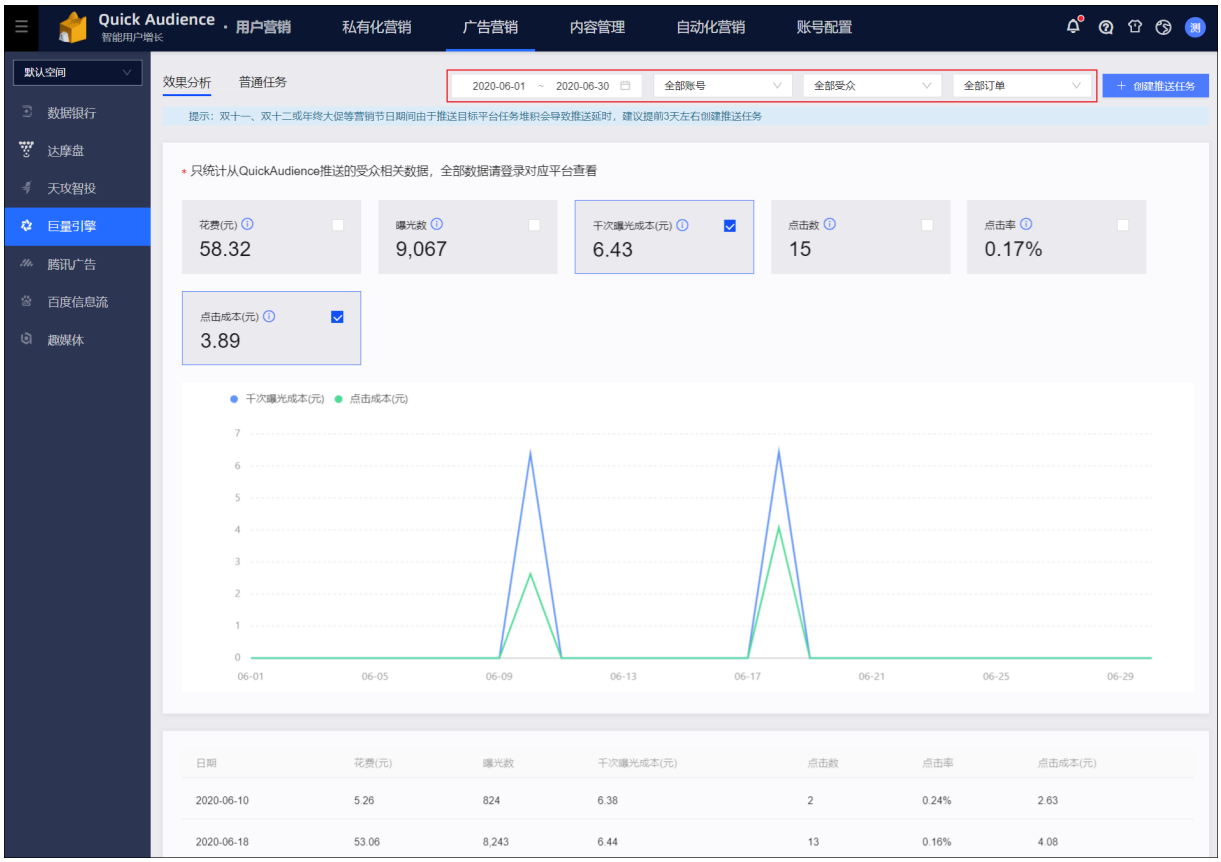
您可以登录巨量引擎，在**资产>自定义人群包>人群列表**页面查看推送的受众。

6.3.4.3. 巨量引擎效果分析

巨量引擎推送任务已将Quick Audience的受众推送到巨量引擎，后续在巨量引擎对这些受众投放广告时，Quick Audience可以对广告营销效果进行分析，查看指定巨量引擎账号、广告受众、广告订单的花费、曝光数、千次曝光成本、点击数、点击率、点击成本。

> **说明**
>
> 仅分析对从Quick Audience推送到巨量引擎的受众投放的广告营销效果。

在**效果分析**页面，进行广告营销效果分析，如下图所示。



在右上角选择时间段、巨量引擎账号、广告受众、广告订单，下方显示对应的关键项数据和折线图，包括花费、曝光数、千次曝光成本、点击数、点击率、点击成本。折线图中仅显示已勾选的关键项。

页面下方列表显示已选范围内每个订单的关键项数据。

6.3.4.4. 巨量引擎任务管理

在**普通任务**页签，您可查看普通巨量引擎推送任务的执行信息。

如下图所示，列表显示任务名称、关联子活动（若显示数字，鼠标悬停将显示所有关联子活动）、推送时间、受众人群名称、ID类型、推送人数、状态（含推送中、推送结束、推送失败）等信息。

由于创建巨量引擎推送任务时可以选择多个推送账号，以往版本中还可以设置拓展人群，故一个任务中将包含若干子任务：

> **说明**
>
> 已不再支持创建新的拓展人群任务，展示的拓展人群任务均为以往创建的存量任务。

- 一个账号的非拓展人群对应一个原始任务。
- 一个账号的拓展人群对应一个拓展任务。

推送进度将显示已执行的子任务数/子任务总数，单击右侧的 ▸ ，可展开子任务信息，包括相应的广告主账号、推送后人群包名称、任务类型（含原始任务、拓展任务）、可用人数（推送后巨量引擎系统中匹配到的人数）、是否推送成功等。

6.3.5. 腾讯广告

6.3.5.1. 腾讯广告概述

您可以将受众推送至腾讯广告营销平台，用于后续在该平台上进行广告营销。使用从Quick Audience推送的受众进行广告营销时，相应的曝光数、点击数、花费等信息将回流到Quick Audience进行统计分析。

支持推送您创建的受众和公共受众。受众的ID类型为，或受众的来源数据集含IMEI（原文/MD5）、IDFA（原文/MD5）、手机号（原文/MD5/SHA256）、OAID（原文/MD5）。

您还可以在自动化营销任务中加入腾讯广告营销动作，请参见自动化营销。

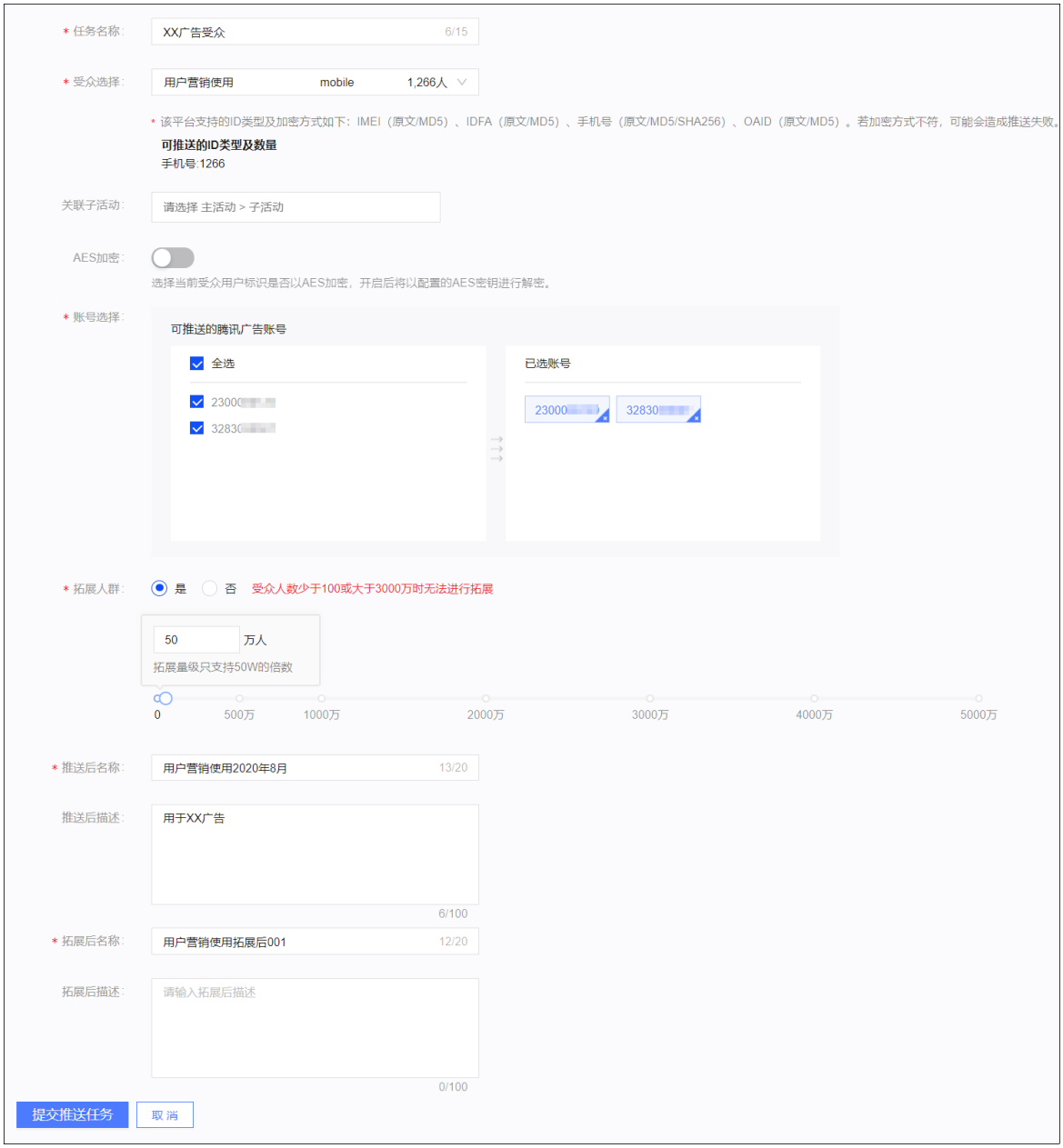
6.3.5.2. 创建腾讯广告推送任务

创建腾讯广告推送任务，将受众推送至腾讯广告。

操作步骤：

1. 选择**用户营销** > 所在工作空间 > **广告营销** > **腾讯广告**，单击**创建推送任务**。

2. 配置参数，如下表所示。



参数	说明
任务名称	输入任务名称，用于区分任务用途。
受众选择	选择要推送到腾讯广告的受众，下方将显示相应的ID类型和数量。 请确保ID类型和对应的加密方式符合IMEI（原文/MD5）、IDFA（原文/MD5）、手机号（原文/MD5/SHA256）、OAID（原文/MD5），否则可能会造成推送失败。
关联子活动	选择主活动，再选择该主活动下的子活动（独立子活动将展示在主活动列表最后的 - 之下），将营销任务与子活动关联，支持关联多个子活动。活动相关说明，请参见营销活动文档。

参数	说明
AES加密 （基础版无此选项）	选择ID是否已做AES加密。 如ID已做AES加密，需要在推送前进行解密，解密时需要AES密钥。AES密钥配置，请参见组织系统配置。
账号选择	选择受众将被推送到的腾讯广告账号，可以选择1个或多个账号。选择多个账号时，受众将同时被推送到所有账号。
拓展人群	选择是否开启拓展人群，并设置拓展人群的数量。开启后，原受众被推送到腾讯广告后，会在原受众之外创建一个新受众，新受众将根据原受众进行Look-alike相似人群放大，拓展到指定数量，不会影响原受众。
推送后名称	输入受众推送至腾讯广告后所显示的名称，用于区分受众。
推送后描述	输入受众推送至腾讯广告后所显示的描述。
拓展后名称	如开启拓展人群，需要输入拓展出的新受众的名称。
拓展后描述	如开启拓展人群，可输入拓展出的新受众的描述。

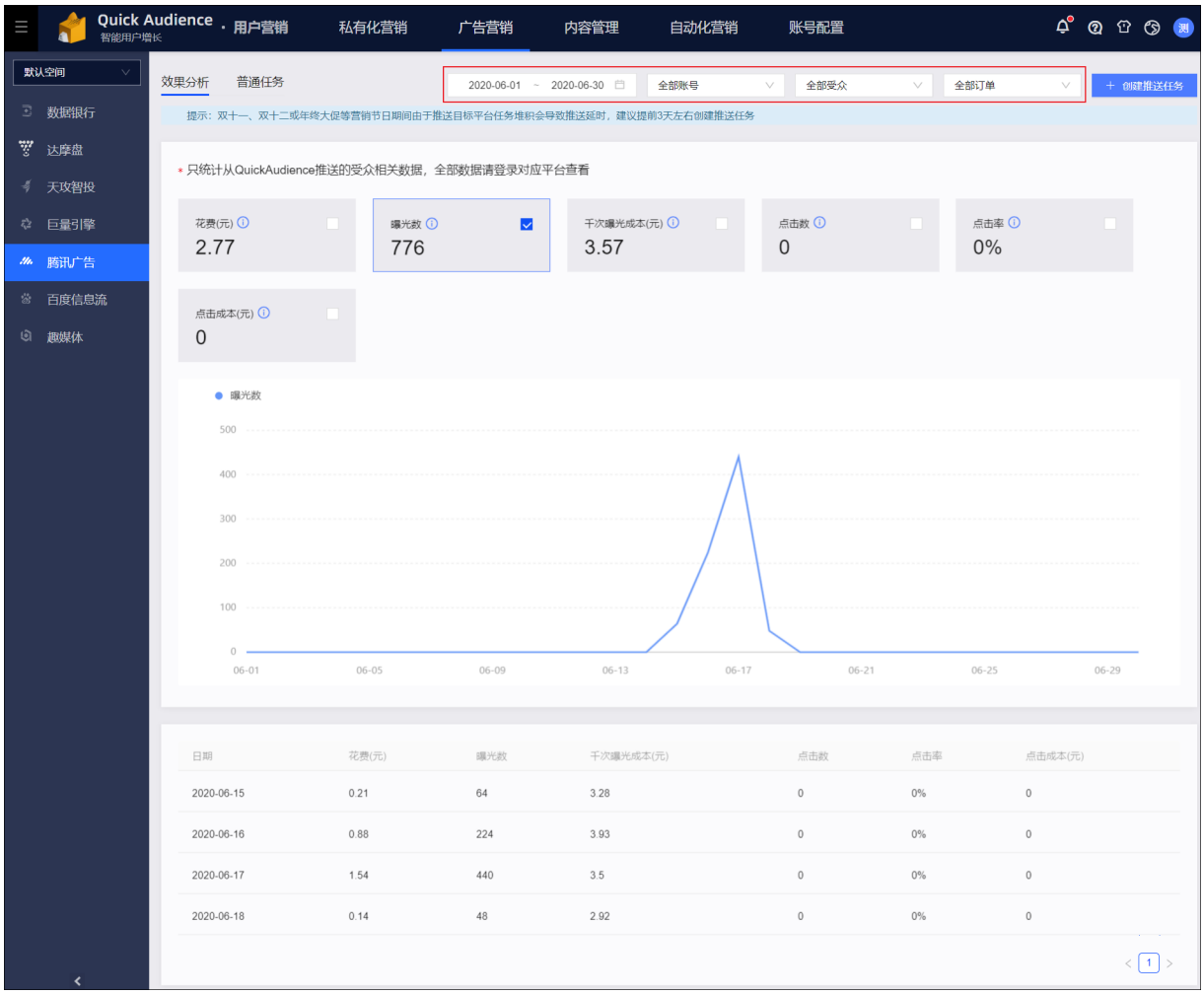
3. 单击**提交推送任务**，开始推送。

6.3.5.3. 腾讯广告效果分析

腾讯广告推送任务已将Quick Audience的受众推送到腾讯广告，后续在腾讯广告对这些受众投放广告时，Quick Audience可以对广告营销效果进行分析，查看指定腾讯广告账号、广告受众、广告订单的花费、曝光数、千次曝光成本、点击数、点击率、点击成本。

> **说明**
>
> 仅分析对从Quick Audience推送到腾讯广告的受众投放的广告营销效果。

在**效果分析**页面，进行广告营销效果分析，如下图所示。



在右上角选择时间段、腾讯广告账号、广告受众、广告订单，下方显示对应的关键项数据和折线图，包括花费、曝光数、千次曝光成本、点击数、点击率、点击成本。折线图中仅显示已勾选的关键项。

页面下方列表显示已选范围内每个订单的关键项数据。

6.3.5.4. 腾讯广告任务管理

在**普通任务**页签，您可查看普通腾讯广告推送任务的执行信息。

如下图所示，列表显示任务名称、关联子活动（若显示数字，鼠标悬停将显示所有关联子活动）、推送时间、受众人群名称、ID类型、推送人数、状态（含推送中、推送结束、推送失败）等信息。

由于创建腾讯广告推送任务时可以选择多个推送账号，还可以设置拓展人群，故一个任务中将包含若干子任务：

- 一个账号的非拓展人群对应一个原始任务。
- 一个账号的拓展人群对应一个拓展任务。

推送进度将显示已执行的子任务数/子任务总数，单击右侧的 ▸ ，可展开子任务信息，包括相应的账号、推送后人群包名称、任务类型（含原始任务、拓展任务）、可用人数（推送后腾讯广告系统中匹配到的人数）、是否推送成功等。

6.3.6. 百度营销

6.3.6.1. 百度营销概述

您可以将受众推送至百度营销平台，用于后续在该平台上进行广告营销。使用从Quick Audience推送的受众进行广告营销时，相应的曝光数、点击数、花费等信息将回流到Quick Audience进行统计分析。

支持推送您创建的受众和公共受众。受众的ID类型为，或受众的来源数据集含IMEI（原文/MD5）、IDFA（原文/MD5）、OAID（原文/MD5）、手机号（MD5）。

您还可以在自动化营销任务中加入百度营销营销动作，请参见自动化营销。

6.3.6.2. 创建百度营销推送任务

创建百度营销推送任务，将受众推送至百度营销。

操作步骤：

1. 选择**用户营销** > 所在工作空间 > **广告营销** > **百度营销**，单击**创建推送任务**。

2. 配置参数，如下表所示。

参数	说明
任务名称	输入任务名称，用于区分任务用途。
受众选择	选择要推送到百度营销的受众，下方将显示相应的ID类型和数量。 请确保ID类型和对应的加密方式符合IMEI（原文/MD5）、IDFA（原文/MD5）、OAID（原文/MD5）、手机号（MD5），否则可能会造成推送失败。
关联子活动	选择主活动，再选择该主活动下的子活动（独立子活动将展示在主活动列表最后的 - 之下），将营销任务与子活动关联，支持关联多个子活动。活动相关说明，请参见营销活动文档。
AES加密 （基础版无此选项）	选择ID是否已做AES加密。 如ID已做AES加密，需要在推送前进行解密，解密时需要AES密钥。AES密钥配置，请参见组织系统配置。
账号选择	选择受众将被推送到的百度营销账号，可以选择1个或多个账号。选择多个账号时，受众将同时被推送到所有账号。
推送后名称	输入受众推送至百度营销后所显示的名称，用于区分受众。

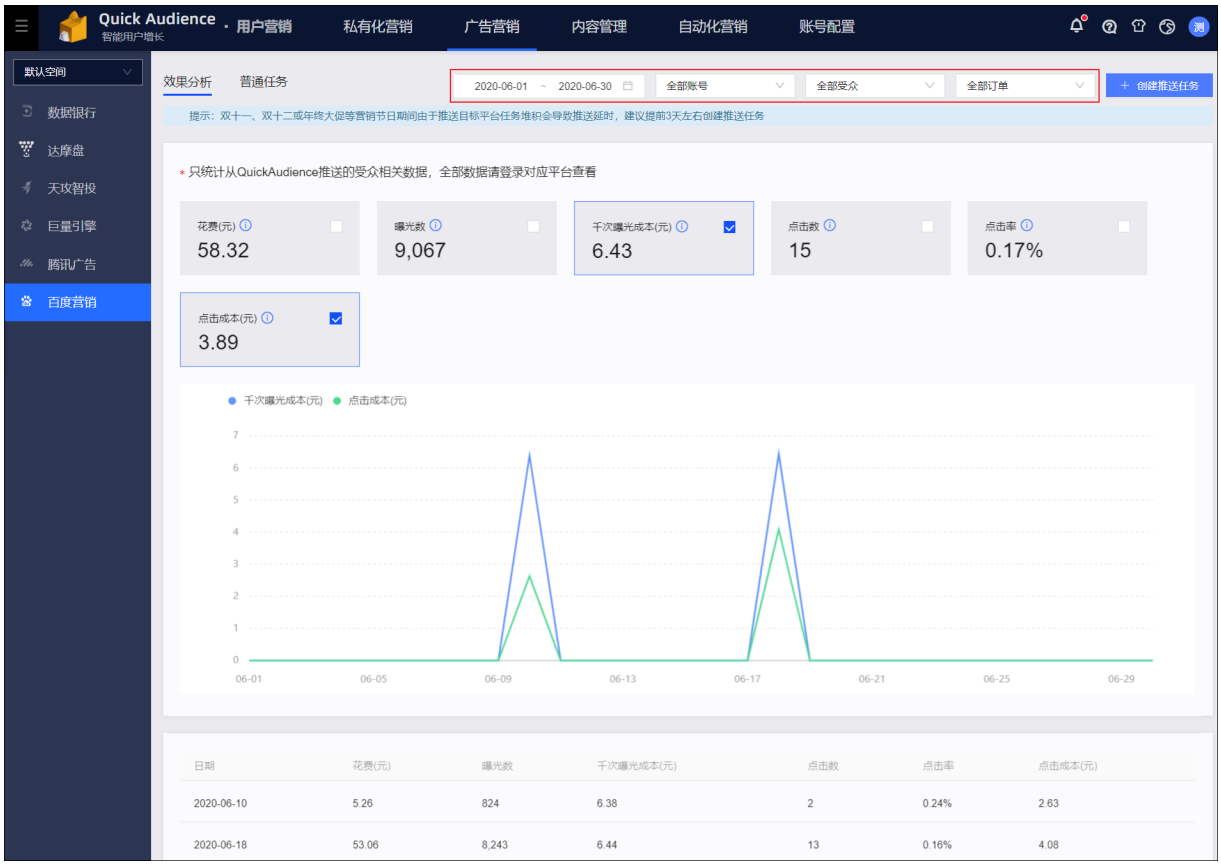
3. 单击**提交推送任务**，开始推送。

6.3.6.3. 百度营销效果分析

百度营销推送任务已将Quick Audience的受众推送到百度营销，后续在百度营销对这些受众投放广告时，Quick Audience可以对广告营销效果进行分析，查看指定百度营销账号、广告受众、广告订单的花费、曝光数、千次曝光成本、点击数、点击率、点击成本。

> **说明**
>
> 仅分析对从Quick Audience推送到百度营销的受众投放的广告营销效果。

在**效果分析**页面，进行广告营销效果分析，如下图所示。



在右上角选择时间段、百度营销账号、广告受众、广告订单，下方显示对应的关键项数据和折线图，包括花费、曝光数、千次曝光成本、点击数、点击率、点击成本。折线图中仅显示已勾选的关键项。

页面下方列表显示已选范围内每个订单的关键项数据。

6.3.6.4. 百度营销任务管理

在**普通任务**页签，您可查看普通百度营销推送任务的执行信息。

如下图所示，列表显示任务名称、关联子活动（若显示数字，鼠标悬停将显示所有关联子活动）、推送时间、受众人群名称、ID类型、推送人数、状态（含推送中、推送结束、推送失败）等信息。

由于创建百度营销推送任务时可以选择多个推送账号，故一个任务中将包含若干子任务：一个账号对应一个原始任务。

推送进度将显示已执行的子任务数/子任务总数，单击右侧的 ▸ ，可展开子任务信息，包括相应的账号、推送后人群包名称、任务类型（含原始任务）、可用人数（推送后百度营销系统中匹配到的人数）、是否推送成功等。

6.3.7. 趣媒体

6.3.7.1. 趣媒体概述

您可以将受众推送至趣媒体营销平台，用于后续在该平台上进行广告营销。使用从Quick Audience推送的受众进行广告营销时，相应的曝光数、点击数、花费等信息将回流到Quick Audience进行统计分析。

> **注意**
>
> 从V3.3.35开始，已不再支持趣媒体功能。

趣媒体是趣云数据推出的营销应用，详情请从趣云数据官方网站获取。

支持推送您创建的受众和公共受众，受众的ID类型可以为IMEI（原文/MD5）、IDFA（原文/MD5）、MAC（原文/MD5）。

您还可以在自动化营销任务中加入趣媒体营销动作，请参见自动化营销。

6.3.7.2. 创建趣媒体推送任务

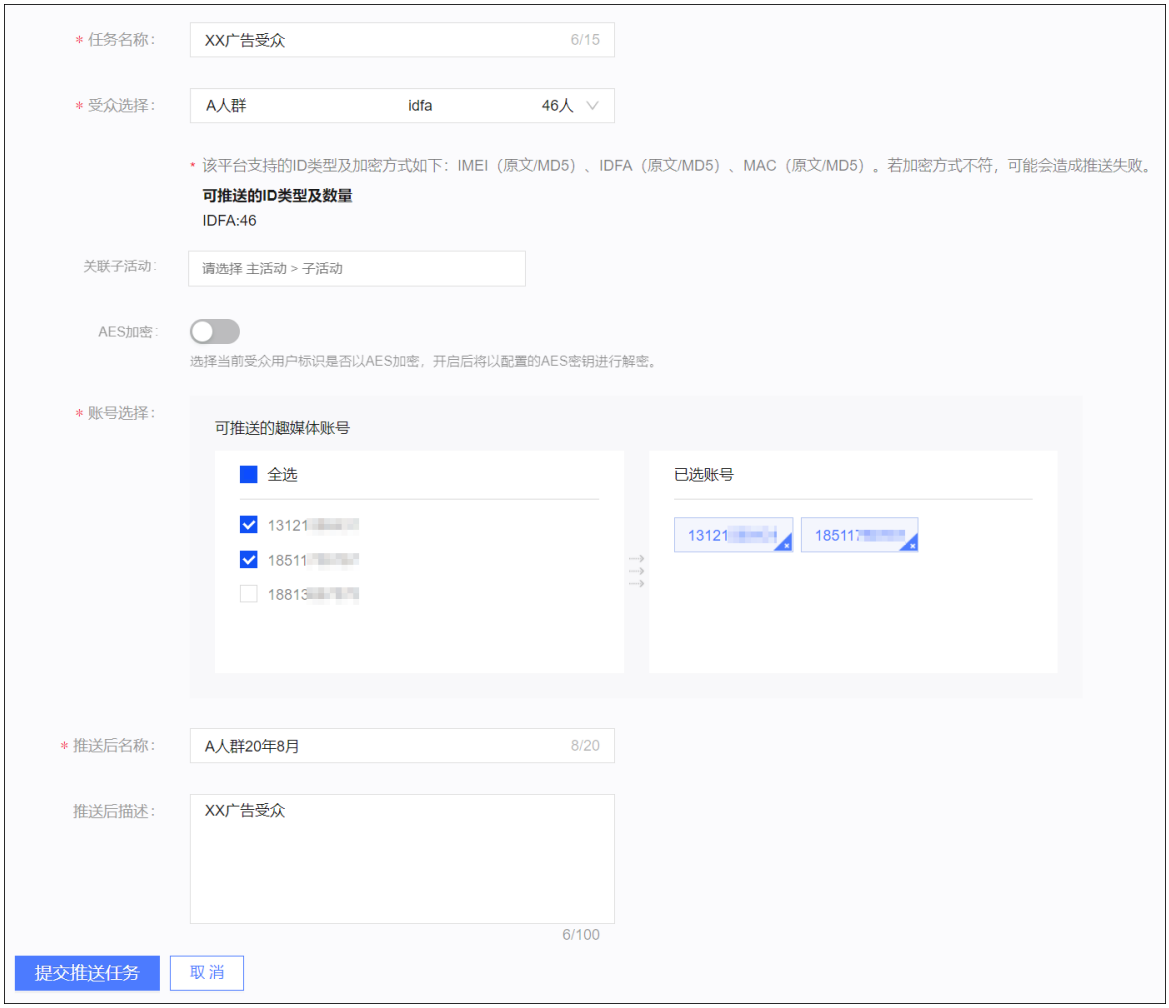
创建趣媒体推送任务，将受众推送至趣媒体。

> **注意**
>
> 从V3.3.35开始，已不再支持趣媒体功能。

操作步骤：

1. 选择**用户营销** > 所在工作空间 > **广告营销** > **趣媒体**，单击**创建推送任务**。

2. 配置参数，如下表所示。



参数	说明
任务名称	输入任务名称，用于区分任务用途。
受众选择	选择要推送到趣媒体广告平台的受众，下方将显示相应的ID类型和数量。 请确保ID类型和对应的加密方式符合IMEI（原文/MD5）、IDFA（原文/MD5）、MAC（原文/MD5），否则可能会造成推送失败。
关联子活动	选择主活动，再选择该主活动下的子活动（独立子活动将展示在主活动列表最后的 - 之下），将营销任务与子活动关联，支持关联多个子活动。活动相关说明，请参见营销活动文档。
AES加密 （基础版无此选项）	选择ID是否已做AES加密。 如ID已做AES加密，需要在推送前进行解密，解密时需要AES密钥。AES密钥配置，请参见系统配置。
账号选择	选择受众将被推送到的趣媒体账号，可以选择1个或多个账号。选择多个账号时，受众将同时被推送到所有账号。
推送后名称	输入受众推送至趣媒体广告平台后所显示的名称，用于区分受众。
推送后描述	输入受众推送至趣媒体广告平台后所显示的描述。

3. 单击**提交推送任务**，开始推送。

6.3.7.3. 趣媒体效果分析

趣媒体推送任务已将Quick Audience的受众推送到趣媒体，后续在趣媒体对这些受众投放广告时，Quick Audience可以对广告营销效果进行分析，查看指定趣媒体账号、广告受众、广告订单的花费、曝光数、千次曝光成本、点击数、点击率、点击成本。

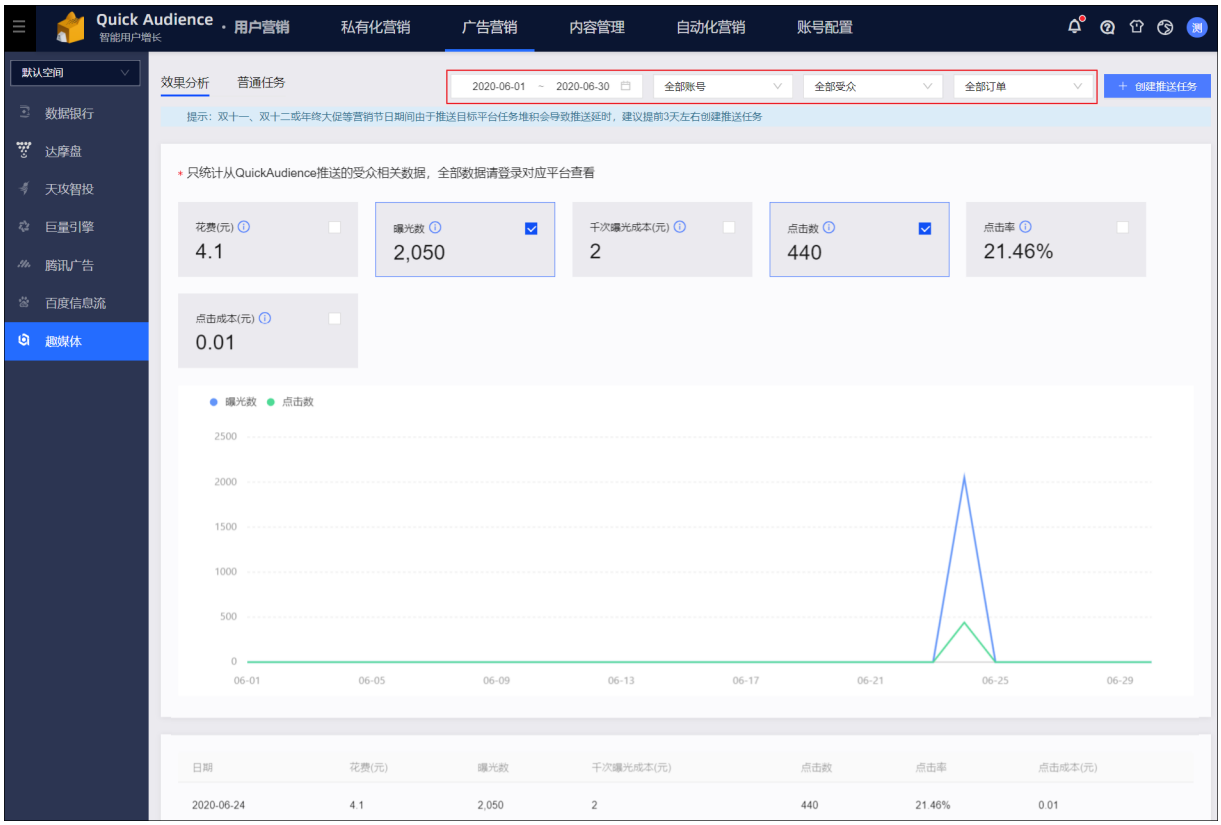
注意

从V3.3.35开始，不再支持趣媒体功能。

说明

仅分析对从Quick Audience推送到趣媒体的受众投放的广告营销效果。

在**效果分析**页面，进行广告营销效果分析，如下图所示。



在右上角选择时间段、趣媒体账号、广告受众、广告订单，下方显示对应的关键项数据和折线图，包括花费、曝光数、千次曝光成本、点击数、点击率、点击成本。折线图中仅显示已勾选的关键项。

页面下方列表显示已选范围内每个订单的关键项数据。

6.3.7.4. 趣媒体任务管理

在**普通任务**页签，您可查看普通趣媒体推送任务的执行信息。

> **注意**
>
> 从V3.3.35开始，已不再支持趣媒体功能。

如下图所示，列表显示任务名称、关联子活动（若显示数字，鼠标悬停将显示所有关联子活动）、推送时间、受众人群名称、ID类型、推送人数、状态（含推送中、推送结束、推送失败）等信息。

由于创建趣媒体推送任务时可以选择多个推送账号，故一个任务中将包含若干子任务：一个账号对应一个原始任务。

推送进度将显示已执行的子任务数/子任务总数，单击右侧的 ▸ ，可展开子任务信息，包括相应的账号、推送后人群包名称、任务类型（含原始任务）、可用人数（推送后趣媒体系统中匹配到的人数）、是否推送成功等。

6.4. 内容管理

6.4.1. 内容管理概述

用户营销的内容管理主要进行短信、邮件、微信、微博的模版、短信签名、短链接，以及内容素材的创建和管理。

6.4.2. 短信模板

6.4.2.1. 创建文本短信模板

您可以为推广短信、短信通知创建模板。模板通过审核后，可在创建推广短信、短信通知营销任务时使用。推广短信、短信通知说明，请参见短信营销概述。

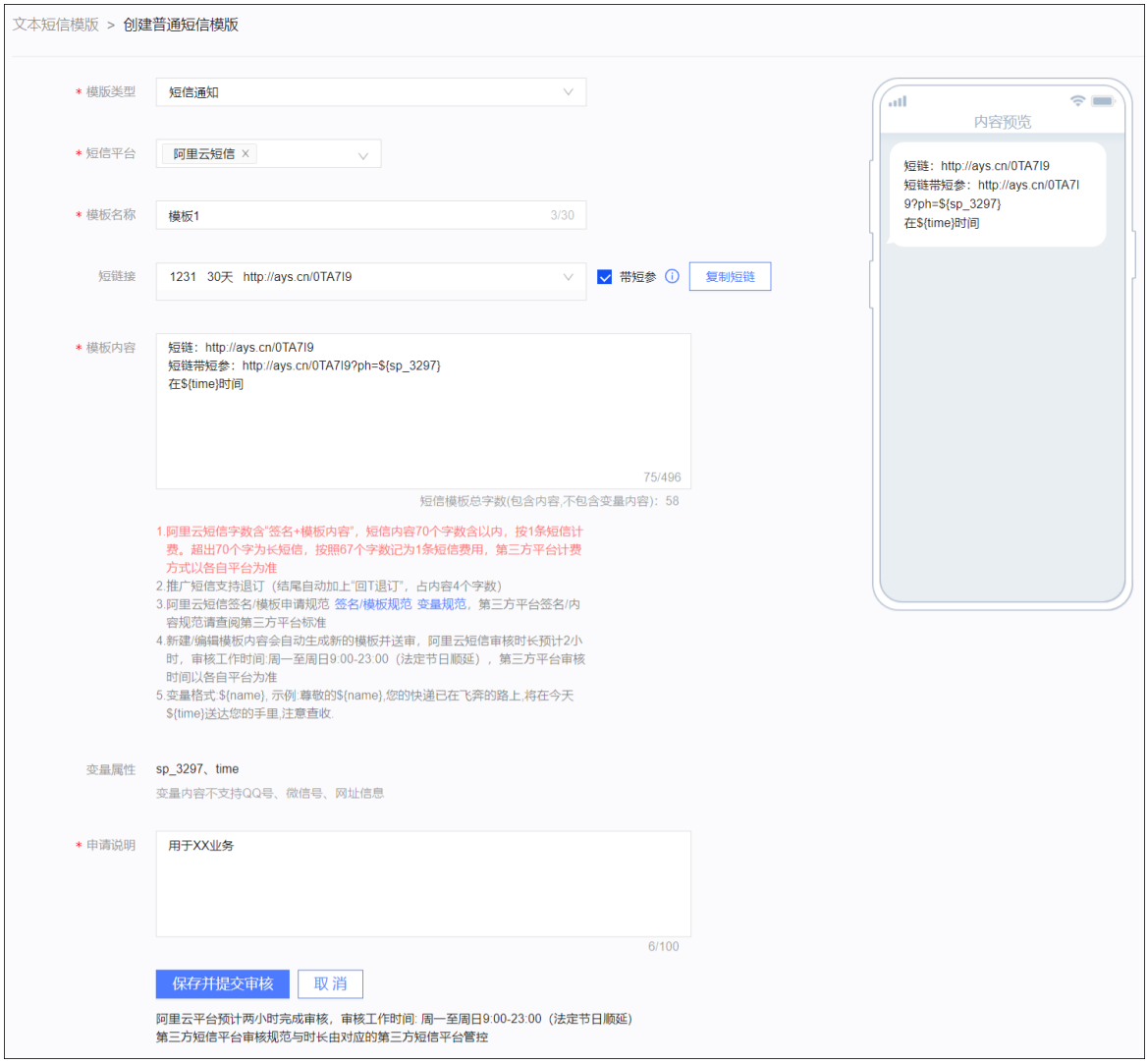
> **说明**
>
> 若您申请开通了阿里云全变量白名单，阿里云短信的新模板将自动通过审核，可以随时发送。

创建短信模板

操作步骤：

1. 选择**用户营销**>所在工作空间>**内容管理**>**短信模板**>**文本短信模板**。

2. 单击右上角**创建文本短信模板**。
3. 选择模板类型为**推广短信**或**短信通知**。模板只能用于创建选定类型的短信营销任务。



4. 选择**短信平台**，可多选。

   创建的短信模板将仅可用于使用该短信平台的短信任务。

> **说明**
>
> 请注意第三方短信平台不支持部分功能：
>
> - 对于推广短信：第三方短信平台不支持变量、短链接、短参。
> - 对于短信通知：第三方短信平台不支持短链接、短参，支持变量。

5. 输入**模板名称**、**短信内容**、**申请说明**。
   - 内容：推广短信、短信通知支持插入短链，短链可带短参，短信通知支持插入变量。
     - 插入变量，格式为：${name}。不可插入变量到短链接。
     - 如需使用短链，从**短链接**下拉列表选择已有短链或**创建短链**，然后单击**复制链接**，将复制的短链粘贴到内容中。格式为：http://xxx.cn/xxxxxx。
     - 如需使用短参，勾选**带短参**，则复制的短链将带有短参。格式为： http://xxx.cn/xxxxxx?ph=${sp_xxxx}。

     > **说明**
     >
     > - 若您申请开通了阿里云全变量白名单，阿里云推广短信也将支持插入变量。
     > - 选择短链时请注意短链的有效期，用户点击短链时，短链必须在有效期内才能正常打开网址。创建短链，请参见短链管理。
     > - 带短参的短链中的${sp_xxxx}为短参，发送短信时将根据每个11位用户手机号生成对应的6位短参。

   - 申请说明：用于在审核时作供审核人员参考，建议说明短信的业务场景等。
6. 单击**保存并提交审核**。

   所选的短信平台将进行模板审核，审核结果请查看模板列表。

   > **说明**
   >
   > 若您已申请开通阿里云全变量白名单，开通后，阿里云短信的新模板将自动通过审核，可以随时发送。

管理短信模板

如下图所示，列表显示创建的文本短信模板，包括短信平台、类型、状态等信息，状态包含：待送审、审核中、审核通过、审核拒绝。

> **说明**
>
> 审核通过、审核中的模板均可在创建推广短信、短信通知营销任务时使用，但发送短信前状态必须为审核通过。

您可进行以下操作：

- **编辑**：仅可编辑审核失败的模板，修改模板名称、短信内容、申请说明，然后重新保存并提交审核。
- **删除**：可删除审核通过、审核失败的模板。删除后，短信任务不可使用该模板，请勿删除待发送或发送中的短信任务使用的模板。

6.4.2.2. 创建数字短信模板

您可以为数字短信营销任务创建模板，数字短信内容支持文本、图片、音频、视频。模板可在创建数字短信营销任务时使用。

> **说明**
>
> 数字短信模板审核将由运营商（电信、联通、移动）进行，运营商通过审核后，归属于该运营商的手机号才支持接收使用该模板的数字短信。

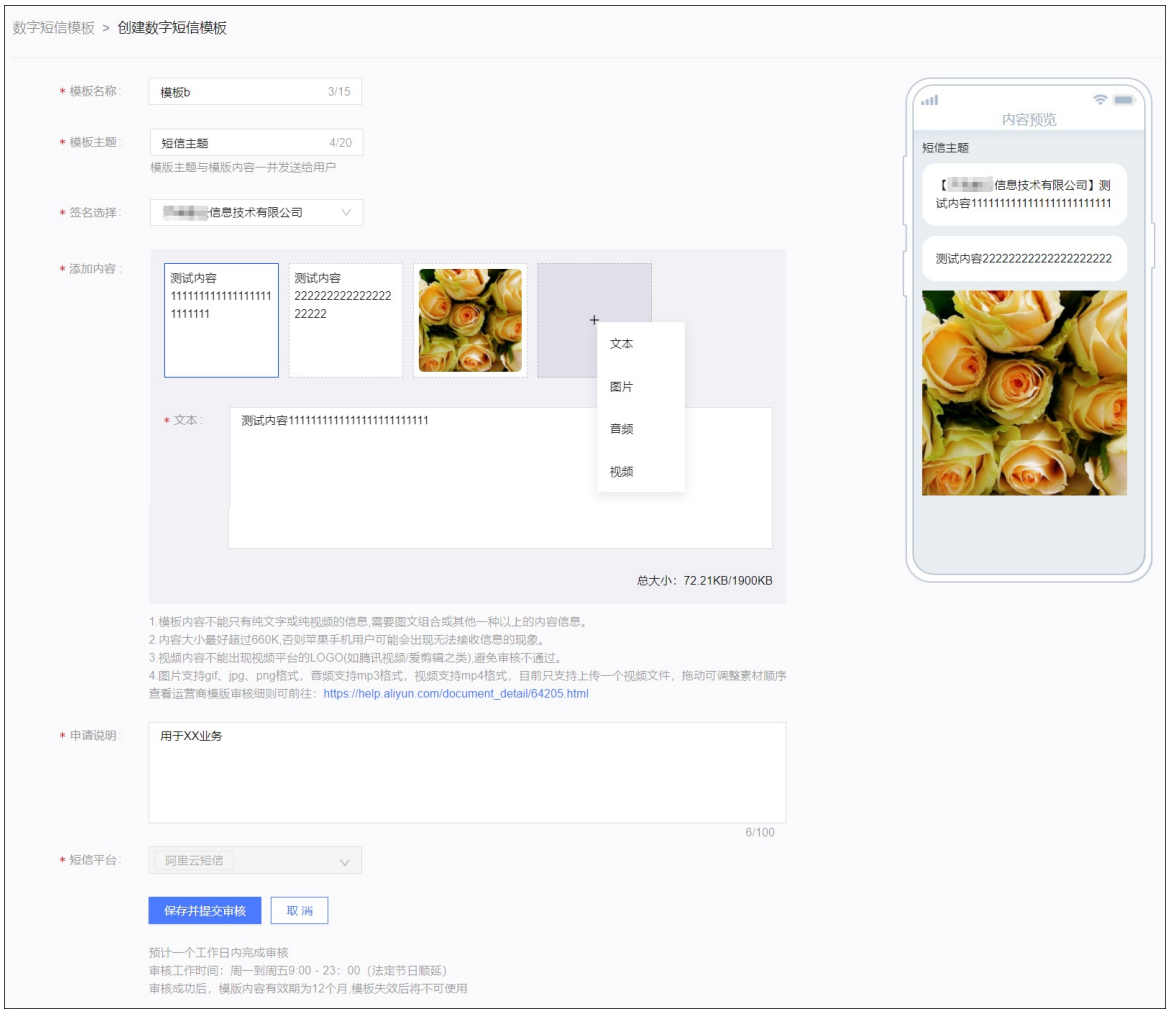
创建短信模板

操作步骤：

1. 选择**用户营销**>所在工作空间>**内容管理**>**短信模板**>**数字短信模板**。

2. 单击右上角**创建数字短信模板**。

3. 输入**模板名称**、**模板主题**、**申请说明**，选择签名，编辑内容。



- 模板主题：将会随短信一起发送至用户。
- 签名：必须在阿里云短信平台通过审核才可添加，否则短信将发送失败，请提前到阿里云短信控制台确认签名已通过审核。
- 内容：单击+号区域后可选择添加文本、图片、音频、视频，视频只可添加一个。鼠标移动到内容项目上方，将出现调整顺序按钮和删除按钮。
- 申请说明：用于在审核时作供审核人员参考，建议说明短信的业务场景等。

4. 由于仅支持通过阿里云短信平台发送数字短信，**短信平台**默认为阿里云短信，不可更改。
5. 单击**保存并提交审核**。

   运营商将进行模板审核，审核结果请查看模板列表。

管理短信模板

如下图所示，列表显示创建的数字短信模板，包括短信平台、支持运营商、状态、有效期等信息，状态包含：待送审、审核中、审核通过、审核拒绝、已失效。

说明

- 审核通过、审核中的模板均可在创建数字短信营销任务时使用，但发送短信前状态必须为审核通过，且仅能发送到归属于支持运营商的手机号。
- 数字短信模板的有效期为一年，过期自动失效。

您可进行以下操作：

- **预览**：可预览任意状态的模板。
- **编辑**：仅可编辑审核失败的模板，修改模板名称、主题、短信内容、签名、申请说明，然后重新保存并提交审核。
- **删除**：可删除审核通过、审核失败、已失效的模板。删除后，短信任务不可使用该模板，请勿删除待发送或发送中的短信任务使用的模板。

6.4.2.3. 短信签名管理

您可以在签名管理页面将已在短信平台创建并通过审核的短信签名添加到Quick Audience，或者直接新建阿里云短信平台的短信签名，支持对短信签名进行编辑和删除。

添加已有签名

若已在阿里云短信平台或第三方短信平台创建短信签名，并且短信签名已通过审核，在Quick Audience短信营销中使用该签名前，您需要将该签名添加到Quick Audience。

操作步骤：

1. 选择**用户营销**>所在工作空间>**内容管理**>**短信模板**>**签名管理**，单击右上角**添加签名**>**添加已有签名**。

2. 在弹窗中选择短信平台，输入已通过审核的签名。

3. 单击**确认**，完成添加。

新建短信签名

您可以直接在Quick Audience新建阿里云短信平台的短信签名，无需登录阿里云短信平台。

操作步骤：

1. 选择**用户营销**>所在工作空间>**内容管理**>**短信模板**>**签名管理**，单击右上角**添加签名**>**新建短信签名**。

2. 根据提示填写签名、申请说明，选择签名来源，上传证明文件。

3. 单击**提交审核**。

短信签名将被提交到阿里云短信平台进行审核，签名列表将显示其审核状态。

管理短信签名

如下图所示，列表显示已添加或新建的短信签名，包含短信平台、审核状态等信息。

您可进行以下操作：

- **删除**：若您不再使用某个签名，单击**删除**，确认后移除该签名。
- **编辑**：您可以编辑审核失败的签名，修改后重新提交审核。

6.4.3. 邮件模板

6.4.3.1. 创建邮件模板

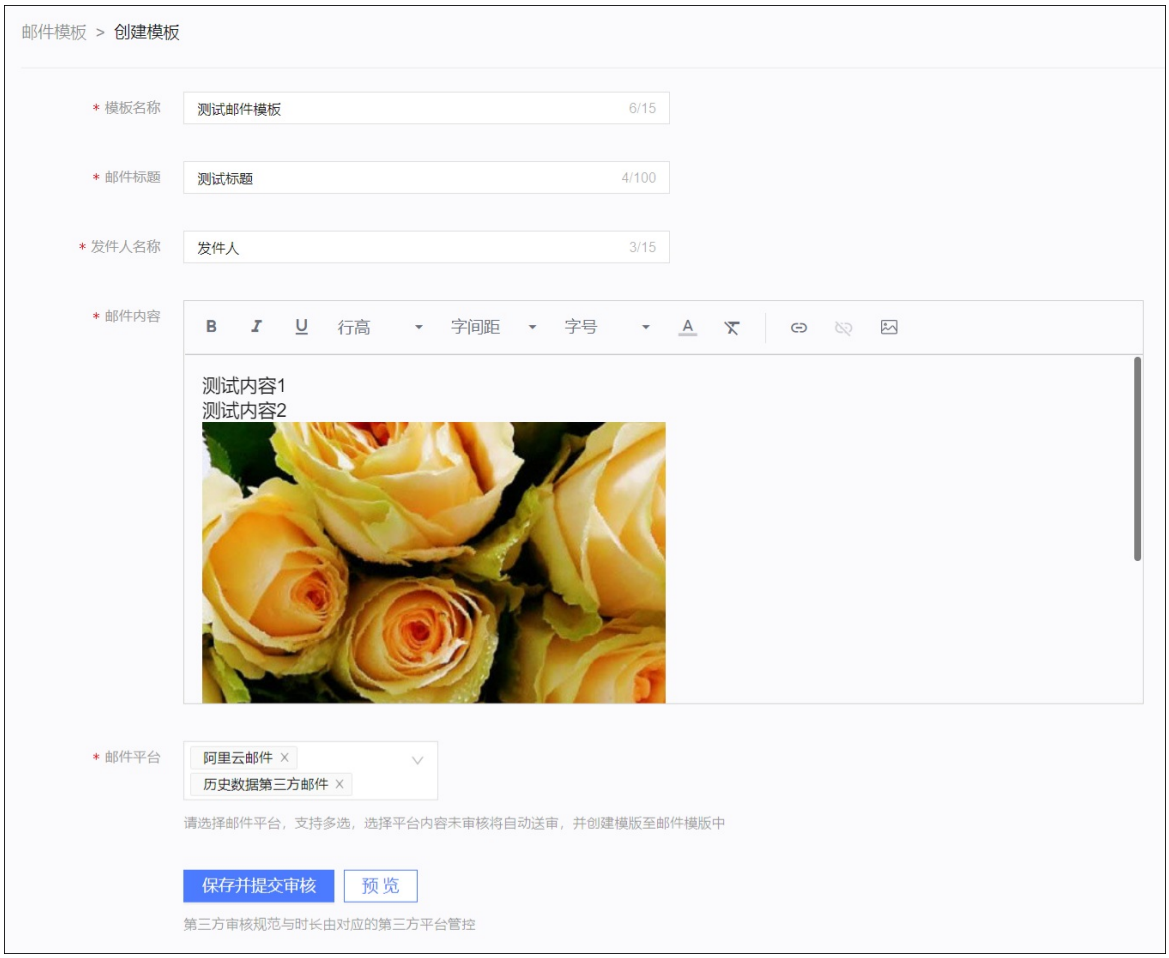
您可以为邮件营销任务创建模板。模板通过审核后，可在创建邮件营销任务时使用。

创建邮件模板

操作步骤：

1. 选择**用户营销**>所在工作空间>**内容管理**>**邮件模板**，单击右上角**创建模板**。

2. 输入**模板名称**、**邮件标题**、**发件人名称**、**邮件内容**。



3. 选择**邮件平台**，可多选。

   创建的邮件模板将仅可用于使用该邮件平台的邮件任务。

4. （可选）单击**预览**，预览邮件内容。

5. 单击**保存并提交审核**。

   所选的邮件平台将会进行模板审核。

管理邮件模板

如下图所示，列表显示创建的邮件模板，状态包含：待送审、审核中、审核通过、审核失败。其中，审核通过的模板可在创建邮件营销任务时使用。

您可进行以下操作：

- **查看并编辑**：仅可编辑审核失败的模板，修改模板名称、邮件标题、发件人名称、邮件内容，然后重新保存并提交审核。

- **删除**：可删除任意状态的模板。删除后，邮件任务不可使用该模板，请勿删除待发送或发送中的邮件任务使用的模板。

6.4.4. 微信模板

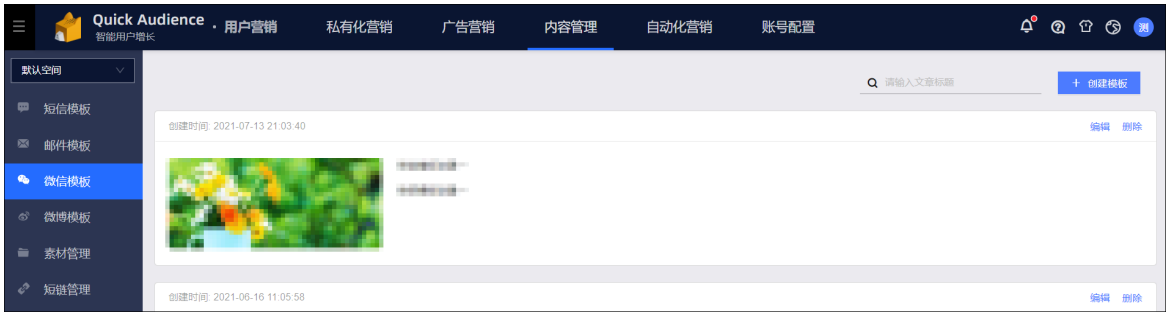
6.4.4.1. 创建微信模板

您可以为微信营销任务创建模板，仅支持图文类型的模板。

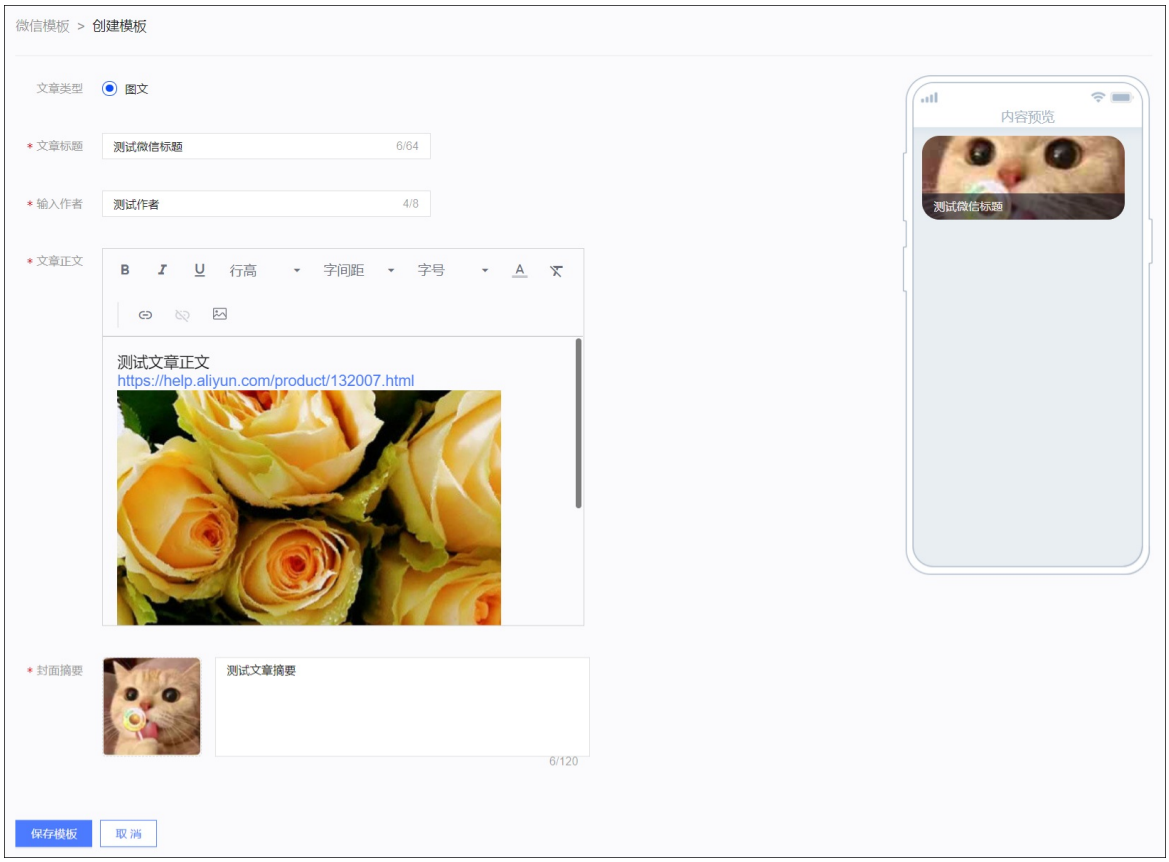
创建微信模板

操作步骤：

1. 选择**用户营销**>所在工作空间>**内容管理**>**微信模板**，单击右上角**创建模板**。



2. **文章类型**固定为**图文**。
3. 输入**文章标题**、**作者**、**文章正文**，设置**封面**、**摘要**。



4. 单击**保存模板**，完成模板创建。

管理微信模板

如下图所示，页面展示创建的微信模板，显示文章封面、标题、摘要。

您可进行以下操作：

- **编辑**：修改文章标题、作者、文章正文、封面、摘要。
- **删除**：删除不再使用的模板。

6.4.5. 微博模板

6.4.5.1. 创建微博模板

您可以为微博、头条文章营销任务分别创建模板。

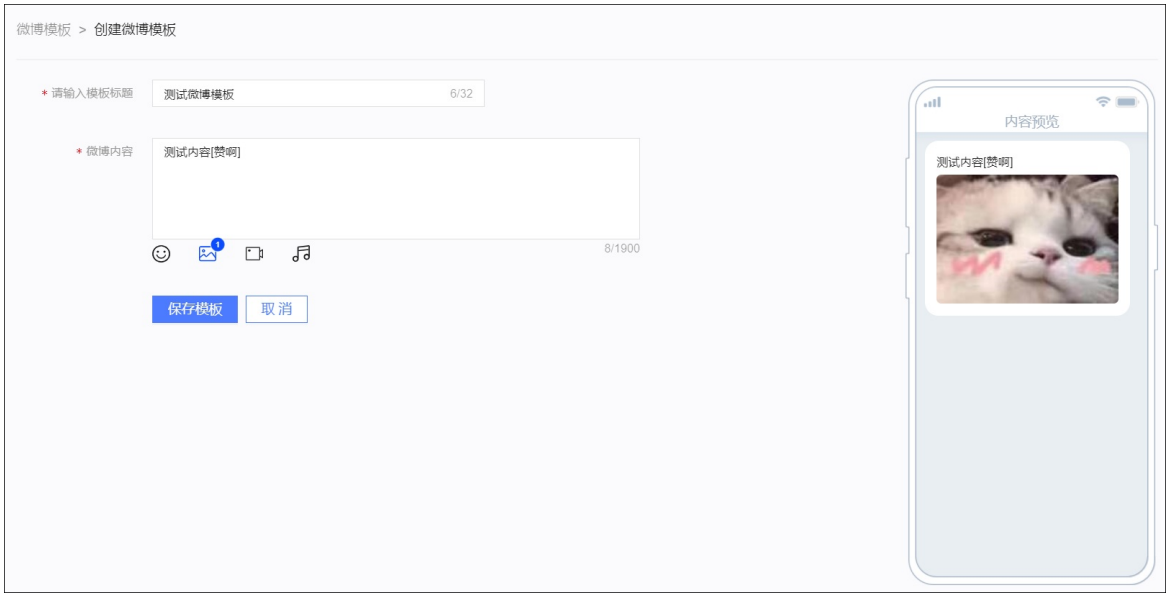
创建微博模板-微博

操作步骤：

1. 选择**用户营销**>所在工作空间>**内容管理**>**微博模板**，单击右上角**创建模板**>**微博**。

2. 输入**模板标题**，设置**模板内容**。

内容支持插入表情、图片、视频、音频。其中，视频媒体支持新浪播客、优酷、爱奇艺、酷6，音频媒体支持音乐人先锋榜。



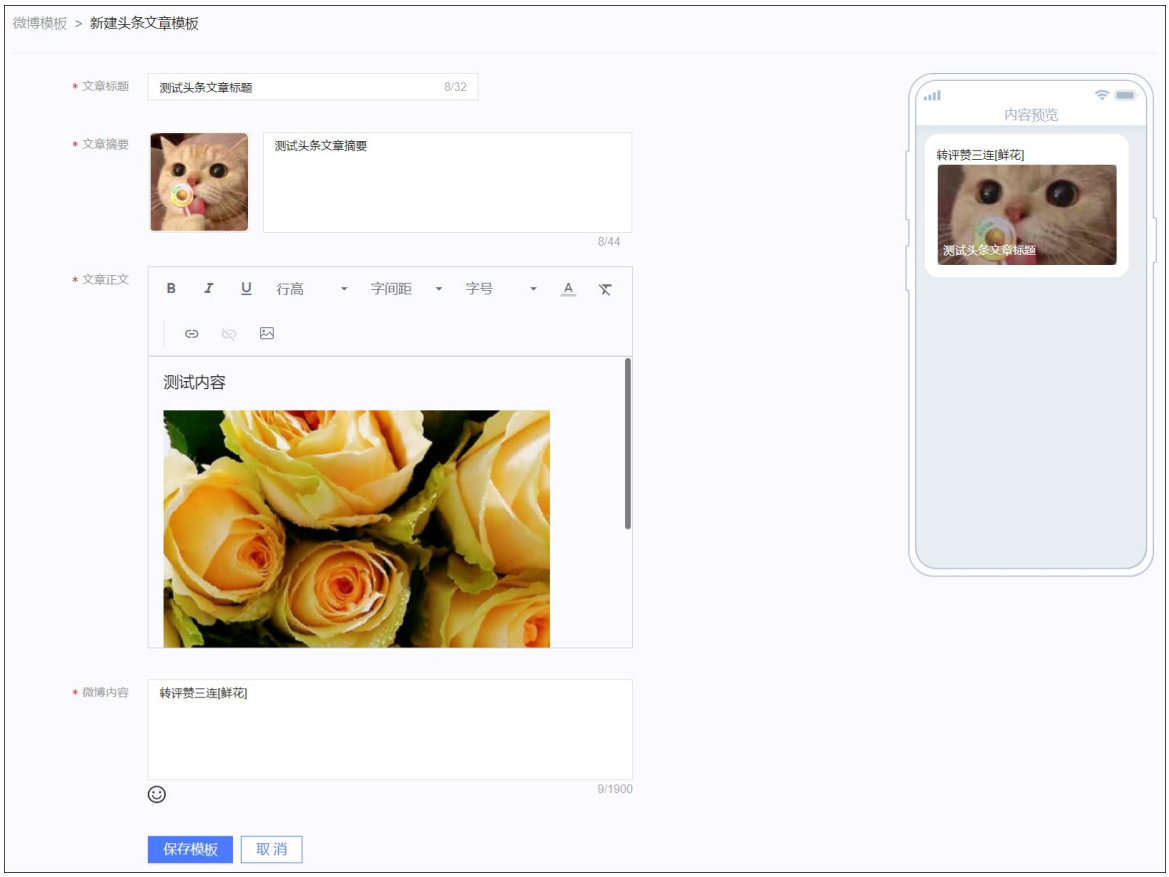
3. 单击**保存模板**，完成模板创建。

创建微博模板-头条文章

操作步骤：

1. 选择**用户营销**>所在工作空间>**内容管理**>**微博模板**，单击右上角**创建模板**>**头条文章**。

2. 输入**文章标题**、**文章正文**、**微博内容**，设置**封面**、**摘要**。

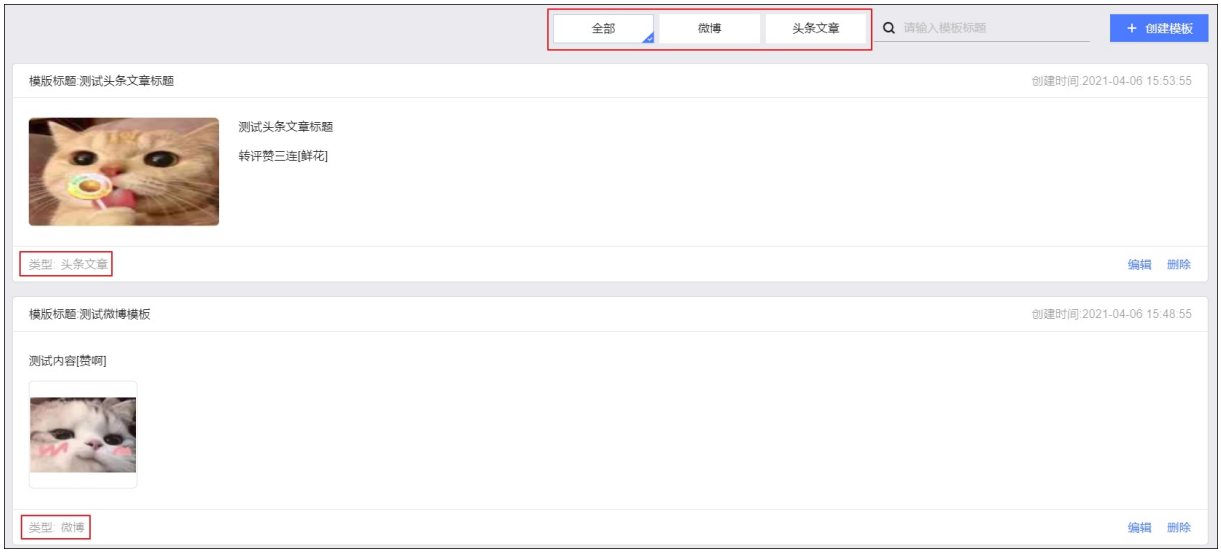


3. 单击**保存模板**，完成模板创建。

管理微博模板

如下图所示，页面展示创建的微博、头条文章模板，显示微博模板的标题、内容，头条文章模板的标题、封面、微博内容。

> **说明**
>
> 若在页面上方选择**微博**或**头条文章**，将仅展示相应类型的模板。



您可进行以下操作：

- **编辑**：修改微博模板的模板标题、模板内容，头条文章模板的文章标题、文章正文、微博内容、封面、摘要。
- **删除**：删除不再使用的模板。

6.4.6. 素材管理

您可以事先上传图片、视频、音频作为创建私有化营销任务时的素材库。此外，您在创建私有化营销任务时上传的图片、视频、音频也将保存在素材库中。您可以对这些素材进行集中管理。

> **注意**
>
> 素材最大保存周期为365天，上传365天后将自动删除。如素材需要长期使用，请在本地保留副本。

上传素材

上传的素材要求：

- **图片**：BMP、GIF、JPG、JPEG、PNG格式，大小10MB以内。
- **Lottie**：JSON格式的Lottie动画文件，大小10MB以内。
- **视频**：MP4格式，大小10MB以内。
- **音频**：MP3格式，大小2MB以内，时长60秒以内。

操作步骤：

1. 选择**用户营销**>所在工作空间>**内容管理**>**素材管理**，单击右上角**上传素材**。

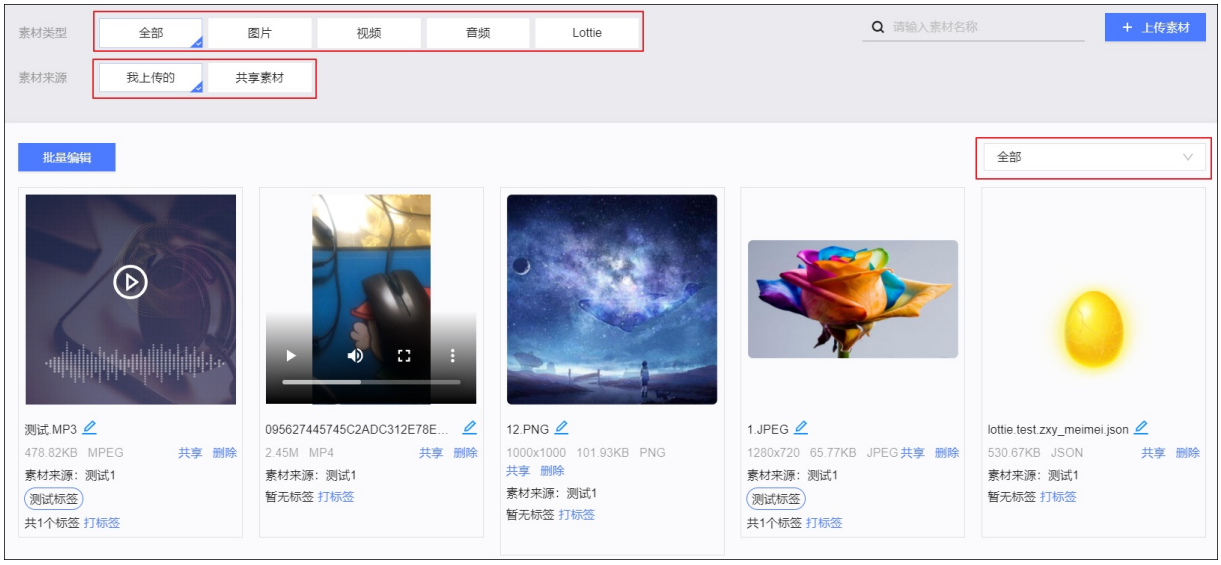
2. 在弹窗中添加本地文件。

3. （可选）若您希望上传的素材在工作空间内共享，请选择**开启共享**。
4. 单击**上传**，添加的文件将被上传到素材库中。

管理素材

如下图所示，页面展示已上传的所有素材。每个素材下方显示素材名称、大小、格式、标签等信息。

> **说明**
>
> - 您可以选择**图片**、**视频**、**音频**或**Lottie**，仅展示相应类型的素材。
> - 您可以选择**我上传的**或**共享素材**，仅管理自己上传的素材，或使用他人上传的共享素材。
> - 您可以从右上角下拉选框选择标签，仅展示指定标签分组的素材。



对素材的管理操作包括重命名、打标签、下载、共享、删除。

素材重命名

单击素材下方的图标，在文本框中编辑新名称，单击图标完成重命名。

素材打标签

- **单个打标签：**

i. 单击素材下方的**打标签**，弹出打标签对话框，如下图所示。

ii. 为该素材选择需要的标签，一个素材最多选择10个标签。

iii. 单击**确定**，完成打标签。

- **批量打标签**：

i. 单击页面左上角的**批量编辑**，出现用于批量打标签的按钮，如下图所示。

ii. 选择多个素材，支持全选（全选按钮在页面底部）。

iii. 单击**打标签**，弹出打标签对话框，后续操作与单个素材打标签时相同。

管理标签

在打标签对话框中，可以进行对候选标签本身的管理，包括：

- **新建标签**：单击**新建标签**，在文本框中输入标签名，单击**确定**，如下图所示。

  总共支持创建50个标签。

- **删除标签**：单击标签对应的⊗图标，确认后将删除标签。

  已打上该标签的素材不会删除，仅去除该标签。

素材下载

仅支持批量下载：

1. 单击页面左上角的**批量编辑**，出现用于批量下载的按钮，如下图所示。

2. 选择多个素材，支持全选（全选按钮在页面底部）。
3. 单击**下载**，已选择的素材将被下载到本地。

素材共享或取消共享

- **单个共享或取消共享：**
  i. 单击素材下方的**共享**或**取消共享**，即共享或取消共享该素材。
- **批量共享或取消共享：**
  i. 单击页面左上角的**批量编辑**，出现用于批量设置共享的按钮，如下图所示。

  ii. 选择多个素材，支持全选（全选按钮在页面底部）。
  iii. 单击**共享设置**。

iv. 在弹窗中选择**共享**或**不共享**，单击**确定**完成设置。

素材删除

- **单个删除**：
  i. 单击素材下方的**删除**，确认后该素材被删除。
- **批量删除**：
  i. 单击页面左上角的**批量编辑**，出现用于批量删除的按钮，如下图所示。

ii. 选择多个素材，支持全选（全选按钮在页面底部）。

iii. 单击**删除**，即删除已选素材，请谨慎删除。

6.4.7. 短链管理

短链即短链接，是将原始长网址压缩而成的短网址，可为短信预留更多的内容空间。

创建短链

前提条件：

为确保您的原链接安全可跳转，创建短链接之前，请登录阿里云短信服务控制台，在**增值服务>短链服务**页面报备原始链接域名，且该域名必须已通过ICP备案，否则不能成功创建短链。

操作步骤：

1. 选择**用户营销**>所在工作空间>**内容管理**>**短链管理**。

2. 单击右上角**创建短链**。
3. 在弹窗中输入短链名称、链接原始地址，选择有效期（支持1天、7天、30天），如下图所示。

> **说明**
>
> 单击下图中的链接可以跳转到阿里云短信服务控制台，报备已通过ICP备案的原始链接域名。

4. 单击**确认**，生成的短链将加入短链列表。

管理短链

如下图所示，短链列表展示原始链接、生成的短链接、短链浏览量、短链打开人数、有效期等信息。

若短链已失效，将在有效期截止时间一列显示**失效**，此时不能再通过短链正常跳转。

不论短链是否在有效期，您均可进行以下操作：

- **删除**：若您不再使用某个短链，单击**删除**，确认后删除该短链。
- **复制链接**：单击**复制链接**，页面显示**复制成功**后即可用于粘贴。

6.5. 自动化营销

6.5.1. 自动化营销概述

将短信发送、邮件发送、PUSH营销、微信营销、生成受众等动作，通过营销动作、条件控制和流程控制组件，组织为一系列自动执行的营销任务。

为保证自动化任务执行性能，同一工作空间下，最多同时运行10个自动化营销任务。

> **说明**
>
> - 自动化营销仅在购买自动化营销功能包后可用。
> - 发优惠券、社交互动事件等功能涉及社交互动模块，仅在购买社交互动功能包后可用。支持组织管理员、空间管理员，以及具有“社交互动-客户运营”或“社交互动-公众号运营”角色的成员使用。
> - 我们提供了多种自动化营销案例供您参考，在**自动化营销**页面单击右上角的**案例介绍**，即可进入案例。

6.5.2. 创建自动化营销任务

本文介绍自动化营销任务的类型和创建方法。

自动化营销任务类型

用户触发自动化营销任务后，将进入由一系列营销动作、条件控制、流程控制组件串联而成的任务流程。

根据不同的触发条件，自动化营销任务分为两种类型，各类型的使用场景以及可用的组件如下表所示。

任务类型	使用场景	可用组件		
		营销动作组件	条件控制组件	流程控制组件
行为事件触发	当用户执行了指定的行为事件时进入任务流程。	• 当事件为社交互动时，支持邮件发送、短信发送、微信消息、发优惠券、自定义组件。 • 当事件应用类型为APP时，支持邮件发送、短信发送、PUSH营销、自定义组件。 • 当事件应用类型为Web时，支持邮件发送、短信发送、自定义组件。 • 当事件应用类型为小程序时，支持邮件发送、短信发送、微信消息、自定义组件。 • 当事件应用类型为第三方系统时，支持邮件发送、短信发送、PUSH营销、微信消息、自定义组件。	行为事件分支、结果多分支、复制分支	结束
特定人群触发	指定的受众将进入任务流程。	邮件发送、短信发送、PUSH营销、微信消息、生成受众、推送Kafka、天攻智投、巨量引擎、腾讯广告、百度营销、自定义组件、发优惠券	行为事件分支、结果多分支、时间多分支、标签多分支、复制分支、随机分支 **说明** 添加类型为ADB3.0的组织数据源后，特定人群触发任务中才能使用行为事件分支。添加组织数据源，请参见数据源表授权。	等待、结束

各组件的具体用法，请参见营销动作-邮件发送组件等对应组件文档。

配置自动化营销任务

操作步骤：

1. 选择**用户营销**>所在工作空间>**自动化营销**，单击右上角**创建自动化营销任务**。

2. 配置任务开始条件。

   选择任务类型，并设置相应的触发条件，单击**下一步**。

   - 如选择**行为事件触发**，则设置渠道、事件、触发限制等。

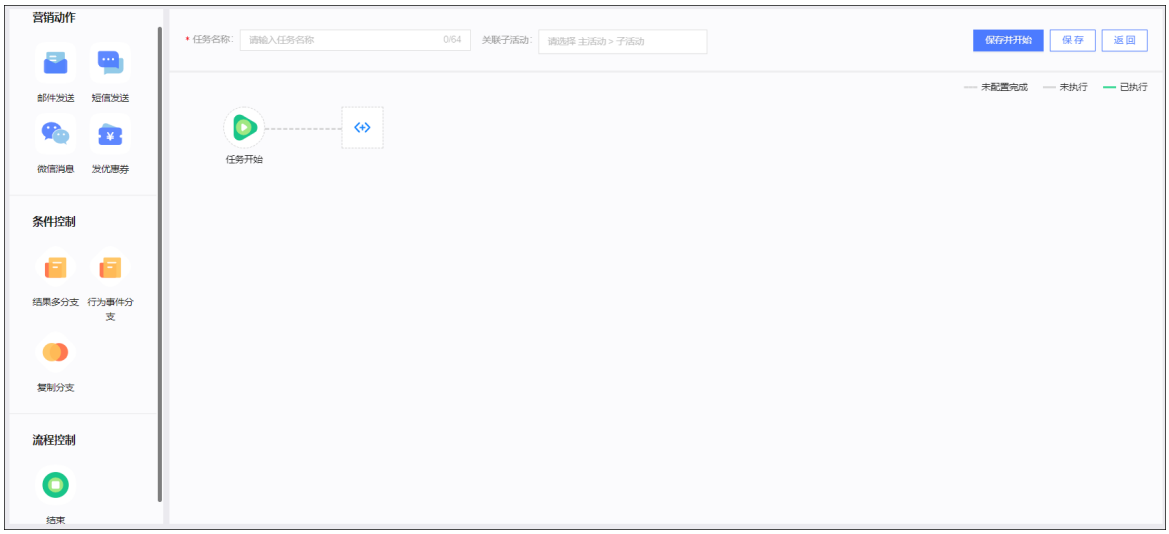
参数	说明
渠道名称	选择渠道名称。渠道、事件、属性等配置，请参见事件管理。
事件名称	选择事件。
（可选）属性选择	单击**限制属性**，可限制满足条件的属性。例如：事件为在app购买产品，限制属性为某个指定产品。 如下图所示，单击**添加属性**，可以增加属性条件，多条属性条件之间支持**且**或者**或**两种计算方式，单击条件右侧的对应文字可以进行切换。
（可选）同一用户触发事件次数	单击**限制次数**，可限制满足条件的事件次数，事件达到指定次数后才能进入流程。
触发限制	设置触发限制次数： ■ 1次参与：同一用户多次满足条件的情况下，仅能参与1次流程。 ■ 多次参与：同一用户多次满足条件的情况下，在X天内最多可参与Y次流程。X天最大可设置为7天，Y次最大可设置为10次。

- 如选择**特定人群触发**，则选择受众，设置执行营销任务的时间。

参数	说明
选择受众	选择进入流程的受众。
AES加密	选择受众标识是否已AES加密。 如已AES加密，需要在使用前进行解密，解密时需要AES密钥。AES密钥配置，请参见组织系统配置。
周期营销	选择是否要设置营销周期，周期性地执行营销任务。 若设置周期，可设置为日、周、月的固定时间，例如：每日的18:00、每周一的16:00、每月一日的14:00；也可设置为自定义周期，从某天开始，每N天执行一次。。
结束时间	设置营销任务的结束时间： ■ 不设置结束时间：不能自动停止，需要手动暂停。 ■ 设置结束时间：将在指定时间停止，也可手动暂停。 对于周期性任务，到达结束时间后，当前周期将继续执行，直至正常结束，但不执行下一周期。

3. 配置任务流程。

   配置页面如下图所示。



   - 左侧为当前任务类型的可选组件。
   - 上方为任务名称、关联子活动配置，以及**保存并开始**、**保存**、**返回**三个按钮。
   - 其余部分为画布。

   单击画布中的 任务开始节点，可编辑任务的开始条件（即触发条件），配置方法与上一步中配置触发条件相同。

   从左侧将组件拖动到画布中分支最后的 图标上，成为流程中新的节点，使自动化营销任务的流程完整。

   > **说明**
   >
   > - 任务中每个分支的最后一个节点（除 外）都必须是营销动作组件或结束组件，否则流程不完整。
   > - 鼠标悬停在画布区的某个组件节点上时，右上角出现垃圾桶 图标，单击图标可删除该节点。如果删除条件控制组件，则仅能保留一条分支，复制多分支组件可选择要保留的分支，其余条件控制组件将默认保留第一条分支，请谨慎删除，避免误操作。

4. 配置流程节点。

   若节点的边框显示为红色，且右上角显示红点，如 ，则表示该节点待配置。

   单击该节点，右侧弹出面板，在面板中进行配置。各组件的具体配置方法，请参见营销动作-邮件发送组件等对应组件文档。

> **说明**
>
> - 对于行为事件触发的任务，自定义事件上报的用户ID应包含营销动作组件需要的ID类型，否则营销动作组件无法发送消息。社交互动事件将直接对接社交互动模块获取ID，无需上报。
> - 对于特定人群触发的任务，选择的受众或受众来源数据集应包含营销动作组件需要的ID类型，否则配置营销动作组件时将提示**无可用ID类型**。

5. 在页面上方输入自动化营销任务名称。
6. （可选）选择关联的子活动。在**关联子活动**下拉框选择主活动，再选择该主活动下的子活动（独立子活动将展示在主活动列表最后的 - 之下），将营销任务与子活动关联，支持关联多个子活动。活动相关说明，请参见营销活动文档。

执行自动化营销任务中的各个营销动作节点时，将生成对应营销类型的子任务，子任务也将与选择的子活动关联。

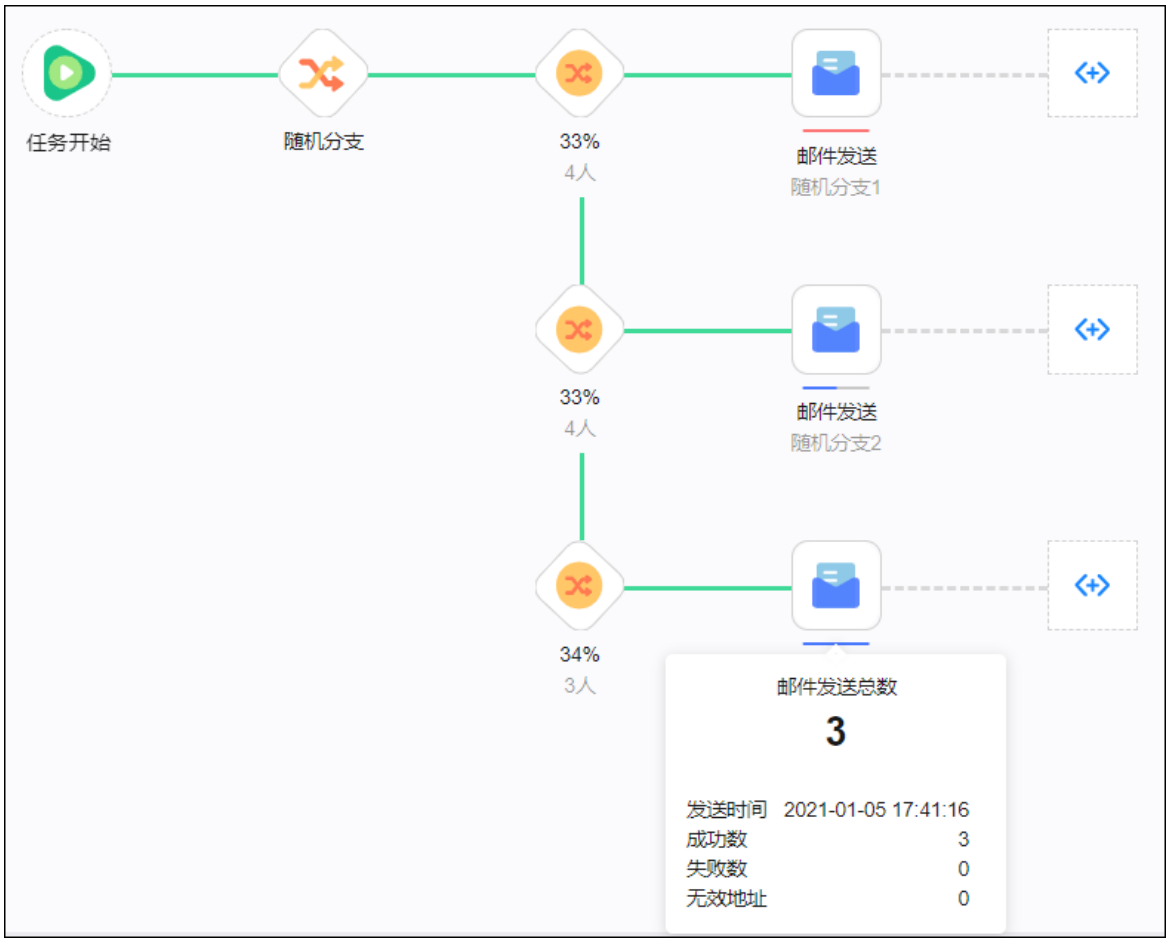
- 暂停非周期性特定人群触发任务后，若变更关联子活动，已执行、未执行的子任务都将相应变更关联子活动。
- 暂停周期特定人群触发任务后，若变更关联子活动，仅后续周期的子任务将变更关联子活动，已执行的子任务不受影响。

7. 整个任务配置完成后，单击**保存并开始**，保存当前的任务，同时直接开始执行任务。

说明

- 在任务未配置完成，或不需要立即执行任务的情况下，您也可以单击**保存**，仅保存当前配置但不执行，后续再完成配置、开始执行。
- 您可以在任务列表中管理任务、查看执行情况，请参见管理自动化营销任务。
- 当前云资源配置下，为保证自动化任务执行性能，当组织同时有10个自动化营销任务在运行时，若再创建任务，单击**保存并开始**，需要排队等待运行。
- 如下图所示，开始执行后，相邻节点间的连接线为灰色表示还未执行到此处，连接线为绿色表示已执行。营销动作节点下方显示进度条，蓝色进度条表示正常执行，红色进度条表示执行失败。鼠标悬停在任务开始节点、营销动作节点上时，会显示该节点的设置或执行信息。

  各个营销动作节点的执行详情，请在自动化营销任务的**任务详情>营销动作**页签查看，请参见营销动作子任务。



6.5.3. 组件说明

6.5.3.1. 营销动作-邮件发送组件

邮件发送组件用于发送邮件。

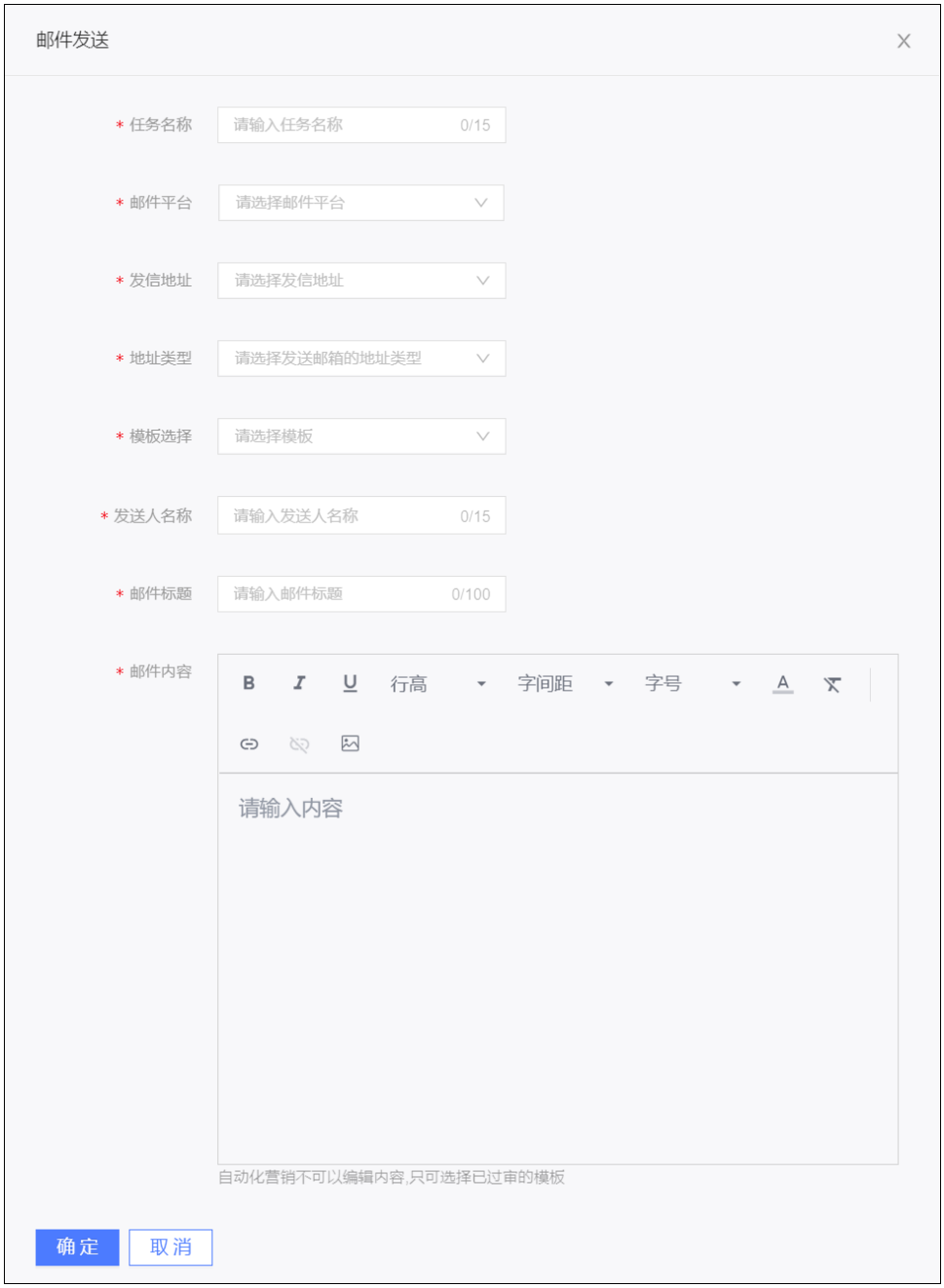
为了使自动化营销任务没有阻断地流畅进行，任务中的邮件必须使用已通过审核的邮件模板，模板中的发件人、标题、内容即成为邮件的发件人、标题、内容，不可修改。创建模板，请参见创建邮件模板。

说明

- 对于行为事件触发的任务，所有类型的事件均支持邮件发送组件。事件上报的用户ID应包含电子邮箱。
- 对于特定人群触发的任务，选择的受众或受众来源数据集应包含电子邮箱，否则配置组件时将提示**无可用ID**。
- 若行为事件触发的任务加入新的邮件发送节点后首次运行（含任务创建后首次运行），由于邮件发送组件初始化时需要用10分钟创建标签（标签用于统计回流数据），因此任务开始后10分钟内将处于**待运行**状态，建议您提前10分钟开始任务。

配置步骤：

1. 单击邮件发送组件后，页面右侧出现配置面板。



2. 配置方法与普通邮件任务基本相同，请参见创建邮件任务。
3. 单击**确定**，完成配置。

6.5.3.2. 营销动作-短信发送组件

短信发送组件用于发送推广短信、短信通知和数字短信。

说明

- 对于行为事件触发的任务，所有类型的事件均支持短信发送组件。事件上报的用户ID应包含手机号码。
- 对于特定人群触发的任务，选择的受众或受众来源数据集应包含手机号码，否则配置组件时将提示无可用ID。

推广短信、短信通知

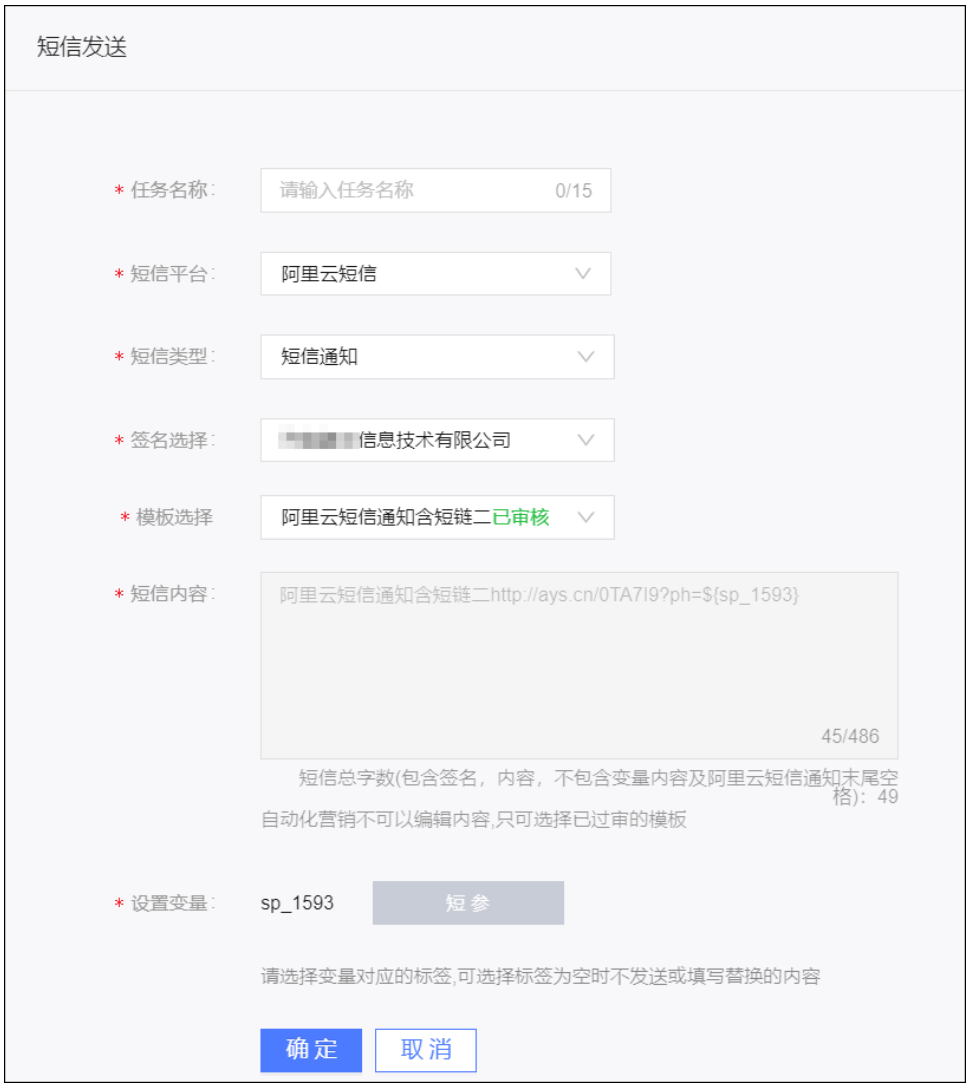
推广短信、短信通知均为文本类型的短信，支持通过阿里云短信平台、第三方短信平台发送。

推广短信、短信通知中可以包含变量、短链接、短参，变量、短链接、短参的定义及支持情况说明，请参见短信营销概述。

为了使自动化营销任务没有阻断地流畅进行，任务中的推广短信、短信通知均必须使用已通过审核的短信签名、模板，模板中的内容即成为短信的内容，不可修改。创建模板，请参见创建文本短信模板。

配置步骤：

1. 单击短信发送节点后，页面右侧出现配置面板。
2. 要发送推广短信，则选择**短信类型**为**推广短信**或**短信通知**，如下图所示。

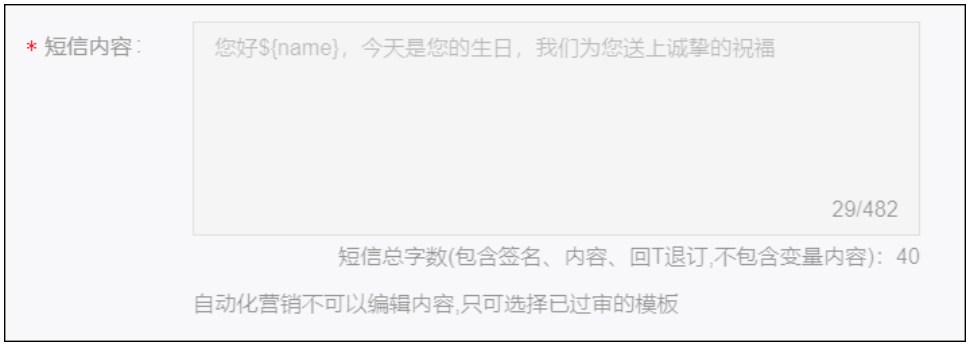


> **说明**
>
> 图中的${sp_1593}为短链附带的短参，短参无需设置。

3. 设置任务名称，选择短信平台、签名、模板。

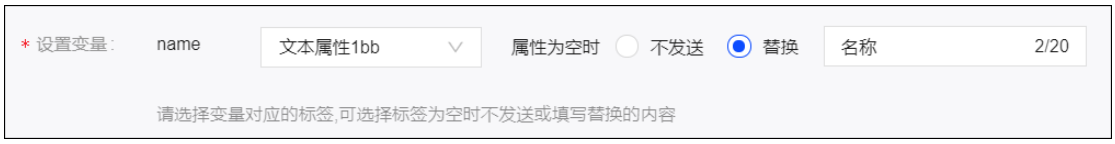
> **说明**
>
> 签名将会随短信一起发送至用户。新建签名，请参见短信签名管理。

4. 若模板中包含变量，格式如${name}，需要设置发送给具体用户时的变量值，如下图所示。



- 对于行为事件触发的任务：
  - 从下拉框选择事件的一个属性的值作为变量值。

    并设置当受众无可选标签或用户的标签值为空时的处理方式：
    - **不发送**：属性的值为空时，不发送短信给该用户。
    - **替换**：将变量替换为指定文字。



- 对于特定人群触发的任务，请先选择变量值来源类型。
  - 若选择**事件属性**，并且该短信组件的上游已设置行为事件分支组件，则可以选择事件的一个属性的值作为变量值。

    并设置当受众无可选标签或用户的标签值为空时的处理方式：
    - **不发送**：属性的值为空时，不发送短信给该用户。
    - **替换**：将变量替换为指定文字。

- 若选择**数据集标签**，则可以从受众的来源用户标签数据集选择一个标签字段作为变量值。若字段为时间型，还需要选择显示时间的格式。

  并设置当受众无可选标签或用户的标签值为空时的处理方式：

  - **不发送**：用户的标签值为空时，不发送短信给该用户。
  - **替换**：将变量替换为指定文字。

5. 单击**提交发送任务**，完成配置。

数字短信

数字短信内容支持文本、图片、音频、视频。仅支持通过阿里云短信平台发送。

为了使自动化营销任务没有阻断地流畅进行，任务中的数字短信必须使用已通过审核的数字短信模板，模板中的主题、签名、内容即成为短信的主题、签名、内容，不可修改。创建模板，请参见创建数字短信模板。

配置步骤：

1. 单击短信发送组件后，页面右侧出现配置面板。
2. 要发送数字短信，则选择**短信类型**为**数字短信**，如下图所示。

3. 设置任务名称，选择短信平台、模板。
4. 单击**提交发送任务**，完成配置。

6.5.3.3. 营销动作-PUSH营销组件

PUSH营销组件用于对用户进行PUSH操作。

说明

- 对于行为事件触发的任务，仅APP事件、第三方系统事件支持PUSH营销组件。APP事件、第三方系统事件上报的用户ID应包含IMEI、IDFA。
- 对于特定人群触发的任务，选择的受众或受众来源数据集应包含IMEI、IDFA，否则配置组件时将提示**无可用ID**。

配置步骤：

1. 单击PUSH营销节点后，页面右侧出现配置面板，如下图所示。

2. 配置方法与普通PUSH推送任务基本相同，请参见创建PUSH任务。
3. 单击**确定**，完成配置。

6.5.3.4. 营销动作-微信消息组件

微信消息组件用于发送微信消息。

说明

- 对于行为事件触发的任务，仅社交互动事件、小程序事件、第三方系统事件支持微信消息组件。小程序事件、第三方系统事件上报的用户ID应包含OpenID。
- 对于特定人群触发的任务，选择的受众或受众来源数据集应包含OpenID，否则配置组件时将提示**无可用ID**。

  您的微信公众号粉丝数据会自动回流到Quick Audience，并自动以微信公众号账号为名称生成用户标签数据集。您可以自行通过标签筛选等方式，从微信公众号数据集生成受众，用于微信消息组件。

配置步骤：

1. 单击微信消息组件后，页面右侧出现配置面板。

2. 选择发微信使用的微信公众号，设置任务名称，选择文章类型，然后设置相应的微信消息内容。

   不同文章类型的内容设置方法，请参见相应的创建微信发送任务-图文等文档。

3. 单击**确定**，完成配置。

6.5.3.5. 营销动作-自定义组件

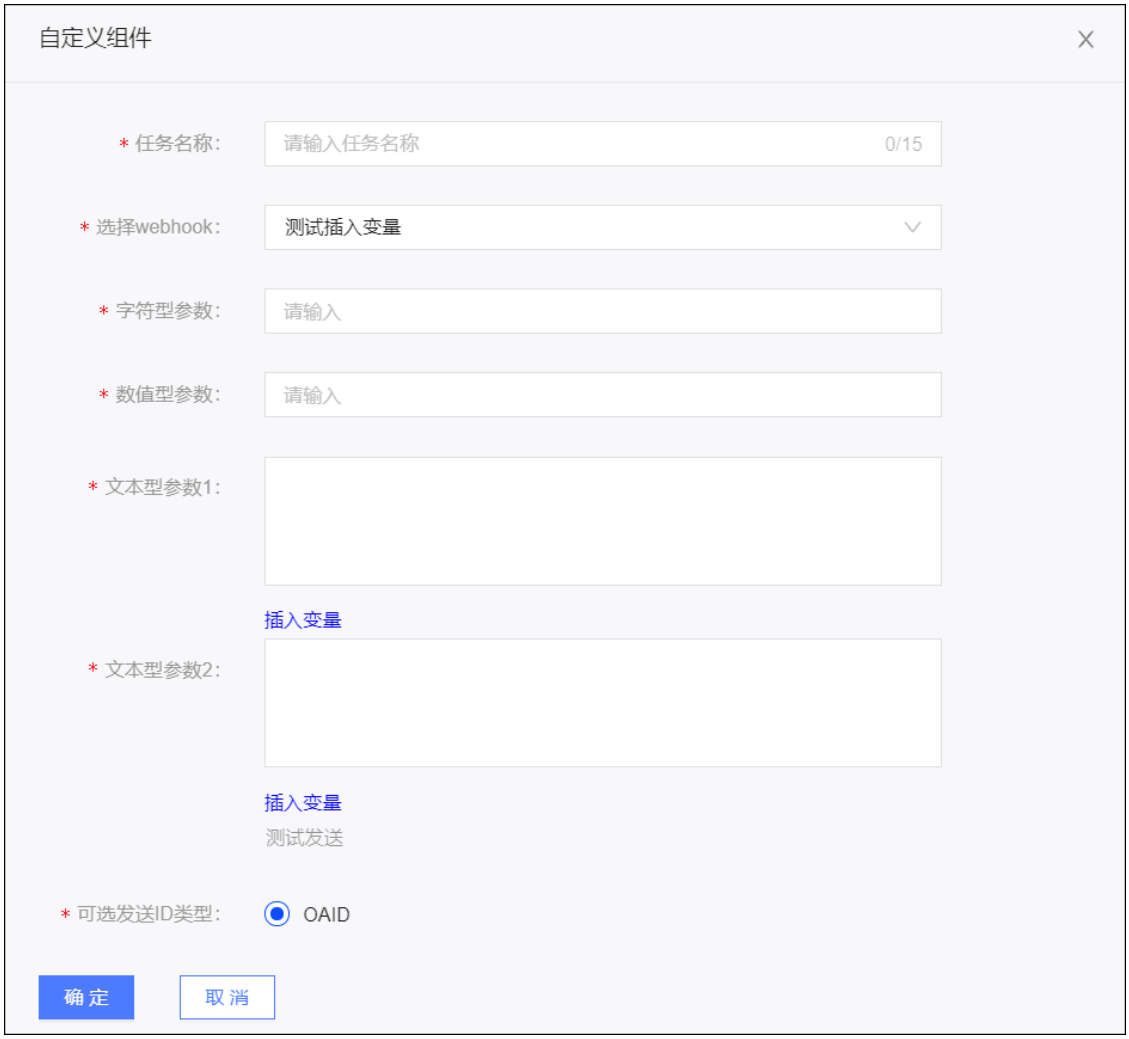
自定义组件通过webhook对接您的一方系统（如CRM），实现在自动化营销流程中向用户发送一方CRM营销消息。

说明

- 配置自定义组件前，需要对一方系统完成webhook接入开发，并由组织管理员、空间管理员配置webhook，请参见Webhook管理。
- 若管理员之外的用户需要配置自定义组件，则该用户需要加入具有“用户营销-私有化营销-自定义营销渠道”权限的自定义角色，且需要由管理员授予其对应的webhook使用权限。
- 对于行为事件触发的任务：
  - 社交互动事件：获得的ID类型为UnionID、OpenID、手机号，因此，可以使用支持UnionID、OpenID、电子邮箱、手机号码的webhook。
  - 其他类型的事件：事件上报的用户ID应包含webhook支持的ID类型。
- 对于特定人群触发的任务，选择的受众或受众来源数据集应包含webhook支持的ID类型，否则配置组件时将提示**无可用ID**。

配置步骤：

1. 单击自定义组件后，页面右侧出现配置面板。



2. 配置方法与普通自定义任务基本相同，请参见创建自定义渠道任务。

> **说明**
>
> 仅特定人群触发的自动化任务支持插入变量，且触发条件选择的受众必须来源于用户标签数据集。

3. 单击**确定**，完成配置。

6.5.3.6. 营销动作-发优惠券组件

发优惠券组件用于向用户发送优惠券。优惠券需要在社交互动模块中创建，请参见优惠券。

> **说明**
>
> - 对于行为事件触发的任务，仅社交互动事件支持发优惠券组件。
> - 对于特定人群触发的任务，选择的受众或受众来源数据集应包含UnionID、OpenID或手机号，才能向该ID类型在社交互动模块中匹配到的用户发优惠券，否则配置组件时将提示**无可用ID**。
>
> 您也可以从系统自动创建的社交互动数据集（名称前缀为“社交互动”，创建者为“API同步”，ID类型含UnionID，），通过标签筛选、行为筛选等方式筛选受众，生成的受众可以用于发优惠券。
> - 支持组织管理员、空间管理员，以及具有“社交互动-客户运营”或“社交互动-公众号运营”角色的成员创建、发优惠券。组织管理员、空间管理员可以发空间下所有成员创建的优惠券，其他成员仅能发自己创建的优惠券。

配置步骤：

1. 单击发优惠券节点后，页面右侧出现配置面板。
   - 对于行为事件触发的任务，配置面板如下图所示。

输入任务名称，优惠券来源选择**社交互动**，选择已在社交互动模块配置的优惠券，下方将显示已选优惠券的详情信息。

- 对于特定人群触发的任务，配置面板如下图所示。

  输入任务名称，选择用于在社交互动模块中匹配用户的ID类型，优惠券来源选择**社交互动**，选择已在社交互动模块配置的优惠券，下方将显示已选优惠券的详情信息。

2. 单击**确定**，完成配置。

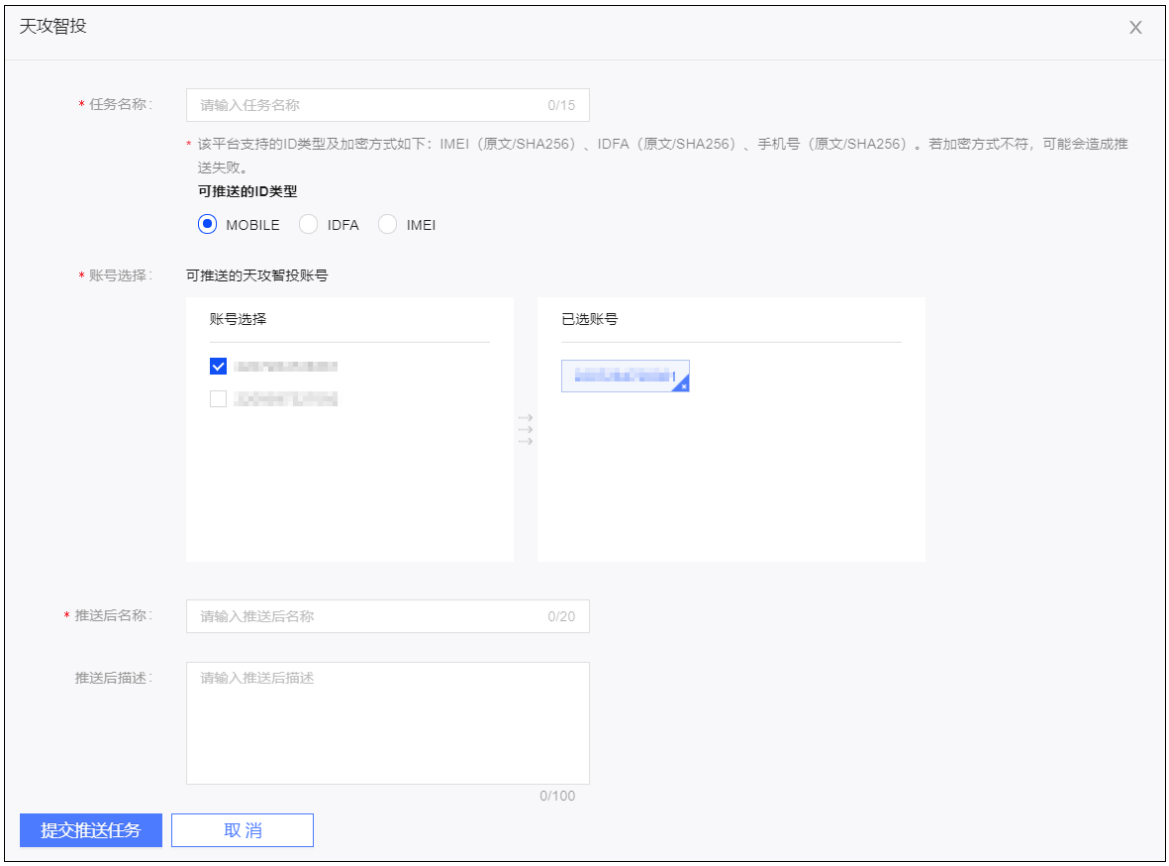
6.5.3.7. 营销动作-天攻智投组件

天攻智投组件用于将受众推送至天攻智投营销平台，后续可在该平台上对该受众进行广告营销。

> **说明**
>
> 仅适用于特定人群触发的任务，选择的受众或受众来源数据集应包含IMEI（原文/SHA256）、IDFA（原文/SHA256）、手机号（原文/SHA256），否则配置组件时将提示**无可用ID**。

配置步骤：

1. 单击天攻智投节点后，页面右侧出现配置面板。



2. 配置方法与普通天攻智投推送任务基本相同，请参见创建天攻智投推送任务。
3. 单击**提交推送任务**，完成配置。

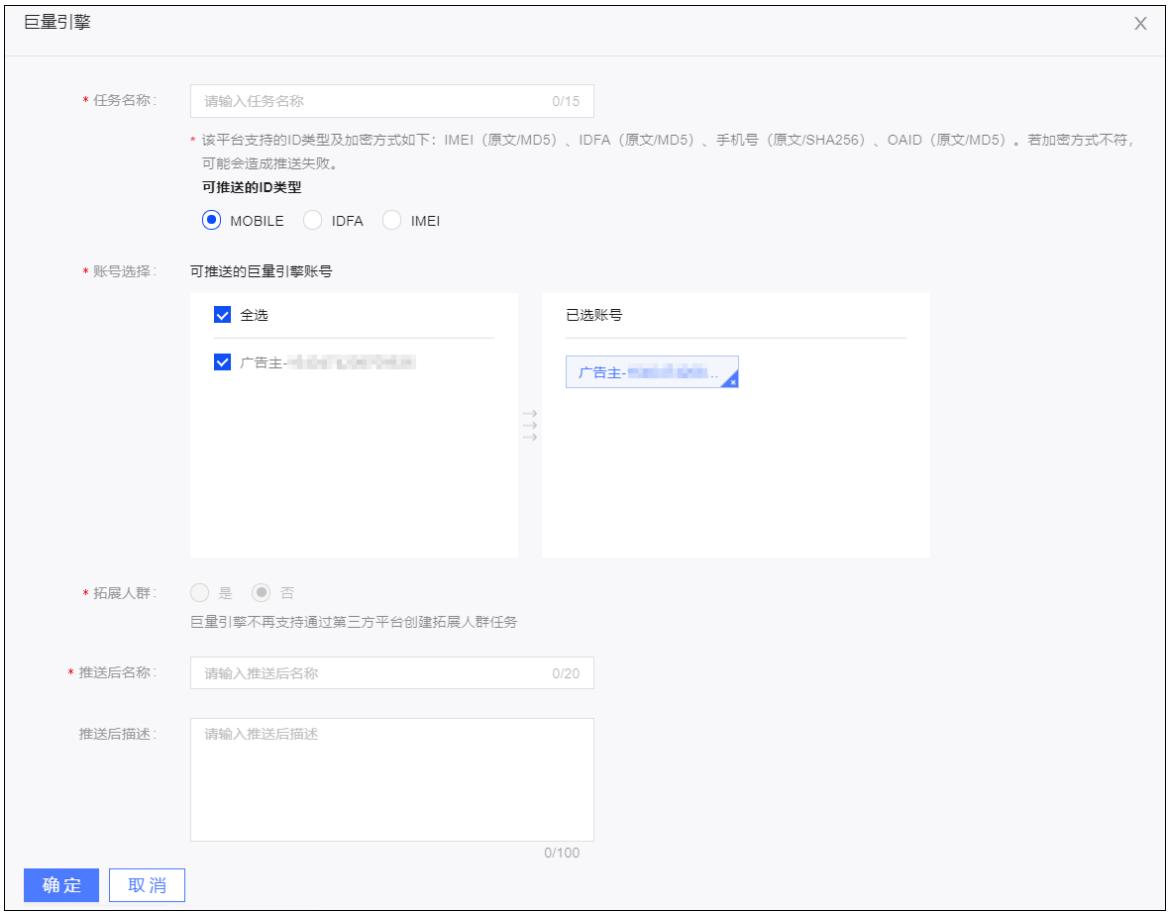
6.5.3.8. 营销动作-巨量引擎组件

巨量引擎组件用于将受众推送至巨量引擎的巨量云图广告平台，后续可在该平台上对该受众进行广告营销。使用从Quick Audience推送的受众进行广告营销时，相应的曝光数、点击数、花费等信息将回流到Quick Audience进行统计分析，请参见巨量引擎效果分析。

> **说明**
>
> 仅适用于特定人群触发的任务，选择的受众或受众来源数据集应包含IMEI（原文/MD5）、IDFA（原文/MD5）、手机号（原文/SHA256）、OAID（原文/MD5），否则配置组件时将提示**无可用ID**。

配置步骤：

1. 单击巨量引擎节点后，页面右侧出现配置面板。



2. 配置方法与普通巨量引擎推送任务基本相同，请参见创建巨量引擎推送任务。
3. 单击**确定**，完成配置。

您可登录巨量引擎，在**资产>自定义人群包>人群列表**页面查看推送的受众。

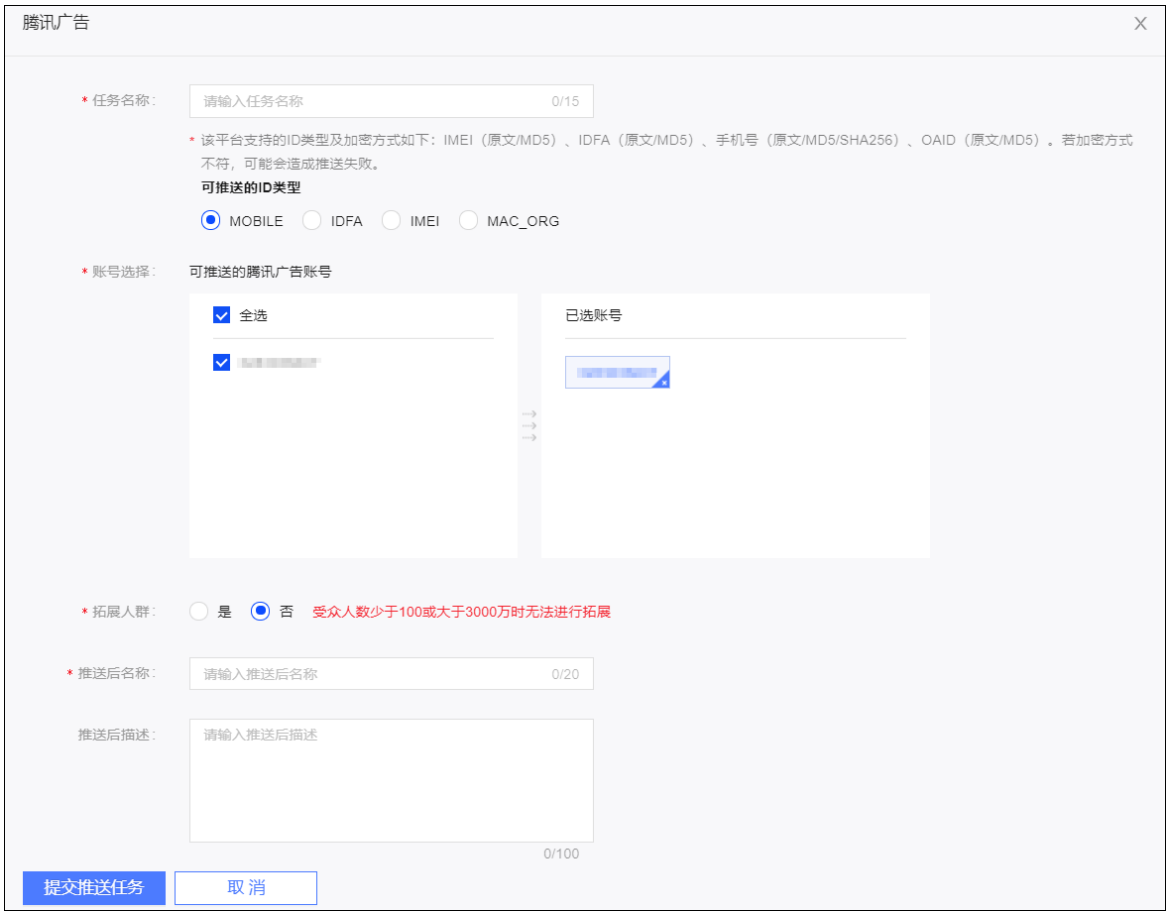
6.5.3.9. 营销动作-腾讯广告组件

腾讯广告组件用于将受众推送至腾讯广告营销平台，后续可在该平台上对该受众进行广告营销。使用从Quick Audience推送的受众进行广告营销时，相应的曝光数、点击数、花费等信息将回流到Quick Audience进行统计分析，请参见腾讯广告效果分析。

> **说明**
>
> 仅适用于特定人群触发的任务，选择的受众或受众来源数据集应包含IMEI（原文/MD5）、IDFA（原文/MD5）、手机号（原文/MD5/SHA256）、OAID（原文/MD5），否则配置组件时将提示**无可用ID**。

配置步骤：

1. 单击腾讯广告节点后，页面右侧出现配置面板。



2. 配置方法与普通腾讯广告推送任务基本相同，请参见创建腾讯广告推送任务。
3. 单击**提交推送任务**，完成配置。

6.5.3.10. 营销动作-百度营销组件

百度营销组件用于将受众推送至百度营销平台，后续可在该平台上对该受众进行广告营销。使用从Quick Audience推送的受众进行广告营销时，相应的曝光数、点击数、花费等信息将回流到Quick Audience进行统计分析，请参见百度营销效果分析。

> **说明**
>
> 仅适用于特定人群触发的任务，选择的受众或受众来源数据集应包含IMEI（原文/MD5）、IDFA（原文/MD5）、OAID（原文/MD5）、手机号（MD5），否则配置组件时将提示**无可用ID**。

配置步骤：

1. 单击百度营销节点后，页面右侧出现配置面板。

2. 配置方法与普通百度营销推送任务基本相同，请参见创建百度营销推送任务。
3. 单击**提交推送任务**，完成配置。

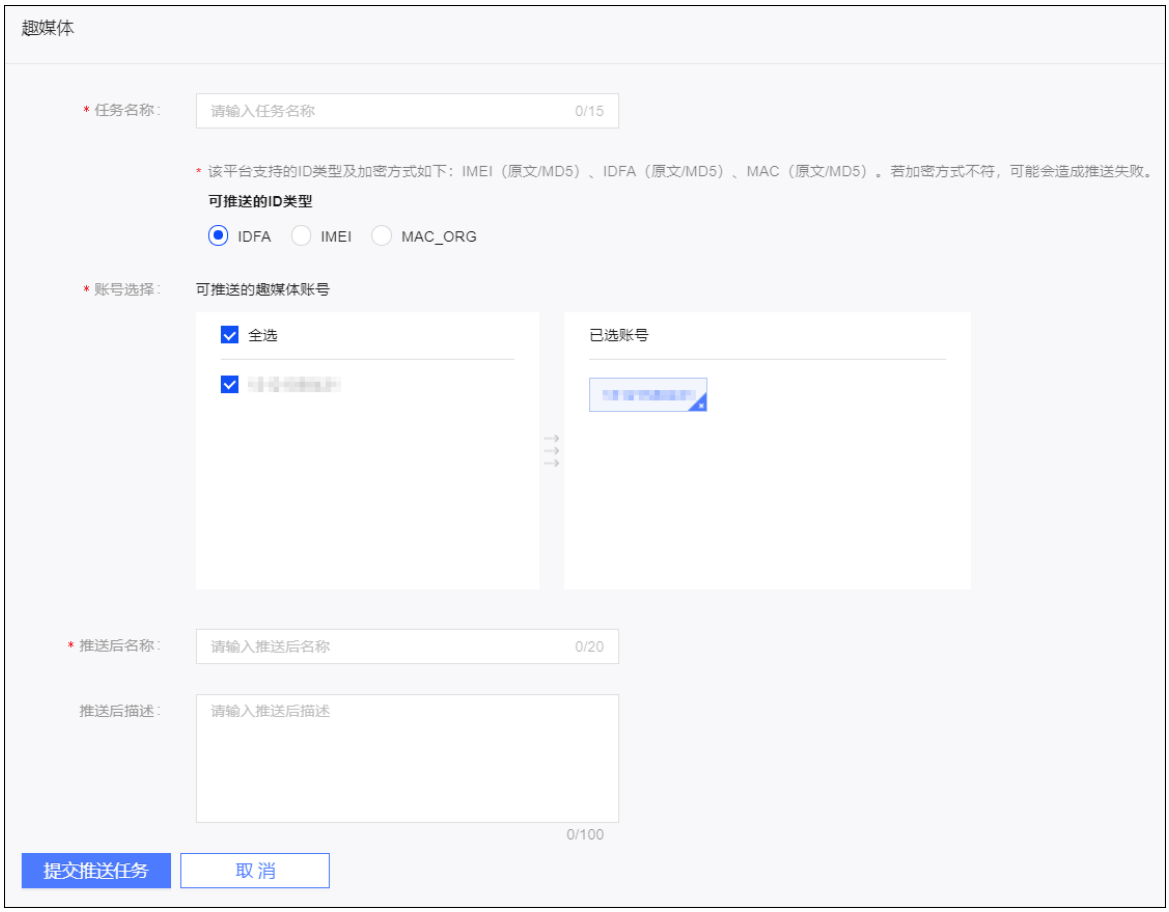
6.5.3.11. 营销动作-趣媒体组件

趣媒体组件用于将受众推送至趣媒体营销平台，后续可在该平台上对该受众进行广告营销。使用从Quick Audience推送的受众进行广告营销时，相应的曝光数、点击数、花费等信息将回流到Quick Audience进行统计分析，请参见趣媒体效果分析。

> **注意**
>
> 从V3.3.35开始，已不再支持趣媒体组件。

配置步骤：

1. 单击趣媒体节点后，页面右侧出现配置面板。



2. 配置方法与普通趣媒体推送任务基本相同，请参见创建趣媒体推送任务。
3. 单击**提交推送任务**，完成配置。

6.5.3.12. 营销动作-生成受众组件

生成受众组件用于将上游传递的人群生成为受众。常接在行为事件分支、结果多分支、标签多分支等组件的分支之后。

配置步骤：

1. 单击生成受众节点后，页面右侧出现配置面板。

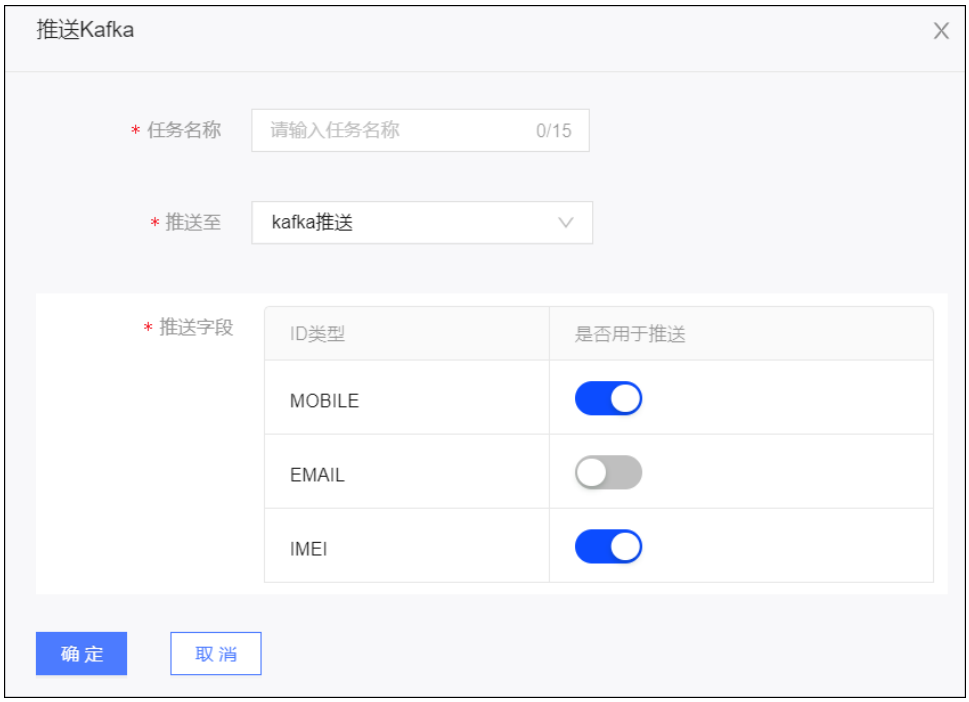
2. 输入受众名称和备注信息，选择受众保存的文件夹，设置受众是否为公共受众。
3. 单击**确定**完成配置。

6.5.3.13. 营销动作-推送Kafka组件

推送Kafka组件用于任务开始节点、生成受众组件后，将人群包含的ID推送到Kafka。

配置步骤：

1. 单击推送Kafka节点后，页面右侧出现配置面板。



2. 输入任务名称，选择推送至的Kafka接口，选择用于推送的ID类型。
3. 单击**确定**，完成配置。

6.5.3.14. 条件控制-行为事件分支组件

行为事件分支组件用于对做过或未做过指定事件的人群执行不同的分支操作。例如：针对在1天内登录指定H5页面至少2次，且手机号不为空的用户发短信，其余用户发邮件。

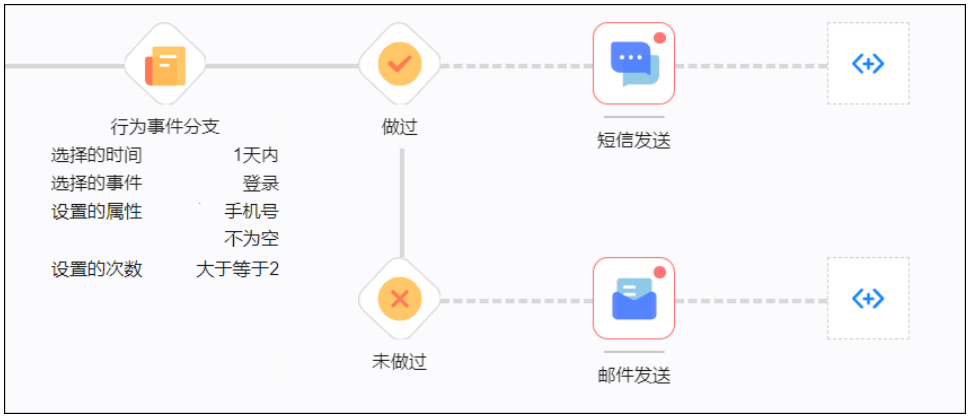
配置步骤：

1. 将行为事件分支组件拖动到画布上，成为流程中的节点。
2. 单击行为事件分支节点，在右侧弹出的面板中进行配置，如下图所示。

参数	说明
指定时间	○ 对于行为事件触发的任务，可指定N分钟、小时、天内，最长可设置为1天。 ○ 对于特定人群触发的任务，可指定N天内，最长可设置为15天。
渠道名称	○ 对于行为事件触发的任务，渠道固定为触发当前任务的事件的来源渠道，即行为事件分支的事件必须与触发当前任务的事件来自同一渠道。 ○ 对于特定人群触发的任务，可自由选择事件的来源渠道。
事件名称	选择已选择的来源渠道下的事件。
（可选）属性选择	单击**限制属性**，可限制满足条件的事件属性。例如：属性选择手机号，然后限制其不为空。 此时，未做过的用户包含做过事件但属性不满足的用户。

参数	说明
（可选）同一用户触发事件次数	单击**限制次数**，可限制满足条件的事件次数。 此时，未做过的用户包含做过事件但次数不满足的用户。
选择行为	选择**做过**或**未做过**，可单选或双选。

3. 单击**确定**，画布上将相应地生成做过、未做过分支，如下图所示。



6.5.3.15. 条件控制-结果多分支组件

结果多分支组件用于在短信发送、邮件发送组件后，对发送结果不同的人群执行不同的分支操作。例如：对邮件发送成功的人群发短信，对邮件发送失败的人群发PUSH。

配置步骤：

1. 将结果多分支组件拖动到画布上，成为短信发送或邮件发送节点的下游节点。
2. 单击结果多分支节点，在右侧弹出的面板中进行配置，如下图所示。

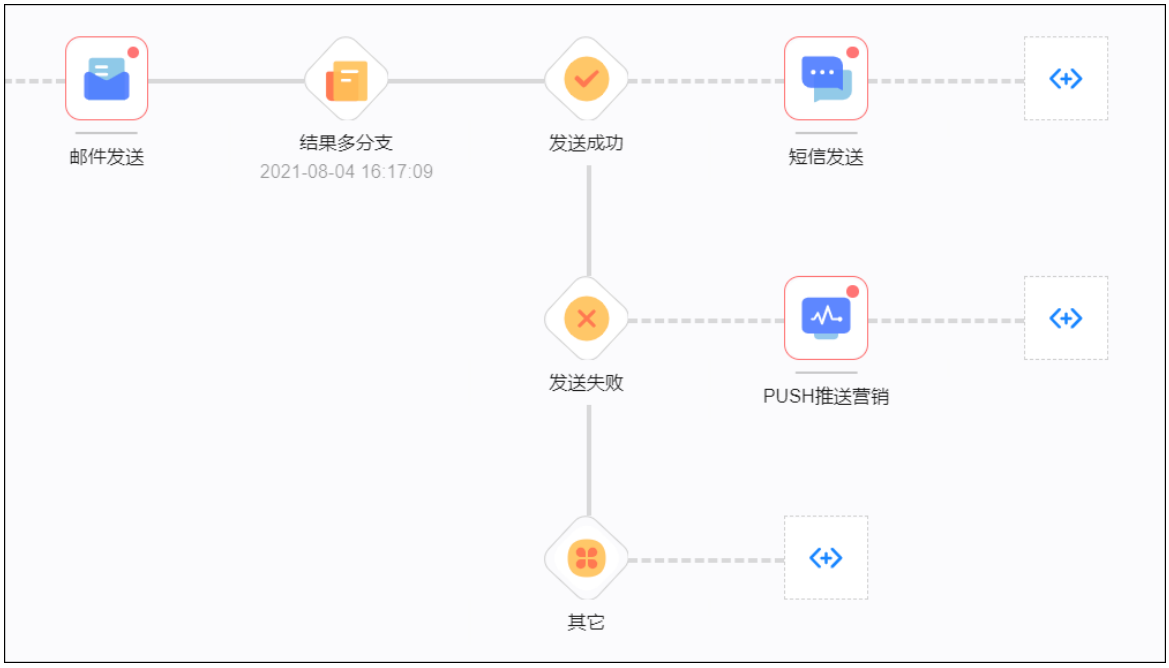
- 时间等待：设置等待的时间。由于前置组件发送需要一定的时间才能返回结果，所以需要为结果多分支设置一个等待时间，等待后再流转到后续组件。
  - 精准时间：设置一个准确的时间点，等待到该时间点后流转到后续组件。

- 相对时间：设置前置组件开始发送后等待多少周、日、小时或分钟，等待指定的时长后流转到后续组件。

- 选择结果：选择**成功**或**失败**，可单选或双选。

3. 单击**确定**，画布上将相应地生成结果分支，如下图所示。

> **说明**
>
> 对于特定人群触发的任务，不符合任何结果选项（成功/失败、已打开/已忽略/未反馈信息）的人群将进入**其他**分支。



6.5.3.16. 条件控制-时间多分支组件

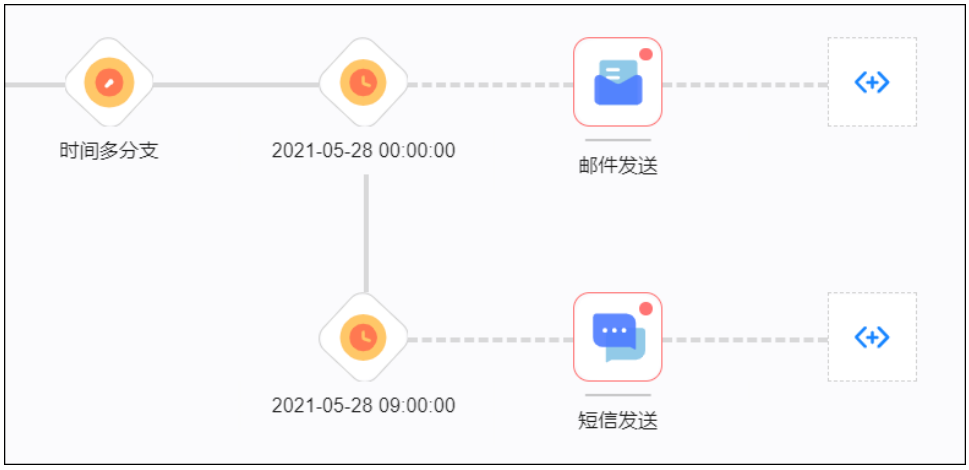
时间多分支组件用于指定一个或多个时间点，到达指定的时间点后再开始执行不同的分支操作。例如：在某天早上0点开始发邮件，9点开始发短信。

配置步骤：

1. 将时间多分支组件拖动到画布上，成为流程中的节点。
2. 单击时间多分支节点，在右侧弹出的面板中进行配置。

> **说明**
>
> 每添加一个时间将增加一条分支，最多支持10个分支。

3. 单击**确定**，画布上将相应地生成时间分支，如下图所示。



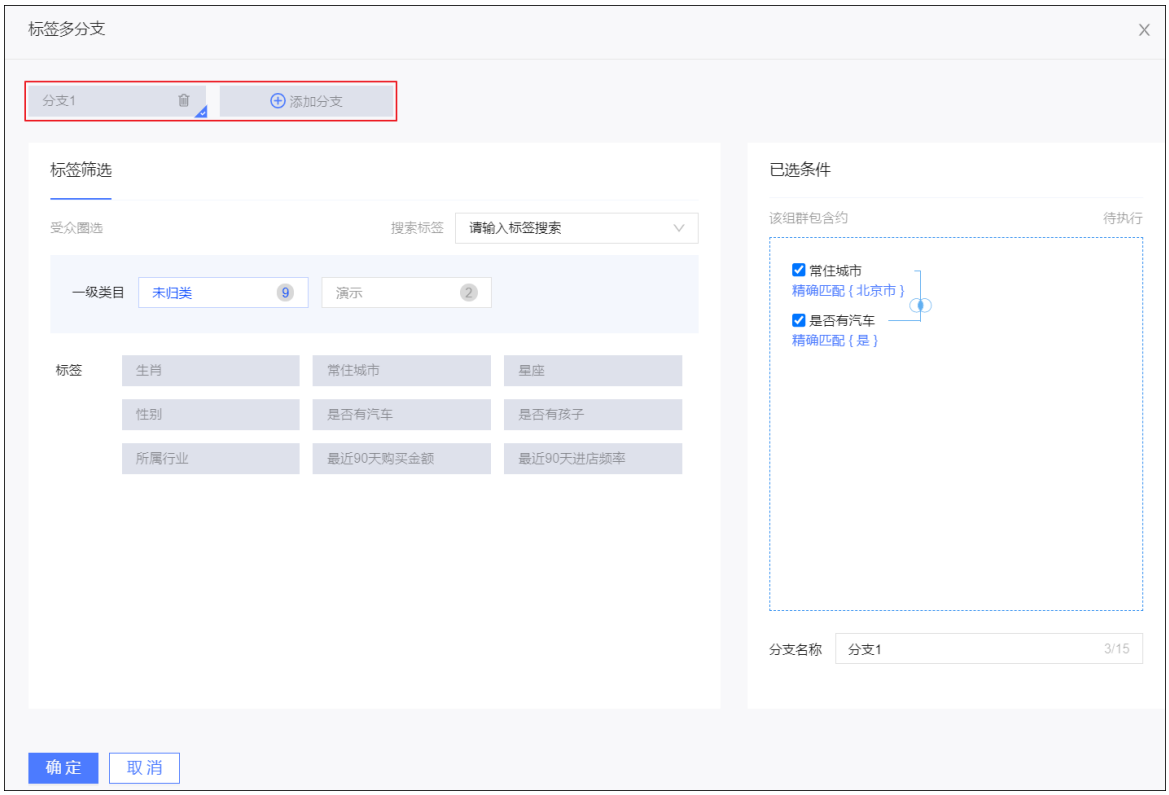
6.5.3.17. 条件控制-标签多分支组件

标签多分支组件用于基于标签筛选符合要求的人群，对筛选出的不同人群执行不同的分支操作。例如：对常驻城市为A地的人群发邮件，对常驻城市为B地的人群发短信，对其他人群发PUSH。

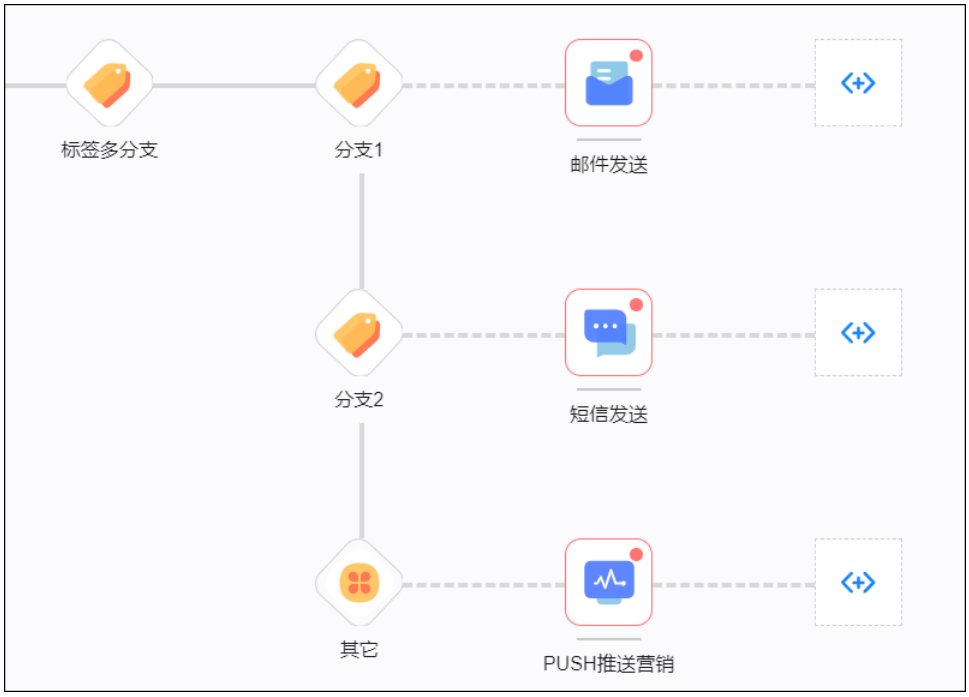
配置步骤：

1. 将标签多分支组件拖动到画布上，成为流程中的节点。

2. 单击标签多分支节点，在右侧弹出的面板中进行配置，如下图所示。



3. 在右下角输入分支名称，设置该分支的标签筛选条件。标签筛选操作，请参见标签筛选。
4. 单击**添加分支**，可增加一个标签分支。
5. 单击标签分支名称后的图标，可删除该分支。
6. 单击**确定**，画布上将相应地生成标签分支，不符合任何分支的筛选条件的人群将进入**其他**分支，如下图所示。



6.5.3.18. 条件控制-复制多分支组件

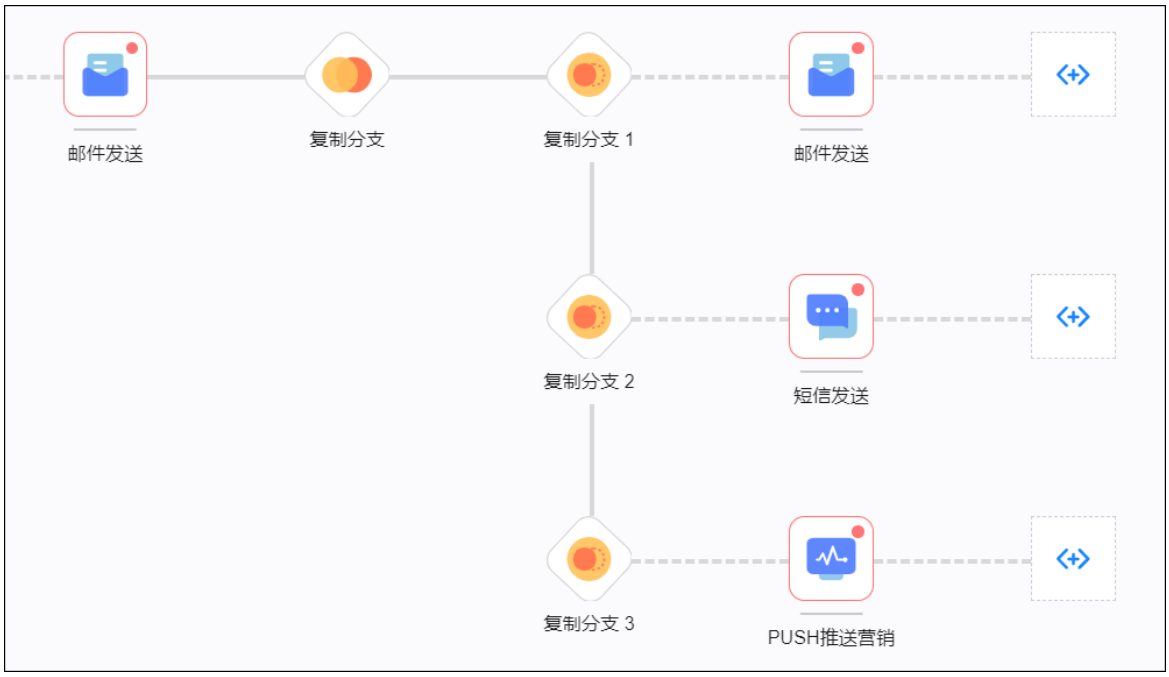
复制多分支组件用于对同一个上游人群复制为多份，同时执行不同的分支操作。

配置步骤：

1. 将复制多分支组件拖动到画布上，成为流程中的节点。
2. 单击随机多分支节点，在右侧弹出的面板中选择分支的数量。

> 说明
>
> 最多支持10条分支。

3. 单击**确定**，画布上将相应地生成复制分支，如下图所示。



4. （可选）编辑分支名称。鼠标移动到分支的图标上方，将显示图标，如下图所示。单击后出现文本框，即可编辑分支名称，鼠标在文本框外任意位置单击即可完成编辑。

5. （可选）删除分支。鼠标移动到分支的图标上方，将显示图标，如上图所示。单击即可删除该分支。

6.5.3.19. 条件控制-随机多分支组件

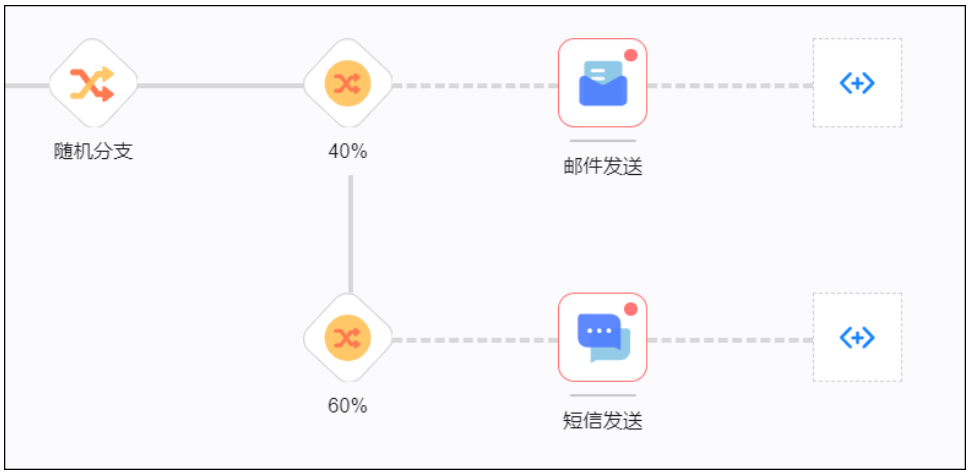
随机多分支组件用于将上游的人群按指定比例随机拆分成多个人群，对不同人群执行不同的分支操作。例如：对上游的人群中的随机40%发邮件，其余的60%发短信。

配置步骤：

1. 将随机多分支组件拖动到画布上，成为流程中的节点。
2. 单击随机多分支节点，在右侧弹出的面板中进行配置。

> **说明**
>
> 最多支持10条分支。每条分支的人数比例通过滑杆调节。

3. 单击**确定**，画布上将相应地生成随机分支，如下图所示。



6.5.3.20. 流程控制-等待组件

等待组件用于等待一定时间后再开始下游的操作。支持指定等待到精确的时间点，或前置组件开始后等待N分钟、小时、日、周，最长可设置为30天。

配置步骤：

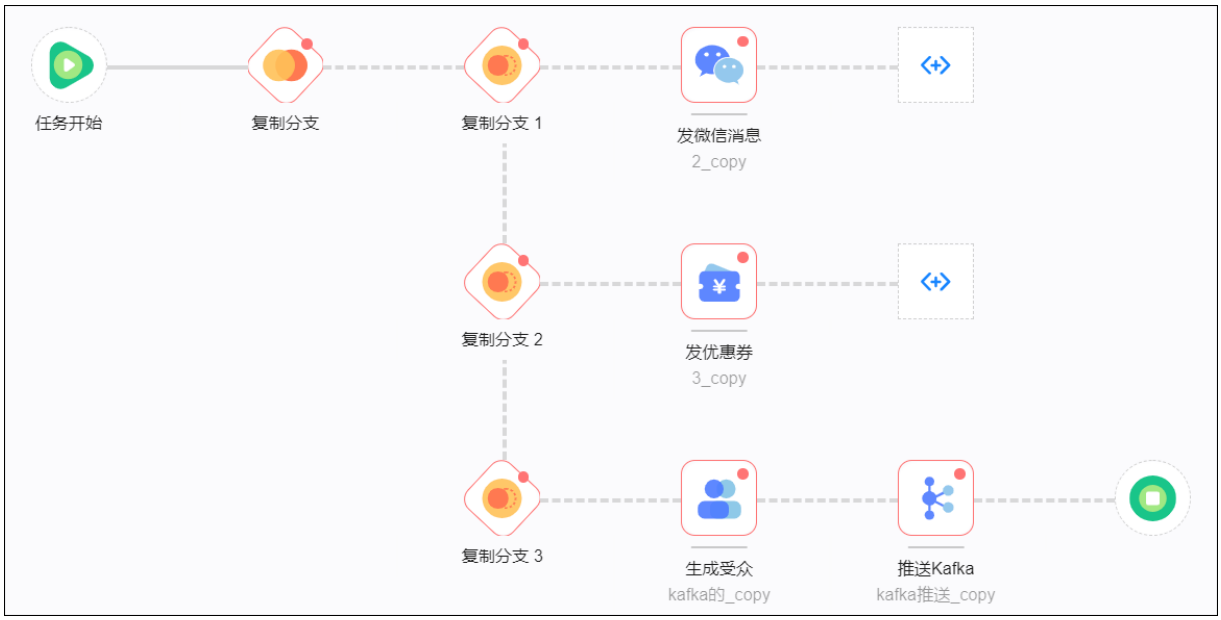
1. 将等待组件拖动到画布上，成为流程中的节点。
2. 单击等待节点，在右侧弹出的面板中进行配置。

3. 单击**确定**，完成配置。

6.5.3.21. 流程控制-结束组件

结束组件用于分支末尾，表明该分支已经结束，但分支末尾不必须添加结束组件。在配置庞杂的多分支流程时，结束组件常用于提示某个分支不再需要添加其他组件。

使用时，将结束组件拖动到画布上，成为分支中最后的节点即可，如下图所示。



6.5.4. 管理自动化营销任务

您可在自动化营销任务列表查看任务的状态等信息，并进行管理操作。各个营销动作节点的执行详情，请在对应营销类型的**自动化任务**页签查看。

自动化营销任务列表如下图所示。

- **关联子活动**：关联的子活动，若显示数字，鼠标悬停将显示所有关联子活动。
- **最后修改时间**：最后一次修改的时间，如未修改则记录创建任务的时间。
- **开始时间**：任务执行的开始时间（不论是否需要等待运行）。
- **停止时间**：任务执行的停止时间。
- **任务触发条件**：分为**行为事件触发**和**特定人群触发**。

对于周期性特定人群触发任务（统称为周期性任务），系统将为每个执行周期生成一个执行记录。

执行记录名称为：任务名称_执行周期，展示在**任务详情**页面**执行记录**页签。

> 说明
>
> - 若暂停周期性任务，当前周期将继续执行，直至正常结束，但不执行下一周期。
> - 若暂停后重新开始周期性任务，将执行新的周期。
> - 若仅停止当前周期，周期性任务将继续执行下一个周期。

- **状态：**

状态	含义	是否适用于该任务类型（Y：适用，N：不适用）			
		行为事件触发任务	非周期性特定人群触发任务	周期性特定人群触发任务	周期性任务的执行记录
待完善	任务信息未完善，至少一个分支最后一个节点不是营销动作或结束组件。	Y	Y	Y	N
未开始	任务信息已完善，但未开始。	Y	Y	Y	N
待运行	任务正在启动运行，或者运行中的任务数量达到上限（10个）后开始的新任务需要排队等待运行。	Y	Y	Y	Y
运行中	任务正在运行。	Y	Y	Y	Y
已暂停	任务被手动暂停，仅限特定人群触发任务。	N	Y	Y	N
已停止	任务被手动停止，仅限行为事件触发任务。	Y	N	N	Y
正常结束	任务的所有自动化节点都正常执行完毕。	Y	Y	Y	Y
异常结束	任务中至少一个自动化节点执行失败，导致无法继续执行。	Y	Y	Y	Y

- **操作：**

操作按钮	说明	是否适用于该任务类型（Y：适用，N：不适用）			
		行为事件触发任务	非周期性特定人群触发任务	周期性特定人群触发任务	周期性任务的执行记录
查看/编辑	单击跳转到任务配置界面，可查看任务配置、任务执行情况。 若任务未开始，可继续编辑任务，编辑操作与创建相同。	Y	Y	Y	N
查看	单击跳转到任务配置界面，可查看任务配置、任务执行情况。	N	N	N	Y
开始	开始执行任务。 若暂停后重新开始周期性任务，将执行新的周期。	Y	Y	Y	N
暂停	开始后可暂停执行任务，可重新开始。 若暂停周期性任务，当前周期将继续执行，直至正常结束，但不执行下一周期。	N	Y	Y	N
停止	开始后可停止任务，不可重新开始。 对于周期性任务，手动停止当前周期后，当前周期状态变为正常结束，周期性任务状态仍为运行中，下一个周期仍将正常执行。	Y	N	N	Y
删除	删除任务。 说明 待运行、运行中的任务不可删除。	Y	Y	Y	N

操作按钮	说明	是否适用于该任务类型（Y：适用，N：不适用）			
		行为事件触发任务	非周期性特定人群触发任务	周期性特定人群触发任务	周期性任务的执行记录
复制	复制该任务配置，进入任务配置页面。您可沿用原配置，也可进行修改，具体操作请参见创建自动化营销任务。	Y	Y	Y	N
任务详情	进入**任务详情**页面： ○ 在**营销动作**页签查看各营销动作节点的执行信息，请参见营销动作子任务。 ○ 对于周期性任务，还能在**执行记录**页签管理执行周期、查看执行周期状态。	Y	Y	Y	N

6.5.5. 营销动作子任务

6.5.5.1. 营销动作子任务概述

自动化营销任务中的每个营销动作节点（生成受众节点除外），每执行一次都将生成一个营销动作子任务。

您可以在自动化营销任务的**任务详情>营销动作**页签，查看该自动化营销任务的营销动作子任务的执行信息。页面分不同页签展示各类型营销动作子任务，下面将分章节进行介绍。

6.5.5.2. 邮件营销子任务

在自动化营销任务的**任务详情>营销动作>邮件营销**页签，您可查看该自动化营销任务的邮件营销子任务的执行信息。

任务列表

如下图所示，列表显示任务名称、关联子活动（若显示数字，鼠标悬停将显示所有关联子活动）、发送总数、成功数、失败数、无效地址数、状态、邮件平台、发信地址、地址类型等信息。

您可进行以下操作：

- **内容预览**：查看发送内容。
- **详情**：查看任务发送情况，具体操作请参见下面的查看详情。

查看详情

单击任务的**详情**，进入详情页面，如下图所示。

页面显示接收地址明细，及相应的接收时间、发送结果、失败原因。

单击**生成受众**，可选择筛选发送成功、发送失败、无效地址或已标记为垃圾邮件的用户为新的受众。

> **说明**
>
> - 此类信息的保存时间为7天（168小时），过期后将删除信息，无法生成受众。
> - 行为事件触发的任务中的邮件营销子任务不支持生成受众。

6.5.5.3. 短信营销子任务

在自动化营销任务的**任务详情>营销动作>短信营销**页签，您可查看该自动化营销任务的短信营销子任务的执行信息。

任务列表

如下图所示，列表显示任务名称、关联子活动（若显示数字，鼠标悬停将显示所有关联子活动）、任务中包含的号码数量、发送成功、失败、未反馈的短信数量、短信平台、短信类型、状态等信息。

> **说明**
>
> - 发送成功、失败信息由短信平台反馈。因短信发送的运营商情况，一些号码可能反馈不及时，如3天（72小时）内未反馈，状态将认定为执行失败。
> - 若任务中包含的号码数量与发送的短信数量不一致，可能的原因为：号码为空号、短信内容超长导致拆分为多条等。

您可进行以下操作：

- **刷新**：刷新发送成功、失败、未反馈的短信数量和任务状态。
- **内容预览**：查看发送内容。
- **号码详情**：查看任务发送情况，具体操作请参见下面的查看详情。

查看详情

单击任务的**号码详情**，进入号码详情页面，如下图所示。

页面显示接收号码后四位，以及相应的接收时间、发送结果、失败原因（可能反馈多个可能原因）。

单击**生成受众**，可选择筛选发送成功、发送失败或未反馈信息的用户为新的受众。

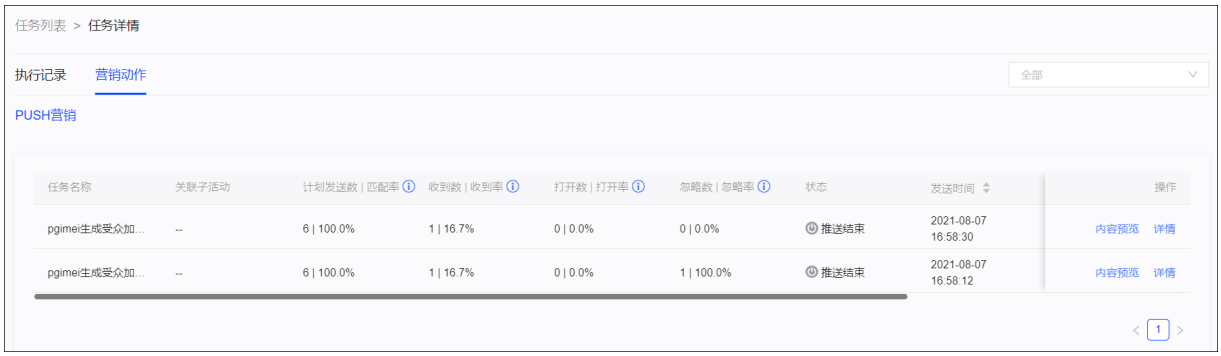
> **说明**
>
> - 此类信息的保存时间为7天（168小时），过期后将删除信息，无法生成受众。
> - 行为事件触发的任务中的短信营销子任务不支持生成受众。

6.5.5.4. PUSH营销子任务

在自动化营销任务的**任务详情>营销动作>PUSH营销**页签，您可查看该自动化营销任务的PUSH营销子任务的执行信息。

任务列表

如下图所示，列表显示任务名称、关联子活动（若显示数字，鼠标悬停将显示所有关联子活动）、计划发送数|匹配率、收到数|收到率、打开数|打开率、忽略数|忽略率、状态等信息。



> **说明**
>
> 计划发送数|匹配率、收到数|收到率、打开数|打开率、忽略数|忽略率的统计时间均截止于开始推送72小时后，届时不再更新。

其中：

- 计划发送数|匹配率

  > **说明**
  >
  > - 匹配率=计划发送数÷实际发送数×100%。
  > - 实际发送设备包括Push通道和厂商通道。
  > - 受众圈选的设备号需要和友盟ID匹配命中后，才能进行推送，受部分手机刷机和匹配算法的影响，可能会发生部分匹配损耗。由于友盟数据漂移，iOS设备计划发送数可能大于等于设备数。

- 收到数|收到率

> **说明**
>
> - 对于Android设备，收到率=收到数÷实际发送数×100%。
> - iOS平台不支持统计收到数，显示为--。

- 打开数|打开率

> **说明**
>
> - 对于Android设备，打开率=打开数÷收到数×100%。
> - 对于iOS设备，打开率=打开数÷实际发送数×100%。

- 忽略数|忽略率

> **说明**
>
> - 对于Android设备，忽略率=忽略数÷收到数×100%。忽略数不包括系统批量关闭通知的数量。
> - iOS平台不支持统计忽略数，显示为--。

您可进行以下操作：

- 内容预览：预览推送内容。
- 查看详情：查看任务发送情况，具体操作请参见下面的查看详情。

查看详情

单击任务的**详情**，进入详情页面，如下图所示。

页面显示接收设备号，以及相应的接收状态。

单击**生成受众**，可选择筛选已打开、已忽略或未反馈信息的用户为新的受众。

> **说明**
>
> - 此类信息的保存时间为7天（168小时），过期后将删除信息，无法生成受众。
> - 行为事件触发的任务中的PUSH营销子任务不支持生成受众。

6.5.5.5. 微信营销子任务

在自动化营销任务的**任务详情>营销动作>微信营销**页签，您可查看该自动化营销任务的微信营销子任务的执行信息。

如下图所示，列表显示任务名称、关联子活动（若显示数字，鼠标悬停将显示所有关联子活动）、文章类型、发布账号、发送时间、状态等信息。

您可进行以下操作：

- **内容预览**：查看发送内容。

6.5.5.6. 自定义组件子任务

在自动化营销任务的**任务详情>营销动作>自定义组件**页签，您可查看该自动化营销任务的自定义组件子任务的执行信息。

任务列表

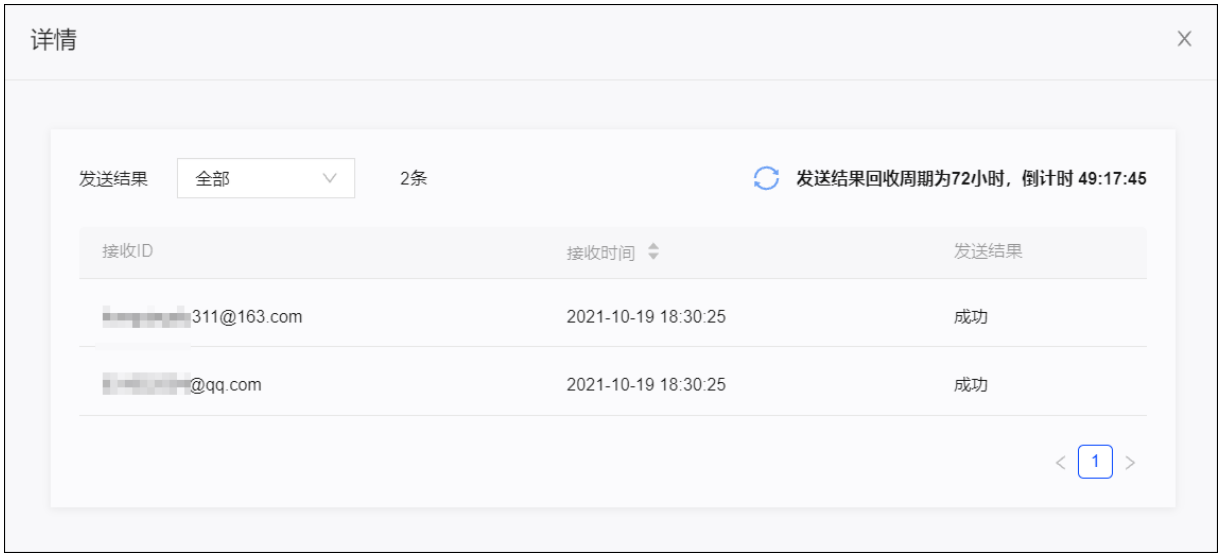
如下图所示，列表显示任务名称、关联子活动（若显示数字，鼠标悬停将显示所有关联子活动）、发送ID类型、发送总数和成功、失败数、状态等信息。

您可进行以下操作：

- **预览**：查看webhook和参数设置。
- **查看详情**：查看任务发送情况，具体操作请参见下面的查看详情。

查看详情

单击任务的**查看详情**，进入详情页面，如下图所示。



从下拉框选择要查看的发送结果，页面显示接收ID，以及相应的接收状态。

说明

- 只有当您在Webhook管理中开启了回执设置，并且您的一方系统按webhook接入文档上报了回执时，才能查看一方系统反馈的任务发送情况。
- 下拉框中可选的发送结果为回执设置中添加的状态值。
- 接收信息的回收时间为回执设置中指定的数据回收周期，过后将不再更新信息。

6.5.5.7. 天攻智投子任务

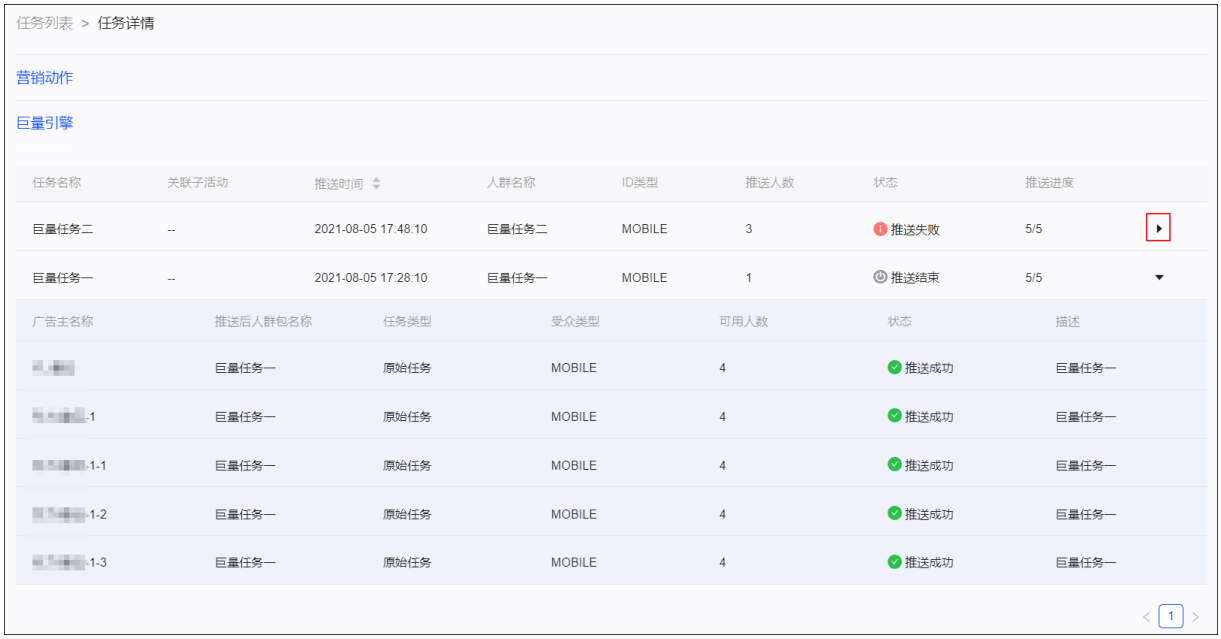
在自动化营销任务的**任务详情>营销动作>天攻智投**页签，您可查看该自动化营销任务的天攻智投子任务的执行信息。

如下图所示，列表显示任务名称、关联子活动（若显示数字，鼠标悬停将显示所有关联子活动）、推送后人群包名称、ID类型、推送人数、可用人数（推送后天攻智投系统中匹配到的人数）、状态等信息。

6.5.5.8. 巨量引擎子任务

在自动化营销任务的**任务详情>营销动作>巨量引擎**页签，您可查看该自动化营销任务的巨量引擎子任务的执行信息。

如下图所示，列表显示任务名称、关联子活动（若显示数字，鼠标悬停将显示所有关联子活动）、受众人群名称、ID类型、推送人数、状态等信息。



由于创建巨量引擎推送任务时可以选择多个推送账号，以往版本中还可以设置拓展人群，故一个任务中将包含若干子任务：

> **说明**
>
> 已不再支持创建新的拓展人群任务，展示的拓展人群任务均为以往创建的存量任务。

- 一个账号的非拓展人群对应一个原始任务。
- 一个账号的拓展人群对应一个拓展任务。

推送进度将显示已执行的子任务数/子任务总数，单击右侧的 ▶，可展开子任务信息，包括相应的广告主账号、推送后人群包名称、任务类型（含原始任务、拓展任务）、可用人数（推送后巨量引擎系统中匹配到的人数）、是否推送成功等。

6.5.5.9. 腾讯广告子任务

在自动化营销任务的**任务详情>营销动作>腾讯广告**页签，您可查看该自动化营销任务的**腾讯广告**子任务的执行信息。

如下图所示，列表显示任务名称、关联子活动（若显示数字，鼠标悬停将显示所有关联子活动）、受众人群名称、ID类型、推送人数、状态等信息。

由于创建腾讯广告推送任务时可以选择多个推送账号，还可以设置拓展人群，故一个任务中将包含若干子任务：

- 一个账号的非拓展人群对应一个原始任务。
- 一个账号的拓展人群对应一个拓展任务。

推送进度将显示已执行的子任务数/子任务总数，单击右侧的 ▶，可展开子任务信息，包括相应的账号、推送后人群包名称、任务类型（含原始任务、拓展任务）、可用人数（推送后腾讯广告系统中匹配到的人数）、是否推送成功等。

6.5.5.10. 百度营销子任务

在自动化营销任务的**任务详情>营销动作>百度营销**页签，您可查看该自动化营销任务的百度营销子任务的执行信息。

如下图所示，列表显示任务名称、关联子活动（若显示数字，鼠标悬停将显示所有关联子活动）、受众人群名称、ID类型、推送人数、状态等信息。

由于创建百度营销推送任务时可以选择多个推送账号，故一个任务中将包含若干子任务：一个账号对应一个原始任务。

推送进度将显示已执行的子任务数/子任务总数，单击右侧的 ▶ ，可展开子任务信息，包括相应的账号、推送后人群包名称、任务类型（含原始任务）、可用人数（推送后百度营销系统中匹配到的人数）、是否推送成功等。

6.5.5.11. 趣媒体子任务

在自动化营销任务的**任务详情>营销动作>趣媒体**页签，您可查看该自动化营销任务的趣媒体子任务的执行信息。

如下图所示，列表显示任务名称、关联子活动（若显示数字，鼠标悬停将显示所有关联子活动）、受众人群名称、ID类型、推送人数、状态等信息。

由于创建趣媒体推送任务时可以选择多个推送账号，故一个任务中将包含若干子任务：一个账号对应一个原始任务。

推送进度将显示已执行的子任务数/子任务总数，单击右侧的 ▶ ，可展开子任务信息，包括相应的账号、推送后人群包名称、任务类型（含原始任务）、可用人数（推送后趣媒体系统中匹配到的人数）、是否推送成功等。

6.5.5.12. 优惠券子任务

在自动化营销任务的**任务详情>营销动作>优惠券**页签，您可查看该自动化营销任务的优惠券子任务的执行信息。

如下图所示，列表显示任务名称、关联子活动（若显示数字，鼠标悬停将显示所有关联子活动）、优惠券名称、类型、状态、发送人数、成功人数、失败人数等信息。

您可进行以下操作：

- **优惠券详情**：查看优惠券详细信息，如下图所示。

6.5.5.13. Kafka子任务

在自动化营销任务的**任务详情>营销动作>Kafka**页签，您可查看该自动化营销任务的Kafka子任务的执行信息。

如下图所示，列表显示任务名称、关联子活动（若显示数字，鼠标悬停将显示所有关联子活动）、推送到的Kafka接口名称、ID类型、人群规模、状态等信息。

6.5.6. 事件管理

在创建行为事件触发的自动化营销任务前，需要定义事件，并实现上报事件。本文对事件自定义、事件管理操作，以及事件上报方法进行说明。

事件分为两类：

- 自定义事件：

顾名思义，自定义事件需要由您自行定义，自行实现事件上报。

支持通过以下渠道上报自定义事件：

- 您的一方应用：APP、小程序、网页（含H5页面）
- 第三方系统应用

例如：将用户在您的H5页面中点击某个按钮、购买某个产品等动作作为一个事件，上报至Quick Audience。

不同的渠道有两种方法可以上报事件：

- 适用于APP、小程序、网页、第三方系统：一方应用或第三方系统的研发人员编写脚本，将应用采集的log日志转化为标准的MQ事件模型，并将其上报到Quick Audience，请参见上报事件。
- 适用于APP、小程序、网页：Quick Audience对接阿里云用户行为洞察分析平台Quick Tracking，若您已购买数据采集功能包，并进行相应的数据采集渠道配置，则一方应用可以利用Quick Tracking提供的SDK实现事件采集上报，请参见Quick Tracking采集文档。

- 系统默认事件：

  系统已预定义社交互动等部分功能模块涉及的系统默认事件，直接由系统对接对应的功能模块，自动上报。

> **说明**
>
> - 使用社交互动事件的前提是：已购买社交互动功能包，社交互动模块已绑定微信公众号，且与用户营销模块绑定的微信公众号为同一公众号。
> - 支持组织管理员、空间管理员，以及具有“社交互动-客户运营”或“社交互动-公众号运营”角色的成员使用社交互动事件。

自定义事件

自定义事件由管理员、开发者或其他具有事件管理权限的自定义角色定义。

操作步骤：

1. 选择**用户营销**>所在工作空间>**自动化营销**>**事件管理**，进入事件列表页面。

2. 单击右上角**新建事件**，弹出新建事件对话框。

3. 在弹出的对话框中，配置以下参数：

参数	说明
应用类型	选择事件上报渠道的应用类型，支持： ○ APP ○ 小程序 ○ Web：网页，含H5页面 ○ 第三方系统
是否Quick Tracking采集	对于**非第三方系统**的事件上报渠道，选择是否使用了Quick Tracking采集。
平台类型	对于使用了Quick Tracking采集的**APP**或**小程序**，选择您在数据采集渠道配置时已为渠道指定的平台类型。

参数	说明
渠道名称	○ 对于未使用Quick Tracking采集的渠道，从下拉列表选择渠道名称。 单击下拉列表中的**添加渠道名称**、下拉列表右侧的**编辑渠道名称**，可分别新建、编辑渠道名称。具体操作，请参见下面的添加渠道名称子步骤。 ○ 对于使用了Quick Tracking采集的渠道，选择您在数据采集接口配置渠道时设置的渠道名称。
事件编码	输入或选择事件编码。由埋点开发人员定义事件编码，用于唯一标识一个事件。
事件名称	输入事件名称。
事件属性	添加事件时，需要存储的附加信息可以用事件属性进行存储。例如：事件为“成功购买理财产品”，可添加“理财产品类型”为事件属性。 单击**添加事件属性**，可增加一行事件属性。 单击**移除**，可移除对应的事件属性。
属性类型	○ 对于使用了Quick Tracking采集的渠道，选择事件属性的类型： ■ 事件属性：默认选择事件属性，为仅用于当前事件的属性。 ■ 全局属性：若选择全局属性，该属性设置一次性后，将在同一个渠道的所有事件中都自动添加，如同一个渠道的所有事件中都携带登录用户ID。 ○ 对于未使用Quick Tracking采集的渠道，无属性类型选项，均为仅用于当前事件的属性，无全局属性。
事件属性数据类型	选择事件属性的数据类型为文本型或数值型。
事件扩展属性ID	输入事件扩展属性ID。 由埋点开发人员定义属性ID，用于存储采集事件的附属信息，如app采集事件为“购买商品”，属性名称可为“商品ID”，属性ID可对应“item_id”。
事件扩展属性名称	输入事件扩展属性名称。

- 添加渠道名称：对于未使用Quick Tracking采集的渠道，若单击**添加渠道名称**，在弹窗中输入渠道名称、APP_KEY，其中APP_KEY可以唯一标识一个渠道，一般为采集平台上定义的appkey。

- 编辑渠道名称：对于未使用Quick Tracking采集的渠道，若单击**编辑渠道名称**，出现如下图所示的弹窗。
  - 单击**编辑**，可修改渠道名称。
  - 若渠道下无事件，单击**删除**，可删除该渠道的记录。

4. 单击**确认**，完成新建事件。

管理事件

事件列表如下图所示。

说明

列表中显示的三种事件类型：

- Quick Tracking采集：使用了Quick Tracking采集的自定义事件。
- 自定义事件：未使用Quick Tracking采集的自定义事件。
- 系统默认事件：渠道名称将显示为事件对接的功能模块，如社交互动。

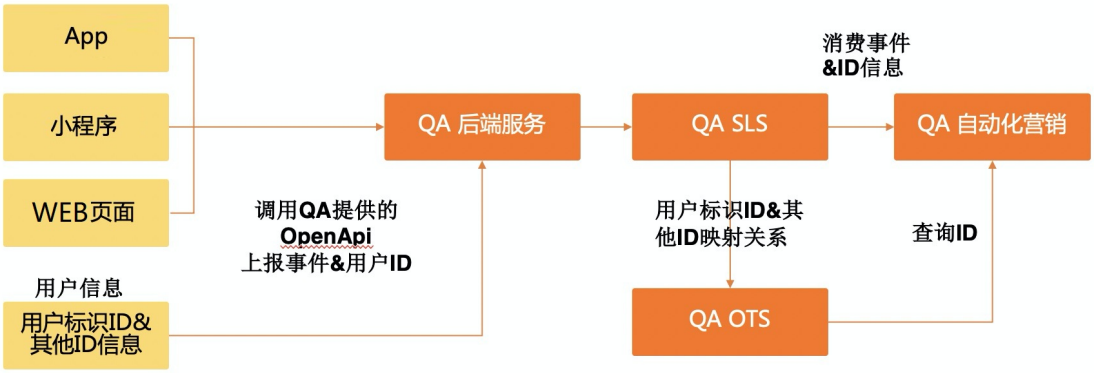
您可对事件进行以下管理操作：

- 搜索：页面右上角支持通过名称或事件编码搜索。
- 筛选：页面右上角支持筛选指定渠道的事件。
- 编辑：单击自定义事件对应的**编辑**，可编辑事件。支持修改事件名称、事件扩展属性名称，以及添加事件属性，不支持修改其他参数或删除事件属性。具体操作与新建事件时相同。
- 删除：单击自定义事件对应的**删除**，可删除未被自动化营销任务使用的事件。如事件已被使用，则不可删除。

上报事件

您的一方应用或第三方系统的研发人员需要编写脚本，将应用采集的log日志转化为标准的MQ事件模型，并将其上报到Quick Audience。事件、用户信息上报链路如下图所示。

事件/用户信息上报链路



事件上报需要安装阿里云提供的Java SDK，使用行为事件消息上报接口、用户身份标识上报接口。说明如下：

使用准备

- 安装Java SDK
  i. 安装阿里云Java核心库，请参见安装Alibaba Cloud SDK for Java。

  > **说明**
  >
  > SDK使用说明，请参见Java SDK参考。

  ii. 安装QuickAudience Java SDK。打开Aliyun Java SDK QuickAudience Public，下载并安装QuickAudience Java SDK。

  iii. 在项目目录下的pom.xml文件中，添加Maven依赖。添加依赖后，Maven项目管理工具会自动下载相关JAR包。

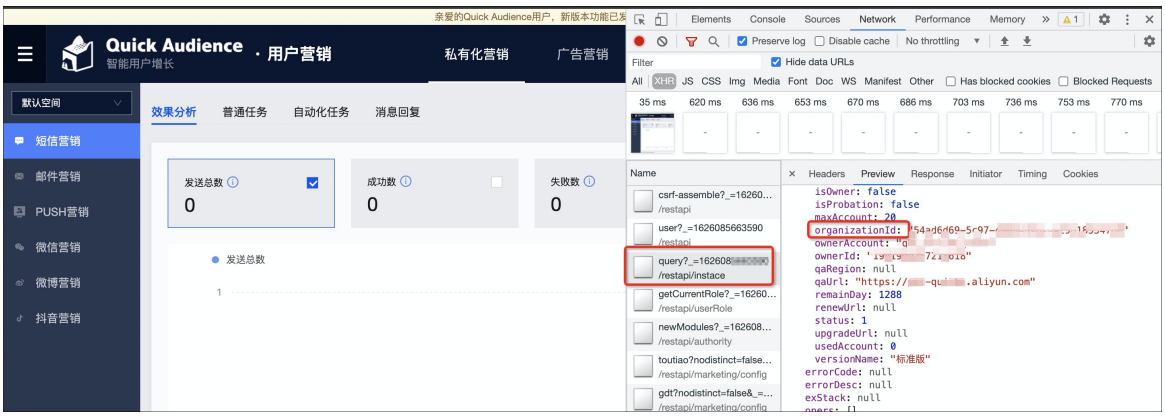
```
<!--引入阿里云Core 包-->
<dependency>
  <groupId>com.aliyun</groupId>
  <artifactId>aliyun-java-sdk-core</artifactId>
  <version>4.5.2</version>
</dependency>

<!--引入QuickAudience 阿里云SDK-->
<!-- https://mvnrepository.com/artifact/com.aliyun/aliyun-java-sdk-retailadvqa-public
-->
<dependency>
    <groupId>com.aliyun</groupId>
    <artifactId>aliyun-java-sdk-retailadvqa-public</artifactId>
    <version>3.3.16</version>
</dependency>
```

- 接口通用入参

参数	含义	必填	示例
accessId	QA实例ID，调用方识别码	是	retailadvqa-cn-xxxxxxxxx
organizationId	QA组织ID	是	56621289-820e-433a-9947-xxxxxxxxx

  - accessId：请使用购买QA的主账号进入订单列表，单击QA（智能用户增长）订单对应的**详情**，进入订单详情页面获取实例名称。

  - organizationId：请通过浏览器的开发者工具，在登录QA时获取,，如下图所示。



- OpenAPI Endpoint列表

地域	地域	Endpoint
cn-shanghai	上海	quicka-public.cn-shanghai.aliyuncs.com
cn-shenzhen	深圳	quicka-public.cn-shenzhen.aliyuncs.com

地域	地域	Endpoint
cn-zhangjiakou	张家口	quicka-public.cn-zhangjiakou.aliyuncs.com

行为事件消息上报接口

- 接口入参

参数	含义	参数类型	必填	示例
eventMessageModelListStr	行为事件消息体列表	String	是	[{"customerId":"customer001","eventCode":"event001","eventSourceCode":"eventsource001","eventTime":1625126360471,"extendAttributes":{"key1":"123456"},"orgnizationId":"56621289-820e-433a-9947-xxxxxxxxx","v":1}]

- 接口出参

参数	含义	参数类型	示例
success	接口调用成功与否	Boolean	true
errorCode	错误码：接口调用失败时	String	ES0110000002
errorDesc	错误信息：接口调用失败时	String	鉴权失败!
traceId	请求ID：便于问题跟踪	String	无

- 接入Demo

```
import com.alibaba.fastjson.JSONObject;
import com.aliyuncs.DefaultAcsClient;
import com.aliyuncs.IAcsClient;
import com.aliyuncs.exceptions.ClientException;
import com.aliyuncs.profile.DefaultProfile;
import com.aliyuncs.retailadvqa_public.model.v20200515.RecieveEventMessageRequest;
import com.aliyuncs.retailadvqa_public.model.v20200515.RecieveEventMessageResponse;
import io.swagger.annotations.ApiModelProperty;
import lombok.Data;

import java.util.Arrays;
import java.util.HashMap;
import java.util.Map;
```

```
/**
 * 上报事件消息
*/
public class RecieveEventMessage {

    static String accessKey = "";
    static String accessSecret = "";
    static String regionId = "cn-shanghai";
    static String product = "retailadvqa-public";
    static String endpointUrl = "quicka-public.cn-shanghai.aliyuncs.com";

    static IAcsClient client = null;
    static {
        DefaultProfile profile =
                DefaultProfile.getProfile(
                        regionId,           // 地域ID
                        accessKey,          // RAM账号的AccessKeyID
                        accessSecret        // RAM账号AccessKeySecret
                );
        try {
            DefaultProfile.addEndpoint(
                    regionId,
                    product,
                    endpointUrl
            );
        } catch (Exception e) { }
        client= new DefaultAcsClient(profile);
    }

    public static void recieveEventMessage() throws ClientException {
        RecieveEventMessageRequest eventMessageRequest = new RecieveEventMessageRequest()
;
        eventMessageRequest.setAccessId("retailadvqa-xx-xxxxxxxxx");
        eventMessageRequest.setOrganizationId("56621289-820e-433a-9947-xxxxxxxxx");


        EventMessageModel messageModel = new EventMessageModel();
        messageModel.setOrgnizationId(eventMessageRequest.getOrganizationId());
        messageModel.setCustomerId("customer001");
        messageModel.setEventSourceCode("eventsource001");
        messageModel.setEventCode("event001");
        messageModel.setEventTime(System.currentTimeMillis());
        Map<String, String> extendAttributes = new HashMap<>();
        extendAttributes.put("key1", "value1");
        extendAttributes.put("key2", "123456");
        messageModel.setExtendAttributes(extendAttributes);

        // 批量上报接口，批量限制100。
        eventMessageRequest.setEventMessageModelListStr(JSONObject.toJSONString(Arrays.as
List(messageModel)));
        System.out.println(JSONObject.toJSONString(Arrays.asList(messageModel)));

        RecieveEventMessageResponse recieveEventMessageResponse = client.getAcsResponse(e
```

```
ventMessageRequest);
        System.out.println("result = " + JSONObject.toJSONString(recieveEventMessageRespo
nse));
    }

    public static void main(String... args) throws ClientException {
        recieveEventMessage();
    }

    @Data
    public static class EventMessageModel {

        @ApiModelProperty("组织Id")
        String orgnizationId;

        @ApiModelProperty(required = true, value = "用户/粉丝Id")
        String customerId;

        @ApiModelProperty("app_key。如果事件消息中没有app_key，自动化营销任务计算将不受渠道限制"
)
        String eventSourceCode;

        @ApiModelProperty(required = true, value = "事件编码")
        String eventCode;

        @ApiModelProperty(required = true, value = "事件实际发生的时间")
        Long eventTime;

        @ApiModelProperty("事件扩展属性ID和对应的值")
        Map<String, String> extendAttributes = new HashMap<>();

        @ApiModelProperty("事件消息模型版本号")
        Integer v = 1;
    }
}
```

用户身份标识上报接口

- 接口入参

参数	含义	参数类型	必填	示例
customerMessageModelListStr	用户身份标识消息体列表	String	是	[{"customerId":"customer001","customerIdList":[{"customerId":"13888888888","idMapping":"mobile"}],"orgnizationId":"56621289-820e-433a-9947-xxxxxxxxx","v":1}]

- 接口出参

参数	含义	参数类型	示例
success	接口调用成功与否	Boolean	true
errorCode	错误码：接口调用失败时	String	ES0110000002
errorDesc	错误信息：接口调用失败时	String	鉴权失败!
traceId	请求ID：便于问题跟踪	String	无

- 接入Demo

```
import com.alibaba.fastjson.JSONObject;
import com.aliyuncs.DefaultAcsClient;
import com.aliyuncs.IAcsClient;
import com.aliyuncs.exceptions.ClientException;
import com.aliyuncs.profile.DefaultProfile;
import com.aliyuncs.retailadvqa_public.model.v20200515.RecieveUserMessageRequest;
import com.aliyuncs.retailadvqa_public.model.v20200515.RecieveUserMessageResponse;
import io.swagger.annotations.ApiModelProperty;
import lombok.Data;

import java.util.Arrays;
import java.util.List;

/**
 * 上报用户身份标识
 */
public class RecieveCustomerMessage {

    static String accessKey = "";
    static String accessSecret = "";
    static String regionId = "cn-shanghai";
    static String product = "retailadvqa-public";
    static String endpointUrl = "quicka-public.cn-shanghai.aliyuncs.com";

    static IAcsClient client = null;
    static {
        DefaultProfile profile =
                DefaultProfile.getProfile(
                        regionId,           // 地域ID
                        accessKey,          // RAM账号的AccessKeyID
                        accessSecret        // RAM账号AccessKeySecret
                );
        try {
            DefaultProfile.addEndpoint(
                    regionId,
                    product,
                    endpointUrl
```

```
            );
        } catch (Exception e) { }
        client= new DefaultAcsClient(profile);
    }

    public static void recieveCustomerMessage() throws ClientException {
        RecieveUserMessageRequest recieveUserMessageRequest = new RecieveUserMessageReque
st();
        recieveUserMessageRequest.setAccessId("retailadvqa-xx-xxxxxxxxx");
        recieveUserMessageRequest.setOrganizationId("56621289-820e-433a-9947-xxxxxxxxx");
        CustomerMessageModel customerMessageModel = new CustomerMessageModel();
        customerMessageModel.setOrgnizationId(recieveUserMessageRequest.getOrganizationId
());
        customerMessageModel.setCustomerId("customer001");
        CustomerIdModel idModel = new CustomerIdModel();
        idModel.setCustomerId("13888888888");
        idModel.setIdMapping("mobile");
        customerMessageModel.setCustomerIdList(Arrays.asList(idModel));

        // 消息上报，批量限制100。
        recieveUserMessageRequest.setCustomerMessageModelListStr(JSONObject.toJSONString(
Arrays.asList(customerMessageModel)));
        System.out.println(JSONObject.toJSONString(Arrays.asList(customerMessageModel)));
        RecieveUserMessageResponse recieveUserMessageResponse = client.getAcsResponse(rec
ieveUserMessageRequest);
        System.out.println("result = " + JSONObject.toJSONString(recieveUserMessageRespon
se));
    }

    public static void main(String... args) throws ClientException {
        recieveCustomerMessage();
    }

    @Data
    public static class CustomerMessageModel {

        @ApiModelProperty("组织Id")
        String orgnizationId;

        @ApiModelProperty(required = true, value = "用户/粉丝Id")
        String customerId;

        @ApiModelProperty(required = true, value = "用户身份标识ID信息：如 idfa、imei、mobil
e")
        List<CustomerIdModel> customerIdList;


        @ApiModelProperty("用户身份标识消息模型版本号")
        Integer v = 1;
    }

    @Data
    public static class CustomerIdModel {
```

```
        @ApiModelProperty(required = true, value = "用户/粉丝Id")
        String customerId;

        /**
         目前支持如下用户ID类型：
         1）oneid：客户自定义ID类型，不映射数据银行的类型
         2）email：电子邮件
         3）mobile：手机号
         4）taobao_id：淘宝ID
         5）taobao_nick：淘宝昵称
         6）imei：手机IMEI
         7）idfa：手机IDFA
         8）mac_org：设备MAC地址
         9）weibo_id_org：微博数字ID
         10）alipay_id：支付宝ID
         11）open_id：微信OpenID
         12） union_id：微信UnionID
         */
        @ApiModelProperty(required = true, value = "用户Id类型")
        String idMapping;
    }
}
```

6.6. 账号配置

6.6.1. 账号授权

在使用用户营销前，您需要将各渠道的账号授权给Quick Audience，使得Quick Audience有权限访问各渠道。

- 数据银行：在Quick Audience进行授权，但需要审批。
- 百度营销：直接在Quick Audience进行授权。
- 友盟PUSH、达摩盘、天攻智投、巨量引擎、腾讯广告、微博、微信公众号、抖音：需要跳转到对应渠道操作。

数据银行账号授权

数据银行账号授权在Quick Audience进行，流程为：

1. 您提交账号授权申请。
2. 由组织管理员或空间管理员进行审批。审批通过后，授权完成。

操作步骤：

1. 选择**用户营销** > 所在工作空间 > **账号配置**，单击**账号授权**。

2. 从**账号类型**下拉列表选择**数据银行**。

3. 单击**确定**，在新的对话框中填写数据银行的品牌商名称、品牌名称、账号和令牌。如何获取这些参数信息，请参见获取数据银行令牌。

数据银行

4. 单击**提交申请**，该账号加入授权账号列表，状态显示为**待审批**。

   若通过审批，状态将显示为**授权成功**；否则显示为**审批拒绝**。

说明

- 绑定申请由组织管理员、空间管理员审批。审批操作，请参见待我审批。
- 绑定者可在**消息中心>我的申请**中查看申请进度，支持撤销申请，请参见我的申请。

百度营销账号授权

百度营销账号授权直接在Quick Audience进行。

操作步骤：

1. 选择**用户营销** > 所在工作空间 > **账号配置**，单击**账号授权**。

2. 从**账号类型**下拉列表选择**百度营销**。

3. 单击**确定**，在新的对话框中填写百度营销的账号、密码和权限代码。

4. 单击**确定**，完成授权。该账号加入授权账号列表，状态显示为**授权成功** 。

跳转到对应渠道进行账号授权

对于友盟PUSH、达摩盘、天攻智投、巨量引擎、腾讯广告、微博、微信公众号、抖音，需要跳转到对应渠道进行账号授权。

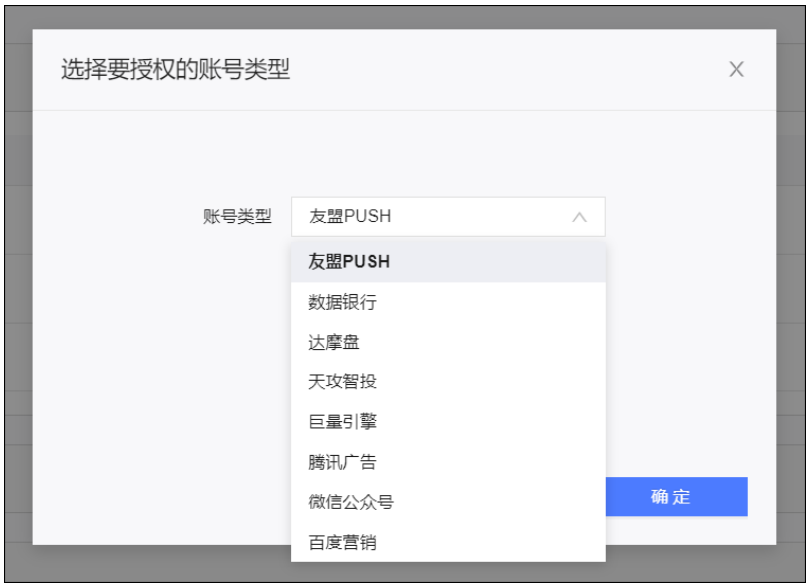
注意

- 对于微信公众号账号，您需要在对应渠道完成微信公众号认证，否则无法正常使用用户营销功能。
- 对于腾讯广告，以下情况会导致以微信账号授权时失败，建议以QQ账号进行授权。
  - 未开通微信企业公众号授权。
  - 注册腾讯广告时以QQ号注册，注册后绑定了微信账号。
- 对于达摩盘，跳转时请使用淘宝主账号登录，然后绑定该账号的店铺及店铺下的品牌，请参见绑定达摩盘。

操作步骤：

1. 选择**用户营销** > 所在工作空间 > **账号配置**，单击**账号授权**。

2. 从**账号类型**下拉列表选择要进行授权的渠道。



3. 单击**确定**，跳转至对应渠道的页面进行登录，完成授权。如未跳转请检查浏览器是否拦截了打开新窗口。
4. 成功完成授权操作后，回到Quick Audience。如下图所示，单击**授权成功**，系统获取账号授权信息，该账号加入授权账号列表；如未授权成功，请单击**授权失败**再次进行授权。

6.6.2. 账号管理

完成账号授权后，您可以进行后续管理，包括重新授权、删除授权：

- 重新授权：当账号状态为**授权异常**时，不可使用相关功能。请单击**重新授权**重新进行授权，后续操作与第一次授权时相同。
- 删除授权：若账号已不再使用，单击**删除**，确认后即可删除该账号的授权。已使用该账号获取的数据不会被删除。

微信公众号
账号
创建人
授权时间
状态
操作
2020-11-17 17:49:54
授权成功
重新授权
删除
2020-10-22 21:46:32
授权成功
重新授权
删除
2020-09-10 19:51:18
授权异常
重新授权
删除
2020-07-30 20:35:59
授权成功
重新授权
删除
2020-07-06 13:53:56
授权异常
重新授权
删除

7.智能实验室

7.1. 智能实验室资源包授权和购买

使用品牌高潜预测、商品匹配推荐前，需要先完成资源包授权操作，然后购买品牌高潜预测、商品匹配推荐资源包。未完成资源包授权时，无法购买资源包。

> **注意**
>
> 两项操作均需要由购买Quick Audience的阿里云主账号进行。

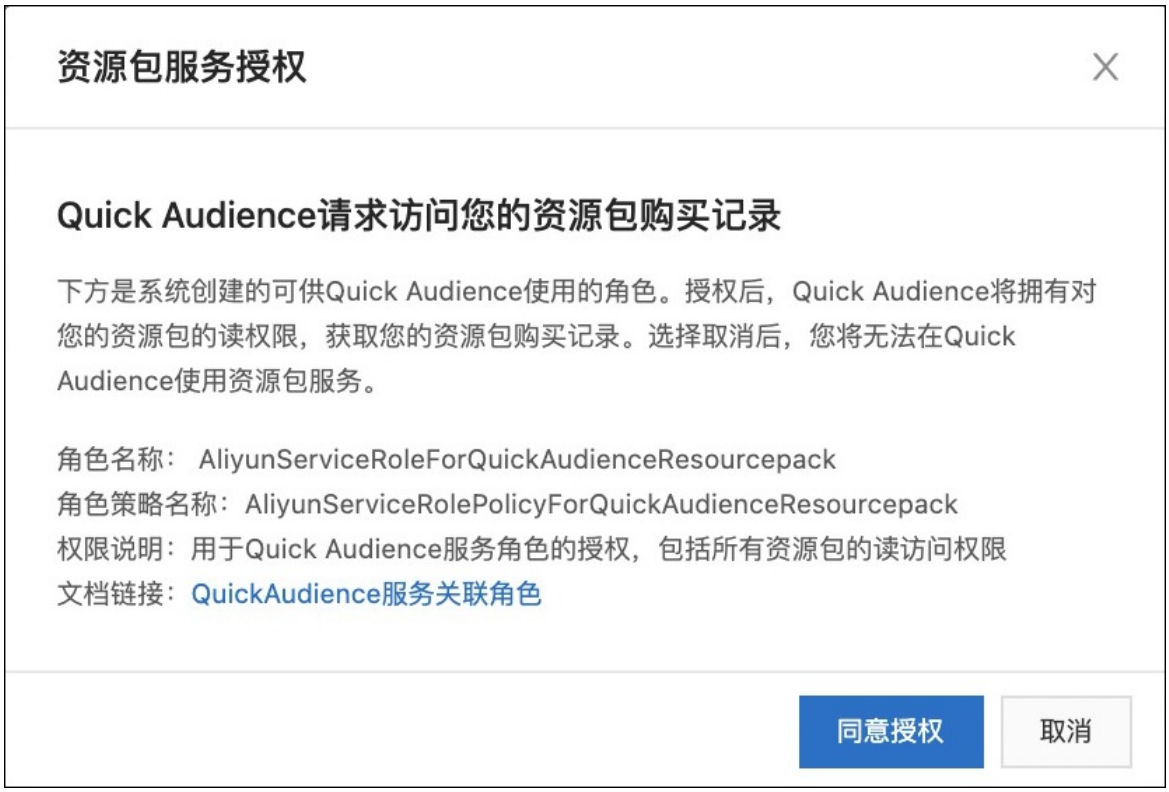
资源包授权

购买资源包前，需要进行资源包授权。

1. 主账号登录Quick Audience控制台，单击**资源包授权**。

> **说明**
>
> 资源包授权仅需要进行一次，即可对所有类型的资源包均生效。若您已进行过资源包授权，下图中的**资源包授权**按钮将隐藏。

2. 在弹出的对话框单击**同意授权**，完成授权操作，如下图所示。



授权后，Quick Audience系统可以获取和查看用户的资源包购买记录，参见QuickAudience服务关联角色（资源包授权）。

资源包购买

1. 完成资源包授权后，继续使用主账号单击资源包购买链接，跳转到购买页面。
2. 分别选择**品牌高潜预测**、**商品匹配推荐**和相应的预测次数。单击**立即购买**进行购买。

> **说明**
>
> 请仔细阅读页面上对资源包售卖规则的说明。

品牌高潜预测如下图所示。

商品匹配推荐如下图所示。

7.2. 复购预测

7.2.1. 复购预测概述

复购预测将基于用户既往购买行为记录，通过训练算法模型，预测用户在未来指定时间内复购的可能性，找到大量非品牌原核心人群的高复购概率人群，为业务圈选外机会人群补充，继而针对这些高复购概率人群进行重点运营，提升品牌复购率。

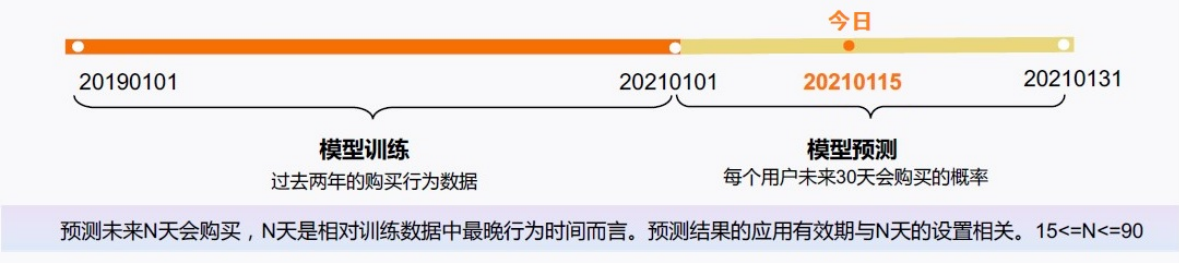
数据及功能链路如下图所示。

数据要求

您需要提供行为数据集进行算法模型训练，对行为数据集的要求请参见行为数据集样例。

基于算法模型进行预测时，可预测的用户和周期范围取决于行为数据集：

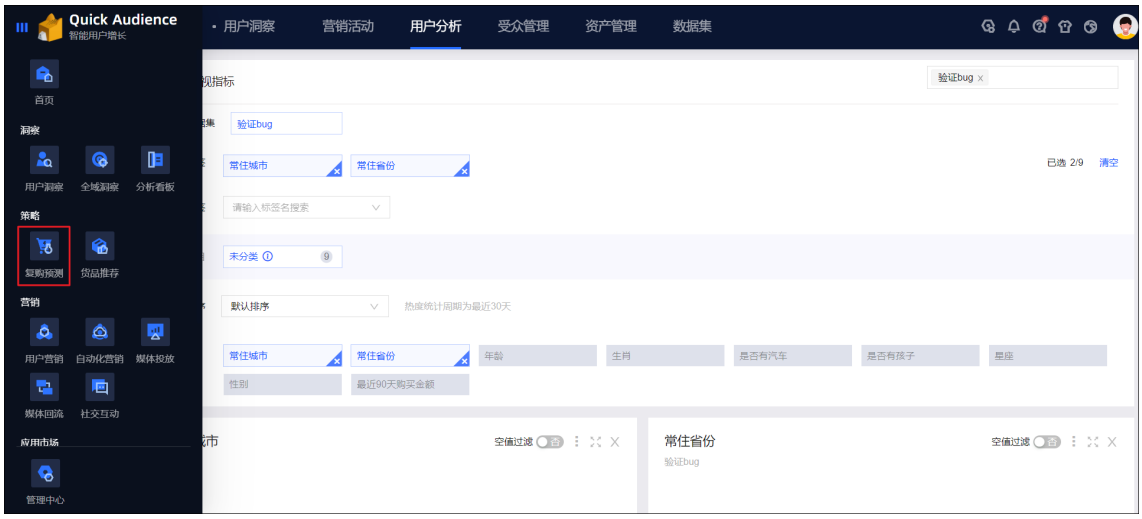
- 可预测用户范围：算法模型使用的行为数据集涉及的用户，且用户在该行为数据集中必须在近1年内有购买行为，即近1年内没有购买行为的用户不可预测。其中，近1年是指行为数据集中的最晚行为时间往前1年。
- 可预测周期范围：以算法模型使用的行为数据集的最近行为时间为基准，从该天起的未来N天，N可设置为15~90。请参见下图中的示例。



使用说明

- **使用条件**：
  - 购买复购预测功能包后可使用对应的功能，具体信息请参见售卖清单和计费说明。
  - 仅支持分析ADB3.0类型的空间数据源或组织数据源中的数据，数据源接入请分别参见新建空间数据源、组织数据源表授权。
- **使用权限**：
  - 支持Quick Audience组织管理员、空间管理员使用全部功能，使用和管理所有模型、任务。
  - 支持具有“复购预测”指定权限的自定义角色成员使用相应功能：
    - 模型列表：可在**模型配置**页面查看模型列表以及模型的训练详情。
    - 新建模型：除以上“模型列表”的所有权限外，还可新建模型、更新模型，并管理自己创建的模型。
    - 人群预测：可在**人群预测**页面新建预测任务，并管理自己创建的任务，查看自己创建的任务的预测结果。
- **使用流程**：
  i. 按照行为数据集样例的要求准备行为数据表，然后新建行为数据集。
  ii. 新建算法模型，在模型训练成功后，查看模型的训练详情，了解模型的训练特征Top10、模型验证情况，请参见模型配置。
  iii. 在数据变化较大时更新模型，以便保持人群预测的准确度，请参见手动更新。
  iv. 基于已有算法模型新建人群预测任务，查看并使用预测结果，请参见人群预测。
- **使用入口**：

i. 鼠标滑过左上角☰图标调出导航栏浮层，从**策略**分组选择**复购预测**，进入模块。



ii. 从左上角下拉框选择所在的工作空间。

7.2.2. 复购预测资源包授权和购买

使用复购预测前，需要先完成资源包授权操作，然后购买复购预测资源包。未完成资源包授权时，无法购买资源包。

> **注意**
>
> 授权和购买均需要由购买Quick Audience的阿里云主账号进行。

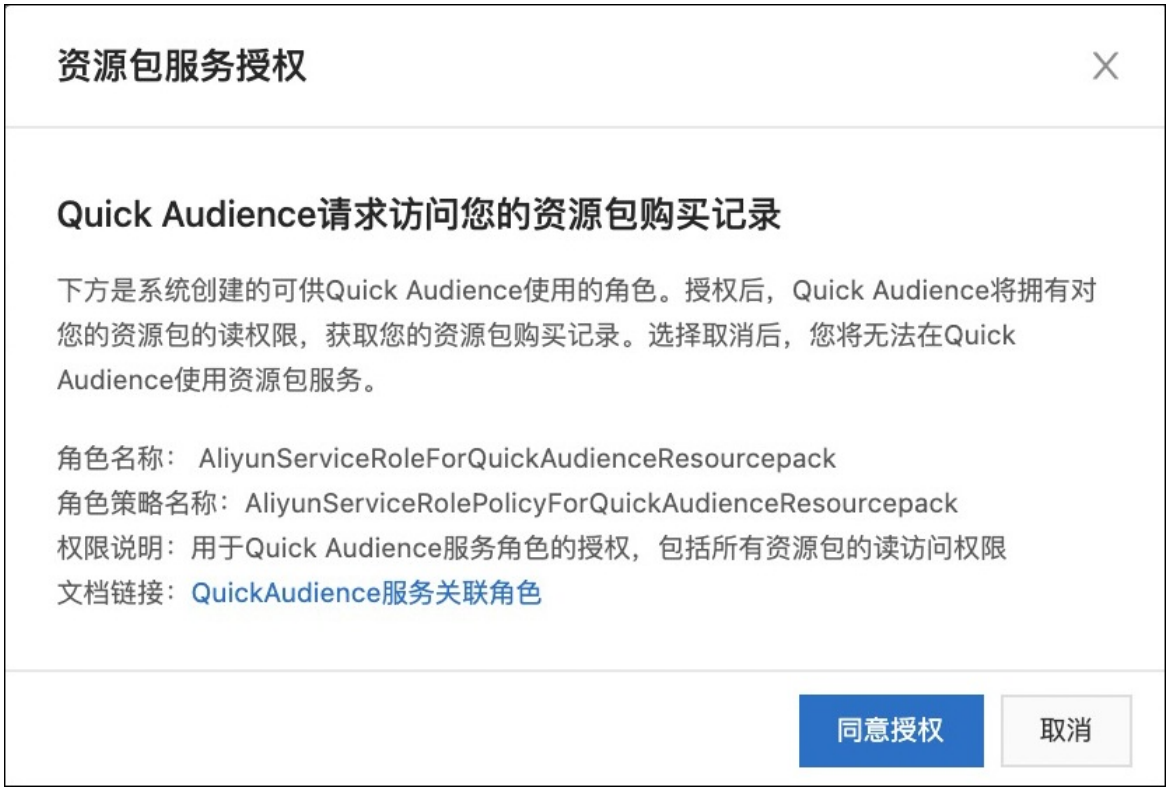
资源包授权

购买资源包前，需要进行资源包授权。

1. 主账号登录Quick Audience控制台，单击**资源包授权**。

> **说明**
>
> 资源包授权仅需要进行一次，即可对所有类型的资源包均生效。若您已进行过资源包授权，下图中的**资源包授权**按钮将隐藏。

2. 在弹出的对话框单击**同意授权**，完成授权操作，如下图所示。



授权后，Quick Audience系统可以获取和查看用户的资源包购买记录，参见QuickAudience服务关联角色（资源包授权）。

资源包购买

1. 完成资源包授权后，继续使用主账号单击资源包购买链接，跳转到购买页面。
2. 选择**复购预测**和相应的预测次数。单击**立即购买**进行购买。

> **说明**
>
> 请仔细阅读页面上对资源包售卖规则的说明。

7.2.3. 模型配置

在复购预测中，需要先完成模型配置，当且仅当模型执行成功后，可基于模型进行复购预测。

模型训练成功后，您可以查看训练中前10个最重要的特征，并通过模型验证了解该模型的准确率、召回率预期。

模型配置页面如下图所示。

前提条件

算法模型需要依赖行为数据集作为训练数据，经算法引擎学习后生成可用的模型。算法模型的优劣依赖于训练数据，数据质量越高，数据量越大，算法效果越好。

1. 算法模型使用的行为数据集的数据要求与一般数据集有所不同，请参见行为数据集样例准备数据。
2. 数据存储于ADB3.0类型的数据源中，且数据源已接入Quick Audience，请参见新建数据源或数据源表授权。
3. 将准备好的数据创建为数据集，请参见新建行为数据集。

创建算法模型

组织管理员、空间管理员，以及具有“算法实验室-复购预测-新建模型”权限的角色人员可以创建模型。

> **说明**
>
> - 由于一个工作空间只能运行一个模型。若当前空间已有状态为“训练成功”的模型，您需要先将其下线，才能创建新的模型。
> - 列表上方提示已用模型任务数/购买的可用模型任务数，为组织下所有空间的总和。新建和更新模型均消耗可用模型任务数，执行失败的不计数。

操作步骤：

1. 选择**复购预测**>所在工作空间>**模型配置**，单击右上角**新建模型**，配置页面如下图所示。

2. 选择行为数据集作为训练数据。
3. 选择行为类型，即选择“购买”在行为数据集中映射的字段值。
4. 选择行为对象属性，即选择商品在行为数据集中映射的字段。
5. 输入高潜周期定义（天），支持15~90的整数，即设置为预测未来N天内的用户复购。

> **说明**
>
> “未来N天”是指以行为数据集的最近行为时间为基准，从该天起的未来N天。

6. 勾选确认新建任务将消耗可用模型任务数，单击**保存并执行**，系统将开始训练模型。

   若单击**保存**，则仅保存配置。

管理算法模型

组织管理员、空间管理员，以及模型创建者可以管理模型。

算法模型列表如下图所示。

模型ID	创建时间	更新时间	行为数据集	高潜周期(天)	模型状态	创建者	操作
2021090916000930	2021-09-09 16:00:09	2021-09-09 16:35:59	0906_BEHAVIOR_DATASET	15	训练成功	测试1	
2021090819402054	2021-09-08 19:40:20	2021-09-09 15:59:17	0906_BEHAVIOR_DATASET	25	已下线	测试1	
2021090617313154	2021-09-06 17:31:31	2021-09-07 11:43:18	0906_BEHAVIOR_DATASET	15	训练失败	测试1	

其中，模型状态分为：

- 未开始：仅保存未开始训练的模型。
- 待训练：当组织中正在执行的模型训练和人群预测任务数超过5个时，超出的模型将排队等待训练。
- 训练中
- 训练成功：模型训练成功后，本空间的人群预测任务将默认使用该模型。
- 训练失败：模型训练达到24小时无结果时，自动停止训练，以及发生手动结束训练等情况时，为训练失败。鼠标移动到图标上将显示失败原因。
- 已下线

您可以对模型进行编辑、查看训练详情、手动更新、结束训练、下线等操作。

编辑

对于未开始、训练失败的模型，您可以单击图标，修改模型配置，配置方法与创建时相同。

查看训练详情

对于训练成功的模型，您可以单击图标，查看训练的详细信息，请参见下面的查看训练详情。

手动更新

对于非待训练、训练中的模型，您可以单击图标，重新训练该模型。

> **说明**
>
> - 为了预测的准确性，建议当训练数据量发生较大变化时更新模型。
> - 当系统检测到行为数据集的数据量增幅达到20%时，将在行为数据集名称后显示XXX图标，提示您对模型进行更新。
> - 对于训练成功的模型，更新时将生成新模型，出现弹窗提示原模型将下线，单击**确认**后才能开始更新。

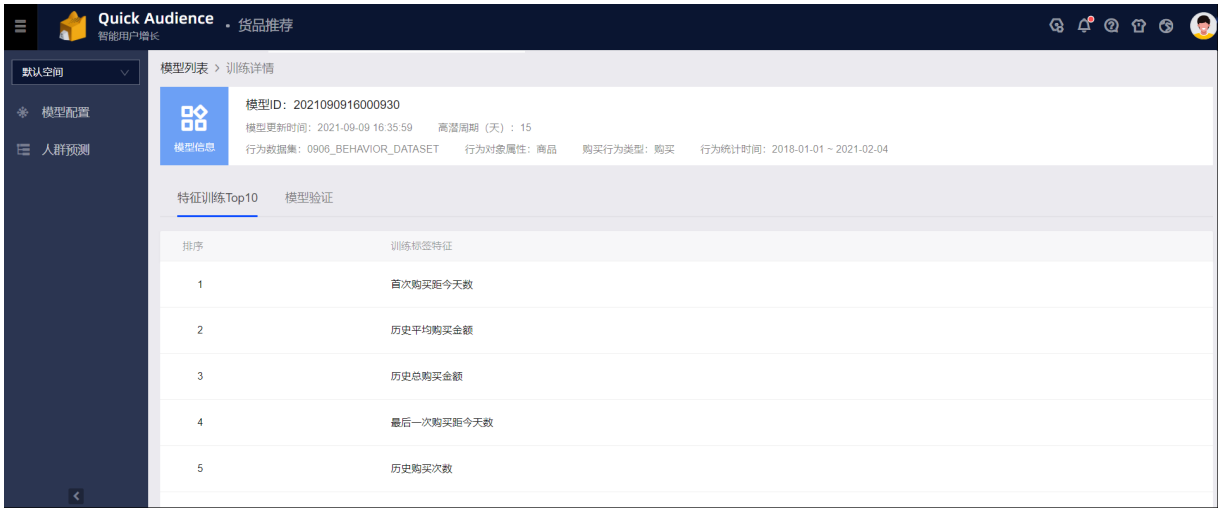
下线

对于非待训练、训练中的模型，您可以单击**...**>**下线**，将该模型下线。下线后的模型将在保留30天后删除。

查看训练详情

组织管理员、空间管理员，以及具有“算法实验室-复购预测-模型列表”权限的角色人员可以查看模型列表以及模型的训练详情。

对于训练成功的模型，单击**训练详情**，进入详情页面，查看模型信息、训练特征Top10和模型验证，如下图所示。



训练特征Top10

了解训练特征Top10有助于您理解人群预测的结果人群中较显著的行为特征。

训练特征Top10是训练中前10个最显著的用户行为特征，即算法模型中重要性比较高的10个用户行为指标。如需要了解预测结果人群与随机人群的训练特征Top10对比情况，请查看模型验证。

训练特征Top10如下图所示。

特征训练Top10 模型验证

排序	训练标签特征
1	首次购买距今天数
2	历史平均购买金额
3	历史总购买金额
4	最后一次购买距今天数
5	历史购买次数
6	最近7d购买次数
7	复购比率
8	平均购买间隔
9	最近30d购买次数
10	最近90d购买次数

所有用户行为特征均为训练算法模型时由原始行为数据加工获得，其含义如下表所示。

用户行为特征	含义
历史平均购买金额	用户的购买总金额/用户购买次数
历史最大购买金额	用户的最大购买金额
历史最小购买金额	用户的最小购买金额
历史总购买金额	用户的购买总金额
历史购买次数	用户的购买次数
最近7d购买次数	近7天用户购买次数

最近30d购买次数	近30天用户购买次数
最近90d购买次数	近90天用户购买次数
首次购买距今天数	用户首次购买距今天数
最后一次购买距今天数	用户最后一次购买距今天数
历史购买天数	计算用户发生过购买的天数，一天买多次计为1次
行为的渠道数	购买行为的渠道数
平均购买间隔	用户购买间隔=最后一次购买和第一次购买的时间间隔/（购买次数-1）
复购比率	用户平均购买间隔/最后一次购买距今天数

模型验证

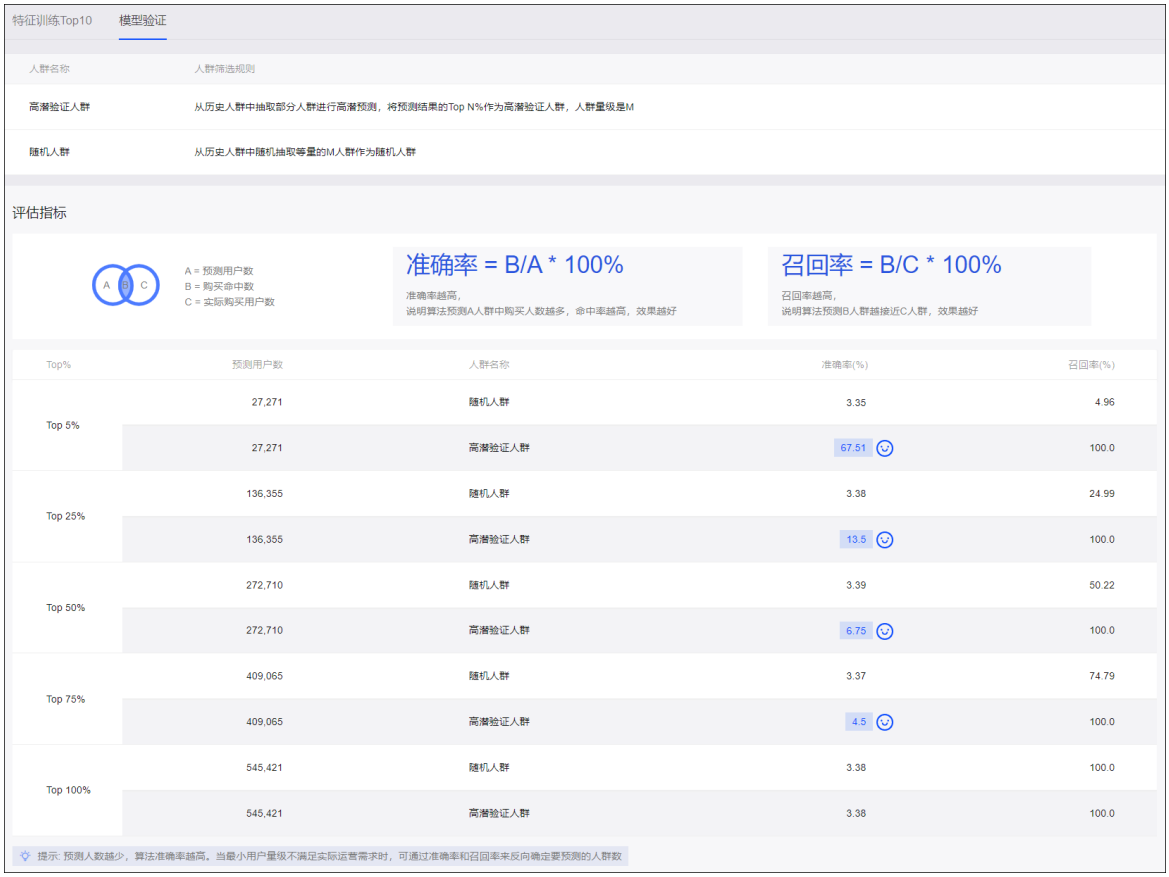
了解模型验证情况有助于您通过准确率、召回率了解预测的效果预期，帮助您在后续的人群预测任务结果中选择恰当人数作为预测用户，以便获得较高的预测效果。

模型验证是取等量人数的**随机人群**、**高潜验证人群**，将他们的准确率、召回率做对比，以及将他们的训练特征Top10的取值分布做对比：

1. 首先，系统取等量人数的**随机人群**、**高潜验证人群**：
   - **高潜验证人群**：从历史人群中抽取部分人群使用模型进行复购预测，将预测出的购买概率最高的前N%人群作为高潜验证人群，人数为M人。

     其中，我们将N%分多次取值5%、25%、50%等，总人数M也随之不同，对应在人群预测任务结果中选择不同人数作为预测用户的情况。
   - **随机人群**：从历史人群中随机抽取的M人，与高潜验证人群数量相等，作为对照组。
2. 然后，系统分别根据**高潜验证人群**、**随机人群**在高潜周期内的购买情况计算准确率、召回率，作为预测是否成功的量化指标：
   - 准确率：预测用户（即**高潜验证人群**或**随机人群**）中的购买人数/预测用户人数
   - 召回率：预测用户（即**高潜验证人群**或**随机人群**）中的购买人数/整个历史人群中的购买人数

   随机人群、**高潜验证人群**的准确率、召回率对比如下图所示。



在结果中：

- **高潜验证人群**的准确率、召回率一般比同等人数的**随机人群**高，说明算法模型成功预测了高潜人群。
- 人数少的**高潜验证人群**的准确率、召回率一般比人数多的**高潜验证人群**高，这是由于历史人群中一般只有部分人的训练特征较为突出，其余人的训练特征数据差距较小。
- **随机人群**的准确率、召回率一般不随人数有大的波动，这是选择随机人群造成的。

因此，在后续的人群预测任务结果中，为了获得较高的准确率、召回率，建议您从中尽量选择人数较少的高购买概率用户作为预测用户，当需要选择更多人数的预测用户时，建议您参考模型验证结果中的准确率、召回率确定人数，具体方法将在人群预测明细结果中说明。

3. 最后，系统将**随机人群**、**高潜验证人群**的训练特征Top10的取值分布做对比。

   如下图所示，选择标签（即训练特征）后，下方将展示对比图表。数据统计周期为近一年，默认展示的高潜验证人群取购买概率最高的前Top25%。

7.2.4. 人群预测

算法模型训练成功后，您可以使用算法模型进行复购预测，得到用户的未来N天购买概率。

> **说明**
>
> “未来N天”是指以算法模型使用的行为数据集的最近行为时间为基准，从该天起的未来N天，N的取值已在创建算法模型时设置。例如：今天是20210910，行为数据集的行为时间范围是20190101~20210801，算法模型设置N为60，那么将对从20210802开始的60天进行预测。

人群预测页面如下图所示。

新建预测任务

组织管理员、空间管理员，以及具有“算法实验室-复购预测-人群预测”权限的角色人员可以创建预测任务。

> **说明**
>
> - 新建预测任务时将使用状态为训练成功的唯一算法模型，请确保本空间当前有训练成功的算法模型，否则不能新建预测任务。
> - 可预测用户范围为算法模型使用的行为数据集涉及的用户，且用户在该行为数据集中必须在近1年内有购买行为。
> - 参与预测的用户需已保存为受众，且受众保存的ID类型必须与上述行为数据集的用户标识类型相同。若受众中包含上述行为数据集范围外的用户，这些用户将不参与预测。
> - 列表上方提示已用预测任务数/购买的预测任务数，为组织下所有空间的总和。新建任务将消耗可用预测任务数，执行失败的不计数。

操作步骤：

1. 选择**复购预测**>所在工作空间>**人群预测**，单击右上角**新建任务**，配置页面如下图所示。

2. 输入任务名称，选择受众作为参与预测的人群来源。
3. 勾选确认新建任务将消耗可用预测任务数，单击**确认**。系统将开始执行预测任务。

管理预测任务

组织管理员、空间管理员，以及任务创建者可以管理任务。

任务列表如下图所示。

任务名称	人群来源	创建时间	执行状态	创建者	操作
预测111	0906AUDIENCE	2021-09-07 14:01:29	执行成功	测试1	
测试任务343	RFM-OAID	2021-09-06 15:04:41	执行失败	测试1	
预测tset	adb3交并受众	2021-08-24 19:03:38	已下线	测试1	

其中，任务执行状态分为：

- 待执行：当组织中正在执行的模型训练和人群预测任务数超过5个时，超出的任务将排队等待执行。
- 执行中
- 执行成功
- 执行失败：任务执行达到24小时无结果时，自动停止执行，以及发生人群来源受众不包含任何可预测的用户等情况时，为执行失败。鼠标移动到图标上将显示失败原因。
- 已下线：任务创建180天后将自动下线。

您可以对任务进行查看结果详情、移除等操作。

查看结果详情

对于执行成功的任务，您可以单击图标，查看任务的预测结果，请参见下面的查看结果详情。

移除

对于非已下线的任务，您可以单击 图标，删除该任务。

查看结果详情

组织管理员、空间管理员，以及任务创建者可以查看任务的结果详情。

对于执行成功的任务，单击**结果详情**，进入详情页面，查看任务信息和明细结果。

任务信息

详情页面的上方显示任务信息，如下图所示。

请注意**实际预测人数**，该数据为人群来源受众中参与了预测的人数，受众的其余用户未能参与预测，为**无效用户**。参与预测用户的要求为：在算法模型使用的行为数据集中匹配到该用户ID，且该用户在近1年内有购买行为记录。

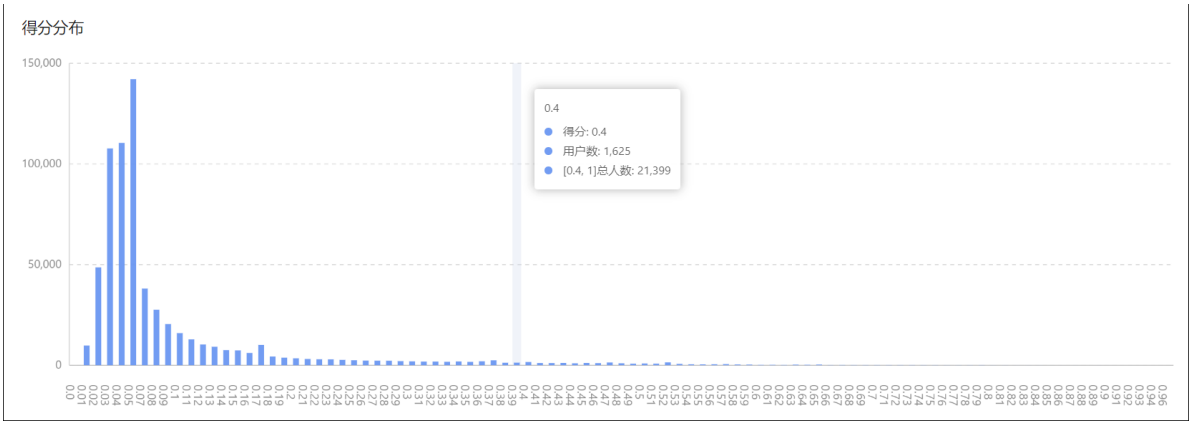
在从预测结果筛选受众的过程中，设置人数时需要参考**实际预测人数**，请参见明细结果。

明细结果

明细结果页签展示：

- 示例用户的未来N天购买概率：

- 未来N天购买概率得分分布，鼠标移动到得分图形上，将弹窗显示获得当前得分的用户人数，以及获得大于等于当前得分的用户总人数：



请您单击**新建受众**，将需要的预测用户保存为受众：

1. 确定需要将哪些用户保存为受众：
   - 将指定人数的购买概率最高的用户保存为受众，如下图所示。

   在设置人数时，为了获得较高的预测效果，建议您设置一个较少的人数（例如**实际预测人数**×5%或10%）；若需要更多人数，建议您参考模型验证结果，选择一个高潜验证人群的准确率、召回率较高时对应的N%，再将**实际预测人数**×N%得到人数。

   反之，若已确定需要保存多少人，可以通过人数倒推预期的预测准确率、召回率。

   - 将指定购买概率区间的用户保存为受众，如下图所示。

2. 选择要保存的受众ID类型，可以保存算法模型使用的行为数据集的用户标识，也可以保存行为数据集或预测任务的人群来源受众的其他ID类型，请选择便于后续营销的ID类型。若某个用户无该ID类型数据，则不能被保存到生成的受众。
3. 输入受众名称和备注信息，选择受众保存的文件夹、关联的子活动（请参见营销活动文档）。
4. 单击**确定**创建受众，或单击**确定并跳转**进入受众管理页面查看受众。

   在受众管理页面，此类受众的人群来源显示为**复购预测**，如下图所示。您可以对这些受众进行分析、删除、移动、下载、推送、进入应用等操作，操作方法请参见受众基本功能、受众推送功能。此外，您还可以在用户营销模块中针对不同ID类型的受众创建不同的营销任务，请参见用户营销文档。

相关文档

- 受众基本功能
- 受众推送功能
- 受众推送数据银行
- 受众推送达摩盘
- 受众透视指标分析

- 受众显著性分析
- 受众RFM分析
- 对受众进行用户营销

7.3. 货品推荐

7.3.1. 货品推荐概述

货品推荐将基于用户既往购买行为记录，通过训练算法模型，智能解析用户和商品、商品和商品之间的关联关系，提升运营效率，提升品牌转化率和复购率。可用于以下营销场景：

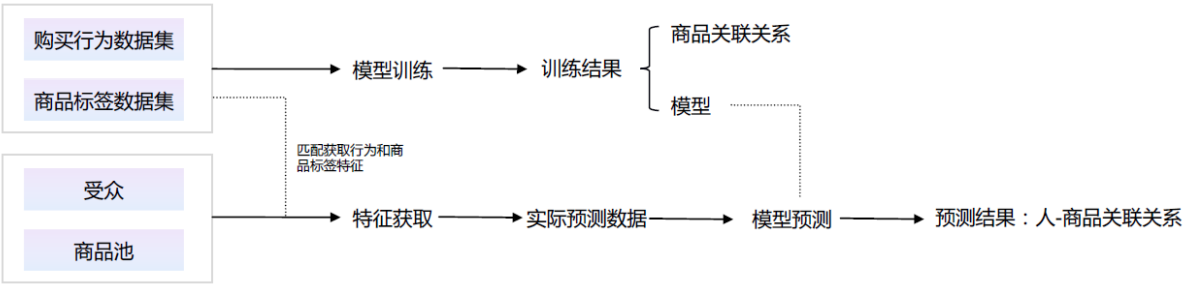
- 基于用户和商品的关联关系，可以实现商品的精细化运营。

  具体来说，通过算法预测可以得到每个用户对各个商品的购买偏好度，假定双十一活动中，品牌想要重点推出商品A，您可以基于算法结果筛选出商品A偏好人群，形成受众，进而基于用户营销功能进行营销触达。

- 基于商品和商品的关联关系，可实现关联购买推荐。

  具体来说，假定通过算法预测出商品A和商品B有很强的关联关系，品牌可以先通过受众筛选功能筛选出购买过或收藏加购商品A的人群，然后，基于短信营销功能对该人群发送短信信息，内容围绕商品B展开，可附加短链跳转商品详情页或者优惠券信息等。若品牌自有APP商城或者官方商城等渠道，也可参考算法预测结果在渠道内进行关联购买推荐。

数据及功能链路如下图所示。



数据要求

您需要提供行为数据集、商品标签数据集进行算法模型训练，对行为数据集、商品标签数据集的要求请分别参见行为数据集样例、商品标签数据集样例。

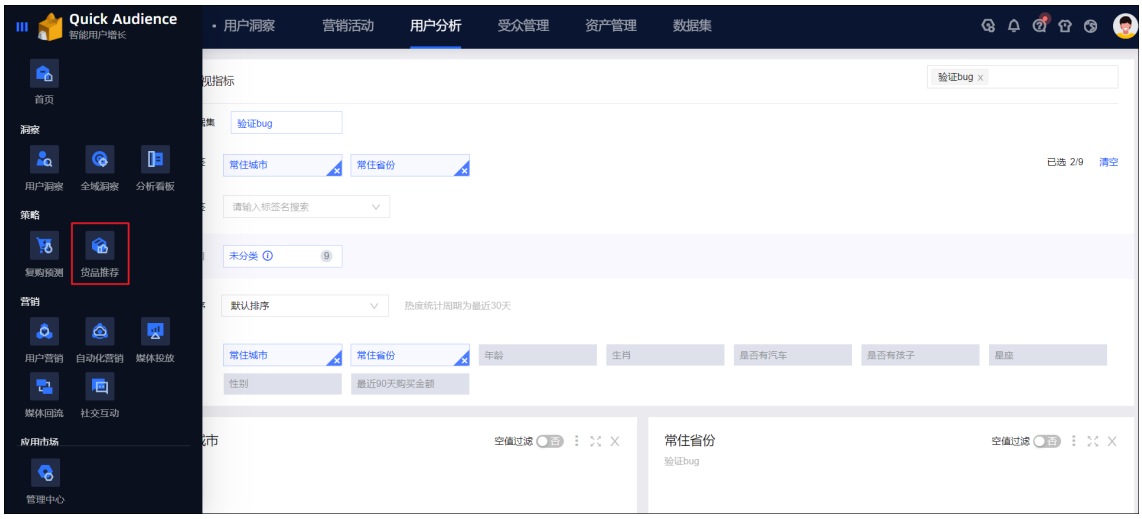
基于算法模型进行预测时，可预测的用户、商品和周期范围取决于行为数据集：

- 可预测用户范围：算法模型使用的行为数据集涉及的用户，且用户在该行为数据集中必须在近1年内有购买行为，即近1年内没有购买行为的用户不可预测。其中，近1年是指行为数据集中的最晚行为时间往前1年。
- 可预测商品范围：算法模型使用的行为数据集涉及的商品，且该商品在近1年内被购买过。
- 可预测周期范围：以算法模型使用的行为数据集的最近行为时间为基准，从该天起的未来N天，N可设置为15~90。请参见下图中的示例。

使用说明

- **使用条件**：
  - 购买货品推荐功能包后可使用对应的功能，具体信息请参见售卖清单和计费说明。
  - 仅支持分析ADB3.0类型的空间数据源或组织数据源中的数据，数据源接入请分别参见新建空间数据源、组织数据源表授权。
- **使用权限**：
  - 支持Quick Audience组织管理员、空间管理员使用全部功能，使用和管理所有模型、商品池、任务。
  - 支持具有“货品推荐”指定权限的自定义角色成员使用相应功能：
    - 模型列表：可在**模型配置**页面查看模型列表以及模型的训练详情。
    - 新建模型：除以上“模型列表”的所有权限外，还可新建模型、更新模型，并管理自己创建的模型。
    - 商品推荐：可在**商品推荐**页面新建商品池，并管理自己创建的商品池，新建推荐任务，并管理自己创建的任务，查看自己创建的任务的推荐结果。
- **使用流程**：
  i. 按照行为数据集样例的要求准备行为数据表，按照商品标签数据集样例的要求准备商品标签数据表，确保两张表保存于同一个ADB3.0数据源，然后新建行为数据集、新建商品标签数据集。
  ii. 新建算法模型，在模型训练成功后，查看模型的训练详情，了解商品关联关系，请参见模型配置。
  iii. 在数据变化较大时更新模型，以便保持商品推荐的准确度。
  iv. 基于商品标签数据集进行商品筛选，筛选出商品池，作为候选推荐商品的范围，请参见商品池。
  v. 基于已有算法模型和商品池新建商品推荐任务，查看并使用推荐结果，请参见商品推荐任务。
- **使用入口**：

i. 鼠标滑过左上角☰图标调出导航栏浮层，从**策略**分组选择**货品推荐**，进入模块。



ii. 从左上角下拉框选择所在的工作空间。

7.3.2. 货品推荐资源包授权和购买

使用货品推荐前，需要先完成资源包授权操作，然后购买货品推荐资源包。未完成资源包授权时，无法购买资源包。

> **注意**
>
> 授权和购买均需要由购买Quick Audience的阿里云主账号进行。

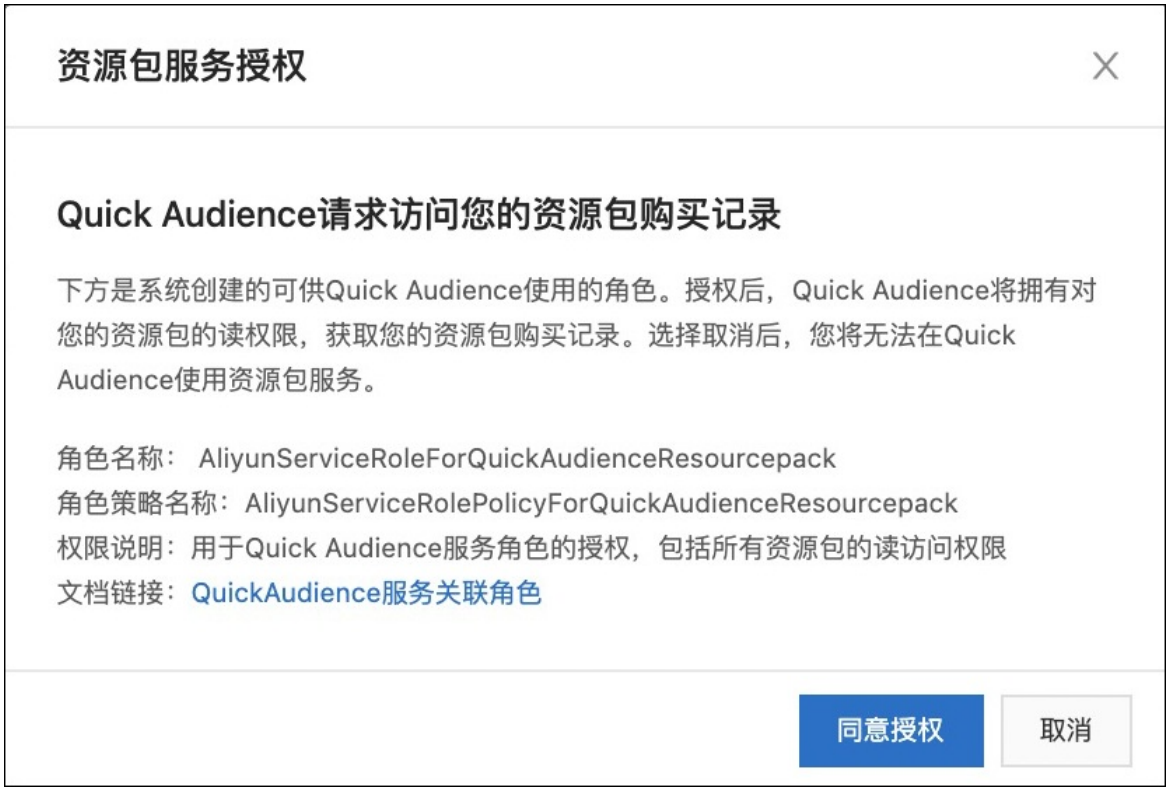
资源包授权

购买资源包前，需要进行资源包授权。

1. 主账号登录Quick Audience控制台，单击**资源包授权**。

> **说明**
>
> 资源包授权仅需要进行一次，即可对所有类型的资源包均生效。若您已进行过资源包授权，下图中的**资源包授权**按钮将隐藏。

2. 在弹出的对话框单击**同意授权**，完成授权操作，如下图所示。



授权后，Quick Audience系统可以获取和查看用户的资源包购买记录，参见QuickAudience服务关联角色（资源包授权）。

资源包购买

1. 完成资源包授权后，继续使用主账号单击资源包购买链接，跳转到购买页面。
2. 选择**货品推荐**和相应的预测次数。单击**立即购买**进行购买。

> **说明**
>
> 请仔细阅读页面上对资源包售卖规则的说明。

7.3.3. 模型配置

在货品推荐中，需要先完成模型配置，当且仅当模型执行成功后，可基于模型进行货品推荐。

模型训练成功后，您可以通过模型验证了解该模型的准确率、召回率，并查看商品之间的关联关系。

模型配置页面如下图所示。

前提条件

算法模型需要依赖行为数据集、商品标签数据集作为训练数据，经算法引擎学习后生成可用的模型。算法模型的优劣依赖于训练数据，数据质量越高，数据量越大，算法效果越好。

1. 算法模型使用的行为数据集、商品标签数据集的数据要求与一般数据集有所不同，请分别参见行为数据集样例、商品标签数据集样例准备数据。
2. 行为数据集、商品标签数据集数据均存储于同一个ADB3.0类型的数据源中，且数据源已接入Quick Audience，请参见新建数据源或数据源表授权。
3. 将准备好的数据创建为数据集，请分别参见新建行为数据集、新建商品标签数据集。

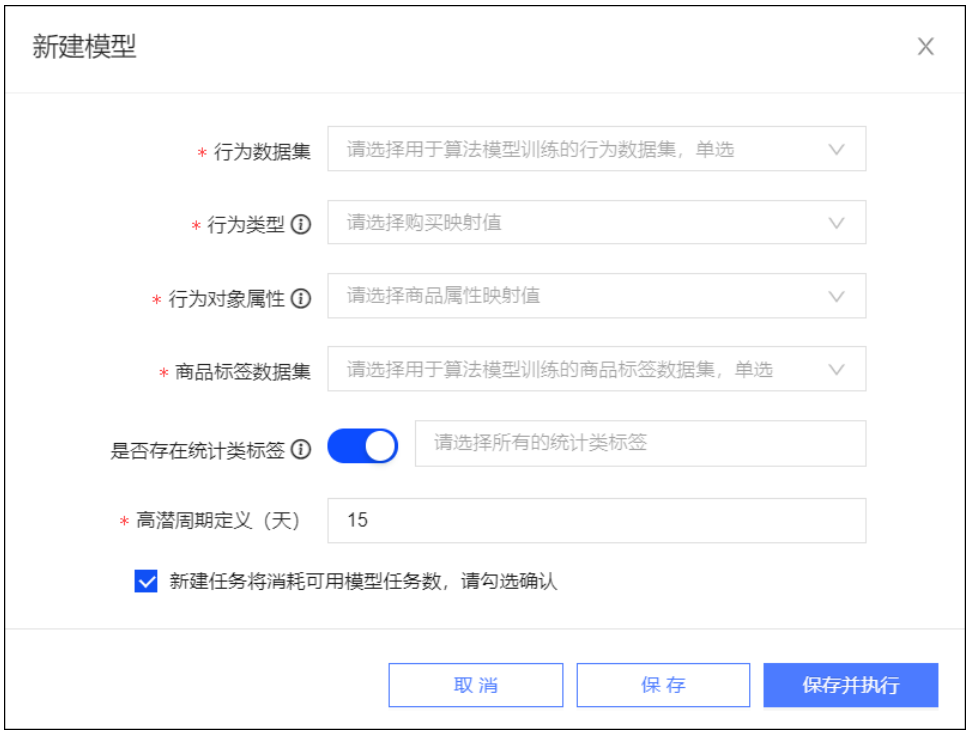
创建算法模型

组织管理员、空间管理员，以及具有“算法实验室-货品推荐-新建模型”权限的角色人员可以创建模型。

> **说明**
>
> - 由于一个工作空间只能运行一个模型。若当前空间已有状态为“训练成功”的模型，您需要先将其下线，才能创建新的模型。
> - 列表上方提示已用模型任务数/购买的可用模型任务数，为组织下所有空间的总和。新建和更新模型均消耗可用模型任务数，执行失败的不计数。

操作步骤：

1. 选择**货品推荐**>所在工作空间>**模型配置**，单击右上角**新建模型**，配置页面如下图所示。



2. 选择行为数据集作为训练数据。
3. 选择行为类型，即选择“购买”在行为数据集中映射的字段值。
4. 选择行为对象属性，即选择商品在行为数据集中映射的字段。
5. 选择商品标签数据集作为训练数据。
6. 选择商品标签数据集中是否存在统计类标签，若存在，请选择出全部的统计类标签。

> **说明**
>
> 统计类标签，例如最近90天销量，将会影响模型训练效果，因此需要全部指出，以便系统在模型训练时排除统计类标签。

7. 输入推荐周期定义（天），支持15~90的整数，即设置为推荐未来N天内的匹配商品。

> **说明**
>
> “未来N天”是指以行为数据集的最近行为时间为基准，从该天起的未来N天。

8. 勾选确认新建任务将消耗可用模型任务数，单击**保存并执行**，系统将开始训练模型。

   若单击**保存**，则仅保存配置。

管理算法模型

组织管理员、空间管理员，以及模型创建者可以管理模型。

算法模型列表如下图所示。

模型ID	创建时间	更新时间	行为数据集	商品标签数据集	模型状态	创建者	操作
2021090917182246	2021-09-09 17:18:22	2021-09-09 20:25:51	0906_BEHAVIOR_DATASET	0909商品数据集	训练成功	测试1	
2021090917150283	2021-09-09 17:15:02	2021-09-09 17:57:56	0906_BEHAVIOR_DATASET	0906_GOODS_DATASET	训练失败	测试1	
2021090916272577	2021-09-09 16:27:25	2021-09-09 16:27:32	XTLBehaviorCube111	测试类目和删除	已下线	测试1	
2021090916233314	2021-09-09 16:23:33	2021-09-09 16:23:43	XTLBehaviorCube111	zhawu测试商品数据集	已下线	测试1	

其中，模型状态分为：

- 未开始：仅保存未开始训练的模型。
- 待训练：当组织中正在执行的模型训练和商品推荐任务数超过5个时，超出的模型将排队等待训练。
- 训练中
- 训练成功：模型训练成功后，本空间的商品推荐任务将默认使用该模型。
- 训练失败：模型训练达到24小时无结果时，自动停止训练，以及发生手动结束训练等情况时，为训练失败。鼠标移动到图标上将显示失败原因。
- 已下线

您可以对模型进行编辑、查看训练详情、手动更新、结束训练、下线等操作。

编辑模型

对于未开始、训练失败的模型，您可以单击图标，修改模型配置，配置方法与创建时相同。

查看训练详情

对于训练成功的模型，您可以单击图标，查看训练的详细信息，请参见下面的查看训练详情。

手动更新

对于非待训练、训练中的模型，您可以单击图标，重新训练该模型。

> **说明**
>
> - 为了推荐的准确性，建议当训练数据量发生较大变化时更新模型。
> - 当系统检测到行为数据集的数据量增幅达到20%时，将在行为数据集名称后显示XXX图标，提示您对模型进行更新。
> - 对于训练成功的模型，更新时将生成新模型，出现弹窗提示原模型将下线，单击**确认**后才能开始更新。

下线

对于非待训练、训练中的模型，您可以单击...>**下线**，将该模型下线。下线后的模型将在保留30天后删除。

查看训练详情

组织管理员、空间管理员，以及具有“算法实验室-货品推荐-模型列表”权限的角色人员可以查看模型列表以及模型的训练详情。

对于训练成功的模型，单击**训练详情**，进入详情页面，查看模型信息、模型验证和商品关联推荐，如下图所示。

模型验证

了解模型验证情况有助于您通过准确率、召回率了解推荐的效果预期，帮助您在后续的商品推荐任务结果中选择恰当的推荐商品数，以便获得较高的推荐效果。

模型验证是取等量人数的**随机人群**、**算法验证人群**，将他们的准确率、召回率做对比：

1. 首先，系统取等量人数的**随机人群**、**算法验证人群**：
   - **算法验证人群**：从历史人群中抽取部分人群使用模型进行商品推荐，人数为M人。然后对每人取推荐结果中的TopN商品。
   - **随机人群**：从历史人群中随机抽取的M人，与算法验证人群数量相等，作为对照组。然后对每人推荐近一年销量TopN的商品。
2. 然后，系统分别根据**算法验证人群**、**随机人群**在预测周期内的购买情况计算准确率、召回率，作为推荐是否成功的量化指标：
   - 准确率：**算法验证人群**或**随机人群**的命中记录数/预测记录数
   - 召回率：**算法验证人群**或**随机人群**的命中记录数/实际购买记录数

> **说明**
>
> - 预测记录数：一个人的一个推荐商品为一个预测记录，人群中所有人的推荐商品总数M×N为预测记录数。我们将对TopN分多次取值Top3、Top10等，预测记录数也随之不同。
> - 命中记录数：一个人购买一个推荐商品为一个命中记录，人群中所有人购买的推荐商品总数为命中记录数。
> - 实际购买记录数：一个人购买一个任意商品称为一个实际购买记录，人群中所有人购买的任意商品总数为实际购买记录数。
> - 不同的人推荐/购买同一个商品，计为多个记录；同一个人多次购买同一个商品，仅计为1个记录。

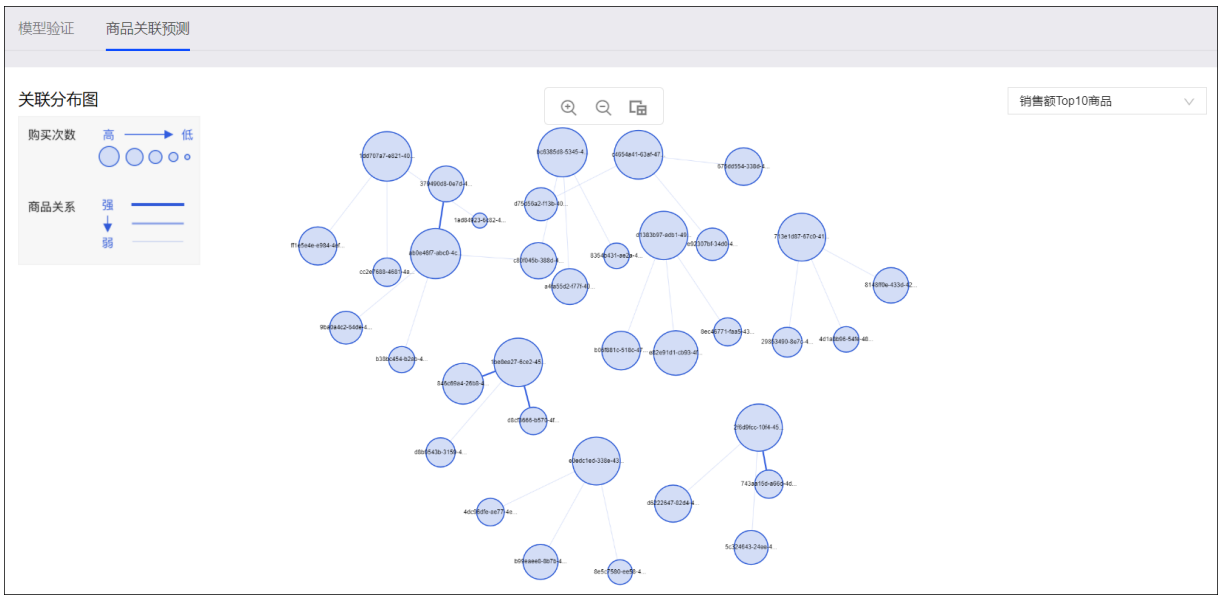
随机人群、**算法验证人群**的准确率、召回率对比如下图所示。

在结果中：

- **算法验证人群**的准确率、召回率一般比同等人数的**随机人群**高，说明算法模型成功推荐了匹配的商品。
- TopN的数量少时的准确率一般比TopN的数量多时高，说明推荐商品数量较少时，前几位推荐商品易于产生精准推荐。
- TopN的数量多时的召回率一般比TopN的数量少时高，这是由于推荐商品数量增多，命中机会将随之增大。但我们不建议对同一用户推荐过多商品，以免造成用户反感，因此，在创建商品推荐任务时，限制最多推荐10个商品。

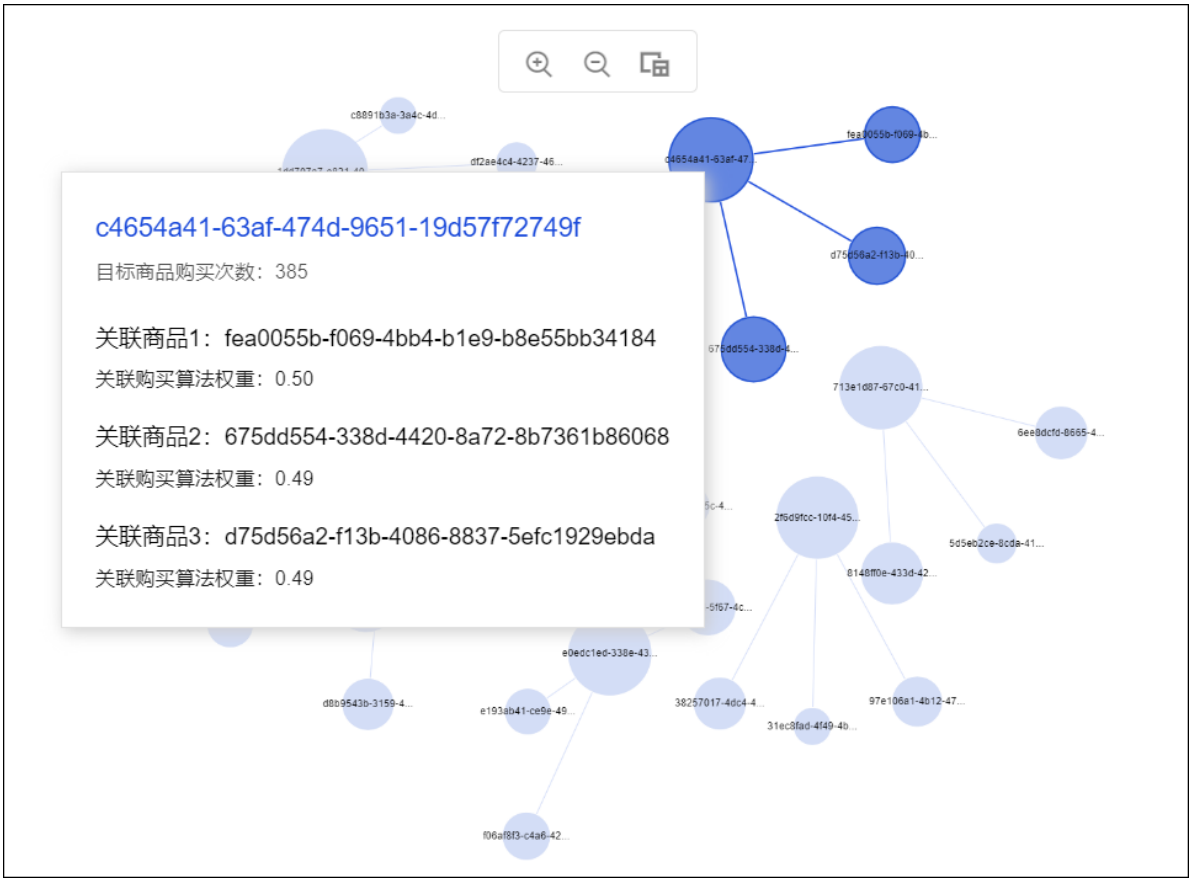
商品关联预测

商品关联是指通过分析购买行为和商品的标签特征，算法引擎将产出的商品和商品之间的关联关系。商品关联预测将包含销售额Top 10的商品以及与其关联性最强的前3个商品，以关系图的形式展示他们两两之间的关联性，如下图所示。

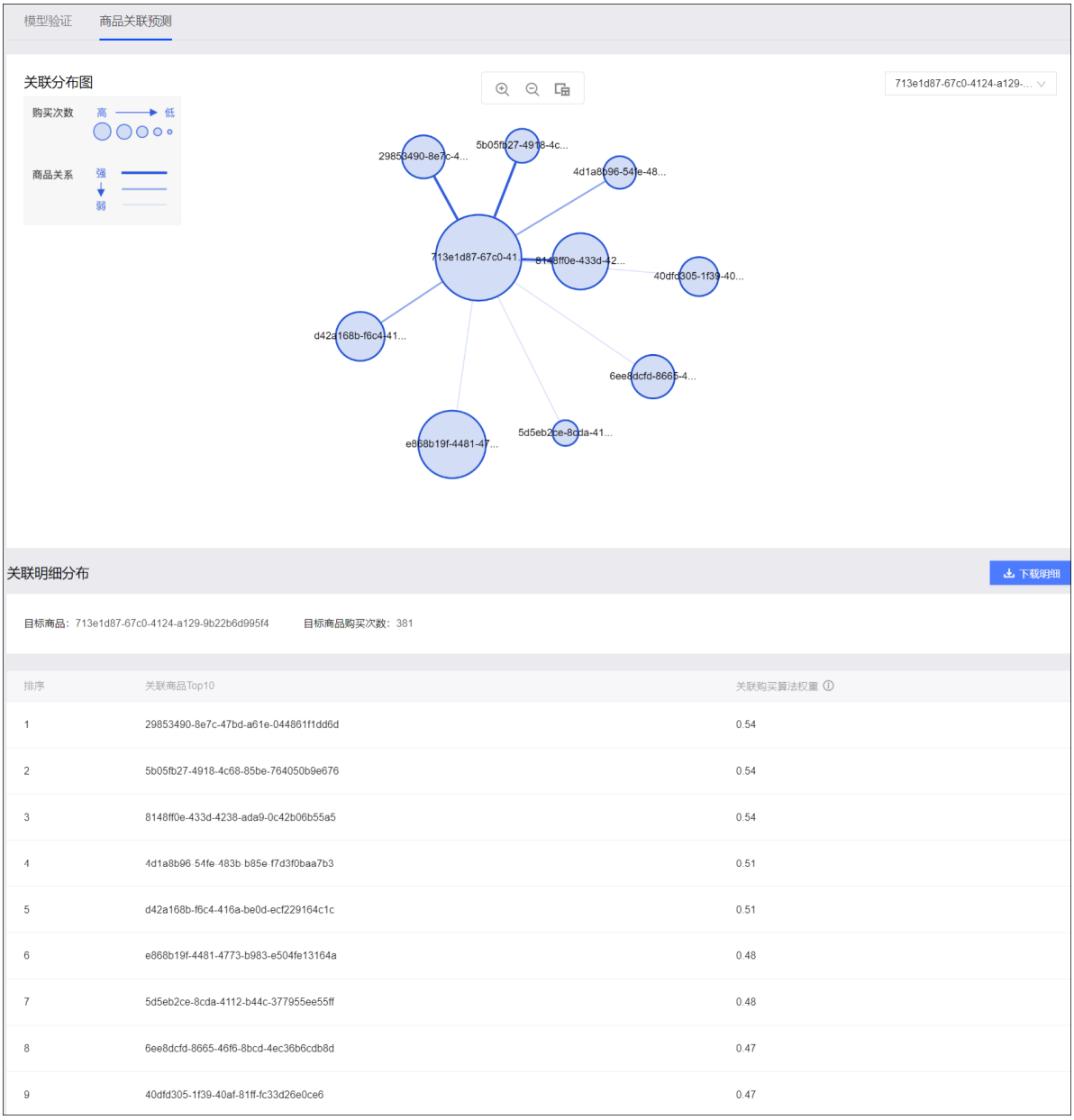


说明：

- 圆圈大小：代表商品的销量，购买次数越多，圆圈越大。
- 线条颜色深浅：代表两个商品间的关联关系，关系越强线条颜色越深。
- 单击关系图上方的图标，关系图将调整至能展示全部商品的比例。单击放大，单击缩小，拖拽可移动。
- 鼠标移动至某个商品后，将弹窗显示商品名称和购买次数，以及与其关联性最强的前3个商品名称和关联购买算法权重（取值0~1，数值越大商品关联性越强），如下图所示。



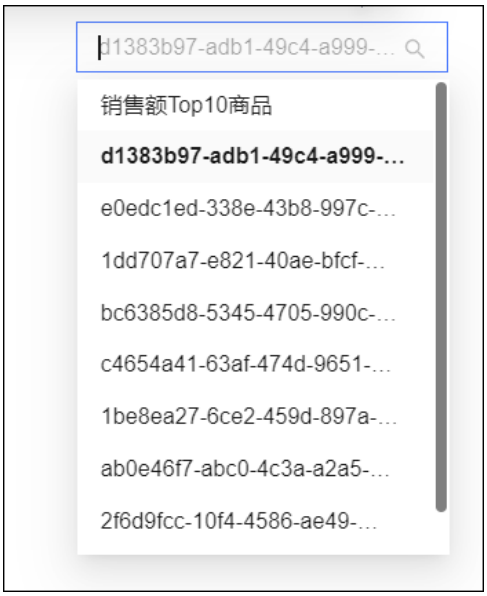
- 单击选中某个商品后，可以高亮该商品，以该商品为中心，展示该商品与所有其他商品的关联关系。下方将联动展示关联明细，如下图所示，单击**下载明细**可下载明细数据。



排序	关联商品Top10	关联购买算法权重
1	29853490-8e7c-47bd-a61e-044861f1dd6d	0.54
2	5b05fb27-4918-4c68-85be-764050b9e676	0.54
3	8148ff0e-433d-4238-ada9-0c42b06b55a5	0.54
4	4d1a8b96-54fe-483b-b85e-f7d3f0baa7b3	0.51
5	d42a168b-f6c4-416a-be0d-ecf229164c1c	0.51
6	e868b19f-4481-4773-b983-e504fe13164a	0.48
7	5d5eb2ce-8cda-4112-b44c-377955ee55ff	0.48
8	6ee8dcfd-8665-46f6-8bcd-4ec36b6cdb8d	0.47
9	40dfd305-1f39-40af-81ff-fc33d26e0ce6	0.47

- 右上角的下拉选框：
  - 支持基于商品名称进行搜索。
  - 选择商品后，页面效果与单击选中商品相同，如上图所示。

- 提供“销售额Top10商品”选项，选中后关系图将回到默认状态。



7.3.4. 商品推荐

7.3.4.1. 商品池

商品池是从商品标签数据集按特定条件筛选的商品的集合，包含一个商品ID字段作为商品的唯一标识，用于在货品推荐时作为候选商品范围。

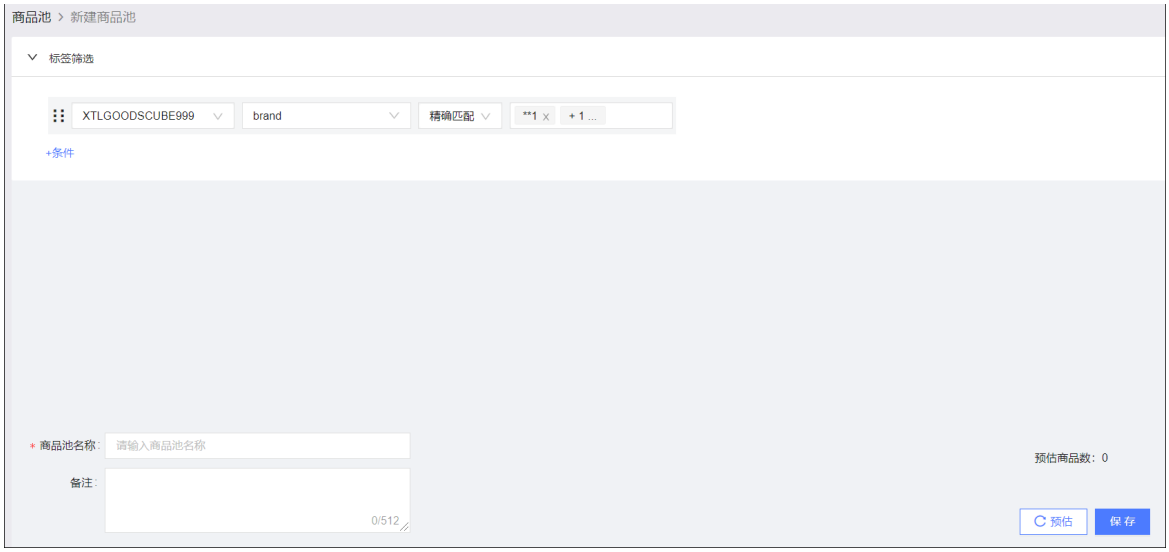
新建商品池

组织管理员、空间管理员，以及具有“货品推荐-商品推荐”权限的角色人员可以创建商品池。

操作步骤：

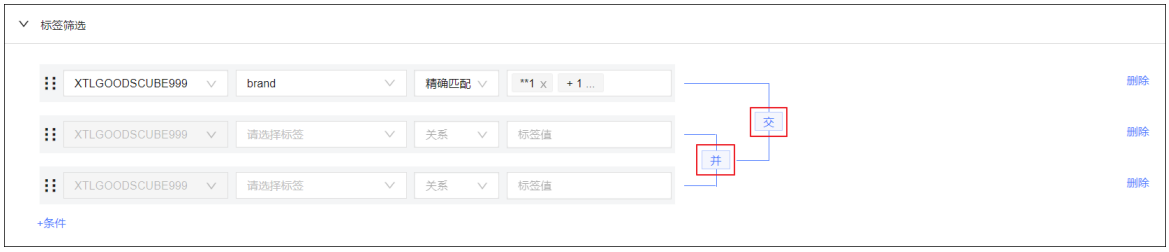
1. 选择**货品推荐**>所在工作空间>**商品推荐**，进入商品池页签。

2. 单击**新建商品池**，进入新建商品池页面。



3. 选择标签来源的商品标签数据集、标签，设置标签的取值要求。
4. 单击**+条件**，可增加一条条件。

   增加的条件默认选择与第一个条件相同的商品标签数据集，即同一个商品池中的商品必须来自于同一个商品标签数据集。
5. 多个条件之间支持交集和并集两种计算方式，默认为并集，显示为**并**，如下图所示。单击**并**，可以切换到交集关系，显示为**交**。



6. 鼠标左键按住条件前的⋮⋮图标，拖动条件，可调整条件的计算层级。
7. 单击右侧的**删除**，可将对应的标签筛选条件删除。
8. 商品池筛选条件设置完成后，输入商品池名称和备注信息。单击**预估**，可预估商品池的商品数。单击**保存**，生成商品池。

管理商品池

组织管理员、空间管理员，以及商品池创建者可以管理商品池。

商品池列表如下图所示。

商品池名称	商品来源	商品规模	更新时间	创建时间	执行状态	创建者	操作
0909_5_goods_copy3	标签筛选	5	2021-09-09 11:56:40	2021-09-09 11:55:16	执行成功	测试1	
XTLGOODPOOL0908NGOODS	标签筛选	5,009	2021-09-09 09:37:20	2021-09-09 09:36:19	执行成功	测试1	
测试商品数据_copy	标签筛选	5,138	2021-09-08 14:24:50	2021-09-08 14:23:47	执行成功	测试1	
商品池名称20210901001	标签筛选	0	2021-09-08 14:14:25	2021-09-02 17:20:17	执行失败	测试1	

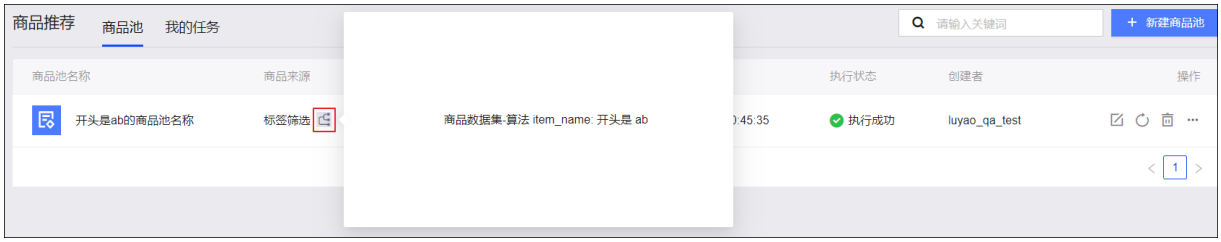
其中，商品池执行状态分为：

- 执行中
- 执行成功
- 执行失败

您可以对商品池进行编辑、更新、移除、复制等操作。

查看来源

鼠标移动到商品来源列中的 图标上，将展示来源商品标签数据集和筛选规则。



编辑

对于执行成功或失败的商品池，您可以单击 图标，修改筛选条件，配置方法与创建时相同。

更新

对于执行成功或失败的商品池，您可以单击 图标，将商品标签数据集的最新数据按商品池的既定筛选规则同步最新筛选结果到该商品池。

> **说明**
>
> 请先更新商品标签数据集，更新操作参见管理商品标签数据集。

移除

对于所有商品池，您可以单击 图标，删除该商品池。

复制

对于执行成功的商品池，您可以单击 ...>**复制**，在弹窗设置新的商品池名称，单击**确定**，即可复制该商品池。

7.3.4.2. 商品推荐任务

算法模型训练成功后，您可以使用算法模型进行货品推荐，得到用户的TopN推荐商品或用户针对某一指定商品的偏好指数。

商品推荐页面如下图所示。

新建推荐任务

组织管理员、空间管理员，以及具有“算法实验室-货品推荐-商品推荐”权限的角色人员可以创建推荐任务。

说明

- 新建推荐任务时将使用状态为训练成功的唯一算法模型，请确保本空间当前有训练成功的算法模型，否则不能新建推荐任务。
- 可推荐用户范围为算法模型使用的行为数据集涉及的用户，且用户在该行为数据集中必须在近1年内有购买行为。
- 参与推荐的用户需已保存为受众，且受众保存的ID类型必须与上述行为数据集的用户标识类型相同。若受众中包含上述行为数据集范围外的用户，这些用户将不参与推荐。
- 可推荐商品范围为算法模型使用的商品标签数据集涉及的商品，且该商品在近1年内被购买过。
- 参与推荐的商品需已保存为商品池，若商品池中包含上述商品标签数据集范围外的商品，这些商品将不参与推荐。
- 受众规模×商品池规模≤500亿，否则推荐任务将失败。
- 若商品池仅包含一个商品，推荐结果将由用户的TopN推荐商品，变为用户针对该商品的偏好指数。
- 列表上方提示已用预测任务数/购买的预测任务数，为组织下所有空间的总和。新建任务将消耗可用预测任务数，执行失败的不计数。

操作步骤：

1. 选择**货品推荐**>所在工作空间>**商品推荐**>**我的任务**，单击右上角**新建任务**，配置页面如下图所示。

2. 输入任务名称，选择受众作为参与推荐的人群来源，选择商品池作为参与推荐的商品来源，输入推荐商品个数，支持1~10的整数。

> **说明**
>
> 设置推荐商品个数N时，可以参考模型验证中的准确率、召回率。

3. 勾选确认新建任务将消耗可用预测任务数，单击**确认**。系统将开始执行推荐任务。

管理推荐任务

组织管理员、空间管理员，以及任务创建者可以管理任务。

任务列表如下图所示。

任务名称	商品来源	人群来源	创建时间	执行状态	创建者	操作
codeReviewFixTest2	XTLGOODPOOL0908NGOODS	XTL_AUDIENCE_0909	2021-09-14 10:24:54	执行失败	测试1	
测试任务34入3	XTLGOODPOOL0908NGOODS	XTL_AUDIENCE_0909	2021-09-09 15:27:43	执行成功	测试1	
测试	XTLGOODPOOL0908NGOODS	XTL_AUDIENCE_0909	2021-09-09 15:24:17	执行成功	测试1	
TEST111	XTLGOODPOOL0908NGOODS	XTL_AUDIENCE_0909	2021-08-24 14:10:47	已下线	测试1	

其中，任务执行状态分为：

- 待执行：当组织中正在执行的模型训练和商品推荐任务数超过5个时，超出的任务将排队等待执行。
- 执行中
- 执行成功

- 执行失败：任务执行达到24小时无结果时，自动停止执行，以及发生人群来源受众不包含任何可推荐的用户，或商品来源商品池不包含任何可推荐的商品等情况时，为执行失败。鼠标移动到图标上将显示失败原因。
- 已下线：任务创建180天后将自动下线。

您可以对任务进行查看结果详情、移除等操作。

查看结果详情

对于执行成功的任务，您可以单击图标，查看任务的推荐结果，请参见下面的查看结果详情。

移除

对于非已下线的任务，您可以单击图标，删除该任务。

查看结果详情

组织管理员、空间管理员，以及任务创建者可以查看任务的结果详情。

对于执行成功的任务，单击**结果详情**，进入详情页面，查看任务信息和明细结果。

任务信息

详情页面的上方显示任务信息，如下图所示。

其中：

- 实际推荐人数为人群来源受众中在可推荐的用户范围内的人数，受众中仅有这部分用户参与了推荐，其余用户不参与推荐（即无效用户）。
- 任务商品数为候选推荐商品的数量，推荐商品个数为任务设置的TopN。

明细结果

针对商品池包含的商品数量是否为1的情况，**明细结果**页签展示不同的结果：

- 当商品池包含多个商品，**明细结果**页签展示：

- 示例用户的TopN推荐商品：

明细结果 ＋ 新建受众

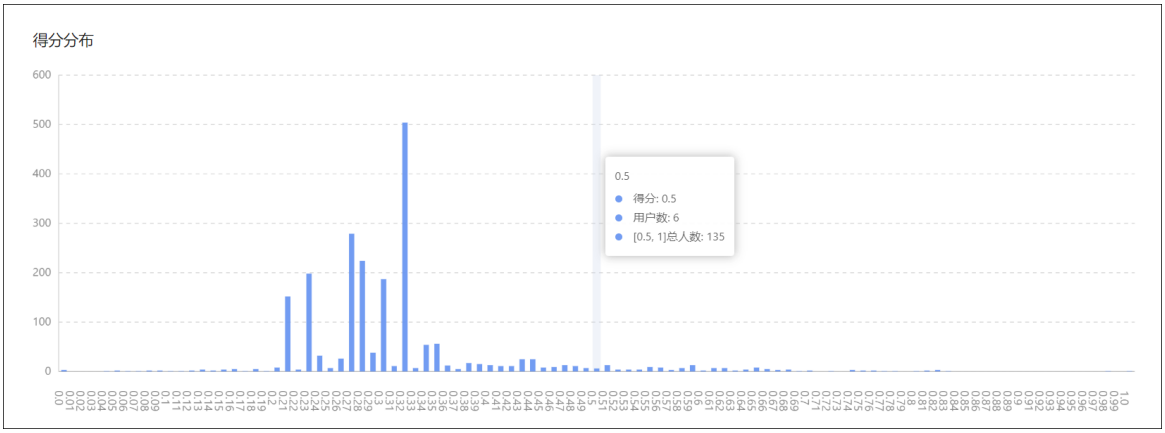
用户ID	排序	商品名称
000028a1-987a-4554-	1	a847ddfe-9b27-4c4d-a1e8-a1ec4bc1908c
	2	e4e56645-4cd4-4134-a6fc-2625ebe5c5a4
	3	49334cd4-3cdb-4943-bde3-9d1075870537
00002b67-692d-47f7-	1	49334cd4-3cdb-4943-bde3-9d1075870537
	2	dd95d518-2fb4-4fe2-bc4b-101b4cd41eb6
	3	e4e56645-4cd4-4134-a6fc-2625ebe5c5a4
00003ca3-38b0-45f3-	1	e4e56645-4cd4-4134-a6fc-2625ebe5c5a4
	2	dd95d518-2fb4-4fe2-bc4b-101b4cd41eb6
	3	49334cd4-3cdb-4943-bde3-9d1075870537

- 当商品池仅包含1个商品，**明细结果**页签展示：
  - 示例用户对该商品的偏好指数（取值0~1，数值越大用户购买商品可能性越高）：

明细结果 ＋ 新建受众

用户ID	偏好指数
77f222ad-1b69-	1.0
d69c1524-8a9a-	1.0
61364c22-d797-	1.0
7741dd2b-9dbe-	1.0
6d7e9b00-2da2-	1.0
6b9ab80b-bc71-	1.0
cef497e5-2530-	1.0
d32bf10a-c73c-	1.0
0c158d9d-6391-	1.0
2a4071bd-5be6-	1.0

  - 用户对该商品的偏好指数得分分布，鼠标移动到得分图形上，将弹窗显示获得当前得分的用户人数，以及获得大于等于当前得分的用户总人数：



请您单击**新建受众**，针对计划向用户推荐的某个特定商品，将需要的推荐用户保存为受众：

1. 确定需要将哪些用户保存为受众：
   - 当商品池包含多个商品时，如果该特定商品在某些用户的推荐商品结果中排在前TopN，则将这些用户保存为受众，如下图所示。

   - 当商品池仅包含1个商品时：

- 可将对该特定商品偏好指数最高的若干用户保存为受众，如下图所示。

- 也可将对该特定商品偏好指数在指定区间内的用户保存为受众，如下图所示。

2. 选择要保存的受众ID类型，可以保存算法模型使用的行为数据集的用户标识，也可以保存行为数据集或预测任务的人群来源受众的其他ID类型，请选择便于后续营销的ID类型。若某个用户无该ID类型数据，则不能被保存到生成的受众。
3. 输入受众名称和备注信息，选择受众保存的文件夹、关联的子活动（请参见营销活动文档）。
4. 单击**确定**创建受众，或单击**确定并跳转**进入受众管理页面查看受众。

   在受众管理页面，此类受众的人群来源显示为**人货分析**，如下图所示。您可以对这些受众进行分析、删除、移动、下载、推送、进入应用等操作，操作方法请参见受众基本功能、受众推送功能。此外，您还可以在用户营销模块中针对不同ID类型的受众创建不同的营销任务，请参见用户营销文档。

相关文档

- 受众基本功能
- 受众推送功能
- 受众推送数据银行
- 受众推送达摩盘
- 受众透视指标分析
- 受众显著性分析
- 受众RFM分析
- 对受众进行用户营销

8.社交互动

8.1. 社交互动概述

通过绑定多个企业微信公众号，社交互动模块可以实现企业公众号粉丝分组管理功能，同时可以对特定对粉丝群组进行个性化活动触达，覆盖社交互动核心全链路，完成企业私域流量运营。

> 说明
>
> - 该功能模块仅在购买Quick Audience标准版且购买了社交互动功能包时可用。
> - 社交互动模块的粉丝数据会回流到配置回流数据源中设置的数据源，并在用户洞察模块自动生成为数据集，用户可对生成的数据集进行进一步的用户分析、受众筛选操作。

功能特性

公众号：社交互动公众号管理功能主要用于解决企业多品牌、多地域和多机构的微信账号运营管理需求，该模块提供微信多账号运营管理能力，支持分组进行图文群发、普通群发等操作，助力企业构建完整的内容营销管理矩阵。

客户管理：整理聚合微信营销场景中各公众号的粉丝会员数据，该模块可以对企业粉丝客户进行分群管理、打标和信息维护等操作，为个性化的营销活动与追踪奠定基础。

优惠券：针对客户不同的业务优惠需求，企业可以基于优惠券模块自定义多种类型的优惠券（折扣券、积分券、红包券、礼品券、代金券等），同时可以通过生成优惠链接或二维码的方式进行券的发放推广，实时获取和监测券的领取使用记录，为后续优惠券的定制发放提供决策指导。

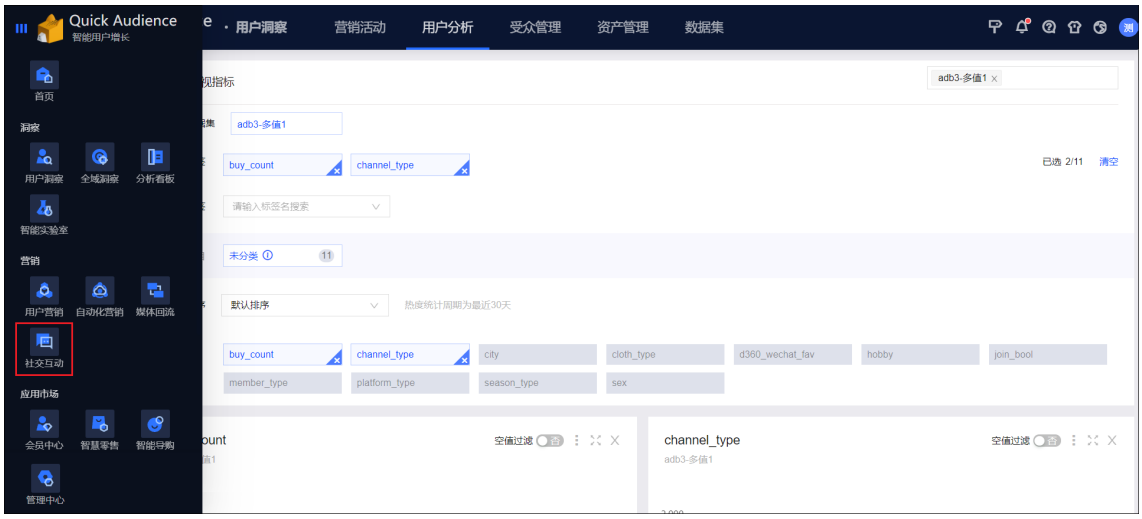
推广计划：推广活动功能模块支持多样的微信活动矩阵，可以帮助企业提升公众号曝光度和用户活跃度。例如基于问卷调查收集了解用户信息，基于幸运抽奖活动提高用户参与活动的积极性，基于投票宝、拼字有礼等活动通过分享的场景提高品牌曝光度。

活动编排：微信活动编排功能可以将平时经常且重复的微信营销流程设置成自动运行的流程，使企业的微信运营变得更加便捷高效，实现与消费者的多样化互动，提高企业消费者的活跃性。

使用说明

- **权限限制**：支持组织管理员、空间管理员，以及具有“社交互动-客户运营”或“社交互动-公众号运营”角色的成员使用。
- **使用入口**：

i. 鼠标滑过左上角☰图标调出导航栏浮层，从**营销**分组选择**社交互动**，进入模块。



ii. 从左上角下拉框选择所在的工作空间。

8.2. 公众号

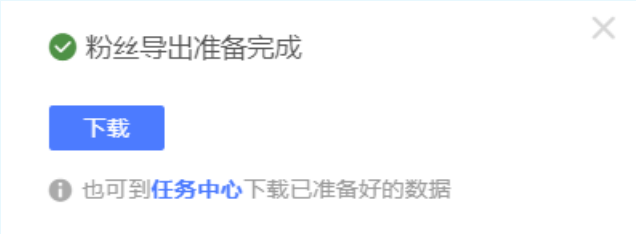
8.2.1. 粉丝管理

粉丝管理页面支持对粉丝进行搜索、高级筛选、导出、打标签和群发消息。

> **说明**
>
> - **粉丝**：与微信公众号发生过关联的用户。
> - **粉丝身份**：存在于粉丝列表中的粉丝身份包含：
> - 正在关注的粉丝 。
> - 已经取消关注的粉丝。

搜索

1. **搜索**：支持根据粉丝的**昵称**对粉丝进行搜索。
2. **全部**：点击**全部**，选中当前页面的全部粉丝。
3. **导出粉丝**：点击**导出粉丝**按钮，支持导出选中的粉丝。

> 说明
>
> 导出完成后，可在当前页面直接**下载**，也可到**任务中心**下载已准备好的数据。如下图所示：
>
> 
>

4. **粉丝分类**：支持给选中的粉丝打标签，打的标签需要提前在**客户>客户标签**页面进行设置。

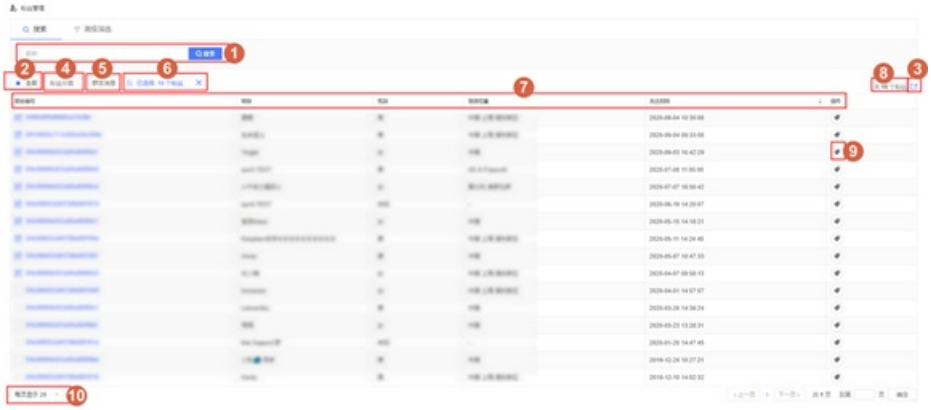
> 说明
>
> 支持给粉丝单个/批量打标签。

5. **群发消息**：支持给选中的粉丝群发消息，点击**群发消息**按钮，进入群发消息页面，支持群发文本、图文、图片、模板消息和超链接，支持微信预览，群发时间可设置**定时**或**立即发送**，点击**发送**后，您可以在**客户>群发**页面查看群发详情。

> 说明
>
> - 群发至少需要选中2个粉丝。
> - 微信预览需关注公众号后，才能接收消息预览，如下图所示：
>
>
>
> - 图文素材需要提前在**公众号>图文管理**页面使用**新增群发图文**功能进行创建。
> - 图片素材需要提前在**公众号>素材管理**页面上传**图片**素材或者直接本地上传。
> - 模板消息需要提前在微信公众号后台开通模板消息功能，且微信公众平台**我的模板**内有模板。

6. 支持查看当前已经选中的粉丝数量。
7. 支持查看粉丝编号、昵称、性别、地理位置、关注时间和进行相应的打标签操作。
8. 支持查看粉丝总数。
9. **标签**：点击**标签**，支持给粉丝增加/删除标签。

10. 支持自定义设置每页展示的粉丝数量。



高级搜索

1. 支持根据粉丝状态、关注时间、标签、性别和地理位置对粉丝进行高级搜索。
2. **立即筛选**：选择完高级搜索条件后，点击**立即筛选**，满足条件的粉丝就被筛选出来了。
3. **清除条件**：选择完高级搜索条件后，点击**清除条件**，高级搜索条件即被清除。
4. **全部**：点击**全部**，选中当前页面被高级搜索出来的全部粉丝。
5. **导出粉丝**：点击**导出粉丝**按钮，支持导出被高级搜索出来的全部粉丝。

> 说明
>
> 导出完成后，可在当前页面直接**下载**，也可到**任务中心**下载已准备好的数据，如下图所示：

6. **粉丝分类**：支持给选中的粉丝打标签，打的标签需要提前在**客户>客户标签**页面进行设置。

> 说明
>
> 支持给粉丝单个/批量打标签。

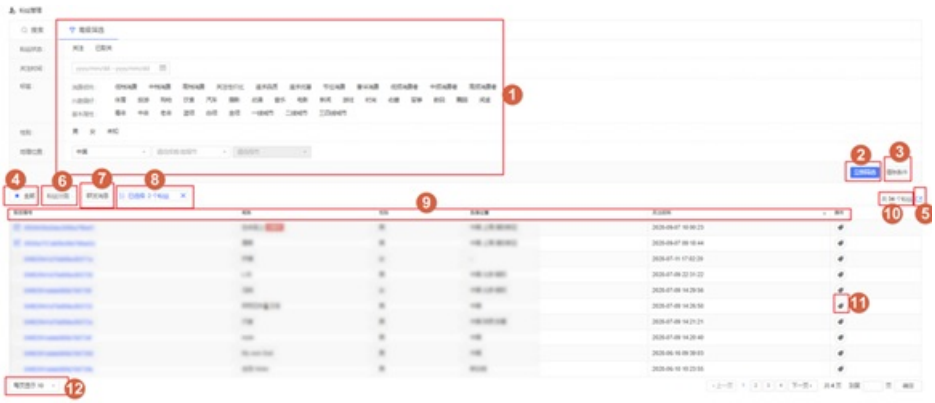
7. **群发消息**：支持给选中的粉丝群发消息，点击**群发消息**按钮，进入群发消息页面，支持群发文本、图文、图片、模板消息和超链接，支持微信预览，群发时间可设置**定时**或**立即发送**，点击**发送**后，您可以在**客户>群发**页面查看群发详情。

说明

- 群发至少需要选中2个粉丝。
- 微信预览需关注公众号后，才能接收消息预览，如下图所示：

- 图文素材需要提前在**公众号>图文管理**页面使用**新增群发图文**功能进行创建。
- 图片素材需要提前在**公众号>素材管理**页面上传**图片**素材或者直接本地上传。
- 模板消息需要提前在微信公众号后台开通模板消息功能，且微信公众平台**我的模板**内有模板。

8. 支持查看当前已经选中的粉丝数量。
9. 支持查看粉丝编号、昵称、性别、地理位置、关注时间和进行相应的打标签操作。
10. 支持查看粉丝总数。
11. **标签**：点击**标签**，支持给粉丝增加/删除标签。
12. 支持自定义设置每页展示的粉丝数量。



8.2.2. 图文管理

该页面主要功能为图文素材的创建、搜索与群发，并可对之前的图文资料进行编辑与修改。

群发图文

1. 支持根据图文标题、内容标签和创建人筛选群发的图文。
2. **立即筛选**：输入图文标题/选择内容标签/选择创建人后，点击**立即筛选**，则下方列表中展现符合条件的群发图文。
3. **清除条件**：输入图文标题/选择内容标签/选择创建人后，点击**清除条件**，则筛选的条件将被清空。
4. **同步图文消息**：点击**同步图文消息**按钮，可以将公众号管理后台的图文素材库同步过来，支持查看最后一次同步时间。
5. 群发图文支持两种方式的排列。
6. 支持查看群发图文的总条数。
7. 支持查看群发图文的内容、更新时间（支持排序）和进行相应的操作。
8. **编辑**：点击**编辑**，可重新编辑图文内容。

   说明

   - 支持修改图文的标题、封面、摘要、图文详情、内容标签、原文链接、开启留言功能设置和封面图片是否显示在正文中。
   - 修改后，支持在手机端进行预览。

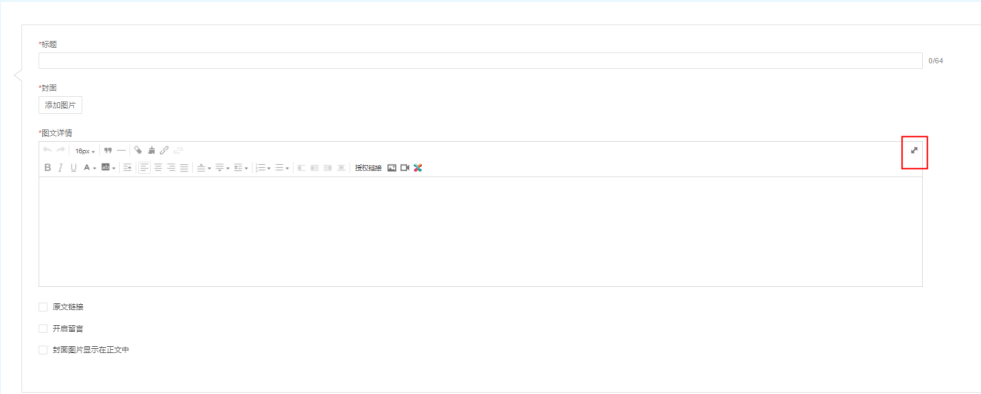
9. **复制**：点击**复制**，支持将图文内容复制到另一个公众号渠道。
10. **分享**：点击**分享**，支持将图文链接分享给拥有后台账号的用户预览图文。
11. **删除**：点击**删除**，则当前群发图文被删除。
12. **新增群发图文**：支持新增群发图文，包括单图文和多图文。如下图所示：

i. 点击**单图文**，进入新增单图文页面，输入标题、添加封面、输入摘要、图文详情、标签内容、原文链接、开启留言、选择封面图片是否显示在正文中后，点击**确定**，则单图文创建成功。如下图所示：

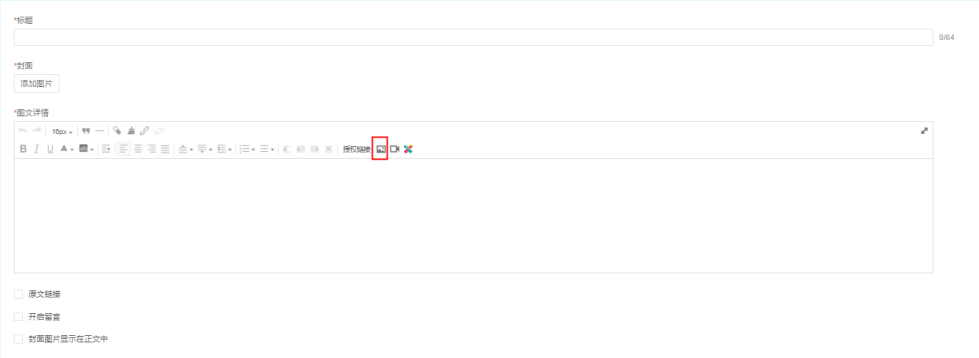
ii. 点击**多图文**，进入新增多图文页面，输入标题、添加封面、图文详情、原文链接、开启留言、选择封面图片是否显示在正文中后，点击**确定**，则多图文创建成功。如下图所示：

说明

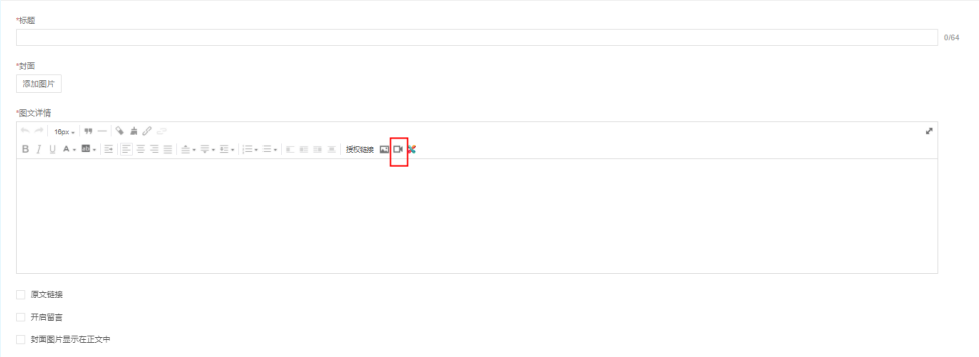
- 最多支持7个二级图文。
- 点击**图文详情**右侧的拓展箭头可进行全屏编辑。如下图所示：



- 点击富文本框中的图片按钮，弹出**图片素材**弹出框，支持使用图库的图片素材或本地上传图片，且仅支持单个图片添加。选择图片后，点击**确定**按钮完成图片上传。如下图所示：

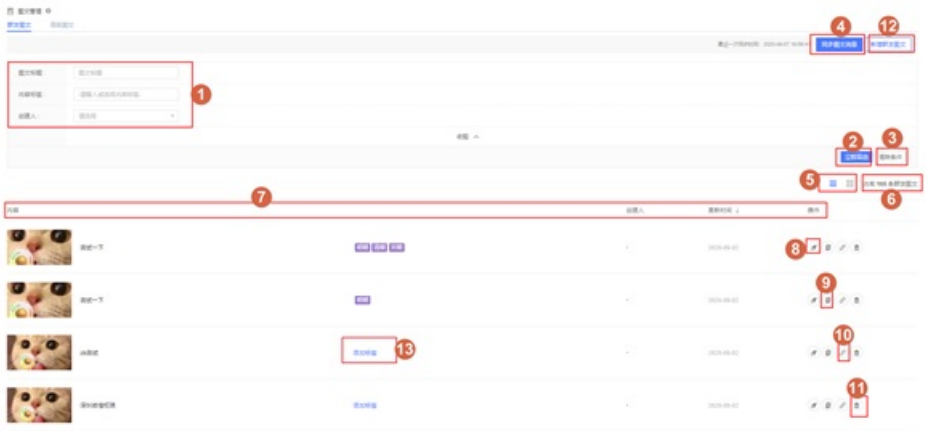


- 支持视频文件的上传与展示。点击**插入视频**图标，输入视频链接后，点击**确定**按钮后验证视频链接（视频代码只支持腾讯视频的通用代码）。插入的视频可删除。视频支持在预览播放，支持全屏展示。如下图所示：



13. **添加标签**：点击**添加标签**，可对群发图文设置标签。

> **说明**
>
> 标签内容需要提前在**公众号>内容标签**页面进行设置。



高级图文

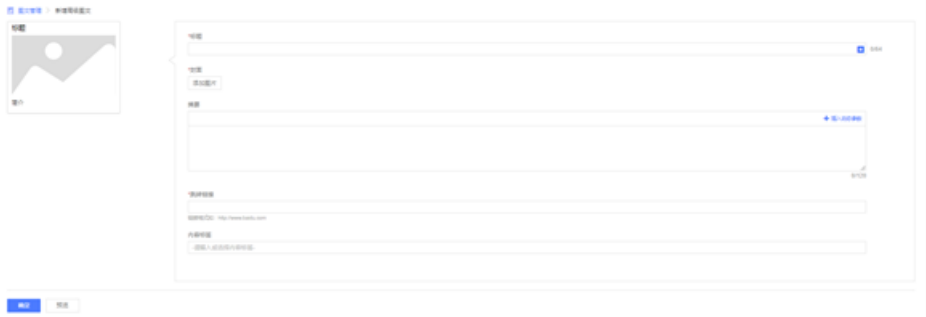
1. 支持根据图文标题、内容标签和创建人筛选高级图文。
2. **立即筛选**：输入图文标题/选择内容标签/选择创建人后，点击**立即筛选**，则下方列表中展现符合条件的高级图文。
3. **清除条件**：输入图文标题/选择内容标签/选择创建人后，点击**清除条件**，则筛选的条件将被清空。
4. 高级图文支持两种方式的排列。
5. 支持查看高级图文的总条数。
6. 支持查看高级图文的内容、创建人、更新时间（支持排序）和进行相应的操作。
7. **编辑**：点击**编辑**，可重新编辑图文内容。

> 说明
>
> - 支持修改标题、插入的动态参数、摘要、封面、跳转链接和内容标签。
> - 修改后，支持在手机端进行预览。

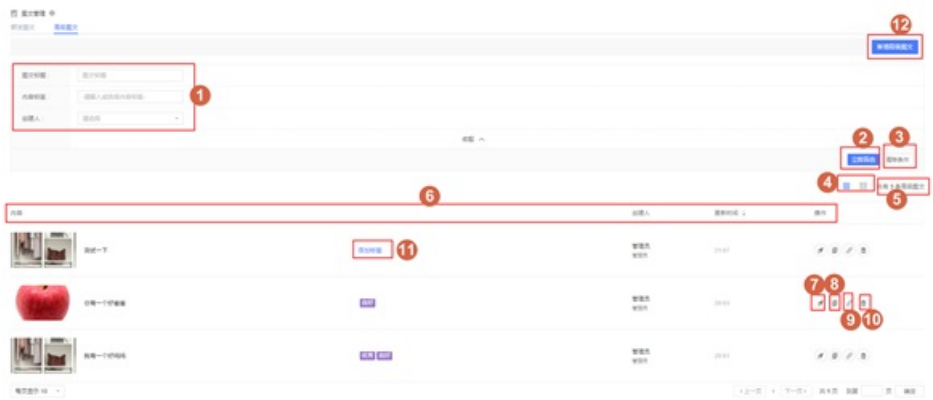
8. **复制**：点击**复制**，支持将图文内容复制到另一个公众号渠道。
9. **分享**：点击**分享**，支持将图文链接分享给拥有后台账号的用户预览图文。
10. **删除**：点击**删除**，则当前高级图文被删除。
11. **添加标签**：点击**添加标签**，可对高级图文设置标签。

> 说明
>
> 标签内容需要提前在**公众号>内容标签**页面进行设置。

12. **新增高级图文**：点击**新增高级图文**，进入新增高级图文页面。如下图所示：



> 说明
>
> - 输入标题、添加封面、摘要、跳转链接、内容标签后，点击**确定**按钮，则高级图文创建成功。
> - 您可以在高级图文中添加用户姓名等动态参数，当用户查看该消息时，会自动替换成与该用户的相关信息，突出消息内容个性化与定制化的特点。默认值是指参数值为空时应该展示的内容。
> - 支持在手机端进行预览。



8.2.3. 群发

支持查看群发详情和新增普通群发。

1. 支持查看所有的群发内容、创建时间、群发时间、群发状态、群发结果和进行相应的操作。

> **说明**
>
> - 创建时间、群发时间支持排序。
> - 群发有三种状态：**等待群发**、**群发进行中**和**群发完成**。

2. **删除**：点击**删除**，则当前群发记录被删除。

> **注意**
>
> 进行中的群发不支持删除。

3. **编辑**：点击**编辑**，可对等待群发的记录进行编辑，可修改群发对象、群发内容和群发时间。
4. **新增普通群发**：点击**新增普通群发**按钮，进入新增普通群发页面，如下图所示：

i. 输入群发对象、群发内容和群发时间，点击**确定**，则普通群发任务创建成功。

> 说明
>
> - 群发对象可选择**全部粉丝**、**按群组选择**、**按客户标签选择**、**48小时内活跃用户**、**按微信标签选择**和**导入群发对象**五种。
> - **按群组选择-动态群组**：主键为unionID的QA 侧受众。
> - **48小时内活跃用户**：48小时内与公众号有过互动的用户。
> - 若选择**导入群发对象**作为群发对象，上传前将显示上传文件说明，请根据说明进行群发对象导入。
> - 群发的内容可为文本、图文和图片。
> - 若发送文本，限制为600个字符。
> - 若发送图文，需在弹出的素材选择界面选择单图文或多图文素材。
> - 若发送图片，弹出**图片素材**弹出框，支持使用图库的图片素材或本地上传图片。
>
> > 注意
> >
> > 一次只能发送一张图片，经本地上传的图片在**图片素材**中也将成功保留。
>
> - 即使选择立即群发，群发也不是立即发送，而是存在一定的发送完成时间。

8.2.4. 互动消息

互动消息用来显示和**管理社交渠道操作人员**与**用户**之间的互动消息。

> 注意
>
> 受微信规则影响，交互时间超过48小时账号所有方将无法主动发送消息给用户，用户发送则不受影响。该功能仅对微信认证订阅号、认证服务号有效。

互动消息记录

1. 点击主页面左上角**公众号**按钮，选择左侧选栏中的**互动消息**功能，即可进入互动消息主页面。该页面会显示互动消息的记录，您可以对消息进行搜索，浏览与回复。
2. 您可以对互动消息进行搜索，在输入框中输入消息内容或部分关键词，点击搜索

图标即可展示匹配到的消息。

3. 您可根据需要选择不同时间段的消息进行查看，具体选项包括**今天**、**昨天**、**前天**、**更早**。
4. 勾选**隐藏关键词触发消息**，您发送关键词所触发的自动回复消息将被隐藏。

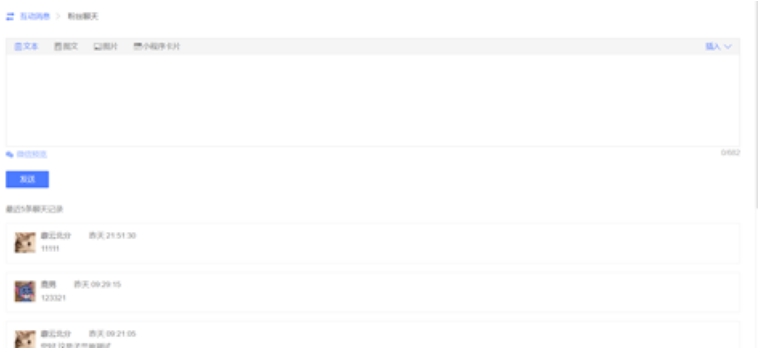
> **注意**
>
> 此选项默认处于选择状态。

回复互动消息

1. 点击用户头像或用户昵称，进入**粉丝聊天**页面。如下图所示：

2. 发送类型可选择文本、图文、图片和小程序卡片。如下图所示：
   - 若发送文本，有字数限制，不同渠道限制的数量不同。
   - 若发送图文，需在弹出的图文素材选择界面选择单图文或多图文素材。
   - 若发送图片，弹出图片素材弹出框，支持使用图库的图片素材或本地上传图片。
   - 若发送小程序卡片，则需要输入AppID、页面路径、卡片标题和卡片图片。

> **注意**
>
> - 如果要发小程序卡片，需要在公众号的后台将小程序添加为关联小程序，小程序的AppID需要登录到微信的账号后台查看。
> - 一次只能发送一张图片，经本地上传的图片在**图片素材**中也将成功保留。



3. 点击**发送**按钮，即可发送消息给此粉丝。

> **注意**
>
> 若发送失败，出现提示"用户长时间没有访问公众号，无法主动给用户发送消息"，即该用户已超过48小时没有和公众号发生交互。

4. 也可点击任一聊天记录后的**回复**图标，对客户消息进行快捷回复。如下图所示：

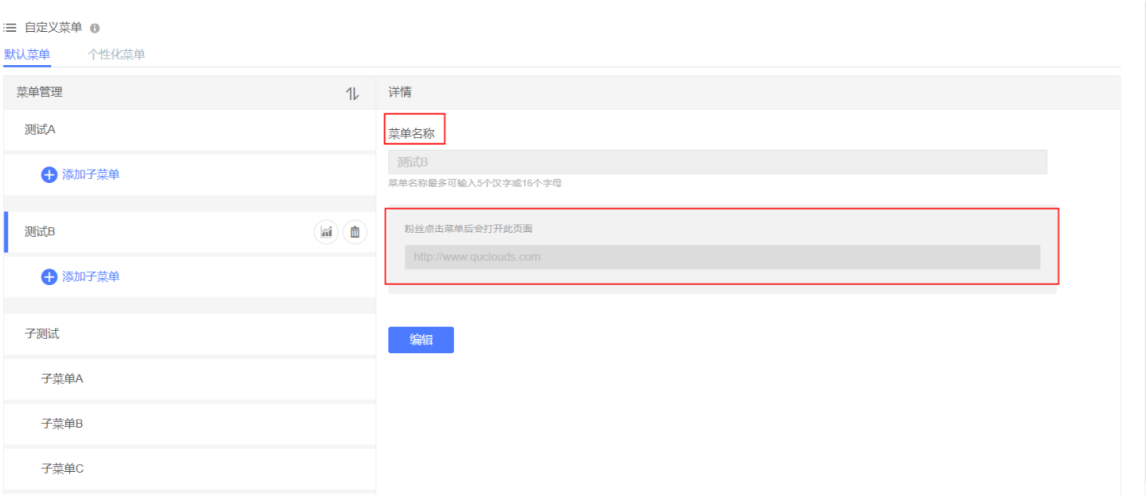
8.2.5. 自定义菜单

自定义菜单用来有效管理当前社交渠道上用户可见的内容与服务。

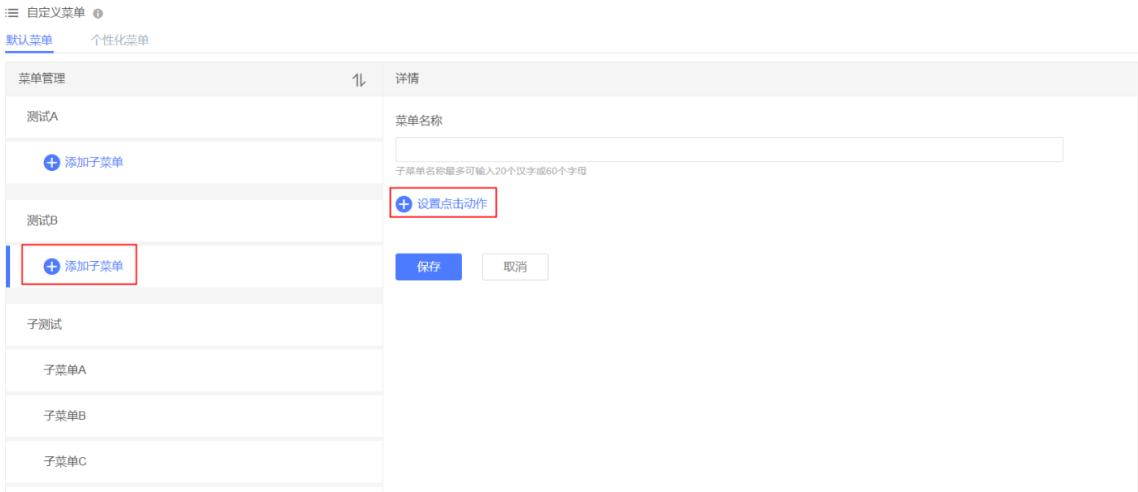
以微信菜单为例，自定义菜单最多包括3个**一级菜单**，每个**一级菜单**最多包含5个**二级菜单**。**一级菜单**最多显示4个汉字，**二级菜单**最多显示7个汉字，超出部分以“...”代替。

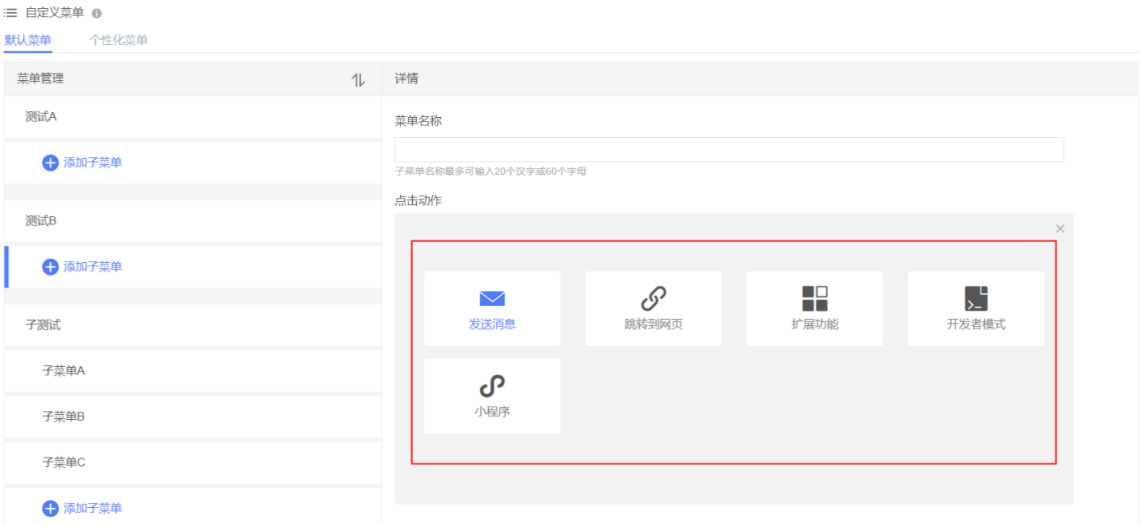
配置默认菜单

1. 选择**社交互动**>所在工作空间>**公众号**>**自定义菜单**，进入自定义菜单页面。
2. 可以根据自己的需要，设置主菜单内容，如菜单名称和跳转链接，如下图所示。

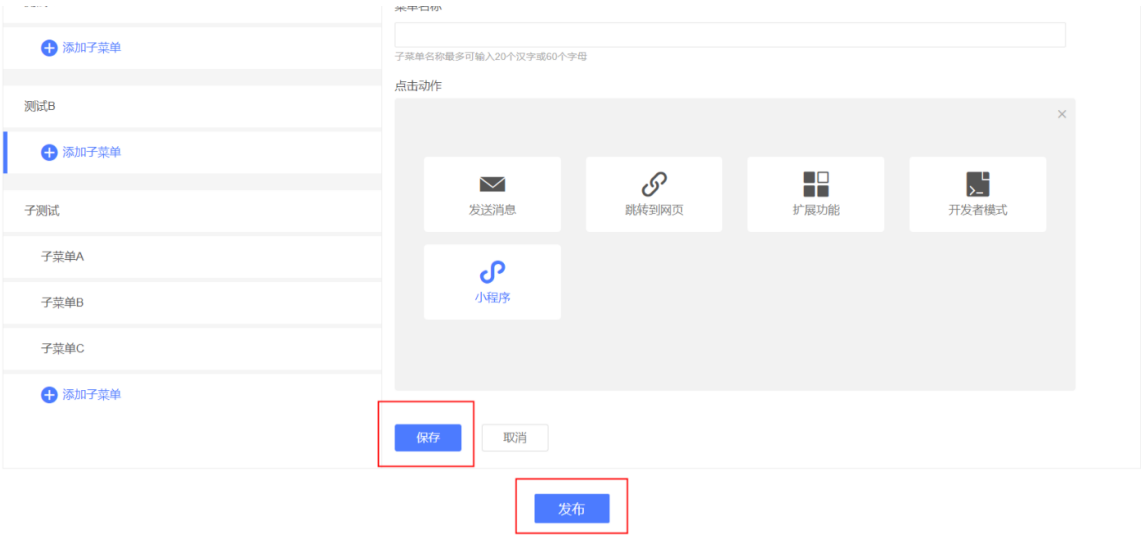


3. 主菜单设置完毕后，可进行子菜单的设置。单击**添加子菜单**，设置子菜单的名称和单击后的动作，如下图所示。





4. 单击**保存**对编辑后的菜单进行保存，单击**发布**发布已经编辑好的菜单，如下图所示。

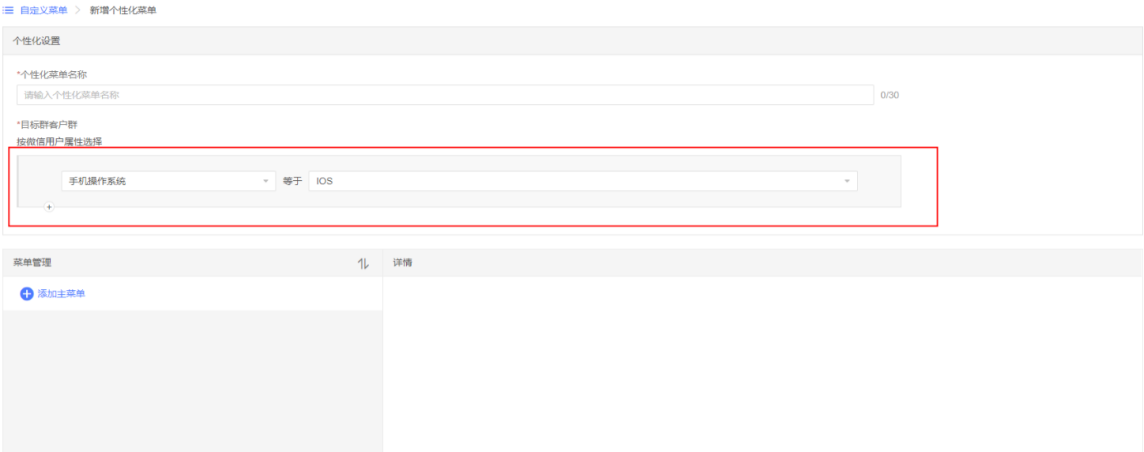


配置个性化菜单

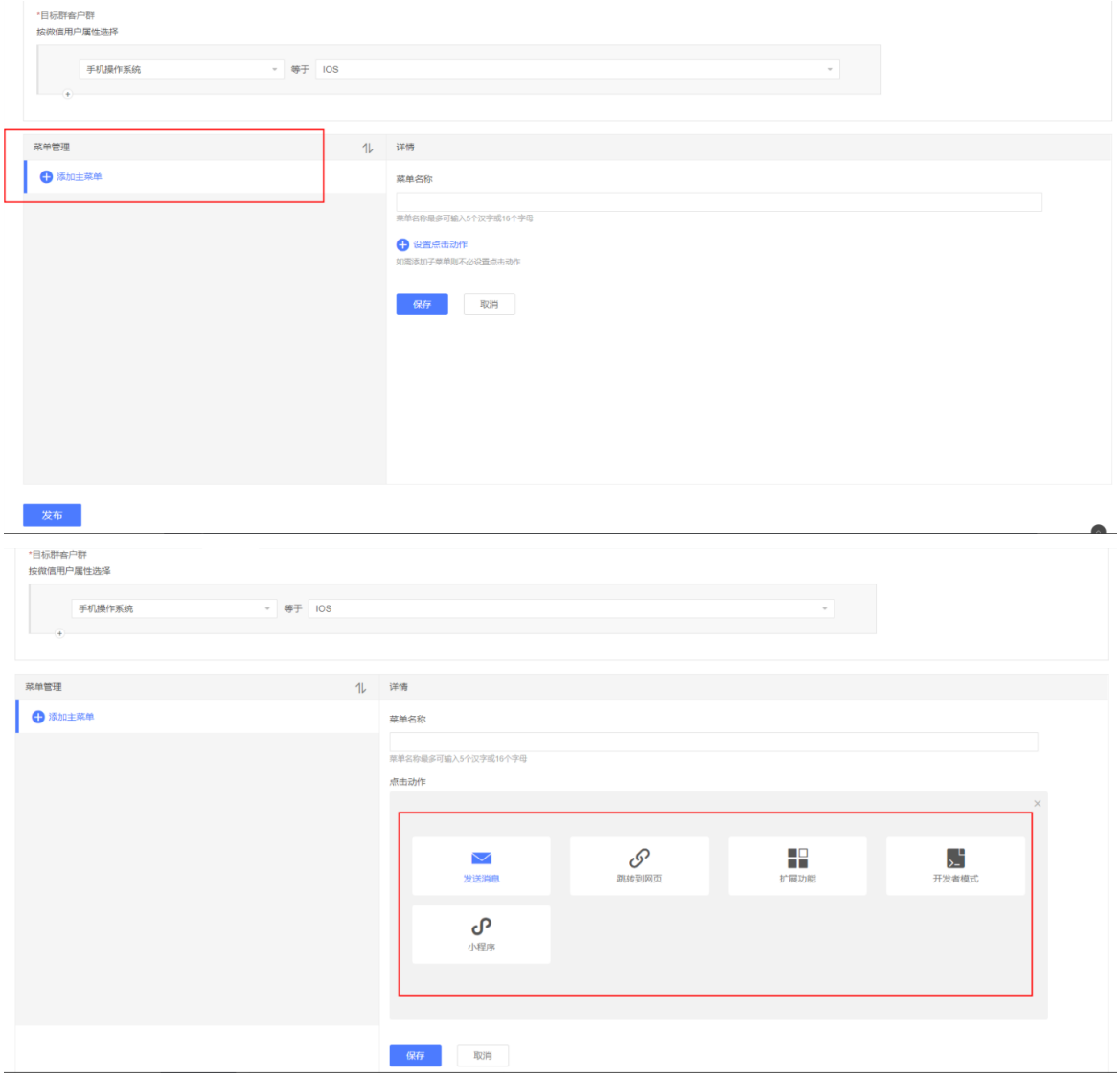
个性化菜单可针对不同的客户，推送不同的菜单界面。该功能可帮助用户实现更为精准且定制化的营销，向客户展现更为个性化的产品与服务。

1. 选择**社交互动**>所在工作空间>**公众号**>**自定义菜单**>**个性化菜单**，进入个性化页面。
2. 单击右上角**新建个性化菜单**，进入新建个性化菜单页面，如下图所示。

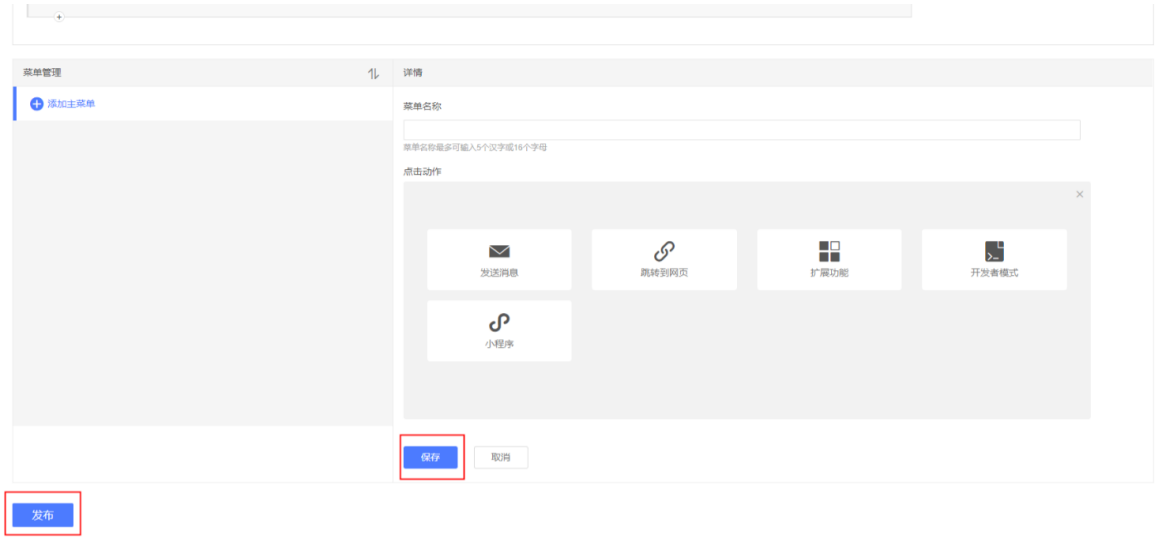
3. 个性化菜单页面中可设置具体的用户属性。以**手机操作系统**为例，从下拉菜单选择**手机操作系统**，设置手机操作系统，如下图所示。



4. 单击**添加主菜单**，设置子菜单的名称和单击后的动作，如下图所示。



5. 主菜单设置完毕后。单击**添加子菜单**，设置子菜单的名称和单击后的动作，方法与设置主菜单时相同。
6. 设置完毕后单击**保存**对编辑后的菜单进行保存，单击**发布**发布已经编辑好的菜单，如下图所示。



8.2.6. 自动回复

自动回复功能用来对用户在社交渠道上的某些特定操作进行快速响应，并提供不同渠道对用户的个性化信息服务。

自动回复规则分为**关键词规则**和**默认规则**：

- **关键词规则**：设置一定的匹配条件，当用户发送的关键词满足匹配条件时回复相关消息。支持一个关键词规则中设置多个关键字与多个回复内容，触发关键词规则时会依次收到回复内容。
- **默认规则**：
  - **首次关注回复**：粉丝首次关注社交渠道后将收到的回复内容，一般用来欢迎粉丝并提示如何使用社交渠道或推送关注优惠，建议启用。
  - **再次关注回复**：粉丝取关后再次关注将收到的回复，一般用来欢迎粉丝回归。如果未启用，粉丝重新关注将回复首次关注回复内容。
  - **未命中关键词回复**：如客户发送的内容并未匹配到预设关键词，系统将会回复该消息并对客户进行重新交互的引导。如果未启用，则不回复任何信息。

关键词规则和**默认规则**的回复内容均可设置为文本、图文、图片、小程序卡片和模板消息：

- **文本**：有字数限制，不同渠道限制的数量不同。
- **图文**：支持选择单图文或多图文素材。
- **图片**：支持使用图库的图片素材或本地上传图片。
- **小程序卡片**：需要配置AppID、页面路径、卡片标题和卡片图片。
- **模板消息**：需要提前在微信公众号后台开通模板消息功能，且微信公众平台**我的模板**内有模板。

新增自动回复关键词规则

1. 选择**社交互动**>所在工作空间>**公众号**>**自动回复**，默认进入**关键词规则**页签。
2. 单击右上角**新增关键词**。

3. 在配置页面输入规则名称，如下图所示。

4. 配置关键词。

> **说明**
>
> 在文本框输入关键词后按Enter键，即可录入关键词。

关键词支持**完全匹配**、**包含匹配**两种方式：

- **完全匹配**：只有当用户发送的内容与关键词完全相同时，才回复预设的内容。例如：配置关键词为“更换期限”，用户发送“更换期限”，则回复预设的内容；用户发送“更换”或“多久更换期限”，则不会回复。默认的匹配方式是完全匹配。
- **包含匹配**：当用户发送的内容包含关键词时，回复预设的内容。例如：配置关键词为“保修期限”，用户发送“多久保修期限”、“保修期限多久”或“保修期限”，都将回复预设的内容。可通过单击**完全匹配**来切换匹配规则，如下图所示。

5. 配置回复内容。单击**新增回复**，选择文本、图文、图片消息、小程序卡片或模板消息，即可编辑一条回复内容，可如下图所示。

> **说明**
>
> 文本回复内容中可添加超链接和插入动态参数。

如下图所示，如果已添加多个回复内容，可以勾选**全部回复**。勾选后，命中关键词时会回复规则内的所有内容；若未勾选，则随机回复一条内容。

6. 设置是否**立即启用**，勾选后关键词规则一经创建即为开启状态。
7. 单击**确定**，完成关键词规则创建。

管理关键词规则

在**关键词规则**页签进行关键词规则的编辑、状态变更与删除，并可对关键词进行统计。

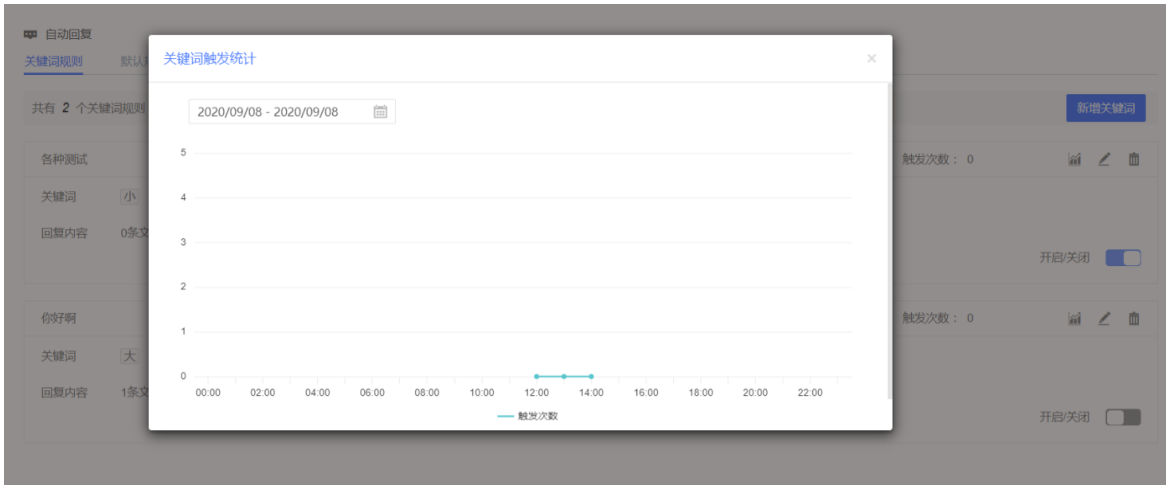
1. 单击**关键词规则**页签右侧的**编辑**图标，支持编辑关键词规则，如下图所示。

2. 单击**关键词规则**页签右侧的**删除**图标，支持删除关键词规则，如下图所示。

3. 通过**关键词规则**页签右侧的**开关**，对关键词规则进行开启或关闭。

4. 单击关键词列表中任意一个关键词规则的**统计**图标，查看当天的统计数据以及选定时间内该关键词的触发次数统计趋势。

如果查看的范围是一天内的统计，可以显示24小时的统计结果，如下图所示。



管理默认规则

在**默认规则**页签进行默认规则的编辑、状态变更与删除。

1. 单击**默认规则**页签右侧的**编辑**图标，进入单个默认规则的详细信息页面。
2. 在单个默认规则的详细信息页面，单击右侧**编辑**图标，可对单个默认规则的回复内容进行编辑，如下图所示。

> **说明**
>
> 规则名称不支持编辑。

3. 在单个默认规则的详细信息页面，单击右侧**删除**图标，可对单个默认规则的回复内容进行删除，如下图所示。

4. 通过**默认规则**页签右侧的开关，对默认规则进行开启或关闭。

8.2.7. 推广二维码

推广二维码是社交互动模块的重要功能，用来对用户渠道的推广分析，通过带参数的二维码，可以对所有扫描过，通过扫描关注过，或者通过扫描关注并取消关注的用户进行分析。

- 二维码上可以绑定特定的回复内容，一旦扫描将自动回复。实际场景中，可以给线下渠道如每个门店产生一个二维码，可以给任何一次推广活动产生二维码。
- 用户首次扫描二维码时提示关注社交渠道，关注后依次收到首次关注回复和该二维码上绑定的回复内容；如果推广二维码已设置屏蔽首次关注的自动回复消息后，关注后仅收到该二维码对应的回复内容。
- 二维码创建、编辑页面可设置扫码自动添加标签，可对新关注用户和已关注用户分别配置不同的标签。
- 粉丝扫描二维码时回复该二维码上绑定的回复内容。

如何使用推广二维码？

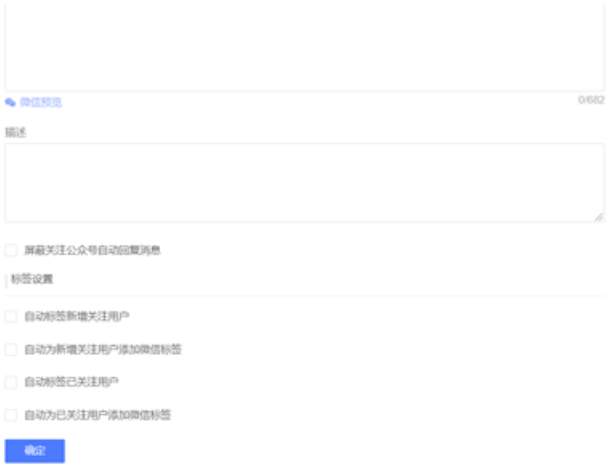
1. 点击主页面左上角**公众号**，在左侧选栏中选择**推广二维码**功能，当前显示页面即为推广二维码状态列表。如下图所示：

2. 新增推广二维码。
   i. **推广二维码**页面右上角，点击**新增二维码**按钮，进入新增二维码页面。如下图所示：

   ii. 填写二维码名称，设置回复内容。回复内容可为**文本**、**图文**、**图片**、**小程序卡片**和**模板消息**。
   iii. 填写描述内容，根据需求勾选**自动标签新增关注用户**、**自动为新增关注用户添加微信标签**、**自动标签已关注用户**和**自动为已关注用户添加微信标签**。

iv. 点击**确定**按钮即完成二维码的创建。如下图所示：

> **说明**
>
> 受微信规则影响，二维码目前最多只能产生10万个。



推广二维码列表

- 点击主页面左上角**公众号**，在左侧选栏中选择**推广二维码**功能，当前显示页面即为推广二维码状态列表。该页面主要包括推广二维码的基本信息，如：名称、场景码、扫描数、关注数和创建时间。同时可在该页面对推广二维码进行新增、搜索、查看、编辑和删除等操作。
- 推广二维码默认按照**创建时间**倒序排序，支持按照**扫描数**，**关注数**和**创建时间**排序。如下图所示：

推广二维码搜索/筛选/编辑/查看

1. **搜索与筛选。**

i. **普通搜索**：推广二维码的搜索支持通过**二维码名称**搜索，在搜索框中输入想要查找的关键字，点击**搜索**按钮即可进行二维码的搜索。如下图所示：

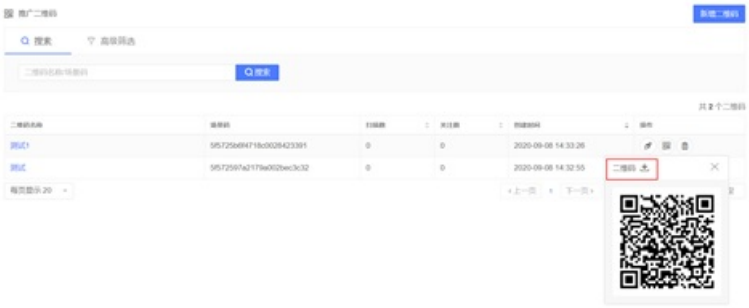
ii. **高级筛选**：平台支持通过**创建时间**搜索，点击**高级筛选**按钮，选择二维码的创建时间，即可搜索到特定时间段内的二维码。如下图所示：

2. **编辑、删除、查看和下载。**

i. 在**推广二维码**页面右侧，点击**编辑**图标对二维码进行编辑。可重新设置二维码名称，回复内容与描述。如下图所示：

ii. 在**推广二维码**页面右侧，点击**删除**图标可对二维码进行删除。如下图所示：

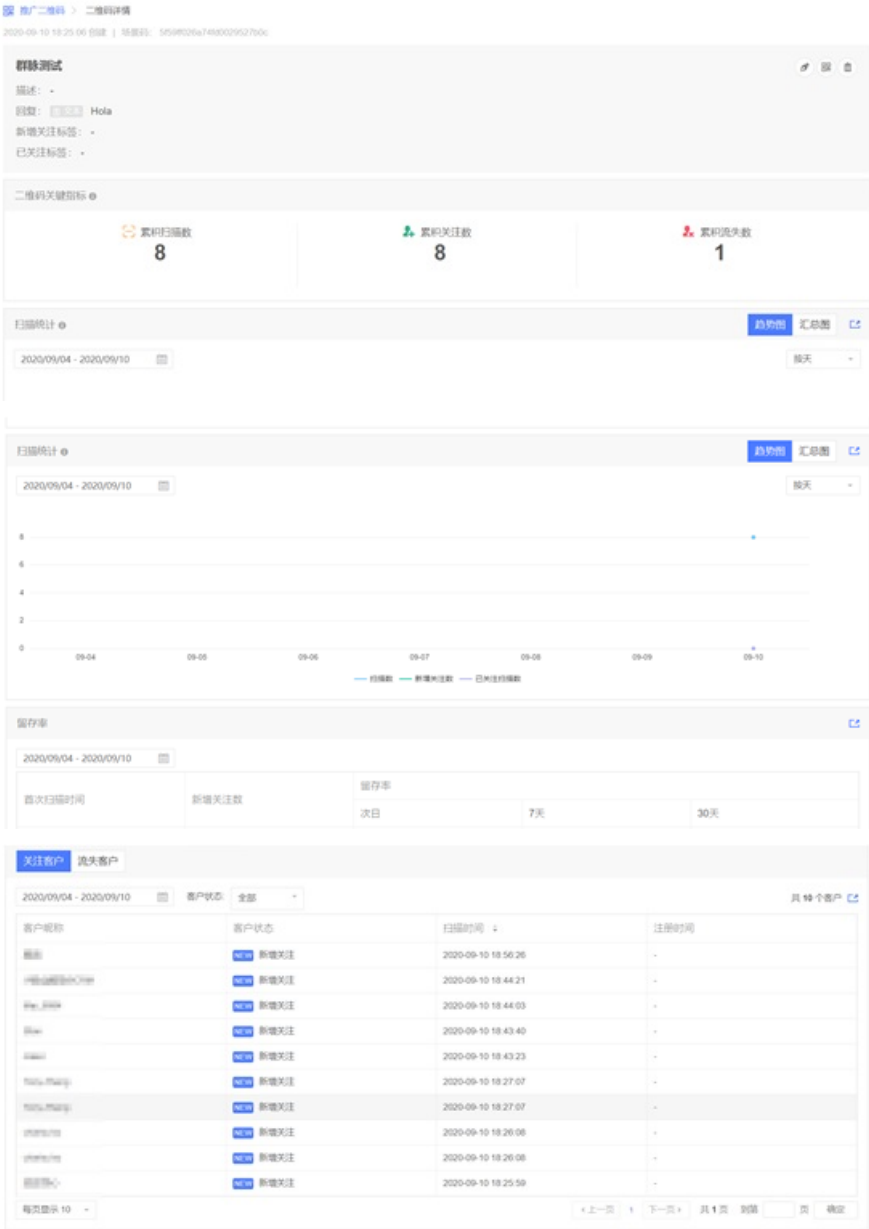
iii. 在**推广二维码**页面右侧，点击**二维码**图标可对二维码进行查看。点击**下载**图标可对二维码进行下载。一共有五种可供下载的尺寸，包括8cm、12cm、15cm、30cm和50cm，可根据不同需要选择下载。如下图所示：



iv. 选择**二维码中嵌入Logo**选项，可在二维码中嵌入自己的专属Logo，二维码更为个性化。点击**添加图片**，从弹出的图片素材选择框中选中一张图片，点击**确定**按钮，图片素材库关闭，所选图片已添加为logo，继续点击**下载**按钮，完成二维码下载。如下图所示：

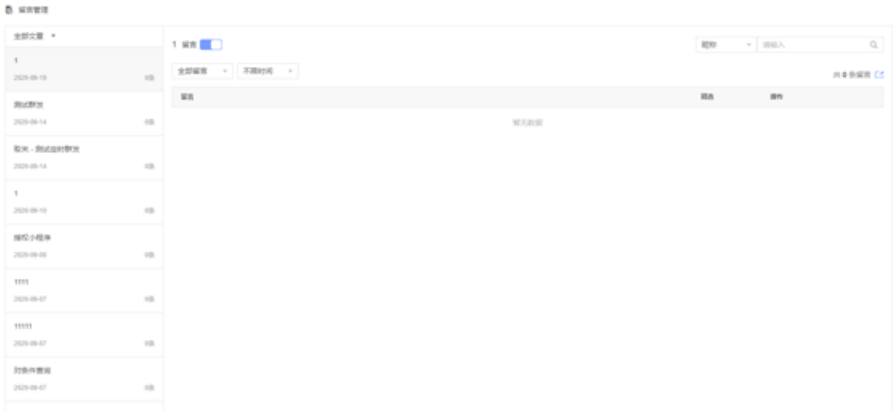
推广二维码详情

在**推广二维码**页面，点击**二维码名称**，可对单个二维码进行详情查看。查看内容包括关键指标（如累计扫描数、累计关注数和累计流失数）、二维码趋势图、留存率和客户信息等。如下图所示：



8.2.8. 留言管理

点击主页面左上角**公众号**，在左侧选栏中选择**留言管理**功能，当前显示页面即为留言管理页面。该页面左侧展示当前公众号所有的图文列表，包括文章的基本信息：文章标题、发送时间和留言总数。可在上方**全部文章**下拉框内选择仅展示有过留言的文章列表。右侧是操作区域，支持对留言文章进行开启/关闭、查找留言、查找用户等基本操作。如下图所示：

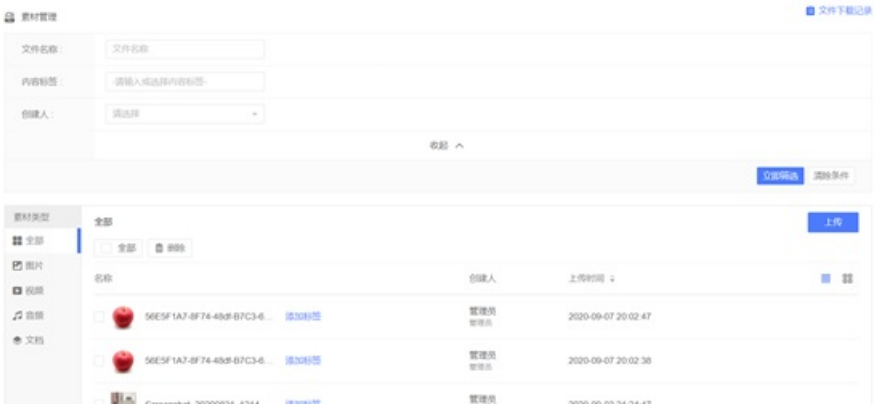


8.2.9. 素材管理

素材列表是用户对制作素材进行上传、搜索、查看、分类和删除的地方。

素材列表及分类查看

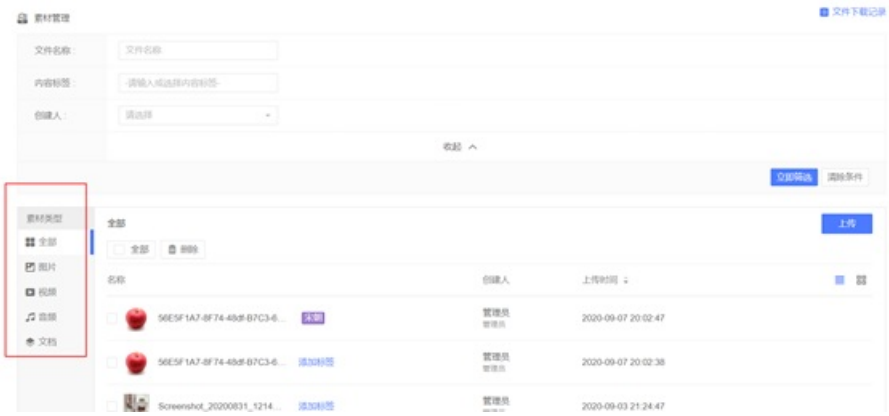
1. 点击页面最上方导航栏**公众号**，在左侧选栏中选择**素材管理**功能，当前显示页面即为素材管理页面。如下图所示：



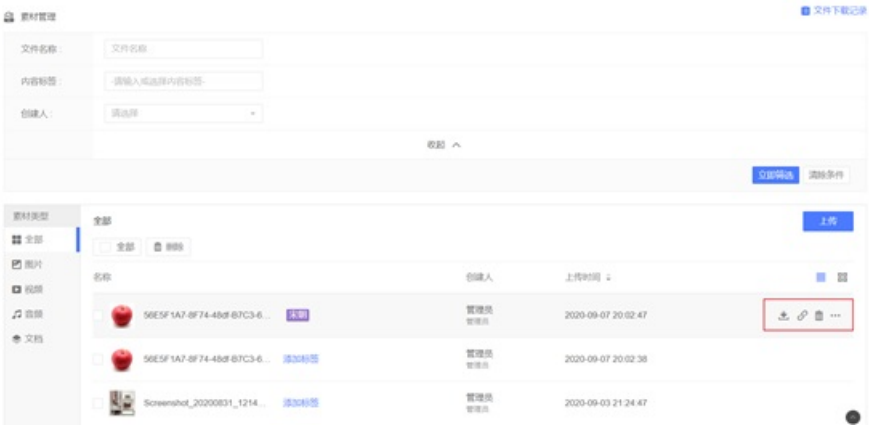
   i. 该页面显示素材基本信息：分类、名称、标签、创建人与上传时间。

   ii. 可在该页面进行素材的分类查看、重命名、下载、搜索、上传、添加标签、删除与分享。

2. **素材分类查看**：点击页面左侧的**素材类型**分栏，选择想要查看的素材类型。如下图所示：

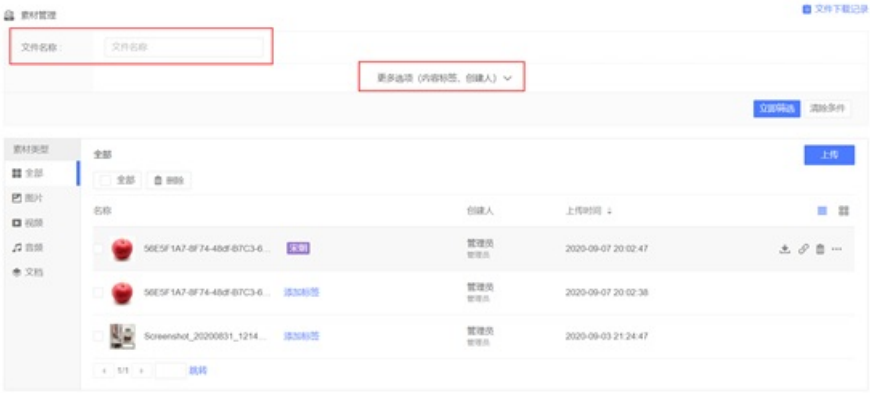


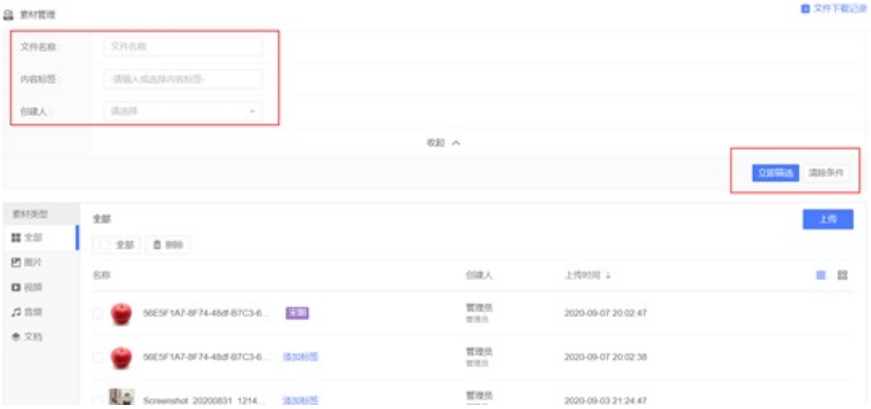
3. **素材操作**：在**素材管理**页面，鼠标悬停于素材列表的单个素材上方，右侧出现操作按钮，如**下载**、**复制素材链接**、**删除**、**重命名**等，可根据需要进行相应的操作。如下图所示：



素材筛选

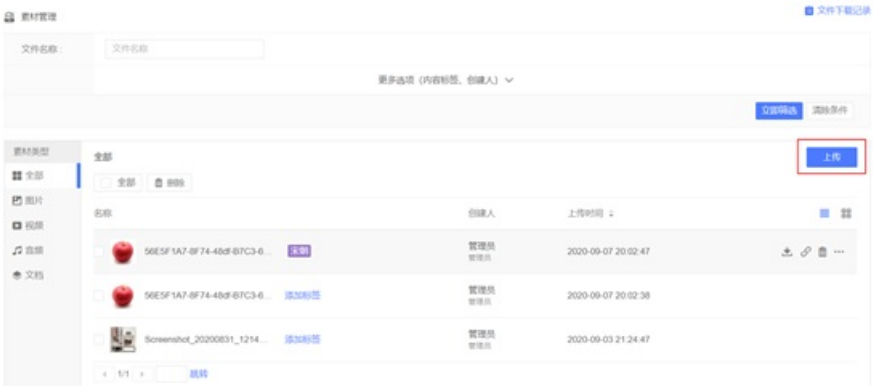
在**素材管理**页面上方搜索框内输入**文件名称**，点击**立即筛选**查看结果，点击**清除条件**清空输入的信息。展开更多选项支持通过内容标签和创建人进行搜索。



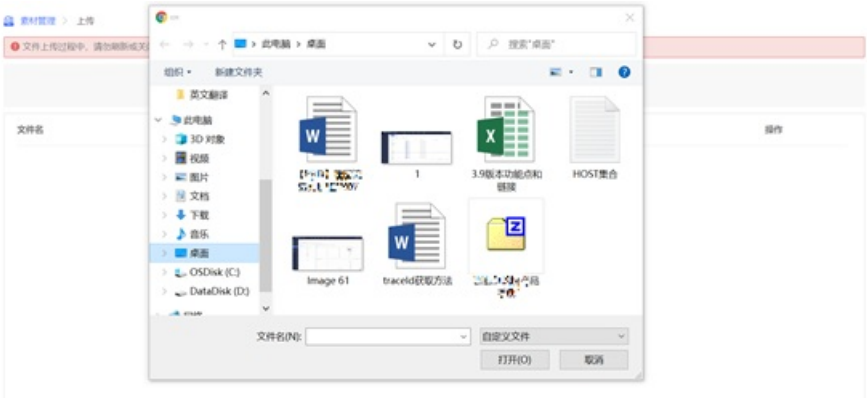


素材上传

1. 在**素材管理**页面右侧点击**上传**按钮，进入素材上传页面。如下图所示：



2. 点击**上传文件**按钮，选择想要上传的文件。如下图所示：



3. 素材上传页面呈现上传的文件列表，然后点击**开始上传**按钮上传至平台素材库。如下图所示：

8.2.10. 内容标签

内容标签是对制作素材的分类。有效的素材分类可以帮助您更好的管理素材，在使用素材进行图文编辑时能够更加便捷高效。

点击页面最上方导航栏**公众号**，在左侧选栏中选择**内容标签**功能，当前显示页面即为**内容标签**页面。如下图所示：

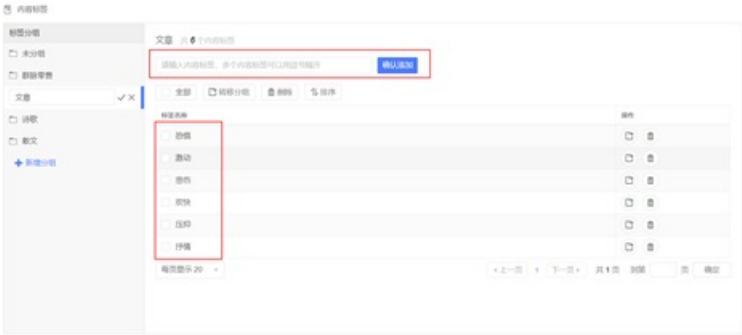
- 该页面显示内容标签的基本信息，如已有标签的分组与分组下标签名称。
- 可在该页面添加标签分组，同时支持添加、转移和删除标签。

设置内容标签及分组

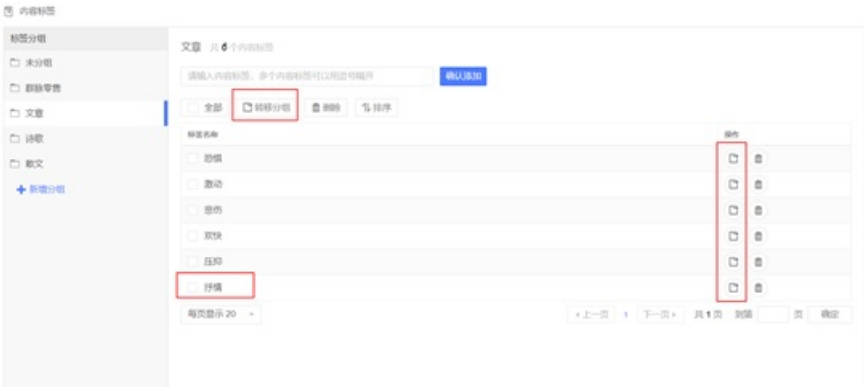
1. 在**公众号>内容标签**页面，点击左侧标签分组下方的**新建分组**按钮，可新建一个标签分组。如下图所示：

2. 标签分组栏目下方显示已经创建好的分组目录。如下图所示：

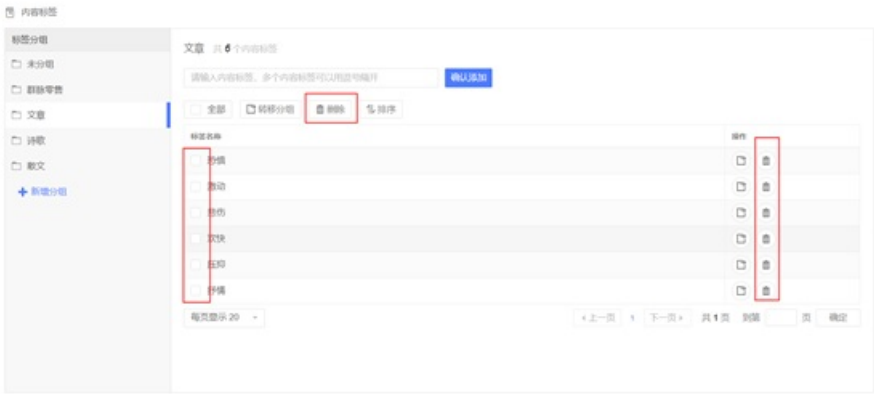
3. 分组标签的创建。如下图所示：
   i. 在**公众号>内容标签**页面，选定指定的内容标签分组，在右侧文本框中输入内容标签名称。
   ii. 多个标签内容支持逗号隔开。
   iii. 支持对素材标签进行转移分组与删除。



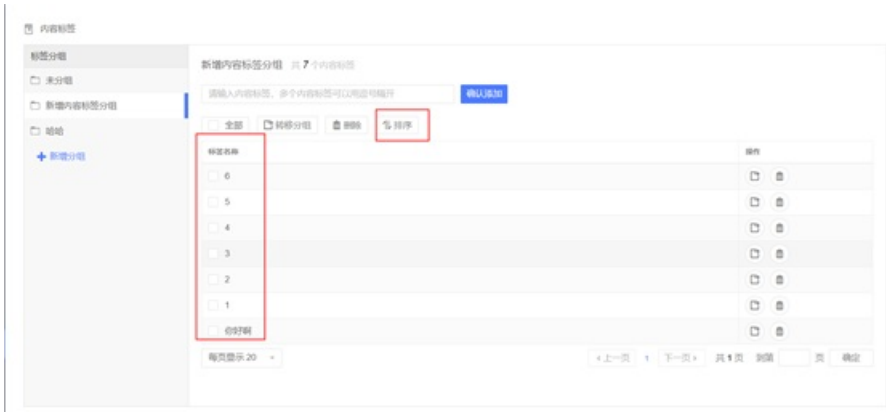
4. 内容标签的转移：在**公众号>内容标签**页面，点击单个素材右侧操作栏下方的**转移**按钮，对单个素材进行分组转移。也可勾选多条内容标签，点击上方**转移分组**按钮实现批量转移。



5. 内容标签的删除：在**公众号>内容标签**页面，点击单个素材右侧操作栏目下方的**删除**按钮实现删除。也可勾选多条内容标签，点击上方**删除**按钮实现批量删除。

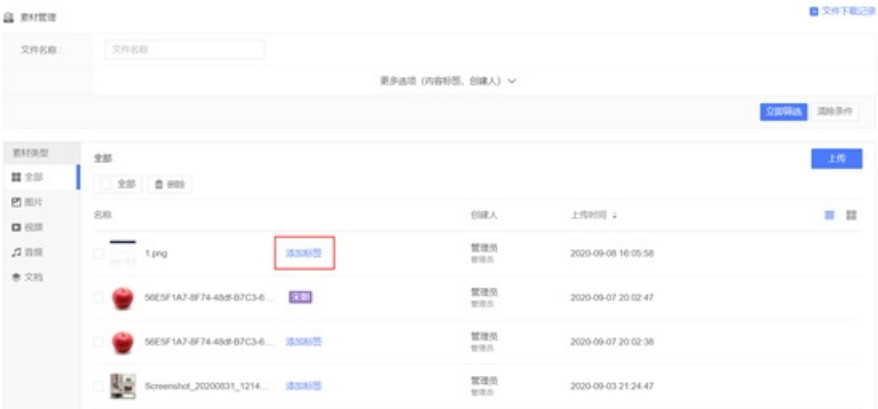


6. 内容标签：在**公众号>内容标签**页面，支持对输入的数字内容标签进行排序，点击排序按钮，则数字越大的数据内容，显示顺序越靠前。如下图所示：



为素材添加标签

1. 在**公众号>素材管理**页面，选择指定素材点击**添加标签**按钮。



2. 选择完成后点击空白处，即成功为素材添加标签。如下图所示：

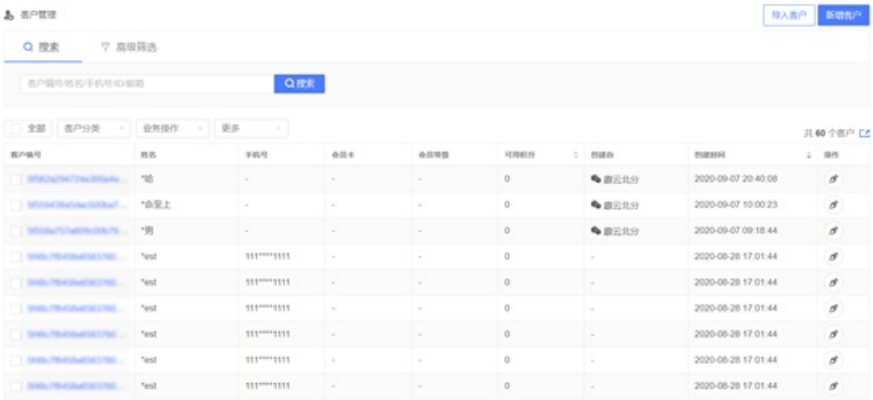
8.3. 客户

8.3.1. 客户管理

客户管理页面支持查看客户的主要信息，支持对客户进行搜索和高级筛选，同时支持对客户进行一些操作，例如：新增/编辑客户、导出/导入客户、给客户打标签、合并客户等。

客户列表

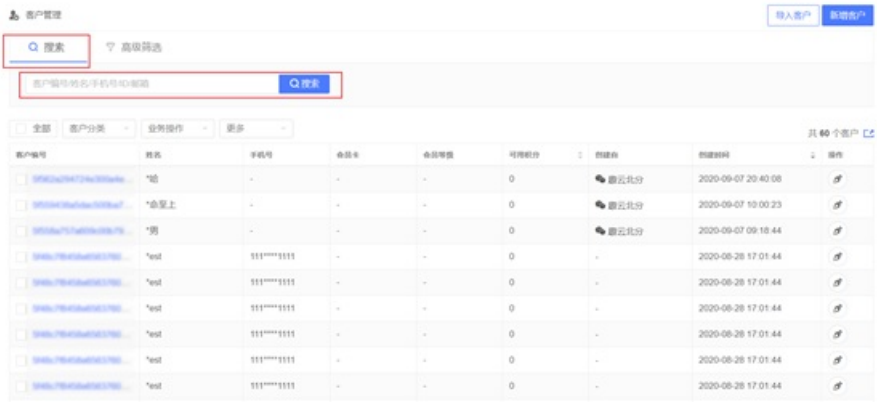
单击页面最上方导航栏**客户**，在左侧选栏中选择**客户管理**功能，即可查看所有客户列表。如下图所示：



客户搜索/筛选

客户的搜索和筛选目前支持两种筛选方式，即**搜索**与**高级筛选**。

- **搜索**：系统默认的客户列表界面为**搜索**，在搜索框中输入客户编号、姓名、手机号、ID或邮箱，单击**搜索**按钮，即可将符合条件的客户搜索出。如下图所示：



> **说明**
>
> 客户编号、姓名、手机号、ID、邮箱都是精准搜索，即只有完全匹配条件的客户才能被搜索出。例如：存在一个客户编号为“abc123”，如果在搜索框中输“abc”或“123”后进行搜索，则没有客户被搜索出，只有在搜索框中输“abc123”，该客户才能被搜索出。

- **高级筛选**：使用更复杂的条件进行筛选。在高级筛选中，可以进行多个条件、多组条件筛选，包括**创建时间**、**创建自（即来源渠道）**、**平台身份**、**标签**、**客户状态**、**性别**、**地理位置**、**生日**。如下图所示：

  - **创建时间**：默认的创建时间是**最近7天**，可以单击时间控件，选择其他日期。如：搜索最近30天创建的客户。**操作步骤**：单击时间控件，时间选择器弹出，选择最近30天的日期，单击**立即筛选**按钮，则最近30天内创建的客户会被筛选出。
  - **创建自（即来源渠道）**：是指客户从哪一个渠道获取，在来源渠道下可同时选择多个渠道（即单击渠道名称，则该渠道被选中），单击**立即筛选**按钮，筛选条件下的各个条件被收起，同时满足相对应渠道的客户被筛选出。
  - **平台身份**：是指客户从哪一个平台获取，在平台身份下可同时选择多个平台身份（即单击平台身份，则该平台身份被选中），单击**立即筛选**按钮，筛选条件下的各个条件被收起，同时满足相对应平台身份的客户被筛选出。
  - **标签**：根据客户所拥有的标签进行筛选。筛选条件下的标签根据标签分组进行展示。单击**展开筛选**条件，单击对应的标签（如：A1、A2），单击**立即筛选**按钮，筛选条件下的各个条件被收起，拥有标签“A1”、“A2”或“A1、A2”的客户被筛选出。
  - **客户状态**：客户状态包括**正常用户**、**可疑用户**、**黑名单用户**，使用客户状态进行筛选时，这三个状态可以同时选择，则所有的客户被筛选出。
  - **性别**：包括**男**、**女**、**未知**，根据客户所拥有的性别属性进行筛选。

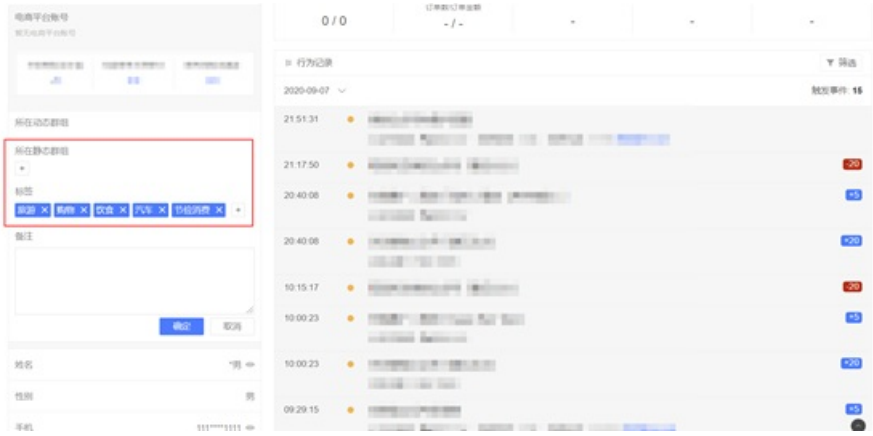
- **地理位置**：包括**国家**、**省**、**市**，根据客户所在的地理位置进行筛选。
- **生日**：根据客户的生日属性进行筛选。

> **注意**
>
> 支持选择多个条件进行组合筛选，条件与条件之间是“且”的关系。单击**清除条件**按钮，所选择的条件会被清除，则所有客户会展示在列表中。

客户画像

1. **客户基本信息**：在**客户管理**页面，单击某一客户编号进入客户详细页面，即可查看客户的基本信息。如下图所示：

2. **客户标签/群组信息**：所在**静态群组**、**标签**都可以在客户详情中直接更改，单击标签上的小×号，可直接将客户移出群组或删除标签。如下图所示：



3. **客户属性展示**：**客户属性**字段来源于客户属性的设置，您在客户设置中所设置的属性，其信息都会展示在这里，并且系统默认将**客户编号**、**创建自**、**创建时间和来源**字段显示在所有客户属性字段的底部。如下图所示：

4. **客户平台身份信息**：平台身份信息是客户在各个第三方平台的身份标识，平台包括：微信（公众号、小程序）、淘宝（来自天猫订单）、支付宝（来自天猫订单）、有赞、旺店通、京东（还未对接京东）。如下图所示：

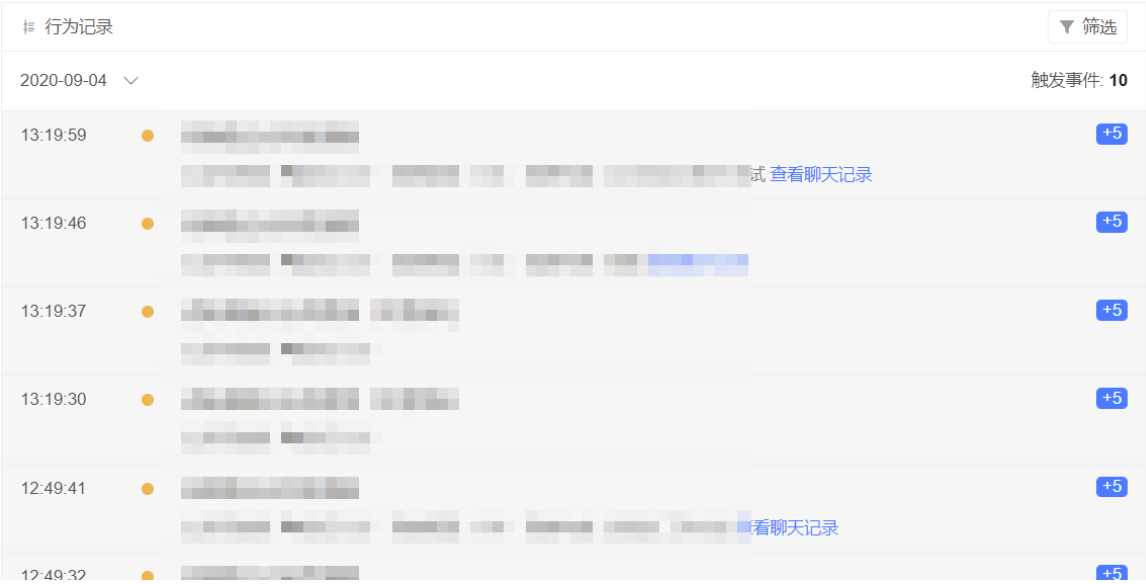
5. **客户价值评分**：系统为每个客户属性字段设置不同的打分规则。如下图所示：

- 接触时间：从客户被创建-至今的时间间隔。
- 客户阶段：客户阶段由客户行为事件触发，当客户触发特定行为事件时，他便会被推进到相应的阶段。
- 客户价值评分：为资料评分和总活跃度的总和。
- 资料评分：系统为每个客户属性字段设置不同的打分规则，资料评分是依据客户详情中各个属性的信息完整度和规则判定的价值得分。
- 总活跃度：企业根据自己实际的业务情况，可以对不同的行为事件设定合适的分值，设置好分值后，当客户触发相应的事件，活跃度便会加上该分值。

6. **客户交易信息**：显示该客户第三方电商平台的订单数据。如下图所示：

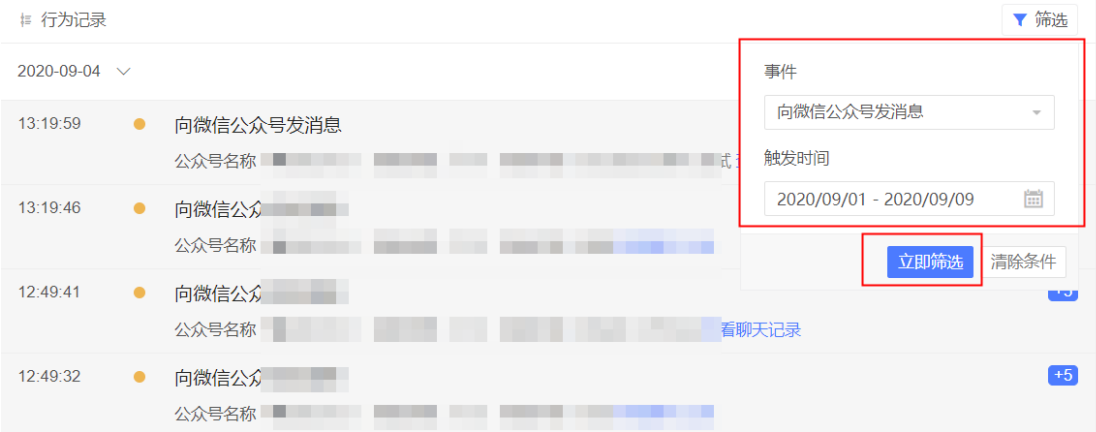
i. 单击查看**订单记录按钮**，支持查看消费订单记录。如下图所示：

7. **客户行为记录**：记录按时间轴倒序显示客户的行为事件。如下图所示：



i. 单击行为记录的**筛选**按钮，弹出筛选窗体。如下图所示：

ii. 选择触发事件，填写触发时间后，单击**立即筛选**按钮，可筛选出特定时间段内的指定触发事件的记录。如事件选择向微信公众号发送消息，选择好触发时间后，单击**立即筛选**按钮，该时间内向公众号发送消息的行为事件就会展示出来。如下图所示：

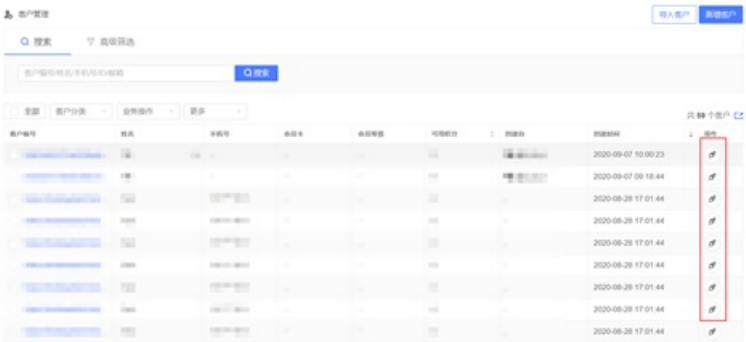


业务操作

当我们了解了客户的基本信息、查询及筛查客户后，便可以对客户进行一系列的业务操作。

1. **编辑客户信息**：

i. 在**客户管理**页面，在**操作列**单击客户的**编辑**图标，进入编辑客户页面。如下图所示：



ii. 支持重新上传头像，修改客户姓名，手机，性别，生日，邮箱，地址等信息。单击**确定**按钮完成客户信息编辑。

> 说明
>
> 进入客户详情页面，单击右上角的**编辑**按钮，也可对客户信息进行编辑。如下图所示：
>
>

2. **手动创建新的客户**：在**客户管理**页面，可**导入客户**和**新增客户**。
   - 新增客户
     a. 在**客户管理**页面，单击**新增客户**按钮，进入新增客户页面。需要上传头像，设置会员姓名，手机，性别，生日，邮箱，地址等信息。如下图所示：

     b. 单击**显示更多属性**，所有的非常用属性将被显示出来。再次单击**收起**，非常用属性被隐藏。
     c. 输入完所有信息之后，单击**保存**按钮，则客户新增成功。
3. **导入外部客户**：
   i. 导入客户：
      - 导入客户可以将已经制作好的包含了客户数据的文件直接导入社交互动模块，适用于批量导入客户。
      - 管理平台使用人员可以通过导入客户来添加新的客户或者更新已有客户的信息，以便更快捷的管理客户。系统中以手机号码作为客户的唯一标识。
      - 添加新客户：导入前客户手机号码在系统中不存在时，导入后客户即为新增加的客户。
      - 更新客户信息：导入前客户手机号码在系统中已存在时，导入后该会员信息被新导入的数据替换。
   ii. 导入文件规则：导入文件格式支持三种文件格式，分别为csv，xls，xlsx。其中csv格式文件编码为UTF-8，其它两种格式文件编码为ANSI。

iii. 导入文件字段：支持导入系统中默认的客户属性、自定义客户属性以及会员标签。其中默认的客户属性包括姓名、手机、性别、生日、邮箱；自定义客户属性包含五种类型：单行文本、多行文本、日期、单选、多选。

a. 导入文件中包含默认属性时，以属性名称作为导入字段。例如：Name，Gender，Birthday，Mobile，Email。

b. 导入文件中包含自定义属性时，以属性ID作为导入字段。

c. 导入文件中包含手机属性时，数据格式为“T:XXXX“或者”T：XXXX“。

d. 导入文件中包含日期属性时，数据格式为“MM/DD/YYYY”。

e. 导入文件中包含多选属性时，数据中各个选项以逗号作为分隔。

f. 导入文件中包含单选属性且数据为空时，导入文件后该属性值为属性设置中的默认值。

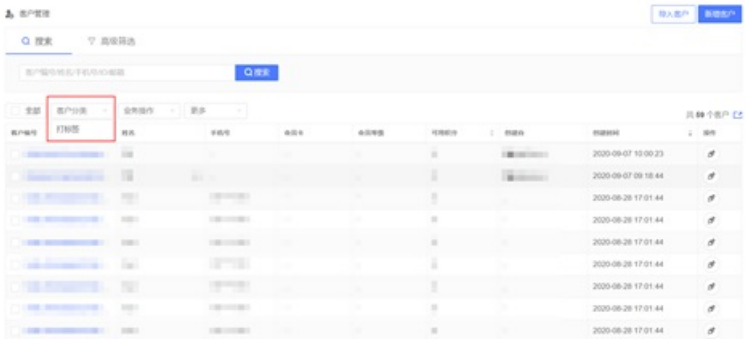
> **注意**
>
> - 系统中性别的默认值为男。
> - 导入文件中包含标签时，导入文件后会员添加新的导入标签，客户原有的标签不受影响。一个客户一次只能导入一个标签。

4. **导入客户步骤**：在**客户管理**页面，单击**导入客户**，弹出导入客户窗口。页面会提示导入客户的注意事项及数据重复时的操作方式，选择导入文件。单击**开始导入**，完成客户导入。如下图所示：

5. **为客户打标签**：对客户进行打标签是实现对客户的分类，以便于更好的对客户分类管理。可以对一个客户打标签，也可以对多个客户打标签。

i. 在**客户管理**页面，在客户编号前勾选复选框，则该客户被选中。可以同时勾选多个客户，对多个客户进行打标签。

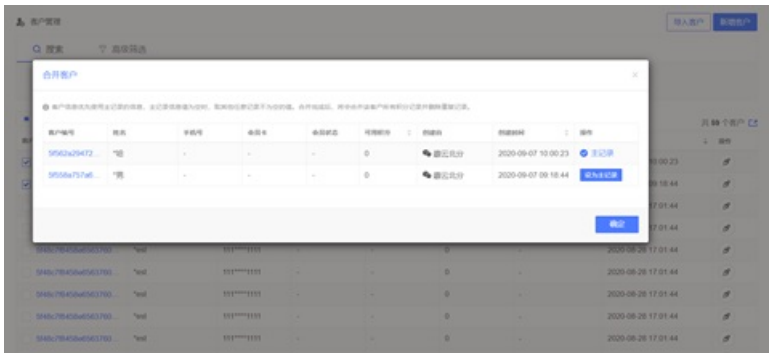
ii. 单击**客户分类**按钮，选择**打标签**。如下图所示：



iii. **编辑标签**弹出框出现后，在该弹出框中勾选标签。单击**确定**按钮，则被选择的客户会成功打上标签。如下图所示：

6. **合并客户**：

i. 在客户管理页面， 选择至少2个客户。单击**更多-合并客户**，弹出合并客户窗口。如下图所示：



ii. 合并会员默认第一条为主记录，单击**操作列**的**设为主记录**按钮，可切换主记录的设置。

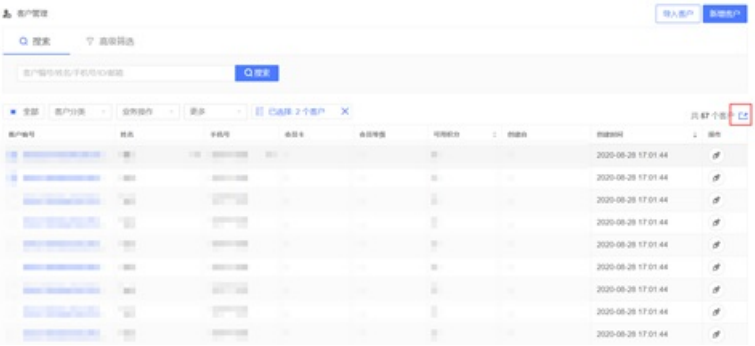
iii. 单击**确定**，合并会员窗体页面关闭。

iv. 单击系统提示中的**查看客户详情**，进入客户详情页面。客户属性已被合并。

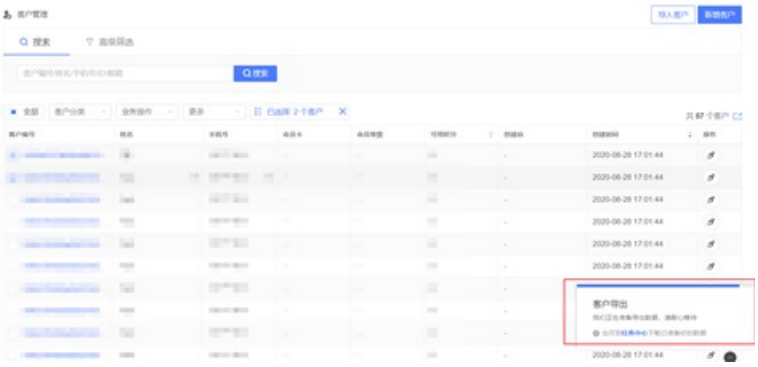
> **说明**
>
> 积分是各会员记录的积分之和，标签显示的是各会员记录的标签。

7. **导出客户数据**：

   i. 在**客户管理**页面，在客户列表的右上角位置可以单击**导出**按钮导出客户数据。如下图所示：



   ii. 勾选需要导出的客户（不勾选任何客户时默认导出全部客户），单击**导出**按钮，开始准备数据。如下图所示：



   iii. 准备数据完成后，单击**下载**按钮。下载到本地，保存为csv格式。

> **注意**
>
> 跳转页面或刷新页面时，下载状态框一直会出现在页面右下角，直到您下载完成。文件准备完成后保存一个小时，一个小时后如果您不下载，系统自动清除文件并且关闭右下角提醒。

8.3.2. 批量操作

批量操作主要是对一批客户进行批量操作，通过添加操作对象（以文件的形式上传需要操作的客户数据），然后对这些客户进行设置批量操作，包括：添加标签、移除标签、发放优惠券。同时也可以查看每次批量操作的详细信息，包括：操作对象、操作备注、操作人员、执行时间、执行结果以及所执行的操作。还可以导出批量操作记录，查看具体的操作信息及结果。

批量操作记录

1. 点击页面最上方导航栏**客户**，在左侧选栏中选择**批量操作**功能，当前显示页面即为批量操作页面。

2. 操作记录列表默认按执行时间倒序排列，每条记录包含操作对象、操作备注、操作人员、执行时间和执行结果。如下图所示：

3. 在批量操作记录列表，选择某一操作记录，点击右侧**查看详情**按钮，即可进入操作记录结果详细页面。如下图所示：

4. 批量操作结果支持导出，在操作结果详情页面点击**导出**按钮，即可导出未找到匹配数据的客户。

> **注意**
>
> 操作成功的数据暂不支持导出。

5. 导出的文件命名规则为：批量操作结果导出_导出当下的时间戳。
6. 导出文件失败原因，包含以下几种可能性：
   i. 操作失败，未找到匹配数据。
   ii. 操作失败，系统出错。
   iii. 操作失败，当前用户为黑名单用户。
   iv. 操作失败，优惠券库存不足。
   v. 操作失败，当前用户已领取过优惠券。

批量操作详情

批量操作中包括：添加标签、移除标签、发放优惠券、发送模板消息。

1. 在批量操作页面，点击**新增批量操作**按钮，按页面提示，选择操作对象，填写操作备注，设置批量操作对象。如下图所示：

2. 目前支持两种方式导入操作对象，即**按群组选择**操作对象和直接**导入操作对象**。如下图所示：

3. 点击**上传文件说明**按钮，可查看上传文件的格式要求。如下图所示：

> **注意**
>
> 客户上传的Excel文件的表头与OpenID进行匹配时，不区分大小写，即“OpenID”书写为“openid”，也可以匹配。

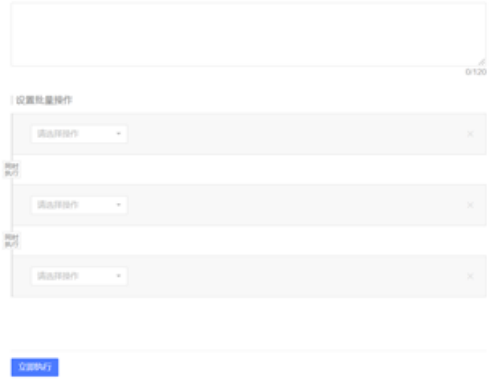
4. 在**批量操作**页面点击**上传文件**按钮，选择要上传的文件，开始上传，上传完成后。如下图所示：

- 操作备注：以文本形式填写。

> **注意**
>
> 限制为120个字符。

- 设置批量操作。
  a. 默认情况下只显示一个操作。点击**请选择操作**文本框，选择对应的操作选项，并设置好对应的积分、标签、优惠券或模板消息。如下图所示：

  b. 支持叠加操作，最多可叠加3个操作。点击**叠加操作**按钮，即可添加一个新的操作，接着选择操作选项并设置要发放的标签、优惠券或模板消息。如下图所示：



c. 设置批量操作完成后，点击**立即执行**按钮，返回批量操作记录列表页面，执行批量操作开始执行。如下图所示：

8.3.3. 客户标签

给客户贴标签是数字营销中常用的做法，合理准确的客户标签有利于企业深入理解和认知客户。通过分析客户的兴趣、社交行为等标签，可以更好的为多元化的营销活动开展进行有效的数据支撑。 如果需要对客户进行比较细粒度的筛选，可以使用客户属性或客户事件作为条件。如果希望进行粗粒度或者稍微抽象一些的筛选，则可以选择客户标签。

客户标签的概念及应用

- **概念**：客户标签是直接标记在客户身上的，通过客户标签可以非常直观地了解客户画像。客户身上一个或多个客户特征的集合，构成集合的特征也称为业务特征规则，是表达客户标签规则的原子组成。
- **客户标签的应用**：客户标签应用层是利用客户标签实现客户画像、客户群细分、精准营销、客户价值提升、分析挖掘和信息快速推送。

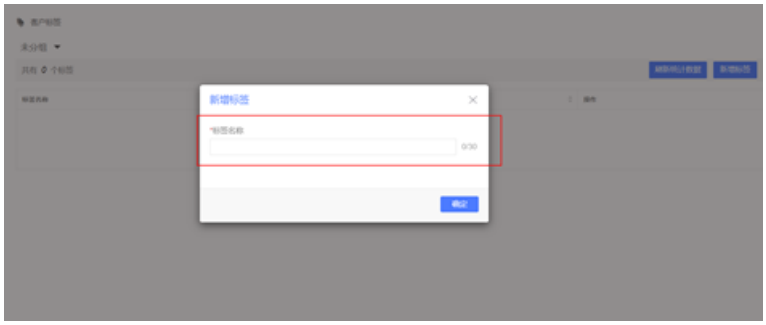
客户标签库

客户标签库负责客户属性、特征规则和客户标签的存储，建立标签创建、编辑、审批、发布、执行、评估和下线的生命周期管理流程，实现标签管理的体系化。

如何创建客户标签？

1. **创建客户标签**：

   i. 点击主页面左上角**客户**按钮，选择左侧选栏中的**客户标签**功能，进入客户标签管理页面。点击右上角**新增标签**按钮，弹出创建标签窗口。如下图所示：

   ii. 按提示输入标签名称，点击**确定**按钮，即可完标签的创建。

2. **删除客户标签**：

i. 创建好的客户标签会展示在客户标签列表里， 在**操作列**点击**删除**图标，弹出删除客户标签窗口提示。如下图所示：

ii. 点击**确定**按钮即可删除创建的客户标签。

> **说明**
>
> 删除标签后，该标签下的所有用户将失去标签属性。

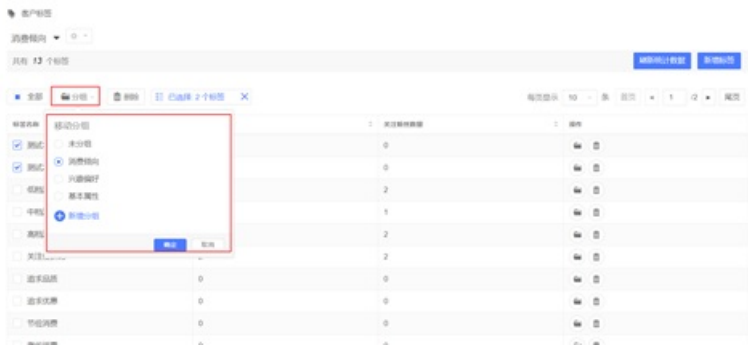
3. **创建标签分组**：创建好的客户标签，默认在未分组标签里，为了更好的管理客户标签，可对客户标签进行分组管理。

   i. 在**客户标签**管理页面，选中一个或多个标签后，点击页面左上角**分组**按钮，弹出移动分组窗口，点击**新增分组**按钮，弹出**新增标签分组**窗口。如下图所示：

   ii. 在弹出的新增标签分组页面，填写分组标签名称，点击**确定**按钮完成标签分组的创建。

4. **调整标签分组**：

   i. 在**客户标签**管理页面，在客户标签列表的选择一个或者多个标签，点击**分组**按钮后，选择需要调整的标签分组。如下图所示：



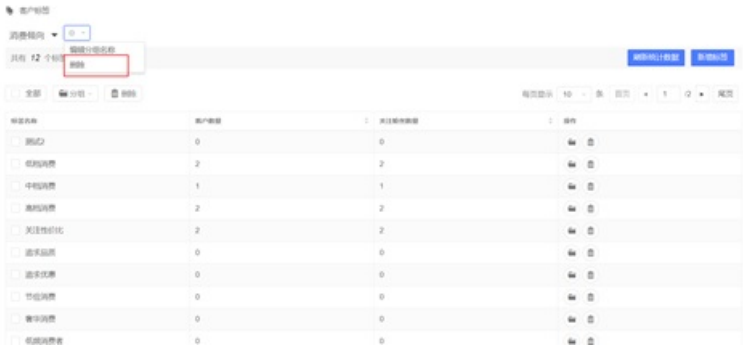
ii. 同时支持在标签列表**操作列**点击分组图标，对单个标签做分组调整。如下图所示：

iii. 点击**确**定按钮完成客户标签的分组。

> 注意
>
> 新建创建的标签默认在未分组标签组里。

5. **删除标签分组**：管理员可以对创建好的标签分组删除或者重新命名。

   i. 在**客户标签**管理页面，选择需要删除的标签分组，点击标签分组右侧的设置按钮，点击**删除**，弹窗删除提示窗口。如下图所示：



   ii. 点击**确定**即可删除标签分组。

> 注意
>
> 删除标签分组后，该分组下的标签将自动归入未分组。

8.3.4. 客户阶段

企业通过从不同渠道获得的客户线索，评估每一个潜在客户的兴趣度、购买意向和成交的可能性，将其纳入到相应的**客户阶段**，并采取有针对性的营销方法。每个潜在客户对企业的产品或服务的兴趣程度并不相同，购买意愿和可能购买的时间也不同。所以除了关注新增的潜在客户的数量，品牌需要另一个维度来评估每一个潜在客户的兴趣度、购买意向和成交的可能性，这就是**客户阶段**的作用。

系统默认的客户阶段

- **未知**：如果品牌在后台直接新建客户，或从外部导入客户，或以系统集成的方式从外部第三方系统导入客户记录时没有设置其客户阶段，这些客户的客户阶段都会是“未知”。
- **初步接触**：当客户初步接触品牌露出时，就会被推进到此阶段。

- **了解阶段**：当客户开始与品牌做简单互动时，就会被推进到此阶段。
- **体验阶段**： 当客户主动与品牌进行沟通，并拥有购买意向时，就会被推进到此阶段。
- **成交阶段**：当客户发生实际的购买行为完成转化后，就会被推进到此阶段。

设置客户阶段的意义

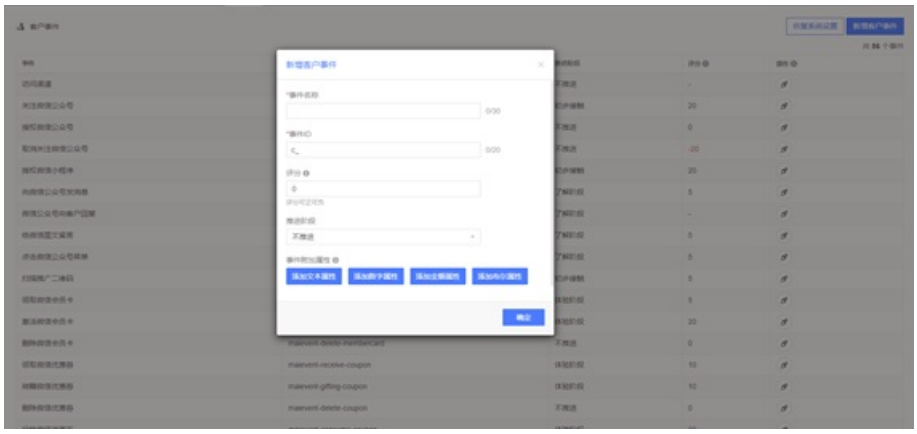
通过客户阶段，品牌运营人员可以清楚了解整个营销过程中客户所处的位置，合理使用客户阶段可以更好地完成以下工作：

- 了解所有客户在各个阶段上的推进比例。
- 针对不同阶段的客户采取不同的营销策略。

如何设置客户阶段

1. 在**客户>客户阶段**页面， 点击**编辑**图标，支持编辑客户阶段的名称。如下图所示：

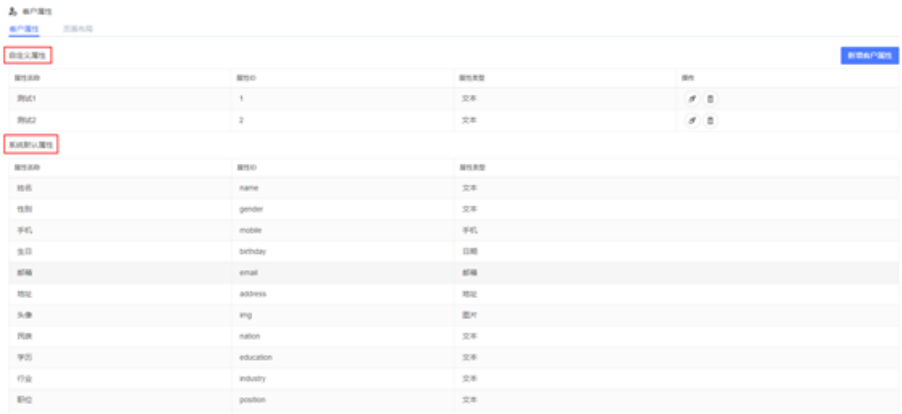
2. 完成设置后会自动同步到**客户事件**的推进阶段和客户详情。如下图所示：



8.3.5. 客户属性

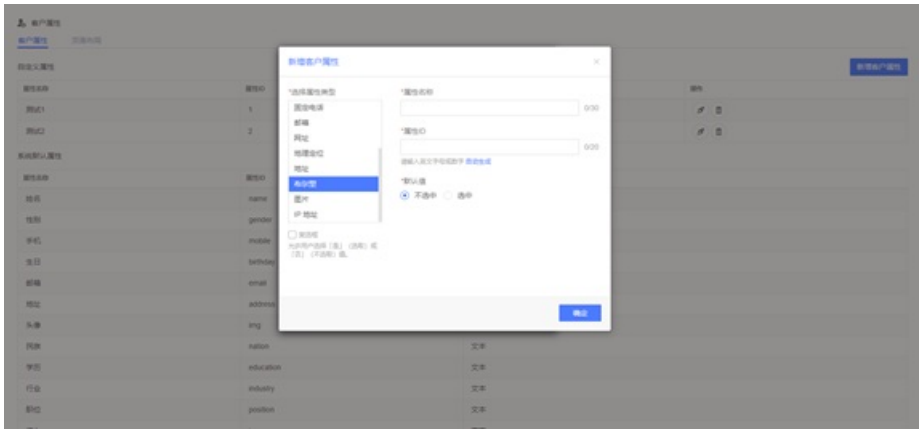
客户属性是绘制**用户画像**的基本数据来源之一，通过这些数据可以有效地对客户进行画像分析，客户属性主要是利用一些字段来完善客户的信息数据，例如性别、姓名、手机号等。一般记录客户属性数据的来源有引导注册、完善个人资料等。客户属性将不仅仅只服务于客户数据的收集及展示，同时将作为客户分析的一个维度，被用于用户画像、用户细分等业务场景。

1. 在**客户>客户属性**页面，可查看**系统默认属性**。社交互动模块会为每个客户创建姓名、手机、性别、生日等14个默认属性，这些基础属性可以满足通用场景下对一个客户进行较为完整的描述。同时还支持**自定义属性**。如下图所示：

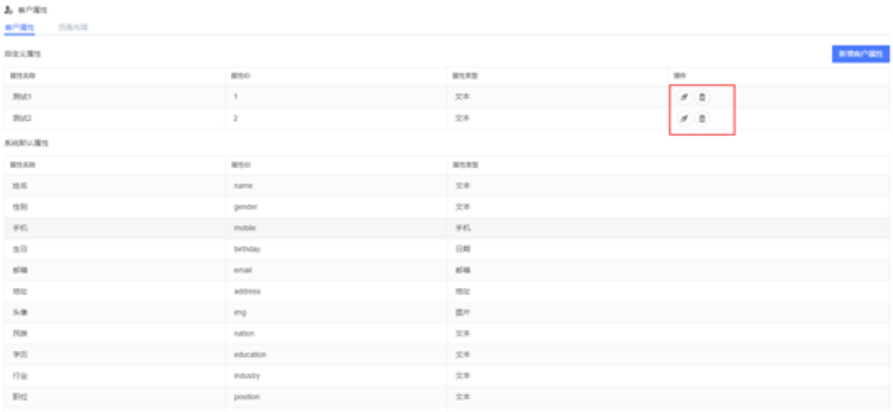


2. 在不同行业、不同业务场景下，默认客户属性可能无法满足对客户资料收集的需求，因此添加自定义属性能更好地贴合不同业务场景下对客户的属性描述。在**客户>客户属性**页面，点击**新增客户属性**按钮，弹出**新增客户属性**的编辑提示框。如下图所示：

3. 填写属性名称、属性ID（可由系统自行生成）并选择相应的属性类型。属性类型影响属性值的类型。如下图所示：



4. 点击**确定**完成自定义属性的创建。新增的客户属性会出现在自定义属性列表的顶部。支持对自定义属性进行**编辑**和**删除**。如下图所示：



> **注意**
>
> 客户属性列表不支持翻页，新增的客户属性将出现在自定义属性列表的顶部，同页面布局中默认的显示顺序一致。

i. 编辑自定义属性：

   a. 在客户属性页面支持选择指定自定义属性进行编辑，仅支持修改属性名称。

   b. 完成编辑后，点击**确定**按钮，则自定义属性更新成功。

ii. 删除自定义属性：

   a. 在客户属性页面支持选择指定自定义属性进行**删除**。点击**删除**按钮后会提示二次确认以防止误操作。

> **注意**
>
> 只能删除自定义客户属性，默认属性不支持删除。

5. 在**客户>客户属性**页面还支持设置**页面布局**，客户属性布局决定了运营人员在后台查看客户详情的页面布局，不影响前端客户的使用。包括属性显示顺序、是否常用、是否必填等设置。如下图所示：

i. 左侧显示**客户属性**，将需要显示的属性字段拖拽到右侧指定位置，即可显示在客户详情的页面布局中。

ii. 常用的属性将直接展示，而非常用属性将被折叠到**显示更多信息**中，需要通过展开的方式查看。

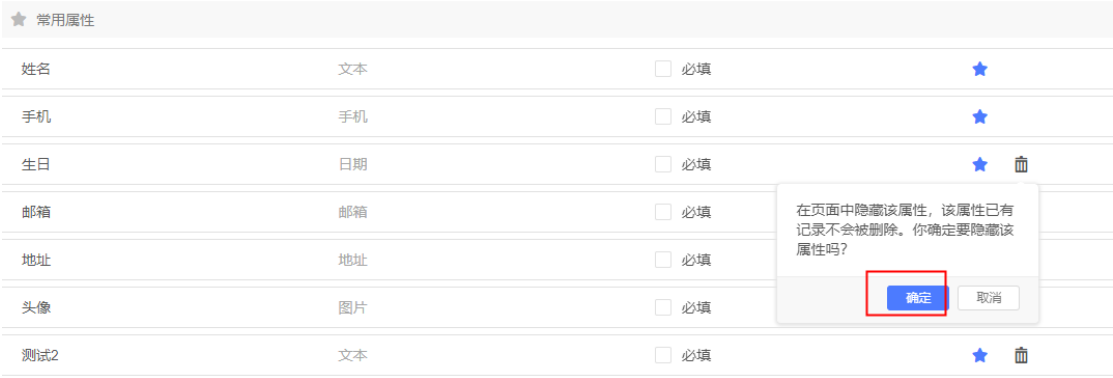
iii. 设置为**常用属性**方法，如下图所示：

a. 拖拽左侧**客户属性**的字段至**常用属性**列表。

b. 选择指定**非常用属性**点击**设为常用**的图标。

iv. 点击**常用属性**中字段的**删除**图标，弹出确认框进行二次确认，点击**确实**按钮，则该字段被删除。

> **注意**
>
> 仅自定义客户属性支持隐藏。



v. 设置为**非常用属性**方法，如下图所示：

a. 拖拽左侧**客户属性**的指定字段至**非常用属性**列表。

b. 选择指定**常用属性**后点击**设为非常用**的图标。

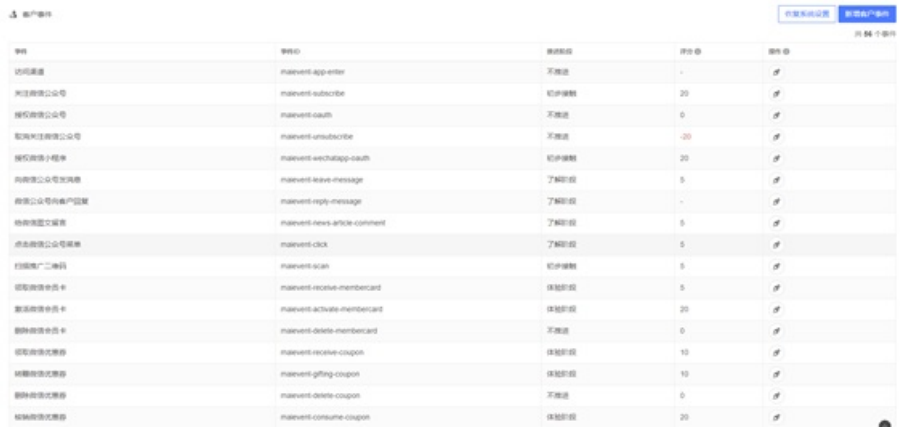
8.3.6. 客户事件

客户在与品牌交互过程中发生的动作会用**客户事件**来记录。社交互动模块会默认记录基础的客户事件（主要是微信层面的交互）。系统为每个默认事件定义不同的事件属性，以便更精确地描述该事件，丰富客户的行为数据，更好地描绘客户画像。

客户事件列表

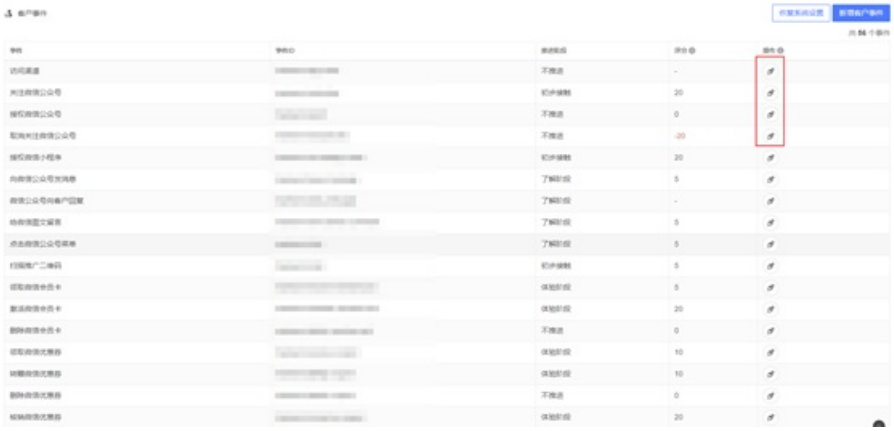
1. 在**客户>客户事件**页面，可以查看事件名称、事件ID、推进阶段、事件评分等基本信息。如下图所示：

> **说明**
>
> 推进阶段与客户阶段一致，表示客户发生某个行为后与品牌间的联系程度。比如：将“关注微信公众号”事件的推进阶段设置为“初步接触”，即品牌认为一个客户在关注微信公众号后与品牌产生了初步接触。推进阶段与客户对品牌的整个生命周期密切相关。



2. 事件评分是用来量化一个具体的事件代表的交互价值。由于不同的客户行为对品牌的意义是不同的，其交互价值的高低就通过事件评分来反映。客户每发生一次客户事件便有相应的加分，而分值的高低则反映出客户的整体交互价值。

3. 在客户事件列表页选择指定的客户事件，点击**编辑**按钮。如下图所示：



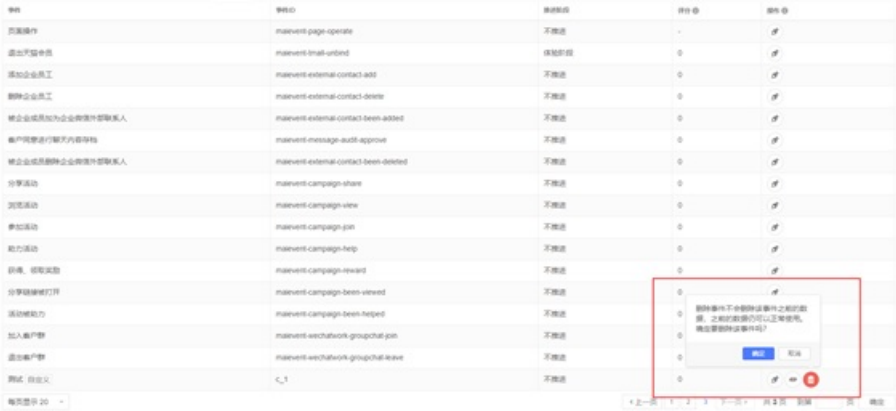
4. 进入**编辑客户事件**页面，可修改其事件评分及推进阶段。如下图所示：

说明

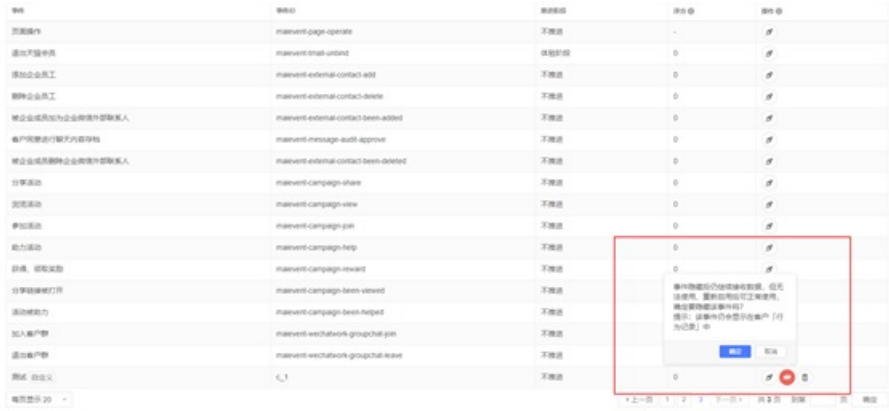
- 事件评分可正可负。评分为正值即代表客户发生一个与品牌关系正向推进的事件，分值越大客户与品牌的联系更紧密；而评分为负值则代表客户发生一个与品牌关系负向推进的事件，比如“取消关注微信公众号”。
- 不同的客户事件推荐设置为不同的事件评分和推进阶段，方便品牌考量每个客户的交互价值。

5. 在**客户>客户事件**页面，点击**新增客户事件**按钮，进入新增客户事件页面。填写事件名称、事件ID、事件评分、选择推进阶段及事件附加属性。点击确定按钮，则成功新增一个客户事件。如下图所示：

6. 在客户事件列表页，可选择指定的自定义客户事件进行**删除**。系统默认事件不支持删除。删除时会弹出提示框进行二次确认防止误操作。点击**删除**按钮，则该自定义客户事件将被删除。如下图所示：



7. 在客户事件列表页，支持选择指定的自定义客户事件进行隐藏。点击**隐藏**图标后弹出提示框进行二次确认。点击确定按钮，则该自定义客户事件将被隐藏。隐藏的客户事件可重新设置为显示状态。如下图所示：



8.3.7. 客户资料评分

依据客户资料（例如：有无手机号、地域、行业、职位等）的信息完整度，结合预设的价值判定规则，来估算该客户的商业价值。 系统默认客户所有资料字段的评分规则为空；自定义客户属性也支持配置资料评分规则。

评分规则分类

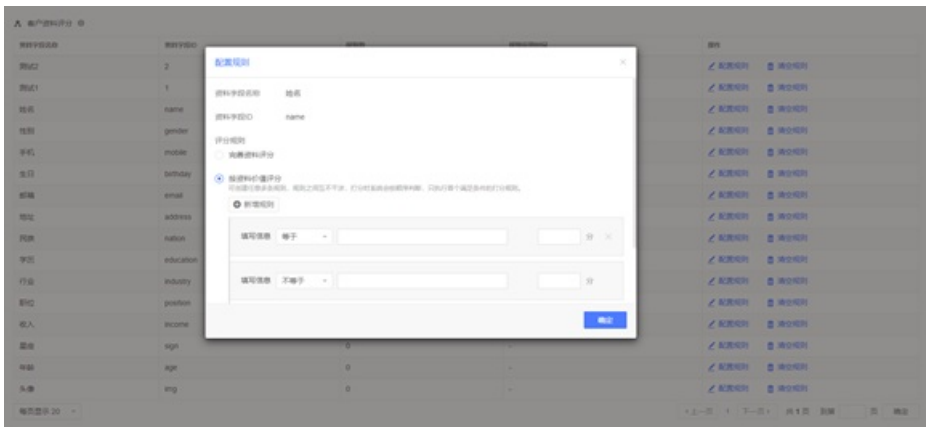
主要分为以下两类：

- 完善资料评分：客户只需要提交该资料字段的信息即可获取分值。
- 按资料价值评分：基于客户填写信息的价值高低给予不同的分值。允许管理员创建不同规则去匹配不同价值的资料信息。

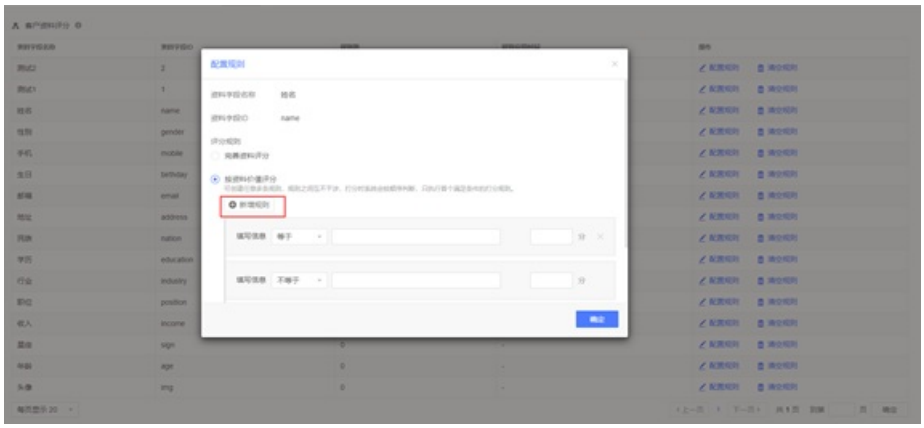
1. 完善资料评分：
   i. 在**客户>客户资料评分**页面，点击指定字段的**配置规则**按钮，弹出“配置规则”弹窗。如下图所示：

   ii. 填写完善资料评分的分值（支持正整数或0），点击**确定**。
   iii. 在客户资料评分列表页，该字段**规则数**增加。
2. 按资料价值评分：

i. 在**客户>客户资料评分**页面，点击指定字段的**配置规则**按钮，弹出**配置规则**弹窗。点击**按资料价值评分**前面的单选按钮，展开规则内容设置。根据填写内容的重要程度给予不同的分值以区分出资料质量的高低。如下图所示：



ii. 支持新增评分规则。如下图所示：

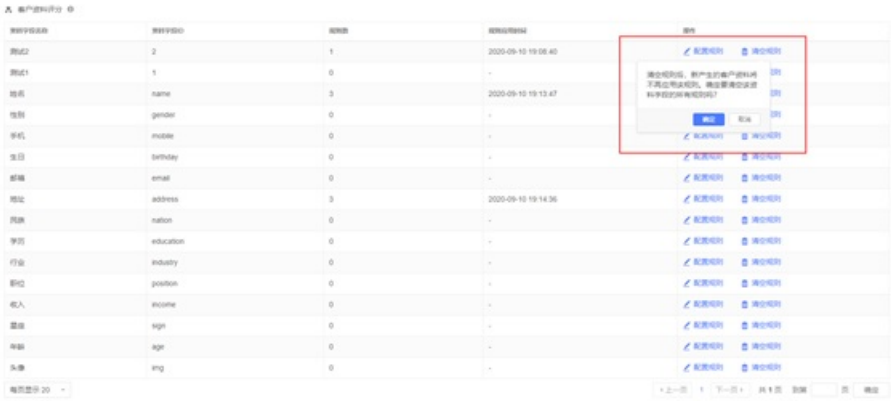


iii. 支持**删除**规则。需二次确认方可完成删除操作。如下图所示：

iv. 配置完成后，该属性字段下的**规则数**增加。

清空规则

1. 在**客户>客户资料评分**页面， 选择指定属性，点击**清空规则**按钮，弹出二次确认框。如下图所示：



2. 点击确定按钮，将会清除该属性字段下的所有匹配规则。

评分规则

- 首次评分规则设置完成，原有客户在没有新资料被记录到系统之前，资料评分为0分。
- 设置评分规则后，从规则开始应用的时间起，所有新产生的客户资料都将应用新的规则计算分值，并累加到原始分值上。
- 规则设置完成后，客户任意属性被更改都将触发新的规则计算分值。

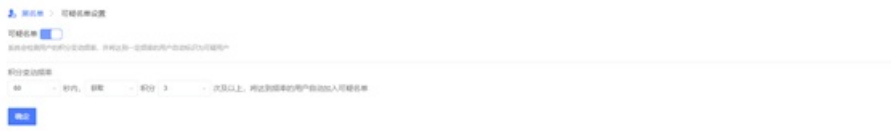
8.3.8. 黑名单

为了防止终端用户利用各种手段对系统进行盗刷，因此社交互动模块可设置可疑名单和黑名单。通过对用户的积分获取/消耗频率进行监测，当其超过一定幅度后，则将当前用户标记为可疑用户，管理员可查看可疑名单用户，并可将可疑用户进一步添加到黑名单实施惩罚。也可直接将一个用户添加到黑名单进行惩罚。

设置可疑名单

1. 在**客户>黑名单**页面，可疑名单设置入口默认为关闭状态。如下图所示：

2. 点击**可疑名单设置**按钮，进入可疑名单设置页面。如下图所示：

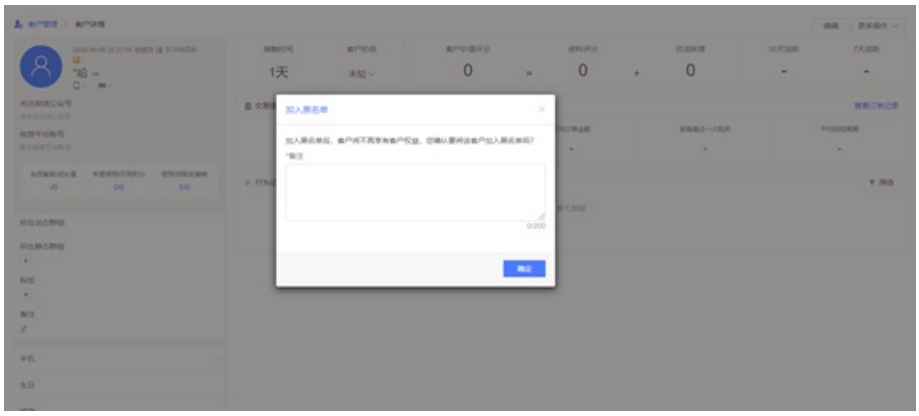


> 说明
>
> 可疑名单设置规则：支持在一段时间内（以秒为单位）对用户的积分获取/消耗频次进行监测，当达到预设的频率后，用户将被自动进入可疑名单。

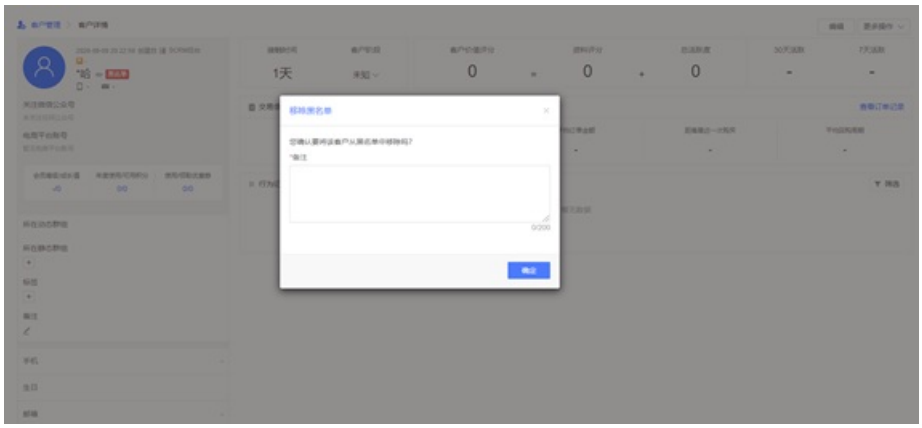
3. 可疑名单列表可在**客户>黑名单**页面的可疑名单列表页查看。支持将可疑用户添加到黑名单，也可将其从可疑名单中移除。

设置黑名单

1. 在**客户>客户管理**页面中的客户列表页，搜索到要添加到黑名单的用户，点击该用户编号，进入客户详情页面。点击页面右上角**更多操作-加入黑名单**，填写备注信息后即可将该用户加入到黑名单。如下图所示：



2. 在客户详情页面中，可将可疑用户和黑名单用户从各自列表中移除。如下图所示：



> 说明
>
> - 黑名单用户不可被合并。
> - 无法在后台为黑名单用户兑换产品码或兑换商品。

8.4. 优惠券

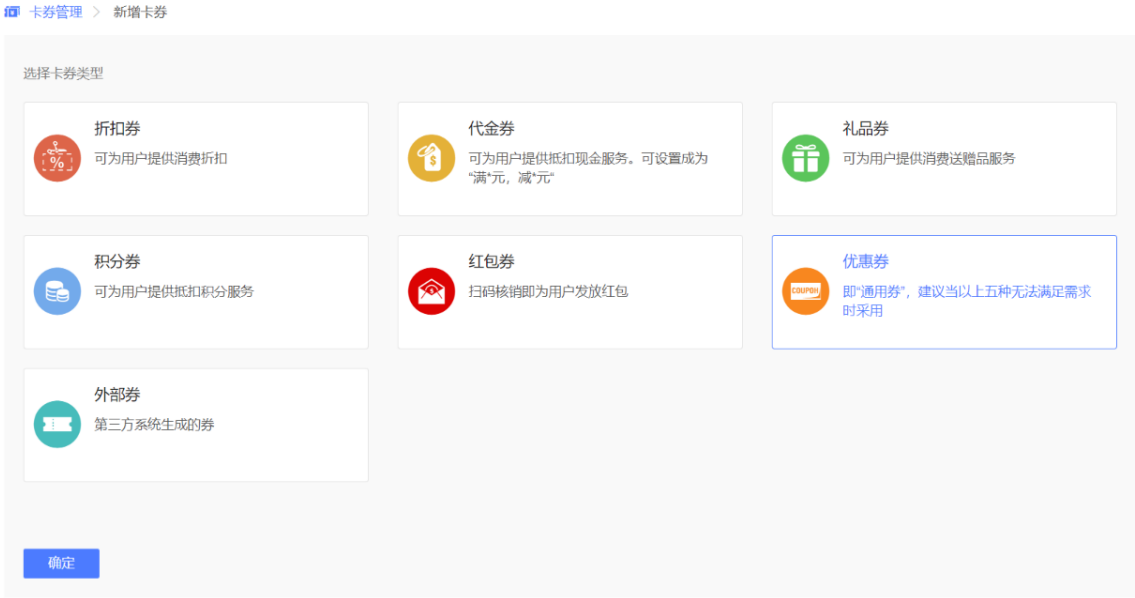
8.4.1. 优惠券

优惠券页面管理卡券，包括新增卡券、查看卡券详情、编辑卡券的库存及有效期、推广卡券和删除卡券。

新增卡券

卡券类型包含折扣券、代金券、礼品券、积分券、红包券，此外还有优惠券（当以上五种无法满足需求时，建议创建优惠券作为通用券）、外部券（第三方系统生成的券）。

1. 选择**社交互动**>所在工作空间>**优惠券**，进入优惠券页面。
2. 单击右上角的**新增卡券**，进入**选择卡券类型**页面，如下图所示。



> **说明**
>
> 对于红包券：
>
> - 红包券只有已开通支付功能的渠道可用。
> - 红包券一旦创建，金额及数量不可修改。

3. 选择需要的卡券类型后，单击**确定**，进入填写卡券信息页面。以优惠券为例，如下图所示。

卡券管理 > 新增卡券

卡券类型: 优惠券

基本信息

*卡券标题

0/30

建议填写卡券提供的服务或商品名称，描述卡券提供的具体优惠

*卡券图片

建议750 * 420像素，大小不超过10M，格式为jpg、png、jpeg

添加图片

*有效期

yyyy/mm/dd - yyyy/mm/dd

领取后 当天 生效，有效天数 30 天

领取后即刻生效，有效期 1小时

使用条件

适用商品

本券适用的商品，目前支持按照SKU选择

领取设置

领券限制

1 张

每个用户领取上限，如不填，则默认为1

*券码和库存

领券时随机生成券码

不限库存

限制库存

系统预生成券码

预先生成券码，并支持导出券码与第三方对接

外部导入券码

使用设置

自助核销

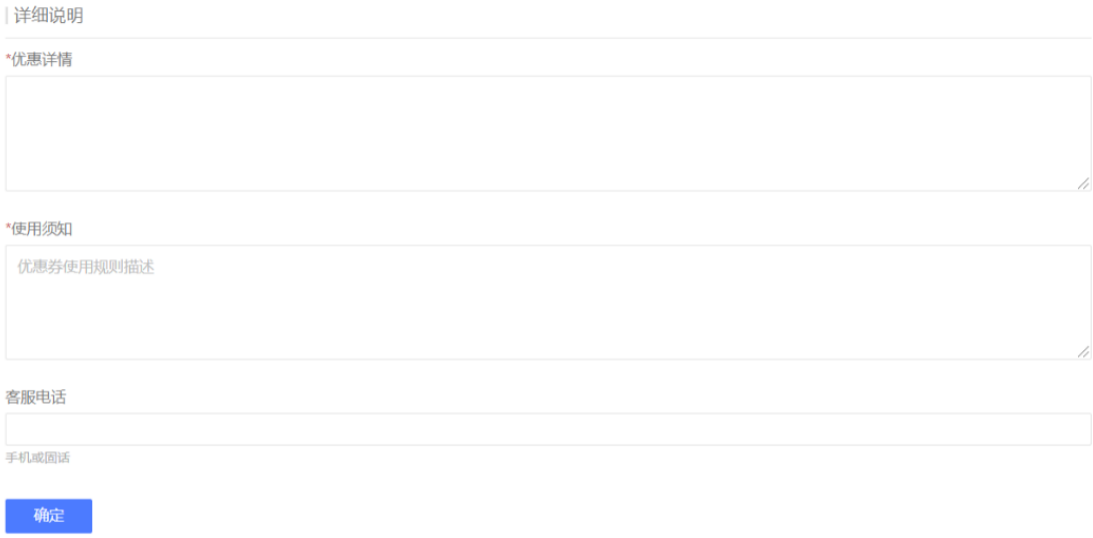
消费者到店后可通过自助点击卡券上的核销按钮自助核销

过期提醒

设置后，优惠券过期前会给用户发送消息提醒。注意需要小于优惠券的有效期，否则用户收不到消息

*操作提示 插入超链接

建议引导用户到店出示卡券，由店员完成核销操作



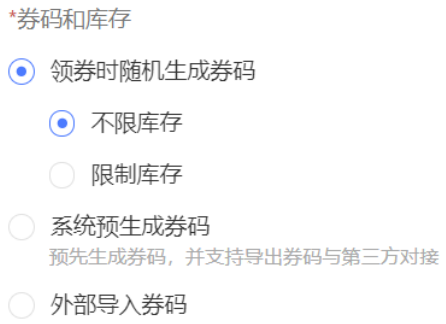
4. 根据提示填写优惠券的信息。

   部分配置项说明如下：

   - **有效期**：有效期分三种：
     - 指定日期内有效。
     - 领取后当天（即立即生效）或指定天数后生效，并设置有效天数。
     - 领取后立即生效，有效期设置在1~23小时内。

   - **最低消费**：代金券支持选择设置最低消费，消费者达到最低消费额后才可使用代金券。
   - **适用商品**：消费者只有购买某商品才可使用该卡券（目前只支持选择单个商品）。
   - **券码和库存**：支持三种券码生成方式：
     - 领券时随机生成券码：支持不限库存和限制库存，选择限制库存时，库存数量只允许输入正整数。
     - 系统预生成券码：需要输入库存数。

- 外部导入券码：通过上传文件导入券码，支持多次导入，每次导入文件中最多包含10万个券码。若导入文件中包含格式不正确、重复或已存在的券码，这部分券码将导入失败，页面将提供导入失败券码的下载入口。



- **自助核销**：选择后，卡券会提供自助核销的入口，消费者到店后可通过核销按钮自助核销。
- **转赠设置**：折扣券、代金券、礼品券支持转赠给好友，转赠后仅改变卡券的所属权，不改变有效期和库存，如下图所示。若选择**好友领取后通知赠送者**，则需要设置公众号模板消息或短信消息作为通知内容。

- **过期提醒**：支持在卡券过期前发送过期提醒给消费者。选择发送时间，并设置公众号模板消息或短信消息作为通知内容。

5. 卡券信息填写完成后，单击页面下方的**确定**，卡券新增成功，该卡券显示在卡券列表中。

编辑卡券库存、有效期

支持在卡券列表中编辑卡券库存、有效期。

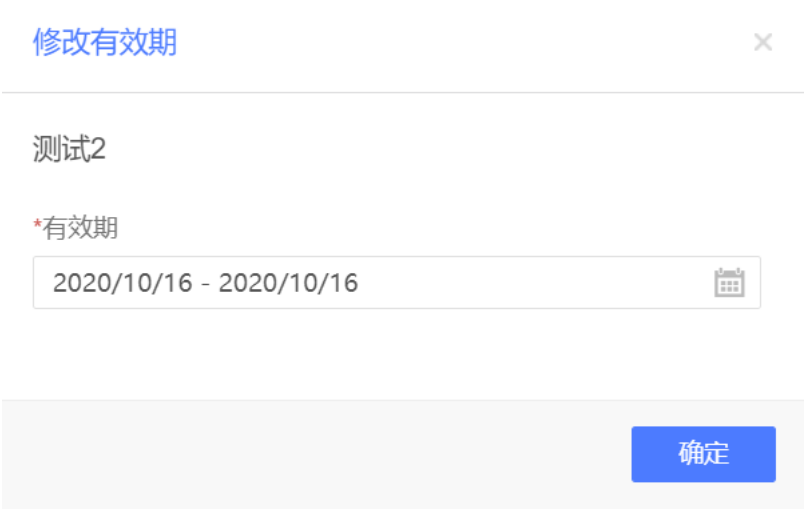
- 编辑库存：

  i. 在库存一栏中，单击卡券的 图标，进入库存编辑页面，如下图所示。

  ii. 修改卡券的库存，单击**确定**，库存修改成功，新的库存在列表中显示。

- 编辑有效期：

  i. 在有效期一栏中，单击卡券的 图标，进入有效期编辑页面，如下图所示。



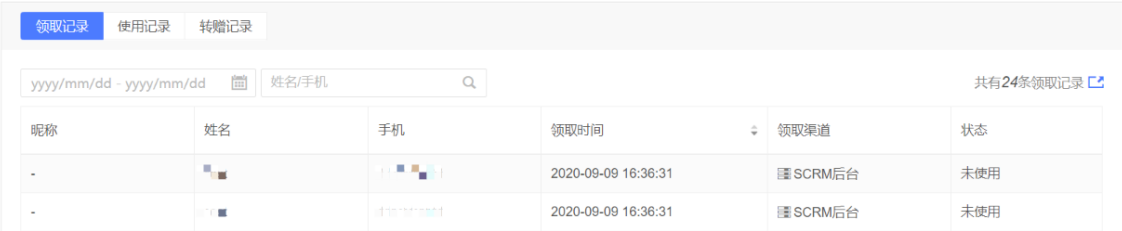
  ii. 修改卡券的有效期，单击**确定**，有效期修改成功，新的有效期在列表中显示。

查看卡券数据、详情

1. 单击卡券列表中的卡券名称，进入**卡券详情**页。
2. 支持在**数据**页签查看卡券数据。

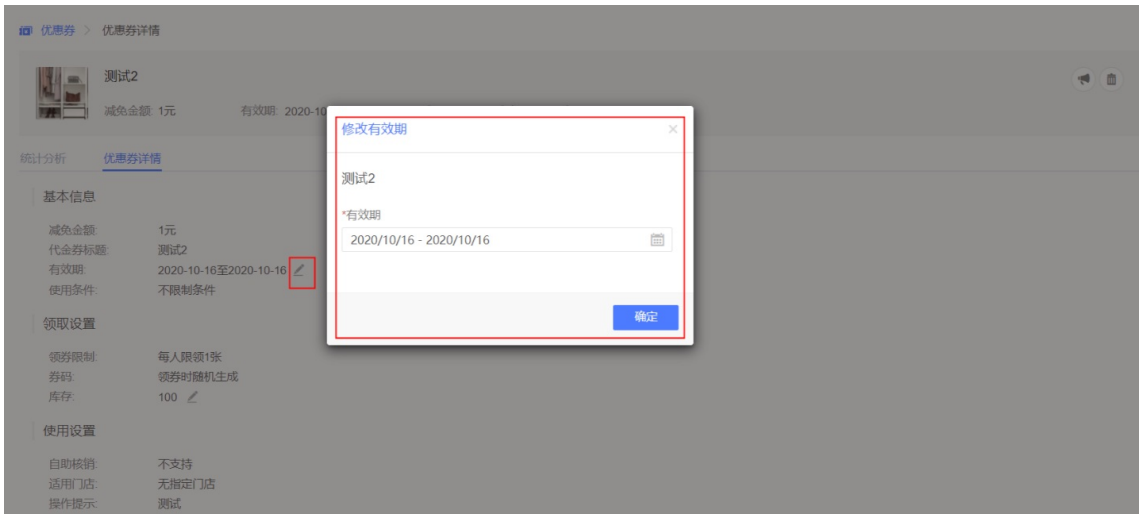
- 卡券关键指标：已领取和已使用。

- 关键指标趋势：报表默认显示一周的统计数据，可以选择不同的时间段来查看不同时间的统计数据。
- 查看领取记录和使用记录：领取记录与使用记录支持按照时间区间、昵称、姓名、手机号搜索，输入框中搜索的匹配方式为完全匹配。

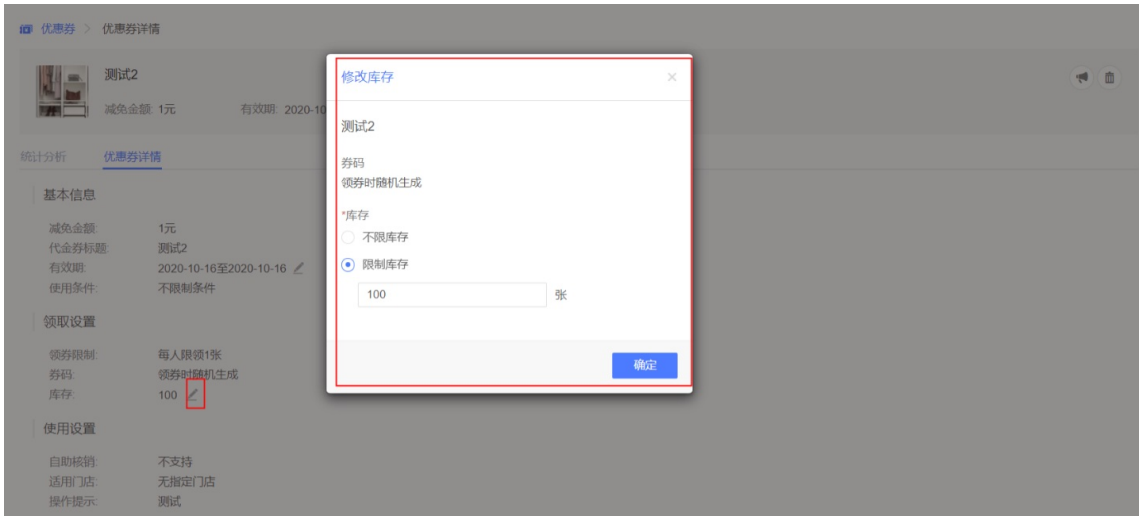


3. 在**卡券详情**页签，可查看卡券详情，如下图所示。

- 支持在详情页面修改卡券有效期，单击有效期后的**编辑**图标，即可进行修改，如下图所示。



- 支持在详情页面修改库存，单击库存后的**编辑**图标，即可进行修改，如下图所示。



推广卡券

支持通过URL、二维码推广卡券。您可以通过以下操作获得URL、二维码：

1. 在卡券列表选择需要推广的卡券，单击操作列的 图标，弹出**推广卡券**窗口，如下图所示。

2. 在**推广卡券**窗口获取URL、二维码。
   - **URL推广**：
     a. 选择推广渠道。

b. 进入推广卡券页面后，单击**复制**图标，如下图所示，将复制得到的URL用于推广。

- **二维码推广**：

  a. 选择推广渠道。

  b. 选择二维码尺寸。系统支持五种不同尺寸的二维码下载，可以选择一种或多种尺寸，单击**下载**按钮同时下载，如下图所示。

  c. 选择是否在**二维码嵌入logo**。

- 如要嵌入常用logo，选择**常用logo**，在备选的常用logo中选择一个。单击**下载**按钮，完成二维码下载，如下图所示。

- 如要自定义二维码的logo，选择**自定义logo**，单击**添加图片**，从弹出的图片素材选择框中选择一张图片，单击**确定**，所选图片添加为logo。单击**下载**按钮，完成二维码下载。

> **说明**
>
> - 系统自动保存上次用户选择使用的logo，添加过图片就会自动保存供下次默认使用。
> - 当您更改了推广渠道后，关闭推广弹窗后再次打开，默认显示之前选择的渠道。

删除卡券

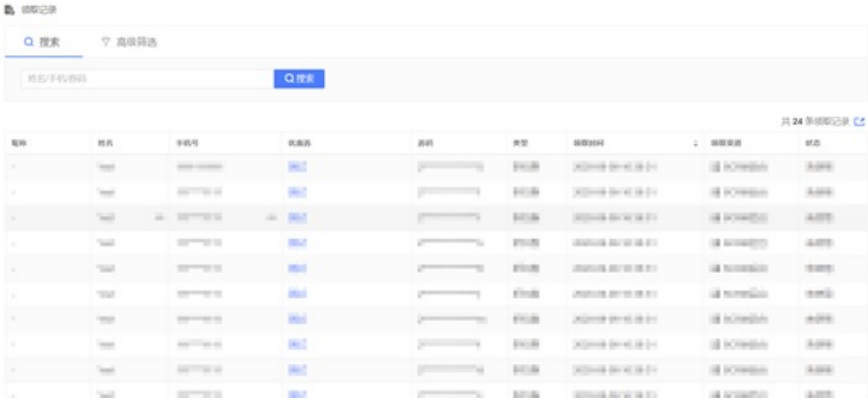
1. 选择需要删除的卡券，单击**删除**图标，弹出确认窗口，如下图所示。

2. 单击**确定**，该卡券被删除，删除的卡券不再页面列表中显示，但已领取的卡券依然有效。

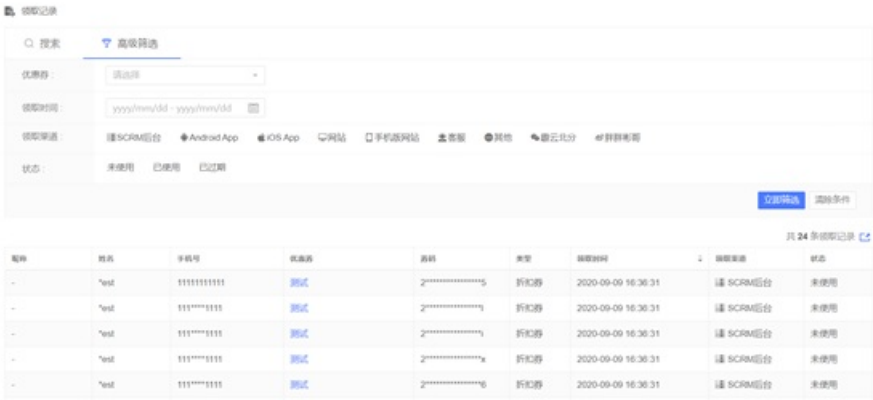
8.4.2. 领取记录

用户成功使用优惠券后，便生成一条领取记录。

1. 在**领取记录**页面，支持查看所有发放优惠券的记录。如下图所示：



2. 姓名和手机号使用个人信息保护，只有有权限的用户可以点击**查看**按钮查看全名或者完整的手机号。
3. 搜索领取记录。
   i. 按昵称、姓名、手机和券码搜索：在搜索框中输入查询信息，点击**搜索**图标，完成精确匹配的搜索，符合条件的记录将被展示在列表中。
   ii. 按高级筛选搜索：搜索和高级筛选互斥。高级筛选条件包括优惠券名称、领取时间、领取渠道（可多选）和状态（可多选），支持同时选择多个条件进行组合筛选，点击**立即筛选**按钮完成搜索，符合条件的记录将被展示在列表中。 如下图所示：



8.4.3. 使用记录

用户成功使用优惠券后，便生成一条使用记录。

1. 在使用记录页面，展现所有优惠券的使用记录。如下图所示：

2. 搜索使用记录。
   i. 按昵称、姓名、手机号和券码搜索：在搜索框中输入查询信息，点击**搜索**图标，完成搜索，符合条件的记录将被显示在列表中。
   ii. 按高级筛选搜索：搜索和高级筛选互斥。高级筛选包括优惠券名称、优惠券类型、使用时间和核销门店，支持同时选择多个条件进行组合筛选，点击**立即筛选**按钮完成搜索，符合条件的记录将被显示在列表中。
   iii. 核销门店支持筛选地理位置或输入门店名/编号查找，门店名为模糊匹配，门店编号精准匹配并且不限大小写。如下图所示：

8.5. 推广活动

8.5.1. 幸运抽奖

在**推广活动>幸运抽奖**页面，支持查看所有已创建的活动，活动默认按照创建时间倒序排序。如下图所示：

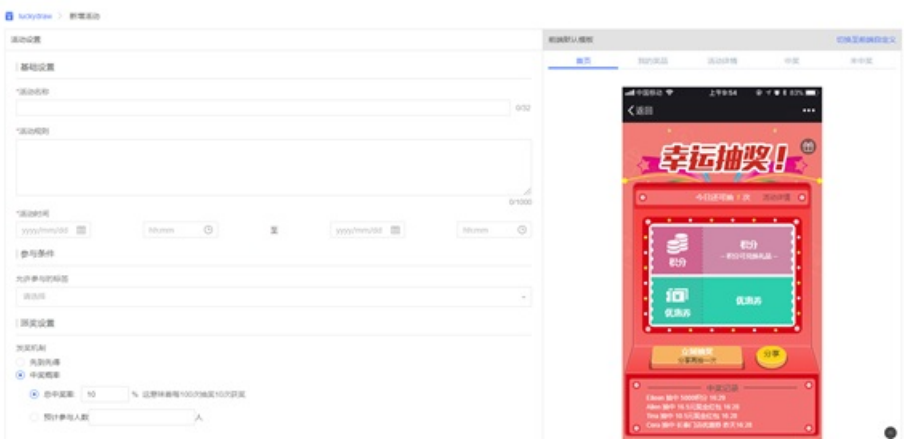
1. 点击**活动时间**表头区域，切换按活动开始时间正序或倒序排序。如下图所示：

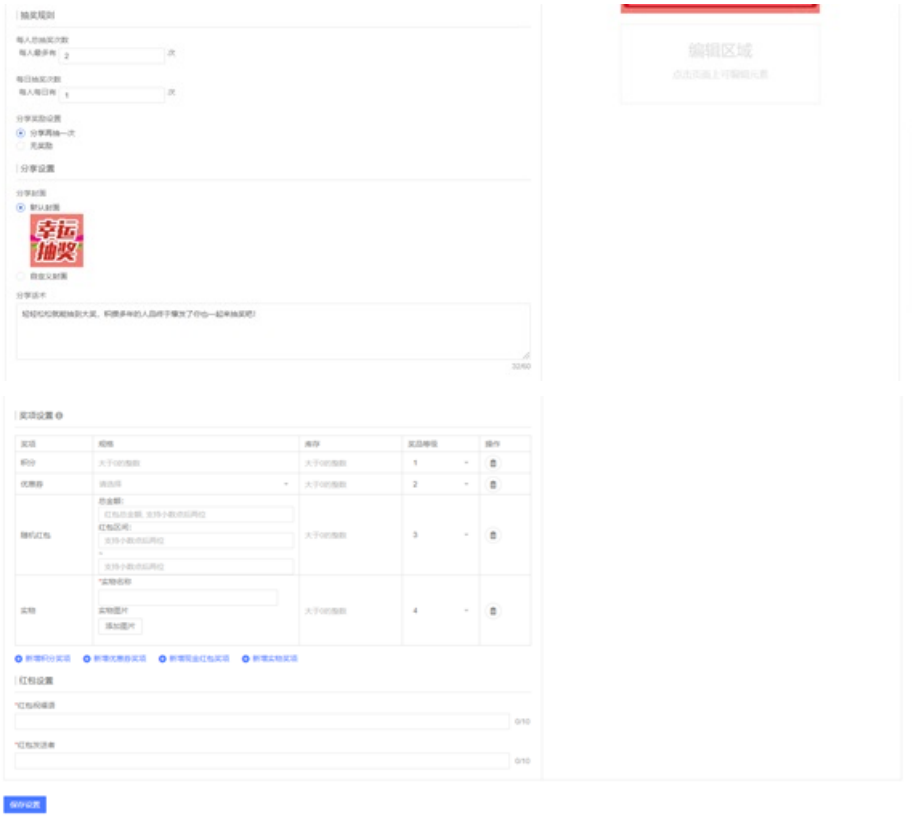
2. 幸运抽奖列表支持按照活动时间搜索活动记录。点击时间筛选框，选择开始日期和结束日期，点击**应用**按钮，可按选中的时间段筛选记录。如下图所示：

新增抽奖活动

i. 在**推广活动>幸运抽奖**页面，点击**新增抽奖活动**按钮进入新增活动页面。如下图所示：

ii. 填写活动基础设置、参与条件、派奖设置、抽奖规则、分享设置、奖项设置、红包设置信息，填写后点击**保存设置**按钮保存。如下图所示：



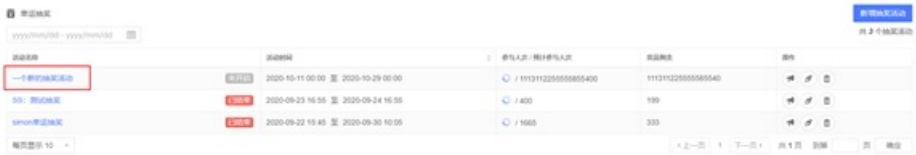


- 基础设置：填写活动名称、活动规则、活动时间，均为必填。
- 参与条件：非必填，若不设置，默认所有用户可参与活动；若设置，可设置允许参与的标签，选择标签后，仅拥有任一指定标签的用户才能参与活动。
- 派奖设置：可设置为先到先得或中奖概率类型。先到先得类型在奖品未发送完毕的情况下，所有用户抽奖均能中奖。中奖概率类型可设置总中奖率或预计参与人数，通过奖品数量和设置来计算用户中奖概率。
- 抽奖规则：可设置每人总抽奖次数、每日抽奖次数、分享奖励设置。
- 分享设置：可设置分享活动时，分享框上分享封面和分享话术信息。
- 奖项设置：设置活动奖项、库存、等级等信息，可支持添加积分、优惠券、红包、实物奖励。
- 红包设置：设置红包祝福语、红包发送者信息，该信息显示在公众号给用户发送的红包上。

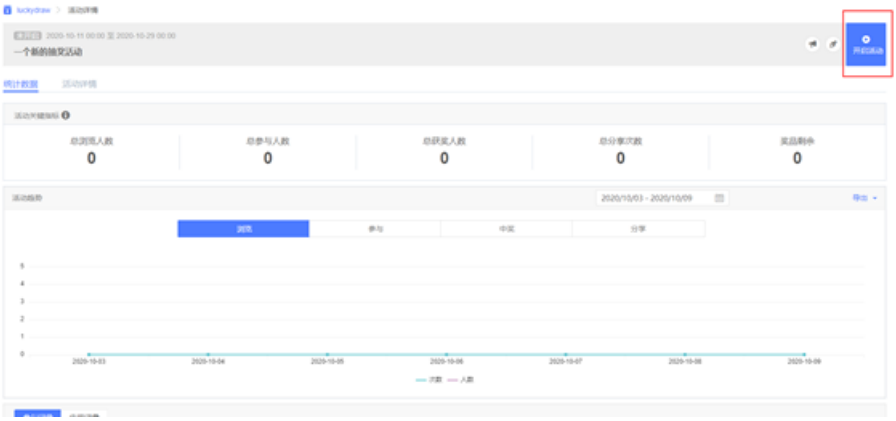
iii. 保存成功后页面返回幸运抽奖列表，新增的活动显示在列表第一条记录，且新增的活动默认为**未开启**状态。活动需要开启后用户才能参与。如下图所示：

开启/停止活动

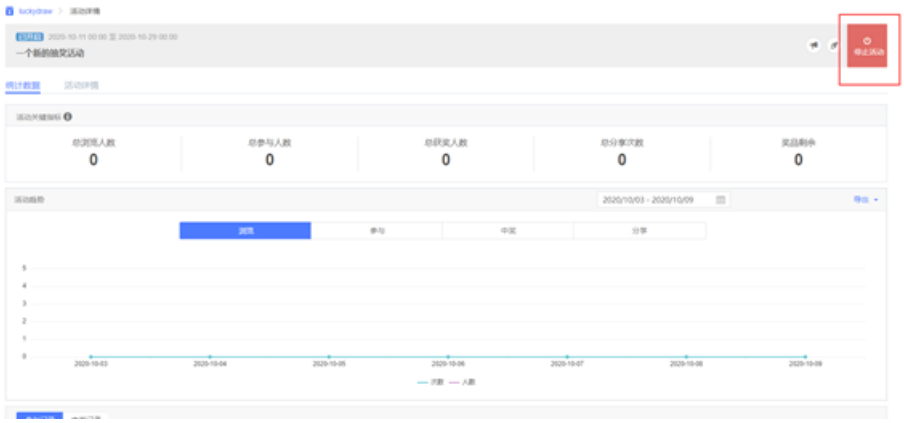
i. 在**推广活动>幸运抽奖**页面，点击未开启活动的活动名称进入活动详情页面。如下图所示：



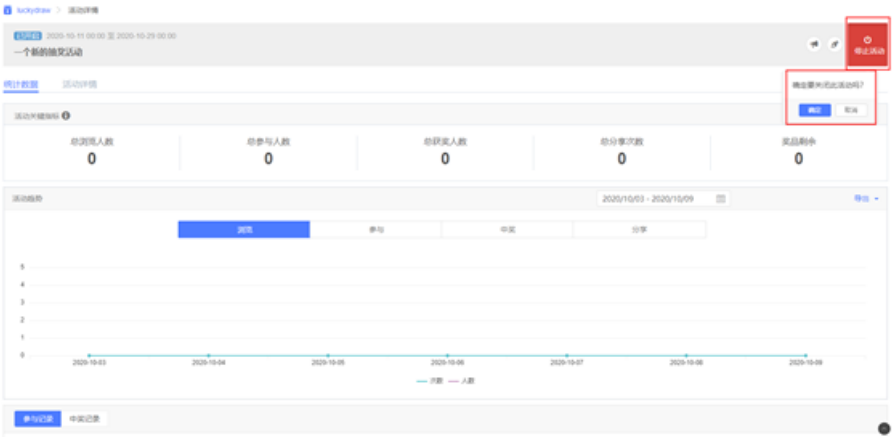
ii. 点击页面右侧**开启活动**按钮。如下图所示：



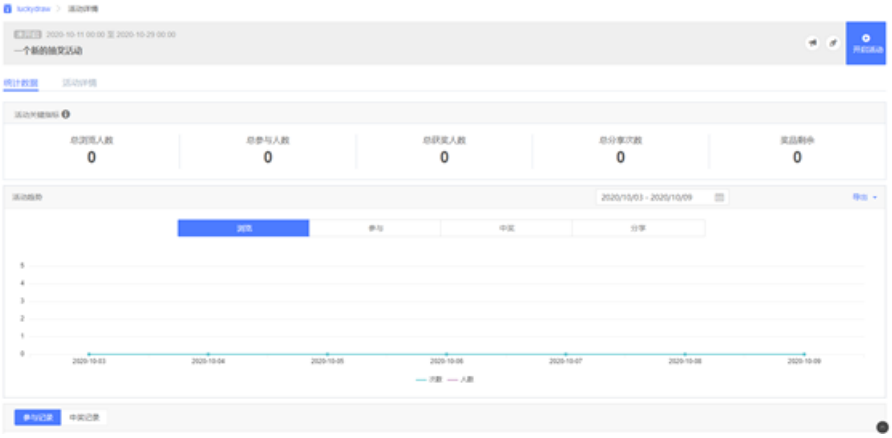
iii. 活动开启成功后，**开启活动**按钮更新为**停止活动**按钮。如下图所示：



iv. 在已开启的活动详情页面，点击**停止活动**按钮，在弹出的弹框中点击**确定**按钮可停止活动。如下图所示：



v. 停止后，**停止活动**按钮更新为**开启活动**按钮，活动停止后用户不能参与活动。如下图所示：

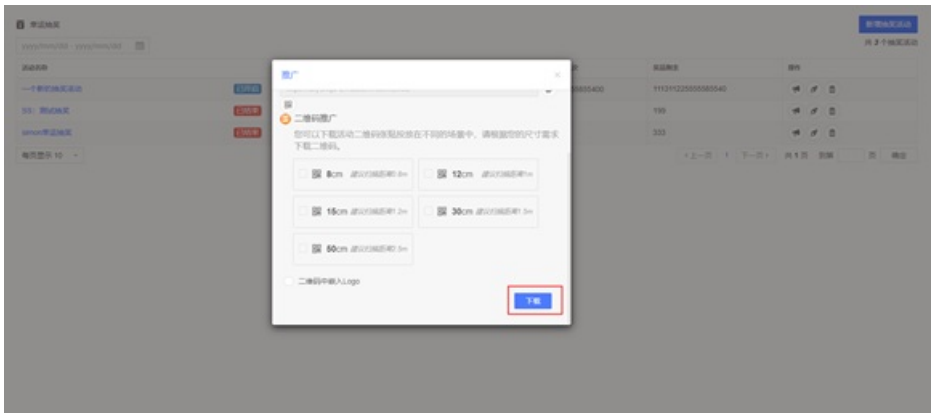


推广活动

i. 在**推广活动>幸运抽奖**页面，点击活动右侧的**推广**图标。如下图所示：

ii. 幸运抽奖活动支持使用**URL推广**和**二维码方式推广**。若使用URL推广，点击URL右侧**复制**按钮，复制链接后，将活动链接接入到公众号菜单栏或复制到图文消息或网页中。如下图所示：

iii. 若使用二维码推广，可下载活动二维码后将二维码张贴投放在不同的场景中。如下图所示：



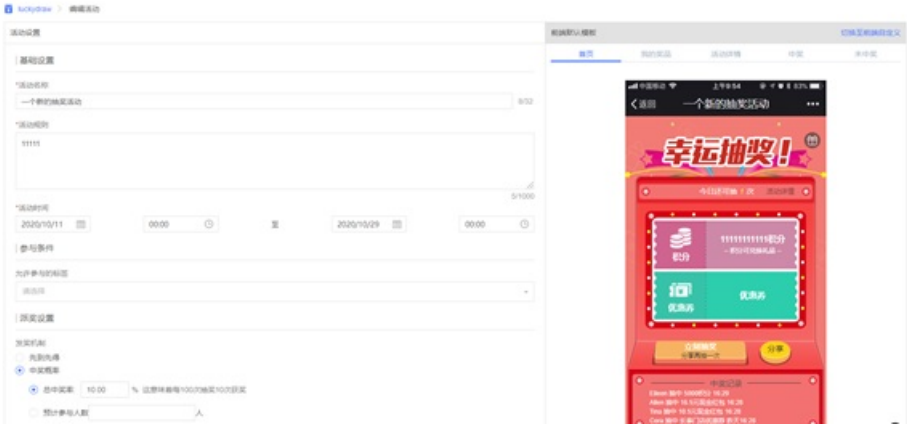
- 下载不带logo的二维码：**选择二维码尺寸**是必填项。系统支持5中不同尺寸的二维码下载。可以全选尺寸下载，也可以选择其中的一种或若干种尺寸，点击**下载**按钮同时下载。
- 下载带常用logo的二维码：勾选**选择二维码尺寸**，勾选**二维码中嵌入Logo**，默认选择常用logo的第一个，用户可以选择其余的4个常用logo。点击**下载**按钮，完成二维码下载。二维码名称显示为“二维码推广_二维码边长尺寸”。
- 下载自定义logo的二维码：勾选**选择二维码尺寸**，勾选**二维码中嵌入Logo**，选**择自定义Logo**，点击**添加图片**，选择Logo图片，点击**确定**按钮，再点击**下载**按钮，完成二维码下载。
- 系统自动保存上次用户选择使用的Logo。

> **注意**
>
> 添加过图片就会自动保存供下次默认使用。

编辑活动

i. 在**推广活动>幸运抽奖**页面，点击状态为未开启的活动右侧**编辑**图标，进入编辑活动页面。如下图所示：

ii. 在编辑页面，编辑活动信息，编辑后点击**保存设置**按钮保存。如下图所示：

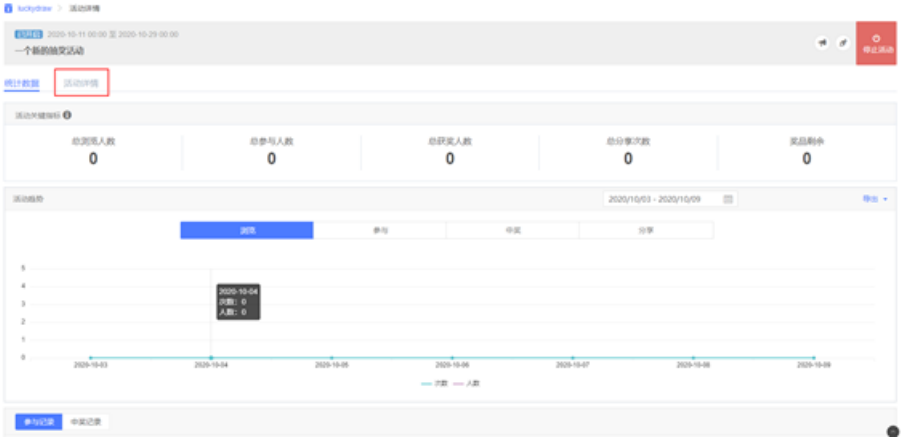


iii. 保存成功后进入活动详情页面，可点击**开启活动**按钮开启活动，活动按修改后的信息生效。如下图所示：

查看活动详情

i. 在**推广活动>幸运抽奖**页面，点击活动名称进入活动详情页面。如下图所示：

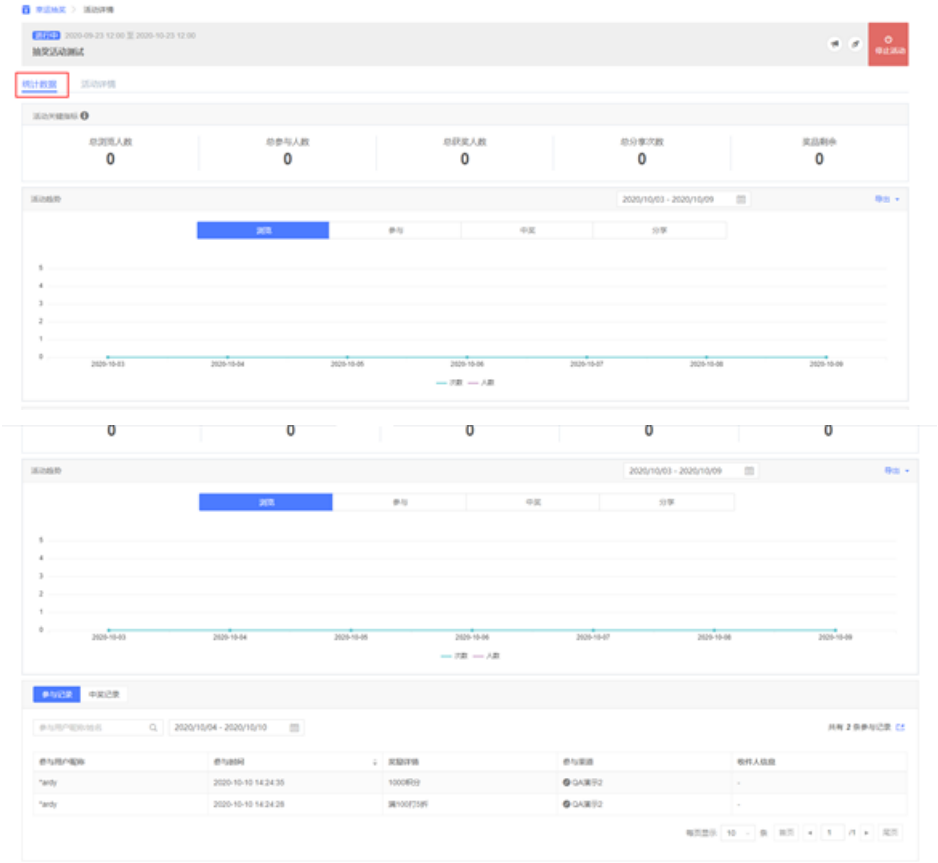
ii. 在活动详情页面，点击**活动详情**可查看已配置的活动详情信息。如下图所示：



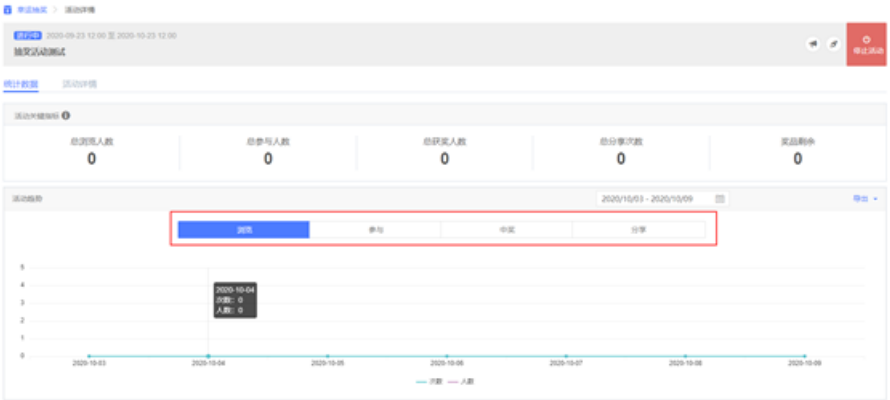
查看活动统计数据

i. 在**推广活动>幸运抽奖**页面，点击活动名称进入活动详情页面。如下图所示：

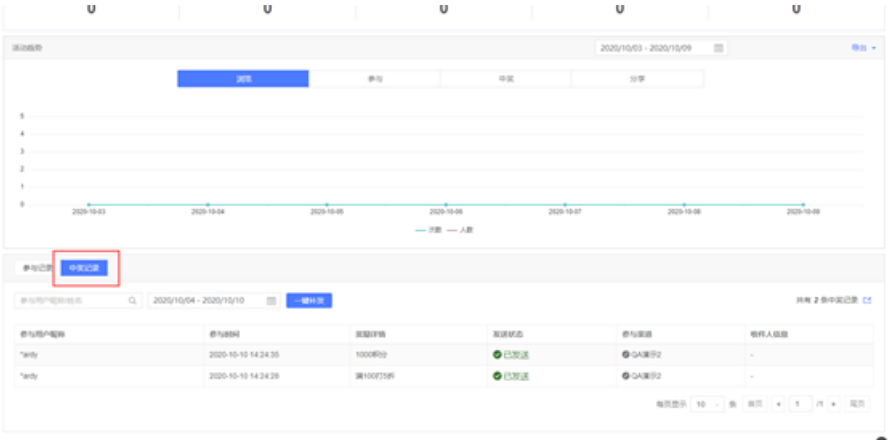
ii. 在**幸运抽奖>活动详情>统计数据**页面，支持查看当前活动统计数据。如下图所示：



iii. 点击**活动趋势处**的**浏览**、**参与**、**中奖**、**分享**可查看浏览、参与、中奖、分享对应的趋势图。如下图所示：

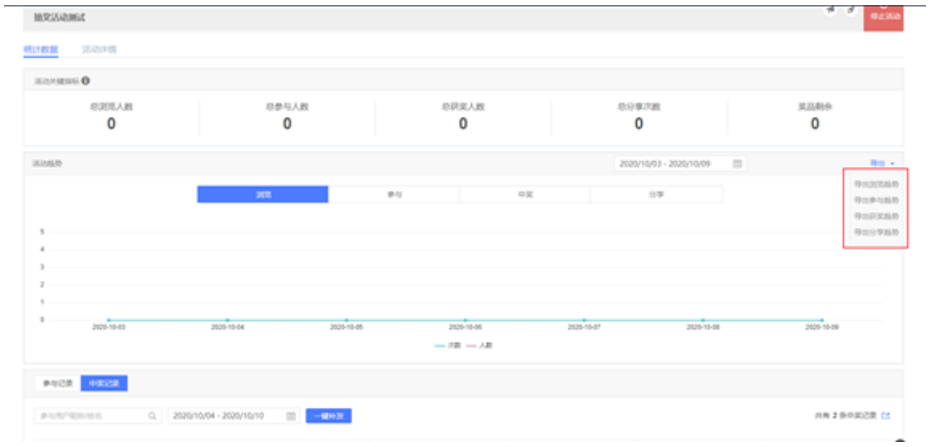


iv. 点击**中奖记录**可查看中奖记录列表，列表显示抽奖且中奖的记录。如下图所示：

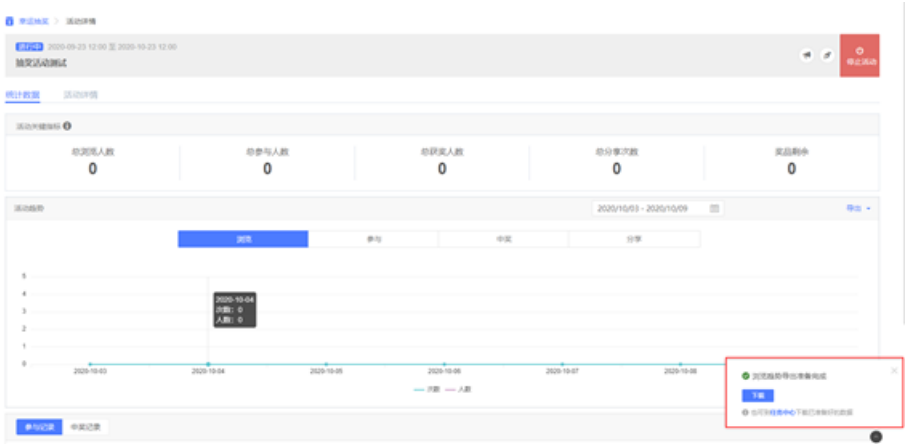


导出活动趋势信息

i. 点击活动趋势处的**导出**按钮，在弹出的弹框中点击需要导出的数据，例如点击**导出浏览趋势**。如下图所示：

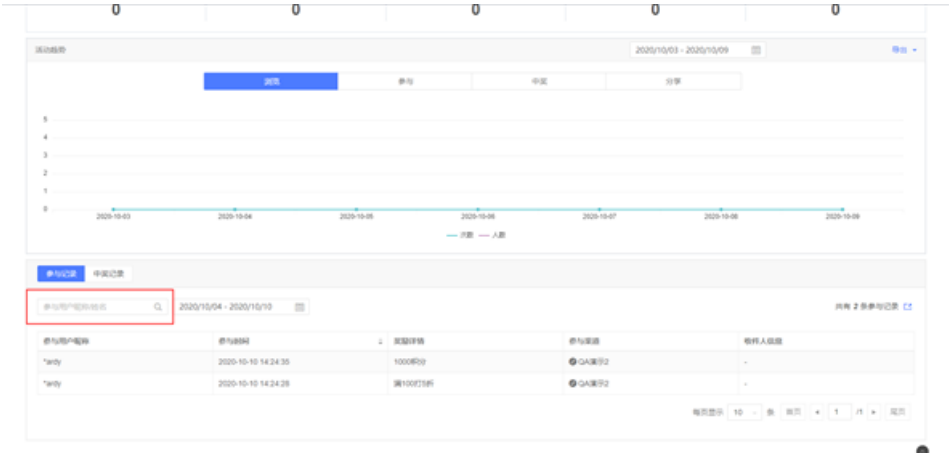


ii. 点击后，页面右下加显示导出数据准备弹框，数据准备完成后点击**下载**按钮即可下载导出文件。如下图所示：

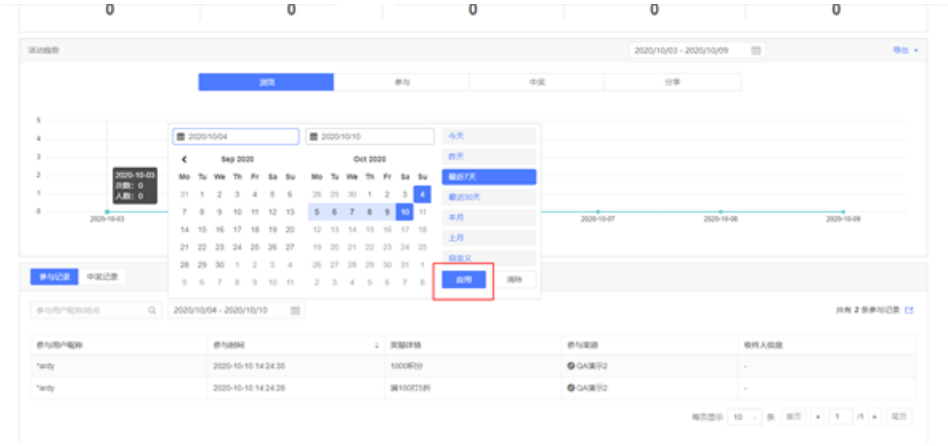


搜索参与记录/中奖记录

- **参与记录**和**中奖记录**支持使用**参与用户昵称/姓名**对记录进行模糊搜索。在搜索框内容输入搜索关键字，按键盘回车键进行搜索，搜索后符合条件的记录显示在列表。如下图所示：



- 参与记录支持使用参与时间进行筛选，中奖记录支持使用中奖时间进行筛选。点击时间筛选框，选择开始时间、结束时间，点击**应用**按钮，可按选中的时间段筛选记录。如下图所示：

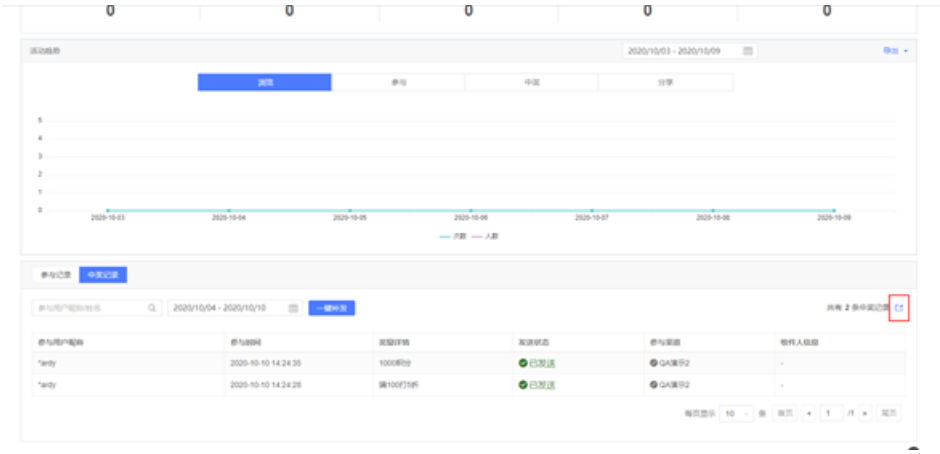


参与记录排序

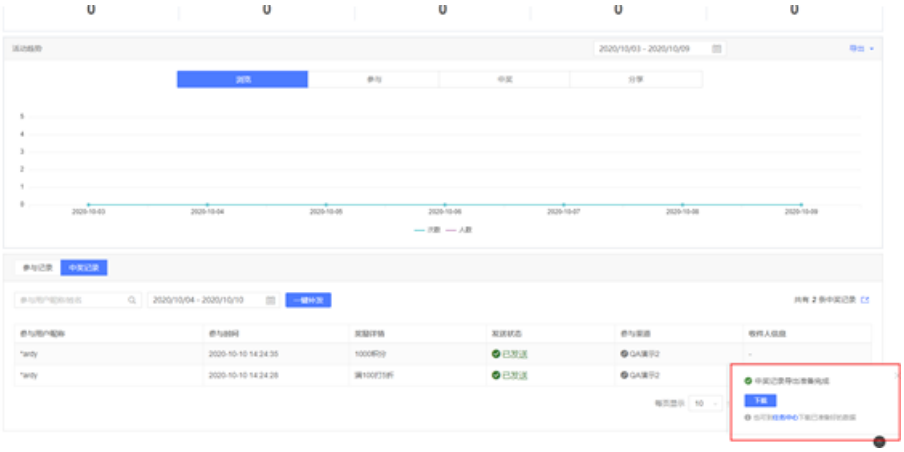
参与记录列表默认按参与时间倒序排序，支持按参与时间正序或倒序排序。点击**参与时间**表头区域，支持按照参与时间正序或倒序排序。如下图所示：

导出参与记录/中奖记录

i. 点击参与记录/中奖记录右侧**导出**图标。如下图所示：



ii. 点击后，页面右下加显示导出数据准备弹框，数据准备完成后点击**下载**按钮即可下载导出文件。如下图所示：



删除活动

在**推广活动>幸运抽奖**页面，点击活动右侧**删除**图标，在弹出的提示框中点击**确定**按钮可删除该活动。如下图所示：

8.5.2. 投票宝

投票宝功能支持品牌在微信公众号中推广运营活动，通过引导用户分享图片吸引好友参与投票的方式提高活动人气，从而品牌可以在短时间内获取大量宣传曝光并吸引大批新用户关注品牌公众号的效果。

活动列表

投票宝功能支持在后台设置活动参与规则和前端展示的活动页面。活动开启后可实时控制活动进程，查看活动记录，以及运营过程中的活动关键指标统计。接下来会对投票宝活动的配置过程和前端页面作详细介绍。

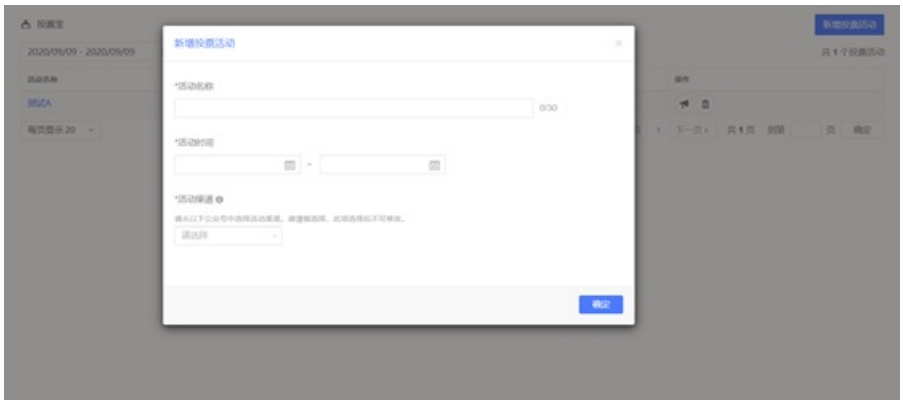
1. 在**投票宝**活动列表页，支持查看投票活动列表、活动时间、活动投放渠道等信息。支持按活动时间进行筛选查找，支持**推广活动**、**删除活动**等管理操作。如下图所示：

2. 筛选时间段选择想要查找的投票活动，完成后展示对应活动时间内的投票活动。如下图所示：

投票活动配置

1. 在**投票宝**活动列表页，点击列表页右上方的**新增投票活动**按钮开始活动流程配置。如下图所示：

2. 在**新增投票活动**页面填写活动名称、活动时间、活动渠道等基本信息。如下图所示：



3. 完成基本信息填写后，进入**投票活动详情**页。如下图所示：

4. 接下来需要先完成**活动规则的设置和活动页面的配置**。可以点击页面提醒事项中的按钮或者页面右侧的按钮前往设置页面。如下图所示：

   i. 点击**设置活动规则**。

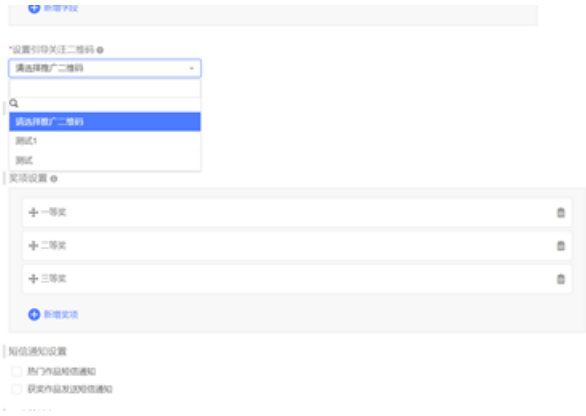
      a. 进入活动规则页，先设置**参赛规则**。对于活动参与人数，可以选择不做限制尽可能多地吸引用户参与活动、关注品牌公众号；或者限定参与人数使得活动更加可控，超出参赛上限人数后用户将无法成功完成活动报名。

b. 对于**参赛作品默认状态**，可以选择默认启用或者默认禁用。默认禁用的逻辑在于每一个参赛作品需人工启用才会展示在前端活动页面中，类似于审核机制。如下图所示：

c. 对于参加活动的用户，我们需要收集报名信息。投票宝默认每个用户需要在报名时提交姓名和手机信息（手机号码需验证），支持新增字段来收集更多的用户信息。

d. 点击**新增字段**按钮填写字段信息。字段名称即收集信息的名称（如：家庭住址、邮箱名称、参赛宣言等），支持设置为“选填”或“必填”。字段类型即字段值的属性，支持单行文本、多行文本、日期、地址、单选、多选等格式。其中，单选、多选类型需要预先设置字段值的可选项供用户在报名时选择。选项值和选项数目可结合该字段代表的实际含义进行设置。一般来说，报名信息项不宜设置过多，更多的信息填写项意味着更高的报名门槛，会直接影响活动参与度。如下图所示：

e. 您需要设置**引导关注二维码**，即活动参与过程中引导用户扫描关注公众号的二维码。需要预先在**公众号>推广二维码**页面进行生成后在下拉列表内选择。如下图所示：



f. 在**投票设置**中，投票宝支持设置每个用户**每天**的投票次数，以及参赛者是否可以为自己投票。**奖项设置**支持自行编辑奖项名称和排序。排序会影响前端活动页面的奖项显示顺序。默认使用一、二、三等奖的奖项设置，可修改。如下图所示：

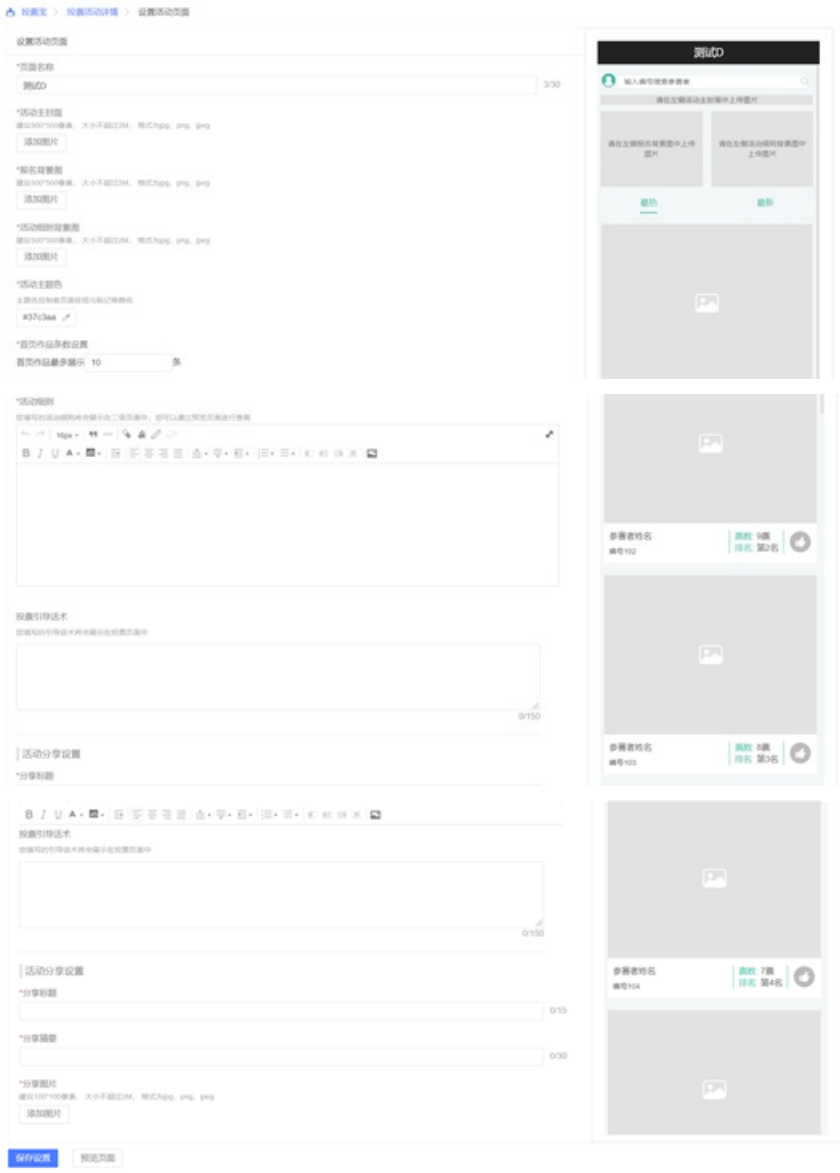
g. 在**短信通知设置**中，支持对热门作品和获奖作品进行短信通知提高用户的参与感知，同时支持自定义热门作品的票数门槛。

ii. **点击“设置活动页面”**。

a. 在设置活动页面，可以自定义编辑活动主页面的前端展示，并实时查看页面效果。

b. 依次按要求添加活动主封面图、报名背景图、活动细则背景图和活动主题色，凸显品牌调性。支持自定义设置活动首页作品的展示条数和编辑活动细则。活动细则将会展示在活动二级页面内，可以通过预览页面进行查看。投票话术可不填写。

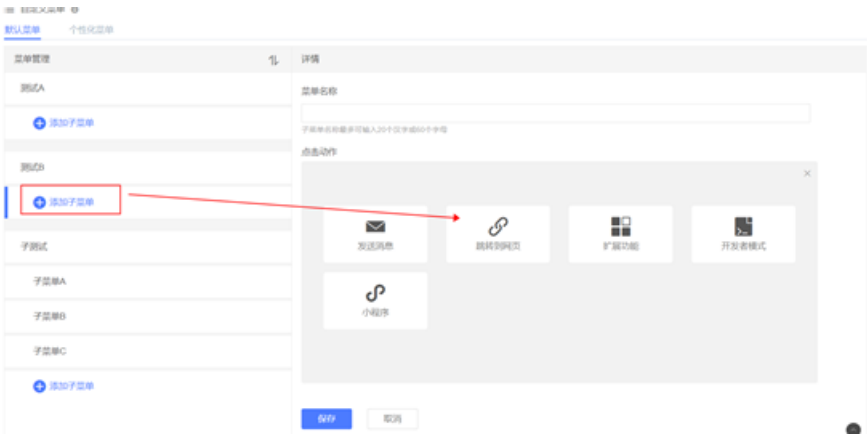
c. 接下来设置活动分享规则。依次按照要求添加分享标题、分享摘要、分享图片，吸引更多的用户进行投票，参与活动。 如下图所示：



d. 完成活动规则和活动页面的设置后，我们可以对参与活动的用户进行打标签设置。点击投票活动详情页的**设置参与活动的用户标签**，可以自动给参赛用户和投票用户打标签。需要预先在标签库中创建好标签，然后下拉进行选择。设置完成后，参赛用户、投票用户将会被自动打上对应的标签。如下图所示：

活动开启及流程控制

1. 在完成活动基础设置后，就可以开启活动并进行推广。点击**投票活动详情**页右上方的**推广活动**按钮。可将活动URL复制后接入公众号菜单栏的跳转链接，用户点击菜单即可跳转活动报名页面参与活动。也可下载二维码引导用户扫码参与。 如下图所示：



2. 将该条活动链接投放在专门匹配该投票活动的推广二维码的自动回复内容中。当用户扫描该二维码并关注公众号后，即可收到该条回复，点击链接参与报名。 如下图所示：

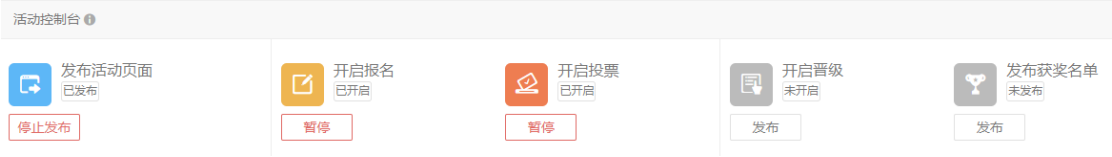
3. 完成活动渠道投放后即可开启活动。活动开启后投票宝支持通过活动控制台实时控制活动进程。可根据活动进程依次有序地开启活动各模块。如下图所示：

i. 当活动未开启时，控制台内的操作全部禁用；活动开启后，操作全部激活。如下图所示：

ii. 发布活动页面后，活动主页面可在前端正常显示，进行活动预热。如下图所示：

iii. 活动报名开启后，前端用户可报名参加活动。如下图所示：

iv. 投票开启后，前端用户可参与为参赛作品投票。如下图所示：



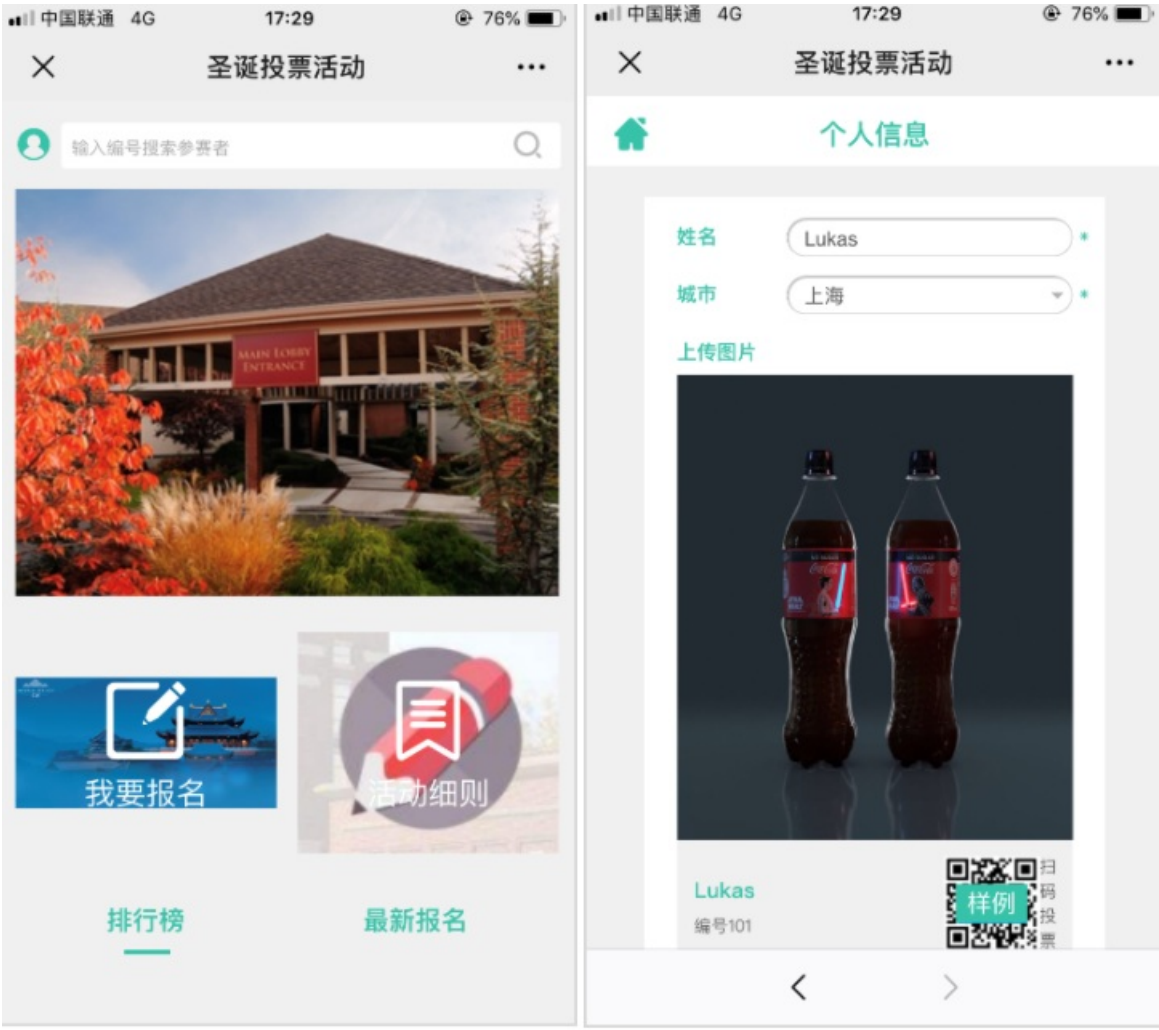
v. 在活动过程中，可开启**晋级**，设置晋级数量，记录晋级操作。如下图所示：

vi. 当活动结束后，可发布获奖名单。用户可在前端页面查看获奖名单。需要注意的是，发布获奖名单后将停止报名与投票，且不允许再次开启。如下图所示：

vii. 当确认获奖名单后，可以为中奖用户发送获奖短信进行通知。如下图所示：

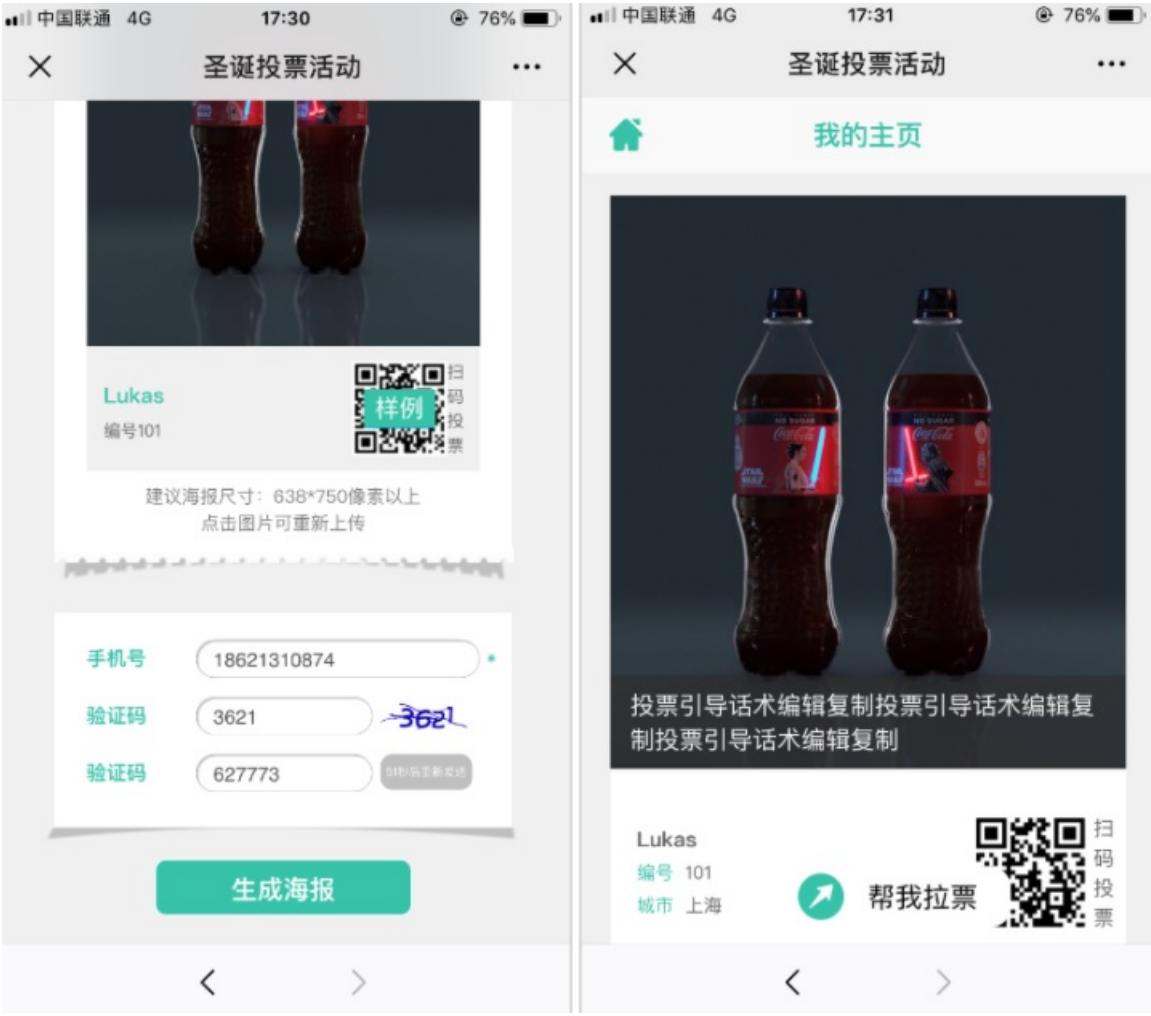
用户参与活动的前端页面

1. 当用户点击投票活动推广链接后，进入活动主页面。用户可以点击**活动细则**查看详细的活动规则介绍，在**排行榜**和**最新报名**中可以查看参与投票活动的作品。点击**我要报名**即可参与投票活动。进入**个人信息**页后，填写报名需要的个人信息，然后上传符合要求的参赛图片。如下图所示：

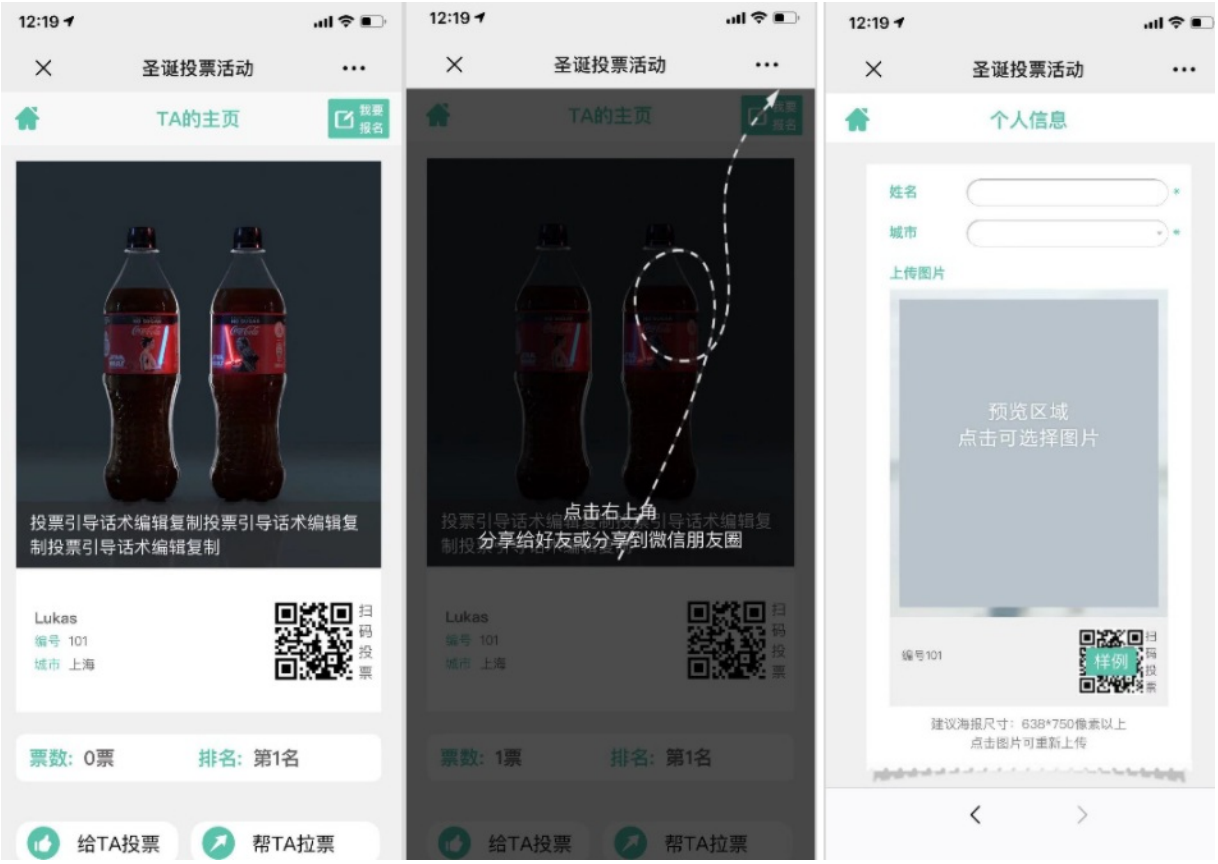


2. 需要填写个人手机号完成验证，该手机号也将作为作品获奖后的联系方式。完成报名信息的填写后，点击**生成海报**即可生成个人主页。海报图片上会带有引导他人投票的文案。扫描海报上的二维码即可参与投票。

3. 接下来点击**帮我拉票**，按照页面提示将个人海报分享出去，吸引他人投票。如下图所示：

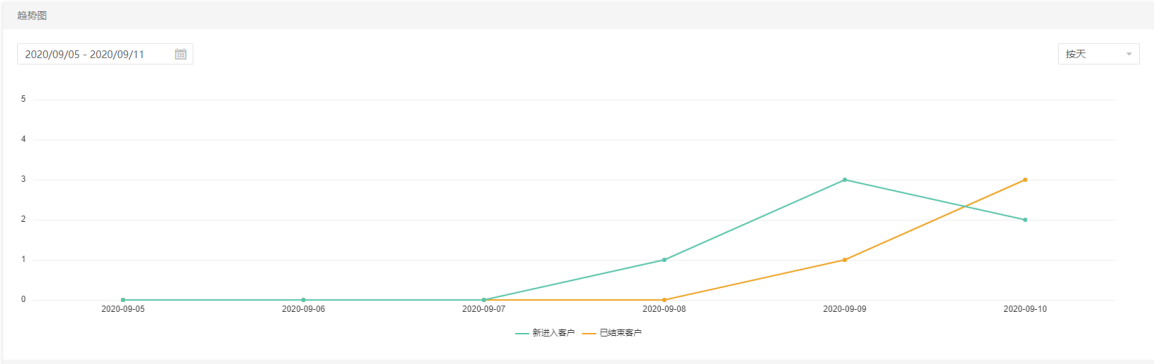


4. 当其他用户点击该条分享链接后，即进入该用户的作品主页。可以查看该用户的参赛作品、当前票数、当前排名等信息。可以给该用户“立即投票”或者分享他的海报为他拉票，也可以点击右上方的“我要报名”参与投票活动。这样每一张活动海报都会吸引更多的用户参与到活动中来。如下图所示：



活动数据统计

1. 在活动进行过程中，投票宝支持活动关键指标及活动明细的实时查看。活动关键指标包括：浏览量（活动页面的浏览人次）、参赛数（在活动报名页面成功提交报名的人数）、投票数（为参赛者成功投票的数量）、关注公众号人次（通过活动成功关注活动渠道的人次）。活动指标支持按时间段查看趋势图，也支持导出数据。如下图所示：



2. 投票宝也支持实时查看参赛记录、投票记录、获奖名单和票数修改记录。在**参赛记录**中支持查看参与用户的票数和排名，并为其设置奖项。如果查明用户有刷票行为，可以在参赛记录中由品牌运营人员手动修改票数。如下图所示：

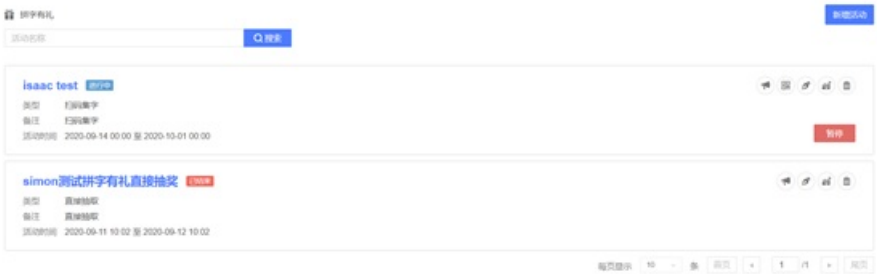
3. 在**投票记录**中可以查看投票人的基本信息和投票明细。如下图所示：

4. 在**获奖名单**中可以查看获奖者名单，支持将用户移除获奖名单。如下图所示：

5. 以上所有的活动记录数据均支持导出。

8.5.3. 拼字有礼

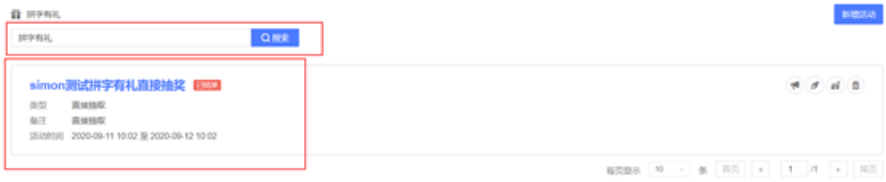
在**推广活动>拼字有礼**页面，支持查看所有已经创建的活动，活动默认按照创建时间倒序排序。



拼字有礼列表

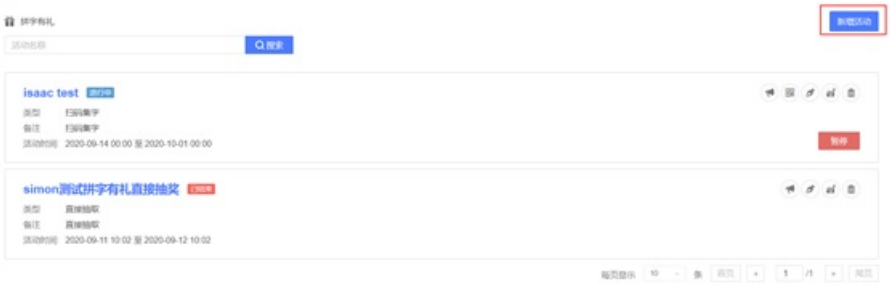
拼字有礼列表支持按照**活动名称**模糊搜索活动。

点击**活动名称**输入框，输入搜索关键字，点击**搜索**按钮，符合条件的活动将会显示在列表。如下图所示：



新增拼字有礼活动

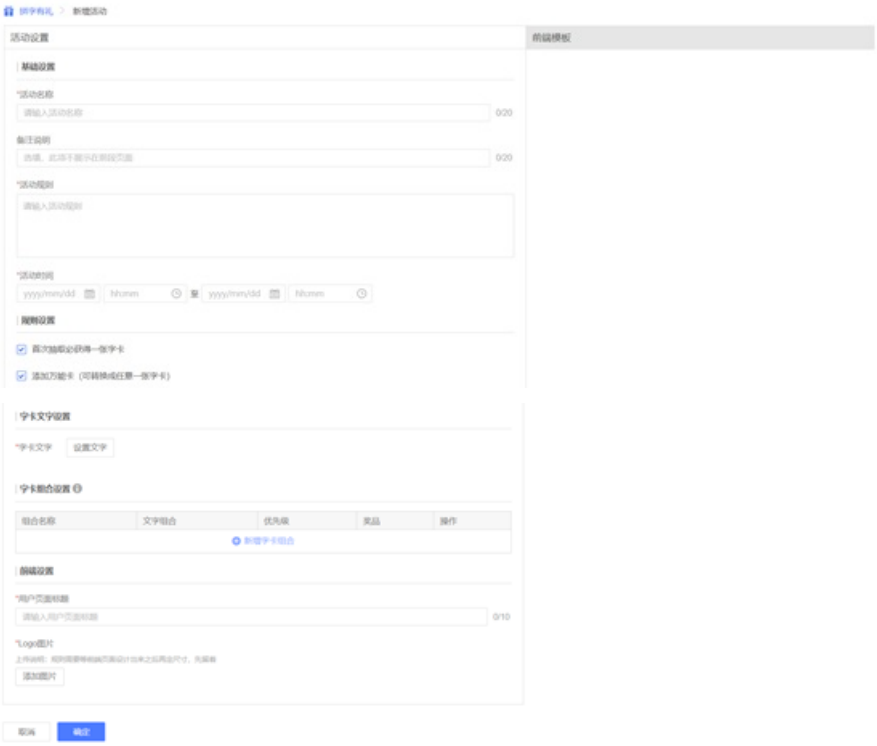
1. 在**推广活动>拼字有礼**页面，点击页面右上角**新增活动**按钮进入新增活动页面。如下图所示：



2. 点击活动卡片选择活动类型，选择后点击**确定**按钮。如下图所示：

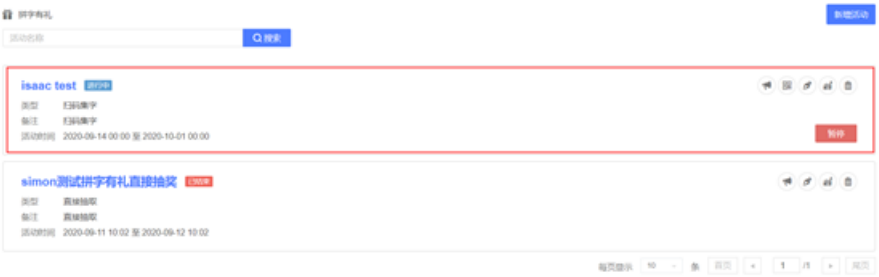
> **说明**
>
> 拼字有礼活动支持**扫码集字**和**直接抽取**两种活动类型，其中**扫码集字**类型活动多用于线下活动，用户扫码后集字；**直接抽取**类型活动多用于线上活动，用户无需扫码，直接抽取字卡。

3. 在新增活动页面，填写活动设置信息，点击**确定**按钮保存。如下图所示：



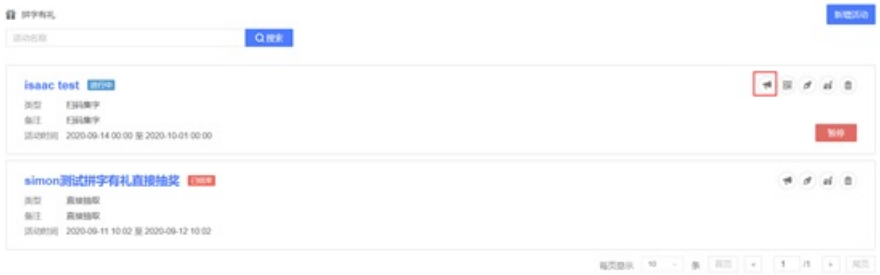
- 基础设置：包含活动名称、备注说明、活动规则、活动时间。
- 规则设置：可勾选首次抽取必获得一张字卡和添加万能卡。
- 字卡文字设置：设置集卡文字。
- 字卡组合设置：可设置字卡组合，用户集齐对应字卡组合后可兑换对应的奖励。
- 前端设置：设置用户页面标题和Logo图片。

4. 创建后返回拼字有礼列表，新创建的活动显示在列表第一条记录。若当前时间在活动时间范围内，活动状态默认为**进行中**。如下图所示：



推广活动

1. 在**推广活动>拼字有礼**页面，点击活动右侧的**推广**图标，可将活动进行推广。如下图所示：



2. 拼字有礼活动支持使用URL或二维码方式进行推广，点击URL或者扫描活动二维码可以进入拼字有礼活动首页。若需要使用URL方式推广，点击选中**复制URL**卡片，然后点击**确定**按钮。如下图所示：

3. 在弹出的弹框中点击需要推广渠道对应链接右侧的**复制**图标，复制后可将URL复制到图文消息或网页中进行推广。如下图所示：

4. 若需要使用二维码方式推广，可下载二维码。点击选中**下载二维码**卡片，点击**确定**按钮。如下图所示：

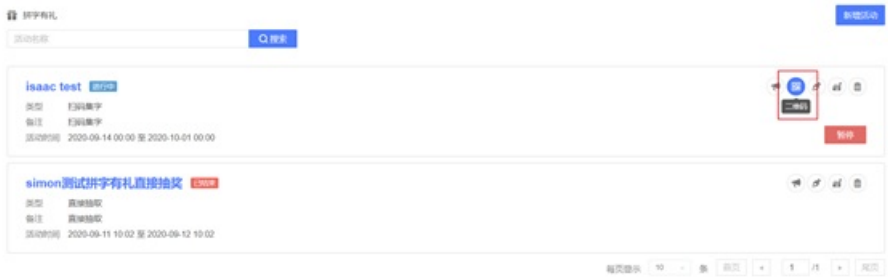
- 下载不带logo的二维码：**选择二维码尺寸**是必填项。系统支持5中不同尺寸的二维码下载。可以全选尺寸下载，也可以选择其中的一种或若干种尺寸，点击**下载**按钮同时下载。
- 下载带常用logo的二维码：勾选**选择二维码尺寸**，勾选**二维码中嵌入Logo**，默认选择常用logo的第一个，用户可以选择其余的4个常用logo。点击**下载**按钮，完成二维码下载。
- 下载自定义logo的二维码：勾选**选择二维码尺寸**，勾选**二维码中嵌入Logo**，选择**自定义Logo**，点击**添加图片**，选择logo图片，点击**确定**按钮，再点击**下载**按钮，完成二维码下载。
- 系统自动保存上次用户选择使用的Logo。

> **说明**
>
> 添加过图片就会自动保存供下次默认使用。

字卡二维码

1. 新增字二维码：扫码集字类型的活动需要为活动创建字卡二维码，可张贴在不同的地方供用户扫描，不同二维码可以设置不同的发字规则。一个二维码同一用户只能扫描一次。直接抽取类型的活动不需要创建字卡二维码，不显示该二维码入口。

i. 在拼字有礼活动列表页面，点击活动右侧**二维码**图标，进入二维码页面。如下图所示：



ii. 在二维码页面点击**新增二维码**按钮。如下图所示：

iii. 在新增二维码页面填写二维码名称、设置扫码次数限制、限制可获取的字规则，点击**确认**按钮保存。如下图所示：

iv. 保存后新增的二维码显示在二维码列表。如下图所示：

2. 下载字卡二维码。

i. 点击二维码右侧的**下载**图标。如下图所示：

ii. 在弹出的下载二维码弹框中选择二维码生成渠道、二维码尺寸，点击**下载**按钮下载。如下图所示：

- 下载不带logo的二维码：**选择二维码尺寸**是必填项。系统支持5中不同尺寸的二维码下载。可以全选尺寸下载，也可以选择其中的一种或若干种尺寸，点击**下载**按钮同时下载。
- 下载带常用logo的二维码：勾选**选择二维码尺寸**，勾选**二维码中嵌入Logo**，默认选择常用logo的第一个，用户可以选择其余的4个常用logo。点击**下载**按钮，完成二维码下载。
- 下载自定义logo的二维码：勾选**选择二维码尺寸**，勾选**二维码中嵌入Logo**，选择**自定义Logo**，点击**添加图片**，选择Logo图片，点击**确定**按钮，再点击**下载**按钮，完成二维码下载。
- 系统自动保存上次用户选择使用的Logo。

> **说明**
>
> 添加过图片就会自动保存供下次默认使用。

3. 编辑字卡二维码。

i. 点击二维码右侧的**编辑**图标，进入编辑二维码页面。如下图所示：

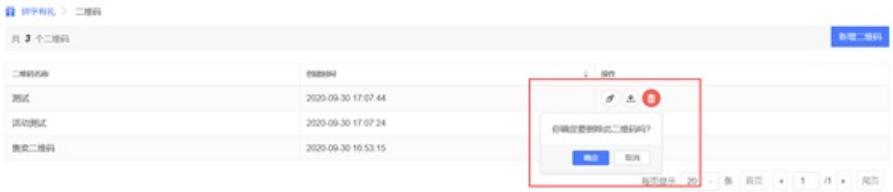
> **注意**
>
> 进行中活动的二维码不支持编辑，需要先停止活动后再编辑。

ii. 编辑二维码规则内容，点击**确认**按钮可保存。如下图所示：

4. 删除字卡二维码。

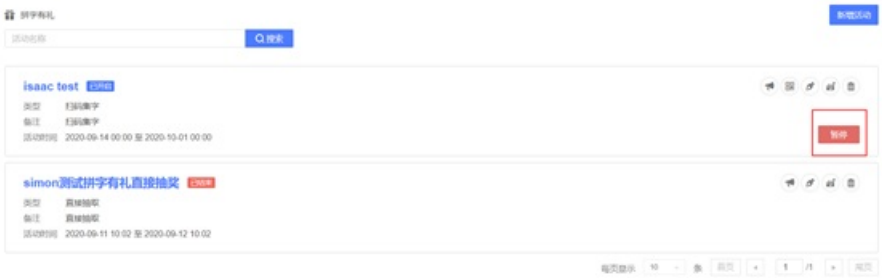
   i. 点击二维码右侧的**删除**图标，在弹出的弹框中点击**确定**按钮即可删除二维码。

> 注意
>
> 进行中的活动二维码不能被删除，需要先暂停活动再进行删除二维码操作。



暂停/开始活动

1. 在**推广活动>拼字有礼**页面，点击进行中活动右侧的**暂停**按钮可暂停活动。如下图所示：



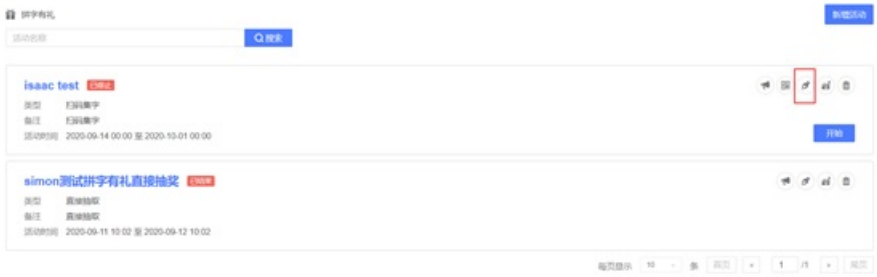
2. 暂停后，活动状态显示为**已停止**。已停止的活动用户不能参与。如下图所示：

3. 点击已停止状态活动右侧的**开始**按钮，可将活动开启。如下图所示：

编辑活动

1. 在**推广活动>拼字有礼**页面，点击活动右侧**编辑**图标，进入编辑活动页面。如下图所示：

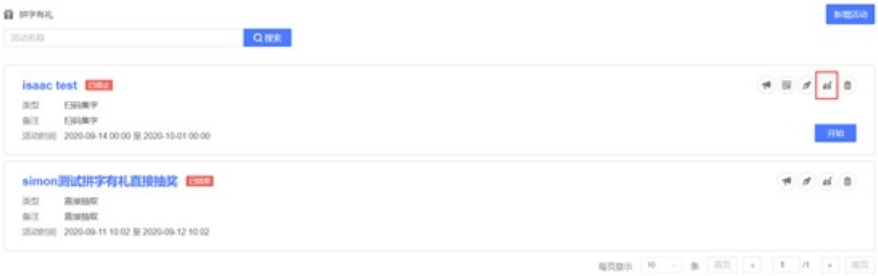
> **注意**
>
> 进行中的活动不能进行编辑，需要先暂停活动后再进行编辑操作。



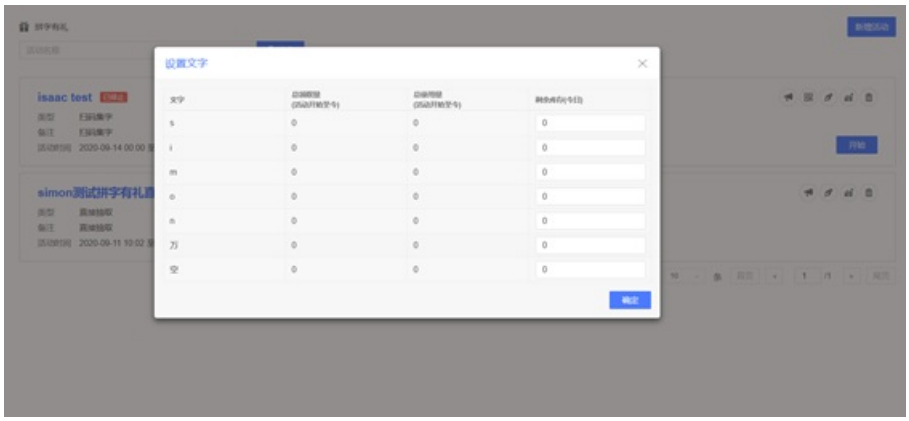
2. 编辑活动内容，点击**确定**按钮保存。如下图所示：

查看活动统计

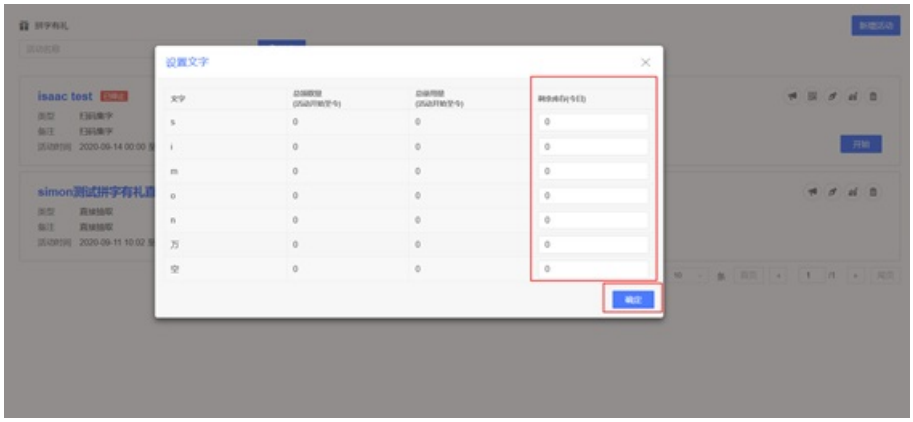
1. 在**推广活动>拼字有礼**页面，点击活动右侧**统计**图标。如下图所示：



2. 在弹出的弹框中可查看各文字总领取量和总使用量情况。如下图所示：

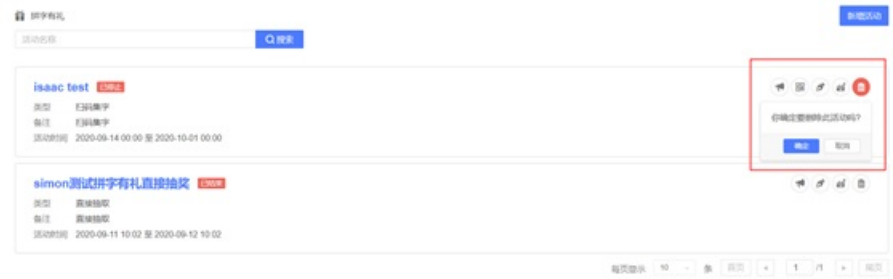


3. 若需要调整活动中每个字的库存，可修改**剩余库存（今日）**数量，修改后点击**确定**按钮保存。如下图所示：



删除活动

1. 在**推广活动>拼字有礼**页面，点击活动右侧**删除**图标，在弹出的弹框中点击**确定**按钮可删除活动。如下图所示：



8.5.4. 问卷调查

问卷调查一般应用于收集用户信息，了解用户对品牌的满意度等目的。问卷调查功能支持链接推广和二维码推广两种推广方式，可将问卷链接放入模板信息、公众号欢迎语或是二维码扫码自动回复进行使用。用户可以通过点击链接或扫码的方式参与填写问卷。

问卷调查的创建

1. 在**问卷调查**页面，点击右上角**新增问卷**按钮，进入新增问卷页面。如下图所示：

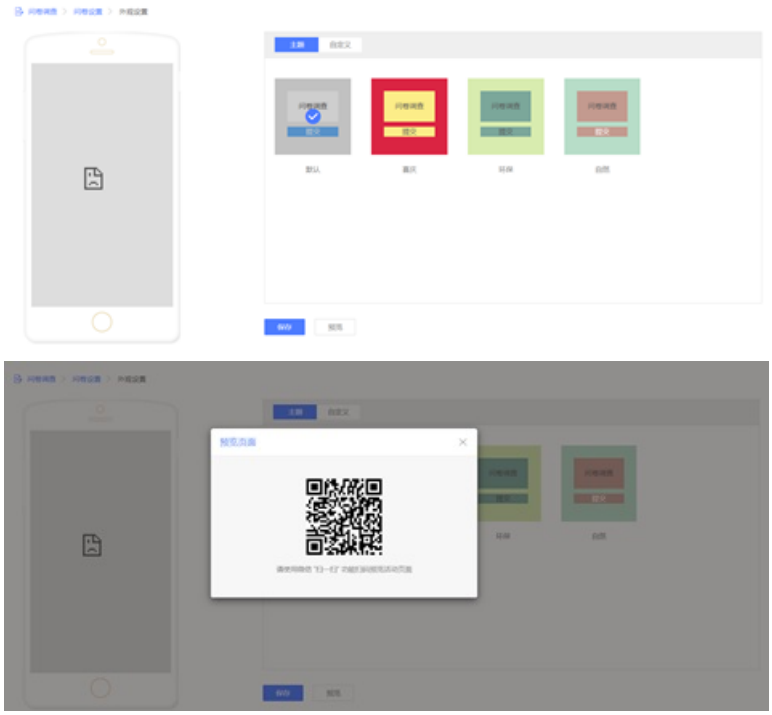
2. 在**问卷调查>新增问卷**页面，填写问卷名称、起止时间和问卷描述等基本信息。如下图所示：

3. **问卷编辑**页面支持添加页面描述和问卷题目。页面描述方便用户了解问卷调查背景，问卷主体由各类**题目**组成。题目类型包括：单选/多选题、单行/多行文本题、图片选择题、矩阵单选/多选题、日期题、量表题和评分题。如下图所示：

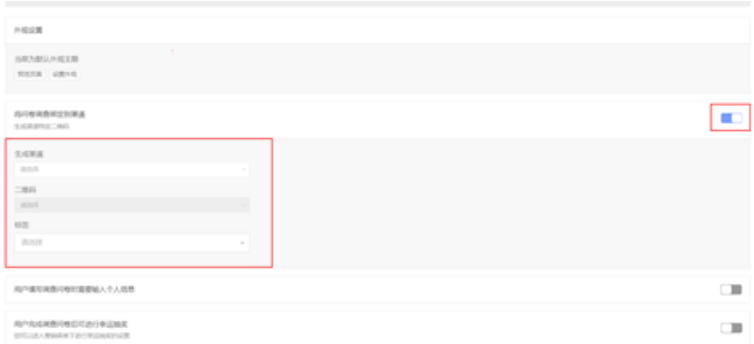
4. 按照提示选择指定的题目类型创建具体内容。如下图所示：

5. 完成问卷主体的创建后，在问卷调查列表页点击**问卷设置**进入设置详情页。如下图所示：

i. **设置外观**：选择默认问卷主题或创建自定义问卷主题。支持微信预览。如下图所示：



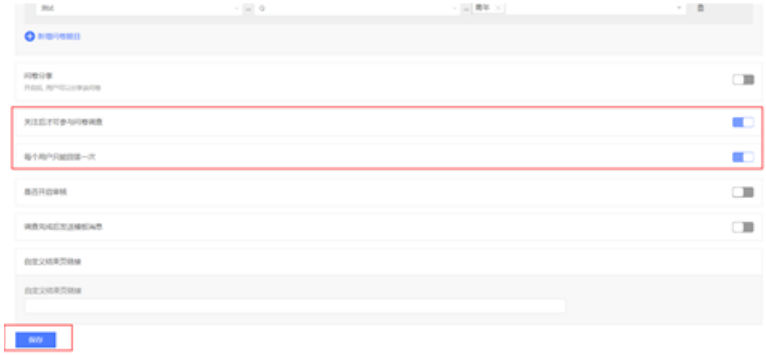
ii. 接下来将问卷调查绑定到指定渠道，选择将要绑定的渠道、对应的扫描二维码和扫码填写问卷后自动为用户打上的标签。如下图所示：



iii. 可勾选**用户填写调查问卷时需要输入个人信息**来收集用户资料。勾选后，手机号默认需填写并验证；其他客户属性可自定义补充填写，并支持必填/非必填。如下图所示：

iv. 支持对问卷中填写的答案设置标签。当您选择该答案并成功提交后自动打标。如下图所示：

v. 支持设置**用户关注后才可参与问卷调查**、**每个用户只能回答一次**等功能，品牌可根据业务需求自行决定是否开启。问卷结束页支持设置自定义链接以符合品牌调性。所有设置完成**保存**后返回问卷列表页。如下图所示：



vi. 点击问卷名称，进入**问卷详情**，此时可**开启问卷**。问卷支持微信扫码预览。如下图所示：

vii. **问卷推广**：支持URL访问和二维码推广两种方式。用户可点击链接或者扫码参与问卷填写。请开启问卷后再进行推广，以免用户访问失败。如下图所示：

6. 问卷详情

i. 问卷统计

- **问卷关键指标**：内容包含总浏览量、全部答卷、有效问卷、平均用时，可查看具体指标含义，每个指标展示总数据、今日数据、昨日数据。
- **问卷统计折线图**：支持自定义时间段查看关键指标的趋势分布。
- **答卷记录**：展示答卷明细，包括用户ID、姓名、手机、参与时间、答卷用时、答卷状态等，点击可查看指定用户的答卷情况。支持按姓名/手机号/参与时间/答卷类型筛选。
- 问卷统计、答卷记录部分的数据均支持导出。

ii. **答案分布**：可查看每个问题中答案的提交占比情况，并支持数据导出。

iii. **问卷详情**：可查看问卷设置和所有的问卷题目，支持在此页面跳转问卷设置页和问卷内容编辑页进行修改。

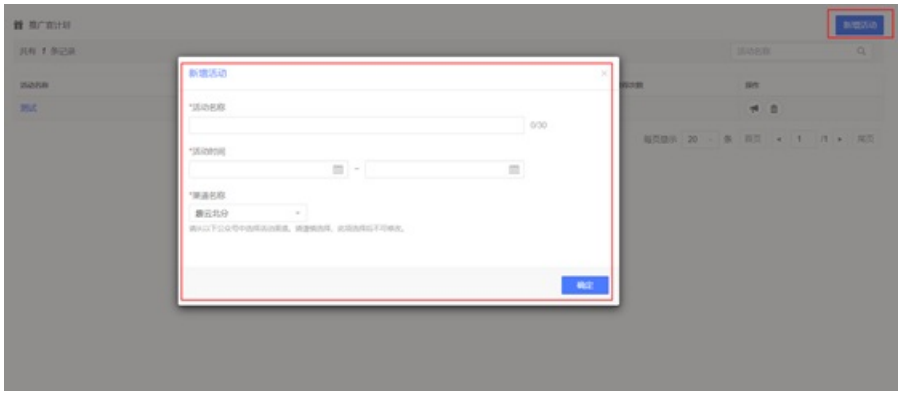
问卷题目类型

1. 单选题：
   i. 单选题设置：单选题可添加多个选项，支持调整选项顺序。保存后支持对整个题目再次编辑、删除或设置选项跳转逻辑。
   ii. 单选题逻辑跳转设置。
      - 支持客户点击某个选项跳转到指定题目。
      - 一个选项只能跳转一个题目，适用于单选、多选、图片选择题。
2. 多选题：多选题可设置**至少选择几项**。例如选择**至少选择2项**，用户选择少于2项时系统提示需要继续答题，满足后才可以提交问卷。
3. 单行/多行文本题：用于创建开放式问题，单行文本题多用于收集用户具体信息，多行文本题多用于详细了解用户的某些习惯。可根据品牌需求自行创建。
4. 图片选择题：添加图片作为选项的单项选择题。图片仅支持使用平台素材库内的已有图片，最多上传6张。
5. 矩阵选择题：选项二维组合后供用户进行选择，支持单选/多选。
6. 日期题：支持用户选择具体日期。
7. 量表题：用于调查对某一问题的程度认知，客户可选择选项进行度量。
8. 评分题：多用于满意度调查，以1-5星按星级评分。

8.5.5. 推广官计划

推广官计划功能通过生成活动海报，引导用户分享到朋友圈、微信群吸引更多用户参与的方式，来实现用户的裂变分享。

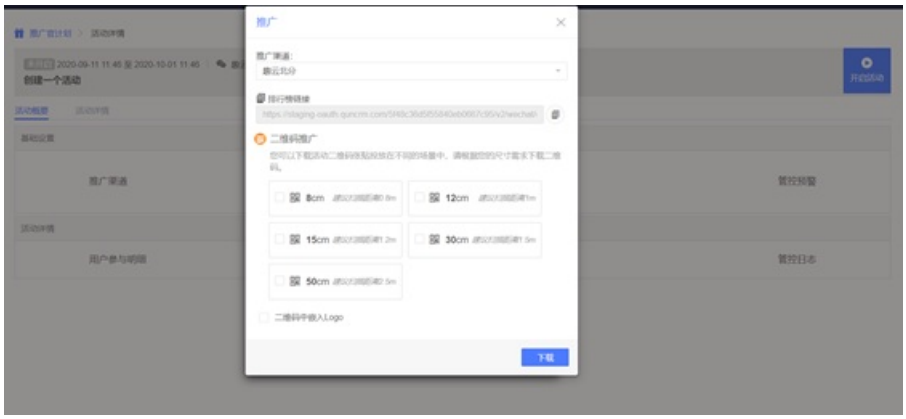
1. 在**推广官计划**页面，点击页面右上角**新增活动**按钮，填写活动名称、活动时间和投放渠道，保存后进入活动详情页面。如下图所示：



2. 在**推广官计划>活动详情**页面，在基础设置中，点击**活动设置**按钮，完成各项活动的设置。如下图所示：

> **注意**
>
> 红包功能需要微信公众号开通微信支付功能，并在对应的微信商户账号内预充金额。同时需要微信公众号授权社交互动模块才能使用红包功能。

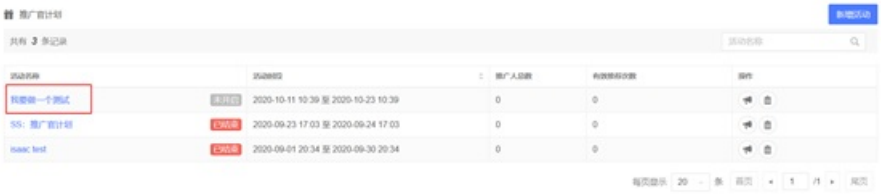
3. 完成活动设置后，回到**推广官计划>活动详情**页面，在基础设置中，点击**推广渠道**按钮进行活动推广。支持二维码扫码方式参与活动。如下图所示：



4. 在**推广官计划>活动详情**页面，在活动详情中，点击**用户参与明细**按钮，进入在**推广官计划>活动详情>活动记录**页面，支持查看详细的活动参与记录，包括推广人记录、推荐记录、奖励记录、提醒记录、领取信息明细。支持数据导出。如下图所示：

5. 在**推广活动>推广官计划>活动详情**页面，在活动详情中，点击**统计分析**按钮，进入在**推广官计划>活动详情>统计分析**页面，支持查看活动关键指标，包括推广人数、推荐次数、推荐人数、有效推荐次数、红包发放数、红包发放金额等数据。如下图所示：

6. 在**推广活动>推广官计划**页面，点击未开启状态活动名称，进入活动详情页面。如下图所示：



i. 在详情页面点击**开启活动**按钮。如下图所示：

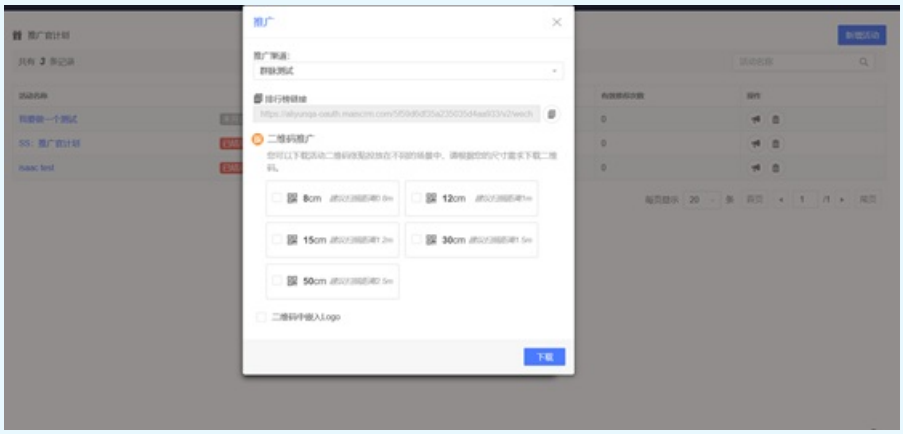
ii. 开启成功后，**开启活动**按钮更新为**终止活动**按钮。如下图所示：

> **说明**
>
> 在已开启状态的活动详情页面点击终止活动按钮，活动可被终止，活动终止后用户不能参与活动。

7. 在**推广活动>推广官计划**页面，点击活动右侧**推广**图标。如下图所示：

说明

在弹出的弹框下载活动推广二维码，用户扫描该码可以参与活动成为推广官。如下图所示：

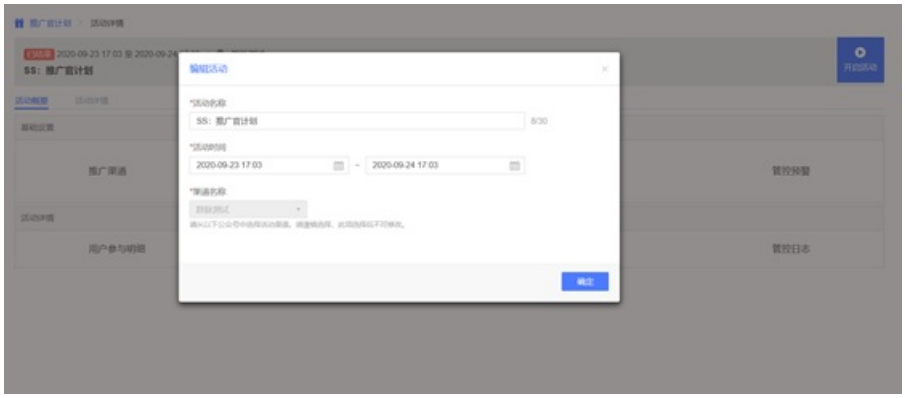


- 下载不带logo的二维码：**选择二维码尺寸**是必填项。系统支持5中不同尺寸的二维码下载。可以全选尺寸下载，也可以选择其中的一种或若干种尺寸，点击**下载**按钮同时下载。
- 下载带常用logo的二维码：勾选**选择二维码尺寸**，勾选**二维码中嵌入Logo**，默认选择常用logo的第一个，用户可以选择其余的4个常用Logo。点击**下载**按钮，完成二维码下载。二维码名称显示为“活动推广二维码名称_二维码边长尺寸”。
- 下载自定义logo的二维码：勾选**选择二维码尺寸**，勾选**二维码中嵌入Logo**，选择**自定义Logo**，点击**添加图片**，选择Logo图片，点击**确定**按钮，再点击**下载**按钮，完成二维码下载。
- 系统自动保存上次用户选择使用的Logo。

注意

添加过图片就会自动保存供下次默认使用。

8. 在**推广活动>推广官计划>活动详情**页面，在基础设置中，点击**编辑活动**按钮，弹出编辑活动弹框，编辑活动名称、活动时间后，点击**确定**按钮保存。如下图所示：



9. 在**推广活动>推广官计划**页面，点击活动右侧**删除**图标，在弹出的提示框中点击**确定**按钮可删除该活动。如下图所示：

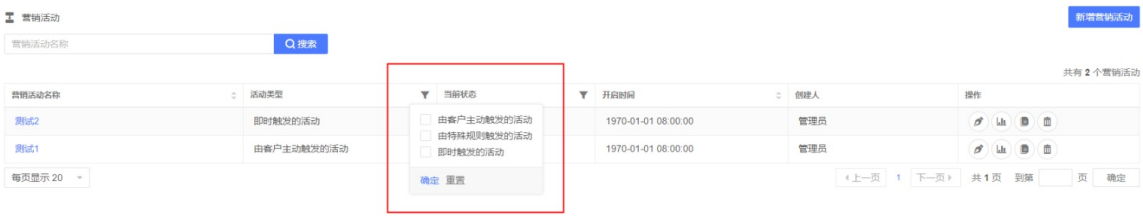
8.6. 活动编排

8.6.1. 营销活动

营销活动可以将平时经常且重复的营销流程设置成自动运行的流程，与客户进行互动，提高客户活跃性。当客户触发设置的营销规则流程，且满足流程条件时，流程将自动进行直至结束。

1. 在**营销活动**页面，可查看自动流程活动列表。可直接在**营销活动名称**搜索框中查找所需的自动流程营销活动，如下图所示。

2. 营销活动类型分为：**由客户主动触发的活动**、**由特殊规则触发的活动**和**即时触发的活动**，如下图所示。



3. 营销活动流程状态分为：**草稿**、**运行中**和**已停止**，如下图所示。

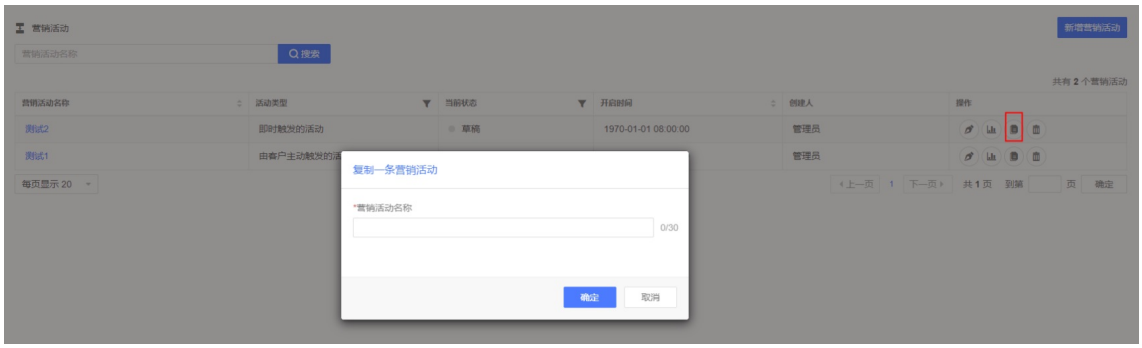
4. 可根据开启时间进行活动排序，单击**排序**按钮即可，如下图所示。

5. **编辑**：单击**编辑**按钮，如下图所示。

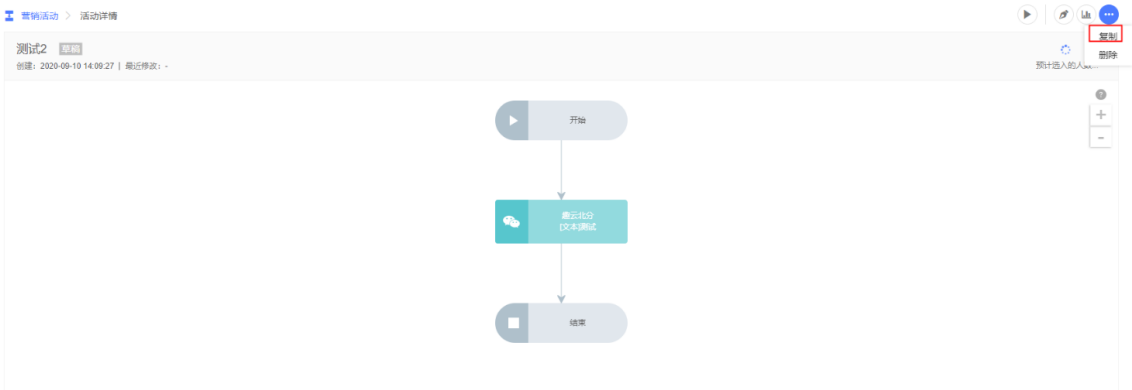
> **说明**
>
> 自动流程营销活动在不同状态下，可支持编辑的内容不同：
>
> - 草稿状态：允许再次编辑原来已选开始条件的具体内容和流程节点的组件内容，其中活动类型不支持修改。
> - 进行中状态/结束状态：
> - 开始条件：由客户主动触发的活动、由特殊规则触发的活动，不允许修改内容，可修改目标人群。即时触发的活动不支持修改内容和目标人群。
> - 组件：每个节点的组件内容支持修改/删除。
> - 节点：允许增加或者删除节点。
>
> 修改后，暂未执行至修改节点的客户将按照修改后的执行，已执行的客户不受影响。

- **复制**：自动流程营销活动可以复制，复制时需要重命名。复制方式有两种：

i. 在活动列表单击**复制**按钮。



ii. 进入活动流程设置页面，单击**复制**按钮。

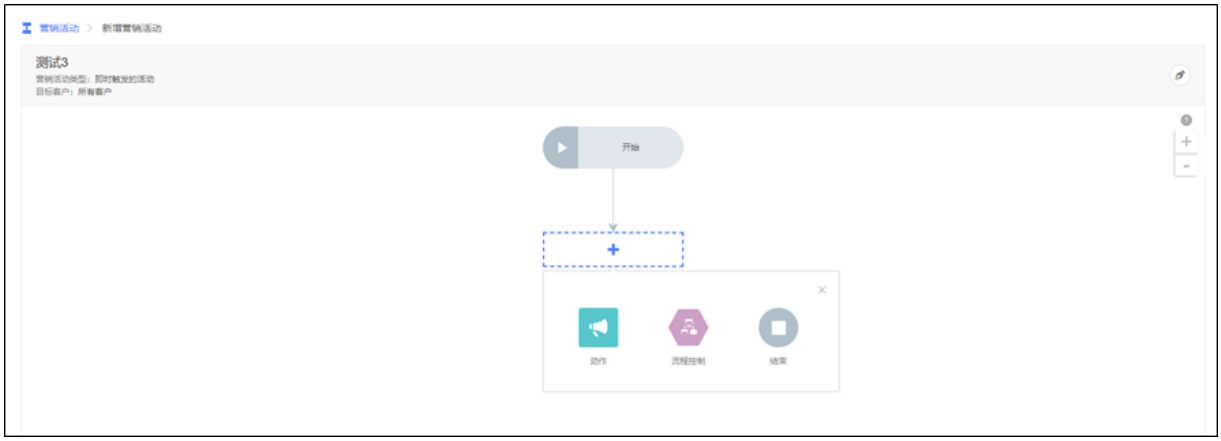


- **删除**：自动流程营销活动支持删除，删除后不支持恢复，请谨慎操作。

8.6.2. 营销活动组件介绍

流程化营销由多个节点组成。节点类型分为：开始、营销动作、控制流程、结束。其中营销动作、控制流程分别包含多个组件。

配置页面如下图所示，单击**动作**（即营销动作）或**控制流程**，选择需要的具体组件。



营销动作

营销动作是对目标群体执行的动作内容，包含以下几种类型：

- **发微信消息**：单击**发微信消息**，进入**设置微信消息**文本框，下拉选择微信公众号，微信内容包含文本、图文、图片、小程序卡片、模板消息等。支持微信扫码预览。

- **发模板消息**：单击**发模板消息**，进入**设置模板消息**文本框，选择微信公众号和模板信息id，单击**下一步**，编辑内容即可。如下图所示。

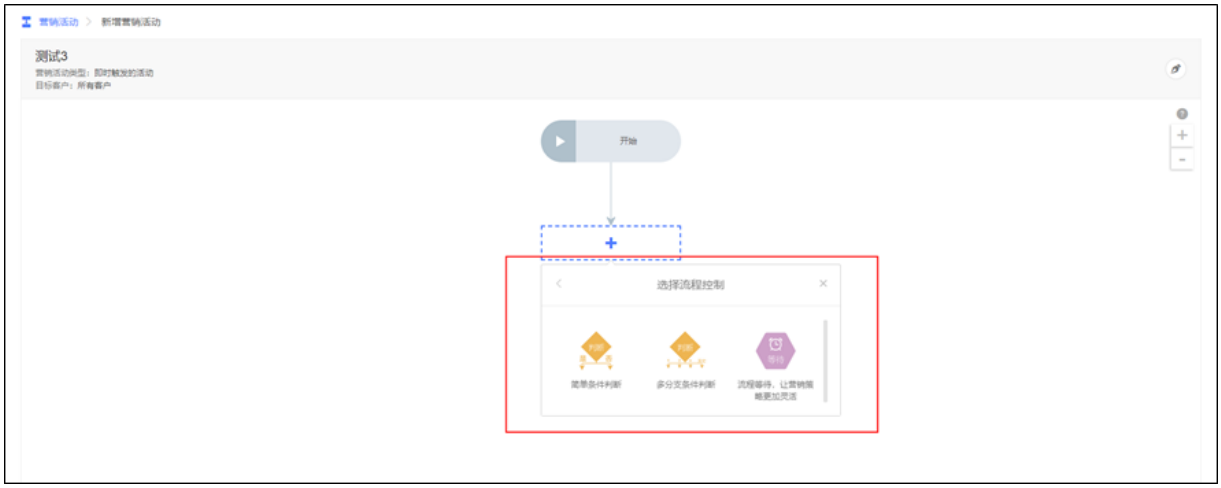
- **打标签**：标签会员后期可以进行分组营销。标签必须是系统已存在的，可在**客户>客户标签**页面创建。

- **变更客户属性**：客户属性是绘制用户画像的基本数据来源之一，通过这些数据可以有效地对客户进行画像分析，客户属性主要是利用一些字段来完善客户的静态信息数据，例如：性别、姓名。

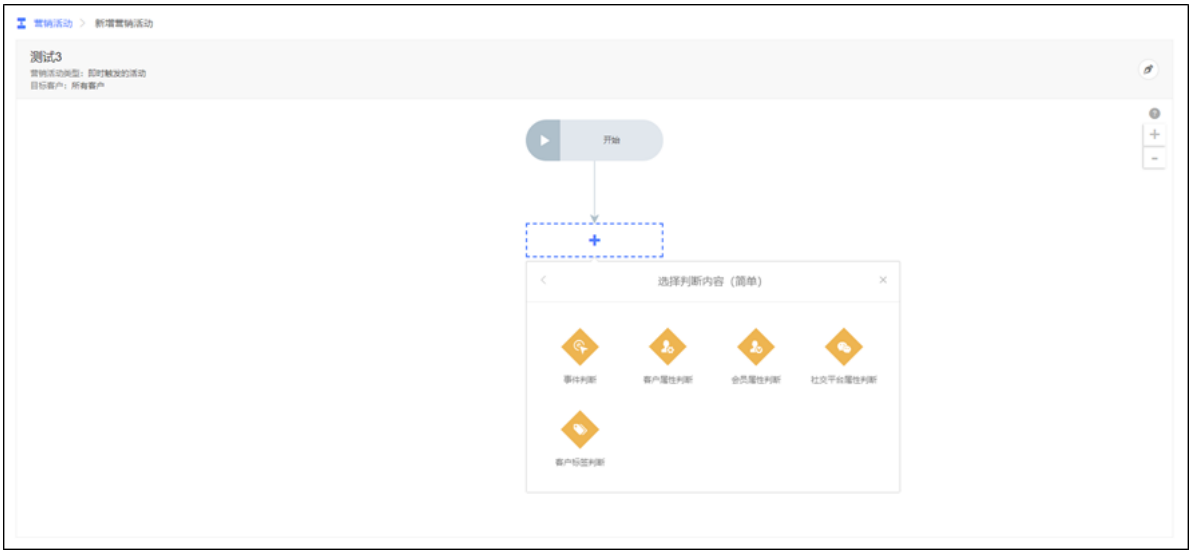
- **发放优惠券**：优惠券类型包含折扣券、代金券等。优惠券创建操作，请参见新增优惠券。

流程控制

流程控制节点的作用是：当满足该节点的条件时，流程才能进入下个节点。内容包含单支或多支条件判断，也可添加时间节点，使流程化更灵活。如下图所示。



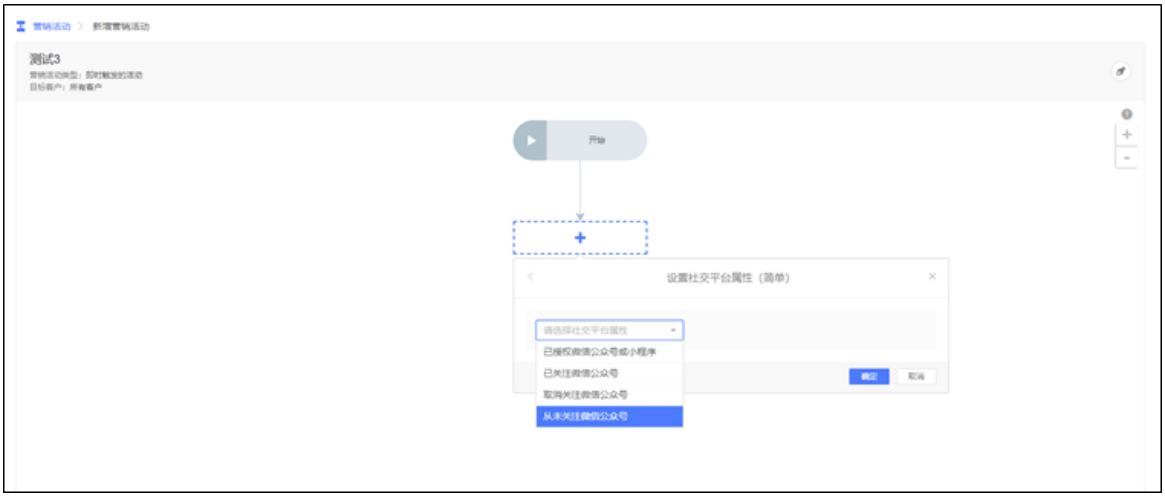
- **简单条件判断**：单击**简单条件判断**，判断方式分为以下几种类型：



- **事件判断**：客户在指定时间内容的行为判断，包含微信事件、订单相关事件等。系统为每个默认事件定义不同的事件属性，以更精准地描述该事件，丰富客户的行为数据。也支持自定义事件。如下图所示。

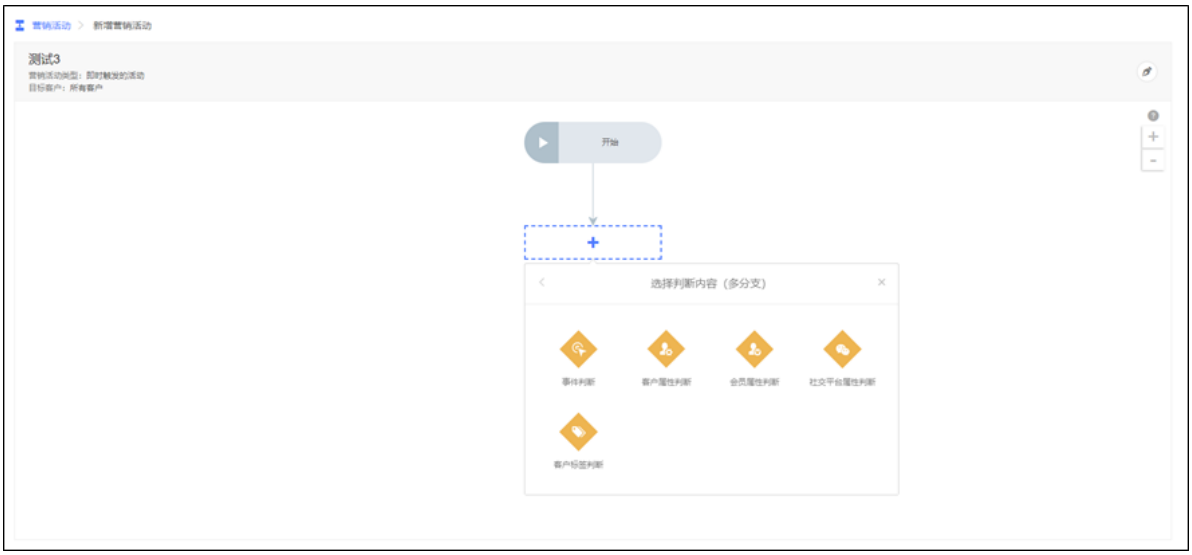
- **客户属性判断**：包含手机、性别等。如下图所示。

- **社交平台属性判断**：即与公众号发生的互动行为。内容包含关注、授权公众号等。如下图所示。



- **客户标签判断**：输入或选择已创建的标签。如下图所示。

- **多分支条件判断**：多个判断条件分支，设置多个条件进行分支流程。单击**多分支条件判断**，页面如下所示。判断类型与**简单条件判断**相同，请参见上文的**简单条件判断**。

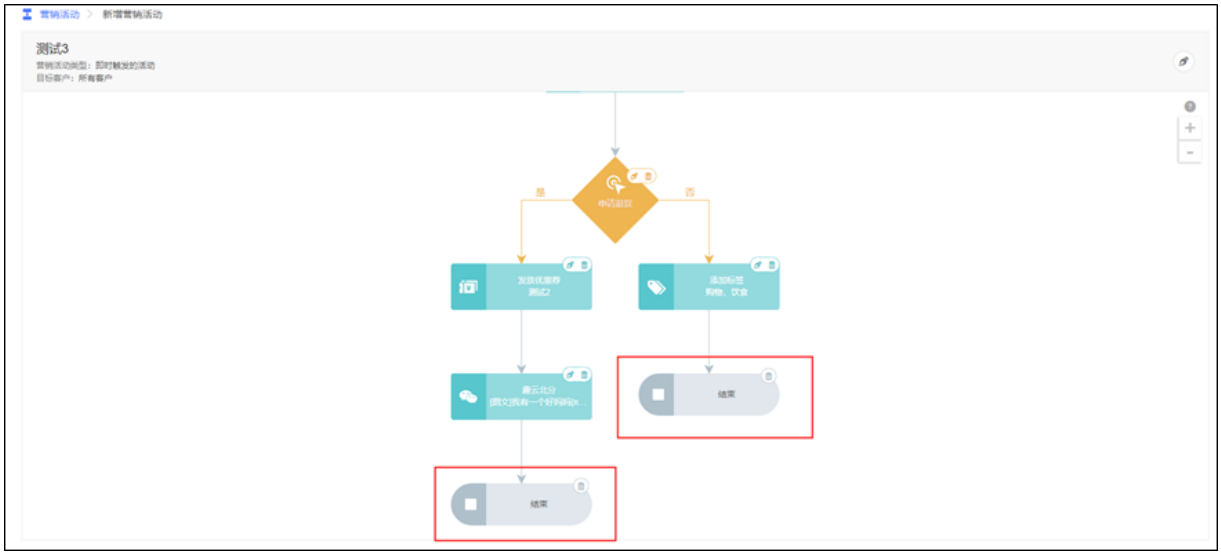


- **流程等待时间**：即等待一定时间再执行下个流程。如下图所示。

> **说明**
>
> 流程等待事件分为4个类型：
>
> - 等待x天x小时x分钟，根据需求填写，例如：上个流程内容执行后，再等待2分钟再执行下个流程内容。
> - 等待下个时间点，选择具体时间点，例如：8:00。
> - 等待x天后的某个时间点，例如：等待1天后，8:00。
> - 等待至某一天的某点，例如：2019-10-27，8:00。

流程结束

流程结束使用在每一条流程结尾，用于结束流程，如下图所示。



8.6.3. 营销活动的应用场景

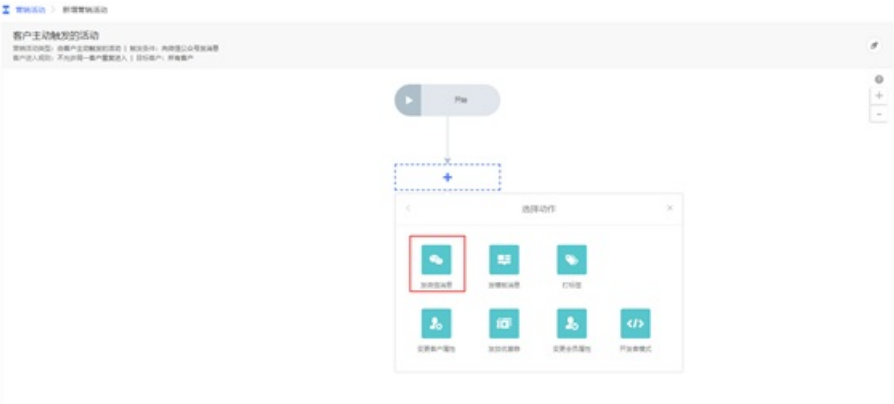
- 由客户主动触发的活动：指定的目标客户群体执行了一个客户事件后触发的营销活动，进入此流程。
  - 应用场景：例如关注公众号发微信消息，关注欢迎语等。
- 由特殊规则触发的活动：对指定的客户群体，在指定的特殊节日进行的营销活动。
  - 应用场景：例如推送优惠券、高级图文、生日营销、节日营销等。
- 即时触发的活动：由于对指定的客户群体执行了一次营销动作后触发的营销活动。
  - 应用场景：例如收集公众号成员对品牌、活动意见或建议问卷调查，可将问卷放入模板信息推送。

8.6.4. 如何创建一个智能营销流程

由客户主动触发的活动

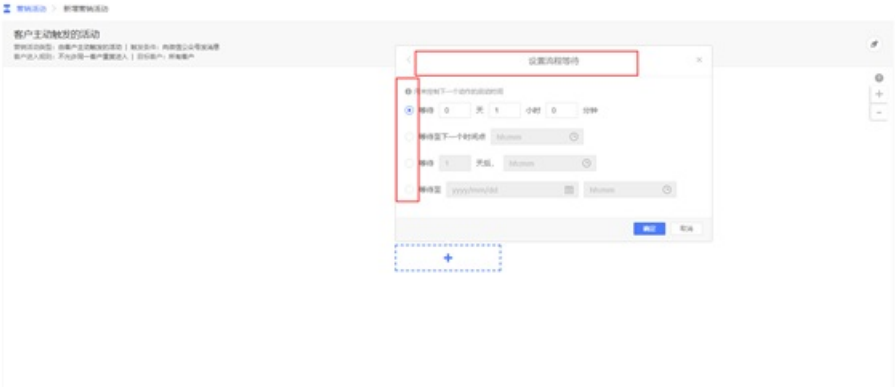
场景：对于关注公众号的粉丝推送微信信息等。

1. 在**活动编排>营销活动**页面，点击**新增营销活动**按钮，进入**选择营销活动类型**页面，选择**由客户主动触发的活动**，设置活动名称、目标人群、活动触发条件等条件，然后点击**下一步**。进入流程页面，点击**营销动作-发微信消息**。如下图所示：



2. 在**设置微信消息**页面，选择**微信公众号**并输入相应的内容，内容包含文本、小程序卡片、图文等，文本内容可插入动态字段（昵称、姓名等）、超链接，内容可根据需求创建即可。比如：Hi xxx（微信昵称），感谢关注社交互动。双十一预热开始了。点击“我要参加”，即可获取50元券。如下图所示：

3. 设置流程等待时间，等待一定时间再执行下个流程，点击**流程等待**按钮。如下图所示：

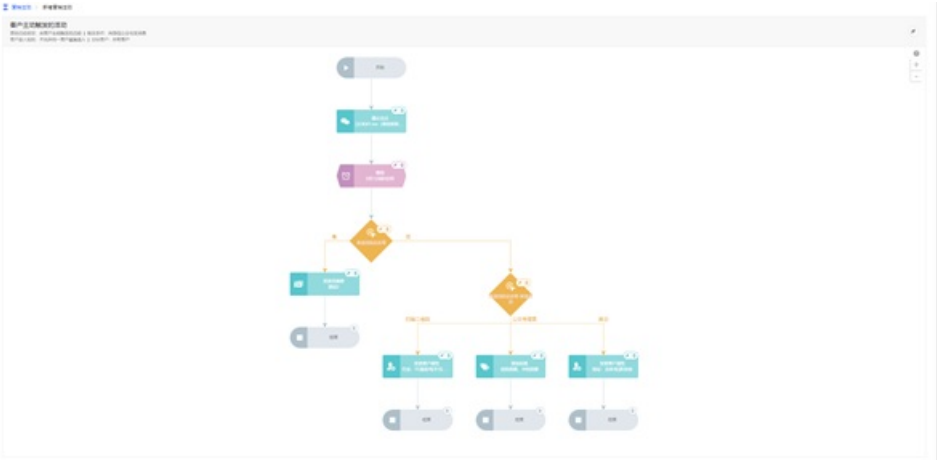


4. 点击**流程控制**按钮，选择**简单条件判断**，选择**事件判断**，判断客户是否关注公众号。如下图所示：

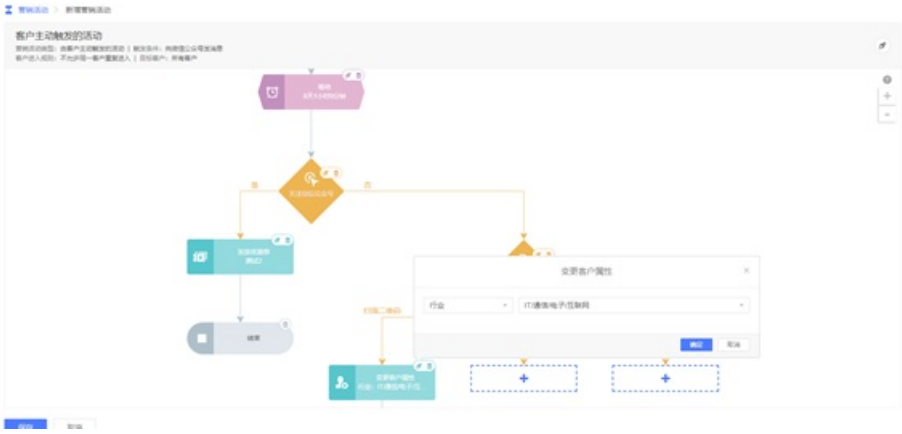
   i. 简单判断事件内容确认后，确定路径。将分为“是”和“否”。
   ii. 对于“是”的人群，可以发优惠券，优惠券类型代金券、红包券等；“否”的人群进行**多条件事件判断**流程。

5. **多条件事件判断**客户关注公众号的来源，包含扫二维码、公众号搜索和其他。如下图所示：

6. 分支条件设置好后，将以多支方式呈现。如下图所示：



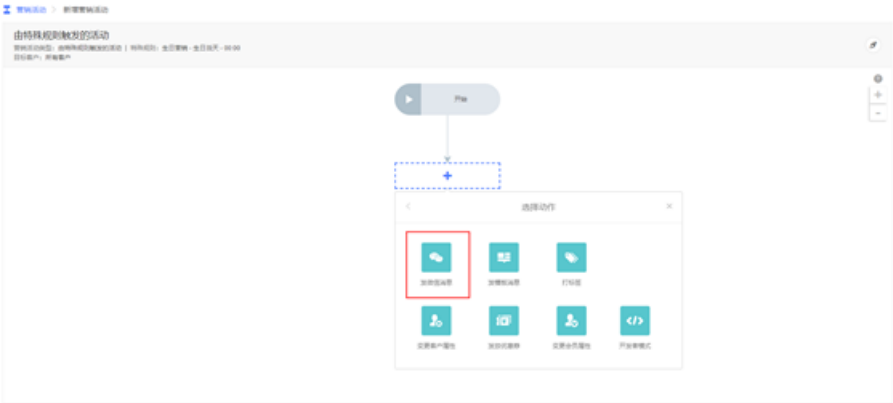
i. 每个来源判断后可执行营销动作。如扫描二维码，选择**变更客户属性**，属性包含性别、行业等。



由特殊规则触发的活动

场景：给粉丝生日当天推送微信信息和发放优惠券。

1. 在**活动编排>营销活动**页面，点击**新增营销活动**按钮，进入**选择营销活动类型**页面，选择**由特殊规则触发的活动**，设置活动名称、目标人群、特殊规则等条件，然后点击**下一步**。进入流程页面，点击**营销动作-发微信消息**。如下图所示：



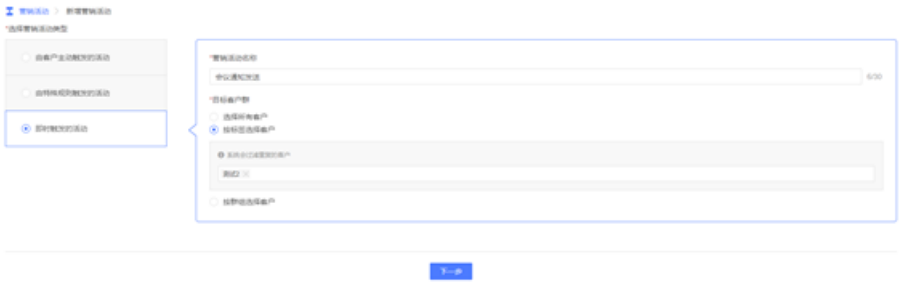
2. 在**设置微信消息**页面，选择**微信公众号**并输入相应的内容，内容包含文本、小程序卡片、图文等，文本内容可插入动态字段（昵称、姓名等）、超链接，内容根据需求创建即可。比如：你好，祝你生日快乐，这边为你提供了生日福利-优惠券，点击下方优惠券即可领取。如下图所示：

3. 点击**营销动作-发放优惠券**，选择优惠券类型，点击**确定**。最后加上**结束**按钮，则该活动创建成功。如下图所示：

即时触发的活动

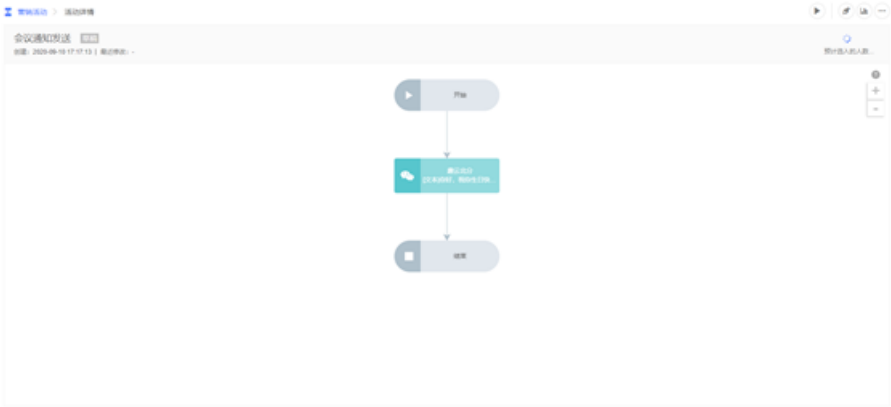
场景：选择标签人群，发送会议通知。

1. 在**活动编排>营销活动**页面，点击**新增营销活动**按钮，进入**选择营销活动类型**页面，选择即时触发的活动，设置活动名称、目标人群等条件，然后点击**下一步**。进入流程页面，点击**营销动作-发微信消息**。如下图所示：

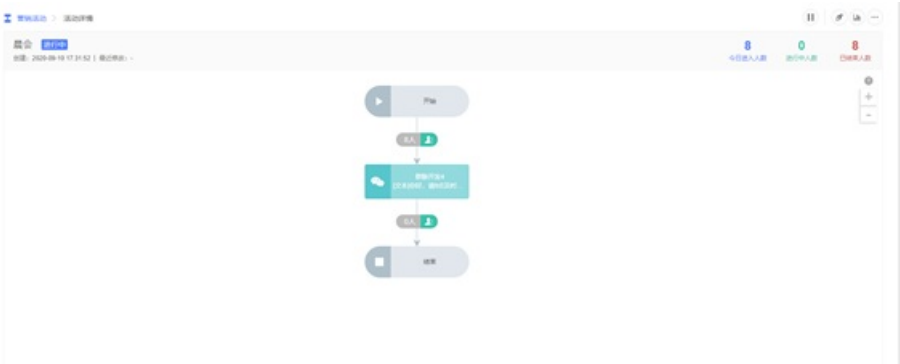


2. 在**设置微信消息**页面，选择**微信公众号**并输入相应的内容，内容包含文本、小程序卡片、图文等，文本内容可插入动态字段（昵称、姓名等）、超链接，内容可根据需求创建即可。比如：你好，请9点及时来会议室开会。如下图所示：

3. 点击**确定**。最后加上**结束**按钮，点击左下角**保存**按钮，则该活动创建成功。如下图所示：



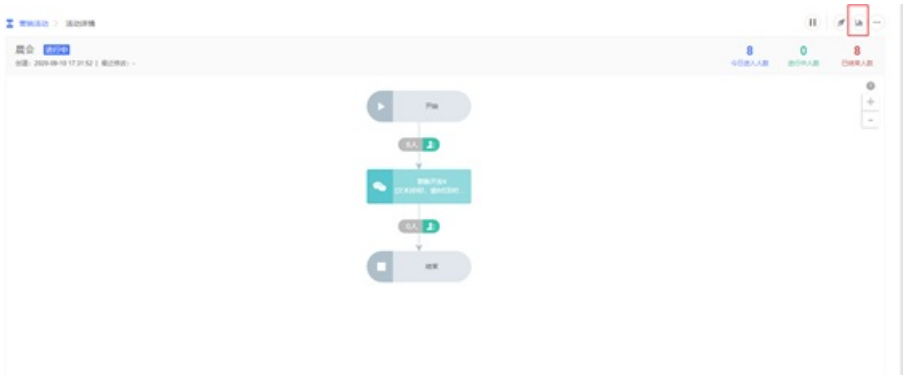
4. 此刻，如想发送会议通知，则需要点击右上角**开启**按钮，一旦点击，则该会议通知发送成功。如下图所示：



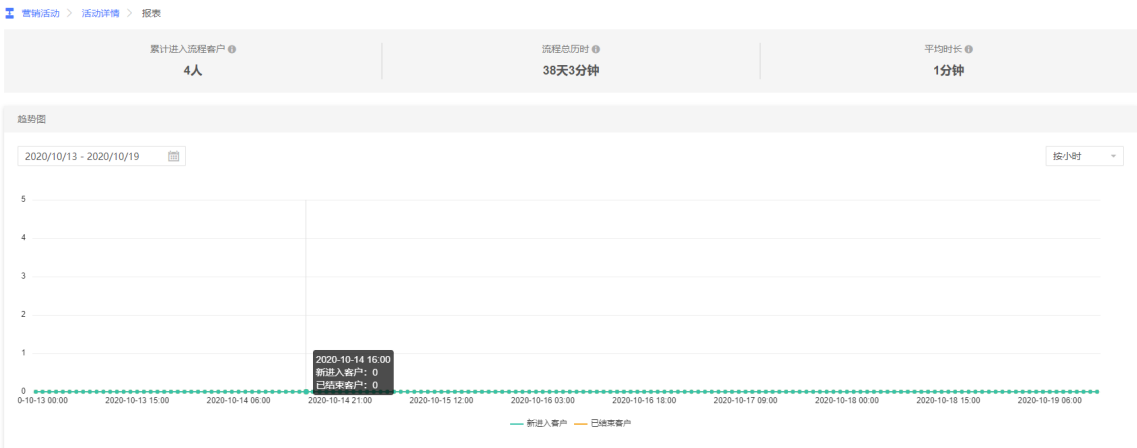
8.6.5. 营销活动效果

营销活动执行后，可以了解下每天流程行销执行情况。例如流程进入人数、整个流程执行时长等。具体可查看营销报表，报表包含累计进入流程客户、流程总历时、平均时长，以及趋势图和查看客户列表。如下图所示：

1. 在**活动编排>营销活动**页面，点击**查看报表**按钮，进入查看，或进入活动编辑页面点击**查看报表**按钮。如下图所示：



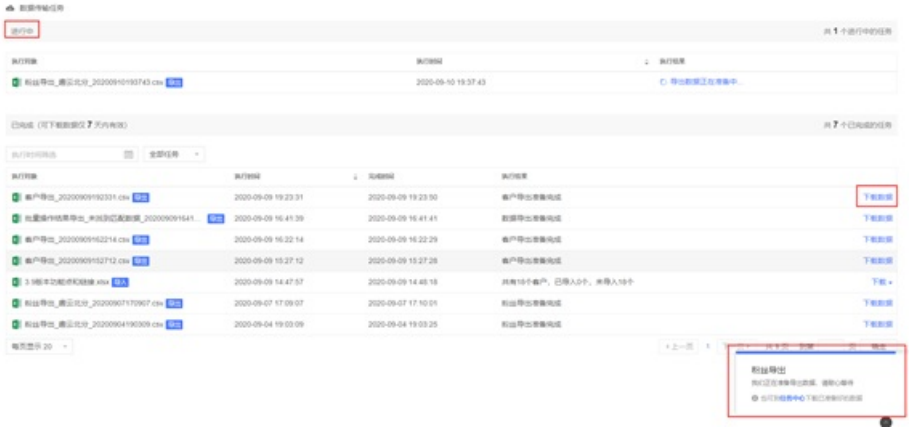
2. 在报表活动详情页面，可查看每个时间段进入流程的数据（蓝线-进入客户、黄线-已结束客户）呈现趋势。如下图所示：



3. 在客户列表，可查看进入流程客户具有情况。例如姓名、进入流程时间、结束流程时间等，支持列表导出。如下图所示：

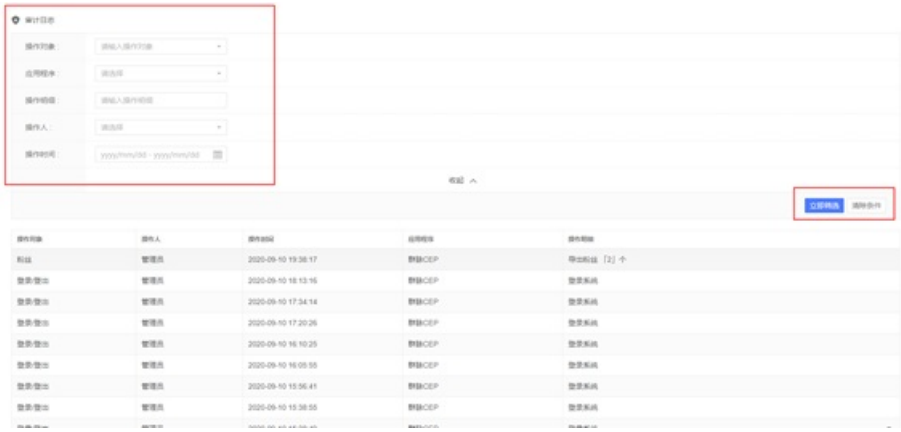
8.7. 任务中心

任务中心记录所有导出的数据文件，仅支持7天内下载，过期后文件自动无效。



8.8. 审计日志

审计日志是系统内所有用户的操作明细。记录的信息有“操作对象”、“操作人”、“操作时间”、“应用程序”和“操作明细”。此数据只可查看，不可编辑、不可删除、不可导出。



8.9. 费用中心

费用中心主要展示平台内会产生费用的数据，分为3个部分：客户数据增长概览和消息发送概览（短信消息和模板消息）。

1. **客户数据增长概览**：关注公众号总客户数量和客户行为数据，其中客户的每一次操作都会被系统记录），点击**查看客户数据增长详情**按钮可查看数据整体趋势图。如下图所示：

2. **消息发送概览**：包括短信消息和模板消息，主要用于用户触达。如下图所示：

8.10. 管理中心

点击右上角的**管理中心**按钮，进入设置管理中心页面，支持配置**渠道管理**和升级**服务信息**。

渠道管理

社交互动平台可接入微信公众号，丰富用户触点。

1. 微信公众号接入：

   i. 在**管理中心>渠道管理**页面，支持**新增微信公众号**。如下图所示：

ii. 点击**新增微信公众号**按钮后，在微信公众平台账号扫码授权登录。如下图所示：

iii. 提示扫描成功。如下图所示：

iv. 按提示信息在手机微信点击**授权**。 页面显示“授权成功，正在跳转至第三方平台页面……”。

v. 跳转至**管理中心>渠道管理**页，显示公众号已被成功绑定，同时支持查看剩余额度使用情况。如下图所示：

vi. 如需取消授权，由于微信公众平台规定，您需要进入微信公众平台取消公众号授权。点击已授权公众号右侧的**取消授权**按钮，按照系统提示进入微信后台取消授权。

9.会员中心

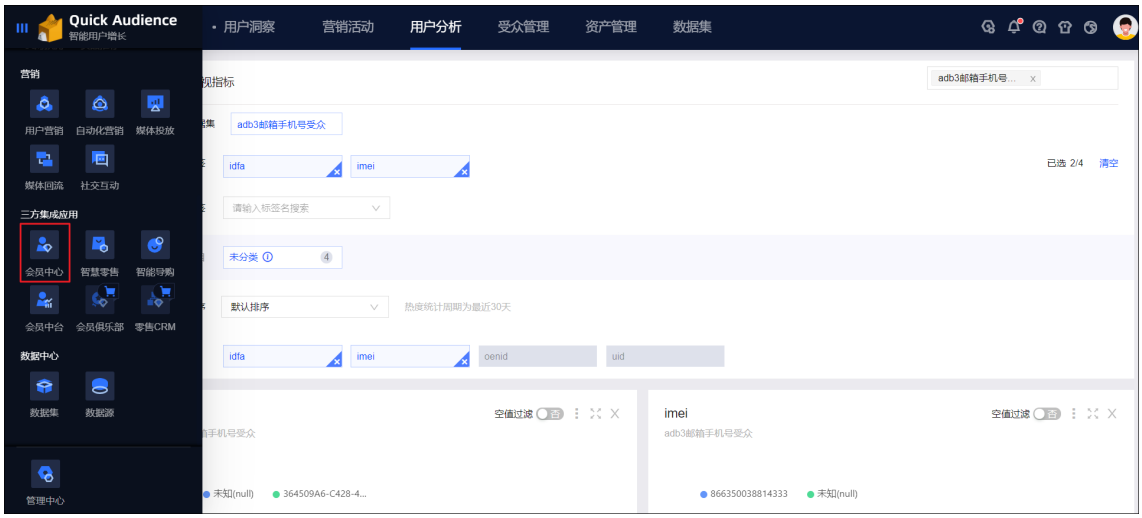
9.1. 会员中心概述

会员中心支持设置会员等级、会员权益、会员任务、会员营销活动，支持设置积分的获取规则和使用规则。会员可以通过会员任务和会员营销活动获取成长值和积分，成长值用于会员等级的升级，不同的会员等级支持配置不同的会员权益，会员获得的积分可用于购买商品时抵现。会员系统通过一系列手段来帮助提升会员活跃度和会员复购率。

> **说明**
>
> 该功能模块仅在购买Quick Audience标准版且购买了会员中心功能包时可用。

使用说明

- **权限限制**：支持组织管理员、空间管理员使用。
- **使用入口**：
  i. 鼠标滑过左上角☰图标调出导航栏浮层，从**三方集成应用**分组选择**会员中心**，进入模块。

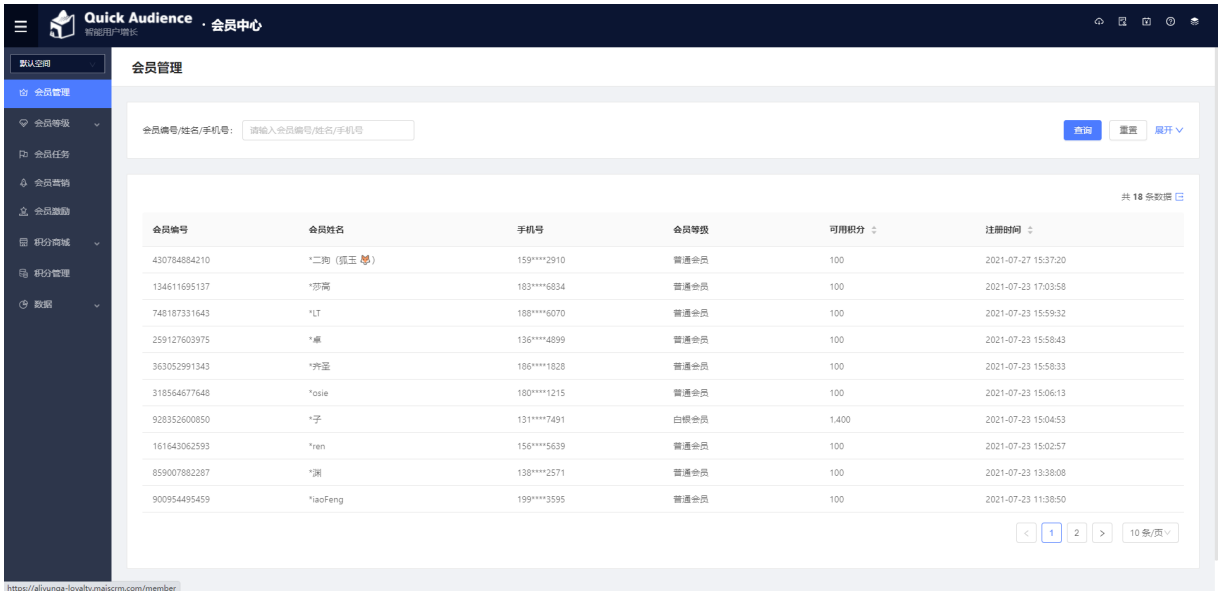


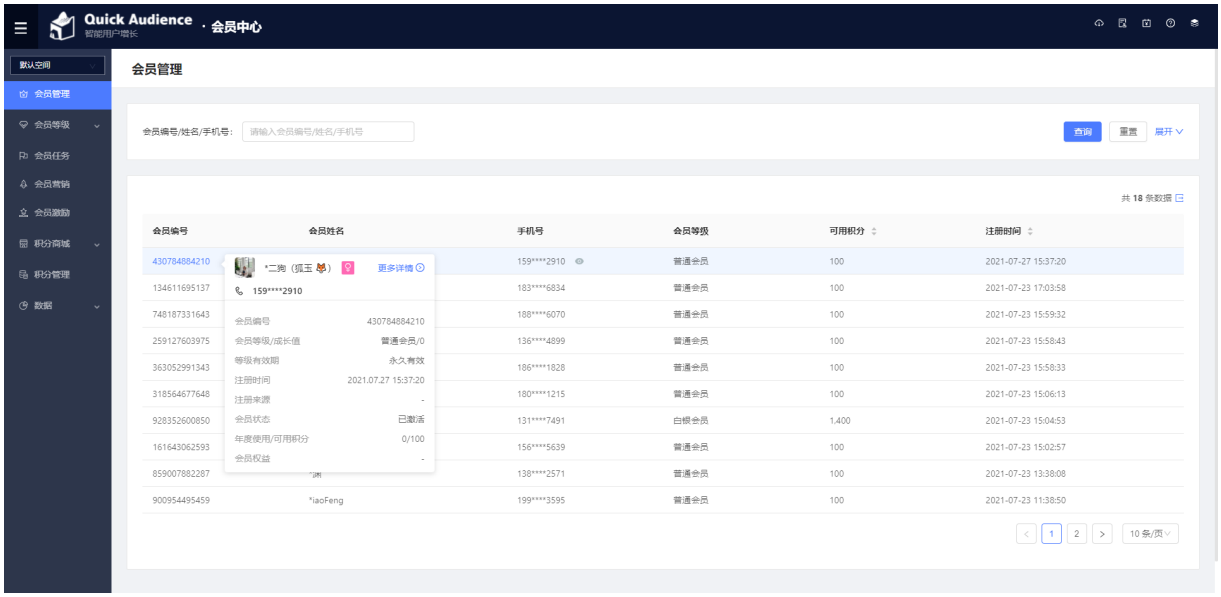
ii. 从左上角下拉框选择所在的工作空间。

9.2. 会员管理

会员管理页面展示所有已注册的会员，支持查看会员姓名、手机号、会员等级、当前积分、注册时间等，支持查看会员详情，支持筛选会员，支持导出会员。

操作路径：会员中心>会员管理





9.3. 会员等级

会员等级包括等级管理和权益管理，会员通过成长值进行升级，支持为不同的会员等级配置不同的会员权益，帮助提升会员的活跃度。

等级管理

等级管理页面展示所有会员等级，支持新增/编辑会员等级，支持开启/关闭会员等级。新增/编辑会员等级时支持设置所需成长值、会员权益和升级礼包。

当前系统支持两套会员等级规则，分别为：

会员各个等级中全部未开启等级有效期

升级规则：会员等级是由用户的历史累计所有成长值所决定的，用户的历史累计成长值到达更高等级要求即可升级，升级后用户成长值保持不变，不同等级的会员可享有不同的等级权益。

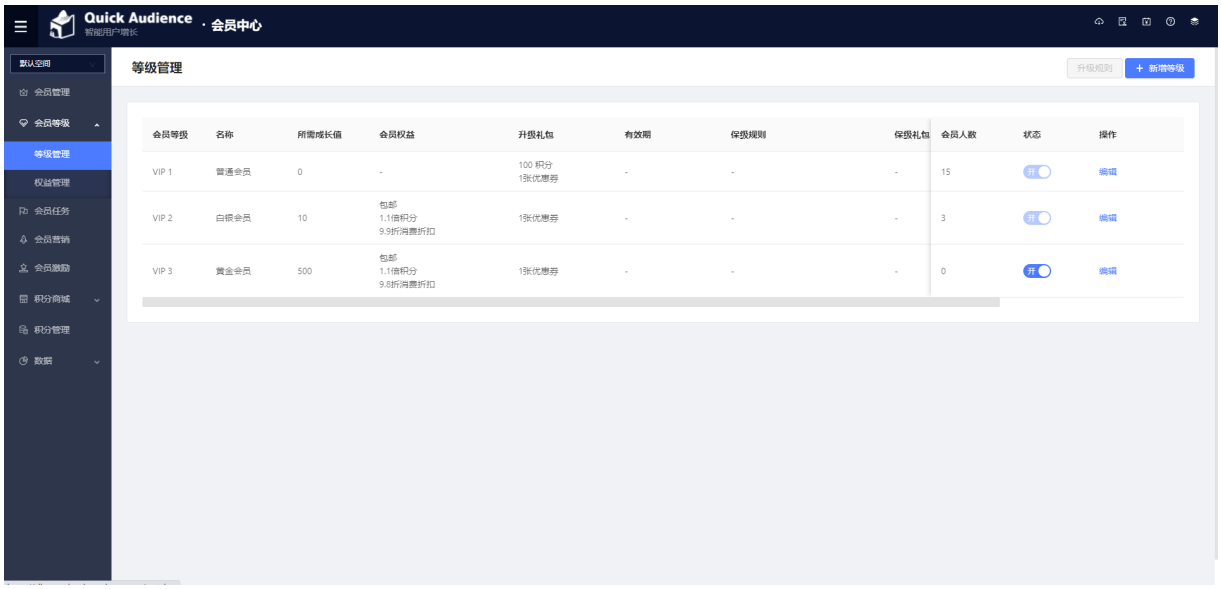
会员各个等级中存在开启等级有效期的等级

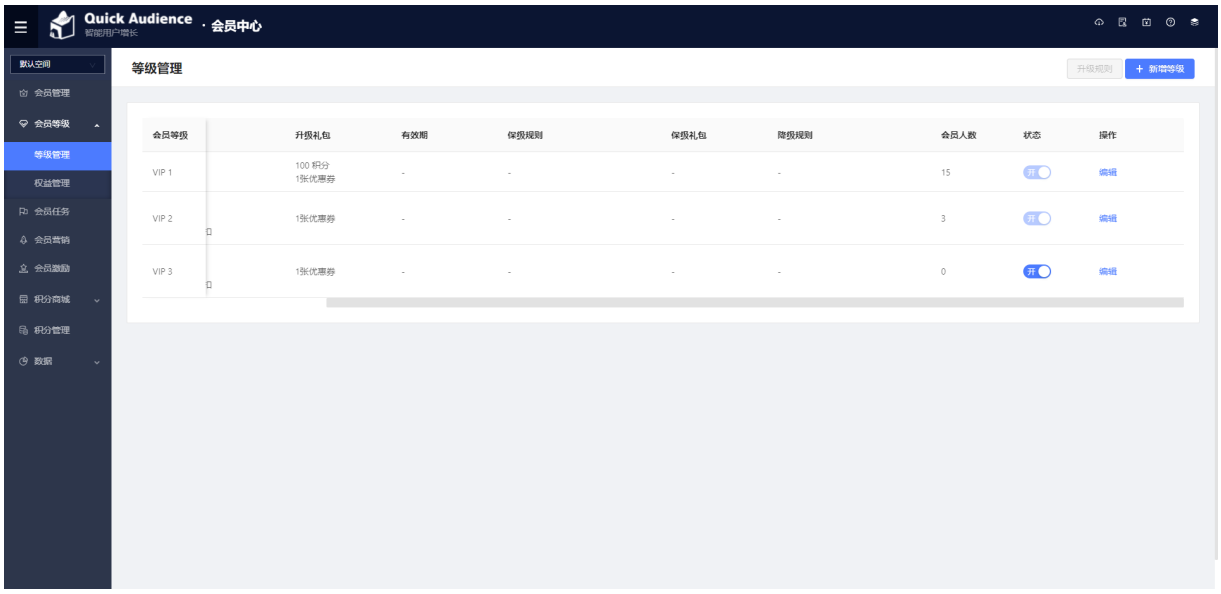
升级规则：会员等级是由用户的等级有效期内累计成长值所决定的，用户在等级有效期内成长值达到更高等级所需门槛值，新等级立即生效。新等级生效后，当前有效期的成长值会自动清零。

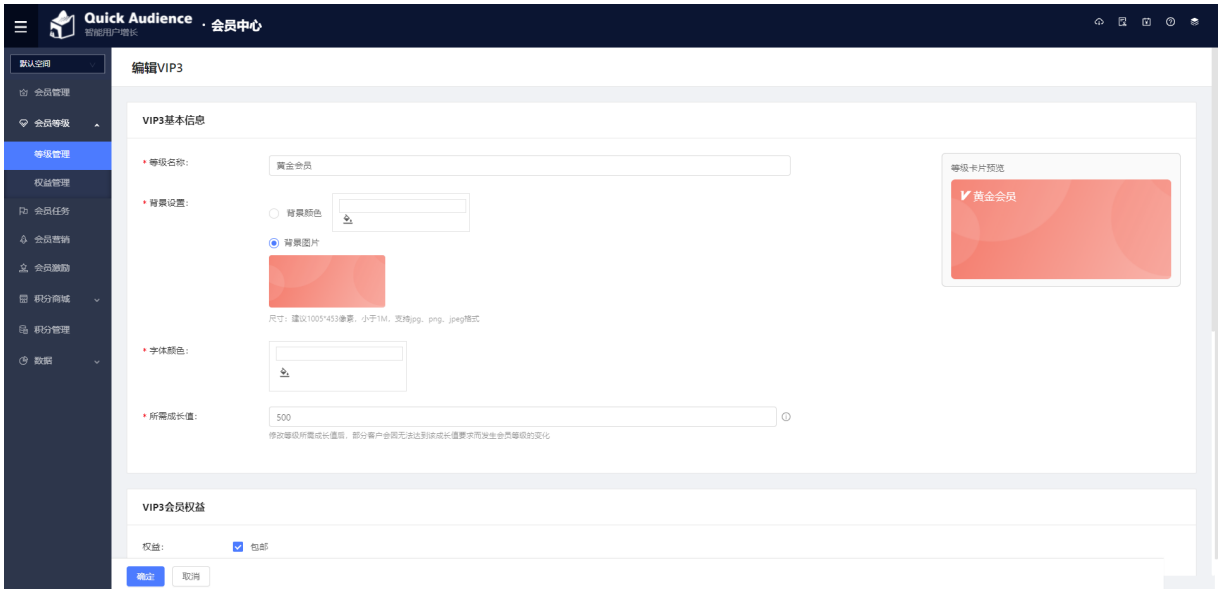
保级规则：用户在等级有效期内未升级，则系统在等级核算日根据当前有效期的成长值重新计算会员等级。判断用户是否保级的依据为，当前等级有效期内获得的成长值是否达到了保级所需成长值。若达到了保级所需的成长值，则保级成功，同时，用户在当前有效期内获得的成长值将会自动清零。

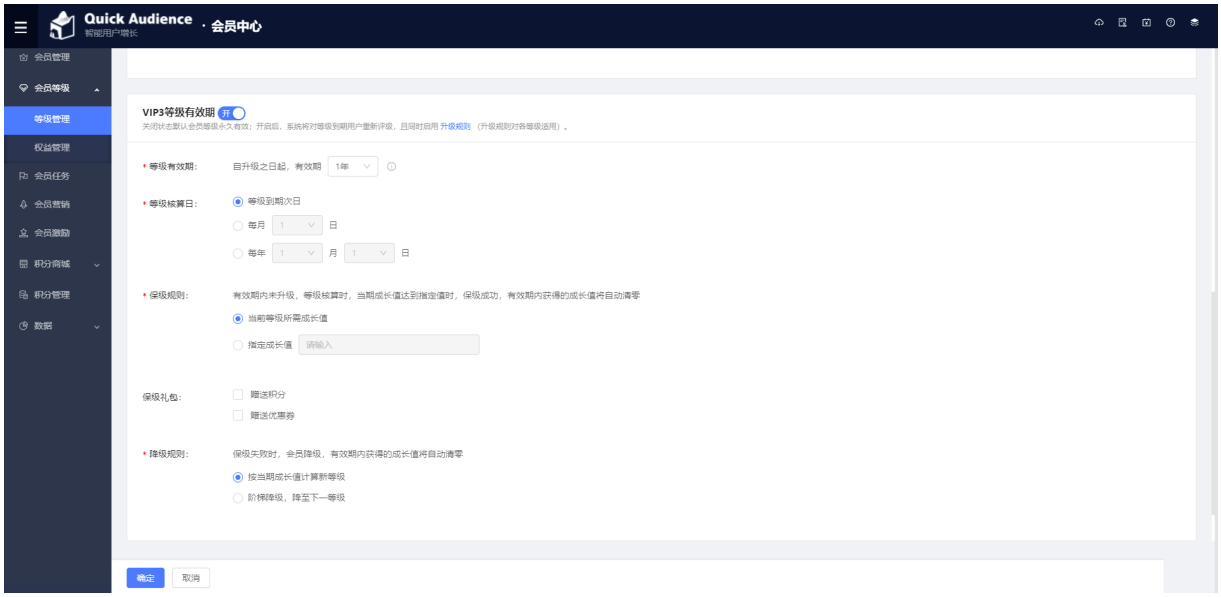
降级规则：如果用户未达到保级所需的成长值，则用户保级失败，会员降级。用户降级等级可设置为根据当期有效期内获得的成长值计算，也可设置为直接降一级。降级后，当前有效期内获得的成长值将自动清零。

操作路径：会员中心>会员等级>等级管理





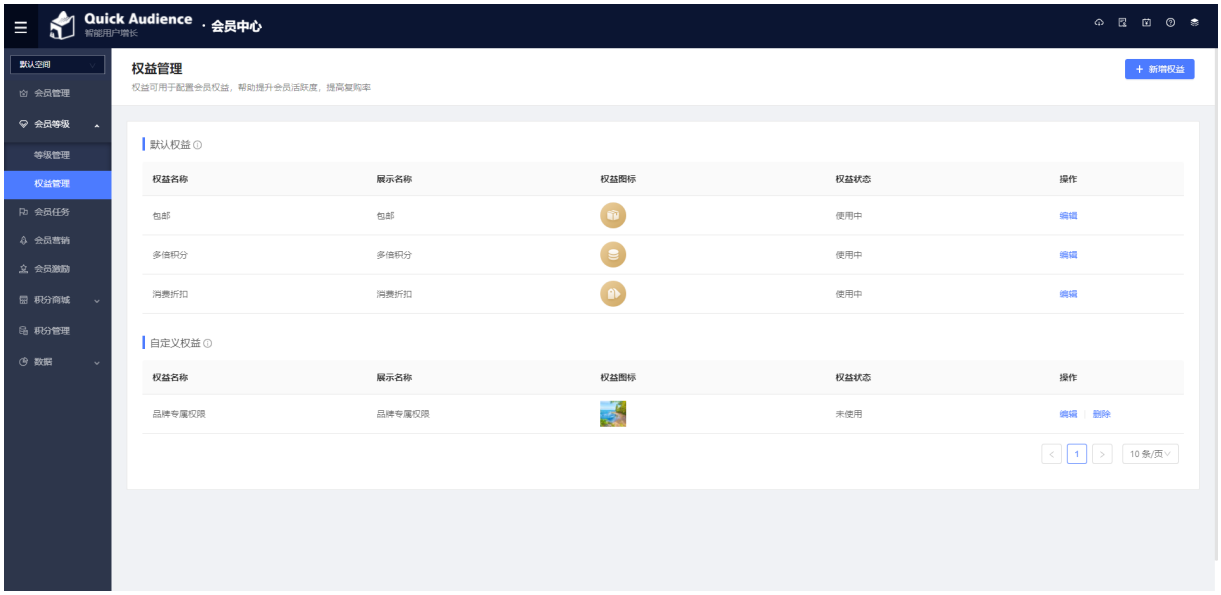




权益管理

权益可用于配置会员权益，帮助提升会员活跃度，提高复购率。权益管理页面展示所有权益，包括默认权益和自定义权益，支持新增自定义会员权益。

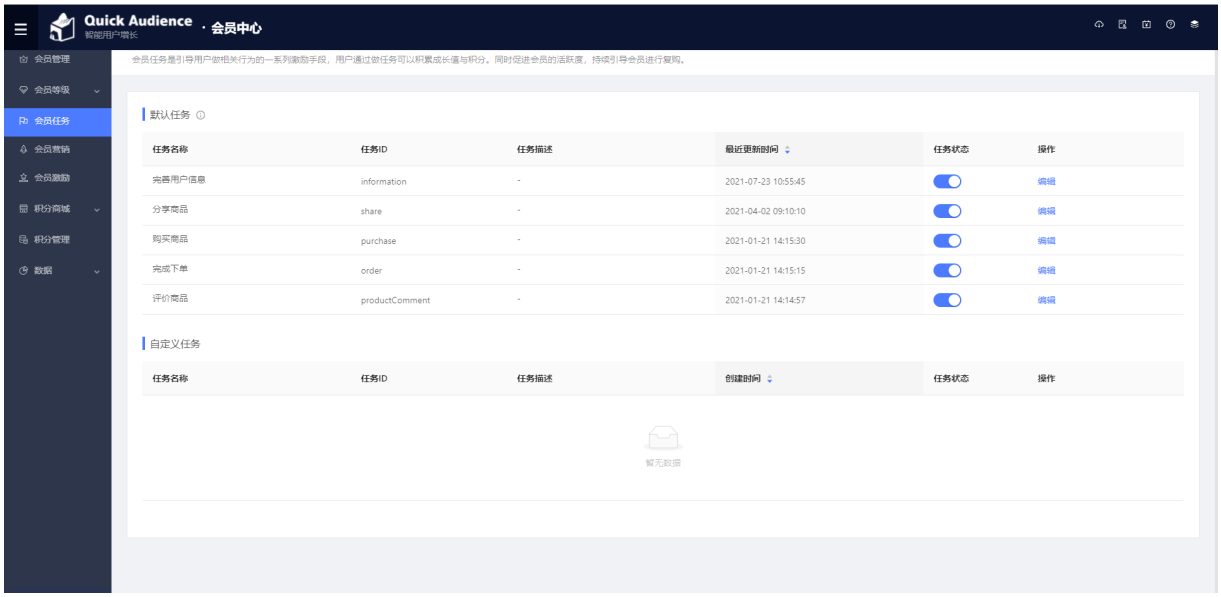
操作路径：会员中心>会员等级>权益管理

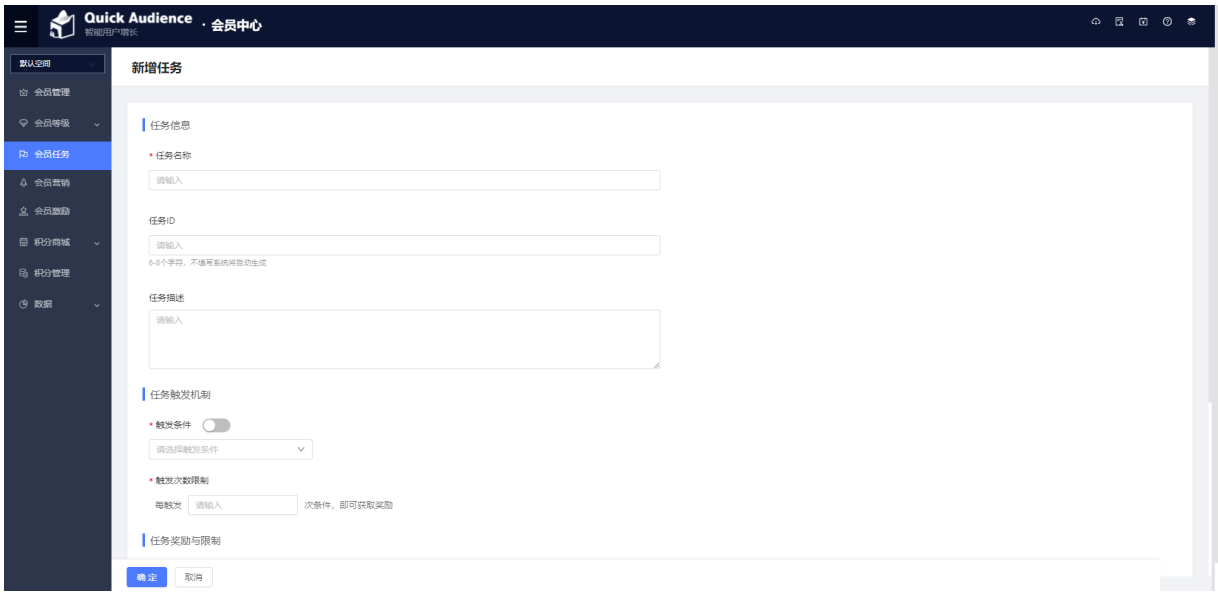


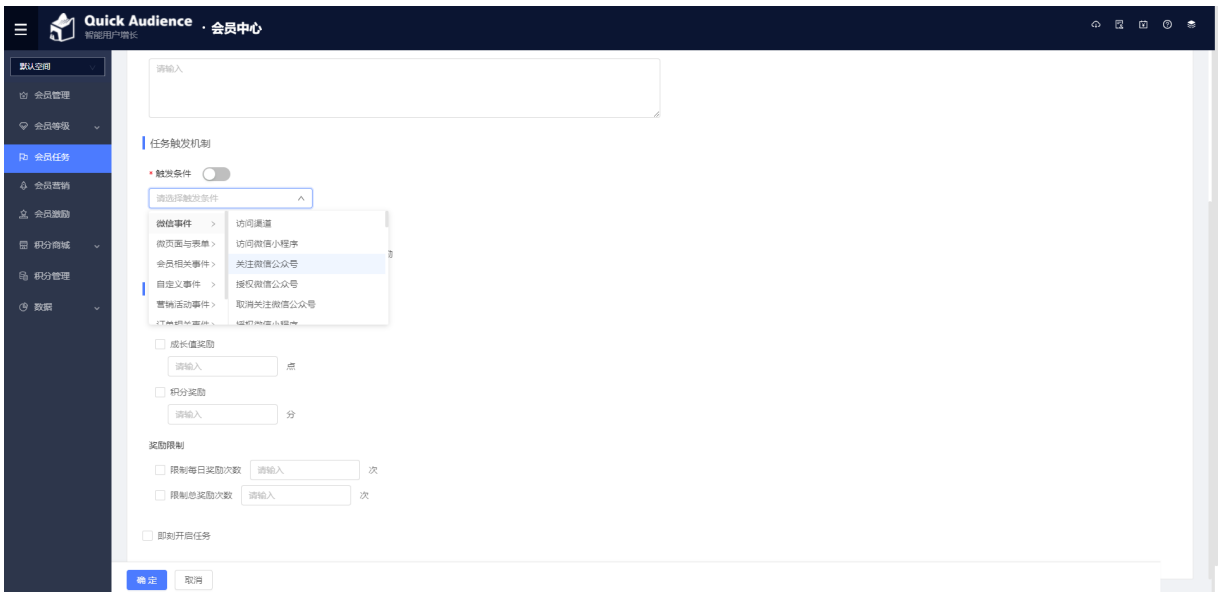
9.4. 会员任务

会员任务是引导用户做相关行为的一系列刺激手段，用户通过做任务客户积累成长值与积分，同时促进会员的活跃度，持续引导会员进行复购。会员任务页面展示所有会员任务，包括默认任务和自定义任务，支持编辑默认会员任务，支持开启/关闭会员任务，支持新增自定义任务，新增/编辑会员任务时支持选择触发事件。

操作路径：会员中心>会员任务


Quick Audience · 会员中心
智能用户增长
会员管理
会员等级
会员任务
会员营销
会员激励
积分商城
积分管理
数据
会员任务是引导用户做相关行为的一系列激励手段，用户通过做任务可以积累成长值与积分。同时促进会员的活跃度，持续引导会员进行复购。
默认任务
任务名称
任务ID
任务描述
最近更新时间
任务状态
操作
完善用户信息 information - 2021-07-23 10:55:45 编辑
分享商品 share - 2021-04-02 09:10:10 编辑
购买商品 purchase - 2021-01-21 14:15:30 编辑
完成下单 order - 2021-01-21 14:15:15 编辑
评价商品 productComment - 2021-01-21 14:14:57 编辑
自定义任务
任务名称
任务ID
任务描述
创建时间
任务状态
操作
暂无数据


Quick Audience · 会员中心
智能用户增长
默认空间
会员管理
会员等级
会员任务
会员营销
会员激励
积分商城
积分管理
数据
新增任务
任务信息
* 任务名称
请输入
任务ID
请输入
6-8个字符，不填写系统将自动生成
任务描述
请输入
任务触发机制
* 触发条件
请选择触发条件
* 触发次数限制
每触发 请输入 次条件，即可获取奖励
任务奖励与限制
确定
取消


Quick Audience · 会员中心
智能用户增长
默认空间
会员管理
会员等级
会员任务
会员营销
会员激励
积分商城
积分管理
数据
请输入
任务触发机制
* 触发条件
请选择触发条件
微信事件
微页面与表单
会员相关事件
自定义事件
营销活动事件
访问渠道
访问微信小程序
关注微信公众号
授权微信公众号
取消关注微信公众号
成长值奖励
请输入
点
积分奖励
请输入
分
奖励限制
限制每日奖励次数 请输入 次
限制总奖励次数 请输入 次
即刻开启任务
确定
取消

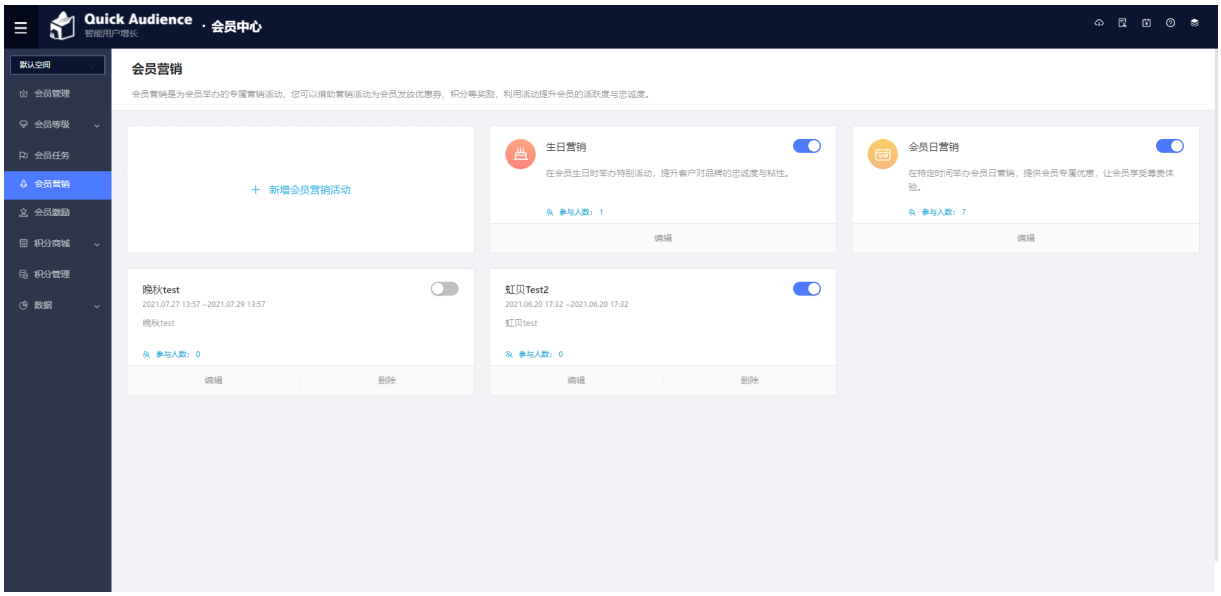
9.5. 会员营销

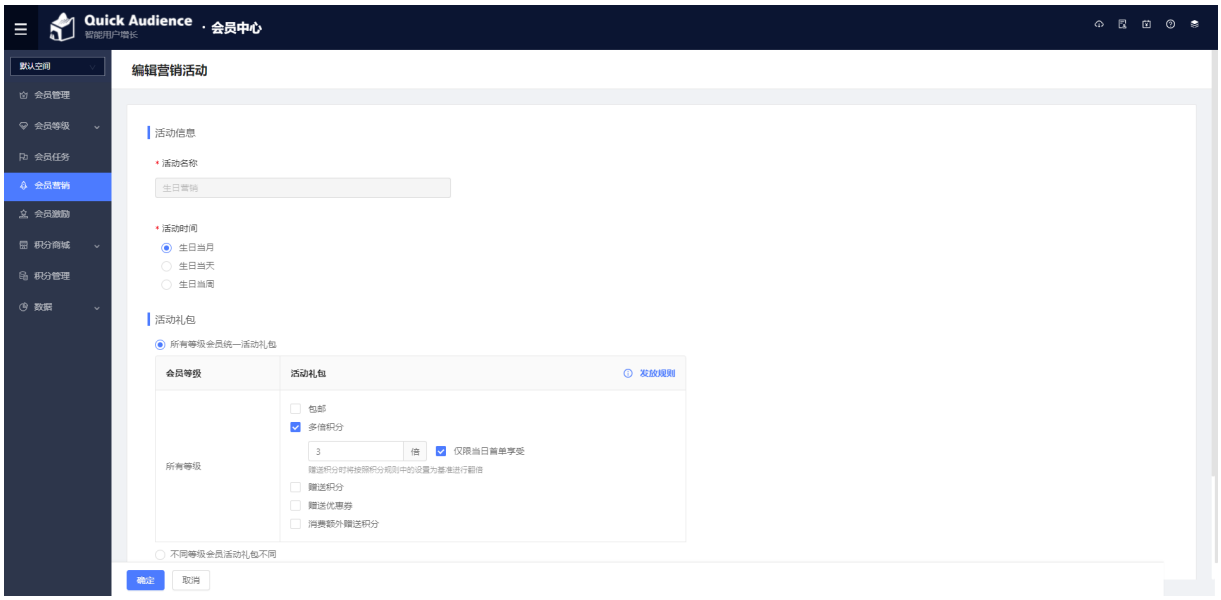
会员营销是为会员举办的专属营销活动，可以借助营销活动为会员发放优惠券、积分等奖励，利用活动提升会员的活跃度和忠诚度。会员营销页面展示所有的营销活动，包括默认的营销活动-生日营销和会员日营销，支持编辑营销活动，支持新增自定义会员营销活动，支持开启/关闭会员营销活动。

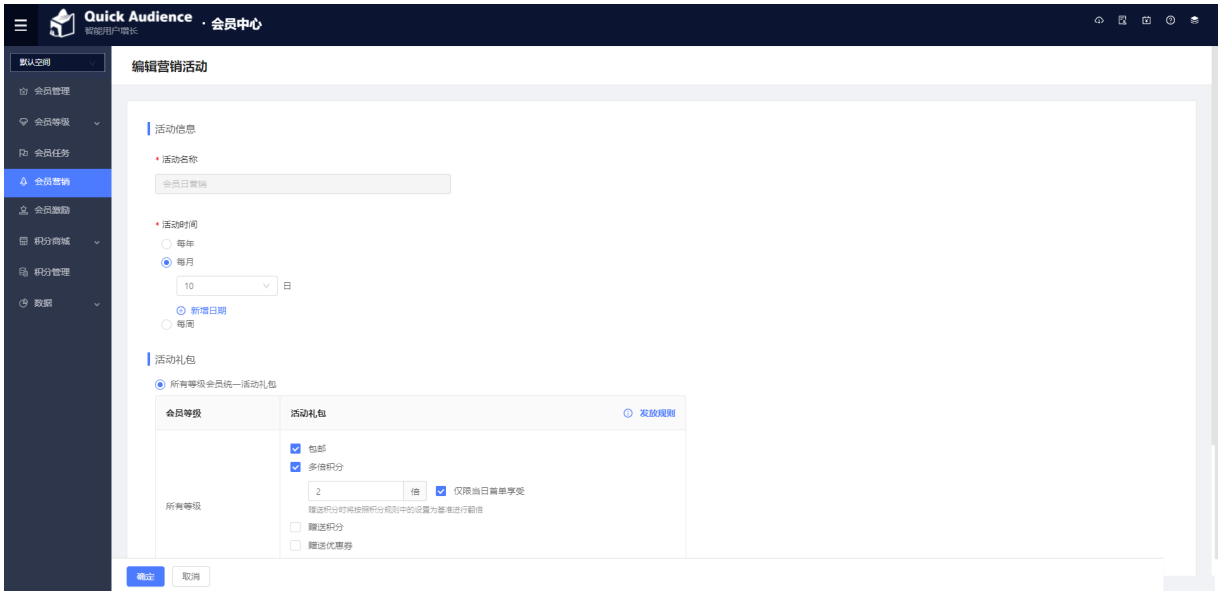
生日营销的活动时间支持设置生日当月、生日当天、生日当周；会员日营销的活动时间支持设置每年xx月xx日、每月xx日、每周周xx，支持设置多个日期。

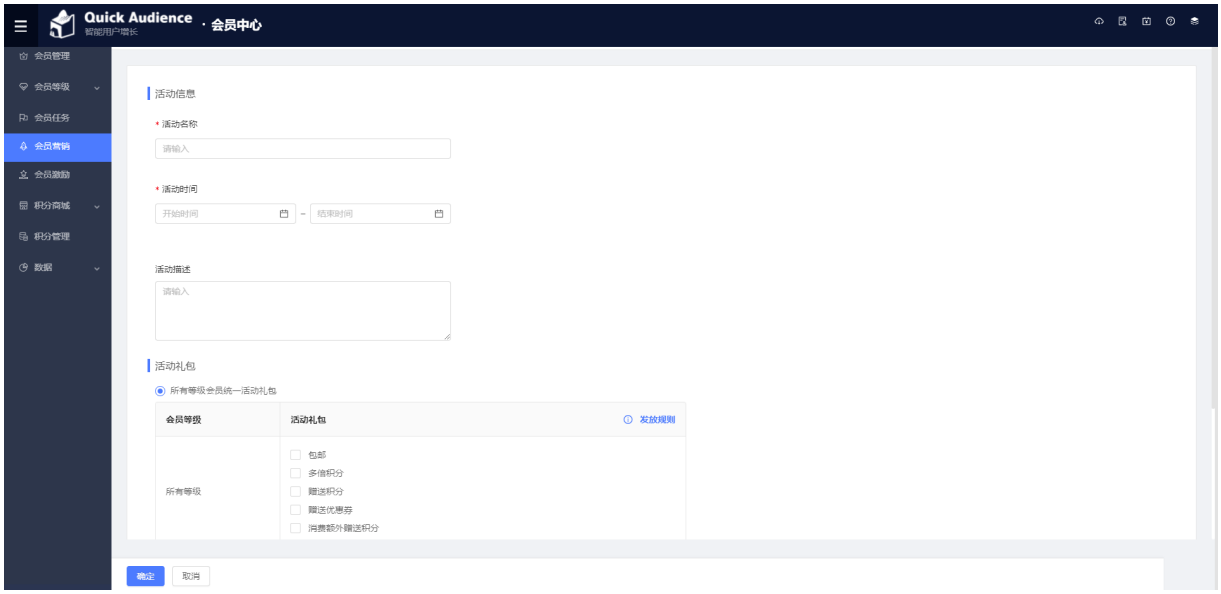
活动礼包支持设置所有等级会员统一活动礼包和不同等级会员活动礼包不同，不同等级会员活动礼包不同支持仅部分等级参与活动。

操作路径：会员中心>会员营销





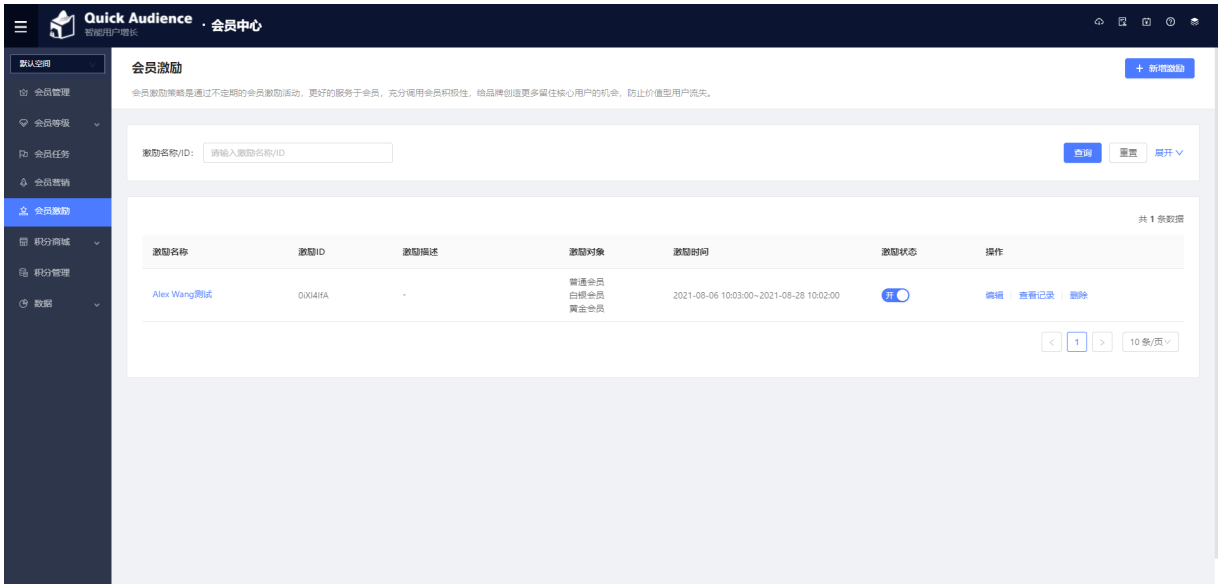


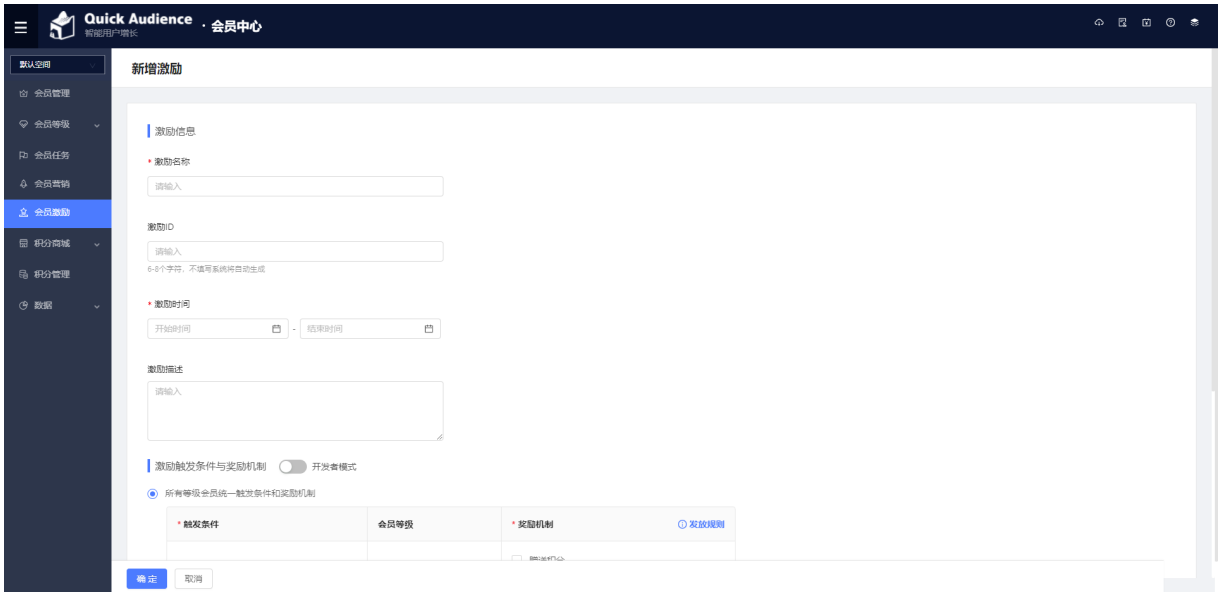


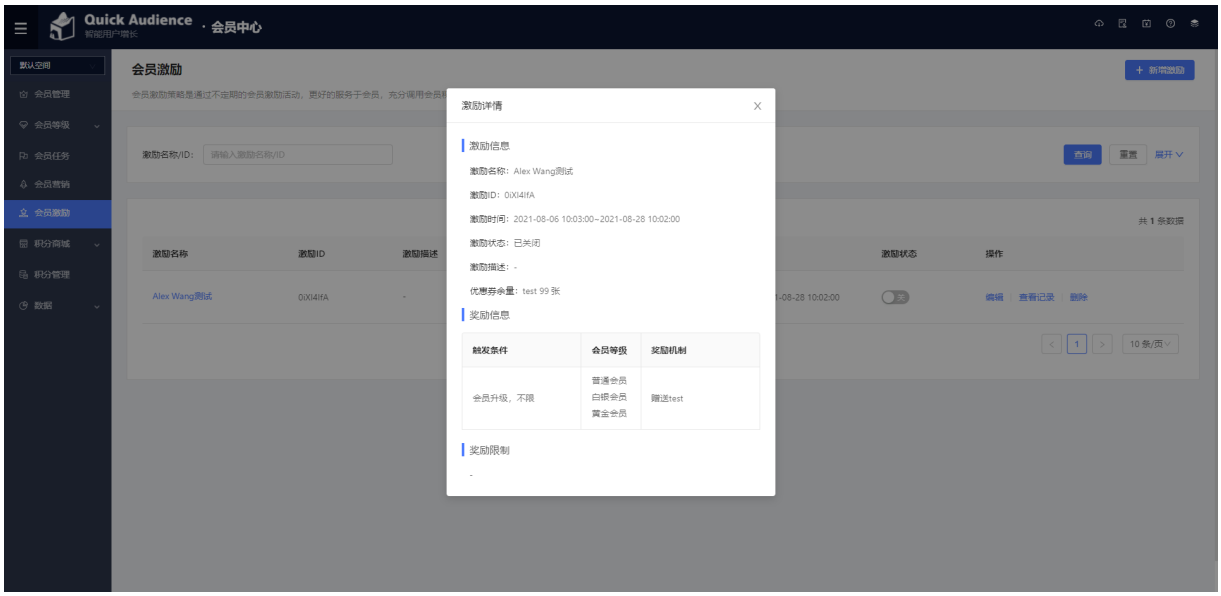
9.6. 会员激励

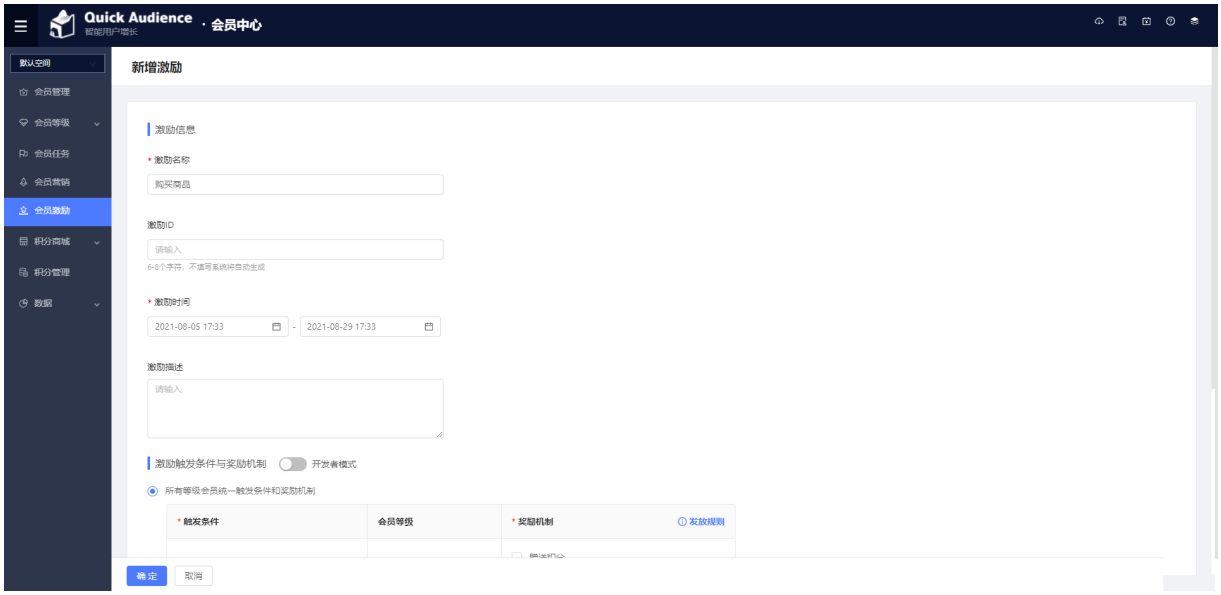
会员激励策略是通过不定期的会员激励，更好地服务于会员，充分调动会员积极性，给品牌创造更多留住核心用户的机会，防止价值型用户流失，支持新增自定义激励，支持开启/关闭会员激励，支持查看激励详情，支持编辑会员激励，支持查看激励记录，支持删除会员激励。

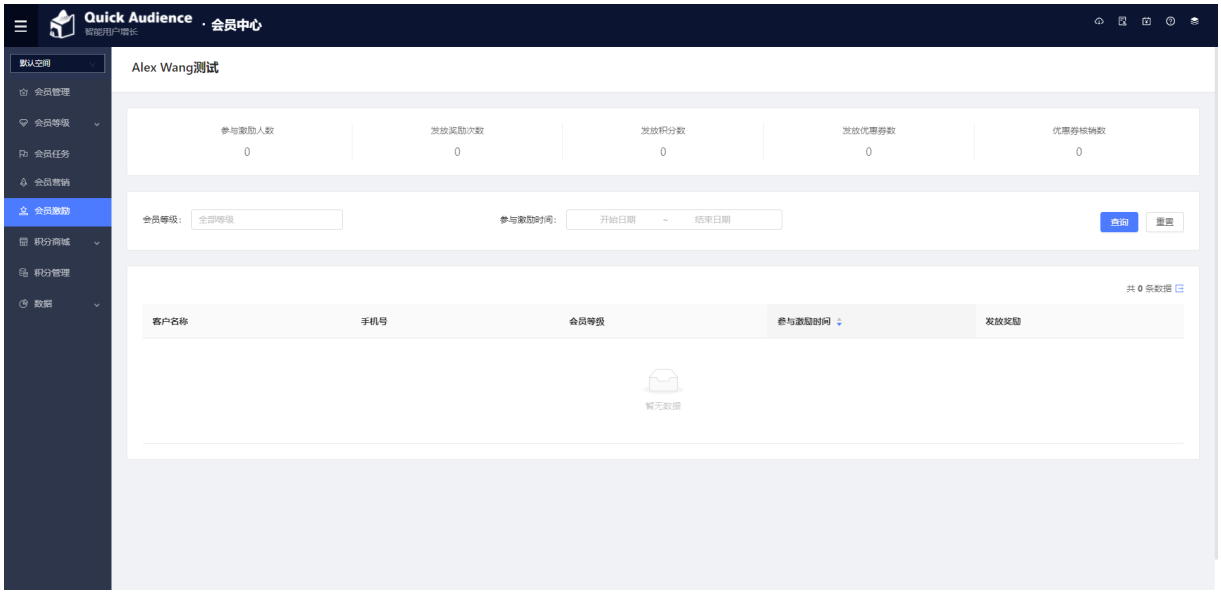
操作路径：会员中心>会员激励


Quick Audience
智能用户增长
· 会员中心
默认空间
会员管理
会员等级
会员任务
会员营销
会员激励
积分商城
积分管理
数据
会员激励
+ 新增激励
会员激励策略是通过不定期的会员激励活动，更好的服务于会员，充分调用会员积极性，给品牌创造更多留住核心用户的机会，防止价值型用户流失。
激励名称/ID：
请输入激励名称/ID
查询
重置
展开
共 1 条数据
激励名称
激励ID
激励描述
激励对象
激励时间
激励状态
操作
Alex Wang测试
0iXI4IfA
-
普通会员
白银会员
黄金会员
2021-08-06 10:03:00~2021-08-28 10:02:00
开
编辑
查看记录
删除
1
10 条/页


Quick Audience
智能用户增长
· 会员中心
默认空间
会员管理
会员等级
会员任务
会员营销
会员激励
积分商城
积分管理
数据
新增激励
激励信息
* 激励名称
请输入
激励ID
请输入
6-8个字符，不填可系统将自动生成
* 激励时间
开始时间
结束时间
激励描述
请输入
激励触发条件与奖励机制
开发者模式
所有等级会员统一触发条件和奖励机制
* 触发条件
会员等级
* 奖励机制
发放规则
确 定
取消


Quick Audience
智能用户增长
· 会员中心
会员激励
+ 新增激励
激励详情
激励信息
激励名称：Alex Wang测试
激励ID：0iXI4IfA
激励时间：2021-08-06 10:03:00~2021-08-28 10:02:00
激励状态：已关闭
激励描述：-
优惠券余量：test 99 张
奖励信息
触发条件
会员等级
奖励机制
会员升级，不限
普通会员
白银会员
黄金会员
赠送test
奖励限制
-





9.7. 积分商城

积分商城支持会员使用其积分或支付其他标价购买商品，您需要进行相应的后台管理。

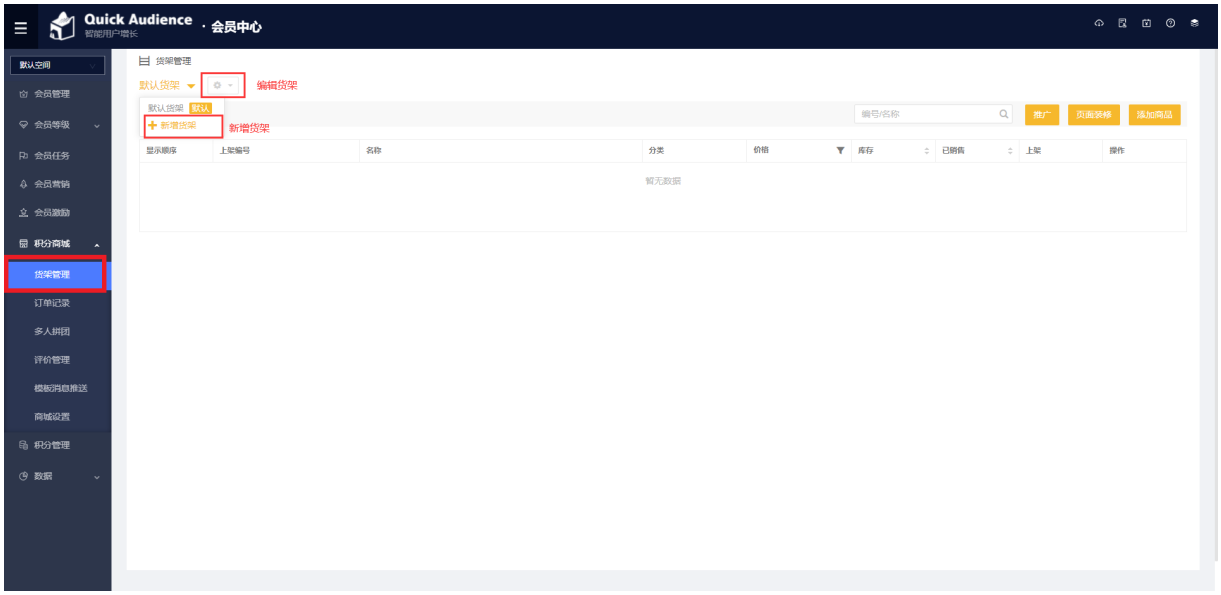
1 货架管理

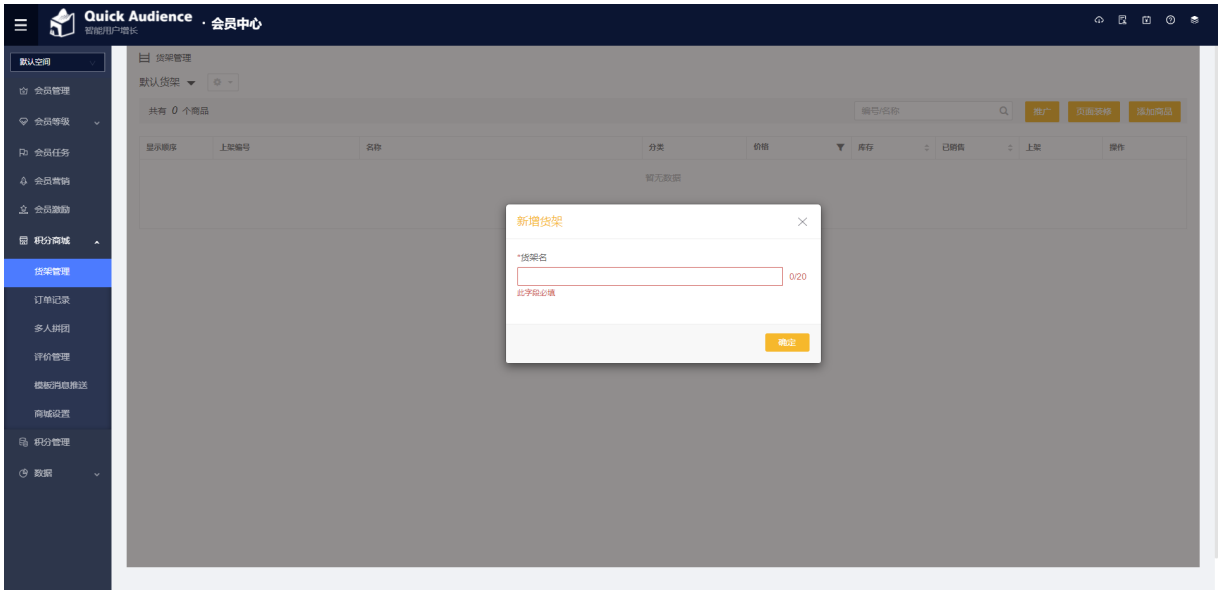
货架管理用来配置货架、添加商品、装修页面以及推广货架。

1.1 创建货架

单击**积分商城>货架管理**，进入货架管理页面。

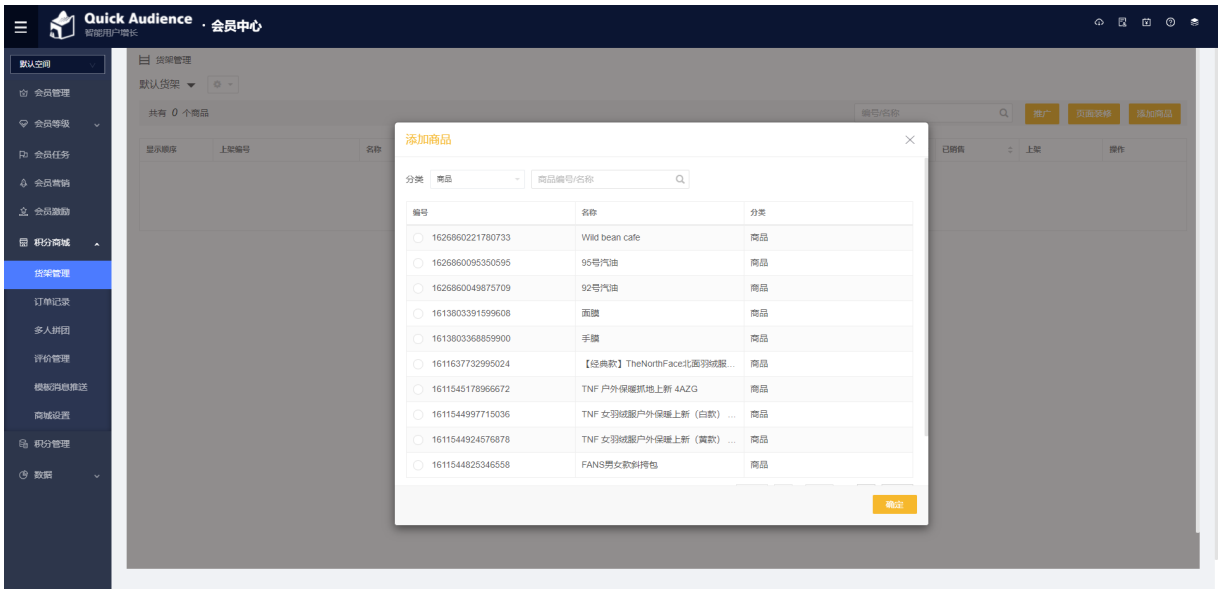
可使用系统默认货架，也可单击下拉框新增货架。单击设置按钮，可编辑货架名称或删除当前货架。默认货架不支持删除。


Quick Audience
智能用户增长
· 会员中心
默认空间
会员管理
会员等级
会员任务
会员营销
会员激励
积分商城
货架管理
订单记录
多人拼团
评价管理
模板消息推送
商城设置
积分管理
数据
货架管理
默认货架
编辑货架
默认货架 默认
新增货架
新增货架
推广
页面装修
添加商品
显示顺序
上架编号
名称
分类
价格
库存
已销售
上架
操作
暂无数据

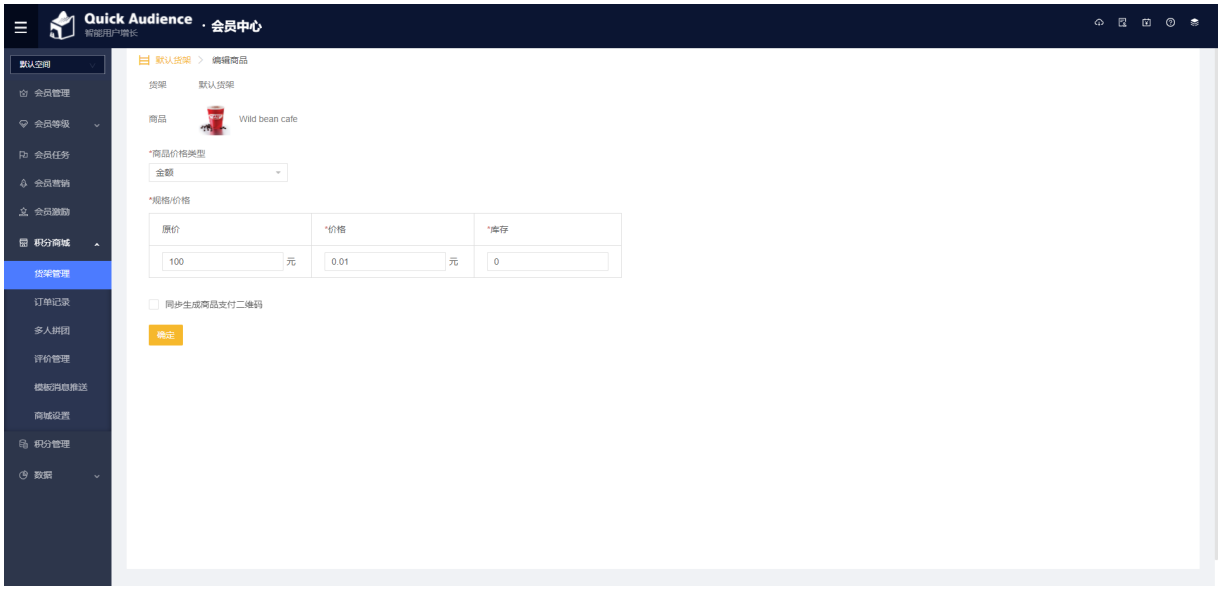

Quick Audience
智能用户增长
· 会员中心
默认空间
会员管理
会员等级
会员任务
会员营销
会员激励
积分商城
货架管理
订单记录
多人拼团
评价管理
模板消息推送
商城设置
积分管理
数据
货架管理
默认货架
共有 0 个商品
推广
页面装修
添加商品
显示顺序
上架编号
名称
分类
价格
库存
已销售
上架
操作
暂无数据
新增货架
*货架名
0/20
此字段必填
确定

1.2 添加商品

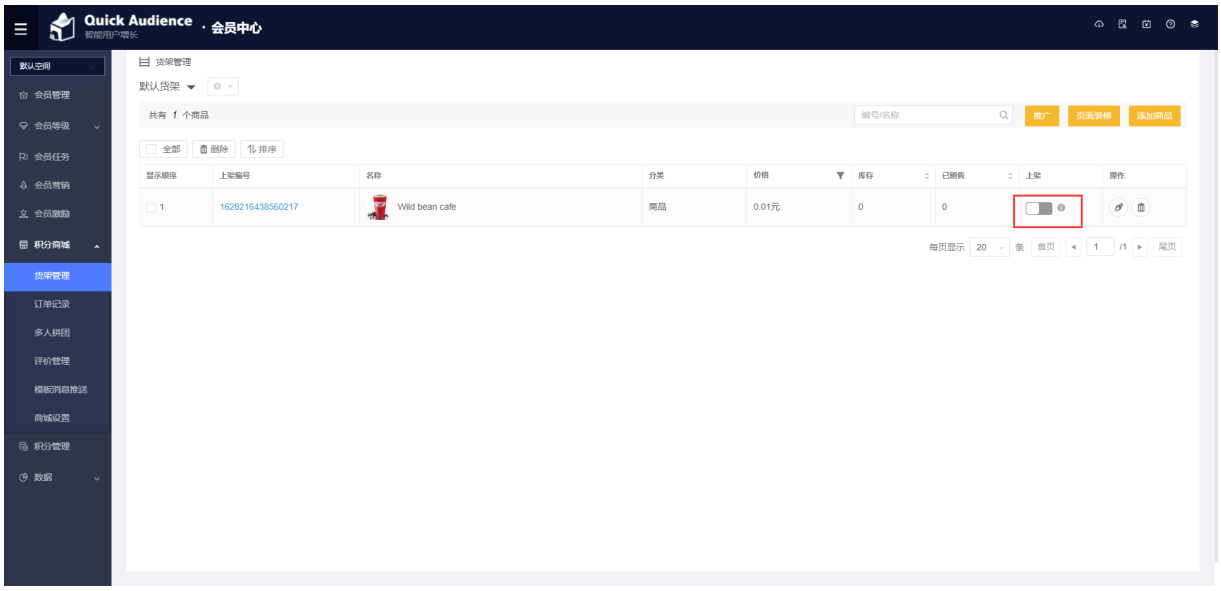
（1）选择一个指定货架，单击**添加商品**，并选择指定的上架商品。



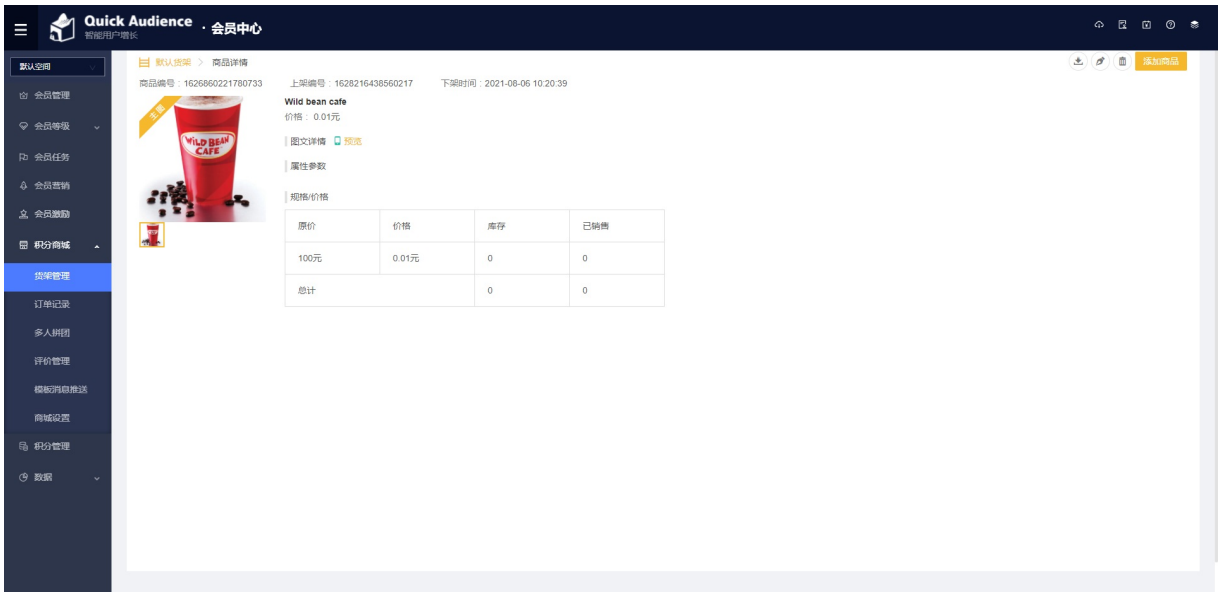
添加指定商品后，先选择商品价格类型，然后根据商品规格设置对应的价格及商品库存。注：商品价格支持价格、积分、金额+积分三种方式。



（2）商品添加完成后跳转货架列表页。默认状态为未上架，需手动上架商品。



（3）在货架列表页单击指定的商品上架编号查看商品详情。

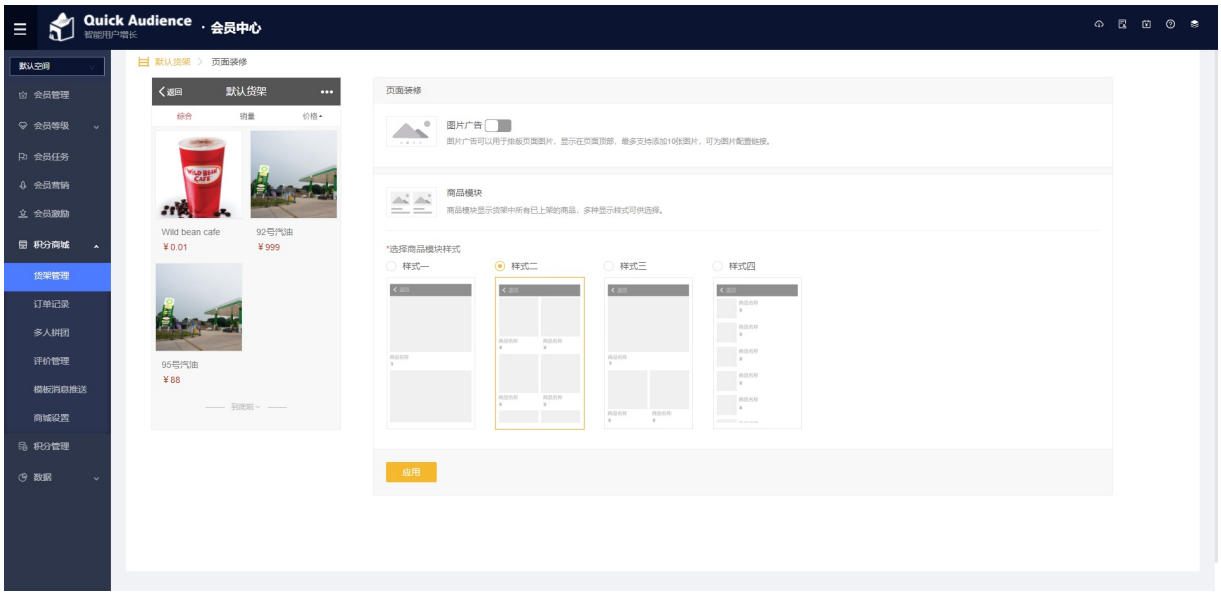


1.3 页面装修

支持自定义货架样式，积分商城对用户的前端展示效果会随之更改。

（1）选择一个指定货架，单击**页面装修**，进入页面装修页面。

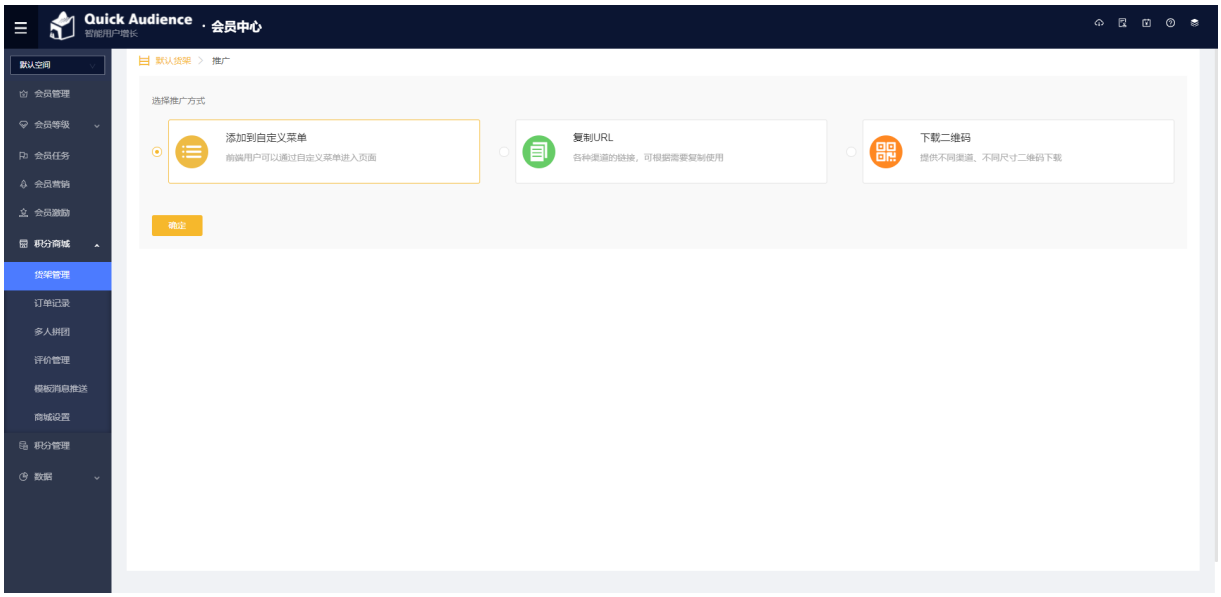
（2）可选择设置图片广告和商品的布局样式。

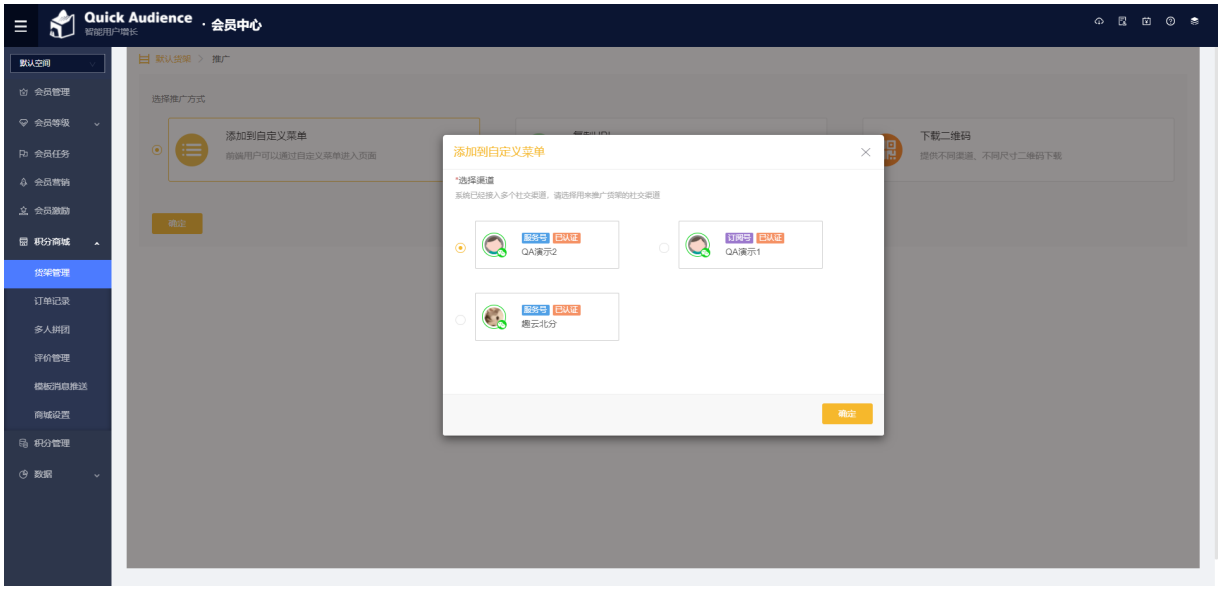


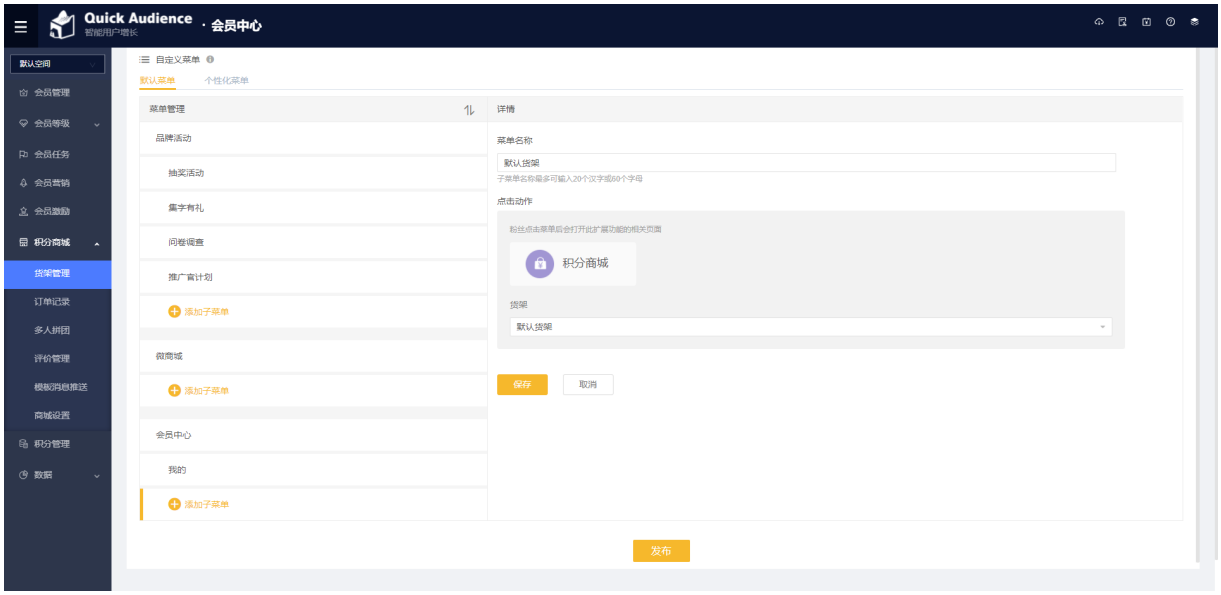
1.4 货架推广

货架商品添加完成后，积分商城即可推广。支持添加到自定义菜单、复制URL推广、下载二维码三种推广方式。用户可以通过单击公众号菜单、单击链接、扫描二维码的方式访问积分商城。

（1）添加到自定义菜单 单击**积分商城>货架管理>推广**，选择**添加到自定义菜单**。该窗口中显示系统中所有绑定的微信服务号渠道（不支持订阅号推广）。选择指定的公众号渠道后将积分商城功能模块添加到主菜单或子菜单，然后选择想要推广的货架。单击保存后发布菜单，用户即可单击该菜单访问指定的商品货架。

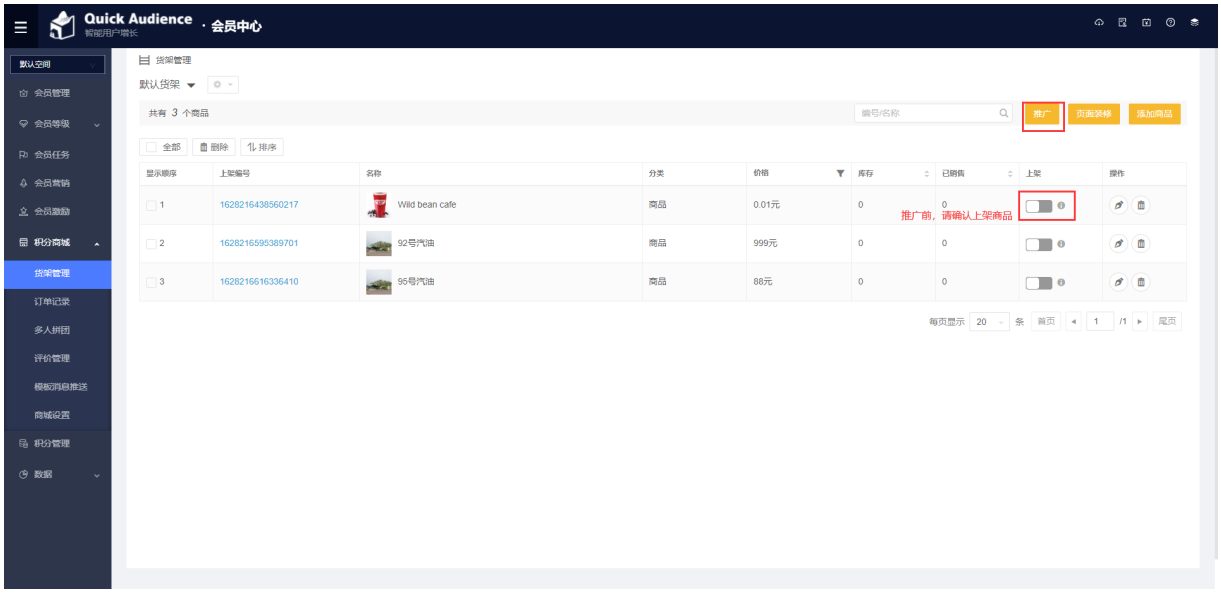


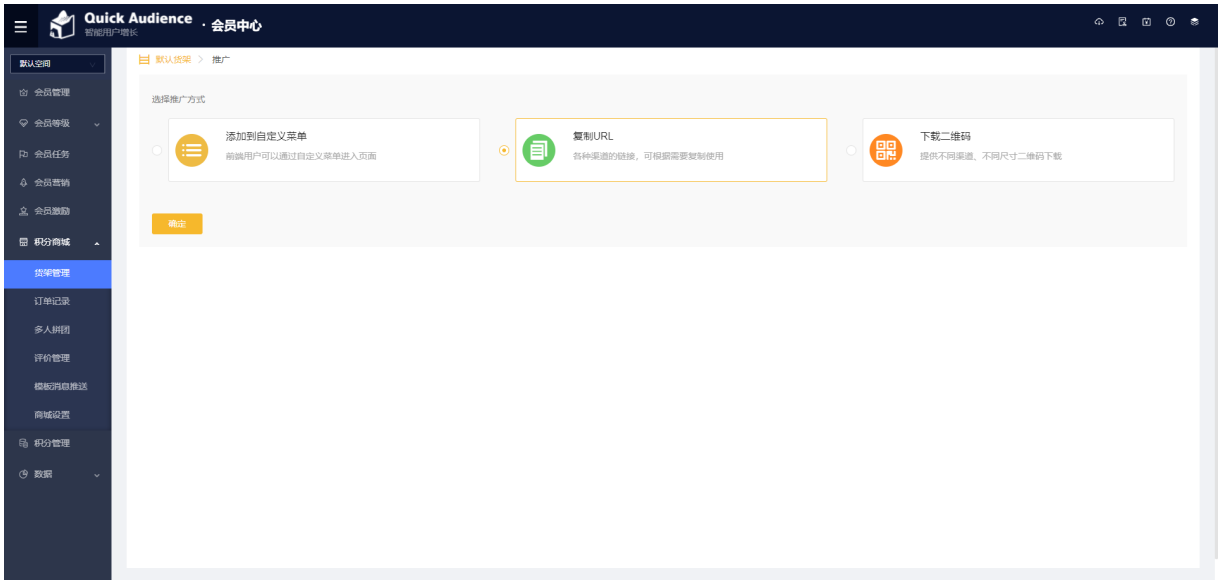


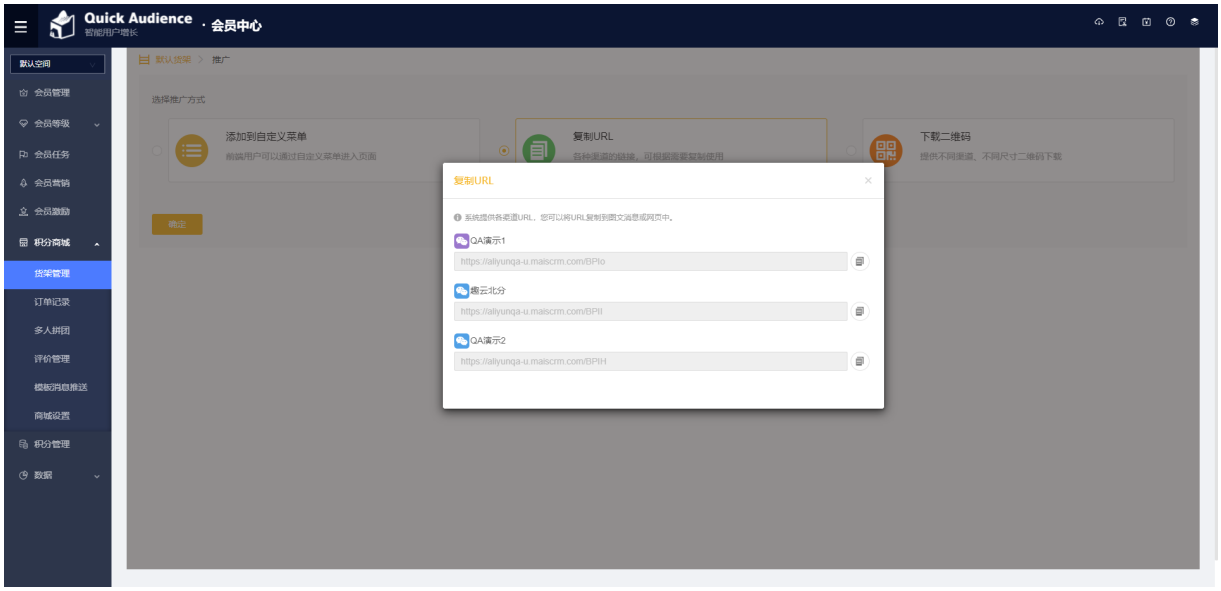


（2） 复制URL推广

单击**积分商城>货架管理>推广**，选择复制URL推广方式。单击复制链接，可复制到公众号菜单、图文消息或网页中，引导用户单击链接浏览商城货架。

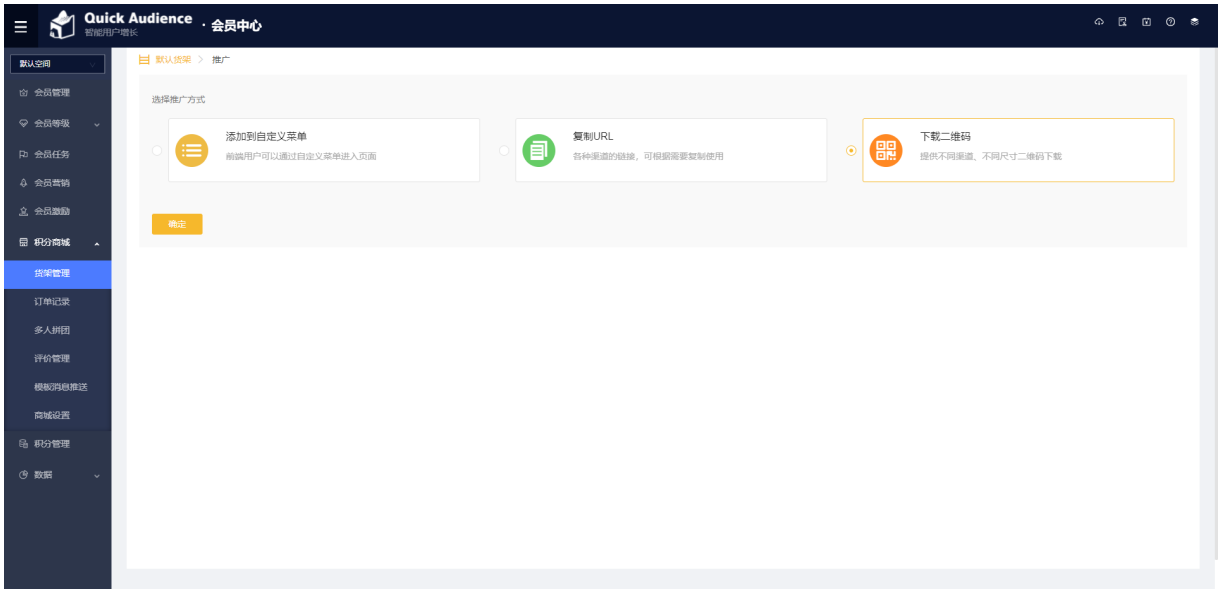

Quick Audience · 会员中心
货架管理
默认货架
共有 3 个商品
推广
页面装修
添加商品
全部
删除
排序
显示顺序
上架编号
名称
分类
价格
库存
已销售
上架
操作
1
1628216438560217
Wild bean cafe
商品
0.01元
0
0
推广前，请确认上架商品
2
1628216595389701
92号汽油
商品
999元
0
0
3
1628216616336410
95号汽油
商品
88元
0
0
每页显示 20 条
首页
1
/1
尾页
会员管理
会员等级
会员任务
会员营销
会员激励
积分商城
货架管理
订单记录
多人拼团
评价管理
模板消息推送
商城设置
积分管理
数据

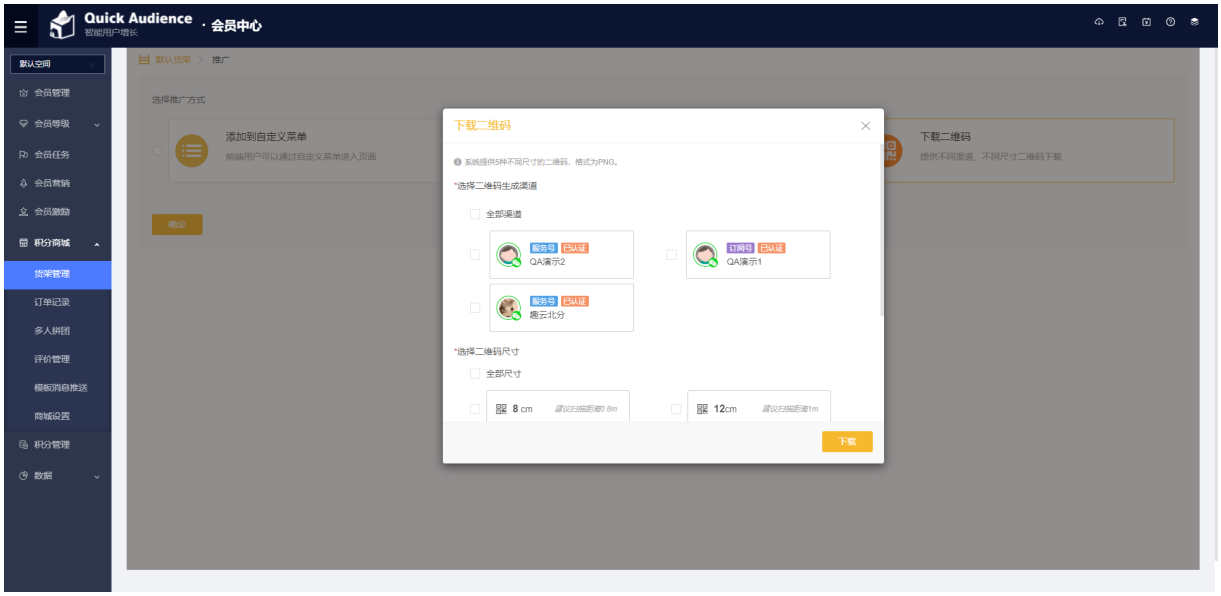

Quick Audience · 会员中心
默认货架 > 推广
选择推广方式
添加到自定义菜单
前端用户可以通过自定义菜单进入页面
复制URL
各种渠道的链接，可根据需要复制使用
下载二维码
提供不同渠道、不同尺寸二维码下载
确定

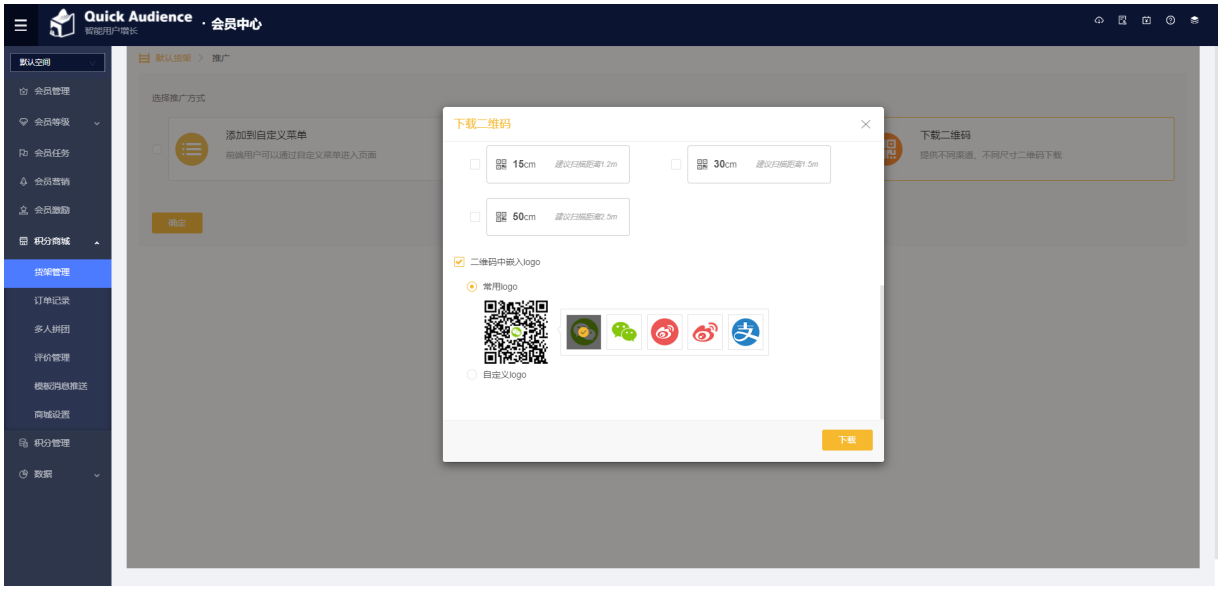

Quick Audience · 会员中心
默认货架 > 推广
选择推广方式
添加到自定义菜单
复制URL
下载二维码
确定
复制URL
系统提供各渠道URL，您可以将URL复制到图文消息或网页中。
QA演示1
https://aliyunqa-u.maiscrm.com/BPIo
极云北分
https://aliyunqa-u.maiscrm.com/BPII
QA演示2
https://aliyunqa-u.maiscrm.com/BPIH

（3）下载二维码

单击**积分商城>货架管理>推广**，选择下载二维码推广的方式。然后选择二维码需要绑定的公众号渠道以及所需的尺寸。支持二维码中嵌入常用logo或品牌自定义logo提高吸引力。后续用户可以扫描二维码浏览商城货架。





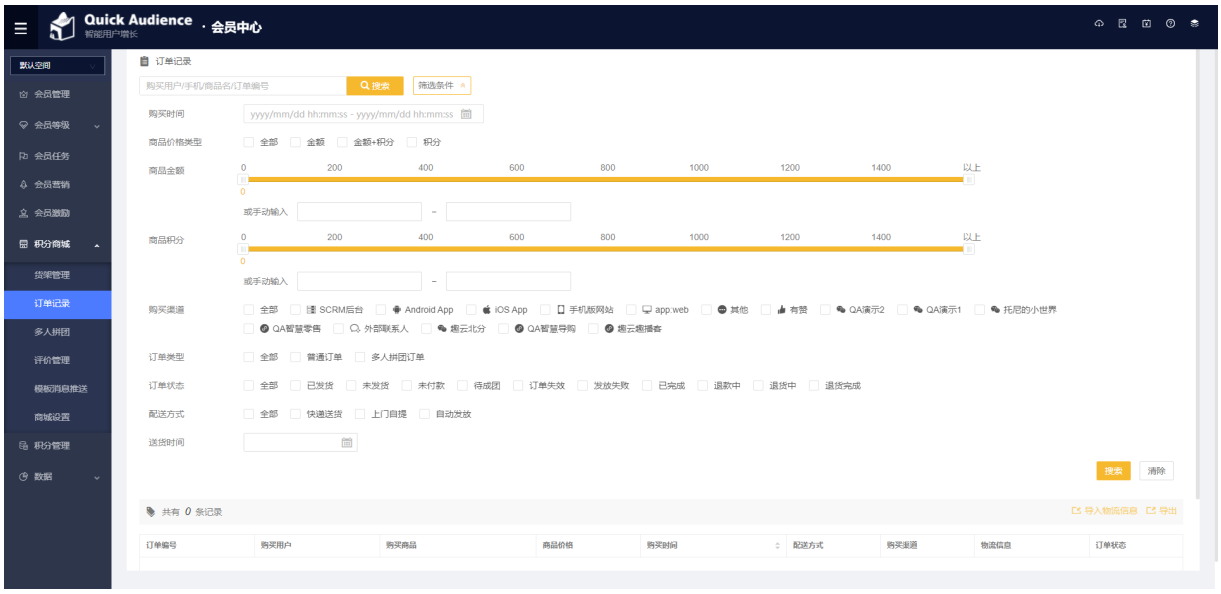


2 订单记录

此功能用来记录积分商城订单，并追踪订单状态。首页展示积分商城订单列表。

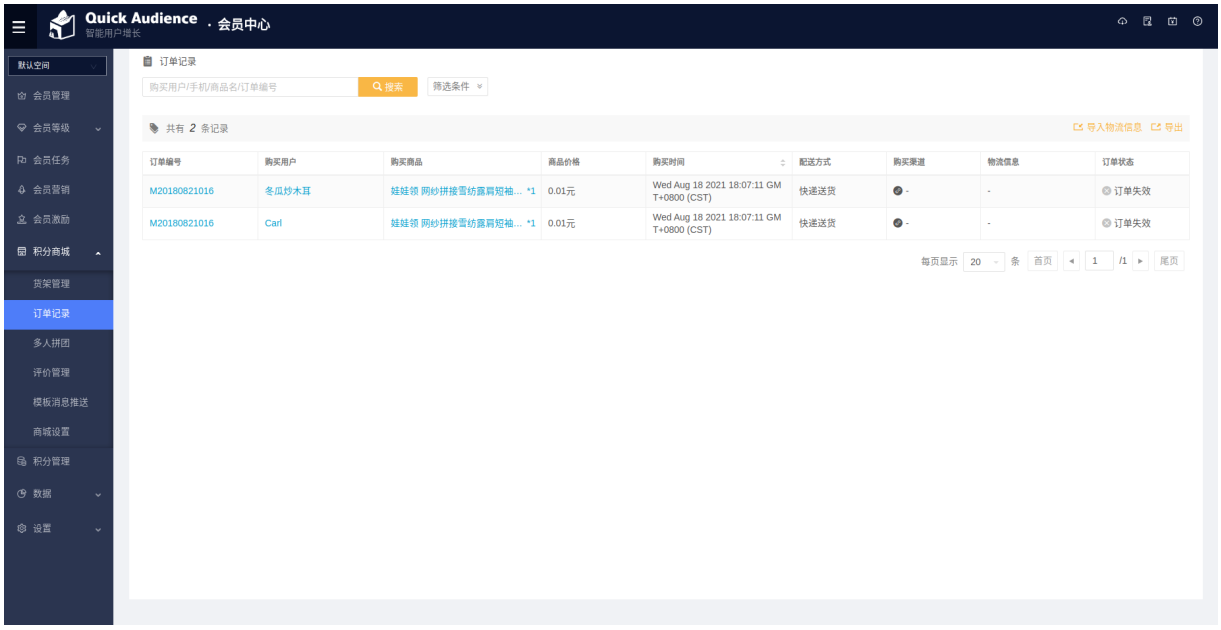
2.1 订单搜索

用户在积分商城的购买行为都记录在订单记录页面，可以按照购买用户、手机、商品名等条件搜索订单。也支持按照筛选条件（商品金额、商品积分、商品价格类型、购买渠道、购买时间、订单类型、订单状态、配送方式等）进行筛选。



2.2 订单记录导出

默认导出列表页所有订单数据，也可以筛选后导出指定订单数据。



2.3 查看订单详情

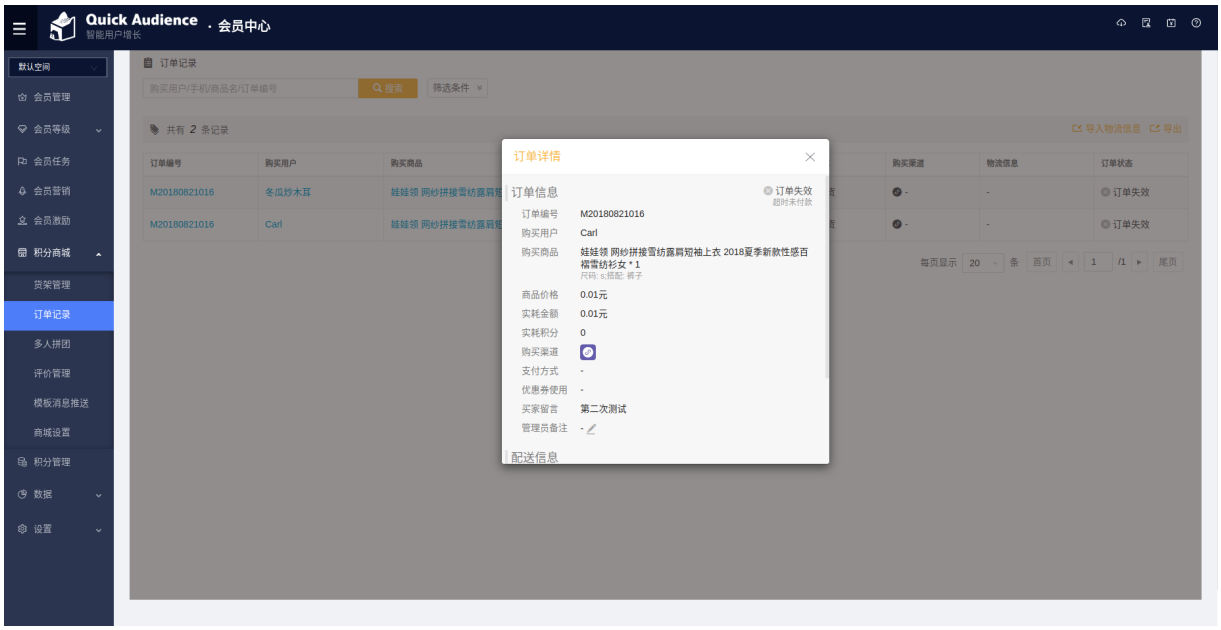
（1）单击订单编号，查看订单详情。

（2）支持管理员修改订单详情

1)未发货状态的订单可修改收货人、手机、收货地址。

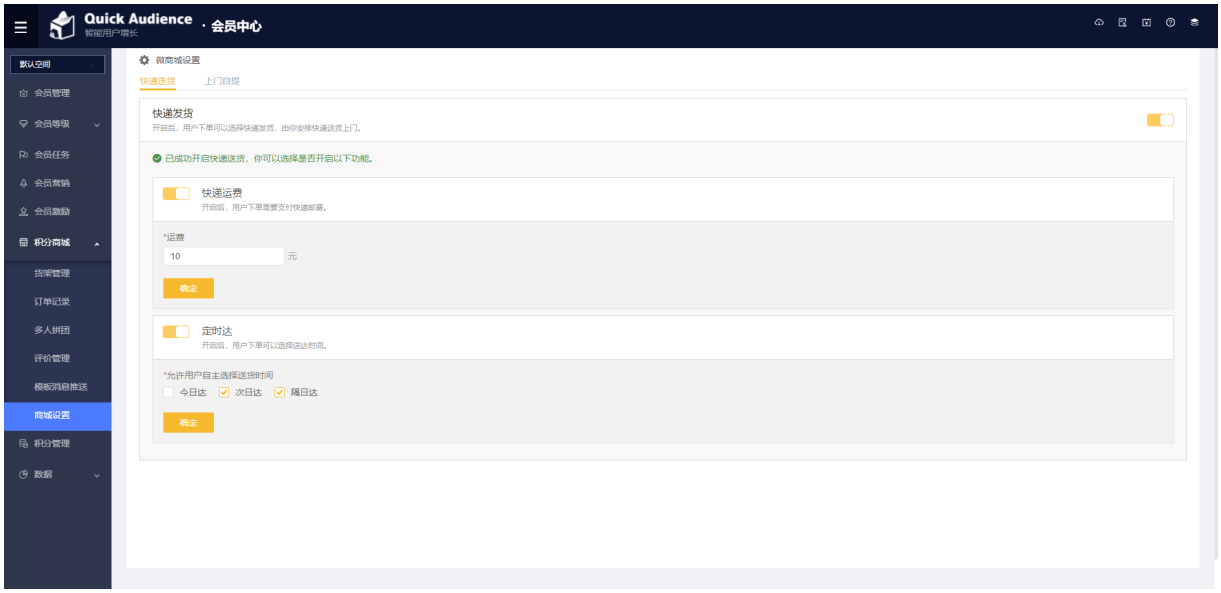
2)已发货和失效状态的订单不可修改订单信息。

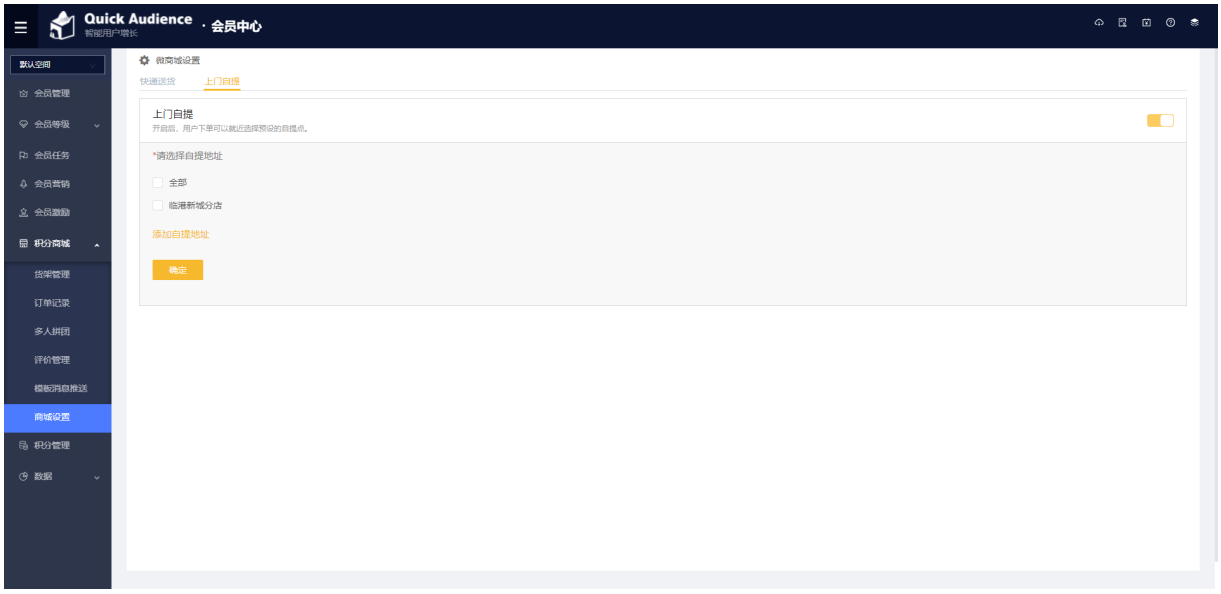
3)可对全部订单添加备注信息。

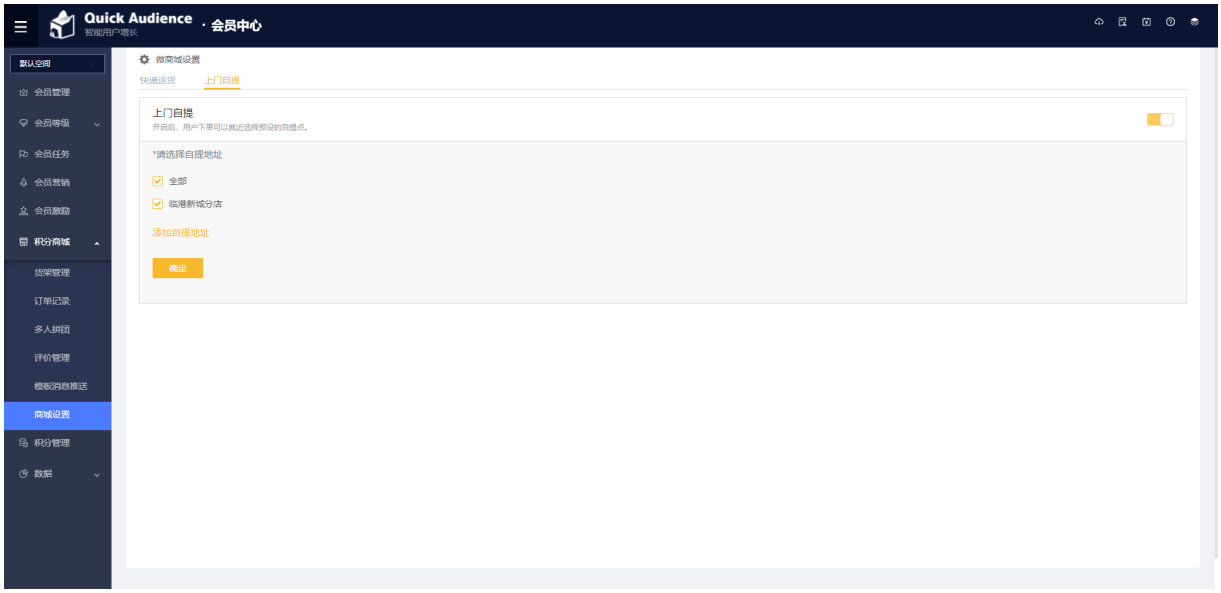


3 商城设置

用来设置发货方式：快递发货或上门自提。客户下单时可选择配送方式。上门自提的方式需要预先设置自提地址。


Quick Audience
智能用户增长
· 会员中心
默认空间
会员管理
会员等级
会员任务
会员营销
会员激励
积分商城
货架管理
订单记录
多人拼团
评价管理
模板消息推送
商城设置
积分管理
数据
微商城设置
快递送货
上门自提
快递发货
开启后，用户下单可以选择快递发货，由你安排快递送货上门。
已成功开启快递送货，你可以选择是否开启以下功能。
快递运费
开启后，用户下单需要支付快递邮费。
*运费
10
元
确定
定时达
开启后，用户下单可以选择送达时间。
*允许用户自主选择送货时间
今日达
次日达
隔日达
确定


Quick Audience
智能用户增长
· 会员中心
默认空间
会员管理
会员等级
会员任务
会员营销
会员激励
积分商城
货架管理
订单记录
多人拼团
评价管理
模板消息推送
商城设置
积分管理
数据
微商城设置
快递送货
上门自提
上门自提
开启后，用户下单可以就近选择预设的自提点。
*请选择自提地址
全部
临港新城分店
添加自提地址
确定


Quick Audience
智能用户增长
· 会员中心
默认空间
会员管理
会员等级
会员任务
会员营销
会员激励
积分商城
货架管理
订单记录
多人拼团
评价管理
模板消息推送
商城设置
积分管理
数据
微商城设置
快递送货
上门自提
上门自提
开启后，用户下单可以就近选择预设的自提点。
*请选择自提地址
全部
临港新城分店
添加自提地址
确定

发货方式用户前端展示：

快递配送

上门自提

4G 0K/s
16:23
HD 94%
确认支付
到我们提货点提货
买家留言： 选填，您可以在这里为商家留言
共1件
会员积分
-9999
优惠券
未使用
消耗积分： 9999积分
确认支付

9.8. 积分管理

积分管理页面展示累计发放积分、累计消耗积分、保护期内积分和未使用积分。支持设置积分奖励规则，包括完成下单和购买商品，支持开启/关闭积分奖励规则。支持设置积分通用规则，包括积分有效期、积分保护期、积分获取上限和积分抵现规则。

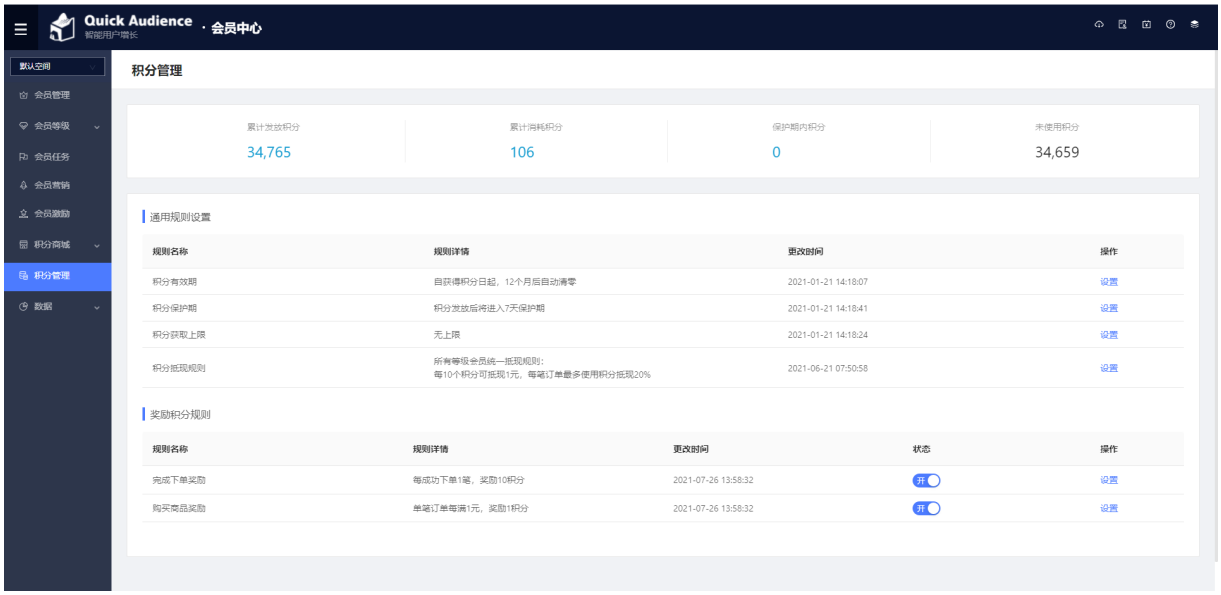
（1）积分有效期支持设置永久有效、固定日期清零、按年过期；

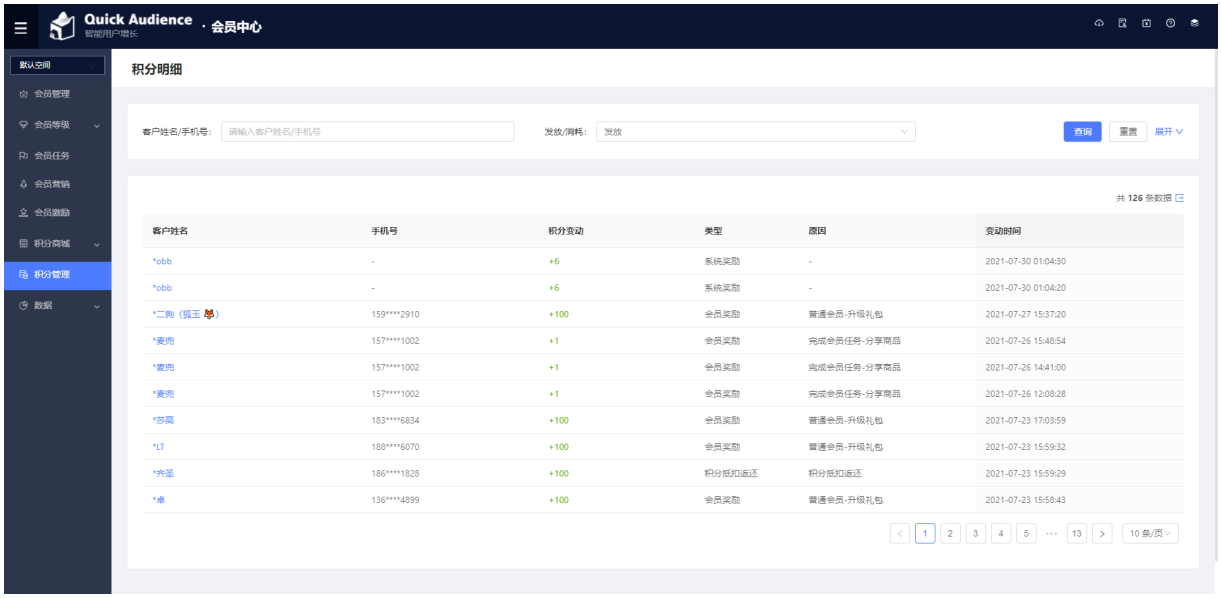
（2）积分抵现规则支持设置不可抵现、积分抵现规则和最大比例；

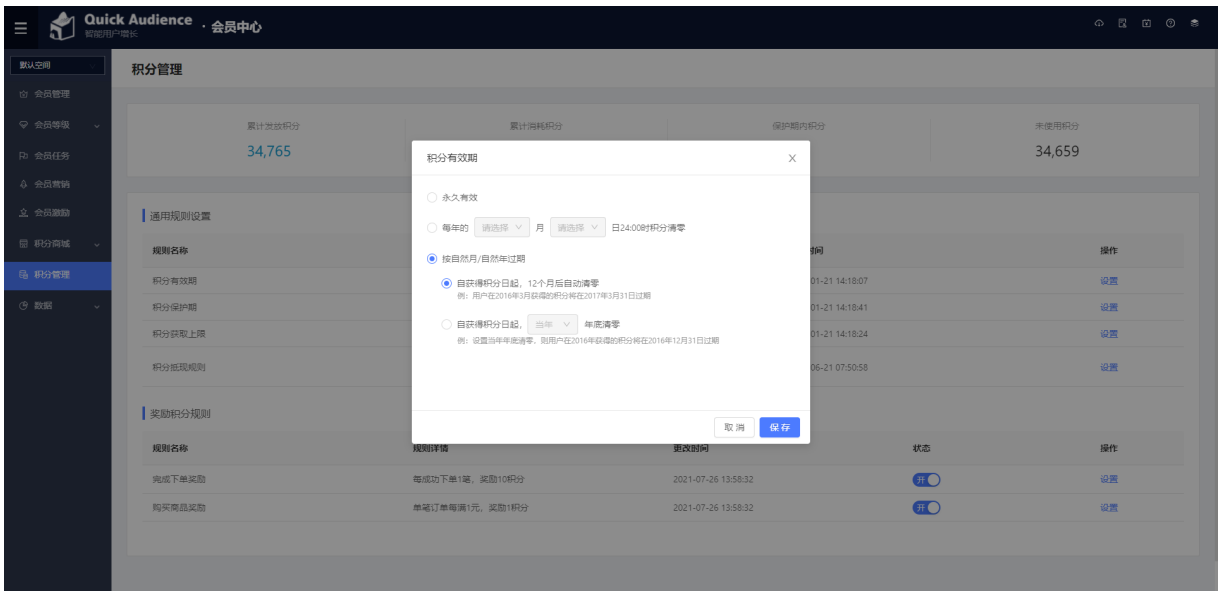
（3）积分获取上限支持设置无上限、每个客户按周期设置积分上限；

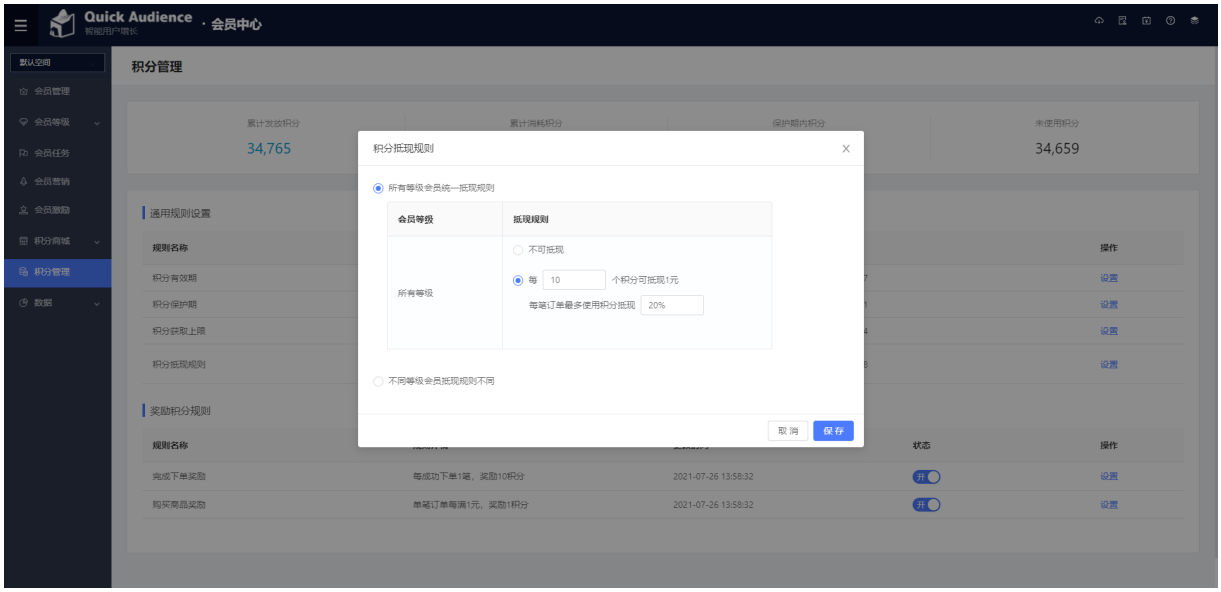
（4）积分保护期支持设置无保护期、保护天数，保护期内的积分不可用。

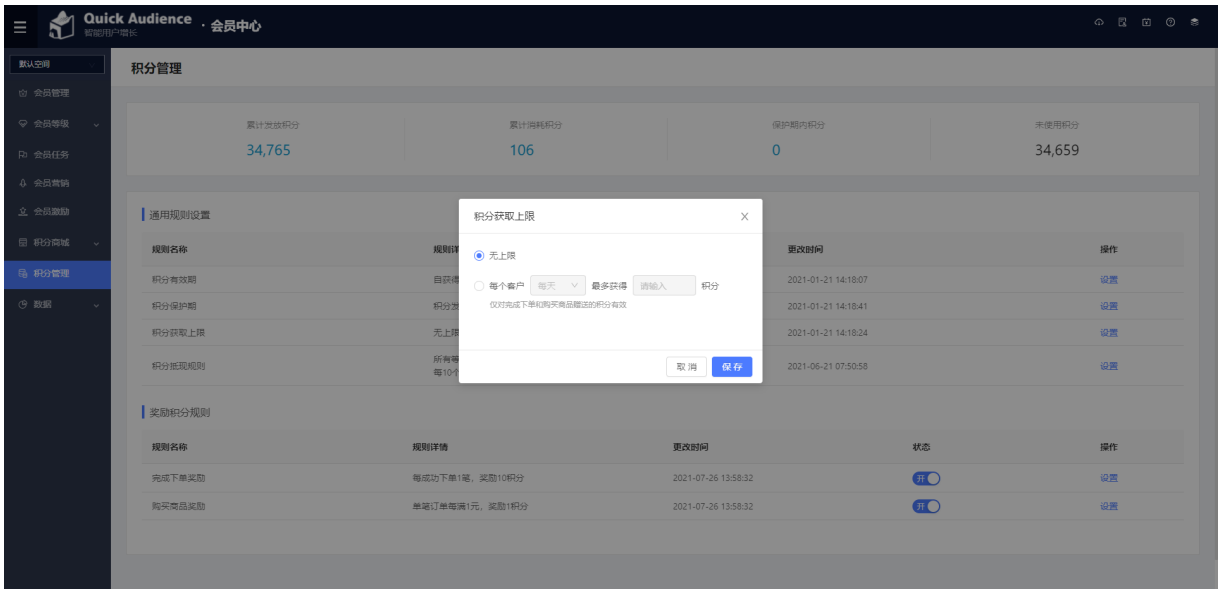
操作路径：会员中心>积分管理

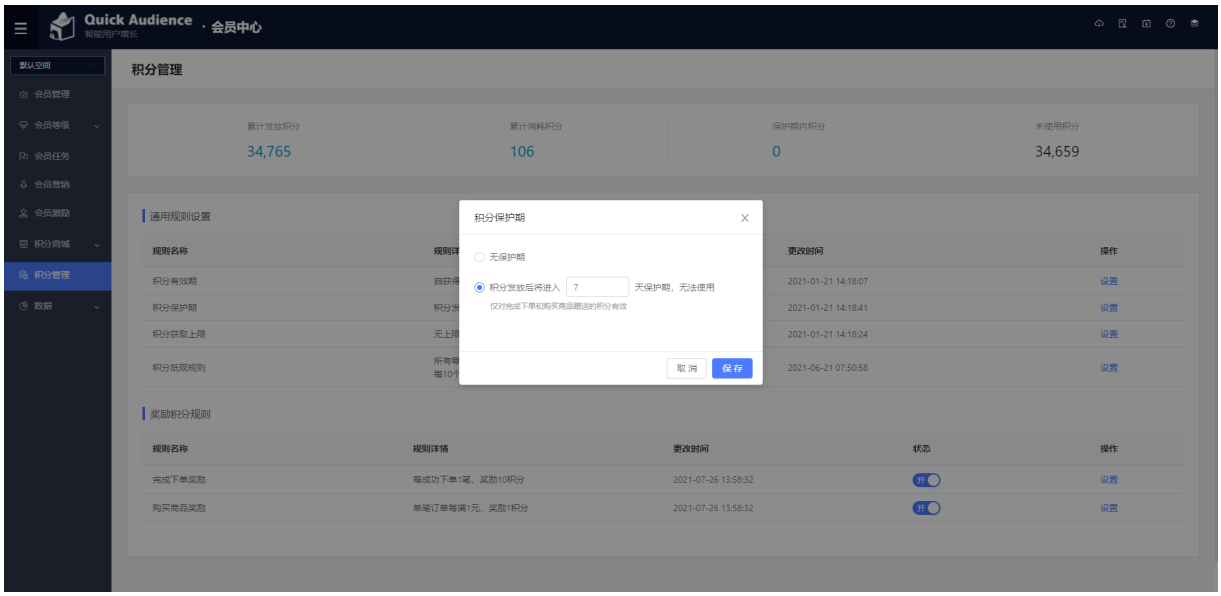

Quick Audience · 会员中心
智能用户增长
默认空间
会员管理
会员等级
会员任务
会员营销
会员激励
积分商城
积分管理
数据
积分管理
累计发放积分
34,765
累计消耗积分
106
保护期内积分
0
未使用积分
34,659
通用规则设置
规则名称
规则详情
更改时间
操作
积分有效期
自获得积分日起，12个月后自动清零
2021-01-21 14:18:07
设置
积分保护期
积分发放后将进入7天保护期
2021-01-21 14:18:41
设置
积分获取上限
无上限
2021-01-21 14:18:24
设置
积分抵现规则
所有等级会员统一抵现规则：
每10个积分可抵现1元，每笔订单最多使用积分抵现20%
2021-06-21 07:50:58
设置
奖励积分规则
规则名称
规则详情
更改时间
状态
操作
完成下单奖励
每成功下单1笔，奖励10积分
2021-07-26 13:58:32
开
设置
购买商品奖励
单笔订单每满1元，奖励1积分
2021-07-26 13:58:32
开
设置


Quick Audience · 会员中心
智能用户增长
默认空间
会员管理
会员等级
会员任务
会员营销
会员激励
积分商城
积分管理
数据
积分明细
客户姓名/手机号：
请输入客户姓名/手机号
发放/消耗：
发放
查询
重置
展开
共 126 条数据
客户姓名
手机号
积分变动
类型
原因
变动时间
*obb
-
+6
系统奖励
-
2021-07-30 01:04:30
*obb
-
+6
系统奖励
-
2021-07-30 01:04:20
*二狗（狐王 🍆）
159****2910
+100
会员奖励
普通会员-升级礼包
2021-07-27 15:37:20
*麦兜
157****1002
+1
会员奖励
完成会员任务-分享商品
2021-07-26 15:48:54
*麦兜
157****1002
+1
会员奖励
完成会员任务-分享商品
2021-07-26 14:41:00
*麦兜
157****1002
+1
会员奖励
完成会员任务-分享商品
2021-07-26 12:08:28
*苏高
183****6834
+100
会员奖励
普通会员-升级礼包
2021-07-23 17:03:59
*LT
188****6070
+100
会员奖励
普通会员-升级礼包
2021-07-23 15:59:32
*齐圣
186****1828
+100
积分抵扣返还
积分抵扣返还
2021-07-23 15:59:29
*卓
136****4899
+100
会员奖励
普通会员-升级礼包
2021-07-23 15:58:43
1
2
3
4
5
13
10 条/页


Quick Audience · 会员中心
积分管理
积分有效期
永久有效
每年的
月
日24:00时积分清零
按自然月/自然年过期
自获得积分日起，12个月后自动清零
例：用户在2016年3月获得的积分将在2017年3月31日过期
自获得积分日起，
年底清零
例：设置当年年底清零，则用户在2016年获得的积分将在2016年12月31日过期
取消
保存


Quick Audience
智能用户增长
· 会员中心
积分管理
累计发放积分
34,765
累计消耗积分
保护期内积分
未使用积分
34,659
积分抵现规则
所有等级会员统一抵现规则
会员等级
抵现规则
所有等级
不可抵现
每 10 个积分可抵现1元
每笔订单最多使用积分抵现 20%
不同等级会员抵现规则不同
取 消
保 存
通用规则设置
奖励积分规则


Quick Audience
智能用户增长
· 会员中心
积分管理
累计发放积分
34,765
累计消耗积分
106
保护期内积分
0
未使用积分
34,659
积分获取上限
无上限
每个客户 每天 最多获得 请输入 积分
仅对完成下单和购买商品赠送的积分有效
取 消
保 存
通用规则设置
奖励积分规则


Quick Audience
智能用户增长
· 会员中心
积分管理
累计发放积分
34,765
累计消耗积分
106
保护期内积分
0
未使用积分
34,659
积分保护期
无保护期
积分发放后将进入 7 天保护期，无法使用
仅对完成下单和购买商品赠送的积分有效
取 消
保 存
通用规则设置
奖励积分规则

9.9. 数据

数据功能包括会员分析、订单分析，帮助您分析会员属性、行为和订单数据。

1 会员分析

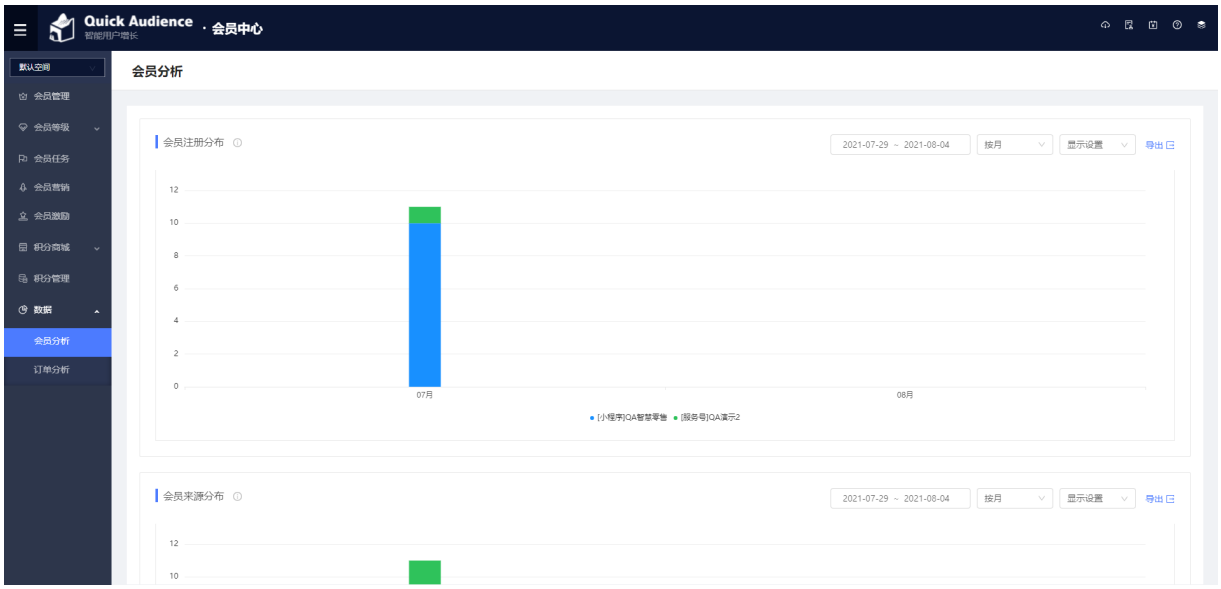
会员分析用来统计不同社交渠道下的会员注册量，会员注册分布，会员来源分布，会员等级分布，积分累计发放/消耗/未使用情况，会员的积分获取/使用情况，会员的优惠券领取/核销情况，总会员的会员卡占比。

操作路径：会员中心>数据>会员分析

1.1 会员注册分布

会员注册分布是统计不同社交渠道注册会员的数量，以柱状图的形式展示，数据支持导出。

支持自定义选择时间段，查看指定时间段内的会员注册量；也支持选择不同的时间单位（按小时、按天、按周以及按月）显示数据。鼠标移至数据上，可以查看各渠道会员注册的具体数量和占比情况。



1.2 会员来源分布

统计不同社交渠道会员来源分布的情况，以柱状图的形式展示，数据支持导出。

支持查看自定义时间段内的会员来源分布情况，并可选择不同的时间单位（按小时、按天、按周以及按月）显示数据。鼠标移至数据上，可以查看具体的会员来源分布情况。

1.3 会员等级分布

统计不同时间段会员等级分布的情况，以柱状图的形式展示，数据支持导出。

支持查看自定义时间段内的会员等级分布情况，并可选择不同的时间单位（按小时、按天、按周以及按月）显示数据。鼠标移至数据上，可以查看具体的会员等级分布情况。

1.4 积分累计发放/累计消耗/未使用

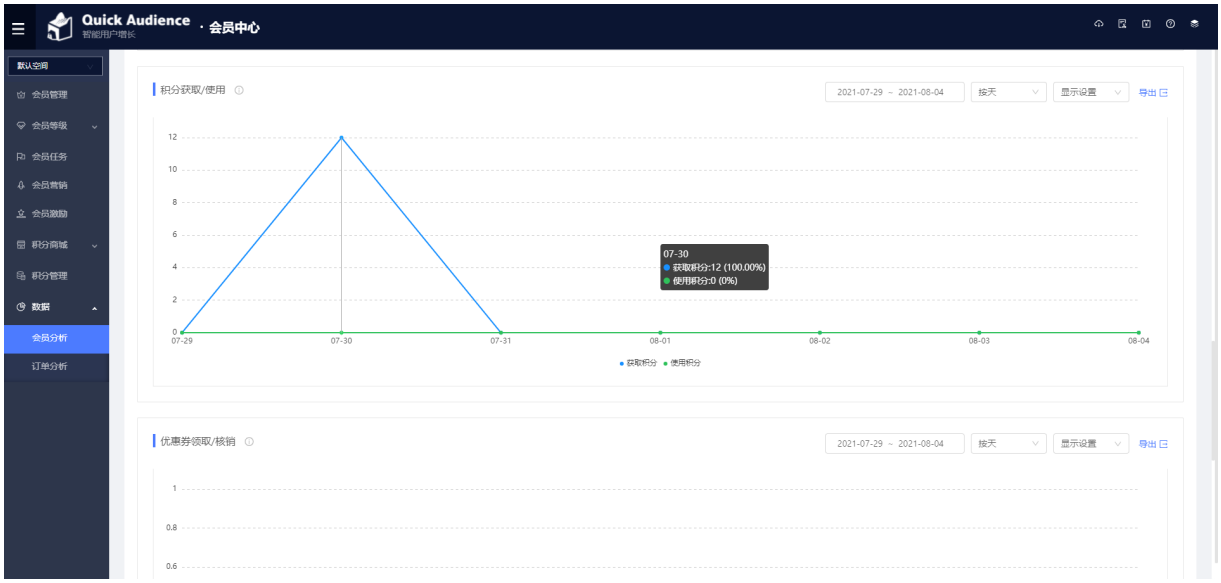
统计会员积分累计发放/累计消耗/未使用的情况，以折线图的形式展示，可直观展示会员积分累计发放/累计消耗/未使用的变化趋势，数据支持导出。

支持查看自定义时间段内的会员积分累计发放/累计消耗/未使用情况，并可选择不同的时间单位（按小时、按天、按周以及按月）显示数据。鼠标移至数据上，可以查看具体的会员积分累计发放/累计消耗/未使用情况。

1.5 积分获取/使用

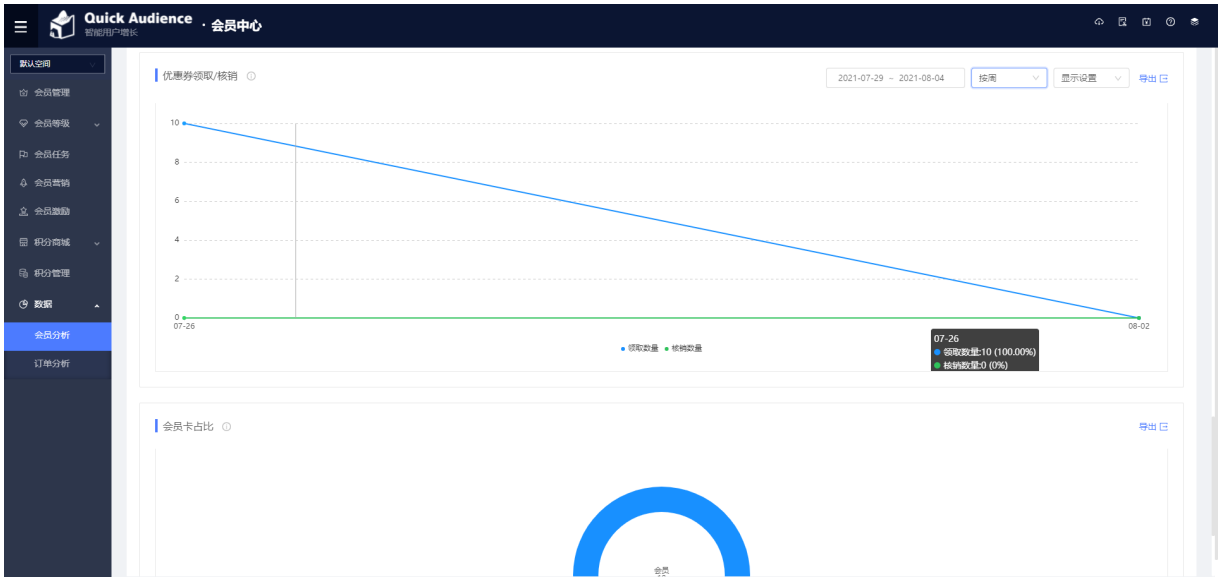
积分获取/使用是统计会员获取积分/使用积分的情况，以折线图的形式展示，可直观展示会员积分获取/使用的变化趋势，数据支持导出。

支持查看自定义时间段内的会员注册量，并可选择不同的时间单位（按小时、按天、按周以及按月）显示数据。鼠标移至数据上，可以查看具体的积分数量情况。



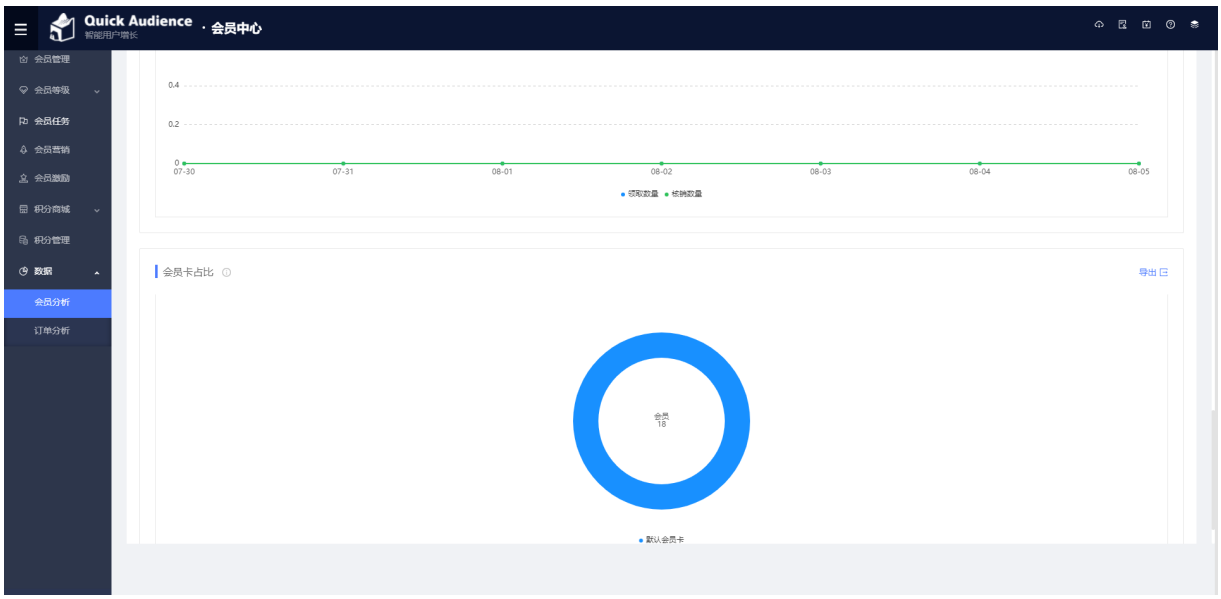
1.6 优惠券领取/核销

优惠券领取/核销是统计指定时间段内会员领取/核销优惠券的数量，以折线图的形式展示，可以直观展示不同时间内优惠券领取/核销的数量变化趋势。数据支持导出。



1.7 会员卡占比

会员卡占比是统计不同会员卡的占比情况，以饼图的形式展示，数据支持导出。



2 订单分析

操作路径：会员中心>数据>订单分析

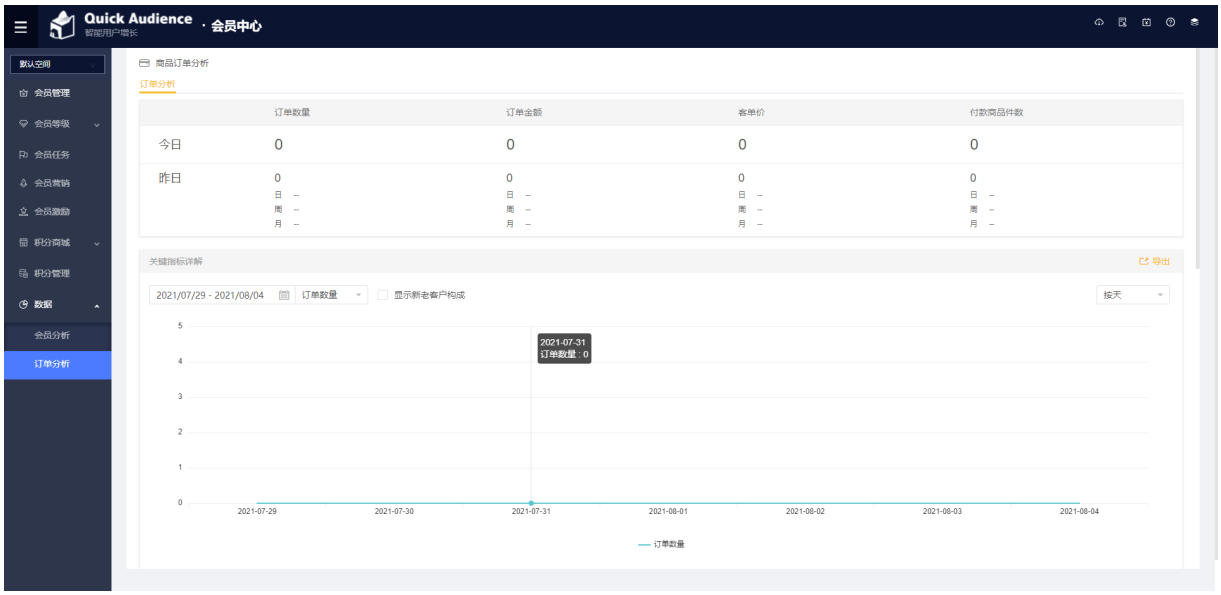
2.1 关键指标详解

a. 成功付款的订单数量统计，昨日，今日，时间段趋势；

b. 订单总额（实际付款金额，扣除使用的优惠），昨日，今日，时间段趋势；

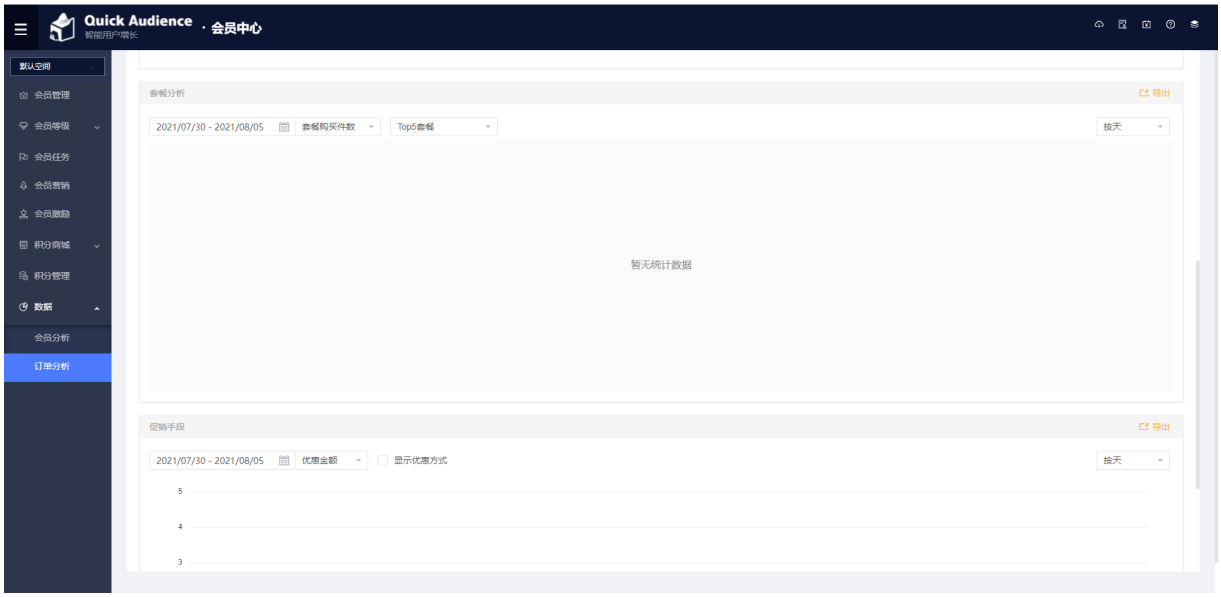
c. 订单均价(订单总金额/订单数量），昨日，今日，时间段趋势；

d. 付款商品件数（一件商品购买2件统计为2件），昨日，今日，时间段趋势。



2.2 套餐分析

套餐购买件数。默认查看销量Top5的套餐趋势，支持自行筛选套餐，数据支持导出。



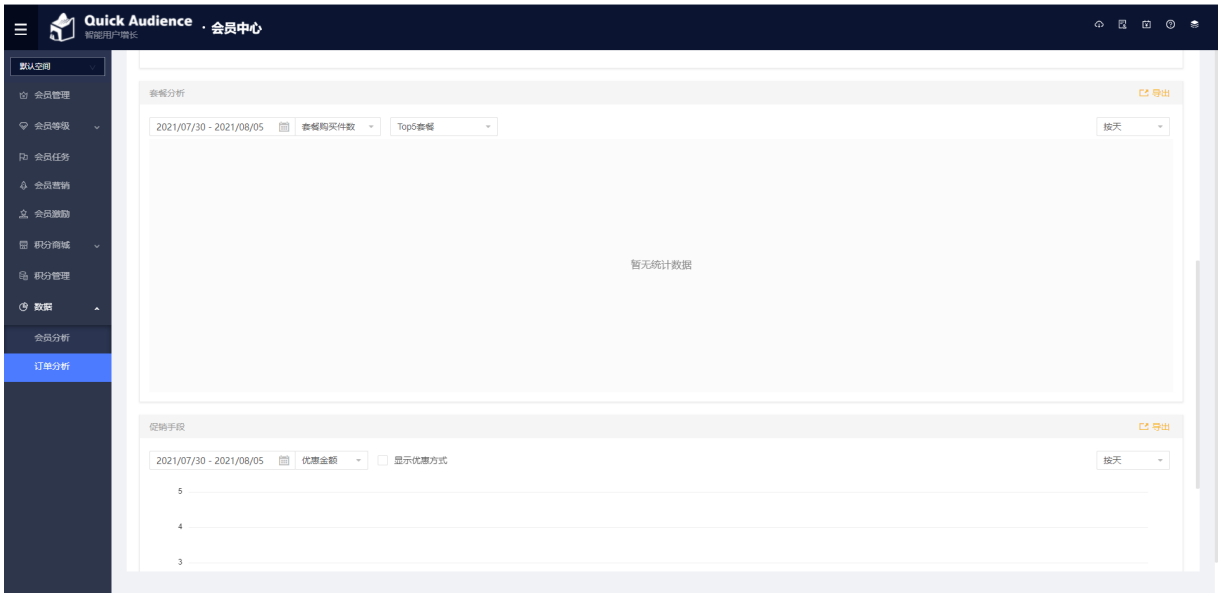
2.3 促销手段分析

用户在微商城购买商品时使用的优惠统计（套餐除外），数据支持导出。

a. 优惠金额：用户购买商品时使用的优惠总金额；

b. 优惠次数：用户购买商品时使用优惠的总次数；

c. 平均优惠金额：使用优惠总金额/使用优惠的总次数。



10.智能导购

10.1. 智能导购企微版概述

智能导购企微版深度融合企业微信，赋能导购高效运营消费者，助力企业降本提效。

在消费升级的背景下，消费者的消费场景发生了转移，尤其在新冠疫情影响之下，线下流量告急，线上流量经营引起众多泛零售企业的关注，如何利用私域流量获得业绩成为首要关注的重点。而导购作为串连“人货场”最重要的链接点，也是企业与消费者连接的关键触点，建立以导购为中心的私域流量经营，成为众多企业思考的重点。

同时，企业微信的好友数无限制、微信朋友圈全覆盖、社群沉淀私域流量、群发助手主动回复等功能也有助于抓住私域流量的红利期。智能导购企微版集成企业微信，让导购全方位跟进客户、更好地把握客户需求。

智能导购企微版是专门为门店导购员开发的一套客户管理系统，深度融合企业微信，导购员无需下载APP，直接登企业微信小程序即可使用，通过日常运营提醒、导购任务、优惠券活动等功能帮助店铺更好地运营消费者。

> **说明**
>
> 该功能模块仅在购买Quick Audience标准版且购买了智能导购功能包时可用。

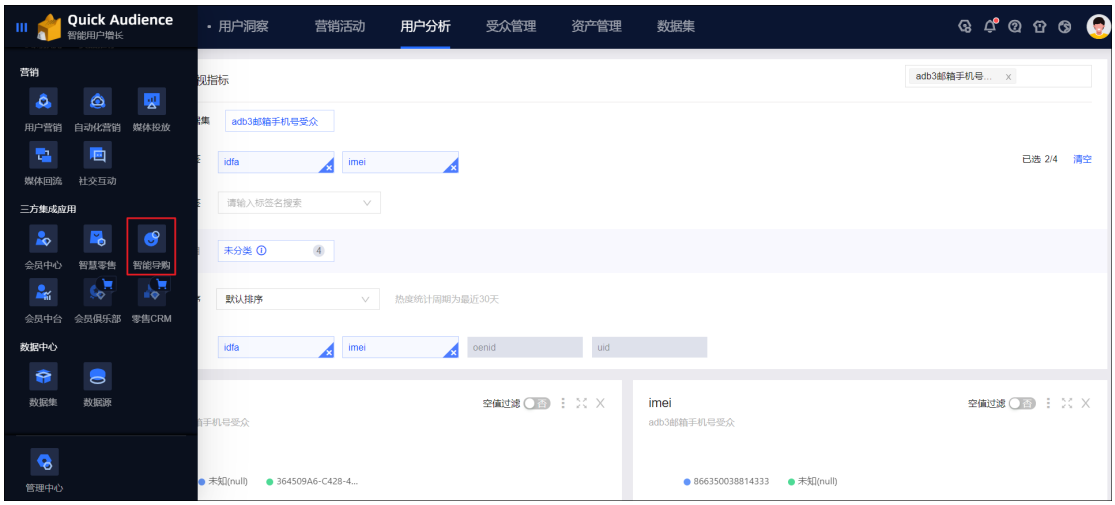
使用说明

智能导购企微版的使用包括：

- 管理员使用管理后台，即使用Quick Audience智能导购模块。
  - **权限限制**：支持组织管理员、空间管理员使用。

- **使用入口**：

  a. 鼠标滑过左上角☰图标调出导航栏浮层，从**三方集成应用**分组选择**智能导购**，进入模块。



  b. 从左上角下拉框选择所在的工作空间。

- **使用流程**：管理员需要先进行智能导购企微版初始化，然后进行智能导购设置，才能使用后续功能。

- 导购使用企业微信、智能导购企微版小程序的相关功能。

10.2. 智能导购企微版初始化

在使用智能导购企微版后台的管理功能之前，管理员需要先进行初始化，将您的企业微信接入后台。

接入前准备

使用前，客户需要清楚知晓智能导购企微版的标签同步方案：

- 智能导购企微版采用**单向同步**模式，仅从系统向企业微信**准实时**同步标签；
- 初始化标签同步时，可进行如下两种选择：
  - 选择一：抹除企业微信已有的标签数据，以系统的标签为准（建议品牌方在企业微信暂未应用客户标签时选择）；
  - 选择二：将企业微信已有的标签数据同步回系统，再次同步回企业微信时，会将客户身上的所有标签同步给所有导购，导购可查看其他导购打上的标签。

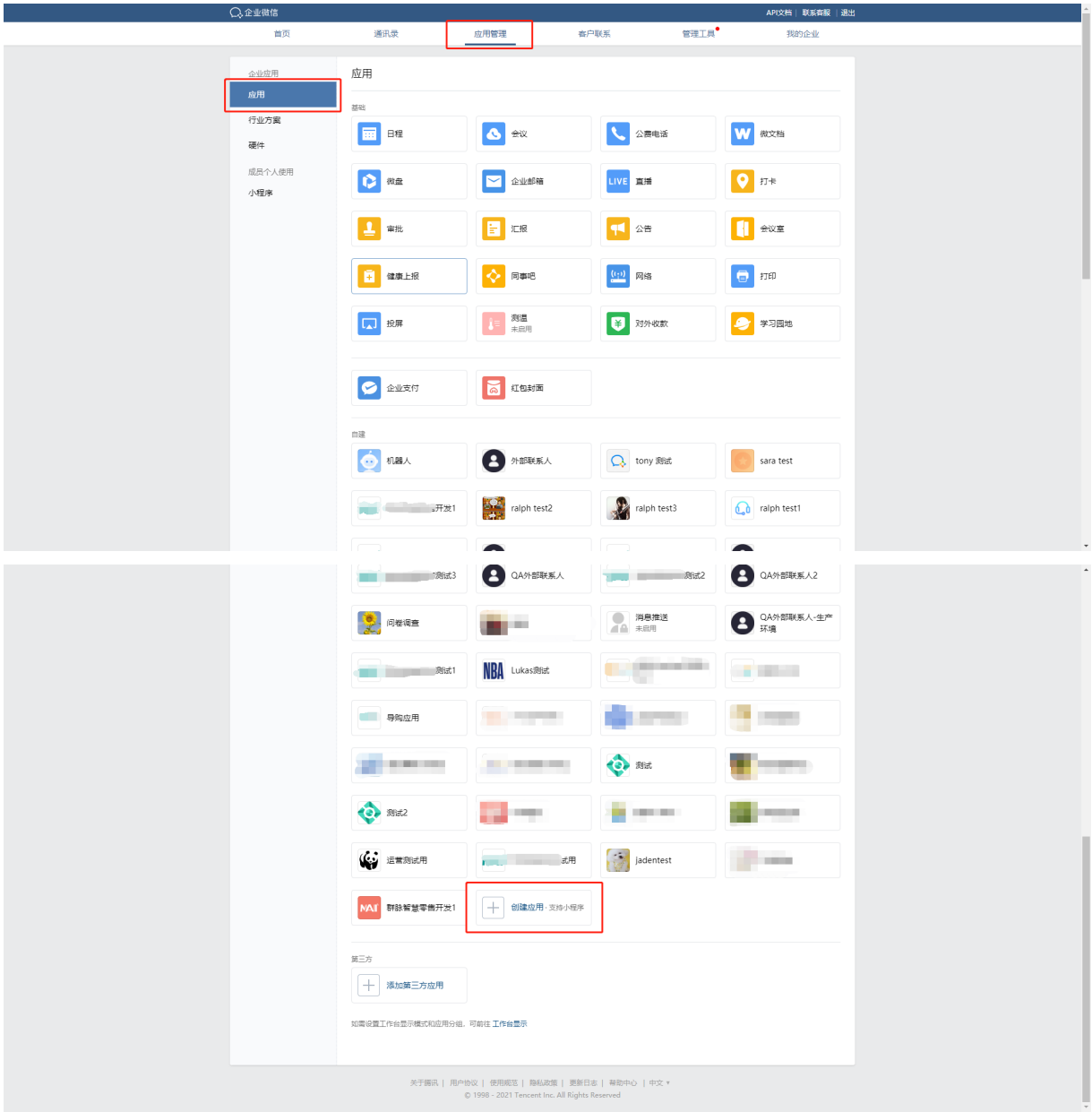
因此，如需使用智能导购企微版，需要同品牌方确认如下信息：

- 在使用智能导购企微版之前，品牌方在企业微信的业务场景是否已经应用了客户标签？如有应用，需要充分了解其业务场景。
- 品牌方是否有第三方的系统对接了企业微信并进行客户标签的维护？如有对接，需要充分了解其系统对标签的使用场景。
- 品牌方需要同意**客户标签仅在智能导购侧进行维护**：
  - 品牌运营人员原来在企微后台编辑、修改、加/减标签，需要切换到智能导购后台操作；
  - 导购销售等企业成员原来在企微客户端客户详情页加/减标签，需要切换到导购小程序客户详情页操作；
  - 原本在第三方系统进行的标签同步，需要切换成与我们的系统做标签同步。
- 接入之前，需要对客户在企业微信的标签数据进行备份。

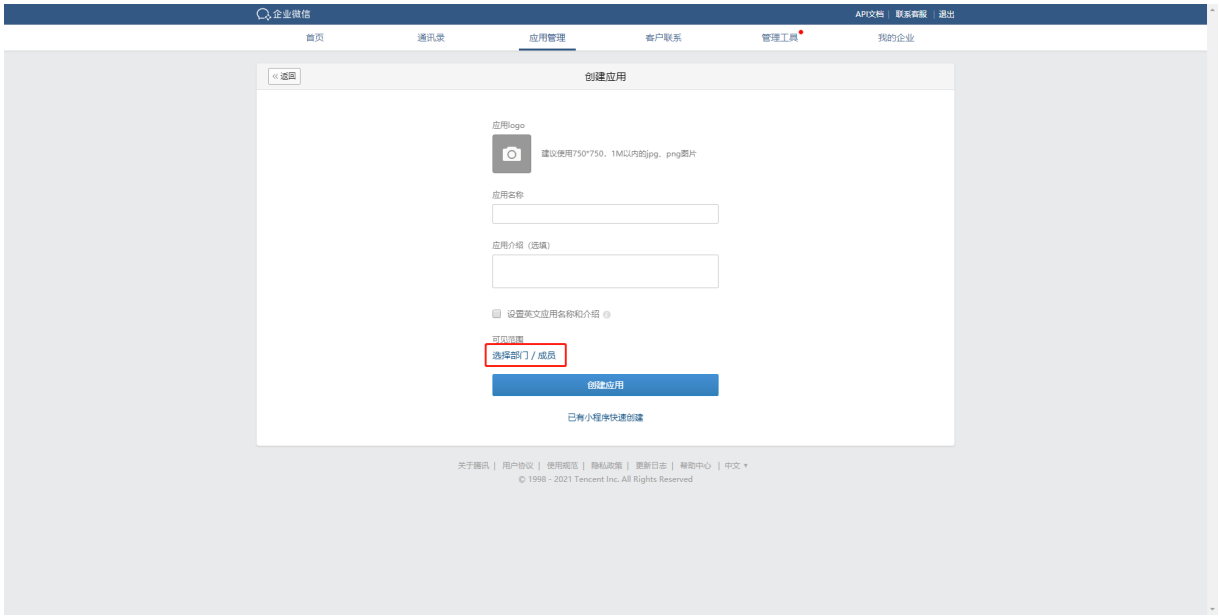
接入设置

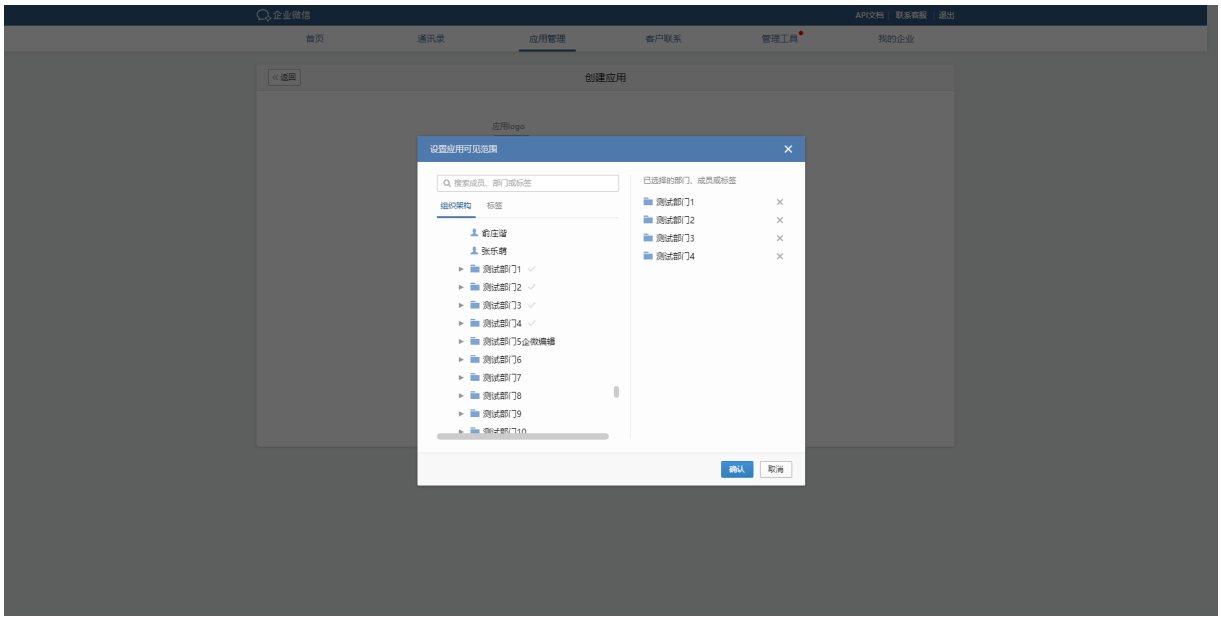
1. 自建外部联系人应用

在企业微信管理后台单击**应用管理>应用**进入应用管理页面，在**自建**一栏单击**创建应用**。



在创建应用页面，上传应用图片，填写应用名称（如：外部联系人）并勾选应用可见范围。应用可见范围是指哪些企业成员可以看到这个应用。在勾选可见范围时建议选择需要隔离数据权限的中间层部门（如总部下属的零售公司、经销商等，并期望不同的经销商之间无法查看对方的数据）。完成上述信息设置后单击**创建应用**即可。

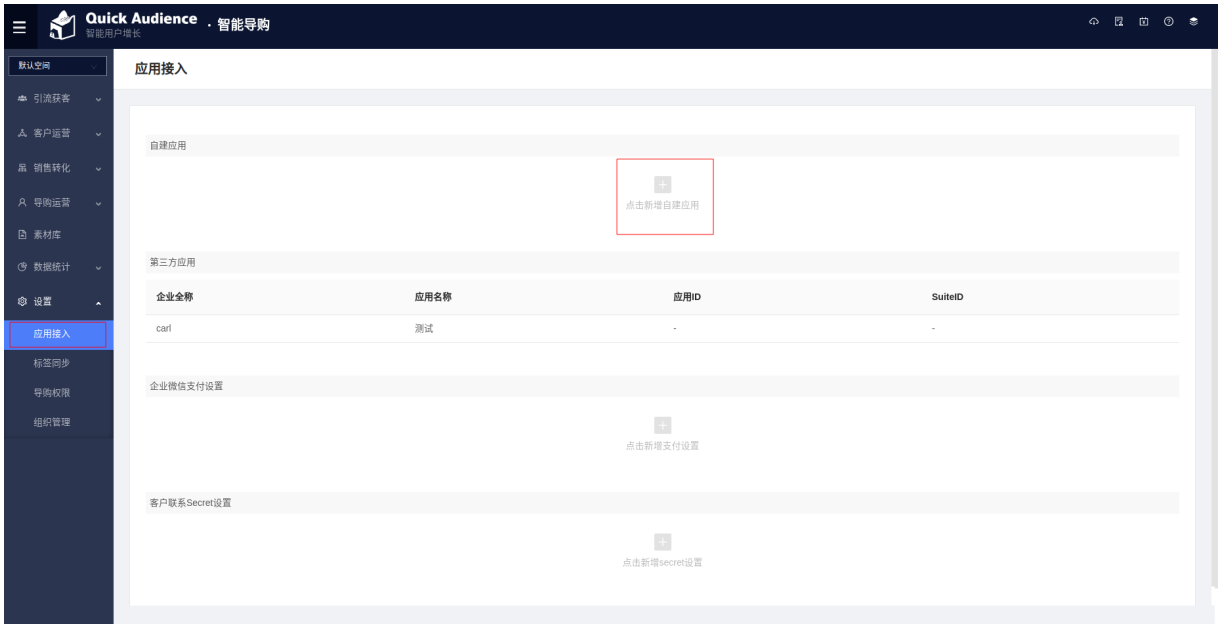


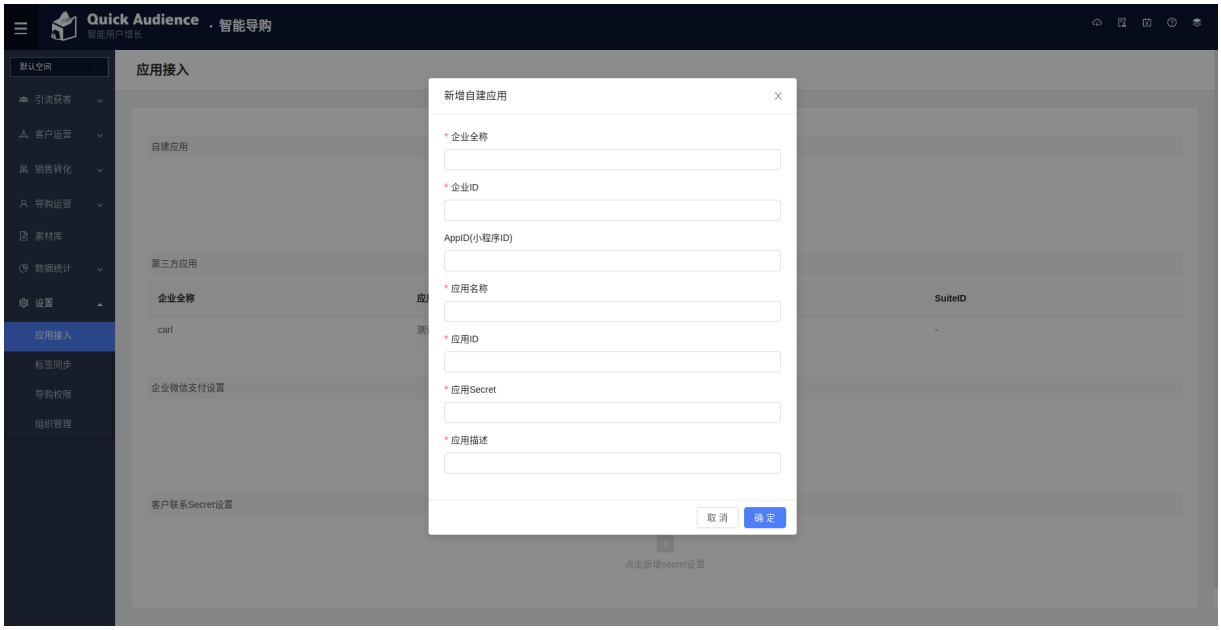


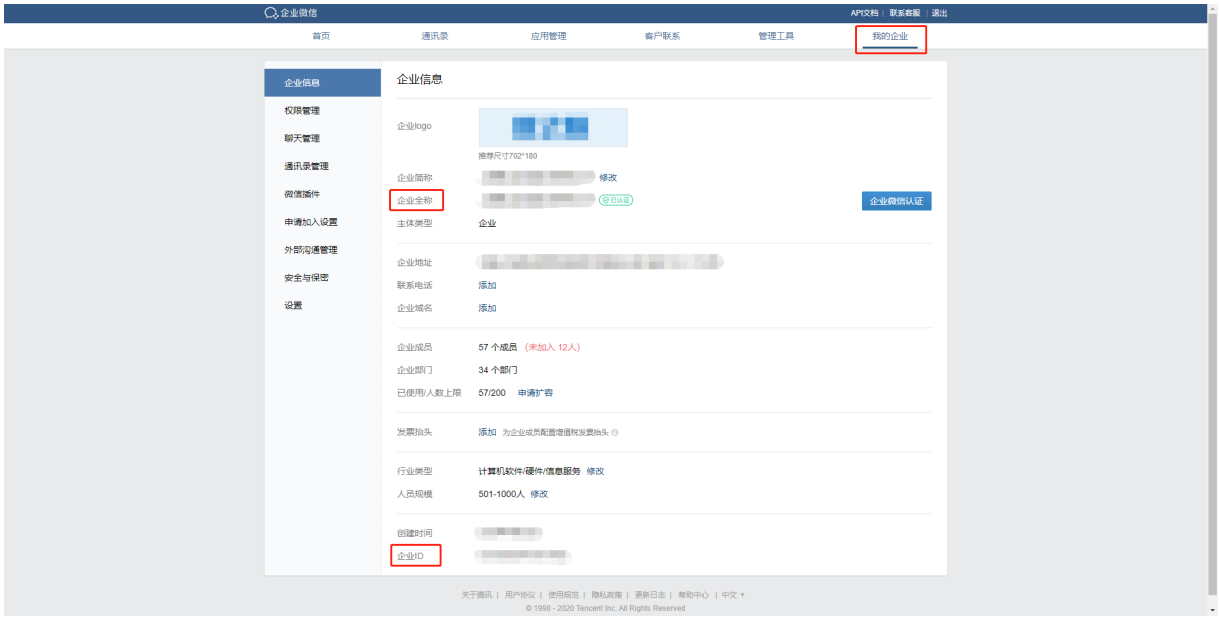
2. 企业微信应用接入智能导购后台

自建应用接入

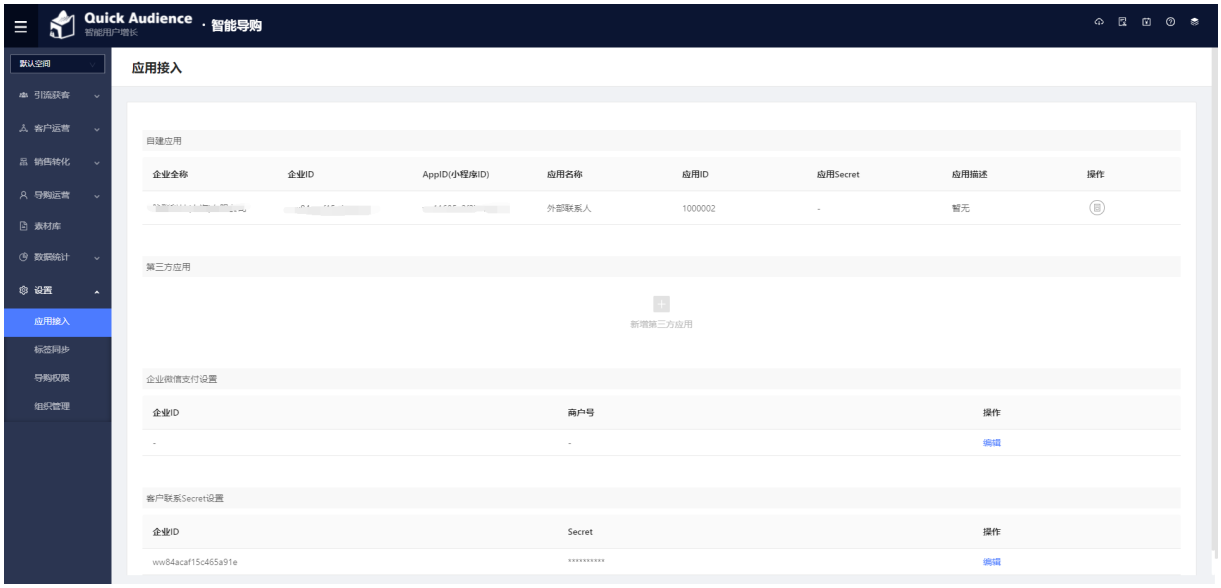
- 进入智能导购企微版管理后台，在**设置**中完成企业微信应用接入的新增；
- 企业全称和企业ID在企业微信管理后台**我的企业**中查看；
- 企业自建应用的应用名称、应用ID、应用Secret在企业微信管理后台**应用管理>应用**页面中选择指定的自建应用查看；


Quick Audience
智能用户增长
· 智能导购
默认空间
引流获客
客户运营
销售转化
导购运营
素材库
数据统计
设置
应用接入
标签同步
导购权限
组织管理
应用接入
自建应用
点击新增自建应用
第三方应用
企业全称
应用名称
应用ID
SuiteID
carl
测试
企业微信支付设置
点击新增支付设置
客户联系Secret设置
点击新增secret设置


Quick Audience
智能用户增长
· 智能导购
应用接入
新增自建应用
* 企业全称
* 企业ID
AppID(小程序ID)
* 应用名称
* 应用ID
* 应用Secret
* 应用描述
取 消
确 定

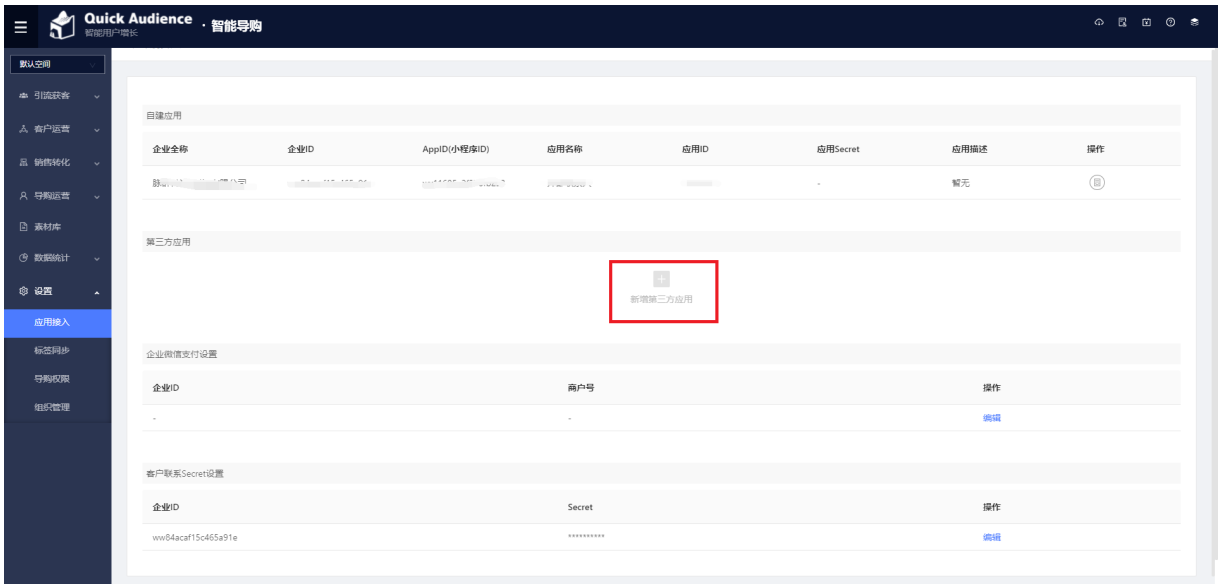

企业微信
API文档 | 联系客服 | 退出
首页
通讯录
应用管理
客户联系
管理工具
我的企业
企业信息
权限管理
聊天管理
通讯录管理
微信插件
申请加入设置
外部沟通管理
安全与保密
设置
企业信息
企业logo
推荐尺寸702*180
企业简称
修改
企业全称
已认证
企业微信认证
主体类型
企业
企业地址
联系电话
添加
企业域名
添加
企业成员
57 个成员 （未加入 12人）
企业部门
34 个部门
已使用/人数上限
57/200
申请扩容
发票抬头
添加
为企业成员配置增值税发票抬头
行业类型
计算机软件/硬件/信息服务
修改
人员规模
501-1000人
修改
创建时间
企业ID
关于腾讯 | 用户协议 | 使用规范 | 隐私政策 | 更新日志 | 帮助中心 | 中文
© 1998 - 2020 Tencent Inc. All Rights Reserved

企业微信
API文档 | 联系客服 | 退出
首页
通讯录
应用管理
客户联系
管理工具
我的企业
返回
外部联系人
外部联系人
测试企业外部联系人
已启用
AgentId
Secret
编辑
可见范围
李昭毅
开发部门
管理员
车俊利
华浩程
李昭毅
qun2
施婷杰
孙洋
王金一
小张同学
曾庆鑫
郑金鑫
祝燕
应用负责人
设置
将企业成员配置为应用负责人，成员即可在企业微信内管理此应用
功能
发送消息
使用管理工具中的"消息群发"或API发送消息
发消息
历史消息
接收消息
普通消息、自定义菜单操作
上报地理位置
上报进入应用事件
查看消息
已启用API接收
自动回复
已配置接受消息服务器设置，自动回复规则将不生效
查看
工作台应用主页
从工作台点击进入的网页
设置应用主页
自定义菜单
可在应用会话的底部配置快捷操作菜单
设置
配置到聊天工具栏
将应用页面配置到聊天工具栏，方便成员在与客户的聊天中查看和使用，提高服务效率
配置

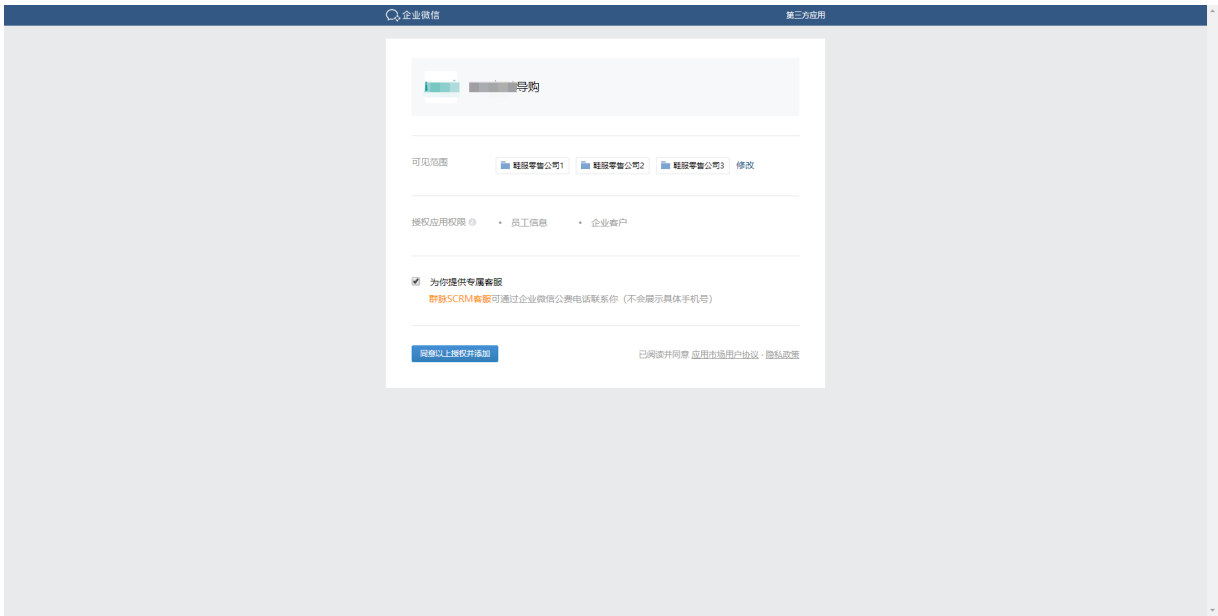


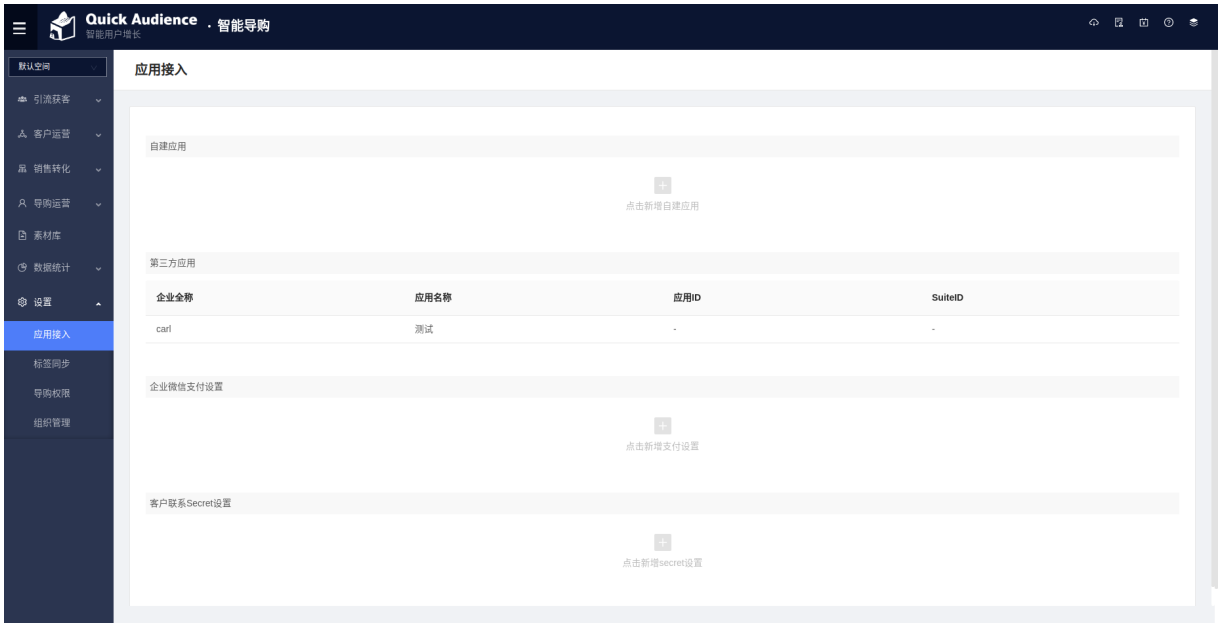
第三方应用接入

- 在智能导购企微版后台>设置>**企业微信应用接入**中，单击**新增第三方应用**，跳转企业微信
- 选择应用可见范围，与自建应用可见范围保持一致，单击**同意以上授权并添加**
- 添加完成后，智能导购后台将呈现接入的第三方应用的信息



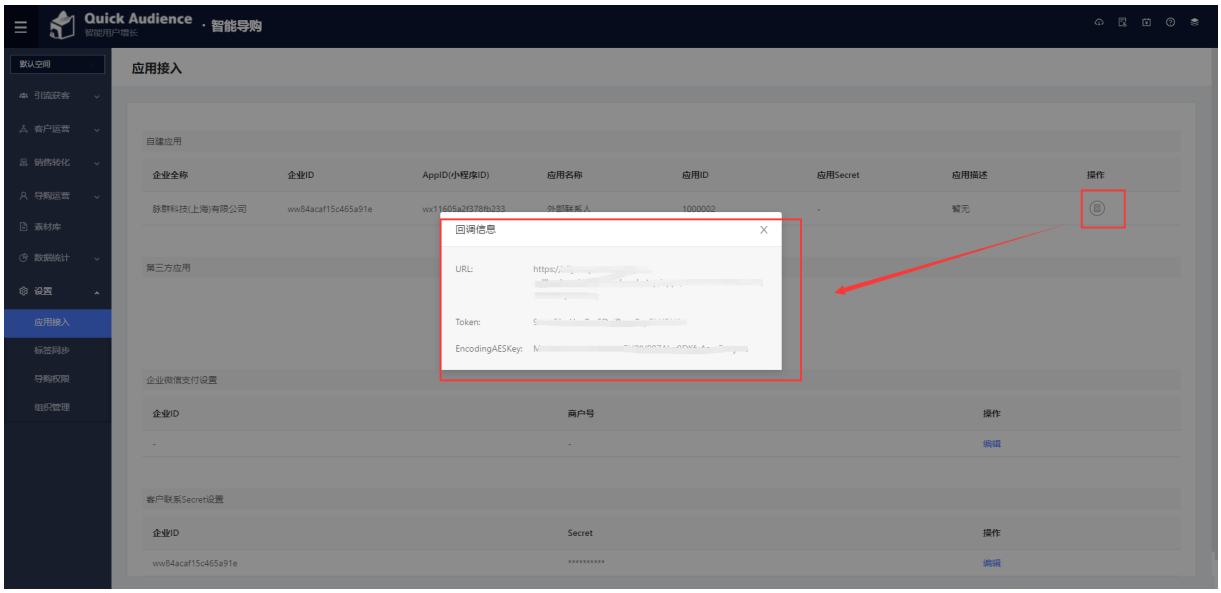
企业微信扫码安装第三方应用
同时支持微信扫码登录
安装后表明你已同意《企业微信第三方应用安装服务条款》


企业微信
第三方应用
导购
可见范围
鞋服零售公司1
鞋服零售公司2
鞋服零售公司3
修改
授权应用权限
员工信息
企业客户
为你提供专属客服
群脉SCRM客服可通过企业微信公费电话联系你（不会展示具体手机号）
同意以上授权并添加
已阅读并同意 应用市场用户协议、隐私政策

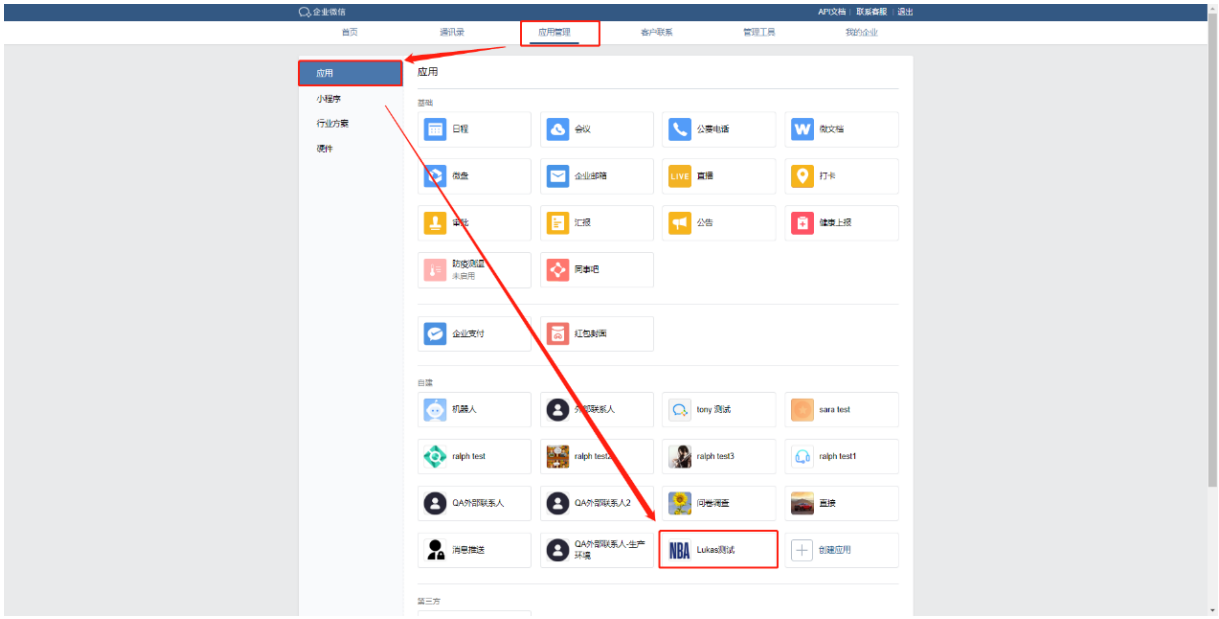


3. 完成应用回调参数的设置

在智能导购企微版后台的**设置**页面中，单击操作按钮查看应用回调信息。这些信息需要回填到企业微信管理后台的应用消息配置中。



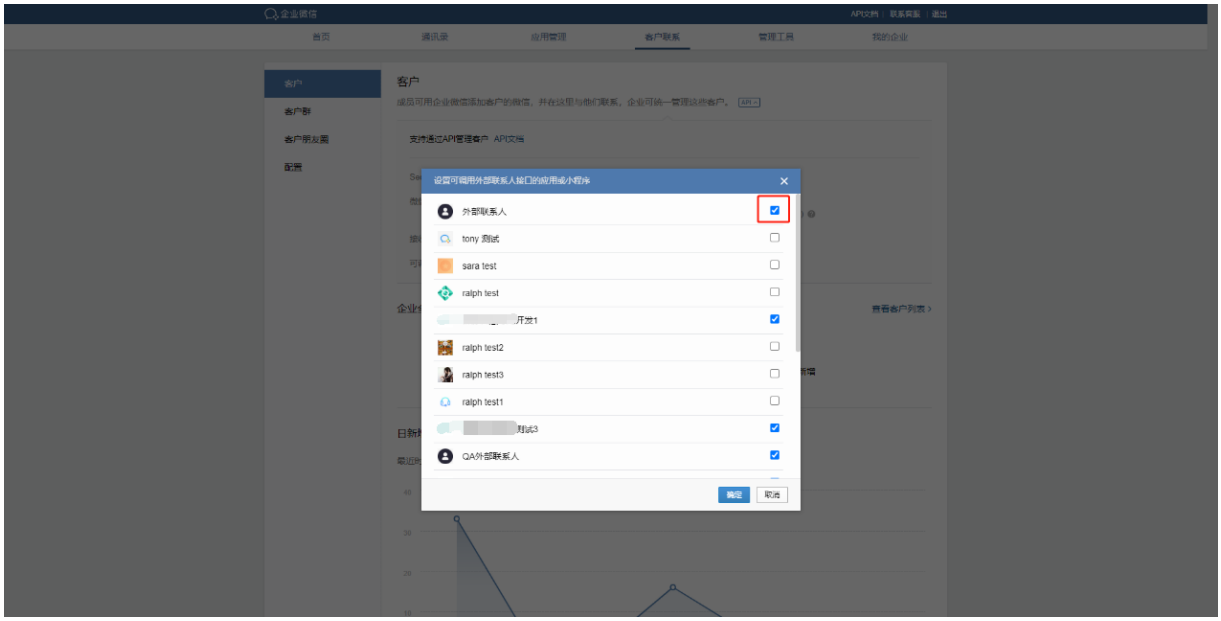
在企业微信管理后台**应用管理>应用**中找到创建的自建应用，单击进入应用详情页。单击**接收消息**中的**设置API接收**按钮，填写接收消息服务器配置的信息（在上图查看），并按图中所示勾选需要接收的消息事件类型。


企业微信
API文档 | 联系客服 | 退出
首页
通讯录
应用管理
客户联系
管理工具
我的企业
应用
小程序
行业方案
硬件
应用
基础
日程
会议
公费电话
微文档
微盘
企业邮箱
直播
打卡
审批
汇报
公告
健康上报
防疫测温
未启用
同事吧
企业支付
红包制面
自建
机器人
外部联系人
tony 测试
sara test
ralph test
ralph test2
ralph test3
ralph test1
QA外部联系人
QA外部联系人2
问卷调查
直播
消息推送
QA外部联系人-生产环境
NBA
Lukas测试
创建应用
第三方

应用主页
设置 从工作台点击进入的网页/小程序
功能
发送消息
使用管理工具中的"消息群发"或API发送消息
发消息
历史消息
接收消息
接收用户发送的普通消息以及菜单操作、外部联系人变更回调等事件信息
查看消息
设置API接收
自动回复
通过接收用户的消息，可配置规则进行自动回复
设置
自定义菜单
可在应用会话的底部配置快捷操作菜单
设置
配置到聊天附件栏
将应用页面配置到聊天附件栏，方便成员快捷发送到聊天，提高沟通效率
配置
配置到聊天工具栏
将应用页面配置到聊天工具栏，方便成员在与客户的聊天中查看和使用，提高服务效率
配置
工作台自定义展示
工作台应用入口展示为预设模版样式，可通过API实时更新内容
当前配置：未配置
进入
开发者接口
网页授权及JS-SDK
可信域名下的网页可使用网页授权及JS-SDK
设置可信域名
企业微信授权登录
使用企业微信帐号登录已有的Web网页或移动APP
设置
审批接口
使用企业微信审批能力，在非审批应用内设置流程，发起审批。还能订阅通知消息，接收审批状态变化情况。
设置

4. 通过API管理客户

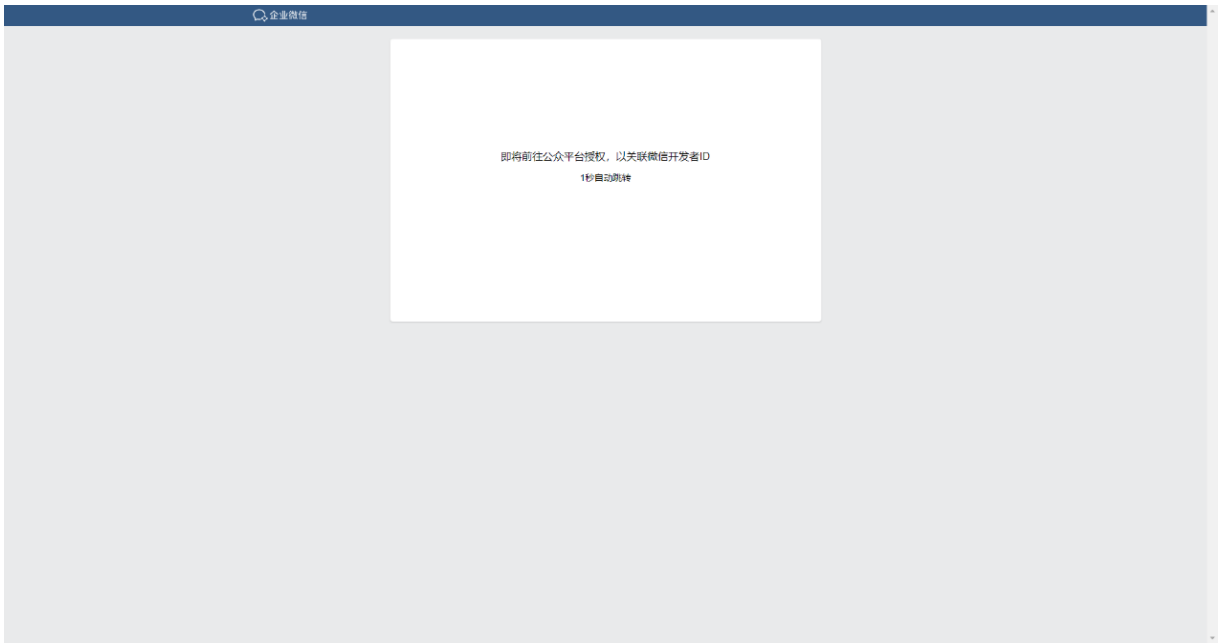
单击**客户联系>客户>API**，在可调用应用中勾选刚才的**自建应用**。勾选后，该应用即可调用企业微信外部联系人接口。



接下来需要绑定微信开发者ID，绑定后即可通过API接口获取微信联系人对应的唯一身份标识（微信unionid信息）用来做后续的身份打通。

在微信开发者ID处单击**绑定**后会前往公众平台授权，请使用公众平台绑定的管理员个人微信号扫码以获取授权。

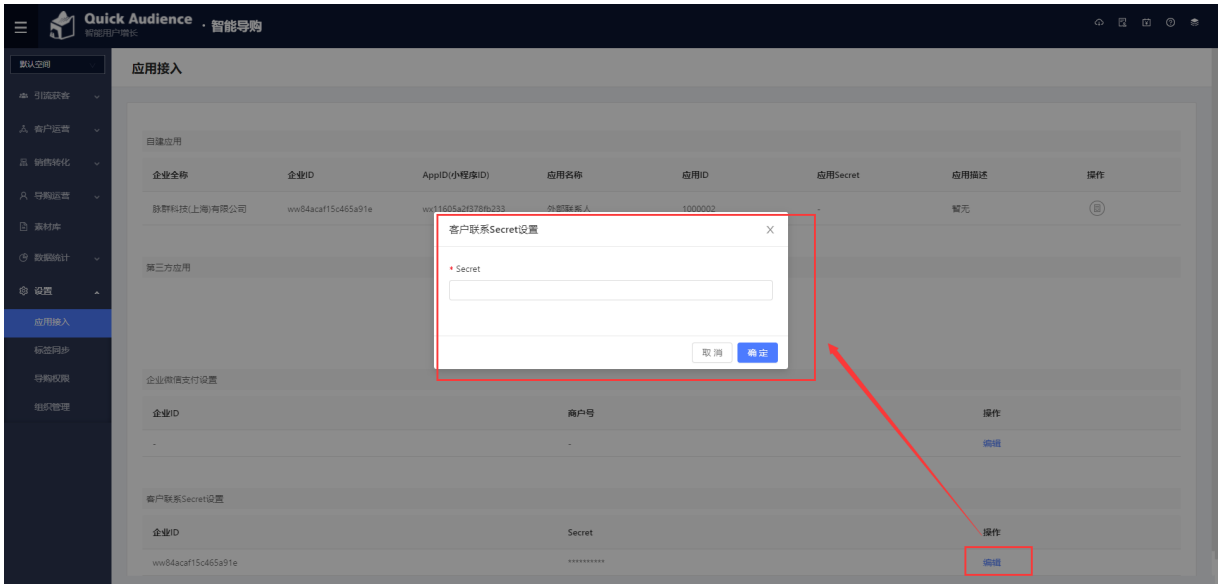
企业微信
服务商平台 | API文档 | 联系客服 | 退出
首页
通讯录
应用管理
客户联系
管理工具
我的企业
客户
客户群
客户朋友圈
配置
客户
成员可用企业微信添加客户的微信，并在这里与他们联系，企业可统一管理这些客户。
支持通过API管理客户 API文档
Secret
重新获取
微信开发者ID
绑定
支持小程序、公众号，绑定后可通过api接口获取微信联系人对应的唯一身份标识（微信unionid）
接收事件服务器
已设置接收事件服务器 编辑
可调用应用
3个 修改 企业自建应用或小程序可以调用可见范围内的外部联系人相关接口
企业全部客户数
查看客户列表 >
196
总人数
0
今日新增
日新增趋势
最近时间：
1周
1个月
自定义：
2020年06月05日
至
2020年06月11日


企业微信
即将前往公众平台授权，以关联微信开发者ID
1秒自动跳转

5. 客户联系Secret设置

添加企微客户联系secret用以智能导购企微版后台标签管理和企业微信标签同步。

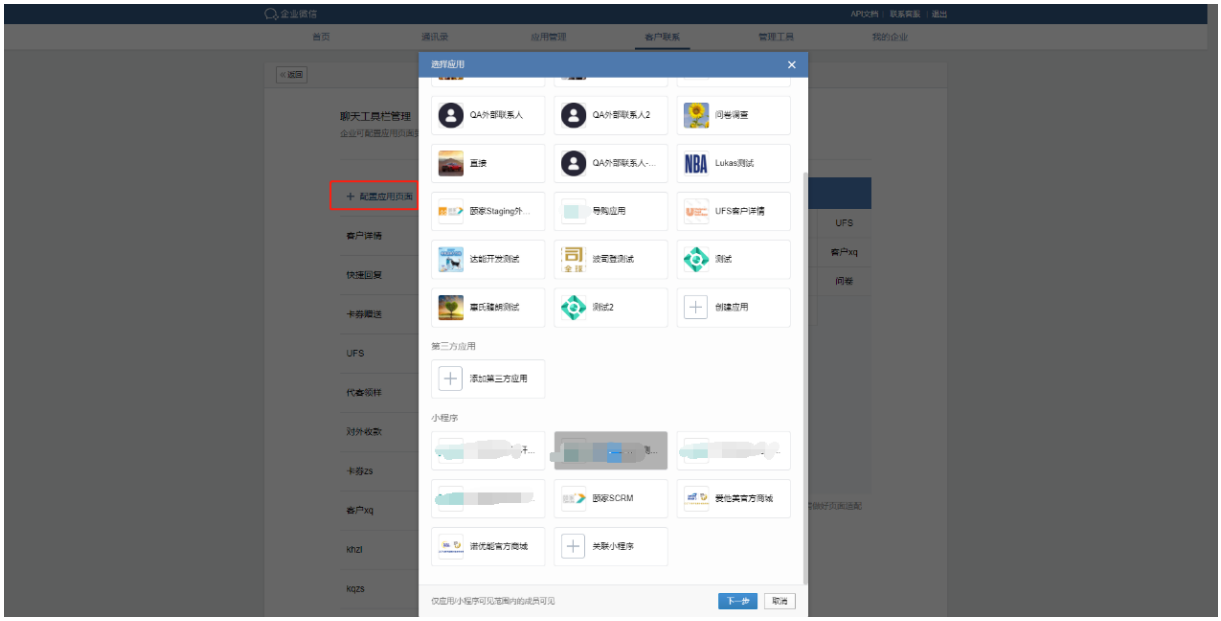
- 进入企业微信管理后台**客户联系>客户**页面，单击API管理下拉菜单；
- 复制此处的客户联系secret值；
- 进入智能导购企微版管理后台**设置>企业微信应用接入**页面；
- 单击客户联系secret设置处的编辑按钮；
- 填入secret值完成配置，企业ID会自动填充。



6. 在企业微信聊天工具栏添加小程序页面

在企业微信管理后台配置小程序应用页面到聊天工具栏，方便导购在与客户的聊天中查看和使用，提高服务效率。此处会配置智能导购小程序的客户资料页面和卡券赠送页面给到导购快速使用。

- 进入企业微信管理后台**客户联系>效率工具**，进入聊天工具栏管理页面；
- 进入后单击**配置应用页面**并选择已接入企业微信的智能导购小程序；
- 单击下一步，填写页面名称**客户资料**，选择页面内容为自定义，并填入小程序页面路径：pages/member/detail/index完成设置；
- 重复配置应用页面的操作，填写页面名称**卡券赠送**，选择页面内容为自定义，并填入小程序页面路径：pages/coupon/gifting/index完成设置。


选择应用
QA外部联系人
QA外部联系人2
问卷调查
直播
QA外部联系人-...
Lukas测试
导购应用
UFS客户详情
测试
测试2
创建应用
第三方应用
添加第三方应用
小程序
关联小程序
下一步
取消
聊天工具栏管理
配置应用页面
客户详情
快捷回复
卡券赠送
UFS
代客领样
对外收款
卡券zs
客户xq
khzl
kqzs

配置页面
小程序
测试3
页面名称
客户资料
页面内容
小程序首页
自定义
pages/member/detail/index
确定
取消
聊天工具栏管理
配置应用页面
客户详情
快捷回复
卡券赠送
UFS
代客领样
对外收款
卡券zs
客户xq
khzl
kqzs
编辑

7. 配置自定义详情页

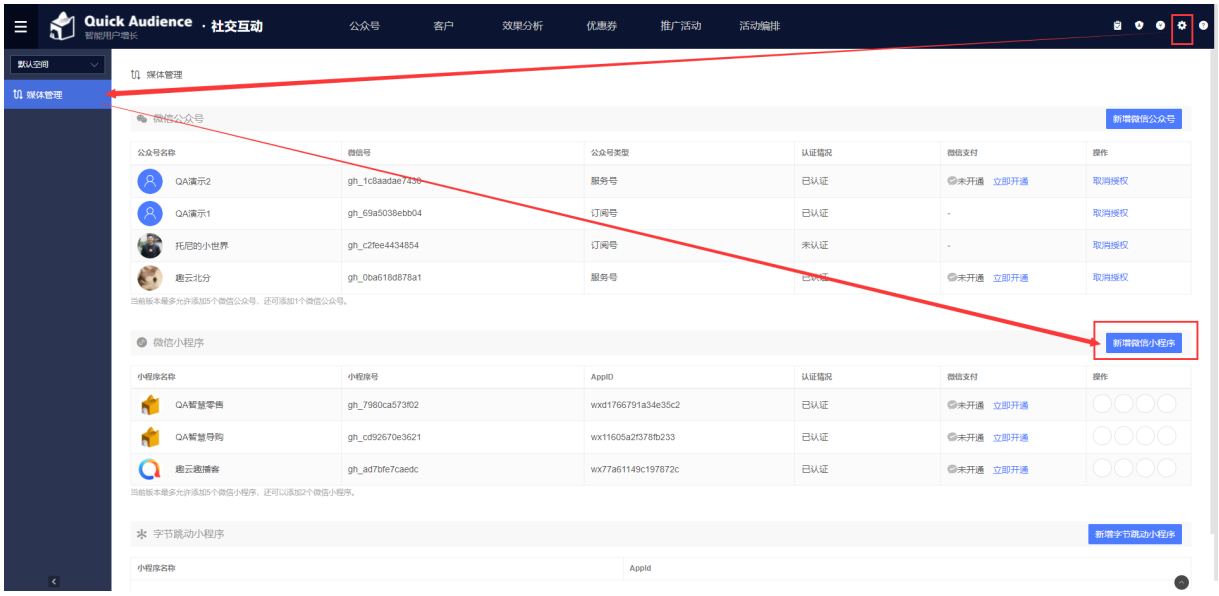
在企业微信管理后台支持配置小程序应用页面到客户详情页，可在导购查看外部联系人个人信息时，跳转到该外部联系人在企业应用中的详情页，提升导购操作效率。

- 进入企业微信管理后台**我的企业>外部沟通管理**，进入外部沟通管理页面；
- 填写详情页名称，详情页类型选择小程序；
- 选择小程序并填写小程序路径，单击**保存**即可完成配置。

8. 接入品牌方小程序到智能导购

将品牌方小程序授权到智能导购用以后续小程序的发布。

- 单击右上角管理中心，单击左侧**媒体管理**进入媒体管理页面，单击**新增微信小程序**
- 按照页面提示将小程序授权给智能导购。

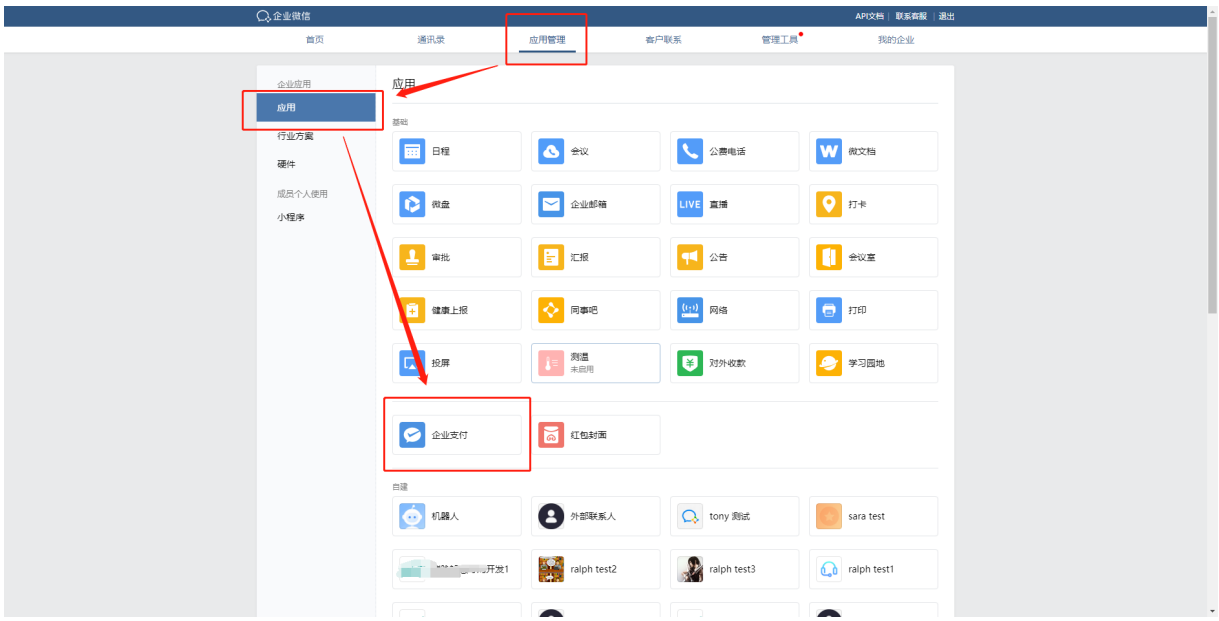


9. 开通企业支付

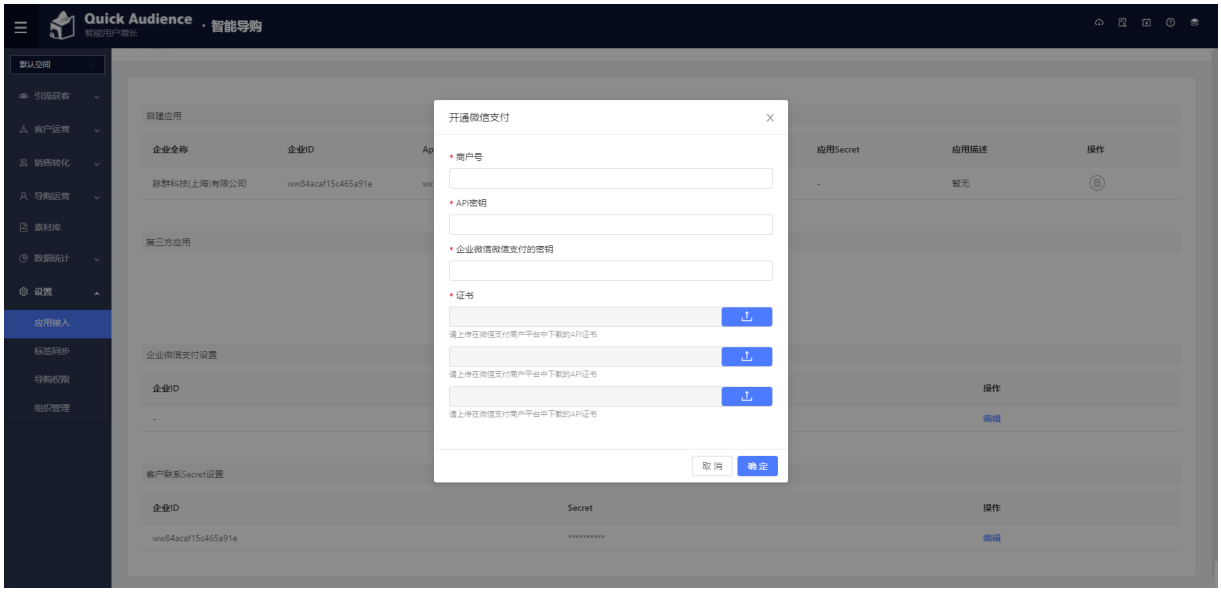
如需使用导购激励，导购分销功能，需要开通企业支付功能，步骤如下：

- 企业微信**应用管理>企业应用>应用>企业支付**
- 绑定商户号
- 将信息回填至**智能导购企微版**后台的**设置>企业微信应用接入>企业微信支付设置**中
  - 微信支付后台获取商户号
  - 企业微信后台获取企业ID
  - 企业微信后台获取支付密钥
  - 微信支付后台下载API证书

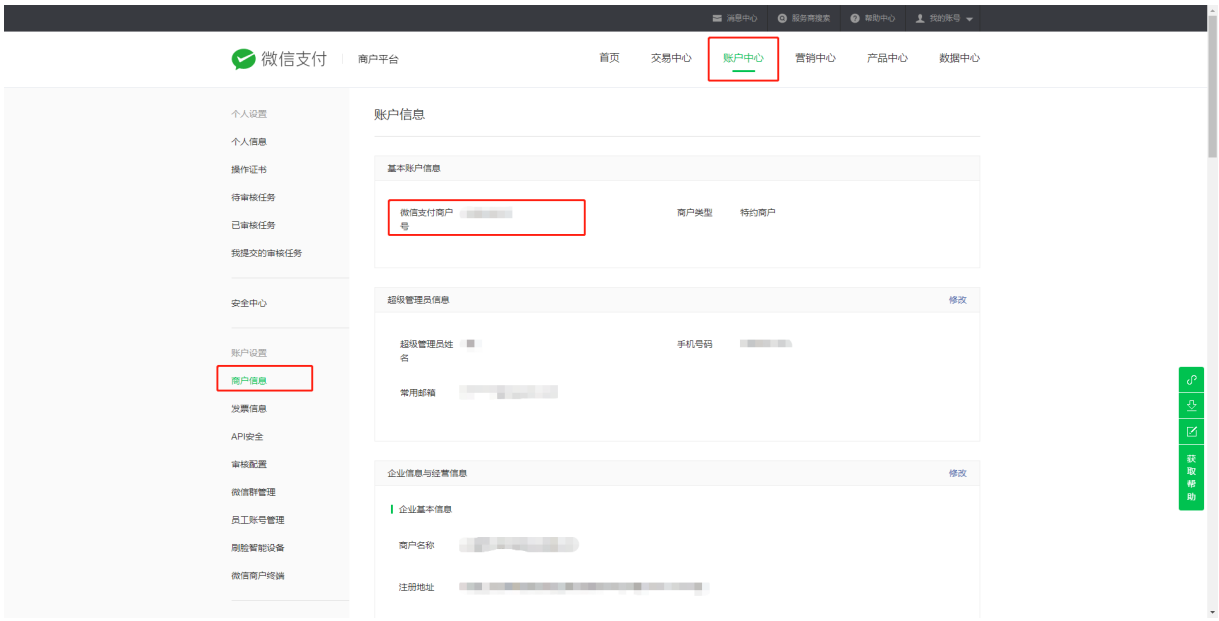
应用中找到企业支付



查看智能导购企微版后台需要填写的内容



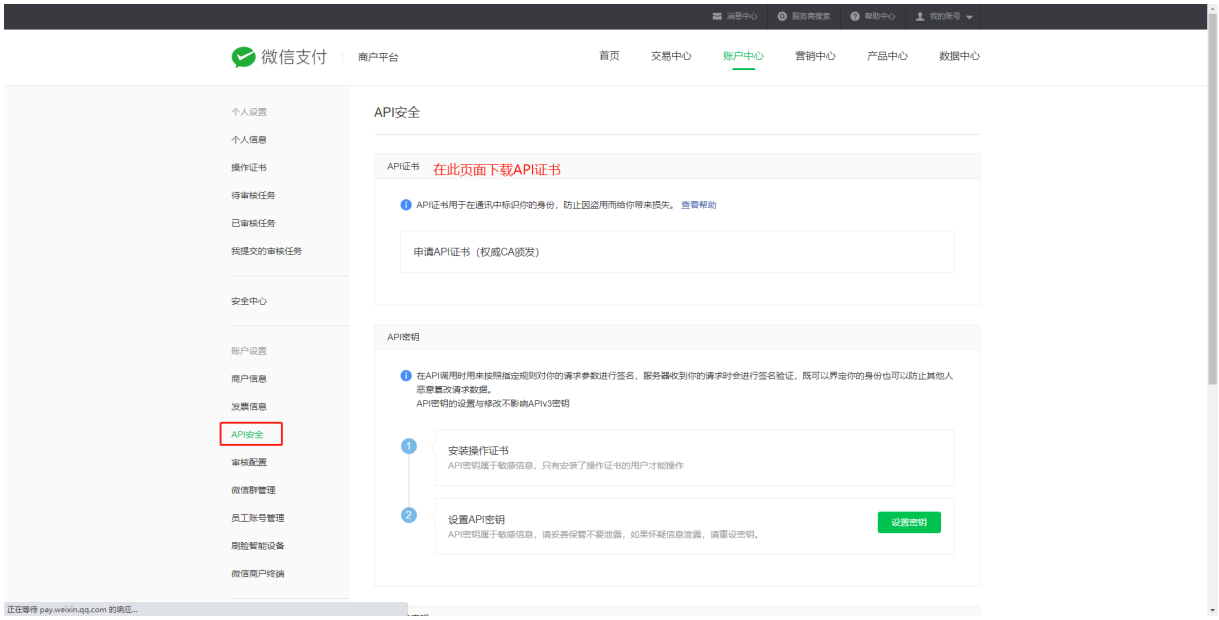
查看商户号



查看企业ID

查看企业微信支付密钥

微信支付后台下载API证书



10.3. 智能导购设置

智能导购设置包含客户标签管理、导购权限管理、组织管理。其中组织管理可以管理零售公司、门店信息，可以从企业微信同步组织与门店、导购信息。

客户标签管理

同步逻辑

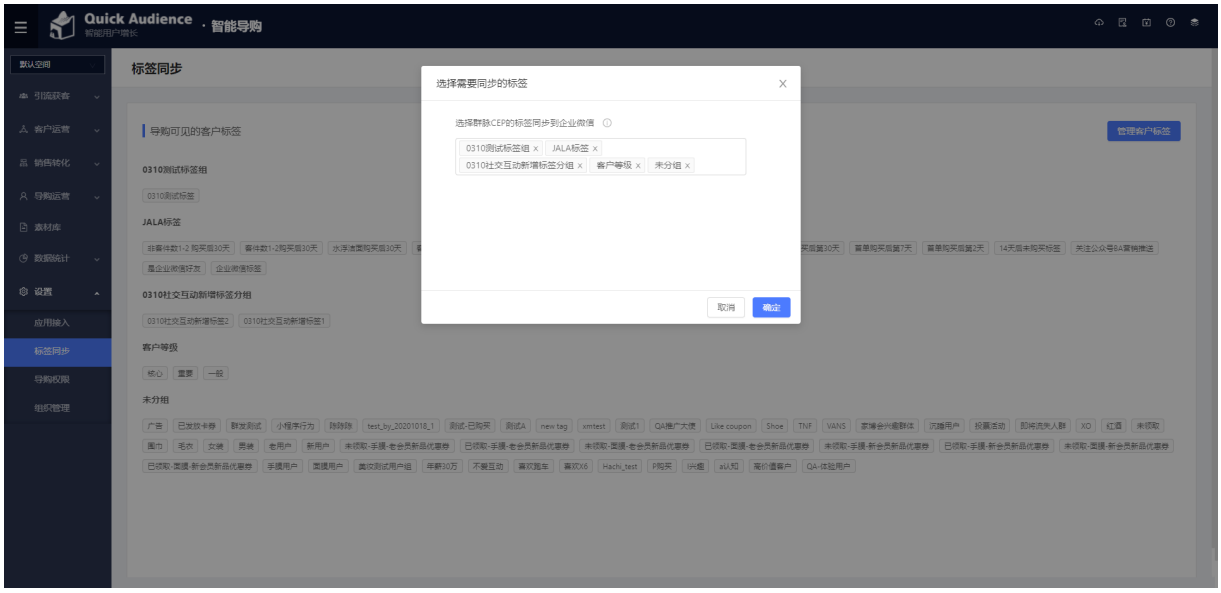
- 系统初始化时
  - 导购后台选择导购可见的标签组及标签并同步到企业微信。企业导购可在企业微信app端查看这些标签组及标签，以及客户标签关系；
  - 同步的标签组如果在管理后台有任何的改动（增删组内标签、修改标签组/标签名称）都会实时同步到企业微信；
  - 企业微信的企业客户标签组及标签数据可手动同步到管理后台（非必选），但标签关系不作同步，同步后，企业微信上的标签组不作保留；
  - 企业微信上任何涉及标签组/标签/标签关系的改动都不会同步回管理后台；
- 同步时
  - 如果传入的标签组已存在，则在此标签组下新建标签；
  - 标签组内的标签不可同名。如果传入多个同名标签，则只会创建一个；
  - 如果从企微传入的多个标签组中都有一个同名标签（企微规则下是允许的），则这个同名标签在管理后台标签规则下只会有一个，且随机分配入传入的多个标签组中的一个；
  - 不支持传入空标签组。
- 同步后
  - 导购在智能导购小程序前端及企业微信app端只能查看导购后台选择可见的标签组及标签，并对客户添加指定的标签或移除已添加的标签；
  - 导购无法在导购小程序前端编辑标签内容或删除指定的标签；

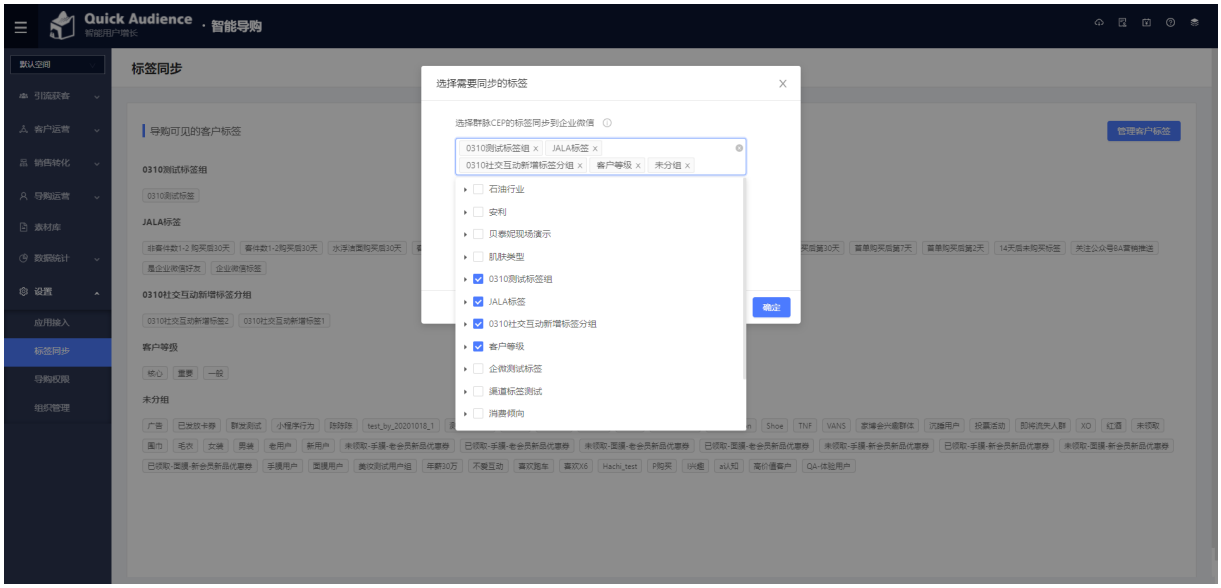
- 导购后台支持编辑导购可见的标签组及标签（非编辑标签内容）并同步到企业微信。之后旧的标签组/标签/标签关系将不再显示在导购前端。如下次编辑时再次启用之前使用过的标签，则同步后显示在导购前端。
- 备注：企微端标签筛选，组内多标签为或的关系，跨组多标签为且的关系。

标签管理

导购后台支持查看导购可见的标签列表

导购后台支持选择导购可见的标签组及标签，并同步到企业微信。（导购可见指在导购小程序/企业微信app端均可见）





实现效果

- 同步后，企业微信后台企业客户标签库会增加同步自社交互动的标签组及标签。
- 同步后，导购客户的标签维度将得到丰富，有利于导购在前端更好地去做个人客户群发、个人朋友圈发送。

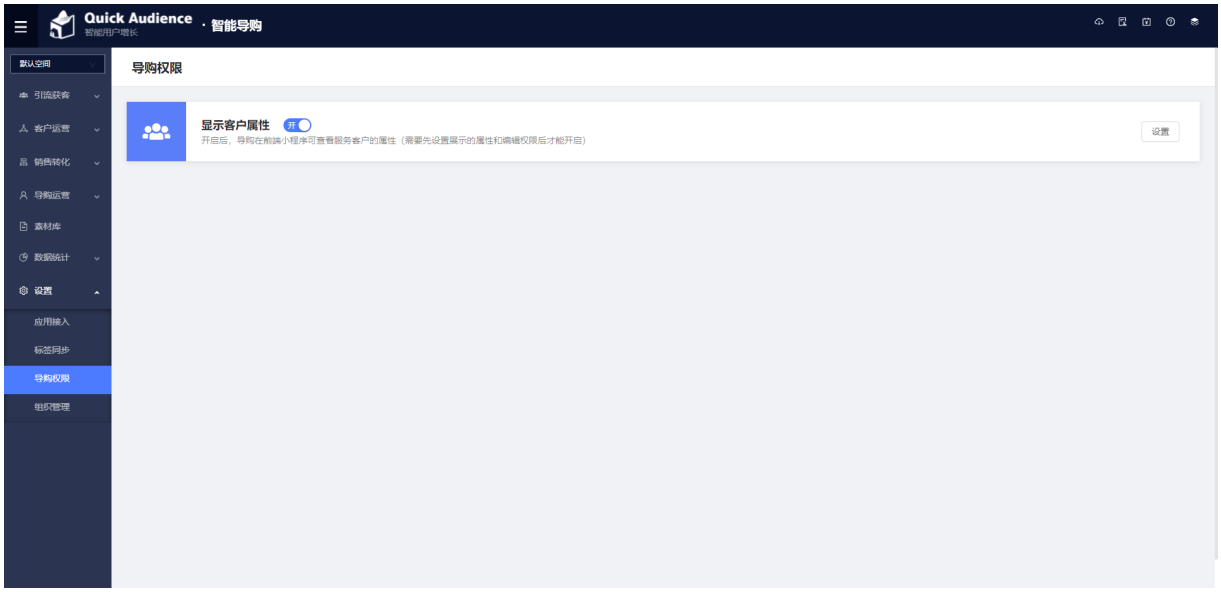
导购在前端查看客户标签

导购权限管理

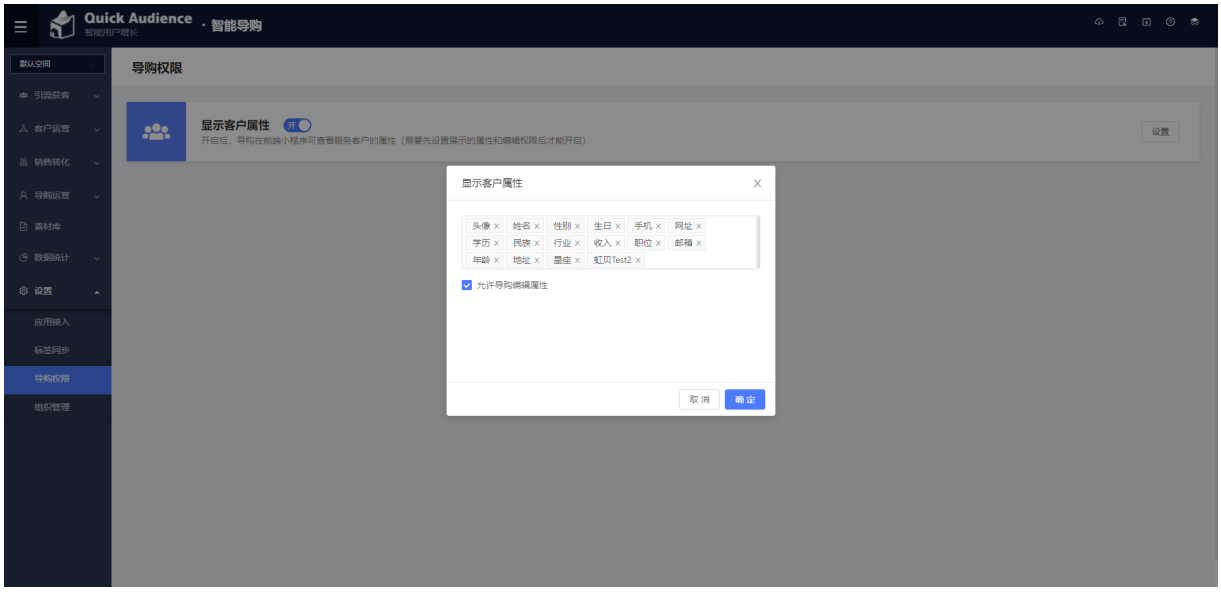
导购权限管理用以管理导购在小程序前端可以查看/编辑的客户属性。

导购权限管理

- 单击**设置>导购权限管理**，查看当前权限管理情况；
- 开启显示客户属性后，导购在前端小程序可查看服务客户的属性。注意，需要预先设置展示的客户属性和编辑权限后才能开启该项功能；



- 单击**设置**，选择需要在前端展示给导购查看的客户属性。勾选**允许导购编辑属性**后，导购才可在前端客户详情中编辑对应的客户属性。



- 完成设置后，我们查看小程序前端的客户详情资料即会受到限制。客户资料的显示字段即后台设置中选择的字段内容。注意，最下方的关联门店、绑定时间、专属导购字段为系统默认显示，无法进行设置。

组织管理

组织管理是对企业微信可见范围内的部门进行分层管理，用户仅能看到账号所属部门及下属部门的数据。功能说明如下图所示：

初始化操作

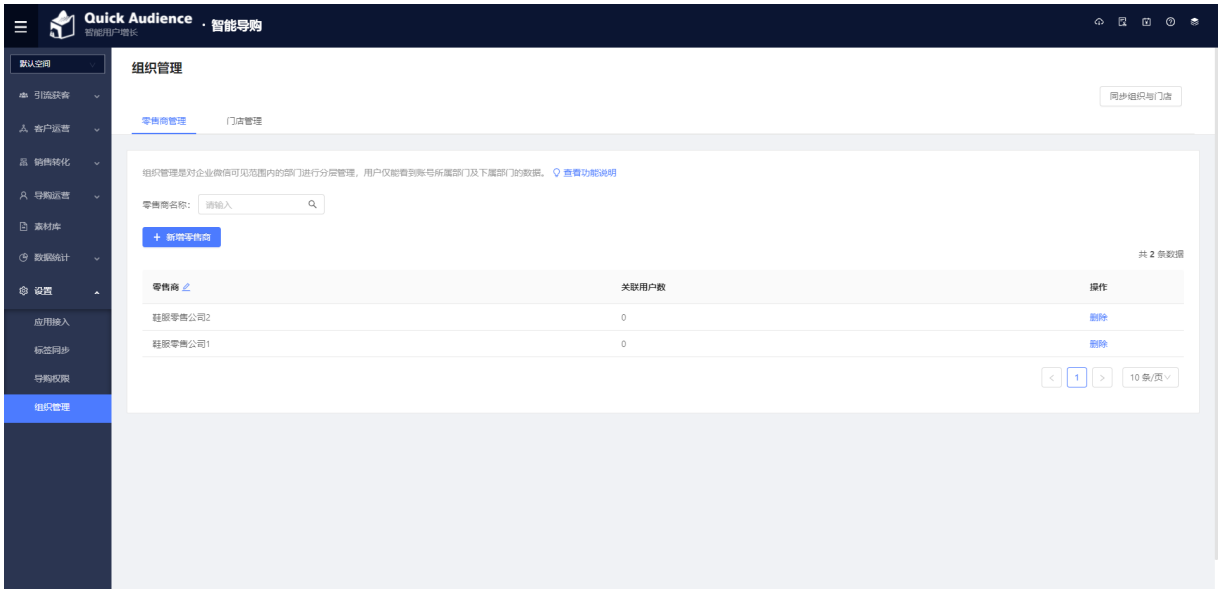
初次使用该功能时，我们需要进行一些基础设置：

1. 设置符合业务逻辑的层级名称，如“零售公司”。
2. 选择企业微信应用可见范围内的部门作为中间层级。

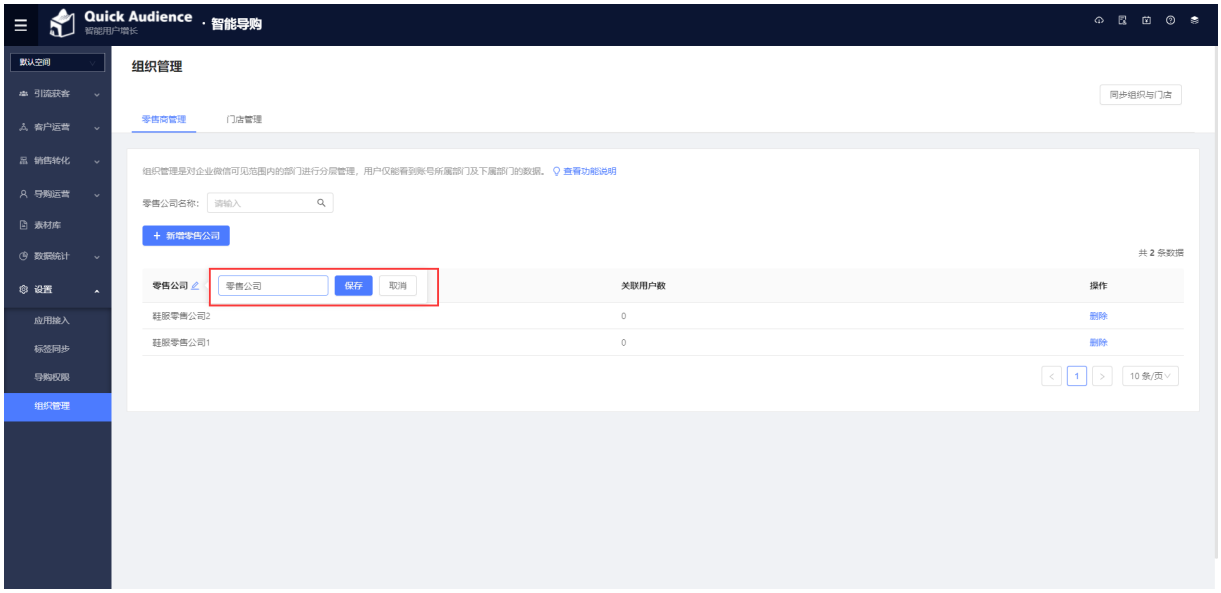
组织管理
组织管理是对企业微信可见范围内的部门进行分层管理，用户仅能看到账号所属部门及下属部门的数据。
查看功能说明
1
编辑层级名称
2
关联部门
设置符合您业务逻辑的层级名称，如零售商
总部
公司
占位符：请输入名称
门店
note：层级名称为空，则disable
取消
下一步
编辑层级名称
2
关联部门
未分类列表展示的是企业微信应用可见范围内的部门。
请将未分类列表中的
添加到右侧的列表内。
总部
公司
门店
6项
未分类
请输入部门名称
江苏零售公司
客户关系部
上海零售公司
信息技术部
云南零售公司
内容运营部
0项
波司登零售公司
暂无数据
note：右侧列表为空，则disable
上一步
完成

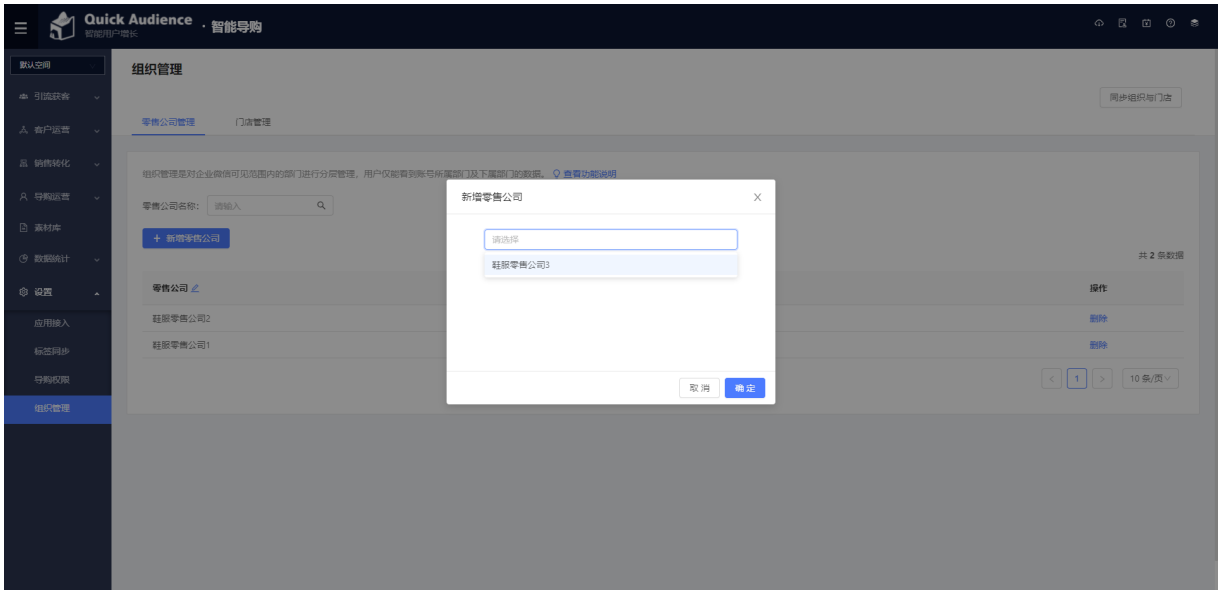
组织管理列表

初始化完成后，列表会展示所有中间层级的部门，用户可以在**用户管理**中通过编辑**所属部门**为用户赋予数据权限。



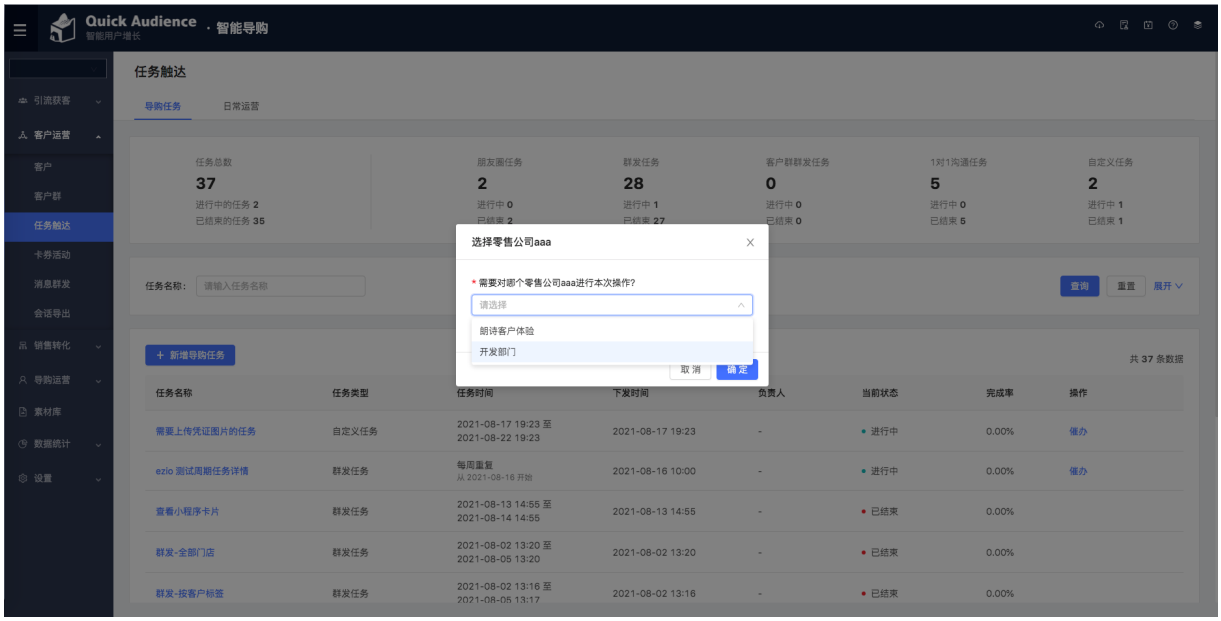
- 支持按照中间层级的名称进行搜索
- 支持编辑中间层级的名称
- 支持新增中间层级部门，从企业微信应用可见范围内再次选择中间层级的关联部门
- 支持删除中间层级的关联部门
  - 删除后，与该部门关联的账号将无法新增数据，仅能查看历史数据





数据新增

当一个用户属于两个数据节点，且需要创建数据（如创建任务，创建群分组等）时，需要选择数据的创建节点。



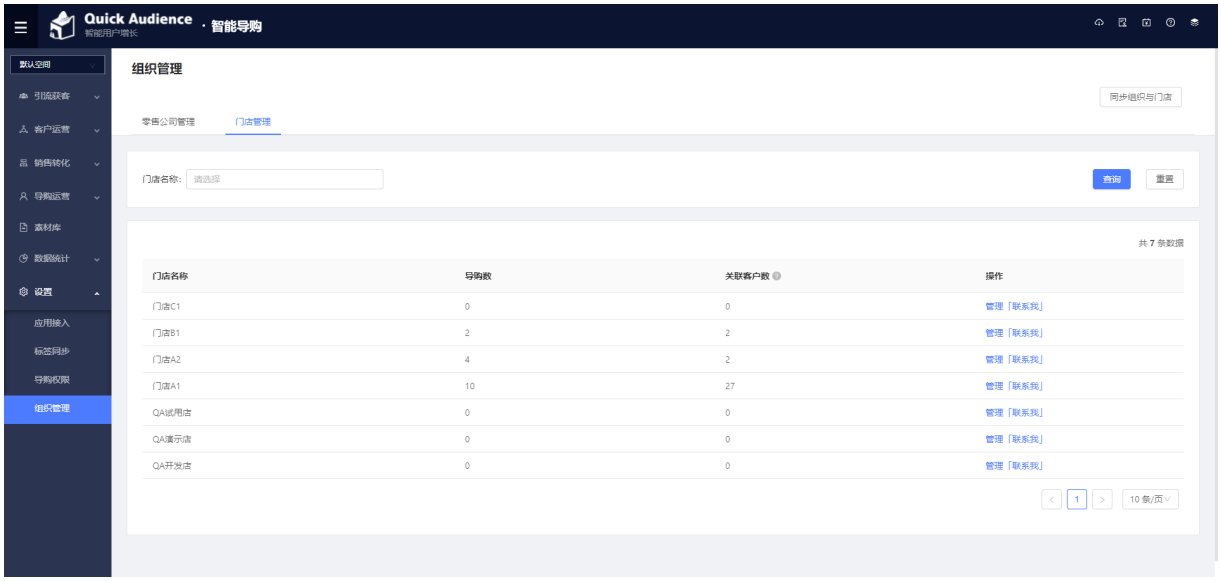
门店管理

企业微信接入智能导购企微版的管理后台后，将自动读取企业微信通讯录的数据（部门-成员）并创建组织结构（门店-导购）。运营人员可以通过**门店管理**查看门店数据并管理门店「联系我」二维码。

门店「联系我」二维码是为门店顾客快速添加门店下属导购为好友的入口。顾客扫描该二维码后便可随机获取一位门店导购的联系方式（企业微信账号）并主动添加该导购为好友获取服务。成功添加好友后，顾客便成为该导购的外部联系人，并收到该导购发送的欢迎语消息（通过创建门店二维码进行配置）。欢迎语的设置是为了导购在成为顾客好友后能够在第一时间触达顾客，引导顾客形成后续的互动沟通。需要注意的是，后台可以为导购配置个人的默认欢迎语。顾客扫描门店二维码完成好友添加后会优先推送二维码上附属的欢迎语内容，如果没有则推送该导购的个人默认欢迎语内容。

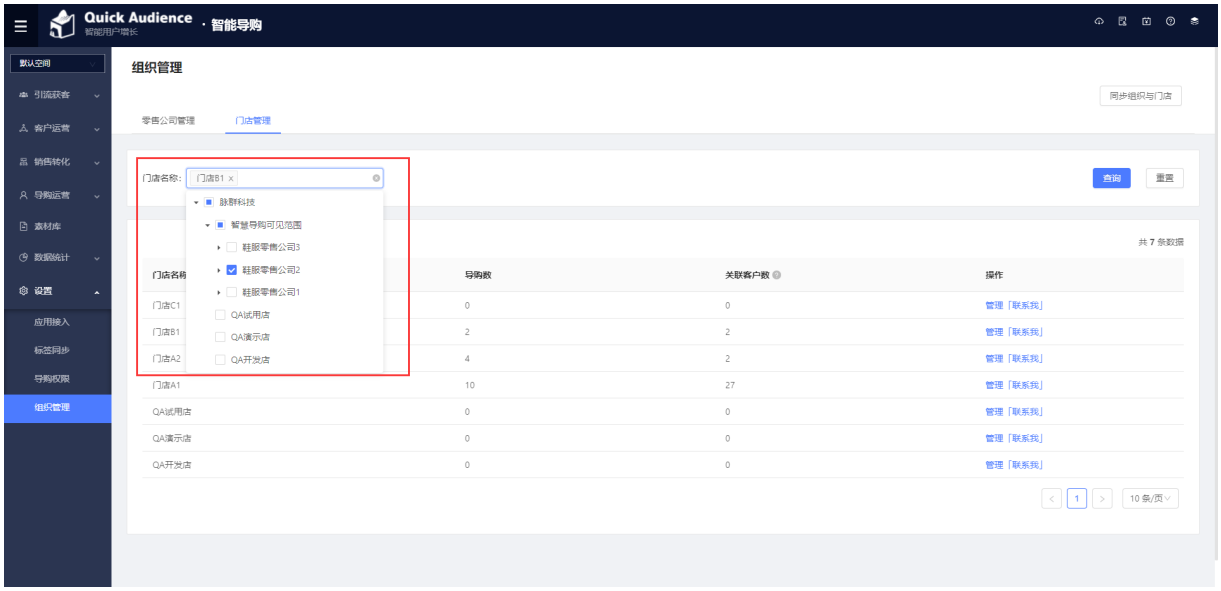
门店列表

查看现有门店列表，展示门店名称，门店下属的导购数量与关联的客户数量。门店来自于企业微信应用可见范围中的**最后一级部门**；门店列表每日凌晨00:00会自动与企业微信组织结构同步，用户也可手动同步列表。



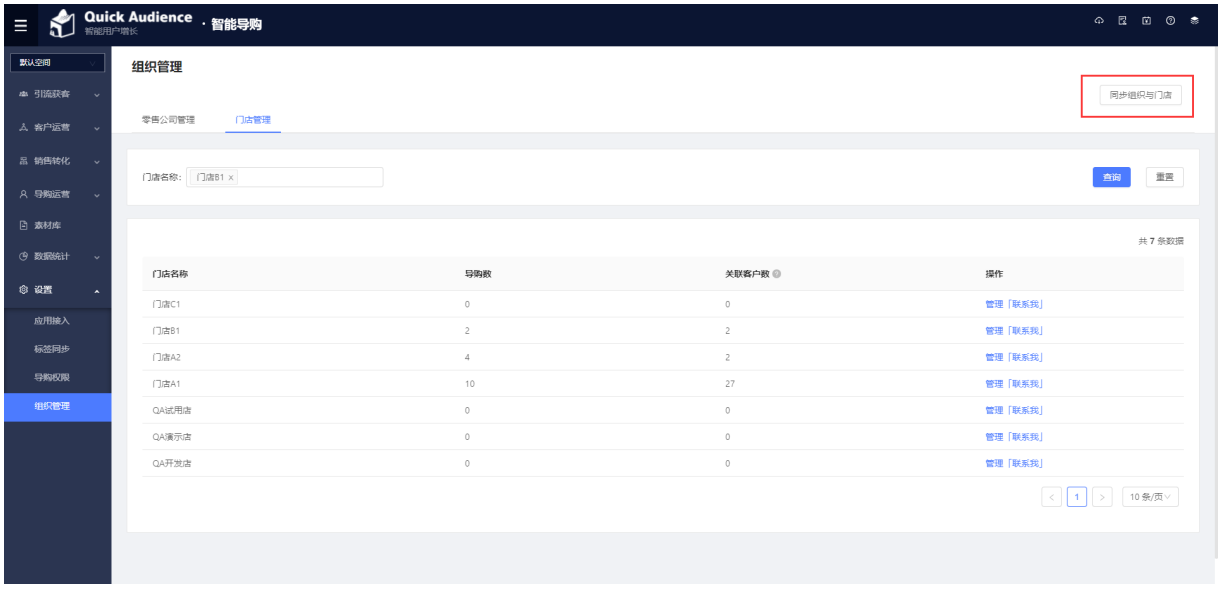
门店名称搜索和筛选

- 可以根据门店名称进行搜索和筛选；
- 单击后展示企业微信组织结构树，输入搜索内容后会展示模糊搜索的结果；
- 可以选择想要查看的组织结构或下属门店，支持多选，选择后列表展示为选择范围内的门店。



门店操作

- 同步门店及导购数据管理
- 在企业微信创建门店与导购后，可通过单击**同步组织与门店**按钮，将新建的门店同步到智能导购企微版后台；
- 固定自动同步时间为每日00：00点。



10.4. 引流码

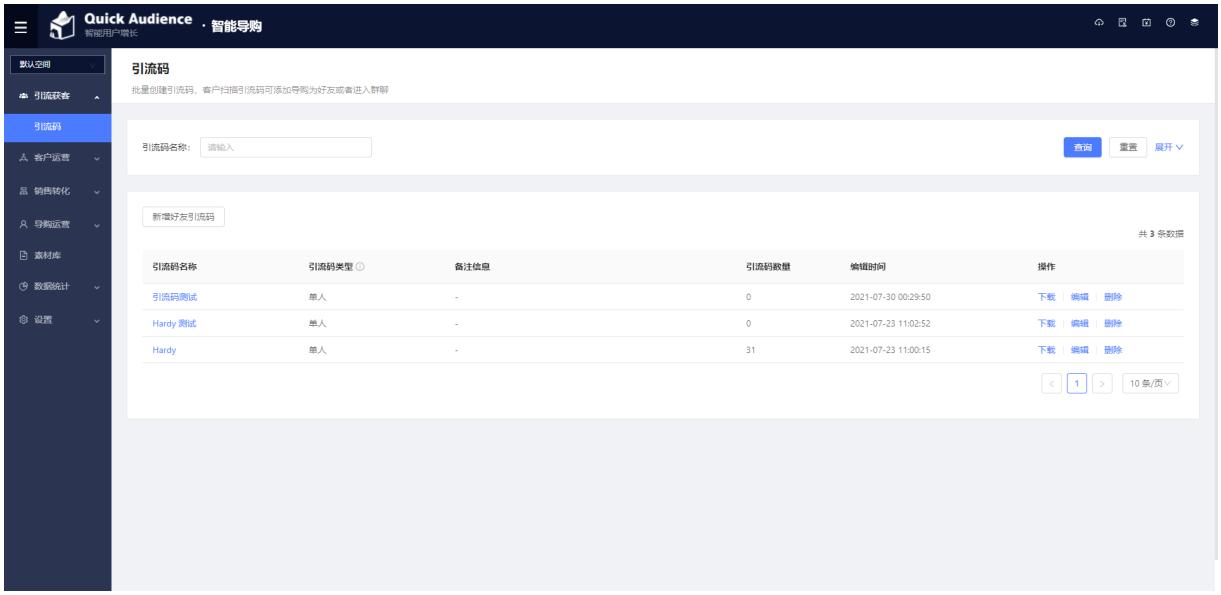
引流码（即好友引流码）适用于工牌、活动等拉新场景，客户扫描引流码可添加导购为好友。支持批量创建引流码，引流码创建完毕后，会根据适用范围自动补充新的引流码，如门店有新的导购，或适用范围有新的门店，均将为其自动新增引流码，下载后根据姓名/店名搜索文件即可查找适用。

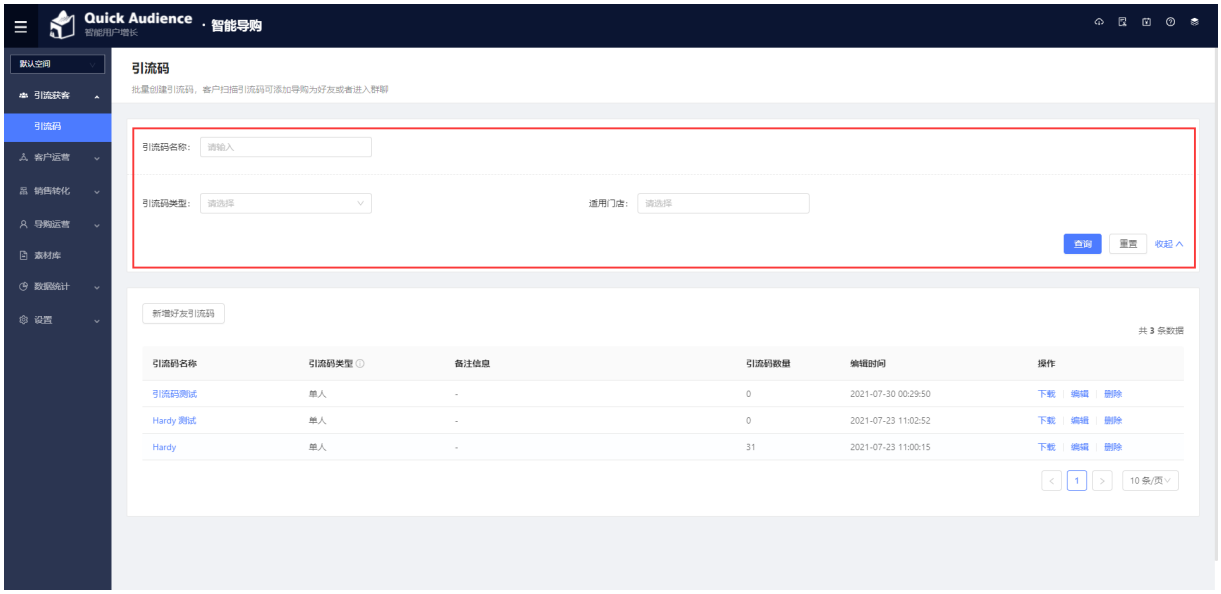
使用场景举例：

- 创建名为工牌的单人引流码，适用范围为全部门店，则会为全部门店的所有导购每人创建一张单人引流码。
- 当有新的导购入职，会自动为其新增引流码。
- 扫描引流码添加好友支持为客户打标签，支持推送自定义欢迎语。
- 引流码详情支持查看所有导购添加好友的数据趋势，支持按照门店和导购筛选查看数据。

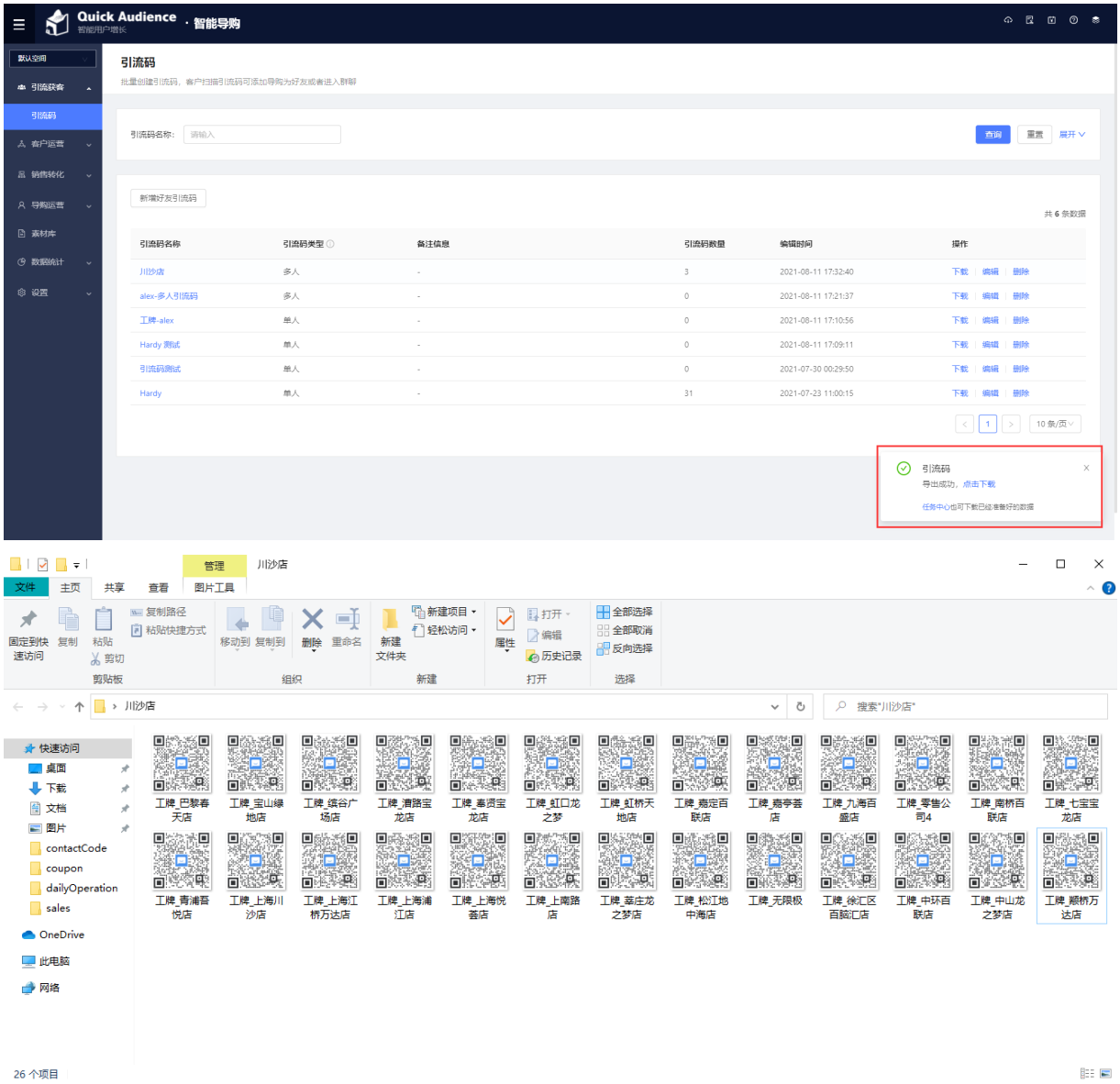
好友引流码列表

- 引流码名称：创建引流码时设置的引流码名称。
- 引流码类型：
  - 单人引流码：一个引流码对应一个导购，客户扫码后添加导购为好友。
  - 多人引流码：以门店为单位的引流码，扫码后添加随机一位导购为好友。
- 备注信息：创建引流码是设置的备注信息，可用于描述引流码用途和注意事项等。
- 引流码数量：该引流码组下的引流码数量。
- 编辑时间：最后一次编辑的时间。
- 操作
  - 下载
    - 单人引流码：文件格式为ZIP压缩包，文件名为**引流码名称_时间戳**，图片文件名为**引流码名称-门店名称-导购姓名**，如：工牌-门店1-张三，按照门店名称存放于不同的文件夹。
    - 多人引流码：文件格式为ZIP压缩包，文件名为：**引流码名称_时间戳**，图片名称为：引流码名称-门店名称，如：工牌-上海长泰店。
  - 编辑：支持编辑除**适用范围**内的其他内容。
  - 删除：删除需要二次确认，会删除本引流码组下属的所有引流码。
- 搜索/筛选
  - 按照引流码名称搜索
  - 按照引流码类型筛选（单人/多人）
  - 按照适用门店筛选


Quick Audience · 智能导购
默认空间
引流获客
引流码
客户运营
销售转化
导购运营
素材库
数据统计
设置
引流码
批量创建引流码，客户扫描引流码可添加导购为好友或者进入群聊
引流码名称：
请输入
查询
重置
展开
新增好友引流码
共 3 条数据
引流码名称
引流码类型
备注信息
引流码数量
编辑时间
操作
引流码测试
单人
0
2021-07-30 00:29:50
Hardy 测试
单人
0
2021-07-23 11:02:52
Hardy
单人
31
2021-07-23 11:00:15
下载
编辑
删除
10 条/页


Quick Audience · 智能导购
默认空间
引流获客
引流码
客户运营
销售转化
导购运营
素材库
数据统计
设置
引流码
批量创建引流码，客户扫描引流码可添加导购为好友或者进入群聊
引流码名称：
请输入
引流码类型：
请选择
适用门店：
请选择
查询
重置
收起
新增好友引流码
共 3 条数据
引流码名称
引流码类型
备注信息
引流码数量
编辑时间
操作
引流码测试
单人
0
2021-07-30 00:29:50
Hardy 测试
单人
0
2021-07-23 11:02:52
Hardy
单人
31
2021-07-23 11:00:15
下载
编辑
删除
10 条/页

下载引流码

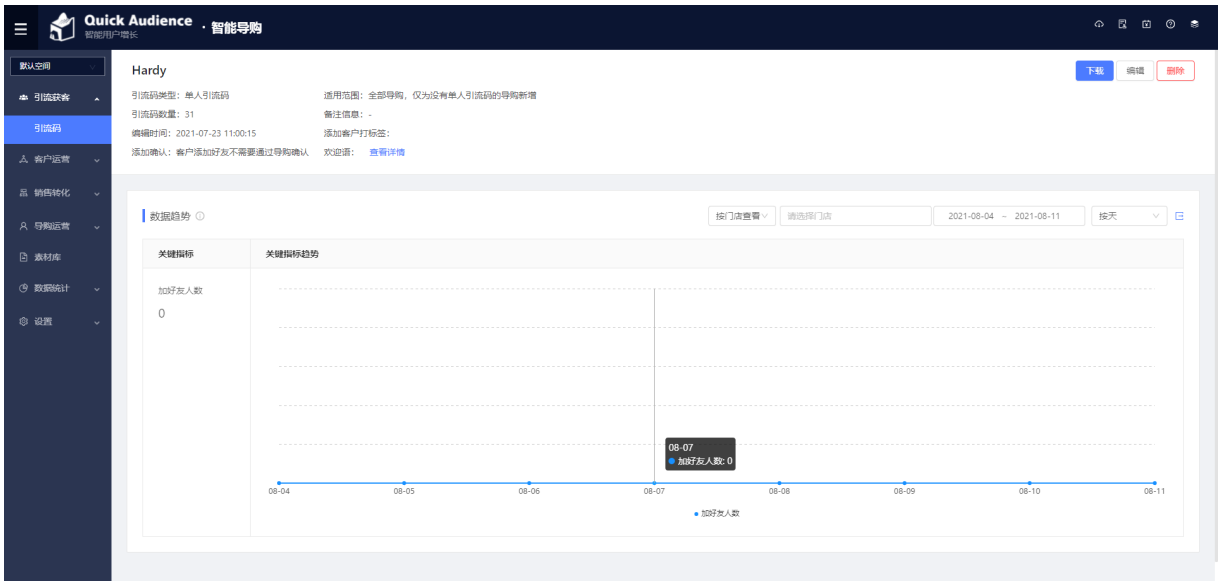


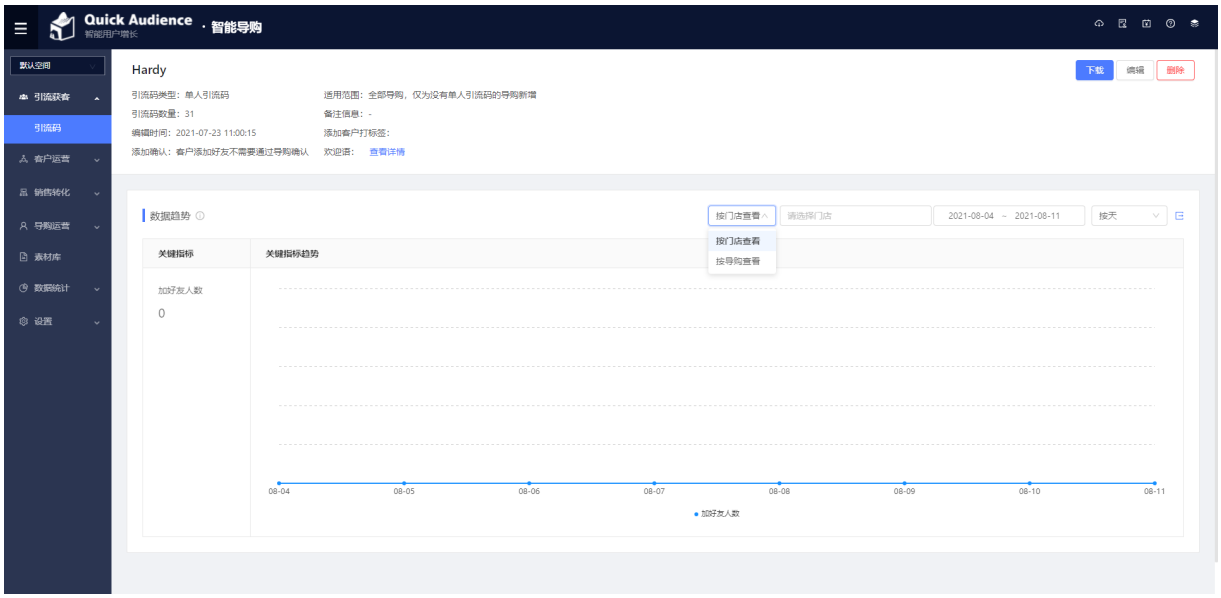
引流码详情

- 查看引流码组的详情，展示：
  - 引流码类型
  - 适用范围，若为部分适用，则可查看部分适用的门店列表。
    - 支持通过门店名称搜索门店，查看是否搜索门店在范围内。
  - 引流码数量
  - 备注信息
  - 编辑时间
  - 添加客户打标签
  - 添加确认
  - 欢迎语：支持查看详情
- 查看引流码组的数据趋势：

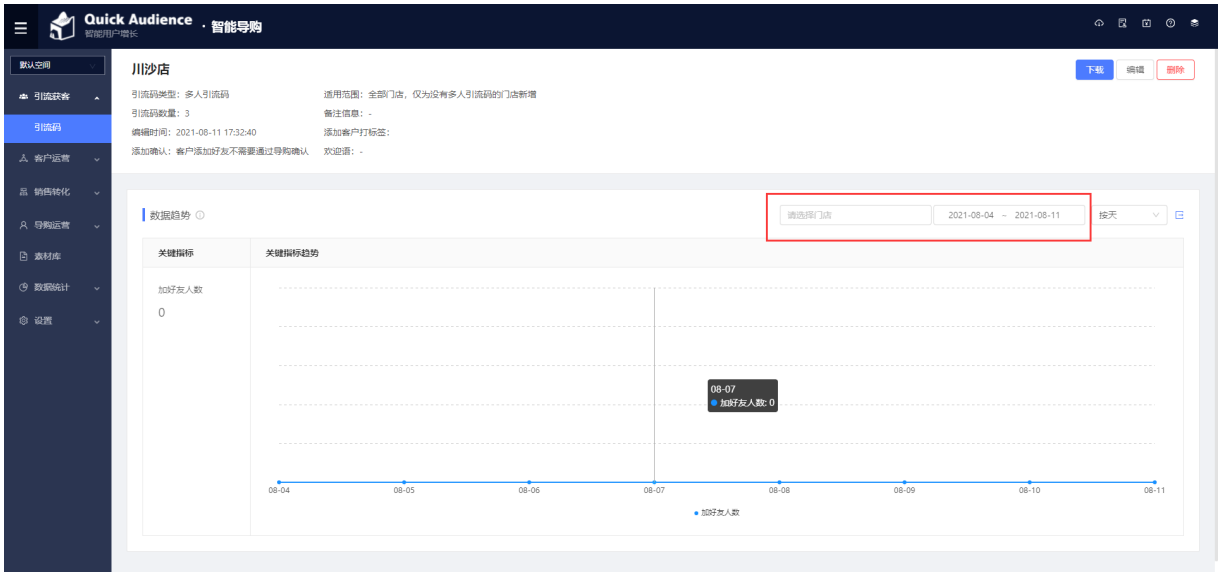
- 通过引流码组下属的引流码添加导购为好友的客户人数趋势，该数据为去重数据，多个客户添加同一个导购为好友仅记录一次。
- 支持按门店筛选查看，查看门店多人引流码和下属导购单人引流码的加好友数据。
- 单人引流码支持按导购筛选查看引流码的加好友数据。
- 支持按照时间段筛选查看数据。
- 支持按天、按周查看数据。
- 支持导出加好友的数据趋势。

单人引流码详情



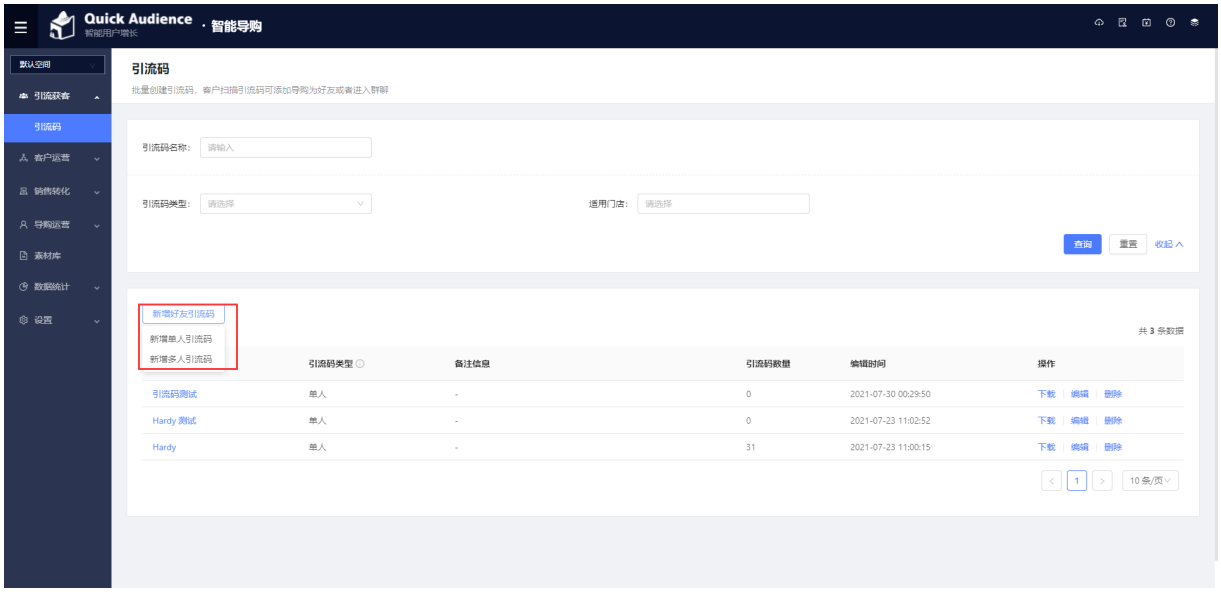


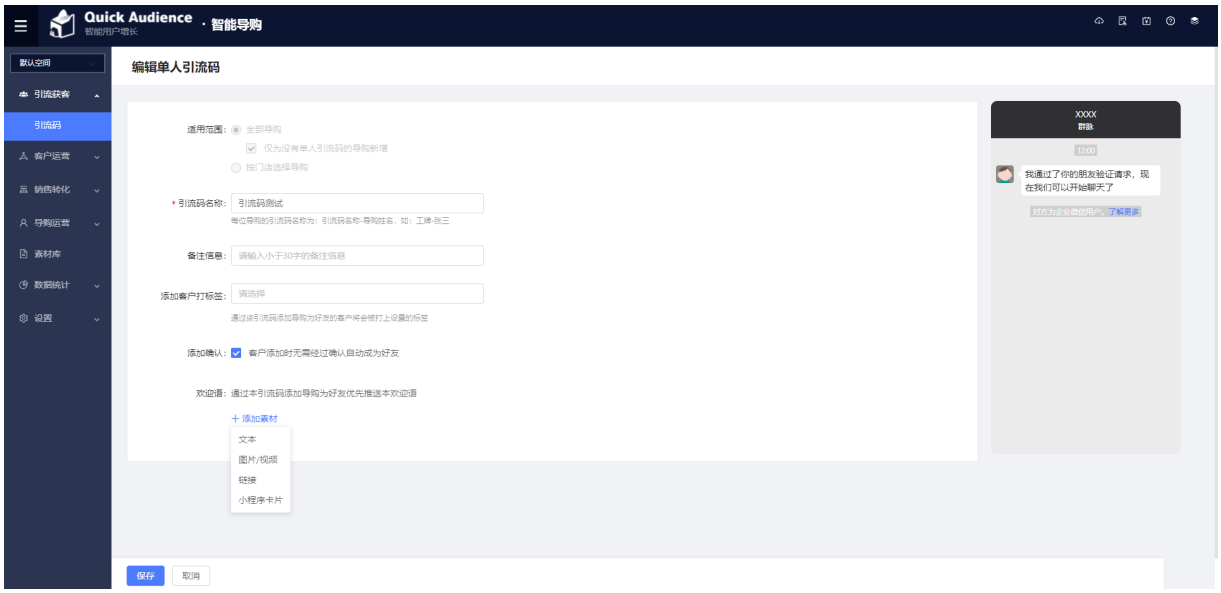
多人引流码详情

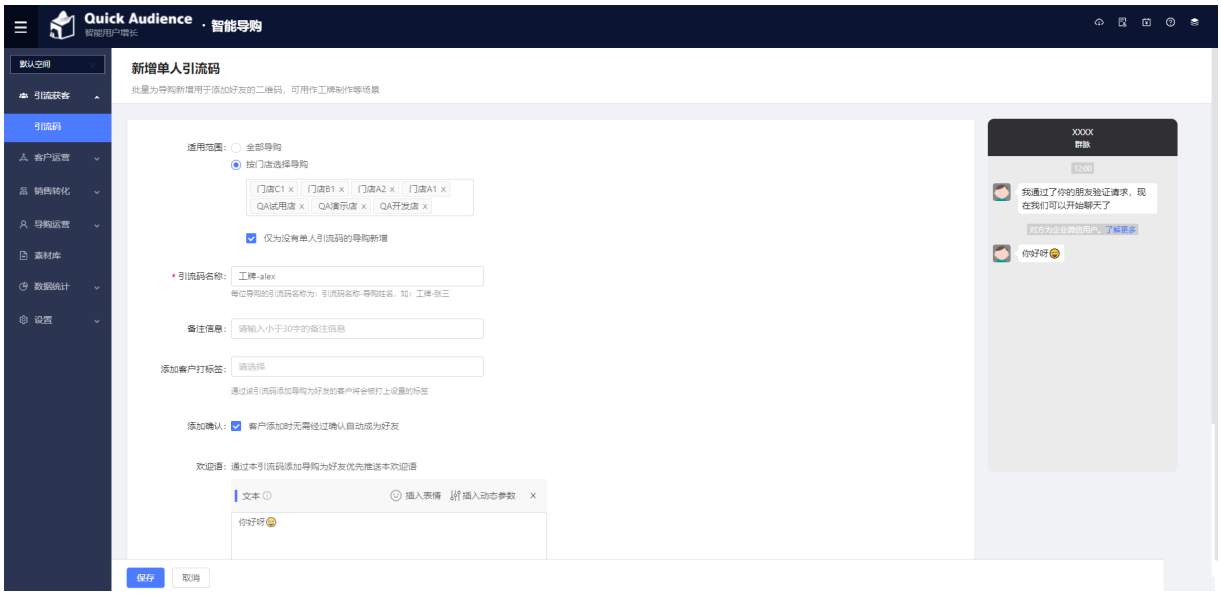


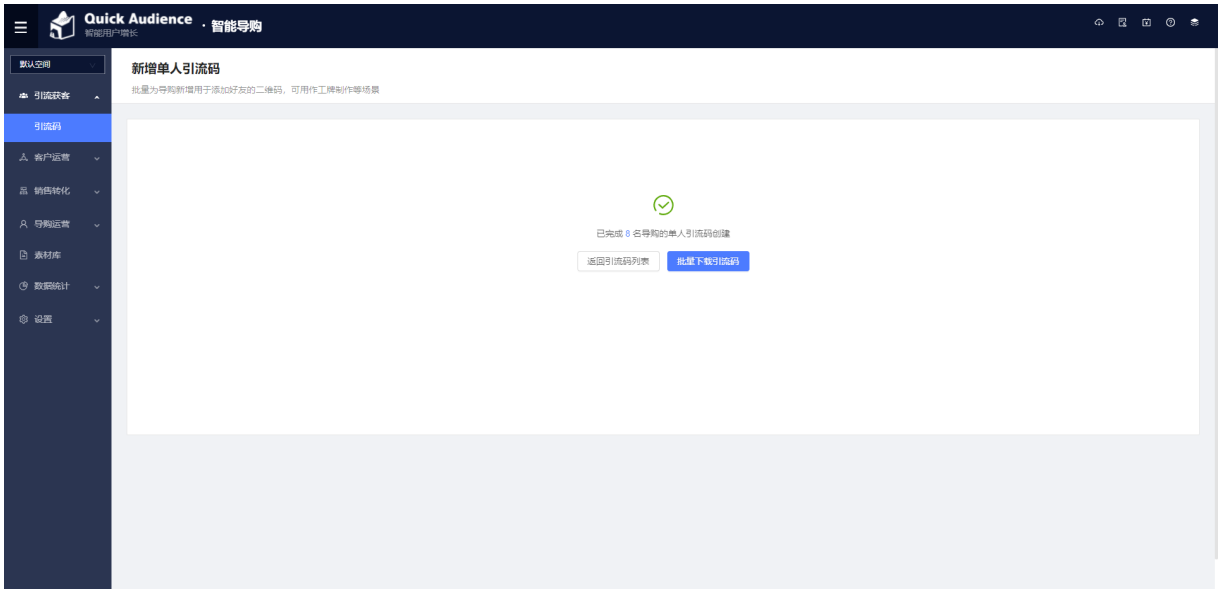
新增单人引流码

- 适用范围
  - 全部导购：为所有导购每人，在其所属门店各创建一张引流码。
  - 按门店选择导购：为选中门店的所有导购，每人在其所属门店各创建一张引流码。
    - 仅在适用范围的门店内创建，如适用范围为门店A，导购属于门店AB，则仅在门店A为其创建。
  - 支持仅为没有引流码的导购新增（默认勾选）。
    - 如：适用范围为门店ABC，导购在门店A有引流码，则会在BC门店新增。
- 引流码名称：该引流码组的名称，如工牌。
- 备注信息：添加备注信息，如用途和注意事项等。
- 添加客户打标签：为扫码添加导购为好友的客户打标签，支持多选标签，注意，若标签在**用户运营**模块被删除，则无法为客户打标签。
- 添加确认：默认勾选客户添加时无需经过确认自动成为好友，可取消勾选，取消后，客户添加需要导购确认。
- 欢迎语：支持为引流码添加欢迎语，扫码添加导购优先推送引流码上的欢迎语，支持添加1条文本加9个附加素材，如：可添加1条文本，5张图片和4条链接； 添加素材未达上限时，下方展示添加素材按钮，已达上限时，下方不展示添加素材按钮。
  - 文本：1000个汉字和字母。
  - 图片/视频：图片大小限制2M，格式限制jpg,png,jepg和gif；视频大小限制10M，格式支持MP4。
  - 链接：网页标题、网页地址，分享图片和分享描述为必填。
  - 小程序卡片：小程序标题，分享图片，appid，页面路径为必填。
- 创建后支持批量下载，文件格式为ZIP压缩包，文件名为**引流码名称_时间戳**，图片文件名为**引流码名称-门店名称-导购姓名**，如：工牌-门店1-张三，按照门店存放于不同的文件夹(文件夹名称为门店名）。
  - 创建后若未生成引流码（如选择的门店范围下无导购，或勾选**仅为没有联系我的导购新增**时，选择的门店下的所有导购均有联系我）：则生成失败，可返回列表，或者返回新增页面。


Quick Audience · 智能导购
默认空间
引流获客
引流码
客户运营
销售转化
导购运营
素材库
数据统计
设置
引流码
批量创建引流码，客户扫描引流码可添加导购为好友或者进入群聊
引流码名称：
引流码类型：
适用门店：
查询
重置
收起
新增好友引流码
新增单人引流码
新增多人引流码
共 3 条数据
引流码类型
备注信息
引流码数量
编辑时间
操作
引流码测试 单人 - 0 2021-07-30 00:29:50 下载 编辑 删除
Hardy 测试 单人 - 0 2021-07-23 11:02:52 下载 编辑 删除
Hardy 单人 - 31 2021-07-23 11:00:15 下载 编辑 删除
10 条/页

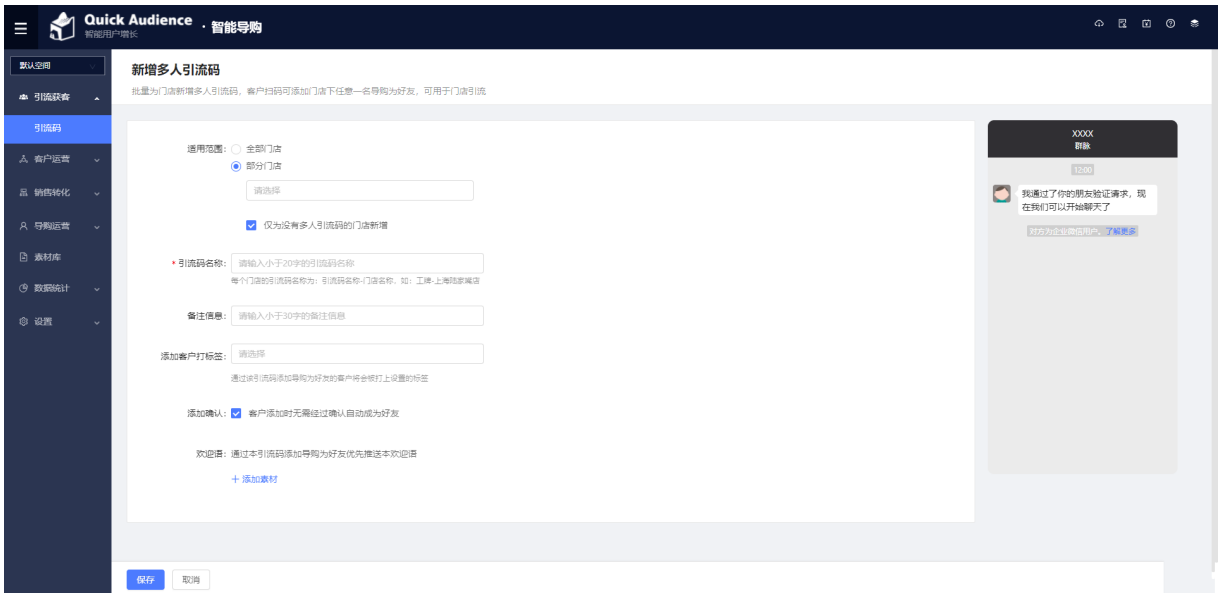

Quick Audience · 智能导购
编辑单人引流码
适用范围：
全部导购
仅为没有单人引流码的导购新增
按门店选择导购
引流码名称：
引流码测试
备注信息：
请输入小于30字的备注信息
添加客户打标签：
请选择
添加确认：
客户添加时无需经过确认自动成为好友
欢迎语：通过本引流码添加导购为好友优先推送本欢迎语
+ 添加素材
文本
图片/视频
链接
小程序卡片
XXXX
群聊
我通过了你的朋友验证请求，现在我们可以开始聊天了
保存
取消


Quick Audience · 智能导购
新增单人引流码
批量为导购新增用于添加好友的二维码，可用作工牌制作等场景
适用范围：
全部导购
按门店选择导购
门店C1 门店B1 门店A2 门店A1
QA试用店 QA演示店 QA开发店
仅为没有单人引流码的导购新增
引流码名称：
工牌-alex
备注信息：
请输入小于30字的备注信息
添加客户打标签：
请选择
添加确认：
客户添加时无需经过确认自动成为好友
欢迎语：通过本引流码添加导购为好友优先推送本欢迎语
文本
插入表情
插入动态参数
你好呀
XXXX
群聊
我通过了你的朋友验证请求，现在我们可以开始聊天了
你好呀
保存
取消



新增多人引流码

- 适用范围支持选择全部门店和部分门店。
  - 全部门店：为每一家门店生成一张多人引流码，范围为门店的全部导购。
  - 部分门店：为选中的门店，每一家生成一张多人引流码，范围为门店的全部导购。
- 支持仅为没有引流码的门店新增（默认勾选）。
- 引流码名称、备注信息、添加客户打标签、添加确认、欢迎语和单人引流码一致。
- 创建后支持批量下载，文件格式为ZIP压缩包，文件名为：**引流码名称_时间戳**，图片名称为：引流码名称-门店名称，如：工牌-上海长泰店。
  - 创建后若未生成引流码（如选择全部门店但品牌无门店，或选了门店且勾选**仅为没有联系我的门店新增**时，选择的门店已有联系我）：则展示生成失败页面，可返回列表，或者返回新增页面（可不保留之前的设置）。



10.5. 客户资源

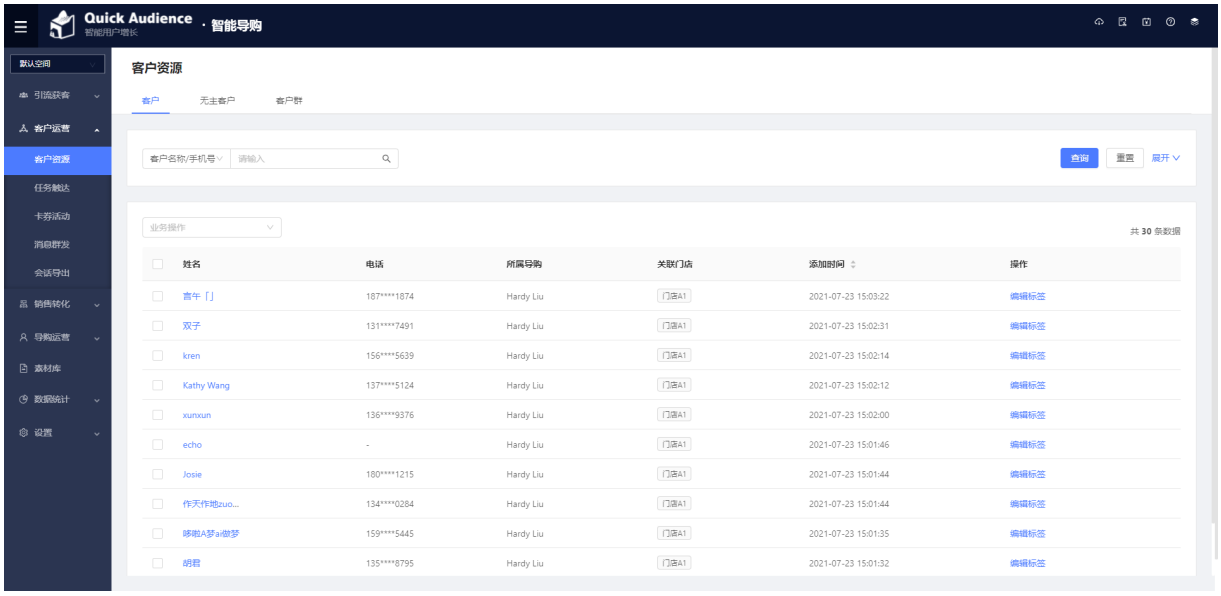
客户资源对客户、无主客户以及客户群进行管理。

客户

客户管理支持查看导购添加的客户的基本信息，编辑客户身上的标签，及分配所属导购。

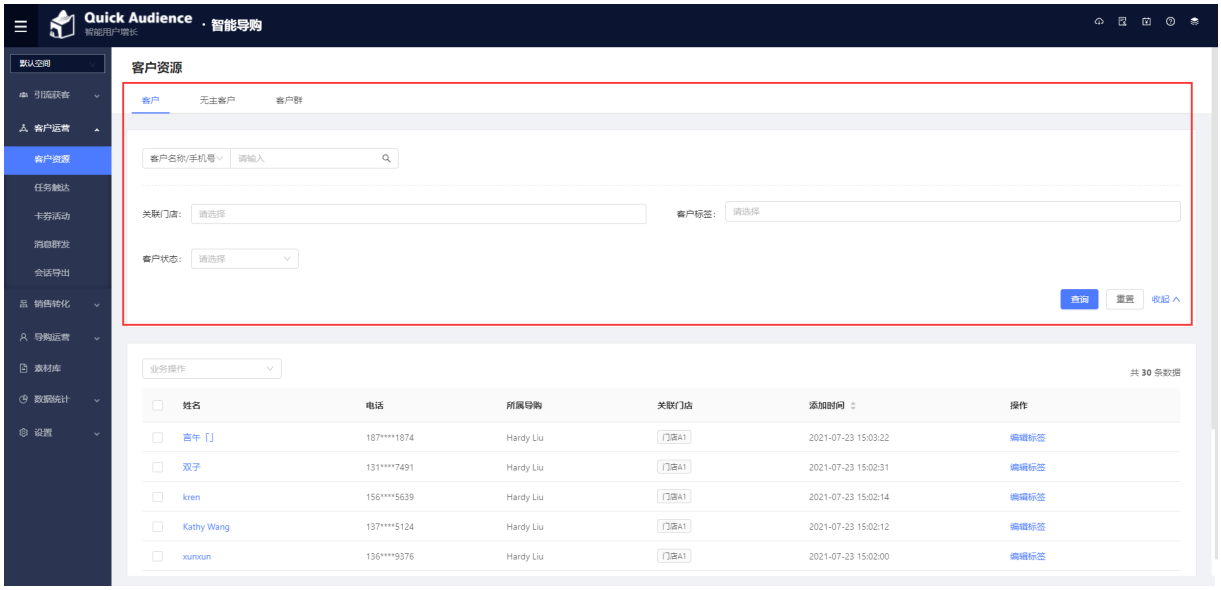
客户列表

- 客户列表展示客户姓名、手机、所属导购、所属门店、添加时间等信息。客户可以与多个导购的企业微信账号建立好友关系，但仅和第一个加为好友的导购建立绑定关系（称为客户的所属导购），与其他的导购均为普通好友关系；
- 关联门店即所有与客户加为好友的导购所属的门店，一个客户可以关联多个门店；
- 添加时间即客户和所属导购建立绑定关系的时间。支持根据添加时间重新排序；
- 单击客户姓名，跳转社交互动后台查看其客户详情。



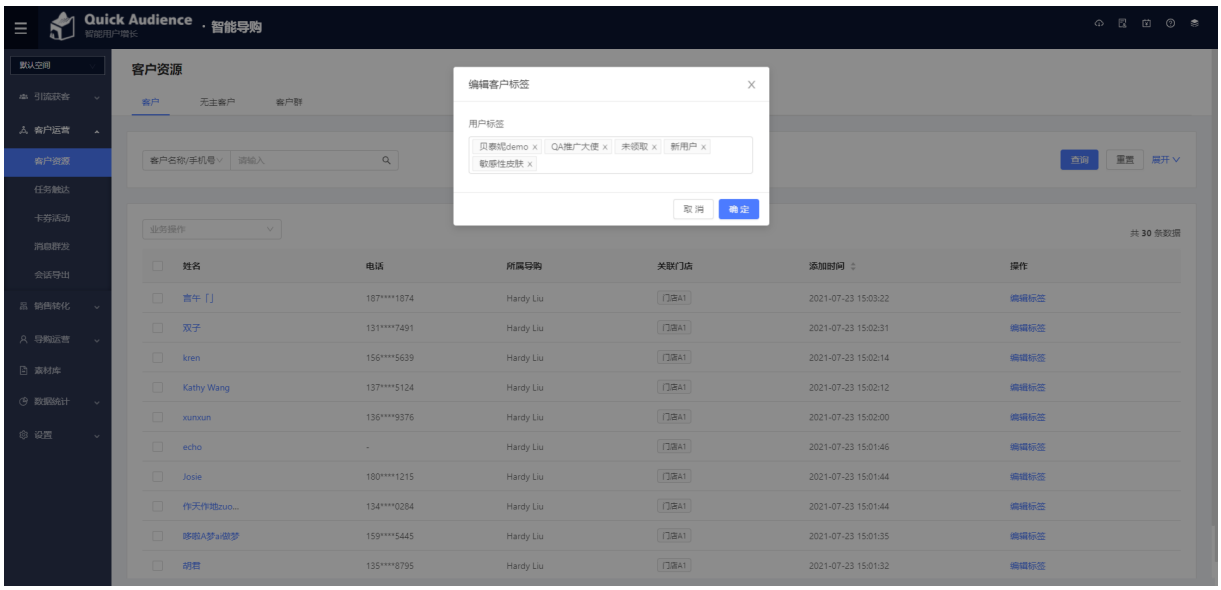
客户列表的搜索与筛选

- 支持按客户名称/手机号或所属导购进行搜索。客户名称支持模糊匹配，手机号支持精确匹配，所属导购支持模糊匹配；
- 下拉展开筛选条件，支持按客户关联门店、客户标签或客户状态进行筛选；
- 完成筛选条件设置后单击查询展示结果。单击重置清除所有筛选条件。



编辑客户标签

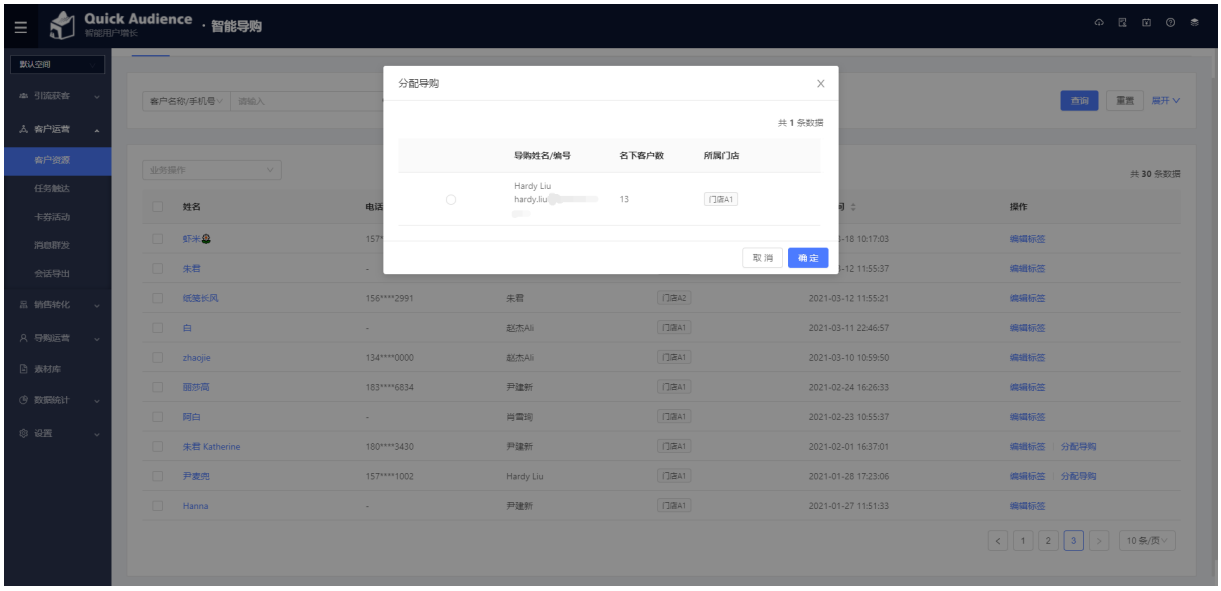
- 支持选择单个客户编辑标签或多选导购批量编辑标签。针对单个客户可单击列表内的编辑标签按钮。针对多个客户可单击列表左上方业务操作下的编辑标签按钮。
- 标签来自社交互动后台创建的客户标签。



为客户重新分配导购

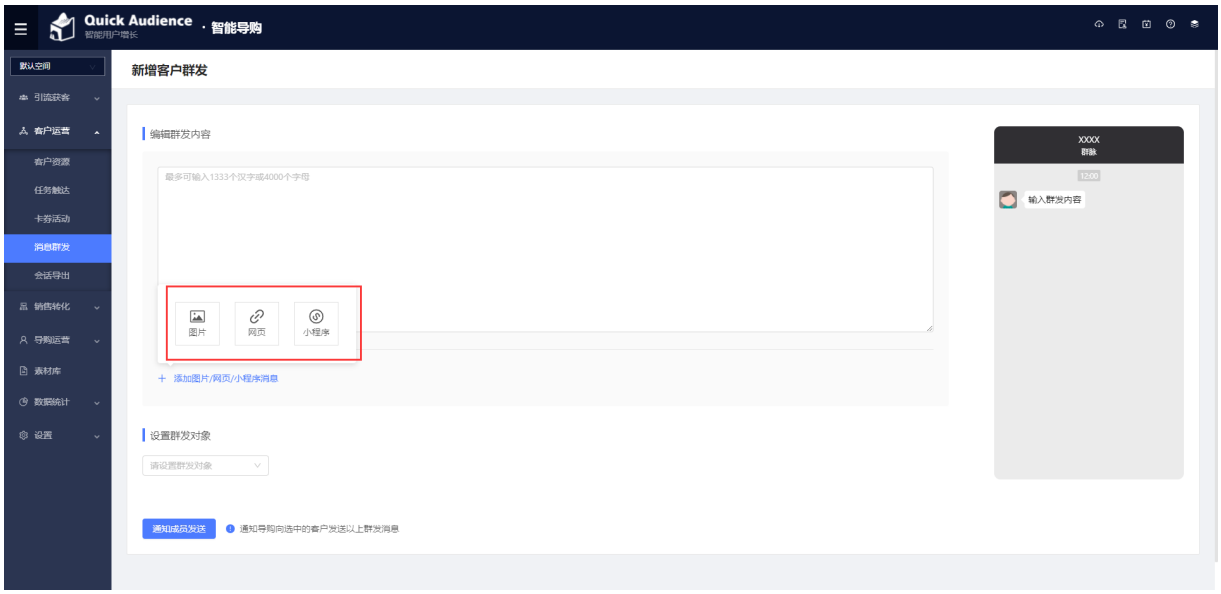
- 支持为客户重新分配导购，分配规则为：仅支持分配给同为其好友的导购。如：当一个客户添加了多个导购为好友，才可以把该客户分配给好友列表里的其他导购。成功分配后，客户与导购的绑定关系也随之转移。如果客户仅有一个好友，列表内不支持分配导购的操作。
- 当客户从好友列表删除导购后，导购与客户的关系变更如下：
  - 如果该导购是客户的唯一好友，则导购无法再主动向该客户发起联系，需重新申请好友验证。后台会把该客户标记为**已流失**；
  - 客户添加了多个导购为好友，且删除的导购是其所属导购，则系统会自动为该客户分配一个好友列表内的导购重新建立绑定关系；

- 客户添加了多个导购好友，但删除导购非其绑定导购，则绑定关系保持不变。



客户管理小程序端

小程序前端客户列表，导购可查看与自己加为好友的所有客户，支持在客户列表内快速群发、快速赠券、快速创建客户群等快捷操作。单击指定的客户名称查看客户资料。在客户资料页可为客户添加标签、添加备注、赠送卡券以及快速发起聊天。



单击客户名称，进入客户详情页，可查看当前客户详细的个人属性信息。对于系统未录入的属性信息，支持导购自行编辑修改。此外，在详情页中可查看该客户的关联门店、与导购的绑定时间、专属导购这些信息。

无主客户

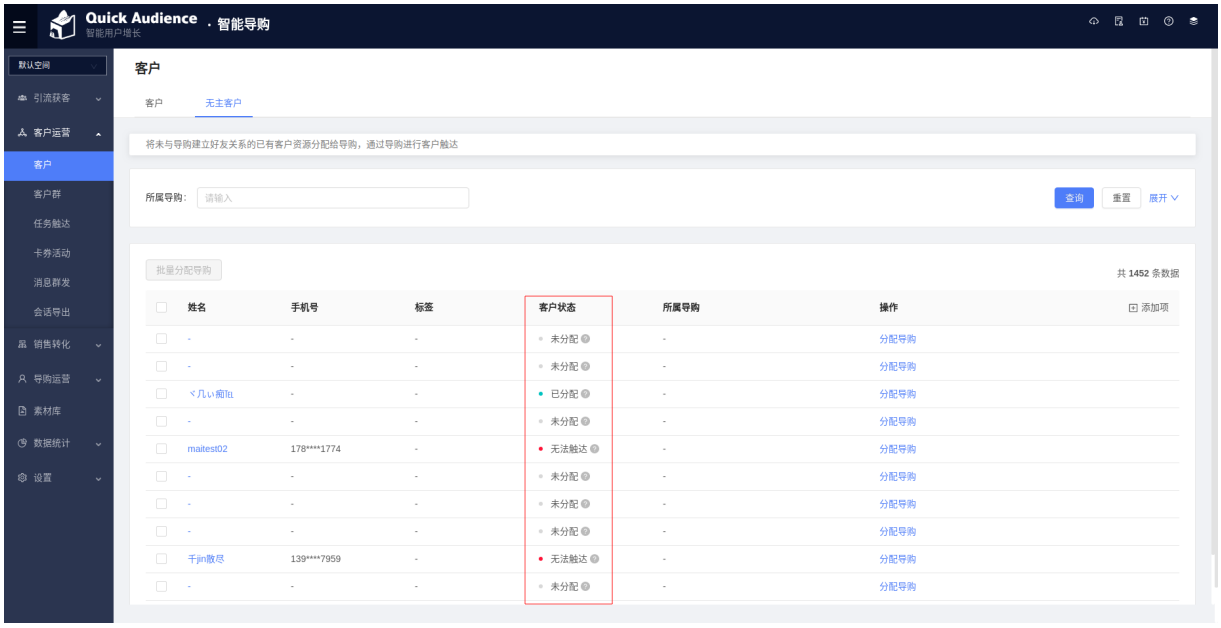
无主客户的定义：存在于**用户运营**应用中（如通过智慧零售小程序授权信息，或品牌导入的客户），但并未和导购建立外部联系人关系的客户。

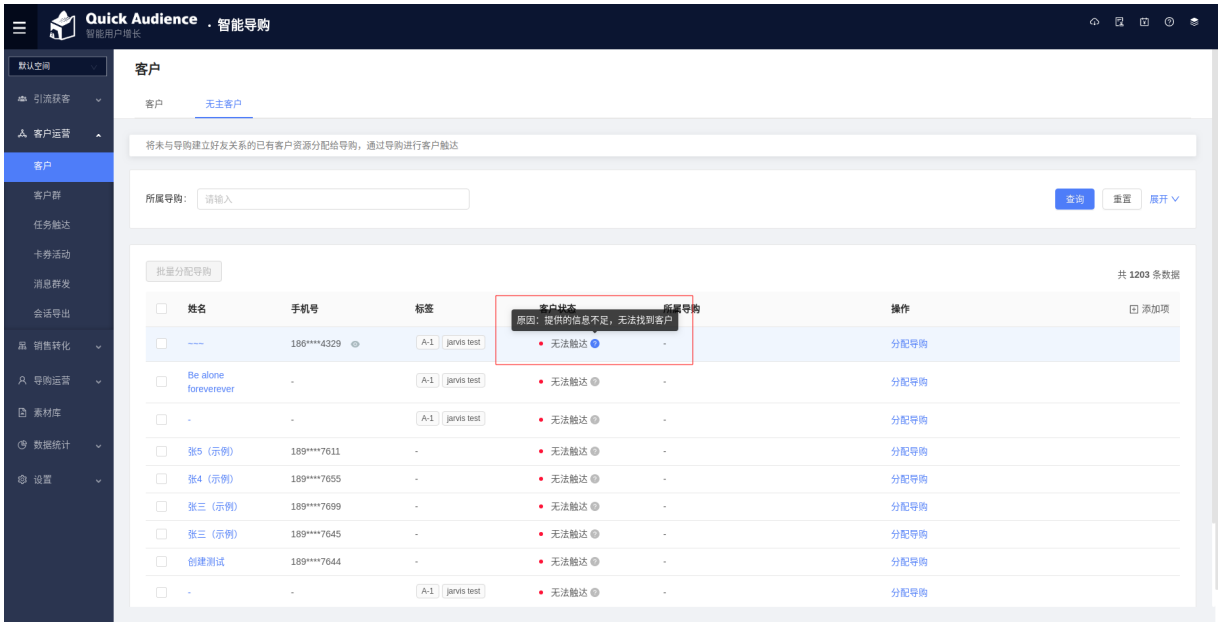
使用场景：将未与导购建立好友关系的已有客户资源分配给导购，通过导购进行客户触达。

查询/筛选无主客户

无主客户「客户状态」查询/筛选

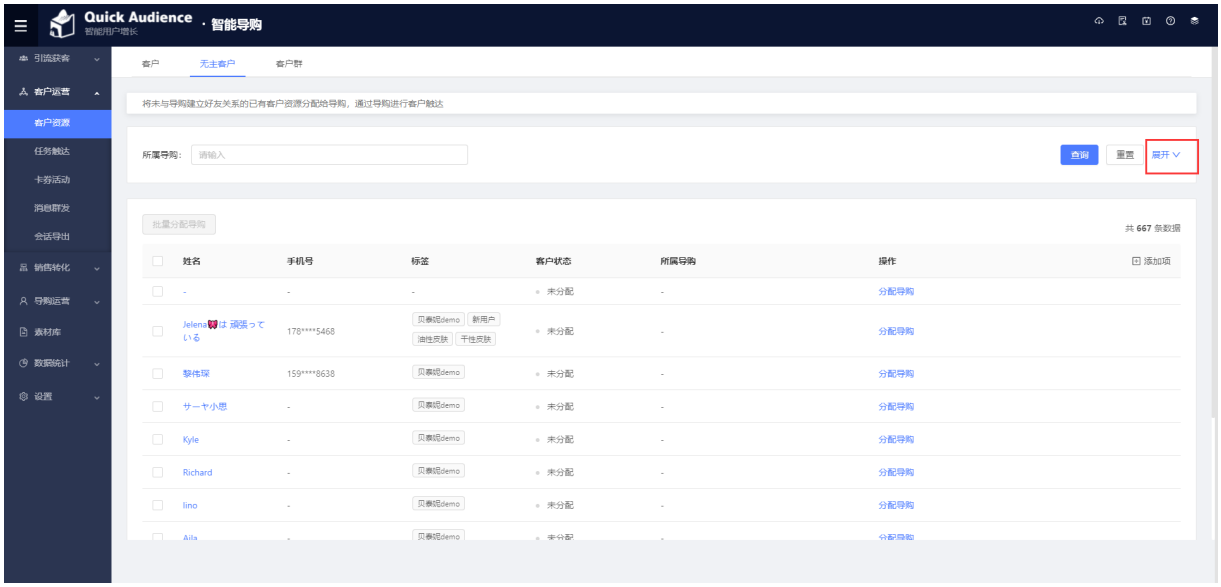
- 页面内可查询所有客户的导购分配状态，共有三种状态：未分配、已分配、无法触达。
  - 未分配：还未分配给导购的无主客户；
  - 已分配：后台已经把客户分配给对应导购，待导购与客户加好友的客户；
  - 无法触达：客户已分配导购，但由于某些原因无法触发，导购可在小程序将该客户标记为“无法触达”。
    - 无法触达原因查看方法：查询/筛选出无法触达的客户，鼠标移动至该客户的「客户状态」列的「无法触达」字段处，可自动显示导购在小程序后台进行的对于该客户“无法触达”原因描述。
- 客户状态查询/筛选操作：客户状态栏中选择一种状态（未分配/已分配/无法触达），单击**查询**即可筛选显示对应状态的客户。
- 取消查询/筛选：请单击**重置**。

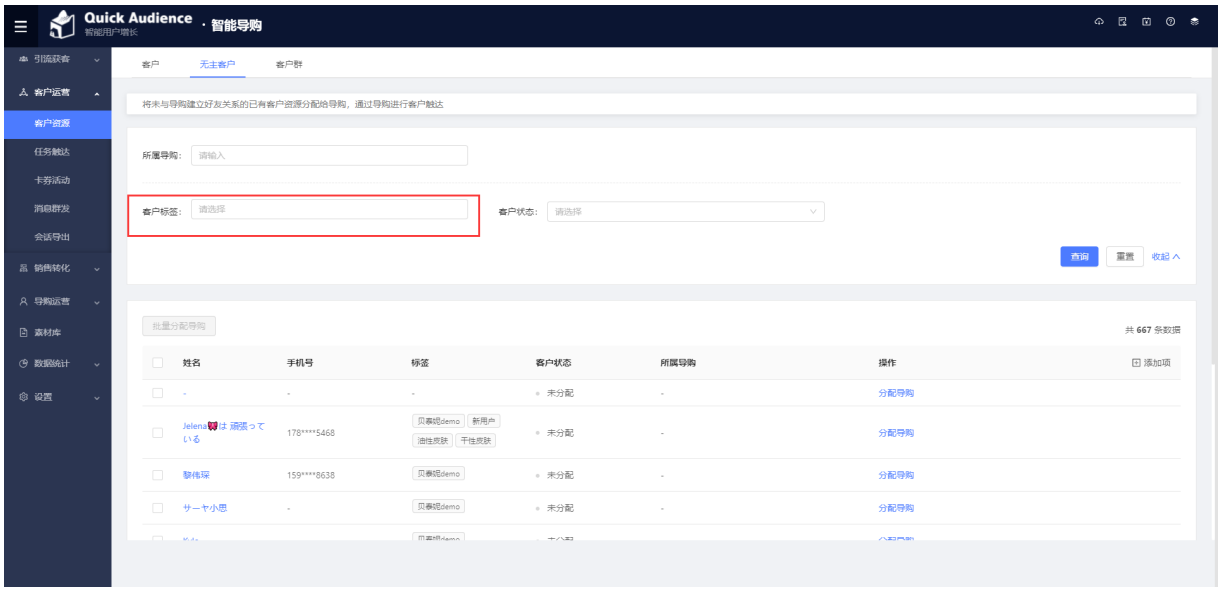




查询/筛选

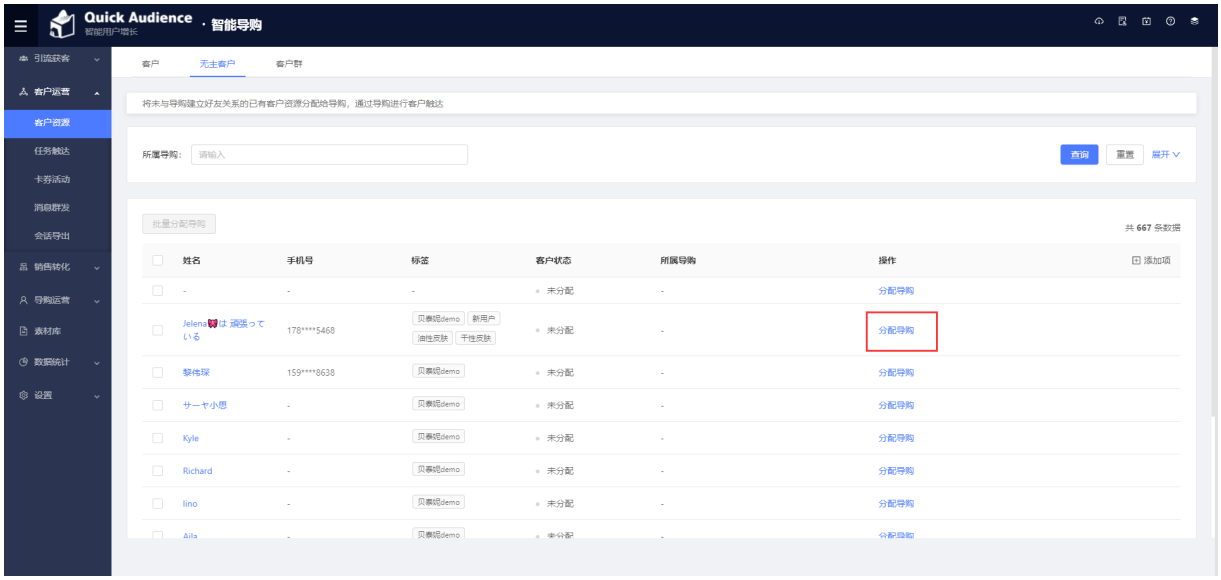
- 支持通过**所属导购**进行搜索，通过分配的导购查询已分配的客户
- 支持通过客户标签进行筛选，查找具有特定标签的无主客户
- 支持根据客户状态进行筛选，查找未分配、已分配和无法触达的客户

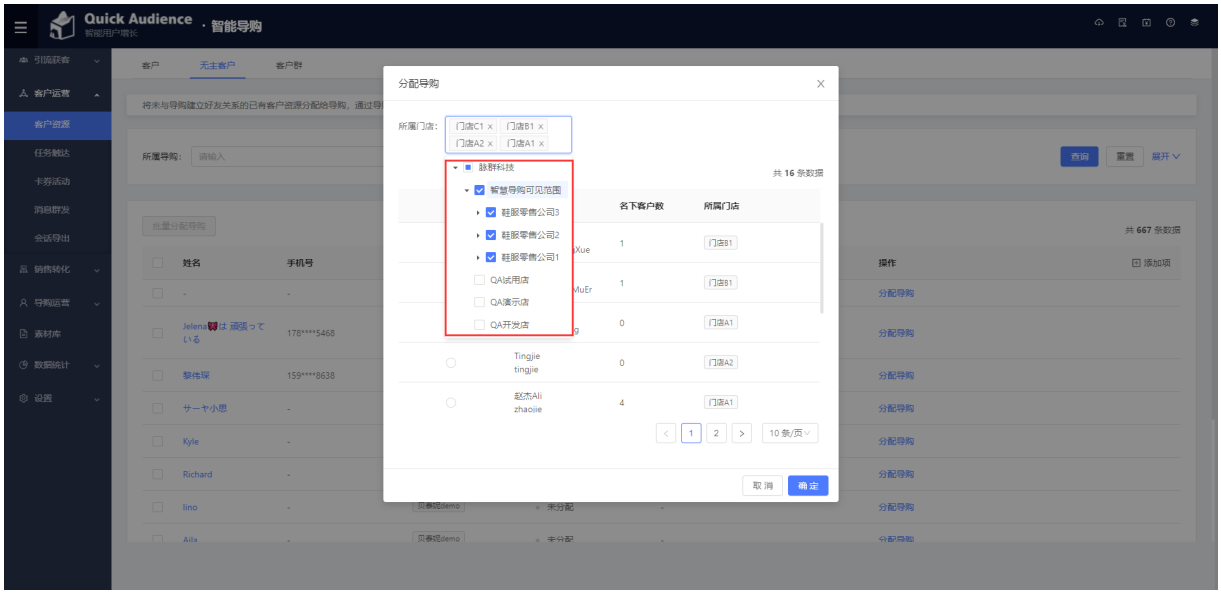


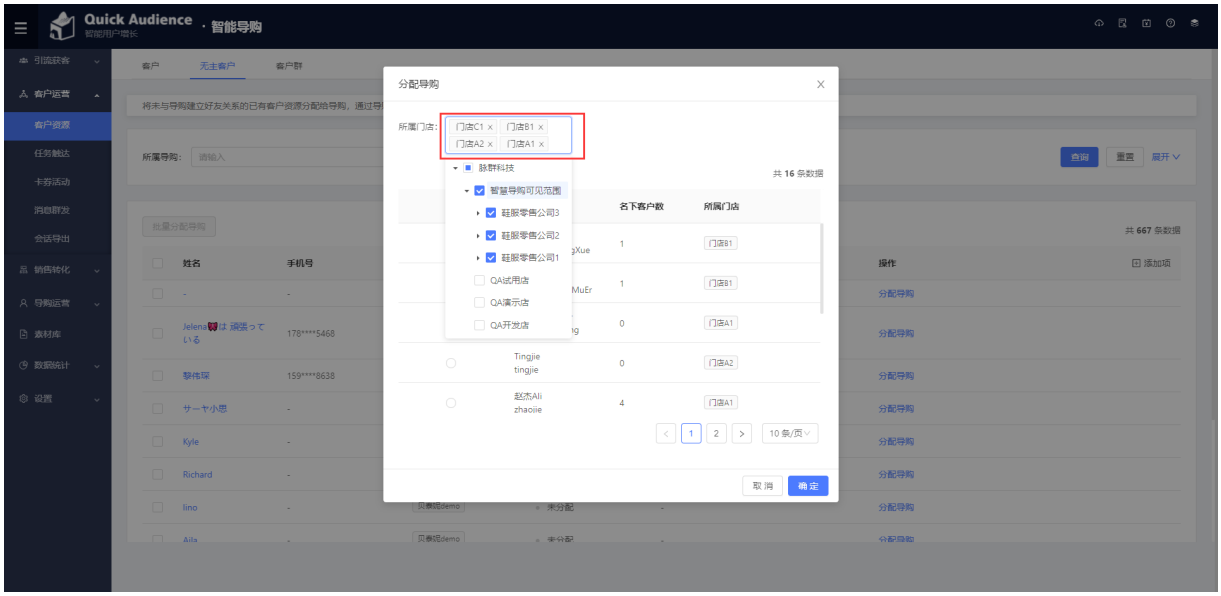


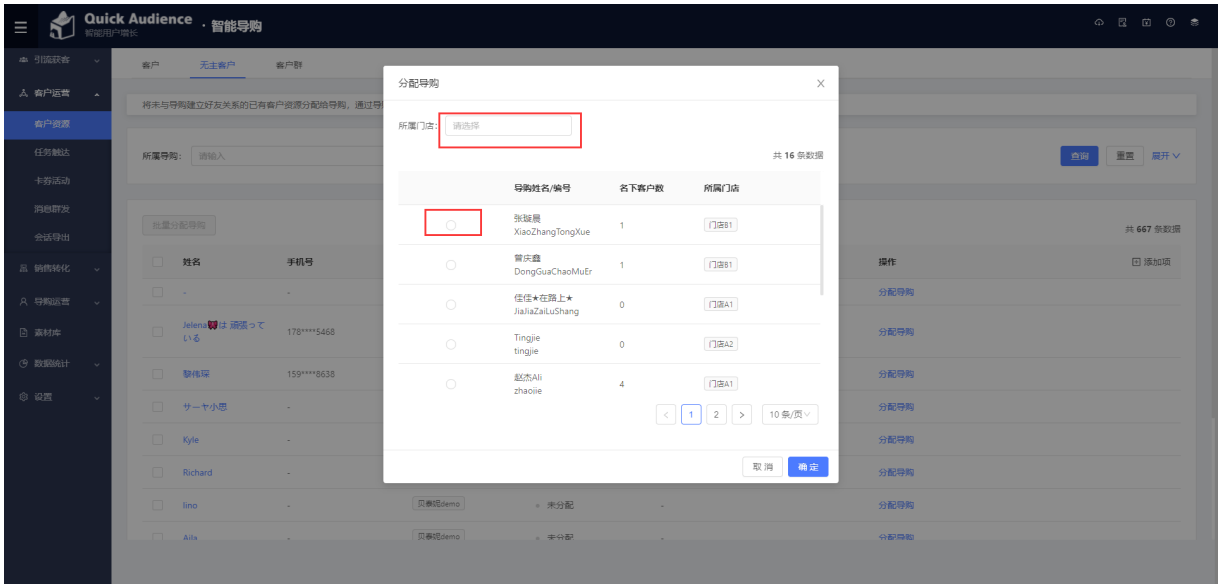
分配导购操作

- 单个分配导购功能：单击单个客户该行对应的**分配导购**，可进行单个客户的导购分配；
  - 支持通过**所属门店**筛选导购；
  - 勾选导购（对单个客户不可选多个导购）；
  - 单击**确定**完成分配。

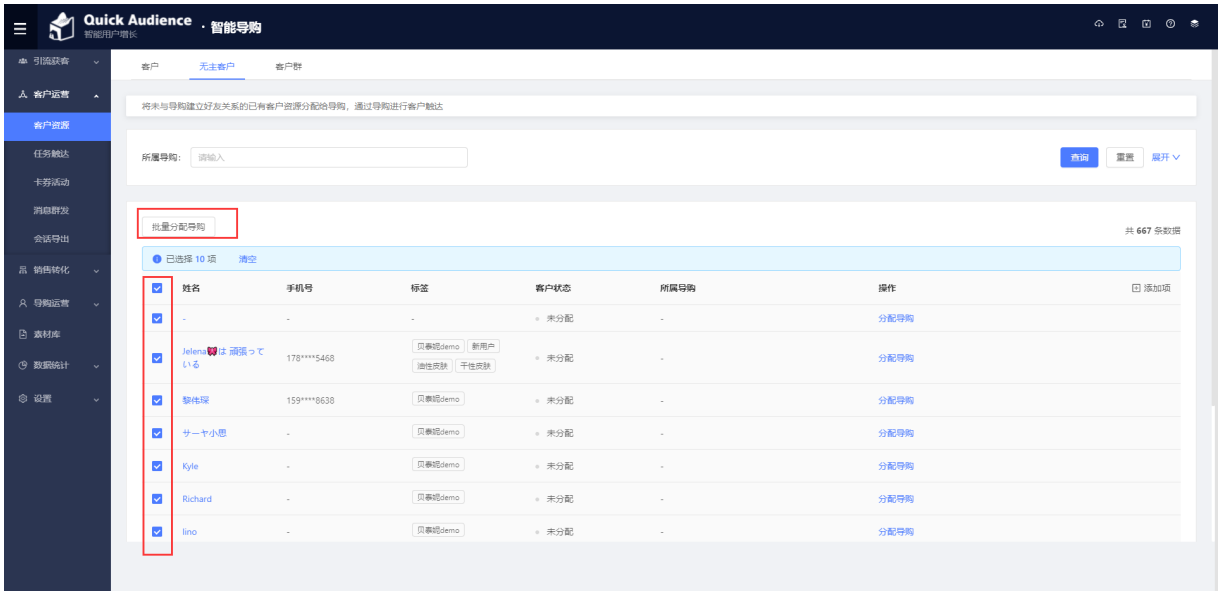

Quick Audience
智能用户增长
· 智能导购
引流获客
客户运营
客户资源
任务触达
卡券活动
消息群发
会话导出
销售转化
导购运营
素材库
数据统计
设置
客户
无主客户
客户群
将未与导购建立好友关系的已有客户资源分配给导购，通过导购进行客户触达
所属导购：
查询
重置
展开
批量分配导购
共 667 条数据
姓名
手机号
标签
客户状态
所属导购
操作
添加项
分配导购

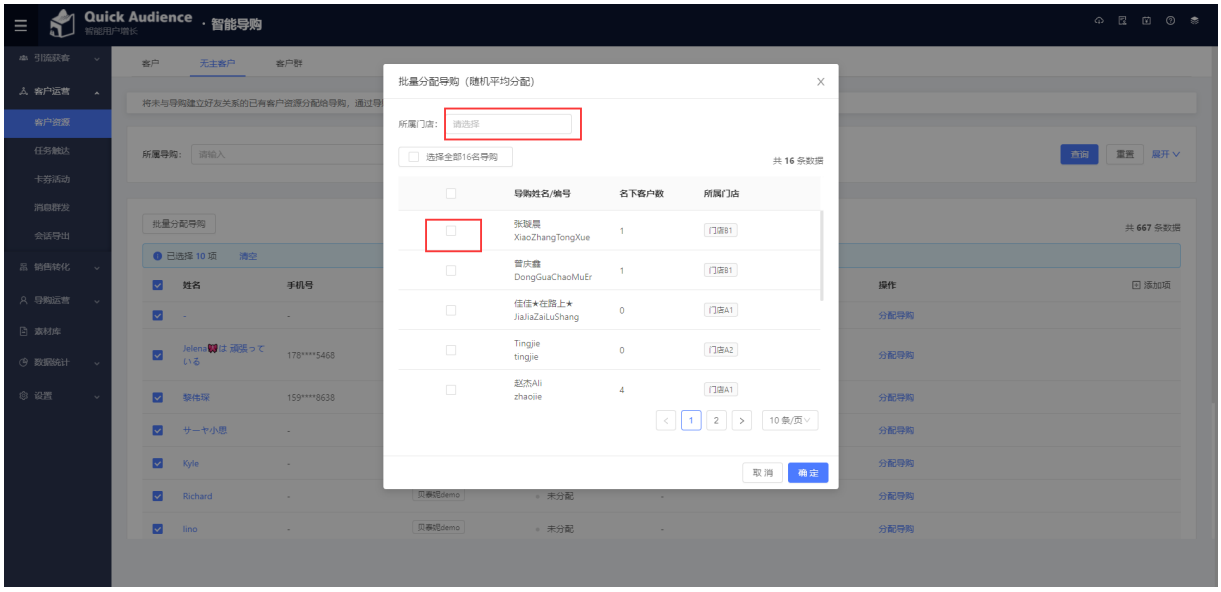

Quick Audience
智能用户增长
· 智能导购
分配导购
所属门店：
门店C1
门店B1
门店A2
门店A1
脉群科技
智慧导购可见范围
鞋服零售公司3
鞋服零售公司2
鞋服零售公司1
QA试用店
QA演示店
QA开发店
共 16 条数据
名下客户数
所属门店
取消
确定


Quick Audience
智能用户增长
· 智能导购
分配导购
所属门店：
门店C1
门店B1
门店A2
门店A1
脉群科技
智慧导购可见范围
鞋服零售公司3
鞋服零售公司2
鞋服零售公司1
QA试用店
QA演示店
QA开发店
共 16 条数据
名下客户数
所属门店
取消
确定



- 批量分配导购功能
  - 勾选客户
  - 选择单击**批量分配导购**可为多个客户分配给导购。
  - 支持通过**所属门店**筛选导购
  - 勾选导购（可多选）
  - 单击**确定**
  - 说明：
    - 多个客户被分配至多个导购，导购系统会随机平均分配，每个客户会被随机分配给最多一个导购。
    - 如果选择的客户比导购数量多，则某些导购会被分配的多一些；如果客户比导购少，则有的导购分不到客户。
    - 「全选」按钮：会选择筛选范围下的全部导购而非本页导购。



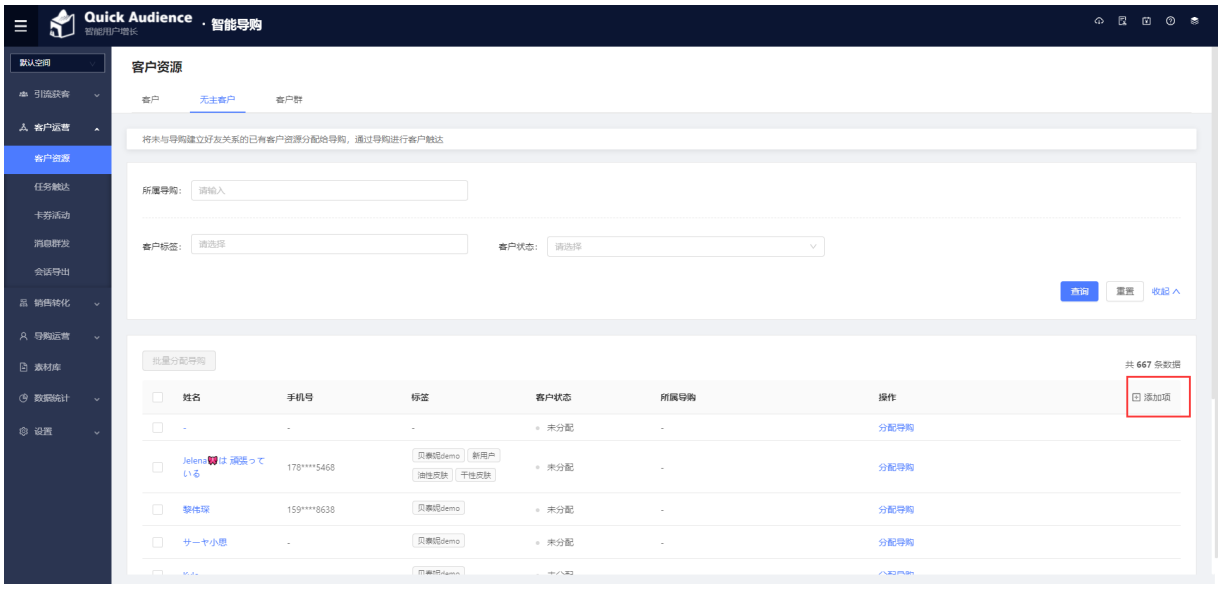


更换分配导购

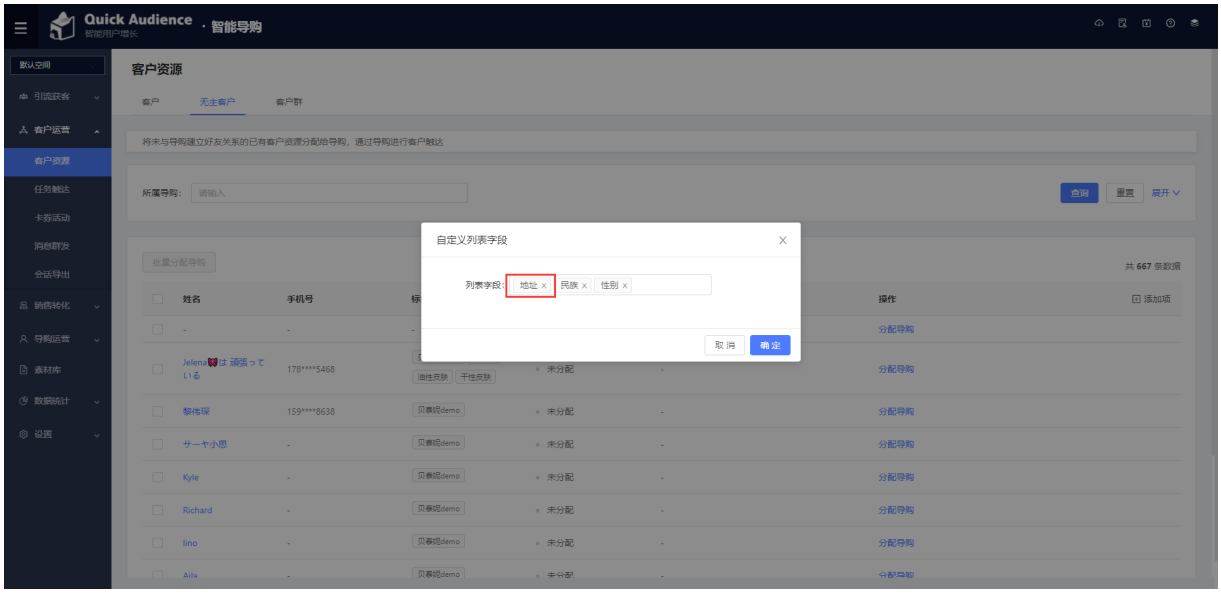
- 查询筛选/选择「已分配」状态的客户
- 按照上述「分配导购操作」选择另一个导购，单击**确定**即可更换。

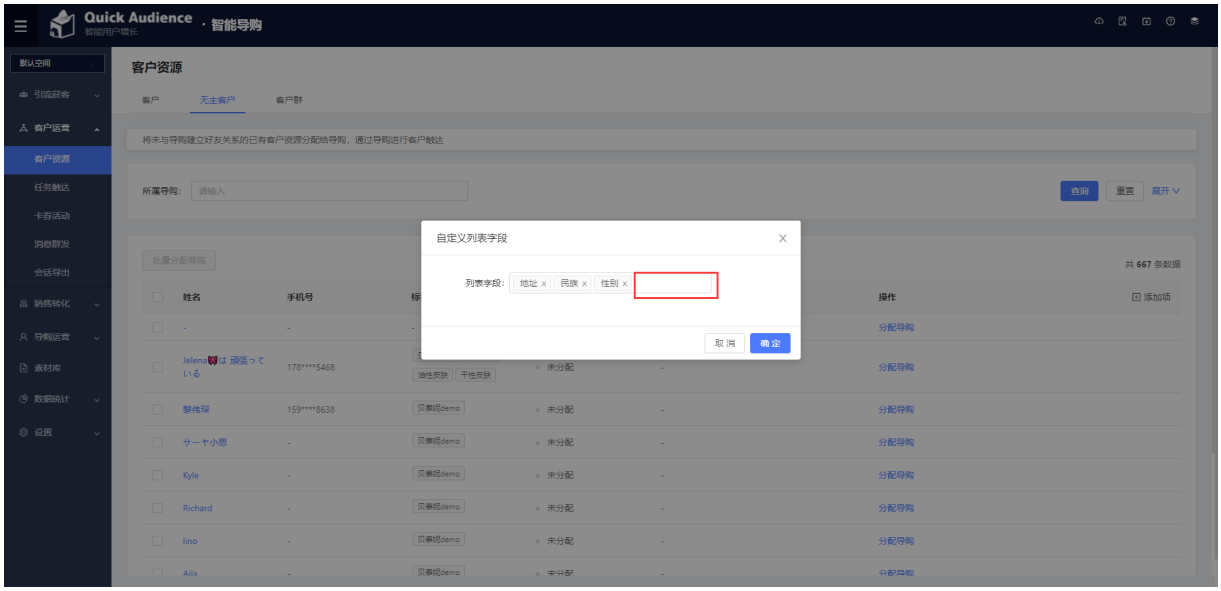
自定义列表字段

- 默认列表字段有：姓名、手机号、标签、客户状态、所属导购、操作，如图所示：
- 除默认字段外，还可以添加三个自定义字段，帮助使用人员了解客户，辅助分配
  - 单击「+ 添加项」即可唤起自定义字段选择弹窗



- 单击×号，减少列表字段
- 或单击框内空白处勾选/取消勾选列表字段，如图所示：





无主客服分配小程序端相关操作

查看被分配客户消息

- 若导购被品牌分配了新客户，会收到企业微信及小程序消息通知：

- 企业微信首页即「消息」页会出现「消息提示」，找到「公司为您分配了新的客户」消息提示，单击「进入小程序」后进入小程序**待添加客户列表**；

- 小程序内也会有消息提示，单击消息后进入小程序「待添加客户列表」

14:24
智慧导购
上午好，伦小猴
你有2个任务需要完成，其中1个今日截止。
品牌为您分配了新客户，请添加客户为好友
32
找客户
扫一扫
名片码
关键数据
今日
38,7000.09
销售金额
32
拉新人数
5
推广订单数
18
卡券核销数
日常运营
客户回访
复购引导
生日祝福
成长关怀
导购激励
奖励规则
拉新奖励
再拉新4人即可获得20元
6/10
核券奖励
再核销8张优惠券即可获得60元
2/10
首页
品牌
门店
数据
我的
14:24
待添加客户
搜索客户名/手机号
待添加客户
以下列表内的客户是品牌分配给您的客户，请根据提供的客户信息，用企业微信添加客户为好友。添加好友后，将客户标记为完成。
今天
董小怪
拨打
复制
伦小猴
拨打
复制
周嘻嘻
昨天
刘女士
拨打
复制
毛里唯一
2020年11月10日
王渣渣
拨打
复制
嗯嗯嗯你是谁

- 搜索客户：「待添加客户列表」内可查看被分配待添加状态的客户，也可搜索客户，输入姓名或手机号内字段可搜索客户。

添加被分配客户

- 拨打电话：单击**拨打**；
- 复制手机号（复制手机用于添加微信）：单击**复制**；
- 单击某客户进入**客户资料页**，查看客户详细信息。

标记已触达客户

完成好友添加后，需要将客户标记为已触达。「客户信息」页面-单击「已添加」-单击**确认**，标记完成后客户立即从当前「待添加客户」列表消失。

标记无法触发客户

若无法完成客户好友的添加，则需要将客户标记为无法触达。「客户信息」页面-勾选无法触达的原因-单击**确认**即可标记为无法触达。（勾选**其他**则需填写原因后单击**确认**）标记完成后客户立即从当前「待添加客户」列表消失。

客户群

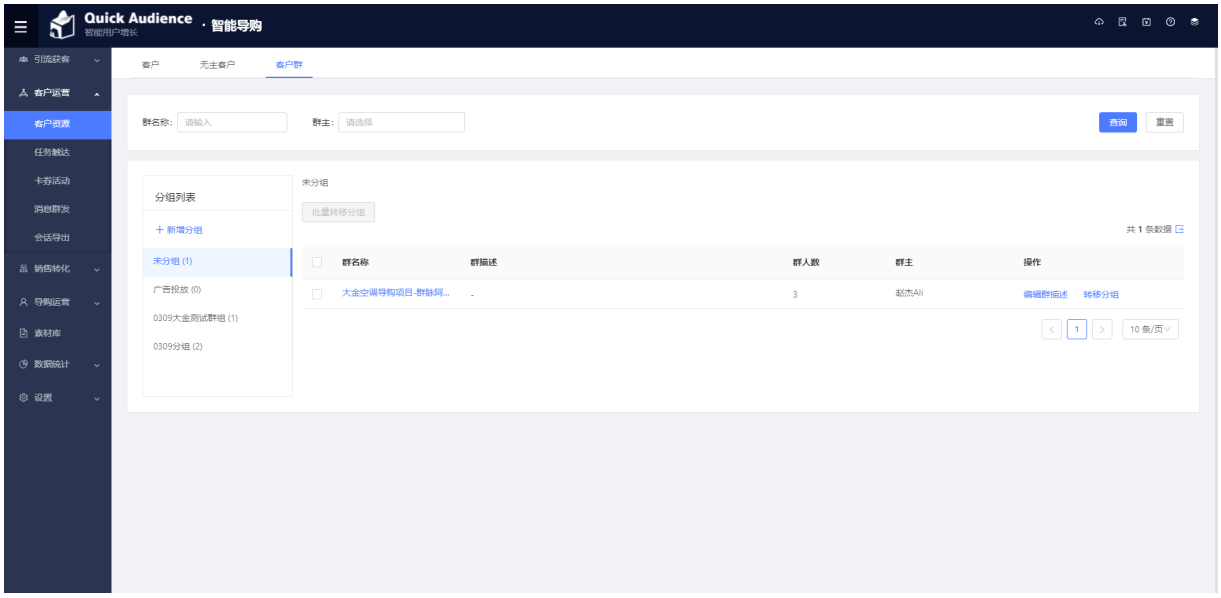
群管理

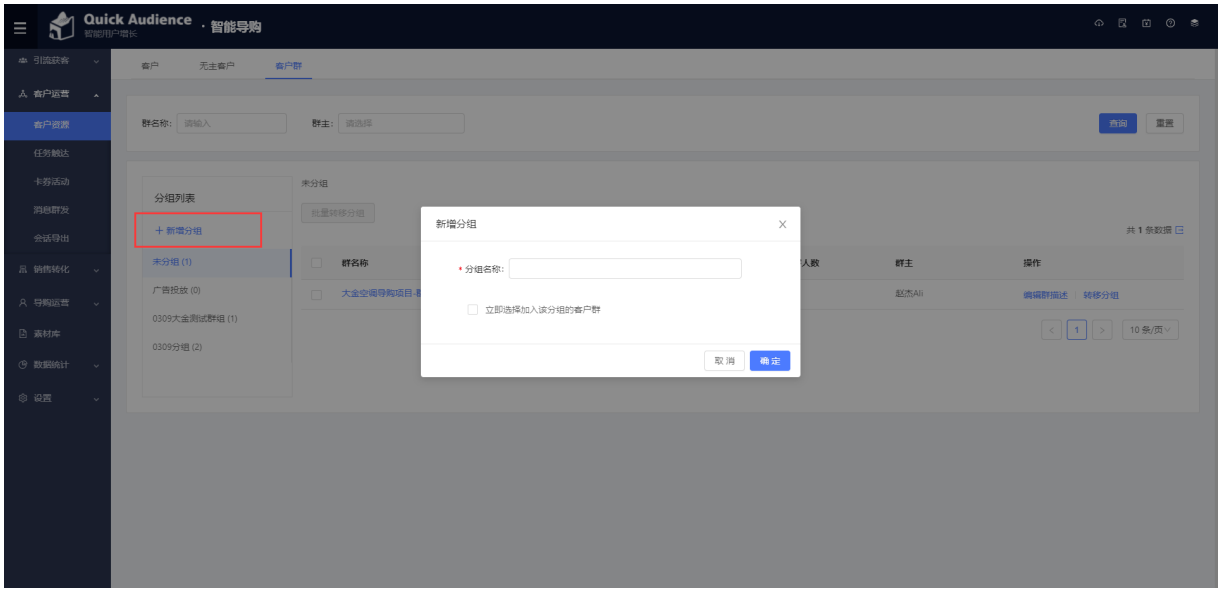
客户群支持查看导购在企业微信上创建的客户群信息，并根据客户群的不同运营目标和运营策略进行一定的分组管理。客户群数据同步自企业微信。

群列表

- 群列表会按照创建的分组进行展示。默认展示未分组的客户群数据；
- 群列表展示群名称、群描述、群人数、群主等信息。支持选中指定客户群编辑群描述，用以描述该群的运营目的；
- 支持单选指定客户群转移其所属分组，或多选客户群批量转移分组。转移的分组只支持单选；

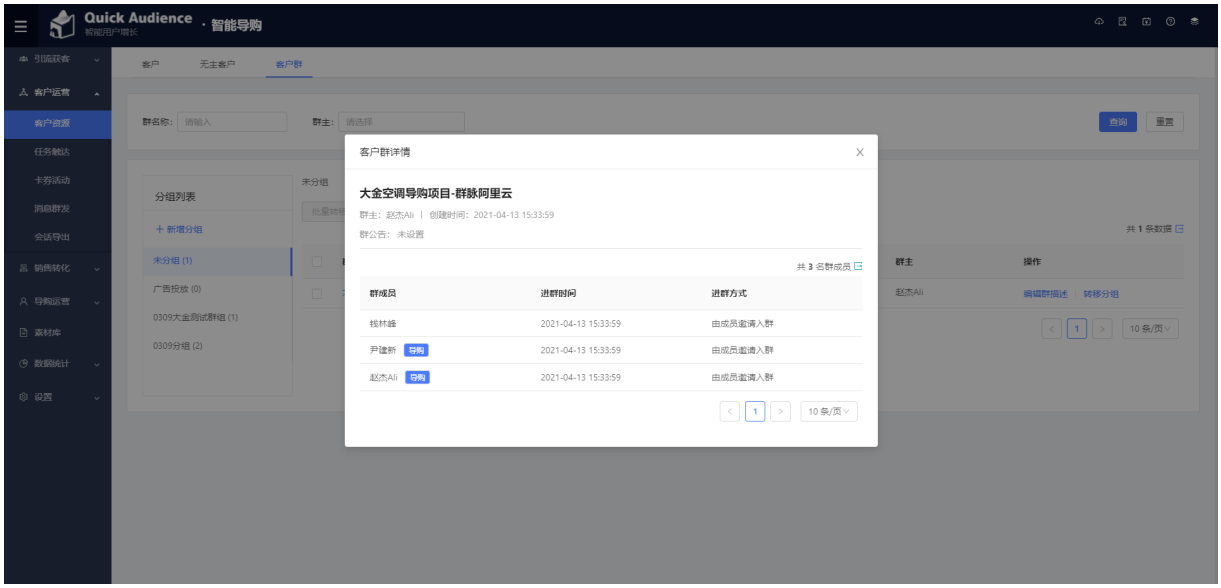
- 支持单击群名称查看群详情，包括群成员名称、进群时间、进群方式、群主名称、群公告等信息。入群的导购会在群成员列表进行标注以示和客户的区分。





群分组

- 左侧展示分组列表，列表内包含分组名称及该分组内的客户群数量。右侧展示当前选中分组中的客户群列表。注意，每个客户群只能属于一个群分组；
- 默认分组为「未分组」，显示所有未分组的客户群。默认分组不可编辑、不可删除；
- 支持新增分组，编辑分组名称并选择要加入该分组的客户群。注意，支持创建空的群分组用以储备，即暂不选择需要加入该分组的客户群。后续可通过群分组的转移实现有序的分组管理；
- 新增的分组进入左侧的分组列表，且优先展示在上方（未分组置顶展示）；
- 创建好的群分组支持编辑群名称或删除分组。删除指定分组后，该分组内的所有客户群将自动进入未分组列表。



搜索与筛选

- 支持按群名称进行全局模糊搜索，或按群主名称进行全局筛选；
- 完成搜索/筛选的设置条件后，展示新的结果页。该页面中不展示分组列表，但在群列表中增加一列所属分组方便运营人员查看分组信息。

10.6. 导购任务

导购任务为品牌提供了为导购下达任务的能力，帮助企业以任务的形式引导导购在前端完成客户拉新，运营，转化的工作。

任务列表

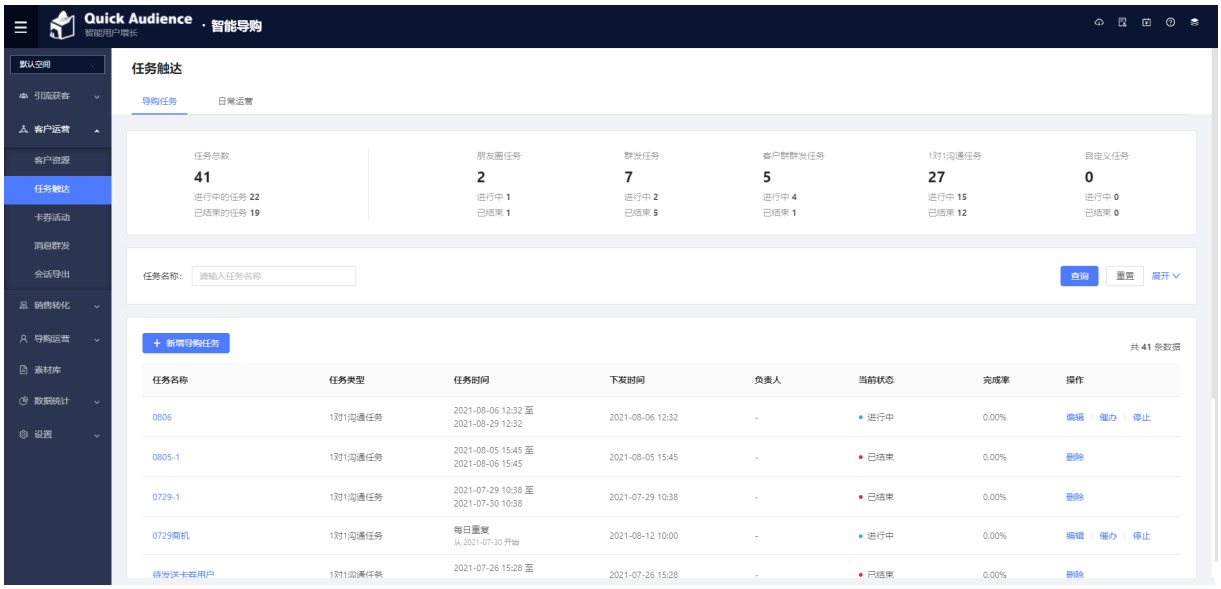
单击导购任务，进入**任务列表**。**任务列表**的内容主要包括两个：

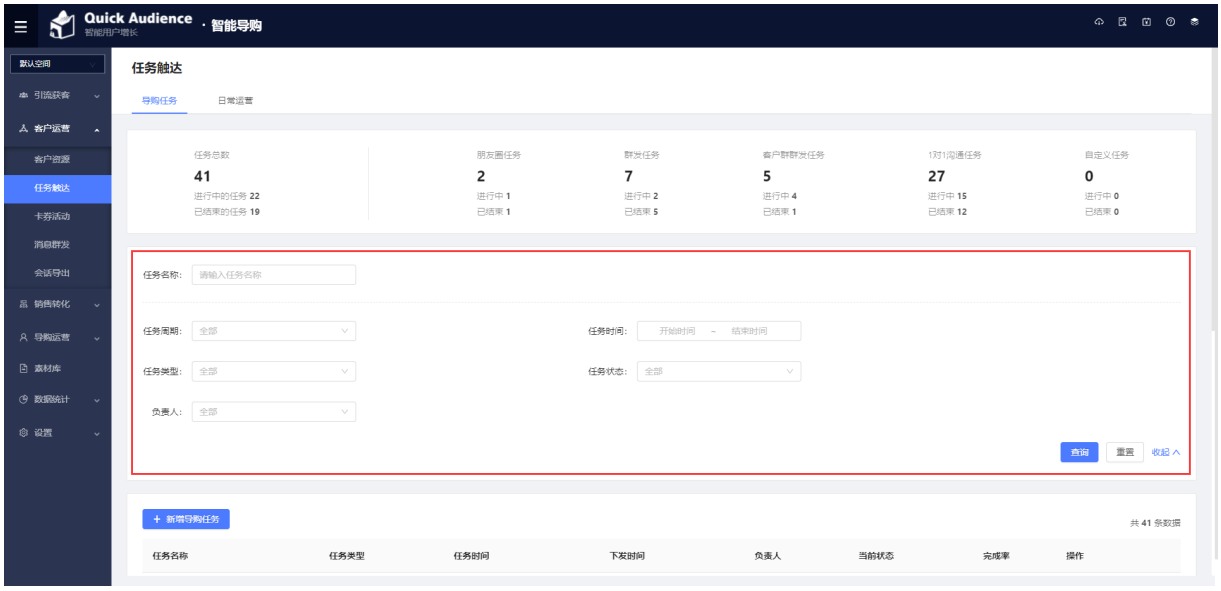
1. 任务数据概览展示任务总数与各类型任务的任务数量，包括进行中与已结束的任务，让运营人员对任务情况有一个基本的了解。
2. 任务列表展示所有任务的明细，包括其名称、类型、时间属性、负责人、任务状态以及完成率。

- 任务名称：创建导购任务时设置的任务名称。
- 任务类型：该导购任务的任务类型，当前共有五个类型的任务，分别为群发任务，群群发任务，朋友圈任务，一对一沟通任务与自定义任务。
- 任务时间：
  - 若为一次性任务，则显示任务时间段，如2020-06-17 15:38 至 2020-06-24 15:38。
  - 若为周期性任务，则显示任务的重复周期，如每日重复，每周重复，每月重复和周期起始时间。
- 下发时间：任务下发给导购的时间，下发后，导购可以在任务开始前进行任务的准备。
- 当前状态：
  - 未开始：还未下发的任务。
  - 未开始已下发：已经下发但是还未开始的任务。
  - 进行中：进行中的任务。
  - 已结束：超过任务时间，或者被后台手动停止的任务。

- 完成率：当前周期下，完成任务的导购所占导购总人数的百分比。若为重复周期，则展示每个周期的平均值。
- 任务操作：
  - 编辑
    - “未开始”，“已下发”或者“进行中”的任务可以编辑修改其完成任务完成时间，任务负责人或任务催办时间。
    - 进行中的周期性任务支持编辑分享内容，编辑后的分享内容从下个周期开始生效。
  - “进行中”的任务可以进行催办和停止。
  - “已结束”的任务可以被删除。

可以通过直接搜索任务名称来查找任务，也可以通过任务周期、任务时间、任务类型、任务状态和任务负责人锁定要查找范围内的任务。



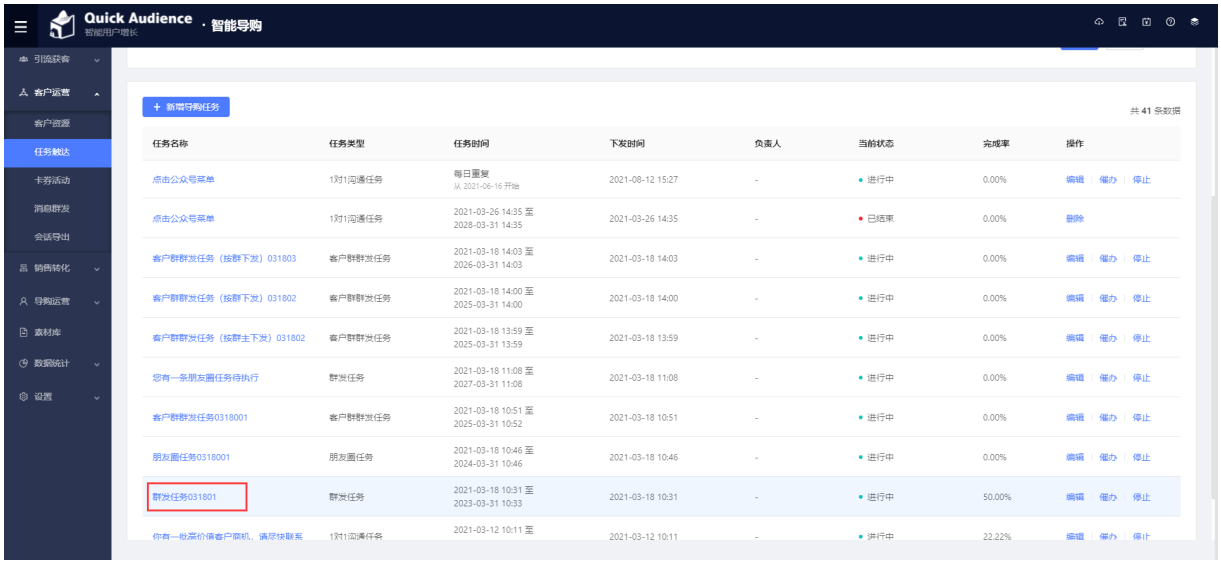


注：设定好的自然周期内的自定义任务不可以被修改，可以被删除。

任务详情

单击**任务列表**内某一具体任务的任务名称可以查看任务详情，包含两个主体的内容，分别是**数据统计**以及**任务详情**。

在智能导购企微版左侧导航栏中选择**导购任务**，进入导购任务页面。单击任务页面中的**任务名称**，可以查看该任务的具体详情。



数据统计

统计导购员的执行任务情况：

- **数据概览**，展示当前任务的导购执行统计总览，内容包括：
  - 执行情况
    - 应执行导购数：需执行该任务的导购总数
    - 完成导购数：完成任务的导购总数
    - 完成率：（完成导购数/应执行导购数）*100%
    - 目标客户数：本次任务目标客户总数
    - 触达客户数：本次任务触达客户总数
    - 触达率：（触达客户数/目标客户数）*100%

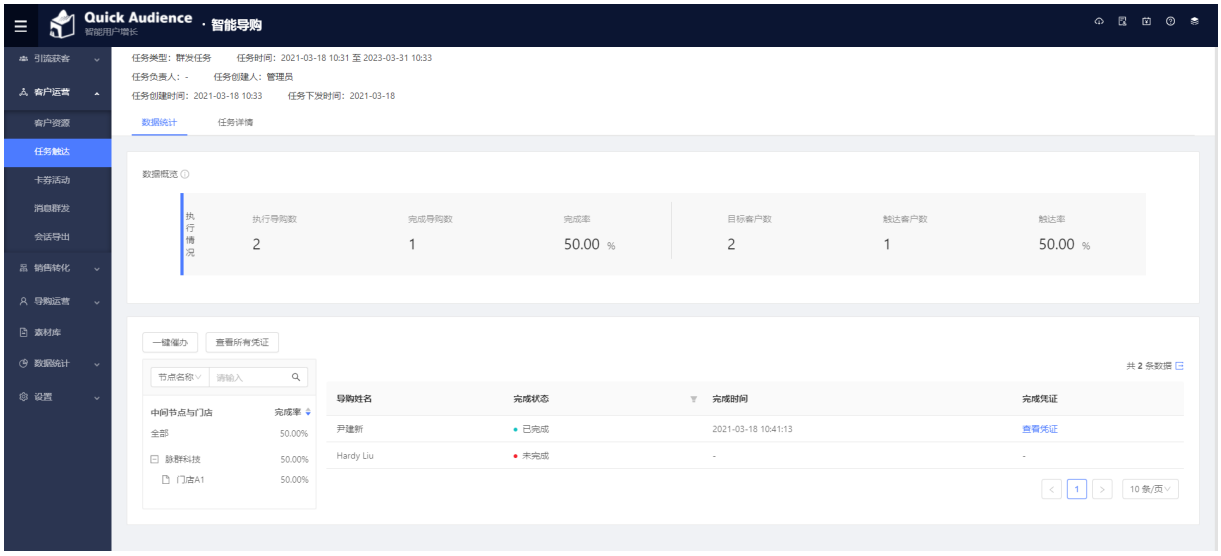
- 素材情况（如添加了链接或者小程序）
  - 海报扫码/打开客户数：目标客户中，扫描/打开本次任务下发的小程序海报的客户数量
  - 海报扫码/打开率：（扫码或打开客户数/目标客户数）*100%
  - 若添加了商品小程序/海报
    - 下单客户数：目标客户中，下单商品的客户数量
    - 下单率：（下单客户数/小程序打开客户数）*100%
    - 销售额： 目标客户下单小程序商品产生的订单实付金额
  - 若添加了优惠券小程序/海报
    - 领券客户数：目标客户中，领取优惠券的客户数
    - 核券客户数：目标客户中，核销优惠券的客户数
    - 核券率：（核券客户数/领券客户数）*100%
  - 链接打开客户数：目标客户中，打开任务链接素材的客户数
  - 链接打开率：（链接打开客户数/目标客户数）*100%

- **数据统计列表**
  - 可以根据左侧中间层级或者门店的列表，查看每个层级或下属门店的任务完成情况。
  - 选择其中某个门店，可以查看该门店下导购任务的完成情况。
  - 若添加了链接或小程序海报，则展示导购对应的链接与海报素材情况。

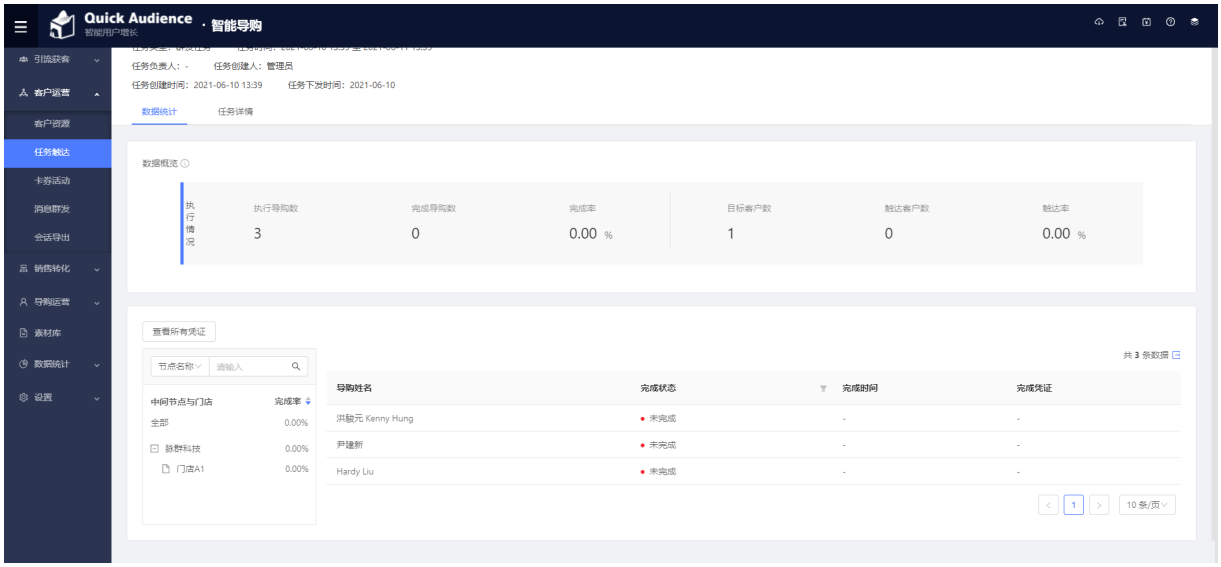
操作步骤：

1. 单击**一键催办**可以催办当前周期所有未完成任务的导购，导购会在企业微信收到消息通知，督促导购完成任务。
2. 单击某个导购的**完成凭证**可以查看该导购的任务凭证。
3. 单击**查看所有凭证**会进入凭证浏览页面，查看所有导购的凭证，并可通过调节图片尺寸，调整一页图片的大小。支持通过凭证上传时间筛选凭证。
4. 支持按照中间节点名称，门店编号与名称或者导购名称进行搜索。

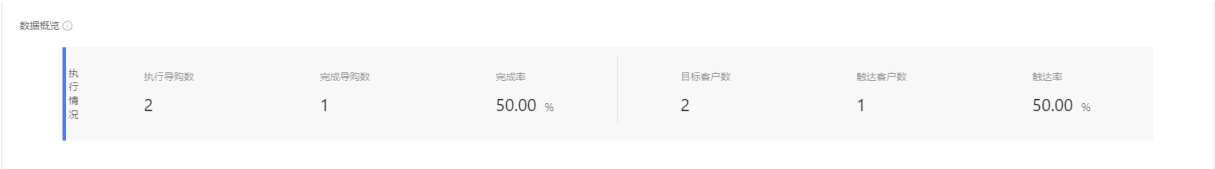
数据概览



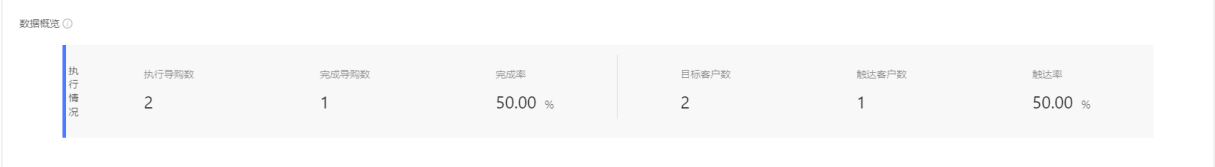
数据统计列表



商品小程序页面



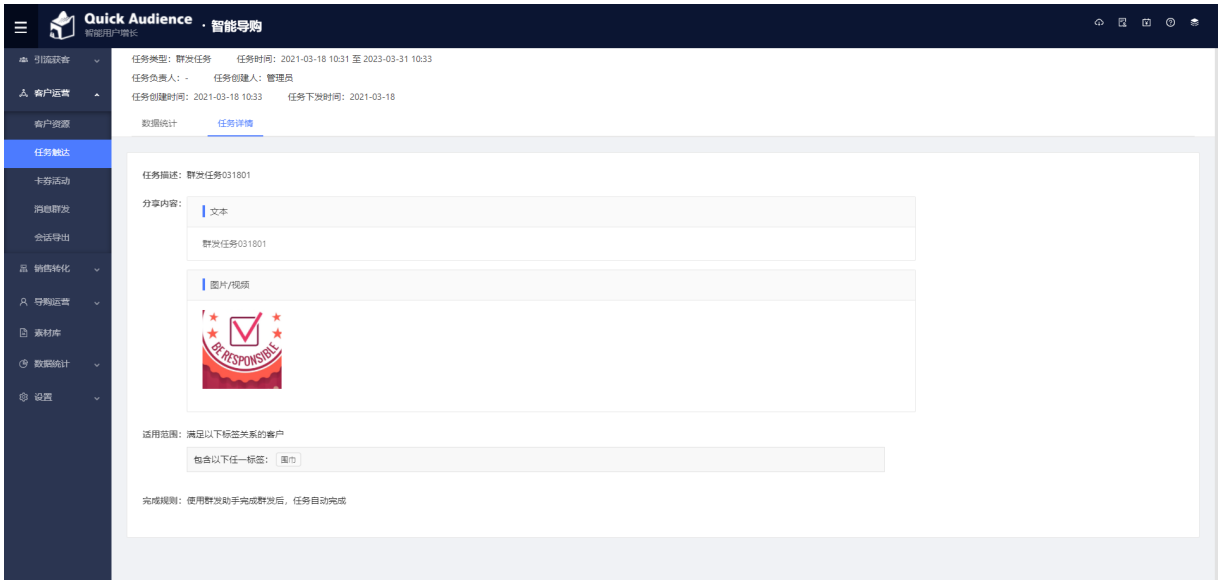
优惠券小程序页面



任务详情

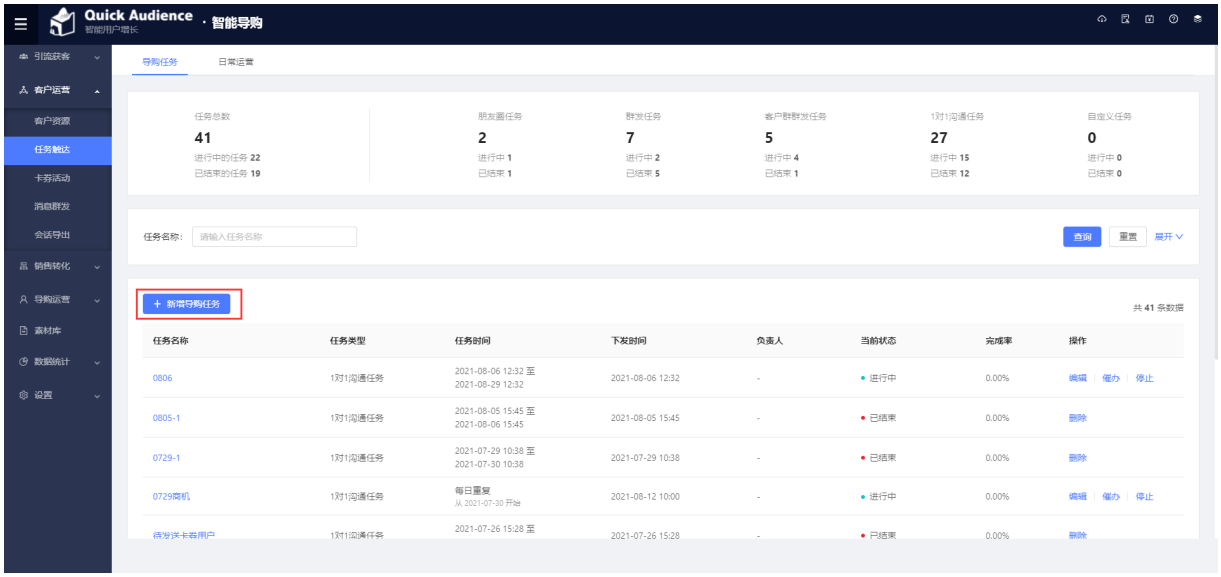
1. 展示任务的基本信息，如任务类型，时间，负责人，创建人，创建时间与下发时间。

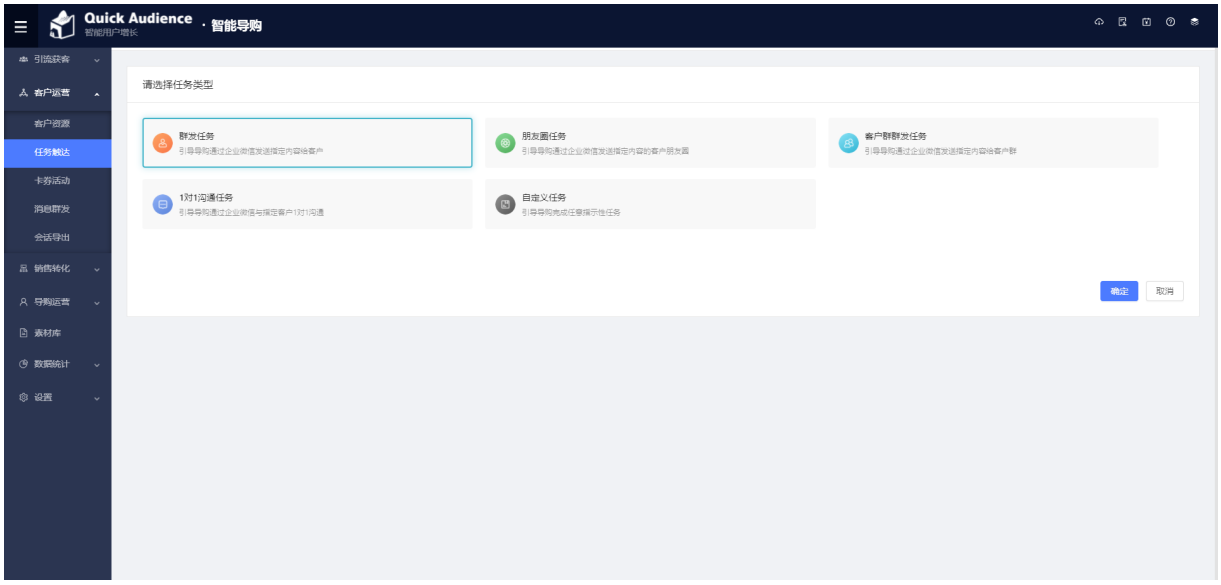
2. 展示任务内容：已经设置好的任务内容，如任务描述，分享的内容（如文本，图片，视频，链接和小程序），与任务的适用范围。



新增导购任务

若想新增导购任务，单击页面右上方的**新增任务**按钮，选择要新增任务的类型。





目前，智能导购可以支持创建五个种类的任务，分别是自定义任务、朋友圈任务、群发任务、客户群群发任务和一对一沟通任务。不同任务有不同的适用情景：

群发任务

应用场景：群发任务是引导导购 通过企业微信发送到指定内容给客户。当添加企业微信好友后，每个微信联系人一天可以收到来自一个企业微信联系人的一条群发消息。当群发任务创建完成后，会创建任务标签，并在任务下发前1小时开始对目标客户打任务标签，任务将在打标签完成后下发并开始，导购根据任务标签完成群发。

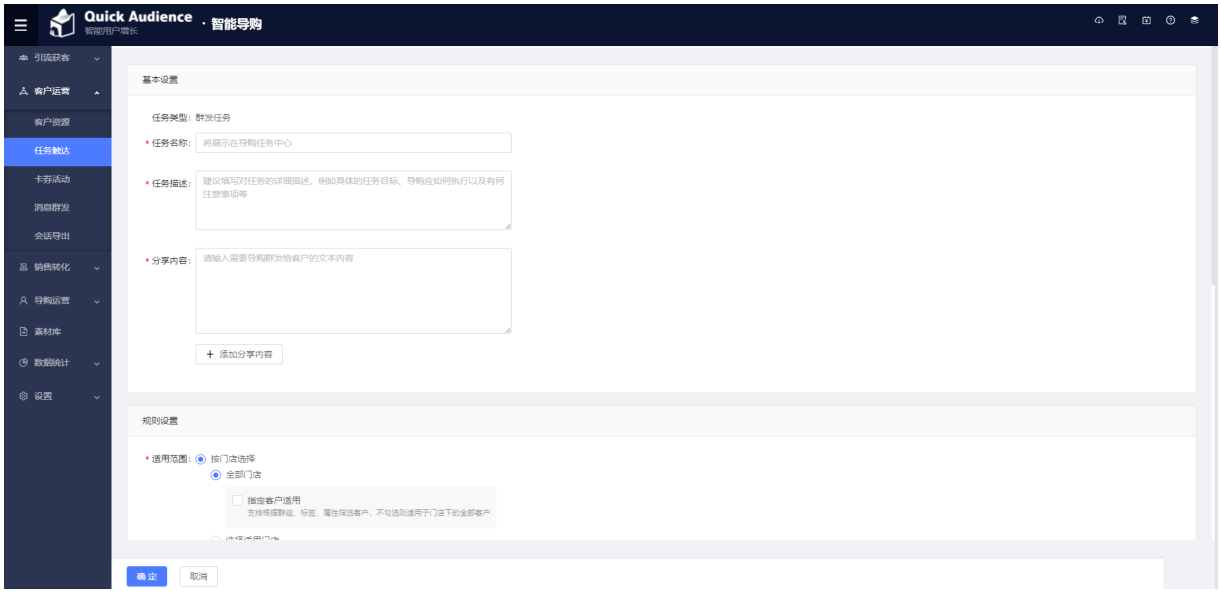
- 基本设置：
  - 任务名称。
  - 任务描述。

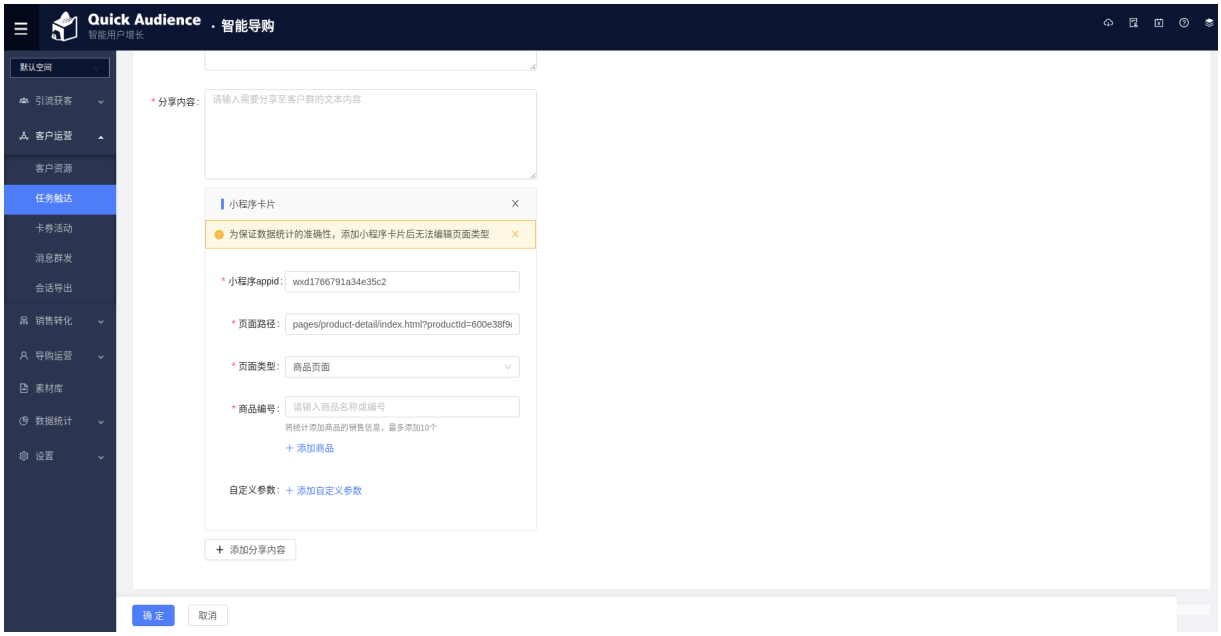
- 任务的内容（文本，图片，视频，链接与小程序，内容的叠加不能超过9个，如：最多添加4条网页与5张图片。格式限制如下：图片大小限制2M，格式限制jpg、png、jpeg、gif，视频大小限制10M，格式支持MP4格式）。
  - 图片素材：大小限制2M，格式限制jpg、png、jpeg、gif
  - 视频素材：大小限制10M，格式支持MP4格式
  - 链接素材：需要校验链接格式，http://
  - 小程序卡片素材：
    - 支持选择小程序的页面类型从而跟踪不同的数据，如商品页面会跟踪销售转化数据，卡券页面则会跟踪领券核销数据。为保证数据统计的准确性，添加小程序后无法编辑小程序类型。选择商品页面后，可添加至多十个商品，仅会统计添加的商品的转化数据。选择卡券页面后，可添加至多十个卡券，仅会统计添加的卡券的领取与核销数据。
    - 支持添加自定义参数

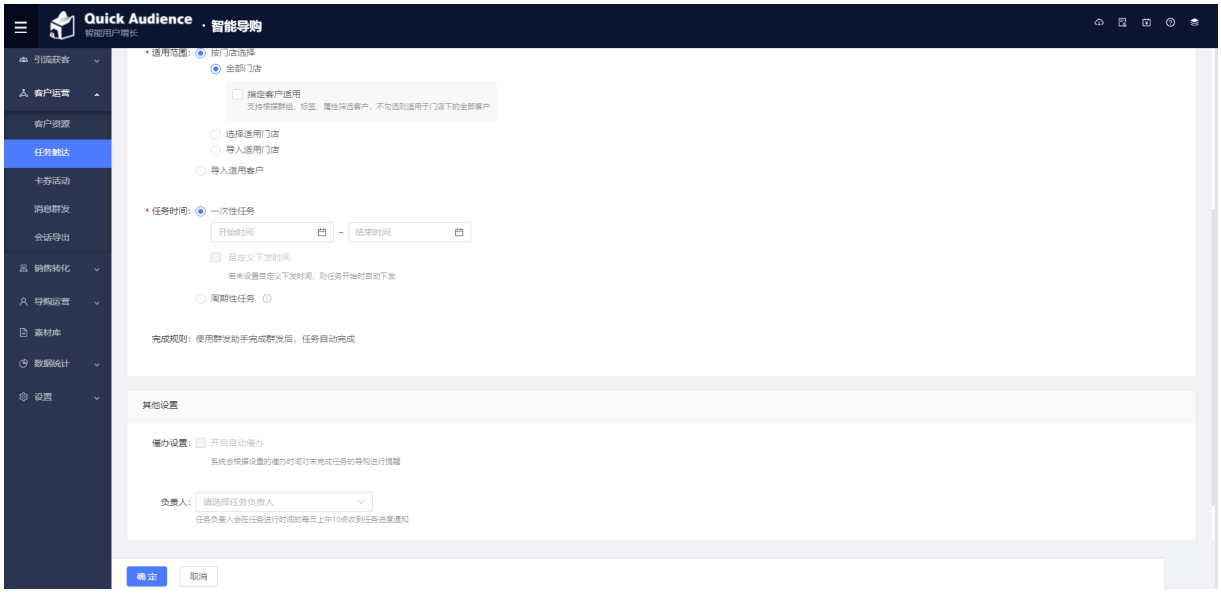
- 规则设置：
  - 任务的适用范围支持按照门店和客户条件进行组合筛选
    - 按门店选择执行任务的导购，对导购的全部客户进行触达，支持选择全部门店，支持选择部分门店，支持导入适用门店。
      - 支持按照群组、标签和客户属性筛选目标客户，仅目标客户的绑定导购会执行该任务。
    - 导入适用客户，直接导入目标客户，目标客户的绑定导购将会执行该任务。
  - 任务时间。
  - 任务下发时间（可以选择预约下发，到达预约下发时间后任务将会下发）。
  - 完成规则：使用群发助手完成群发后，任务自动完成。

- 其他设置：
  - 催办设置：如开启自动催办，会根据之前设置的任务时间展示不同的催办选项，支持在任务结束前，根据这只的规则对未完成任务的导购进行提醒。
  - 负责人设置：选择该任务的负责人，任务负责人会在任务进行时间的每日上午10点收到任务进度通知。

注：每个客户群每个自然日最多能接收来自一名成员的一条群发消息。


Quick Audience
智能用户增长
· 智能导购
引流获客
客户运营
客户资源
任务触达
卡券活动
消息群发
会话导出
销售转化
导购运营
素材库
数据统计
设置
基本设置
任务类型：群发任务
* 任务名称：
将展示在导购任务中心
* 任务描述：
建议填写对任务的详细描述，例如具体的任务目标、导购应如何执行以及有何注意事项等
* 分享内容：
请输入需要导购群发给客户的文本内容
+ 添加分享内容
规则设置
* 适用范围：
按门店选择
全部门店
指定客户适用
支持根据群组、标签、属性筛选客户，不勾选则适用于门店下的全部客户
确 定
取消

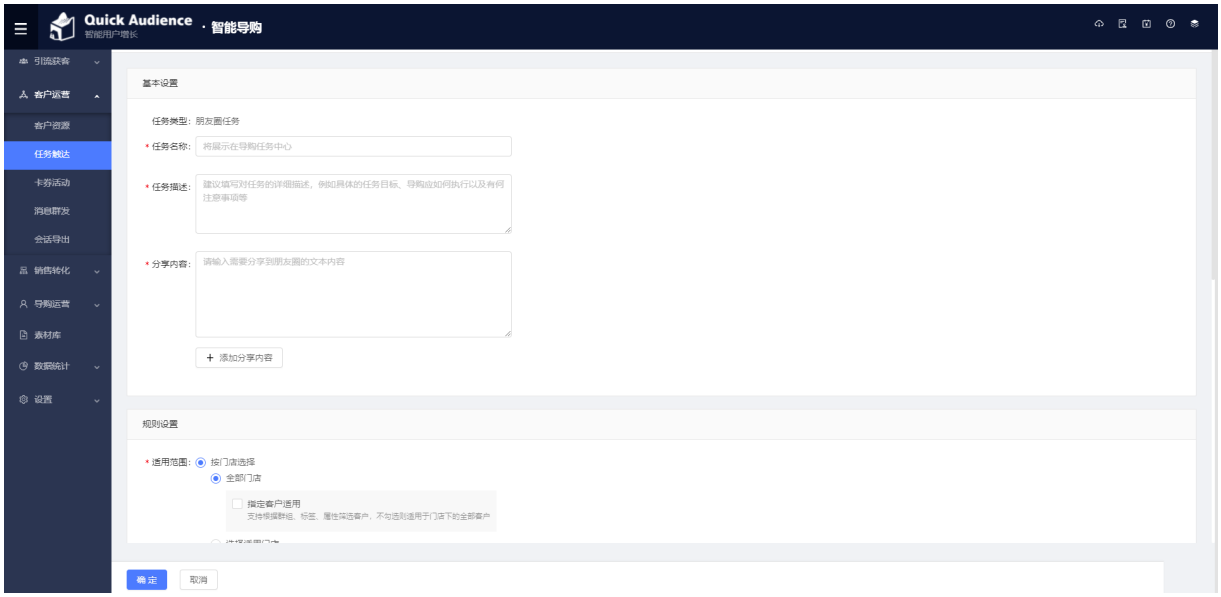

Quick Audience
智能用户增长
· 智能导购
默认空间
引流获客
客户运营
客户资源
任务触达
卡券活动
消息群发
会话导出
销售转化
导购运营
素材库
数据统计
设置
* 分享内容：
请输入需要分享至客户群的文本内容
小程序卡片
为保证数据统计的准确性，添加小程序卡片后无法编辑页面类型
* 小程序appid：
wxd1766791a34e35c2
* 页面路径：
pages/product-detail/index.html?productId=600e38f9
* 页面类型：
商品页面
* 商品编号：
请输入商品名称或编号
将统计添加商品的销售信息，最多添加10个
+ 添加商品
自定义参数：
+ 添加自定义参数
+ 添加分享内容
确 定
取消

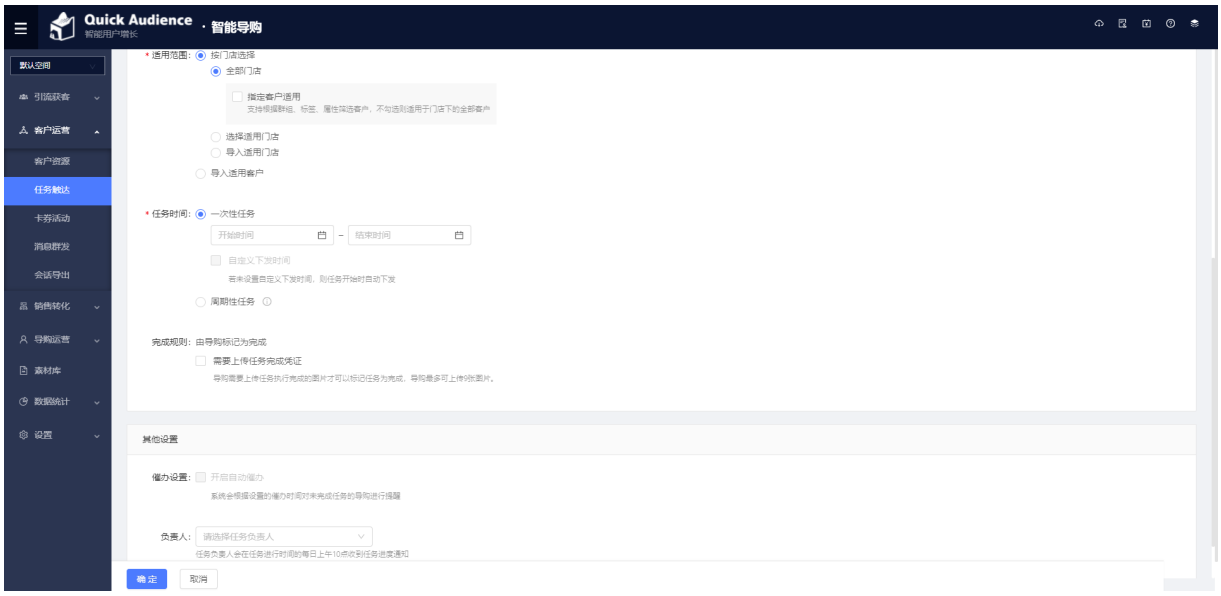


朋友圈任务

应用场景：导购可以将发表的内容到客户的朋友圈，来告知客户活动信息和产品动态。企业可以通过设定朋友圈任务，统一设定内容，安排导购发表到客户的朋友圈之中。当朋友圈任务创建完成后，会创建任务标签，并在任务下发前1小时开始对目标客户打任务标签，任务将在打标签完成后下发并开始，导购根据任务标签完成朋友圈的发送。

- 基本设置：
  - 任务名称。
  - 任务描述。
  - 任务的内容（文本，图片，视频，网页与小程序海报，除文本外仅限选择一种任务内容。格式限制如下：图片大小限制2M，格式限制jpg、png、jpeg、gif，视频大小限制10M，格式支持MP4格式）。
    - 小程序海报：与小程序卡片类似，但需要品牌上传海报模板，小程序将通过图片海报的形式下发给消费者，消费者扫码进入小程序。
- 规则设置：
  - 任务的适用范围支持按照门店和客户条件进行组合筛选。
    - 按门店选择执行任务的导购，对导购的全部客户进行触达，支持选择全部门店，支持选择部分门店，支持导入适用门店。
      - 支持按照群组、标签和客户属性筛选目标客户，仅目标客户的导购会执行该任务。
    - 导入适用客户，直接导入目标客户，目标客户的导购将会执行该任务。
  - 任务时间。
  - 任务下发时间（可以选择预约下发，到达预约下发时间后任务将会下发）。
  - 完成规则：由导购标记完成，支持让导购上传任务完成凭证。
- 其他设置
  - 催办设置：如开启自动催办，会根据之前设置的任务时间展示不同的催办选项，支持在任务结束前，根据这只的规则对未完成任务的导购进行提醒。
  - 负责人设置：选择该任务的负责人，任务负责人会在任务进行时间的每日上午10点收到任务进度通知。





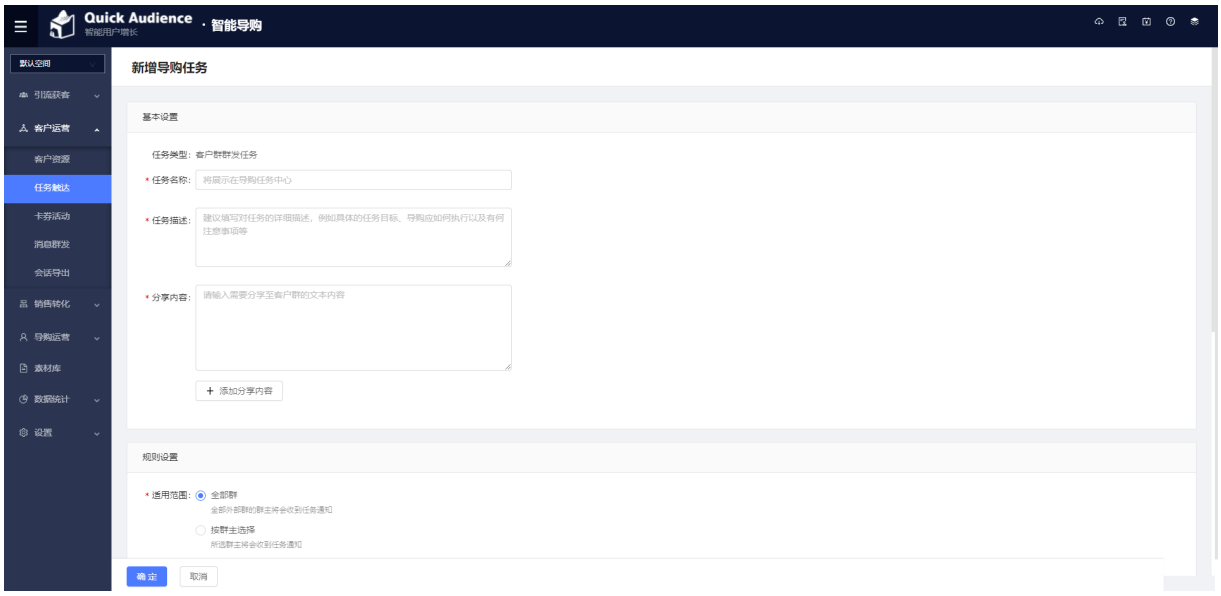
客户群群发任务

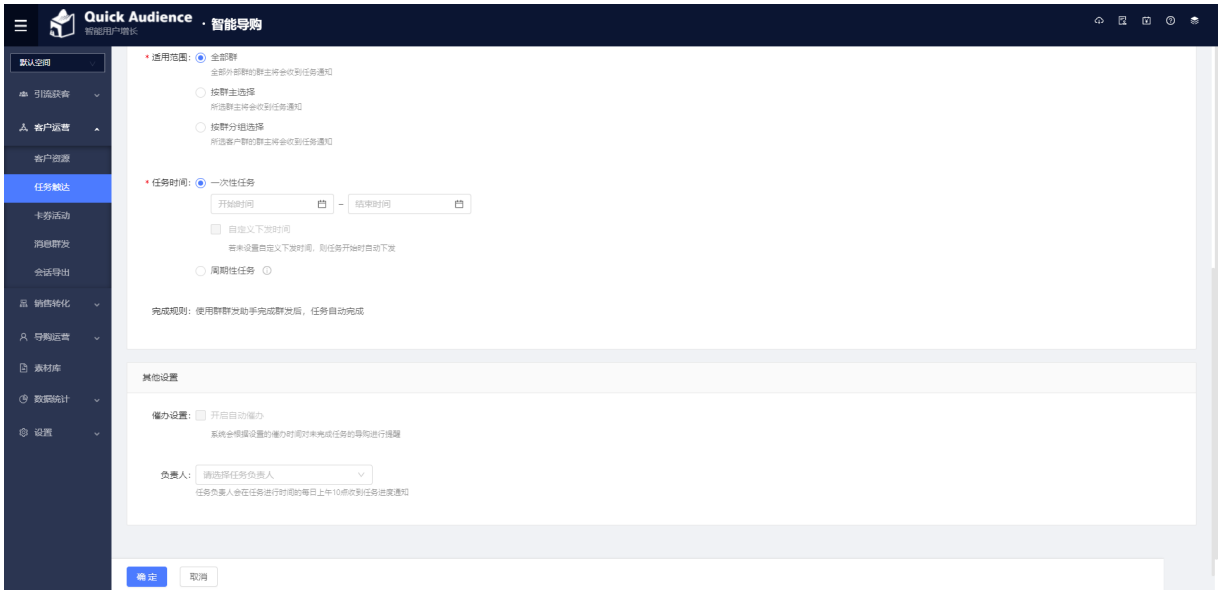
应用场景：成员可创建包含微信用户在内的客户群，企业可以建立不同性质的客户社群，安排导购运营社群，在群内进行服务。

- 基本设置：
  - 任务名称。
  - 任务描述。
  - 任务的内容（文本，图片，视频，链接与小程序（同群发任务），内容的叠加不能超过9个，如：最多添加4条网页与5张图片。格式限制如下：图片大小限制2M，格式限制jpg、png、jpeg、gif，视频大小限制10M，格式支持MP4格式）。
- 规则设置：
  - 任务的适用范围（支持选择全部客户群，支持按照群主或者按照群分组选择）。
  - 任务时间。

- 任务下发时间（可以选择预约下发，到达预约下发时间后任务将会下发）。
- 完成限制：完成任务是否需要上传任务凭证（如截图）。

- 其他设置：
  - 催办设置：如开启自动催办，会根据之前设置的任务时间展示不同的催办选项，支持在任务结束前，根据这只的规则对未完成任务的导购进行提醒。
  - 负责人设置：选择该任务的负责人，任务负责人会在任务进行时间的每日上午10点收到任务进度通知。





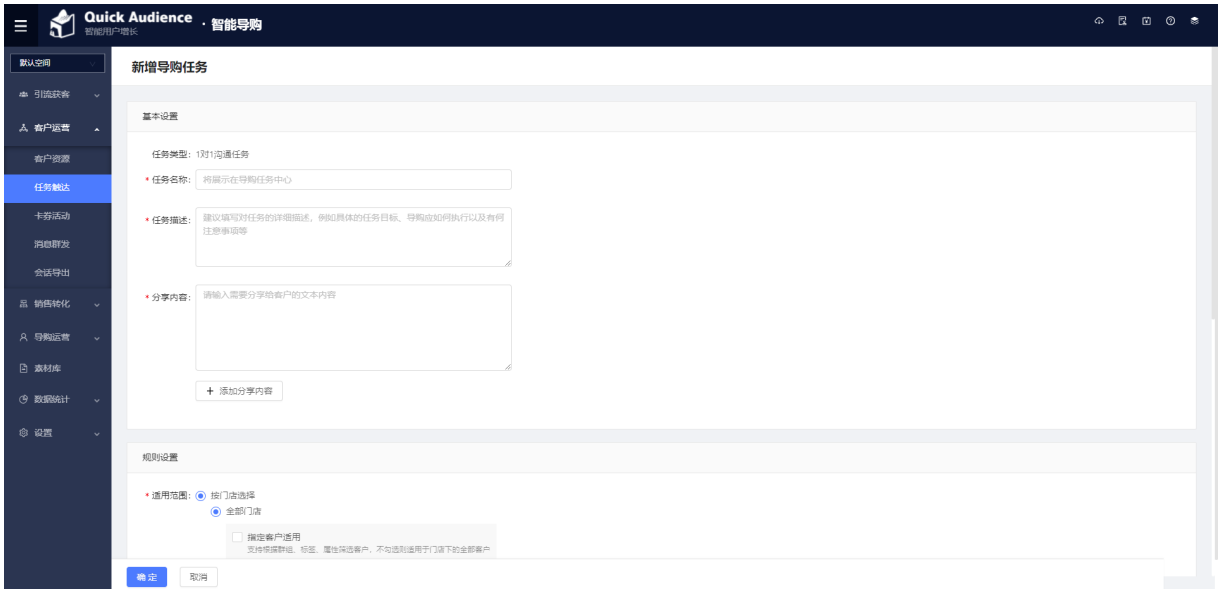
一对一沟通任务

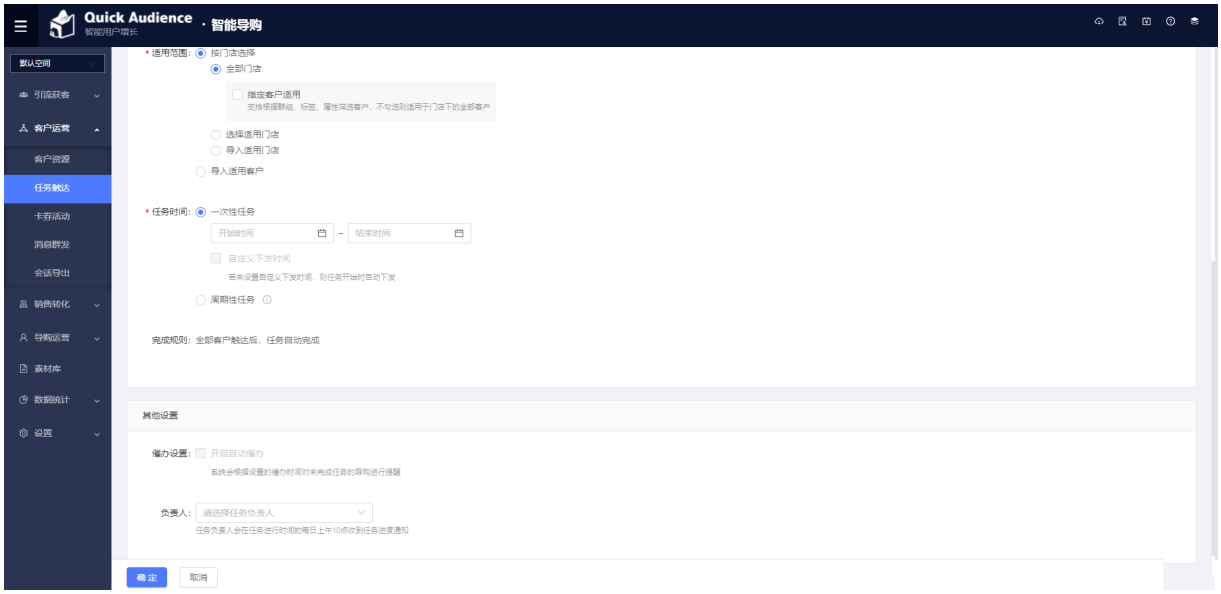
适用场景：针对少数的客户进行的精准运营任务。

- 基本设置：
  - 任务名称。
  - 任务描述。

- 任务的内容（文本，图片，视频，链接与小程序（同群发任务）。格式限制如下：图片大小限制2M，格式限制jpg、png、jpeg、gif，视频大小限制10M，格式支持MP4格式）。

- 规则设置：
  - 任务的适用范围支持按照门店和客户条件进行组合筛选。
    - 按门店选择执行任务的导购，对导购的全部客户进行触达，支持选择全部门店，支持选择部分门店，支持导入适用门店。
      - 支持按照群组、标签和客户属性筛选目标客户，仅目标客户的导购会执行该任务。
    - 导入适用客户，直接导入目标客户，目标客户的导购将会执行该任务。
  - 任务时间（支持选择周期性任务，按照周期进行循环）。
  - 任务下发时间（可以选择预约下发，到达预约下发时间后任务将会下发）。
  - 完成规则：完成全部客户的触达任务自动完成。
- 其他设置：
  - 催办设置：如开启自动催办，会根据之前设置的任务时间展示不同的催办选项，支持在任务结束前，根据这只的规则对未完成任务的导购进行提醒。
  - 负责人设置：选择该任务的负责人，任务负责人会在任务进行时间的每日上午10点收到任务进度通知。





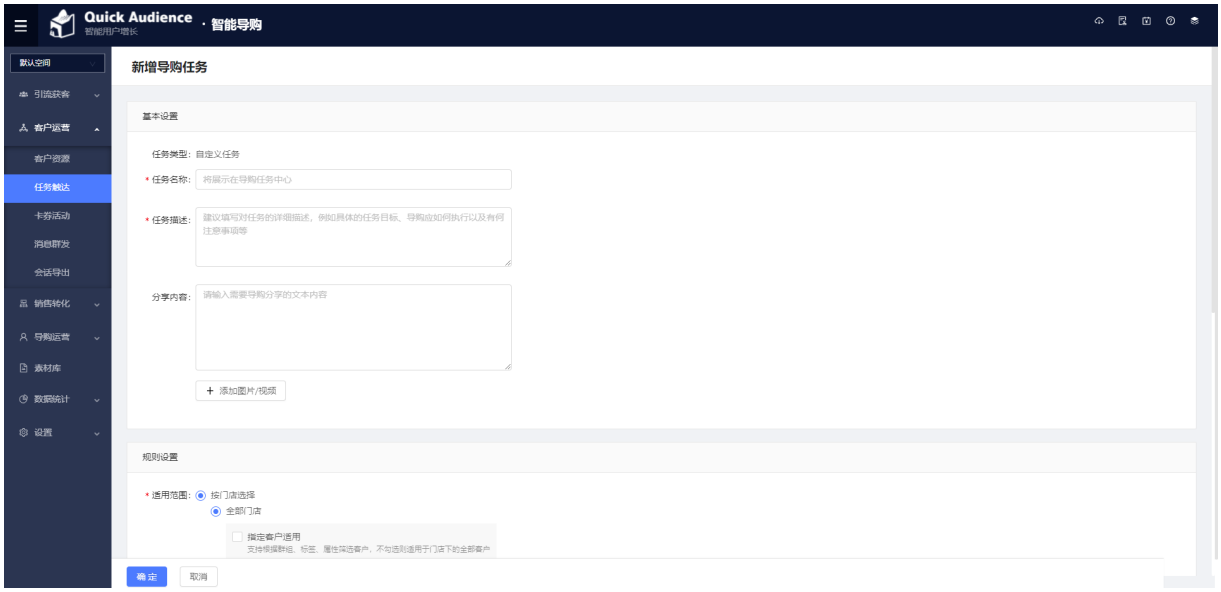
自定义任务

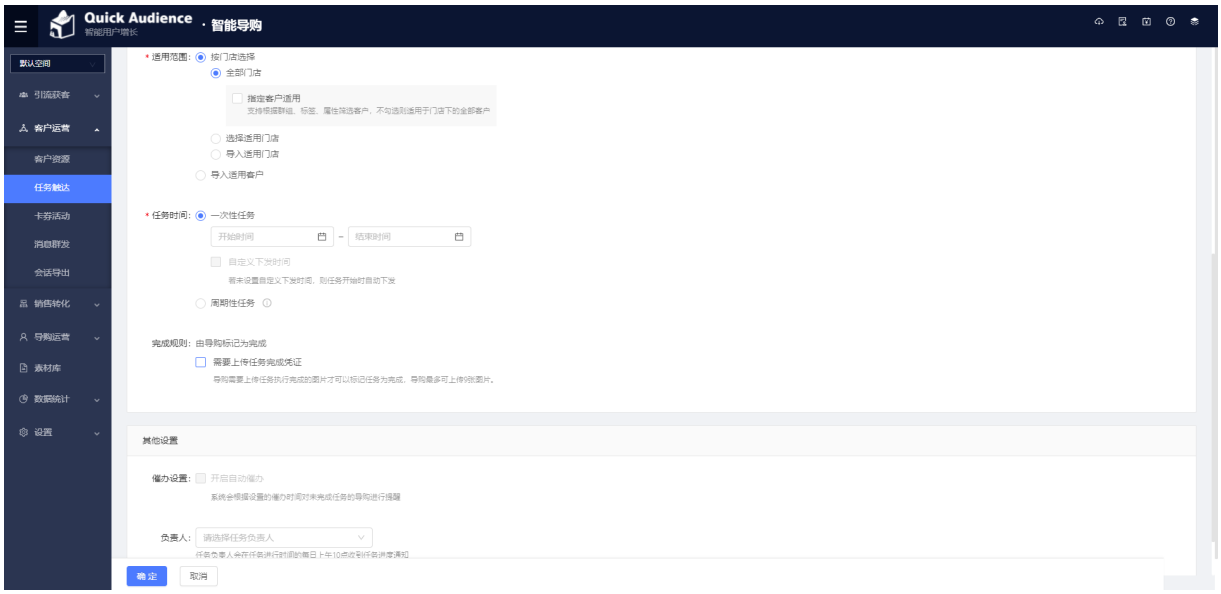
适用场景：自定义任务主要可用于设定好周期任务做线下实体门店的维护工作、安排指示性计划工作委派给导购人员。新增自定义任务，基本设置里不需要设定分享内容。规则设置里，可以设定是否为一次性任务或者设定周期性执行，可以按照每日、每周、每月的执行周期来设定。

- 基本设置：
  - 任务名称。
  - 任务描述。
- 规则设置：

- 任务的适用范围支持按照门店和客户条件进行组合筛选。
  - 按门店选择执行任务的导购，对导购的全部客户进行触达，支持选择全部门店，支持选择部分门店，支持导入适用门店。
    - 支持按照群组、标签和客户属性筛选目标客户，仅目标客户的导购会执行该任务。
  - 导入适用客户，直接导入目标客户，目标客户的导购将会执行该任务。
- 任务时间（支持选择周期性任务，按照周期进行循环）。
- 任务下发时间（可以选择预约下发，到达预约下发时间后任务将会下发）。
- 完成规则：
  - 若任务目标为客户（通过群组，标签和客户属性筛选了目标客户），则完成全部客户的触达任务自动完成。
  - 若任务目标为导购，则由导购标记为完成，支持让导购上传任务凭证。

- 其他设置：
  - 催办设置：如开启自动催办，会根据之前设置的任务时间展示不同的催办选项，支持在任务结束前，根据这只的规则对未完成任务的导购进行提醒。
  - 负责人设置：选择该任务的负责人，任务负责人会在任务进行时间的每日上午10点收到任务进度通知。

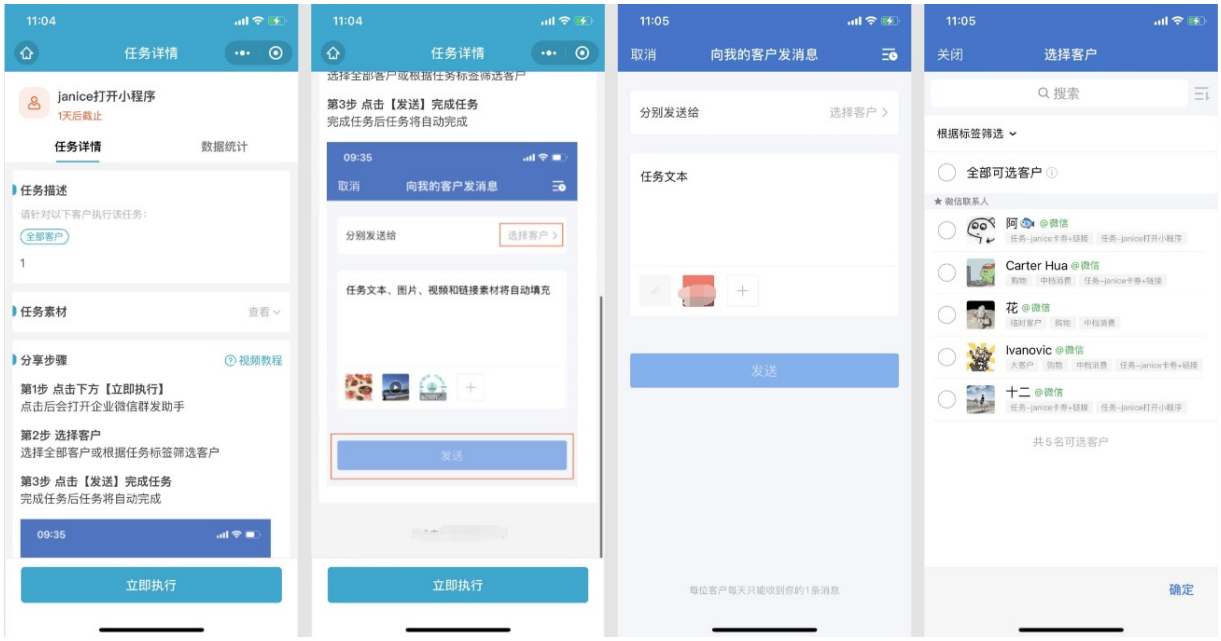




导购任务小程序端

群发任务

1. 查看任务详情。
2. 查看任务描述中的任务标签。
3. 单击**立即执行**跳转群发助手，任务素材自动填充。
4. 按照任务标签筛选客户完成群发。
5. 完成群发后任务自动完成。



注：每个客户群每个自然日最多能接收来自一名成员的一条群发消息，每个自然月最多接收来自同一企业的管理员或业务负责人的四条群发消息。

应用场景：企业可以把通知、活动、祝福等消息批量发送给不同的客户，并进行后续的服务。

朋友圈任务

1. 查看任务详情。
2. 查看任务描述中的目标客户：全部客户/客户标签。
3. 通过**工作台>客户朋友圈>发表**执行。
4. 标记任务为完成。

14:24
4G
任务详情
给高价值标签客户发朋友圈
已完成
任务描述
请根据以下标签筛选客户执行该任务：
高价值
通过企业微信发送客户朋友圈，吸引高价值客户到店免费体验新品
分享步骤
视频教程
第1步
点击此处复制文本和链接
亲爱的顾客你们好，最近我们的店铺秋季伤心，提供了精美的体验装哦，到店之后展示此朋友圈给导购就可以免费领取啦！
http://www.baidu.com
第2步 找到发表朋友圈入口
进入企业微信的工作台，点击“客户朋友圈”并在下一个页面中点击“发表”。
13:14
工作台
查看截图凭证

中国移动
下午 3:31
工作台
客户联系
客户联系
客户群
客户朋友圈
智慧导购
朋友圈任务入口：企业微信【工作台】->【朋友圈】->【发表】
直播
微盘
企业邮箱
会议
会议
对外收款
日程
公费电话
消息
通讯录
工作台
我
中国移动
下午 3:46
客户朋友圈
李一龙
发表
#匡威G4# 最新zoom加lunar科技，快来线下门店体验吧
8分钟前
3
4
在朋友圈这里展示历史发送的客户朋友圈记录，点击发表可以新建客户朋友圈
中国移动
下午 3:46
取消
发表
输入内容...
朋友圈可以设定为仅为文本，也可以增加图片/短视频/企业微信微盘/网页；导购需根据运营人员配置好的朋友圈任务来执行
可见的客户
全部可选客户
所在位置
每位客户的朋友圈每天最多可展示1条你发表的内容。安卓系统的客户需将微信更新至7.0.7及以上版本，iOS系统的客户需将微信更新至最新的7.0.9版本。

应用场景：“朋友圈任务”将门店活动、商品种草、专业知识等内容发表到客户的朋友圈，并与客户评论互动，同时企业也可以查看店员发表的内容情况。企业可以统一创建朋友圈发布的内容，导购确认后将其发布到客户的朋友圈之中。

客户群群发任务

1. 查看任务详情
2. 查看任务描述中的目标客户群
3. 单击**立即执行**跳转群发助手，任务素材自动填充
4. 按照任务描述选择目标客户群完成群发
5. 完成群发后任务自动完成

成员每次仅可选择自己作为群主的、最近活跃的200个客户群进行群发。最近活跃指最近创建或最近发过消息的客户群.

注：每个客户群每个自然日最多能接收来自一名成员的一条群发消息，每个自然月最多接收来自同一企业的管理员或业务负责人的四条群发消息。

应用场景：企业微信作为丰富的服务效率工具，企业微信群 容量更大,并且可以邀约更多普通用户进群。店员可事先创建包含微信客户的会员群，用于会员维系、会员履约服务等，并可由企业统一管理。同时企业还可将群用于与上游商品供应商、下游经销商的合作沟通等。

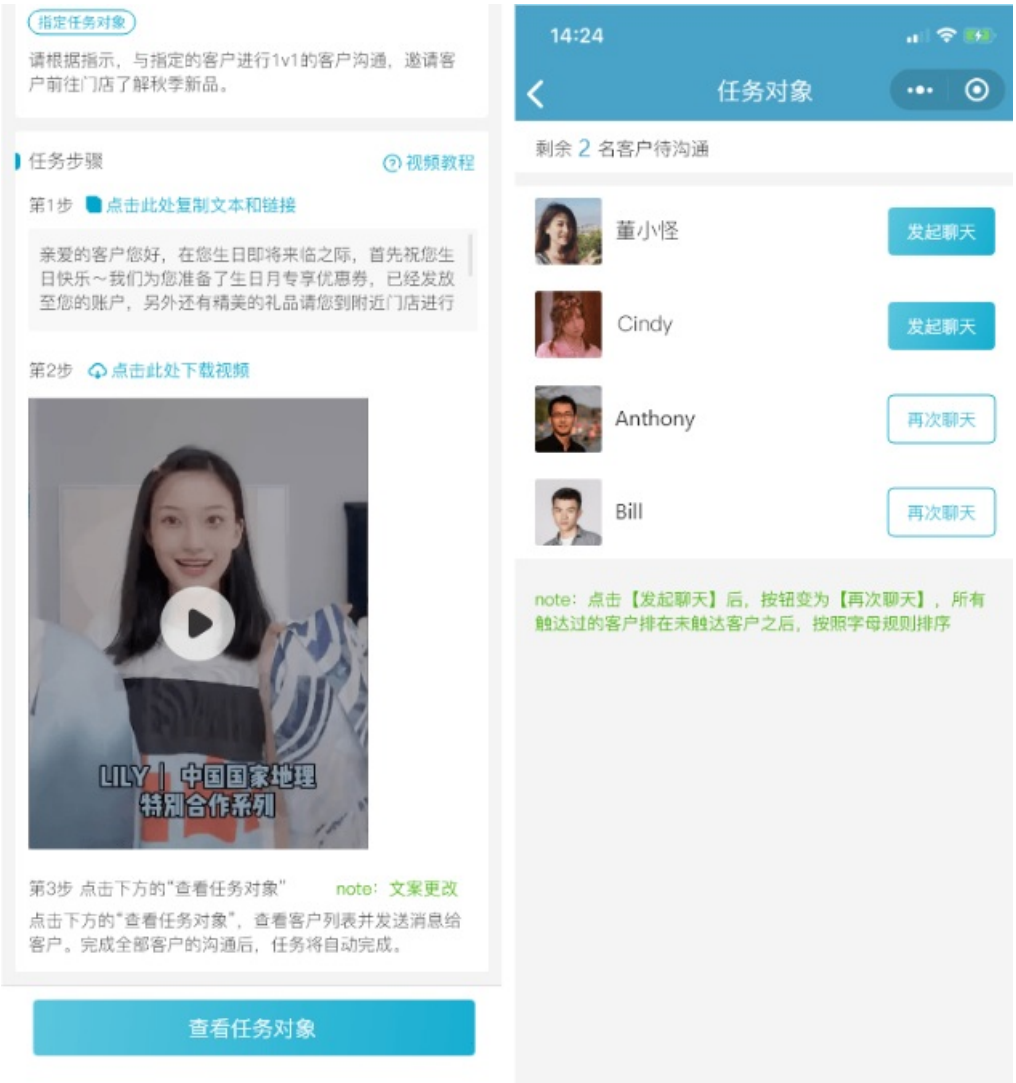
自定义任务

自定义任务入口：消息栏内的消息推送，单击对应的自定义任务，获取任务信息之后去执行，待执行完毕之后，选择标记该任务已完成。

应用场景：自定义任务可用于处理内部的沟通与协作，企业可以将门店管理数字化、工具化，即将不同的指令以任务的形式下发给指定范围内的导购，比如说巡店的检查、预警信息的公示、货架的管理等等。

一对一沟通任务

1. 查看任务详情
2. 查看任务要求，复制任务文本，保存任务图片/视频
3. 查看目标客户，可对任务对象进行一对一聊天，待全部执行完毕之后任务将自动完成。



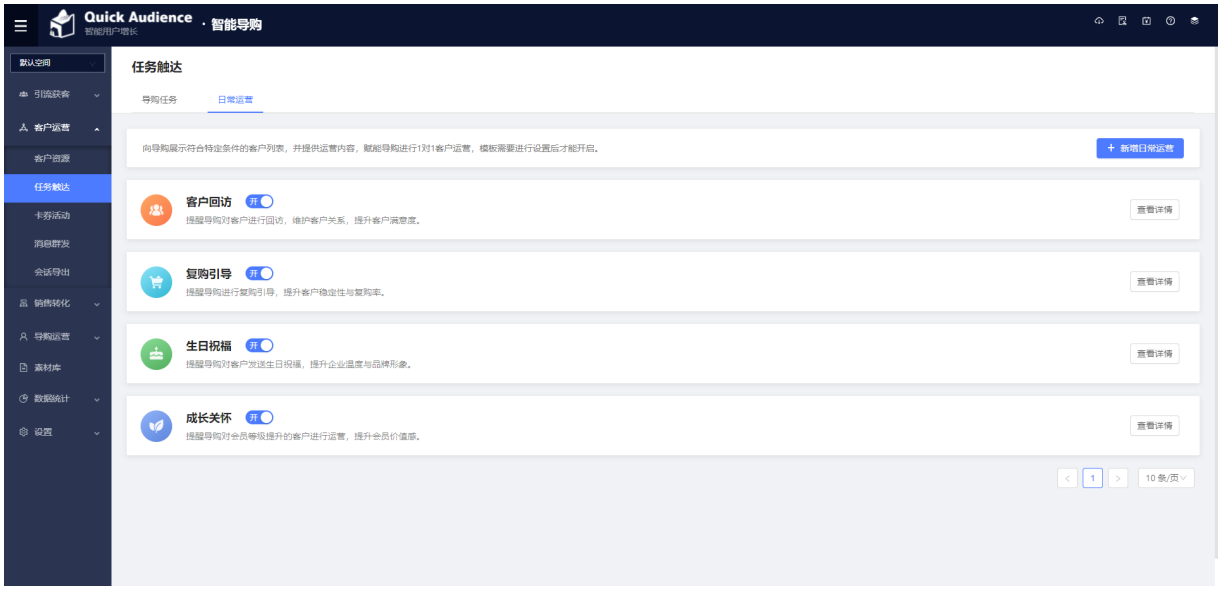
应用场景：针对少数的客户进行的精准运营任务。如过生日的客户，高价值的客户，此类客户需要一对一的精准运营，赋能导购为客户提供精准与个性化的服务，提升品牌温度与客户满意度。

10.7. 日常运营

日常运营为企业提供了日常用户运营工具，开启日常运营模版后，运营项目展示在导购小程序中，符合特定运营条件的客户自动展示在导购的运营客户列表，并提供运营说明和运营内容，赋能导购进行1对1客户运营。

运营模版分为默认模版与自定义模版：

- **默认模版**是我们从具体的运营场景中抽象出的常用场景，包括客户回访、复购引导、生日祝福和会员成长关怀，用户仅需通过简单的内容配置即可使用
- **自定义模版**支持用户通过动态群组自定义圈人条件



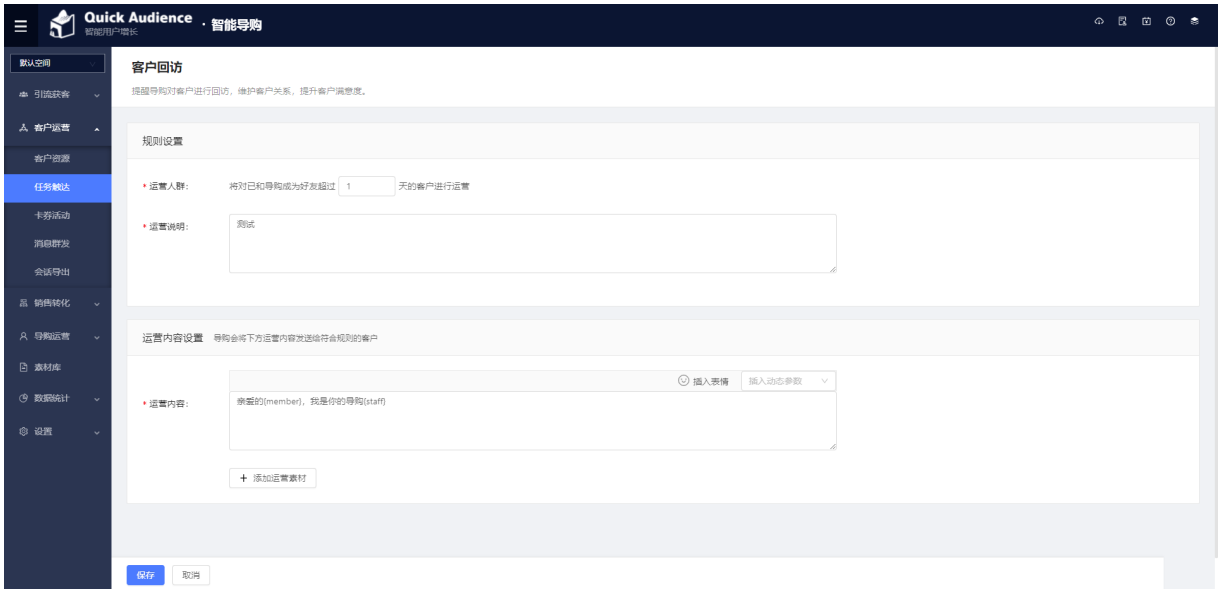
默认模板

客户回访

客户回访用来提醒导购对客户进行回访，维护客户关系，提升客户满意度。

支持设置将对已和导购成为好友超过xx天的客户圈定需要进行回访的客户群；支持设置运营说明，用于在导购小程序中提醒导购；支持设置运营内容，运营内容包括文案、图片和视频，文案中支持插入客户姓名和导购姓名的动态参数，图片和视频支持最多添加9张，导购在前端可快速复制运营内容、下载运营图片，用于发送给客户。

操作路径：智能导购>客户运营>任务触达>日常运营>客户回访>设置

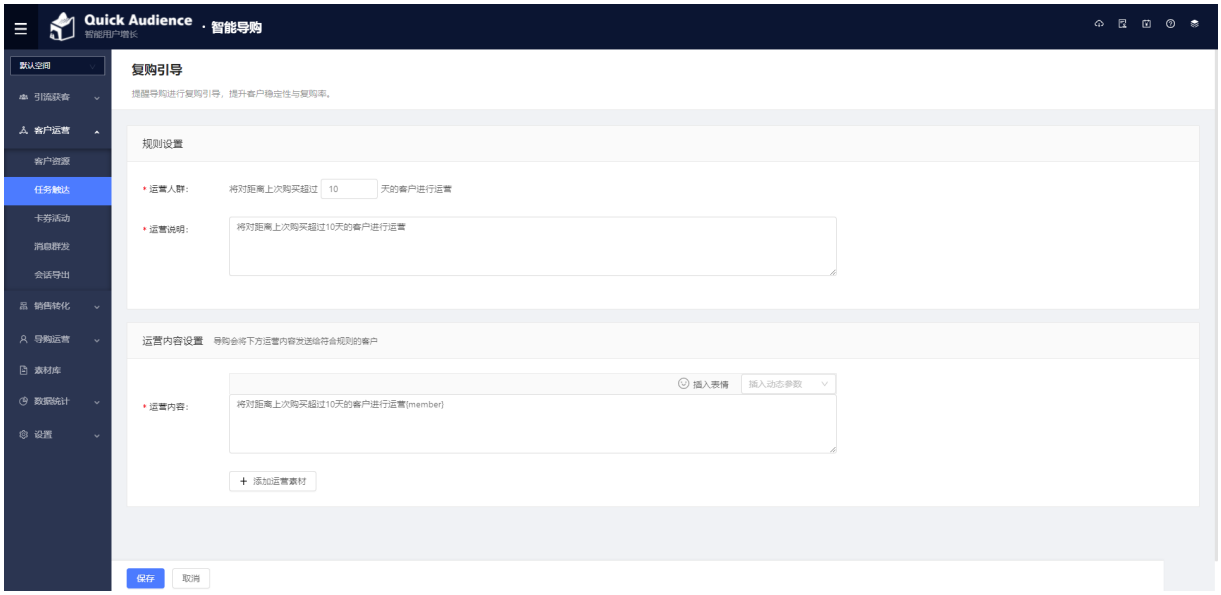


复购引导

复购引导用来提醒导购进行复购引导，提示客户稳定性与复购率。

支持设置将对距离上次购买超过xx天的客户圈定需要进行复购引导的客户群，支持设置运营说明和运营内容。

操作路径：智能导购>客户运营>任务触达>日常运营>复购引导>设置

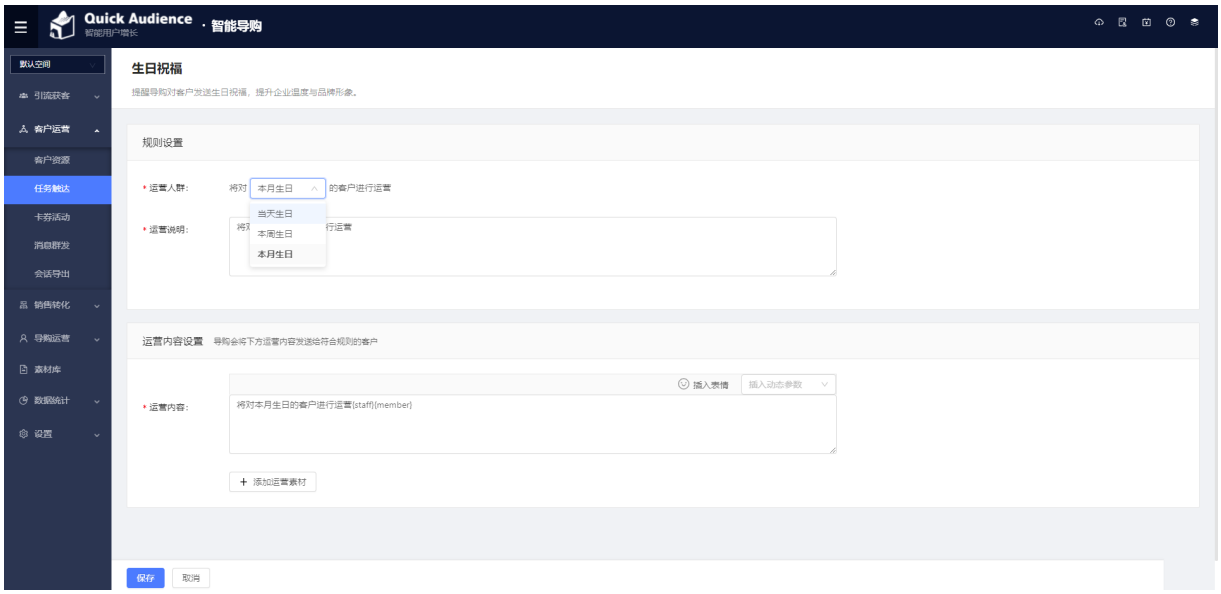


生日祝福

生日祝福用来提醒导购对客户发送生日祝福，提示企业温度与品牌形象。

支持设置将“当日生日”/“本周生日”/“本月生日”的客户圈定需要进行生日祝福的客户群，支持设置运营说明和运营内容。

操作路径：智能导购>客户运营>任务触达>日常运营>生日祝福>设置

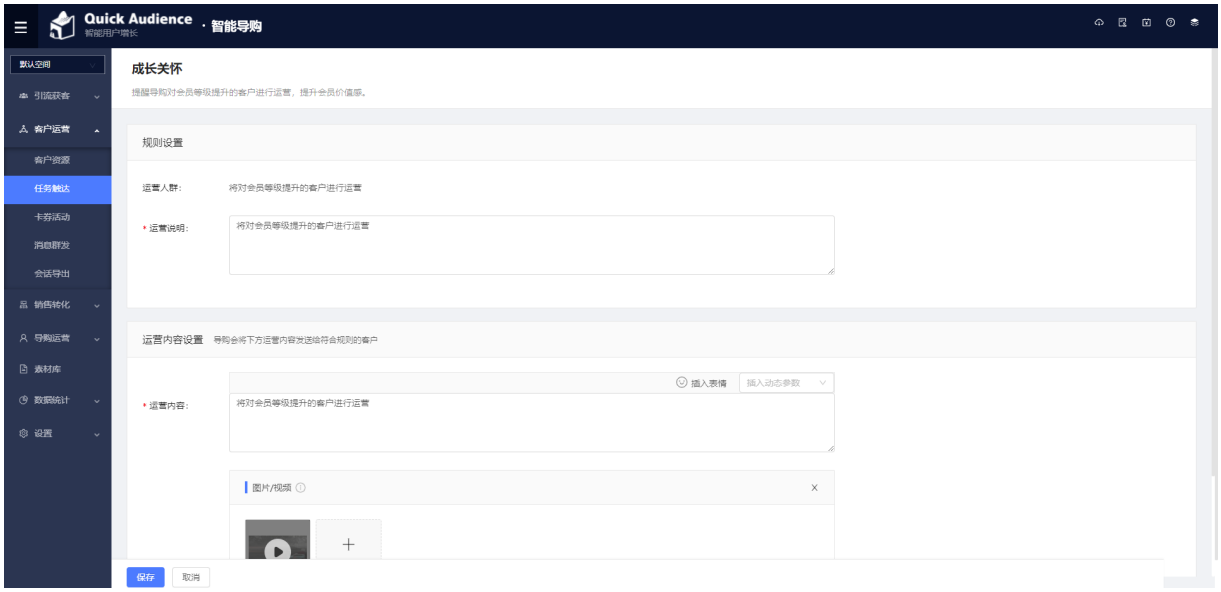


成长关怀

成长关怀用来提醒导购对会员等级提升的客户进行运营，提升会员价值感。

系统自动将会员等级提升的客户作为目标客户群，支持设置运营说明和运营内容。

操作路径：智能导购>客户运营>任务触达>日常运营>成长关怀>设置



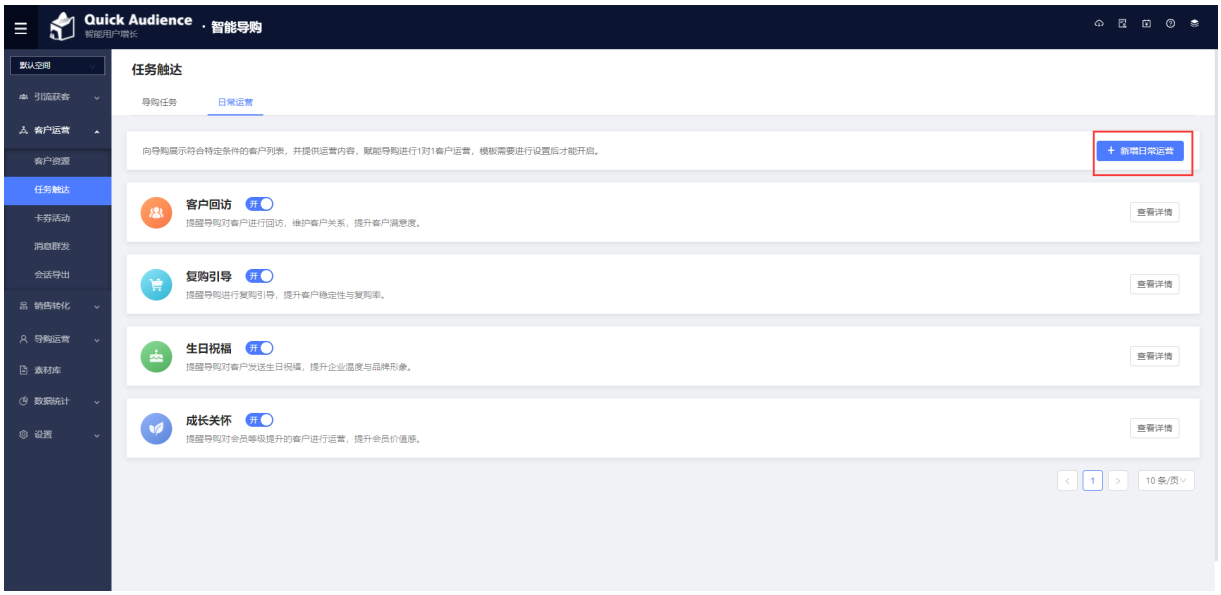
自定义模版

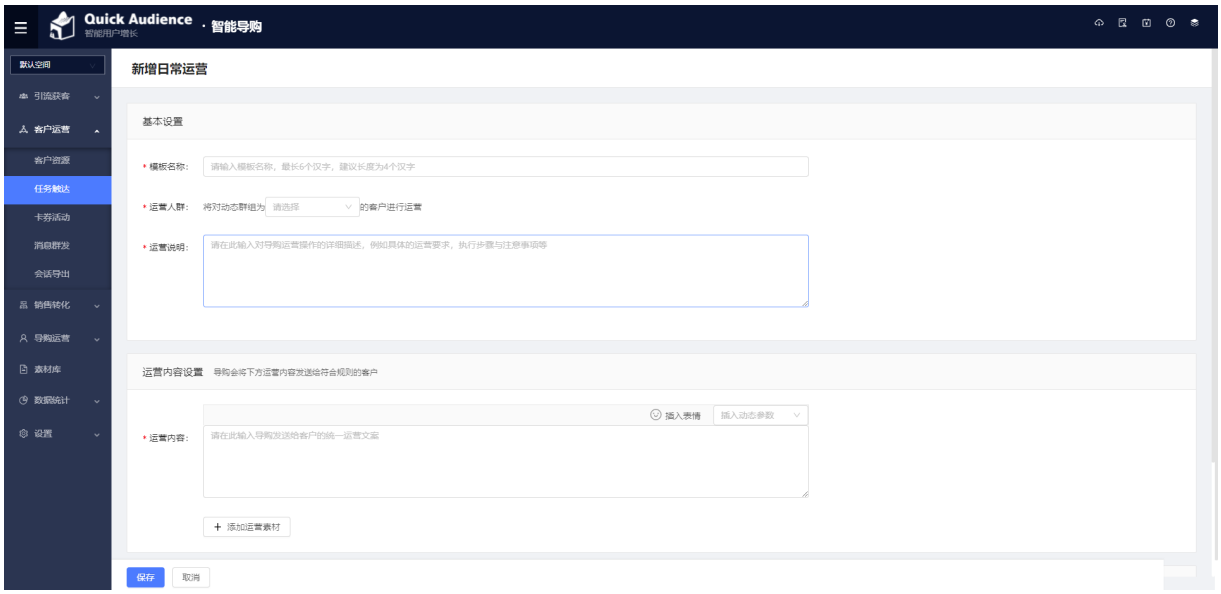
新增自定义模版

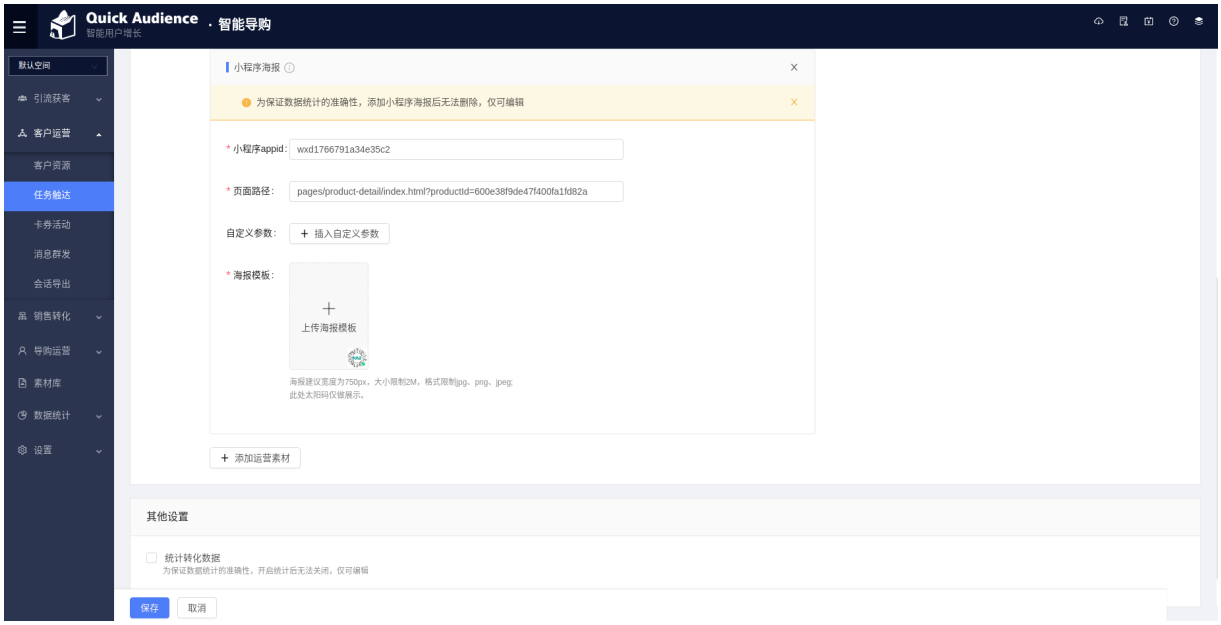
支持根据动态群组创建自定义模版，进入动态群组的客户视为符合运营规则

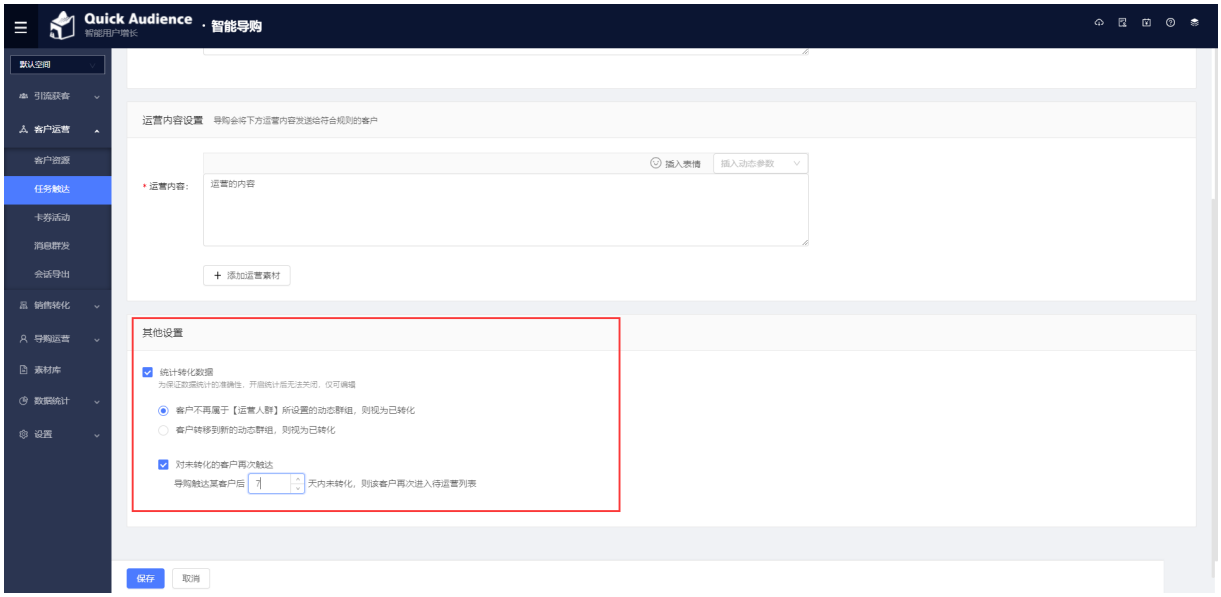
- 基本设置
  - 配置模板名称
  - 选择运营人群（动态群组）
  - 设置运营说明，如对导购运营操作的详细描述，步骤与注意事项等
- 运营内容设置
  - 文本，支持标签与动态参数
  - 图片/视频：图片和视频支持最多添加9张
    - 图片：大小限制2M，格式限制jpg、png、jpeg、gif
    - 视频：大小限制10M，格式支持MP4格式
  - 小程序海报：支持将小程序的特定页面转化为带导购参数的海报下发给消费者，消费者长按识别后进入小程序
    - 支持上传海报模版，海报建议宽度为750px，大小限制2M，格式限制jpg、png、jpeg；
    - 填写完成所有内容后，支持预览小程序海报，运营人员可以通过扫描预览海报的方式，查看是否添加了正确的页面路径。
    - 支持添加自定义参数。
    - 为保证数据统计的准确性，添加小程序海报后无法编辑海报类型。
- 其他设置

- 是否统计转化数据
  - 转化：客户经过运营后，达到了品牌希望的效果则定义为转化，如非会员经过了运营，注册成为了会员，则视为已转化。
  - 为保证数据统计的准确性，开启统计后无法关闭，仅可编辑。
  - 支持选择转化的条件
    - 客户不再属于**运营人群**所设置的动态群组，则视为已转化。
    - 客户转移到新的动态群组，则视为已转化。
  - 支持对未转化的客户再次触达
    - 导购触达某客户后，X天内未转化，则该客户再次进入待运营列表。









数据统计

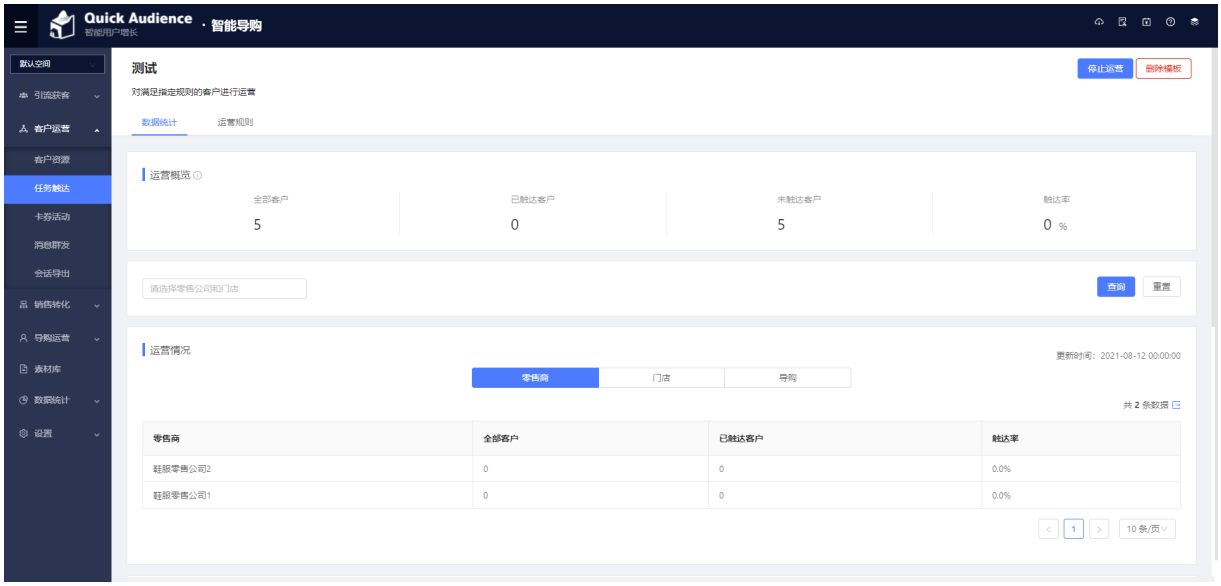
运营概览

根据模版是否开启了转化统计与添加的海报素材，展示不同的数据：

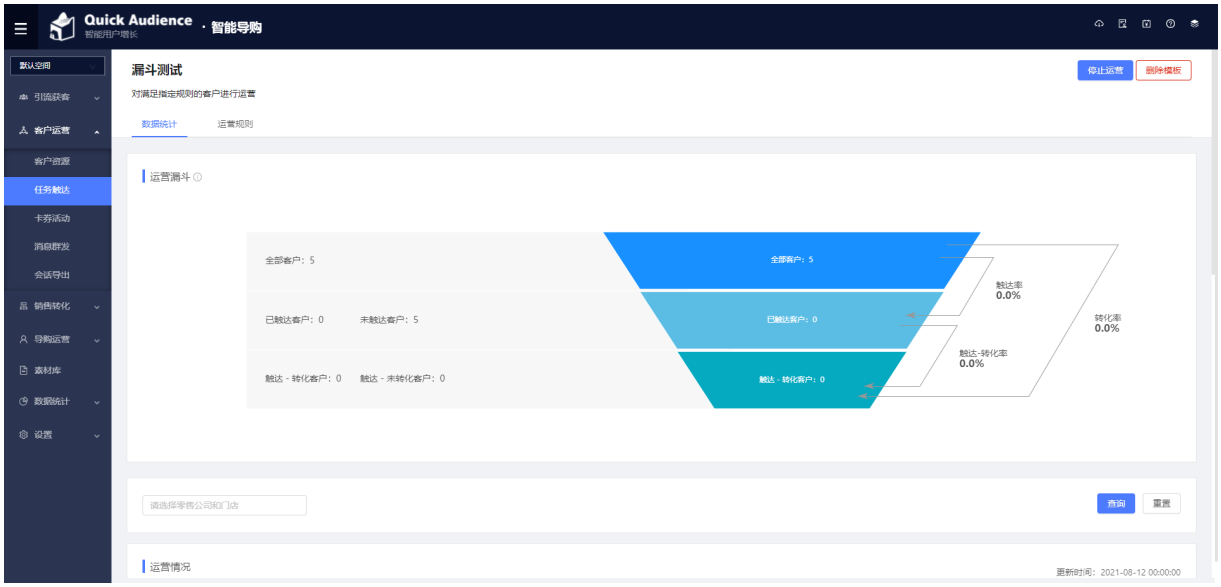
- 基础数据
  - 全部客户：符合运营规则的客户总数。
  - 触达：导购在小程序与客户沟通并标记为已完成视为“已触达”。
  - 已触达客户：截止至当前时间，导购触达过的客户总数。
  - 未触达客户：截止至当前时间，导购未触达的客户总数。
  - 触达率：已触达客户/全部客户*100%。
- 若添加了海报素材，则会增加素材相关数据
  - 触达-扫码客户：截止至当前时间，已触达客户中扫描海报二维码的客户数量。

- 触达-未扫码客户：截止至当前时间，已触达客户中还未扫描海报二维码的客户数量。
- 触达-扫码率：已触达客户中扫描海报二维码的客户数/触达的客户数*100%。

- 若开启了转化统计，则会增加转化相关数据
  - 转化：当客户符合设置的转化条件，如具备了某个标签，则视为转化。
  - 触达-转化客户：截止至当前时间，已触达客户中发生转化的客户数量。
  - 触达-未转化客户：截止至当前时间，已触达客户中还未发生转化的客户数量。
  - 触达-转化率：已触达客户中发生转化的客户数/触达的客户数*100%。
  - 转化率：触达-转化客户/全部客户*100%。
- 未开启转化，仅展示基础数据

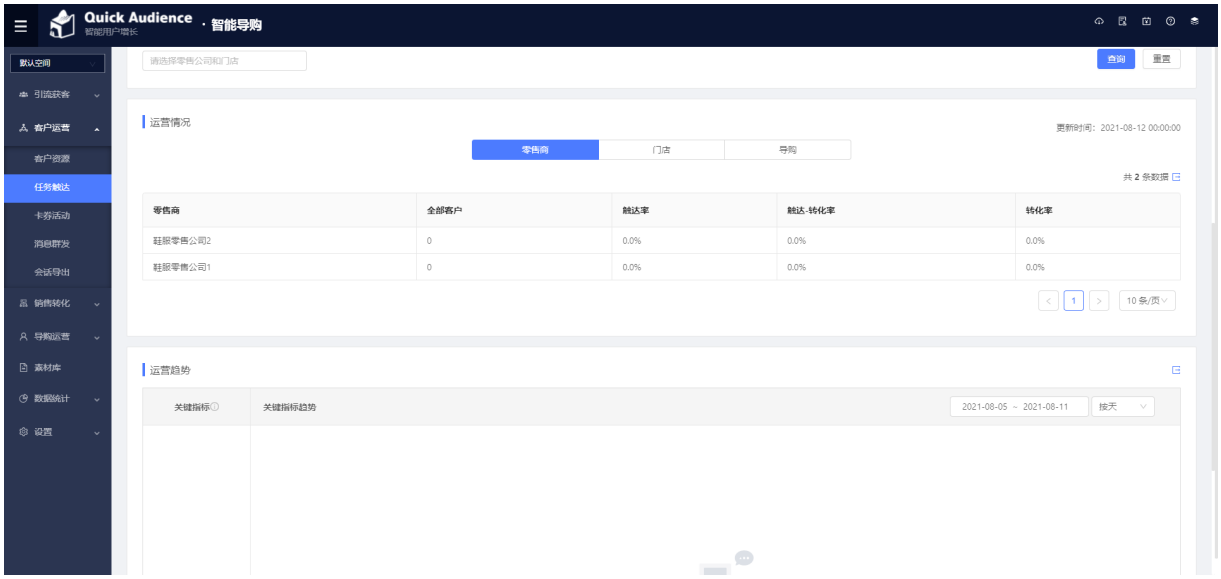


开启了转化统计：



运营情况

展示各零售公司，门店和导购的运营数据。



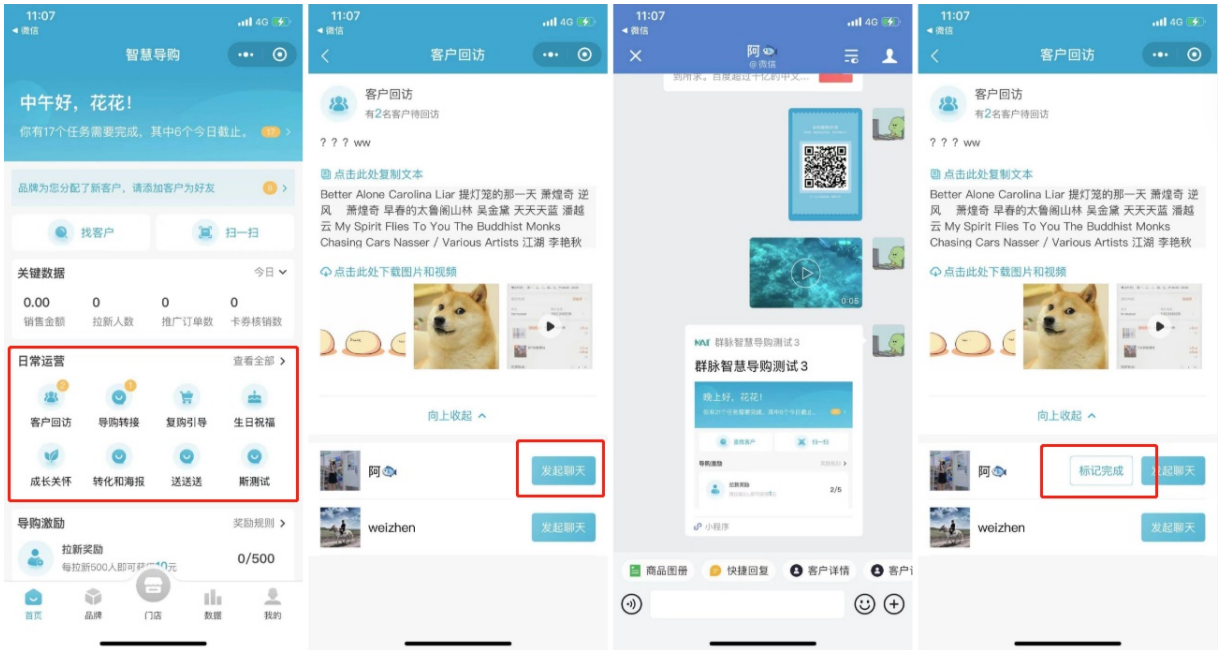
运营趋势

- 触达：导购在小程序上与客户沟通并标记为已完成视为“已触达”。
- 已触达客户：筛选条件下，导购触达过的客户数量。
- 待触达客户：筛选条件下，导购未触达的客户数量。
- 触达率：筛选条件下，已触达客户/(已触达客户+待触达客户)*100%

智能导购小程序>日常运营

后台开启日常运营任务后，导购小程序展示对应的日常运营任务模块。

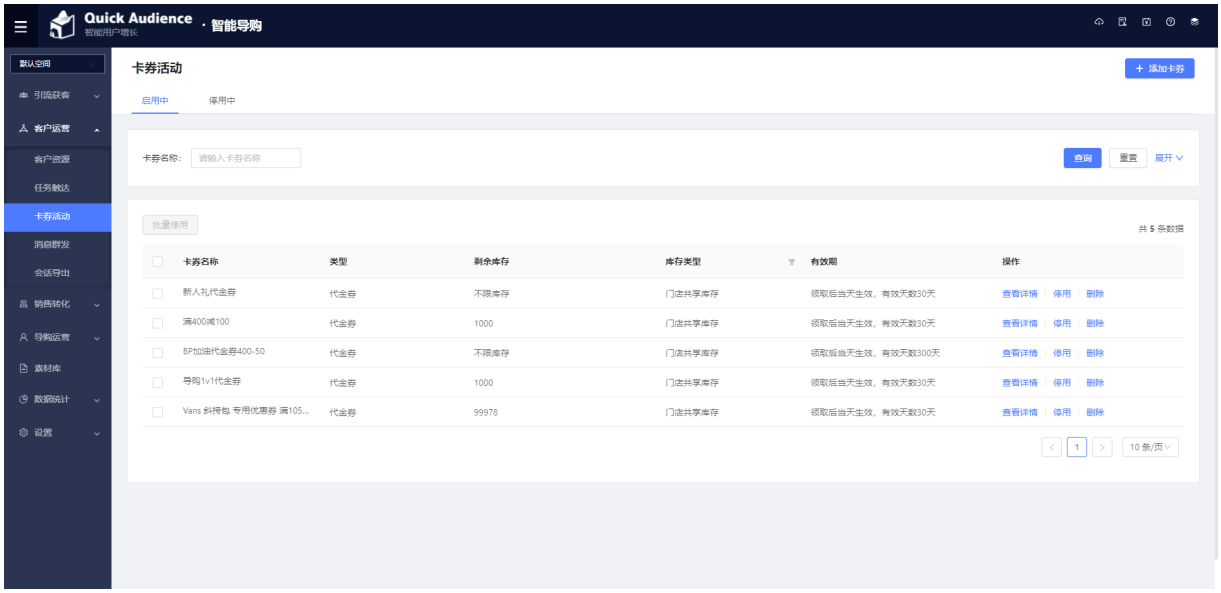
各运营任务下展示对应的运营说明、运营内容以及客户列表，支持快速复制运营内容，快捷打开与客户的会话页面，直接将运营内容粘贴发送给客户。导购完后与客户的1对1沟通后，标记完成即为完成对该用户的运营任务。



10.8. 卡券活动

卡券活动支持为门店配置可以供导购发放的优惠券，优惠券可以应用于日常运营。通过提供各种形式的优惠，达到吸引消费者尝试的目的，在培养用户习惯之后提升品牌对消费者的粘性，培养用户忠诚度。

可用优惠券来自于社交互动后台创建的优惠券库，优惠券的创建请参见优惠券。

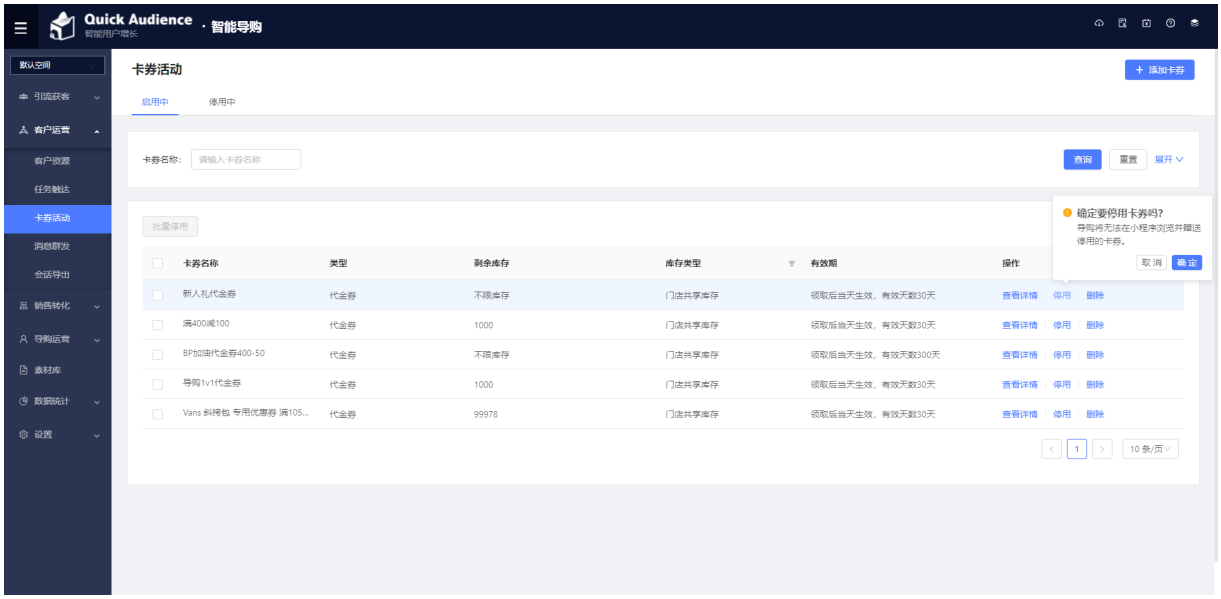


优惠券列表

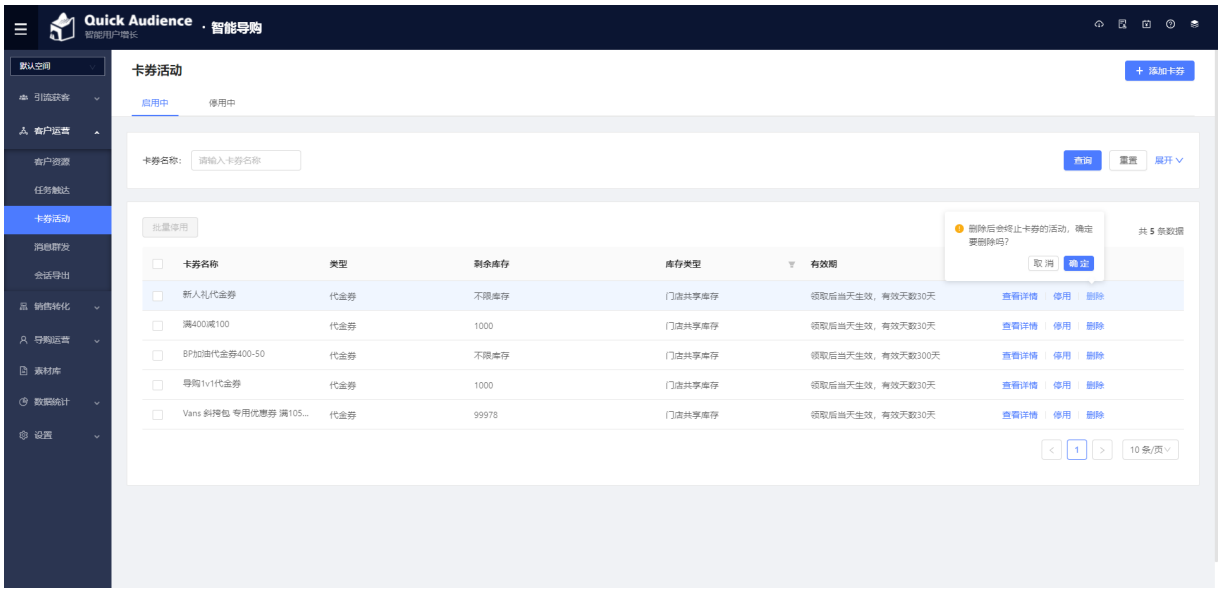
- 分为**启用中**和**停用中**卡券列表
  - **启用中**展示所有可以供导购使用的优惠券，包括卡券名称、卡券类型、剩余库存、库存类型、有效期，可以对优惠券进行查看详情、停用、删除、搜索与筛选。
  - **停用中**的列表支持启用卡券
- 卡券名称：卡券的名称

- 卡券类型：卡券的种类，如折扣券，代金券等
- 剩余库存：该卡券当前可以发放的库存量之和
- 库存类型：包括门店独立库存与门店共享库存
  - 独立库存模式下，每个门店拥有自己的库存数量
  - 共享库存模式下，所有门店共享一个库存
- 有效期：优惠券的有效期，如领取后生效，有效期为30天等

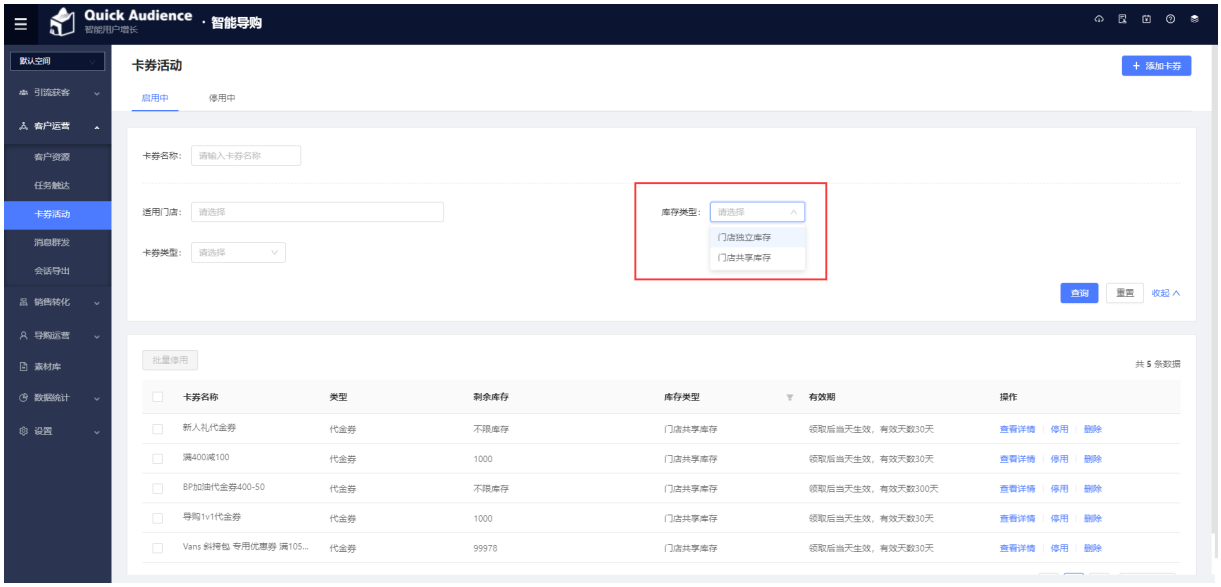
启用/停用



删除

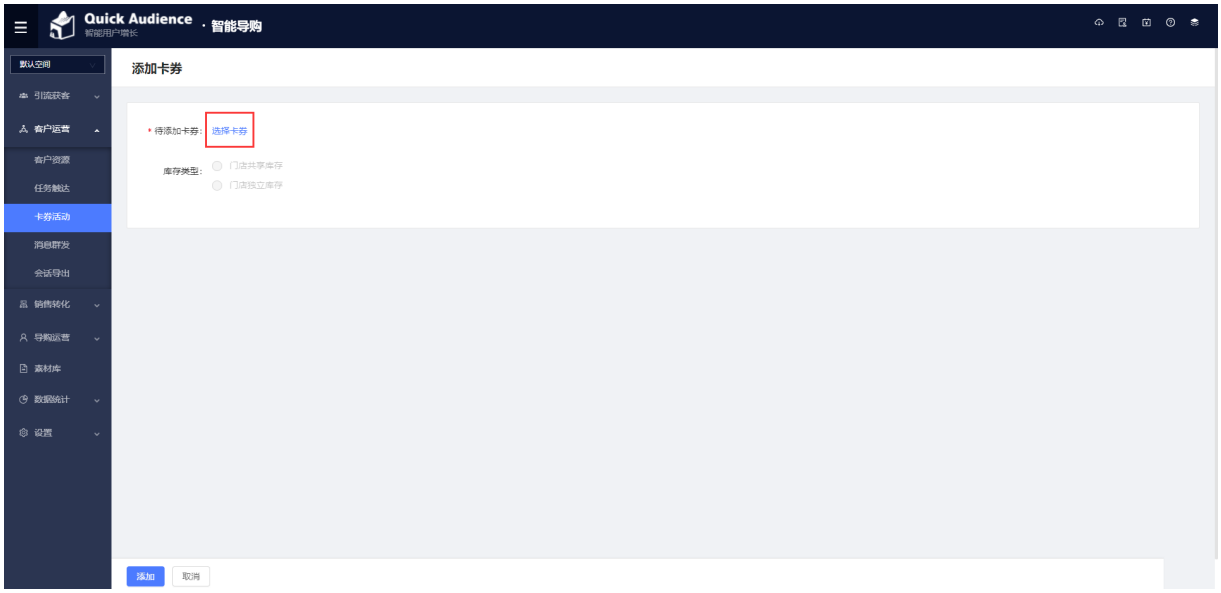


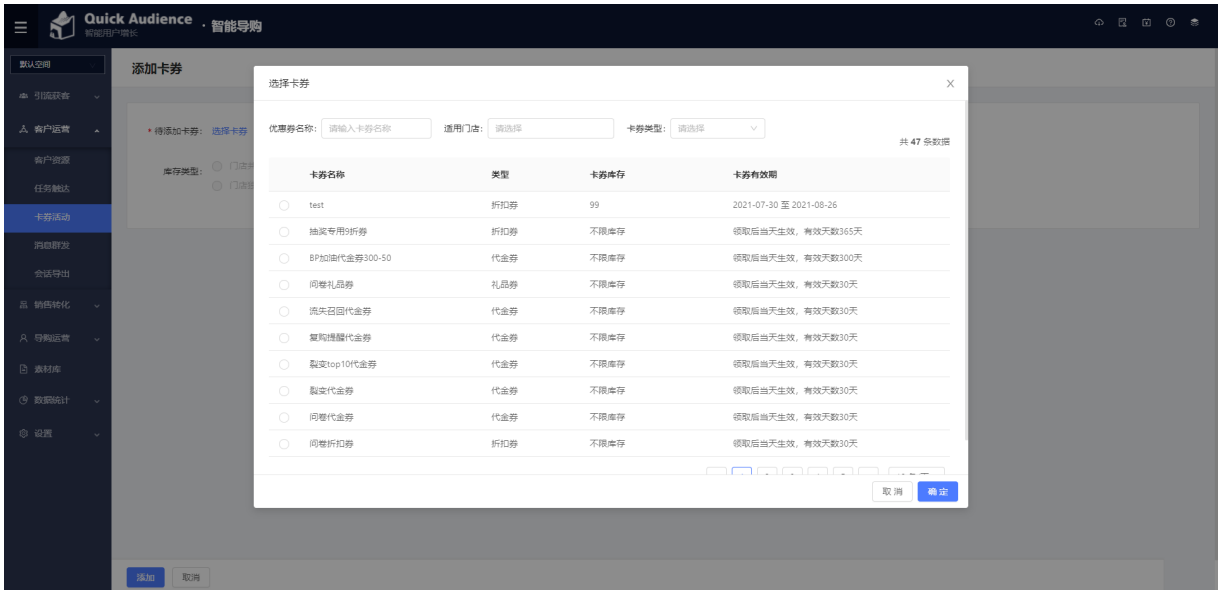
搜索与筛选



添加卡券

- 单击右上角的**添加卡券**进入卡券添加页面。
- 单击选择卡券，选择待添加的卡券，单击后出现弹窗，单选后单击确定完成添加
  - 支持按照卡券名称搜索
  - 支持按照适用门店与卡类型筛选
- 选择卡券库存类型
  - 门店共享库存：所有门店共享一个库存
  - 门店独立库存：每个门店拥有自己的库存数量，支持手动设置或导入库存，手动模式下，需要给每个门店分配库存
- 单击**添加**完成，添加后，卡券出现在未启用列表中

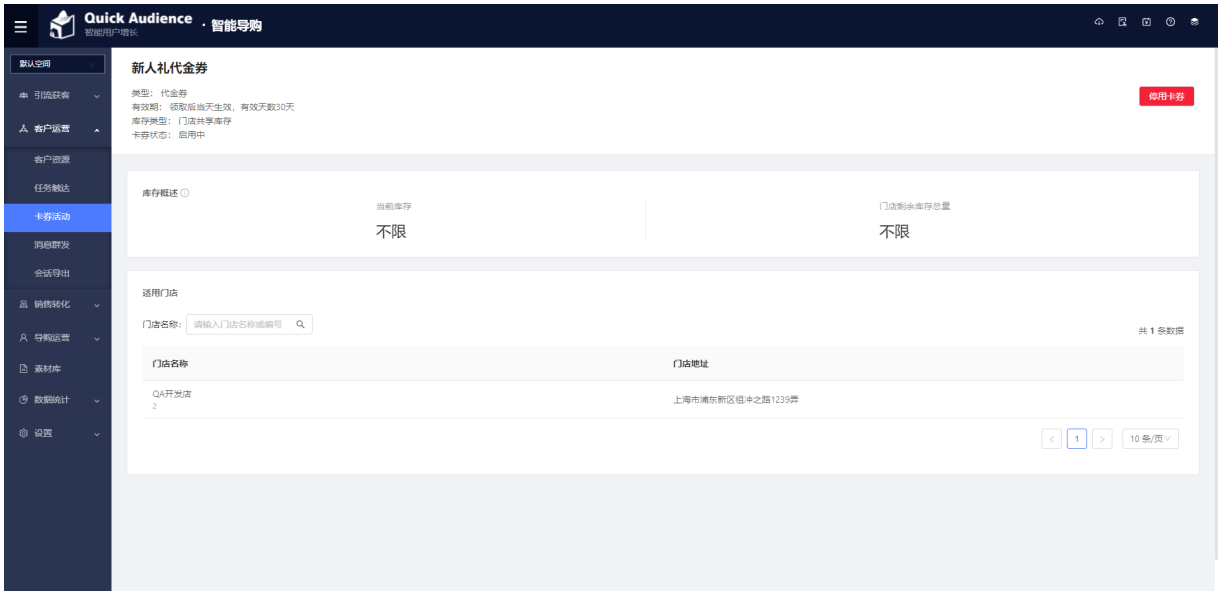


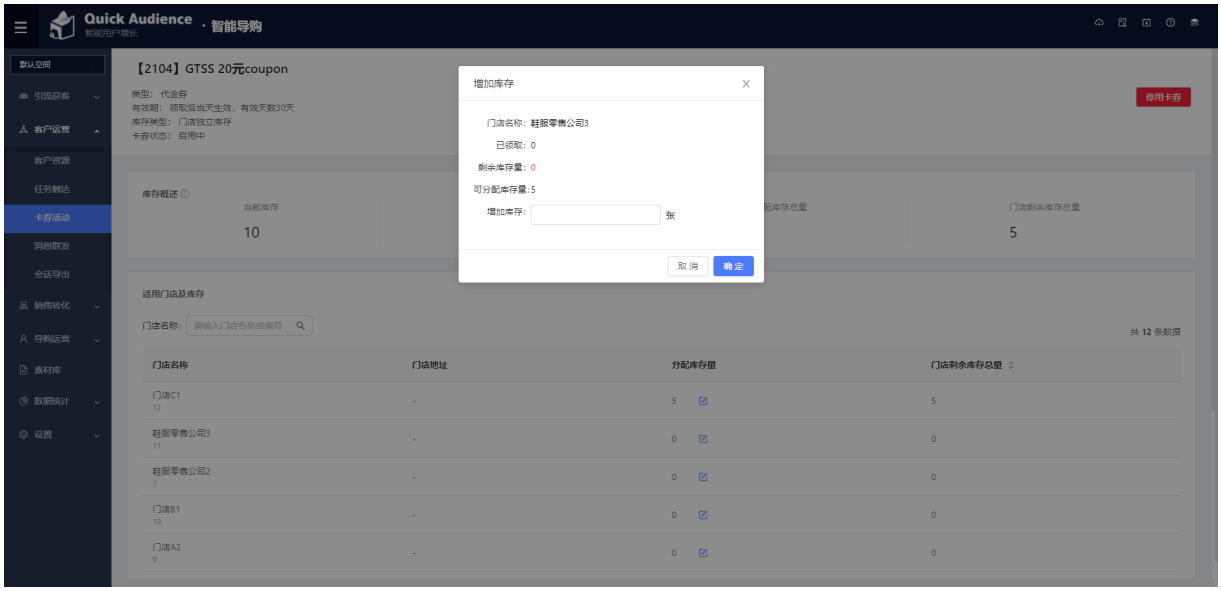


卡券详情

- 单击**查看详情**支持查看卡券详情
  - 独立库存卡券
    - 库存概述
      - 库存总量：创建卡券时设置的库存量
      - 已分配库存总量：分配给门店的库存量之和
      - 未分配库存总量：库存总量-已分配库存总量
      - 剩余库存总量：适用门店剩余库存量之和
    - 适用门店及库存，展示门店名称，门店地址，分配的库存量（支持编辑）与剩余库存总量

- 共享库存卡券
  - 库存概述
    - 库存总量：创建卡券时设置的库存量
    - 剩余库存总量：适用门店剩余库存量之和
  - 适用门店：展示门店名称与门店地址





注意

独立库存的卡券若被配置在多个渠道进行领取，可能会导致卡券库存总量少于分配给门店的可发放的剩余库存总量，此情况会导致卡券被停用，需要在**用户运营**调整卡券库存后再次启用

优惠券小程序端

智慧导购小程序，单击**门店**，可以查看该门店下的卡券赠送功能，单击**卡券赠送**可以查看适用于该门店的优惠券列表，列表包括可赠送卡券，不可赠卡券与已赠送卡券。

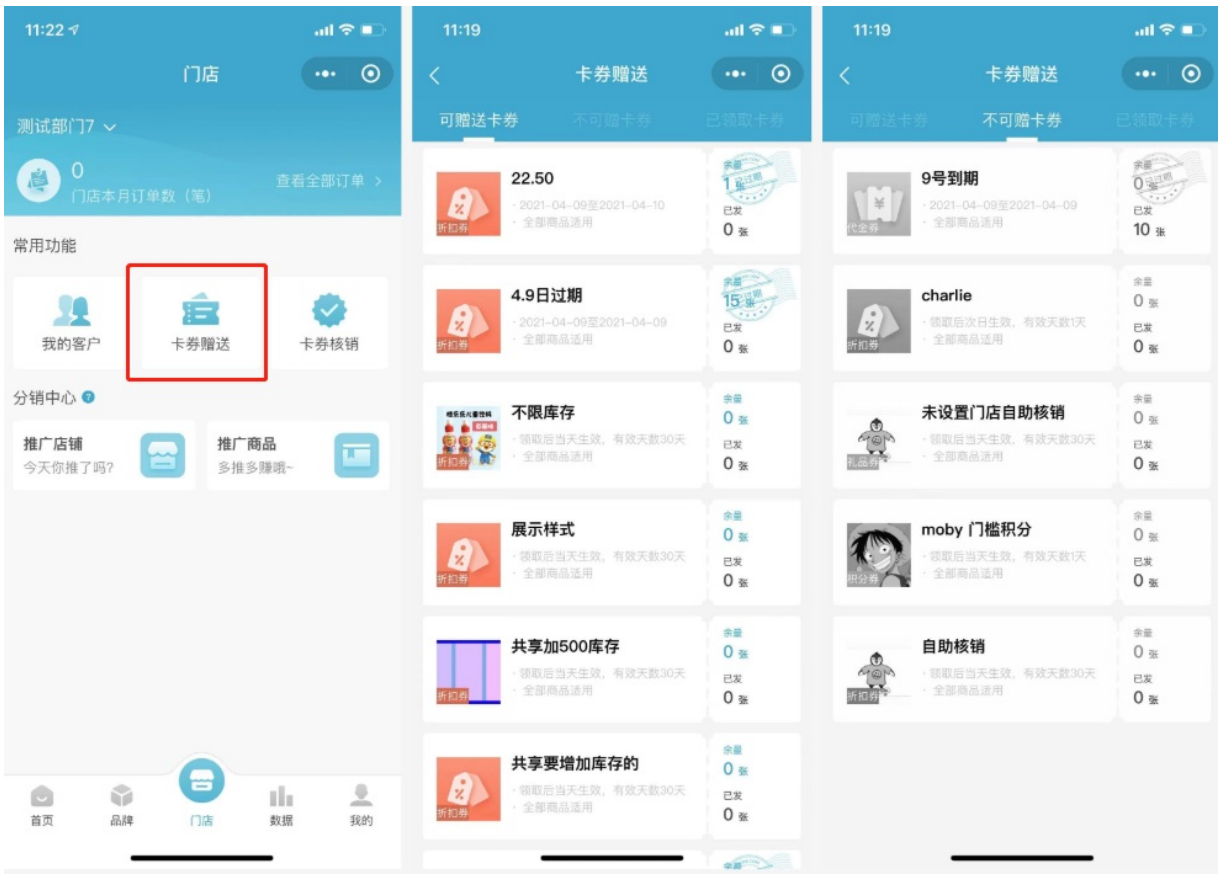
- 可赠送卡券：可以赠送给客户的优惠券

- 不可赠卡券：已过期或者无库存的优惠券
- 已领取卡券：赠送过的优惠券的领取数量与使用记录

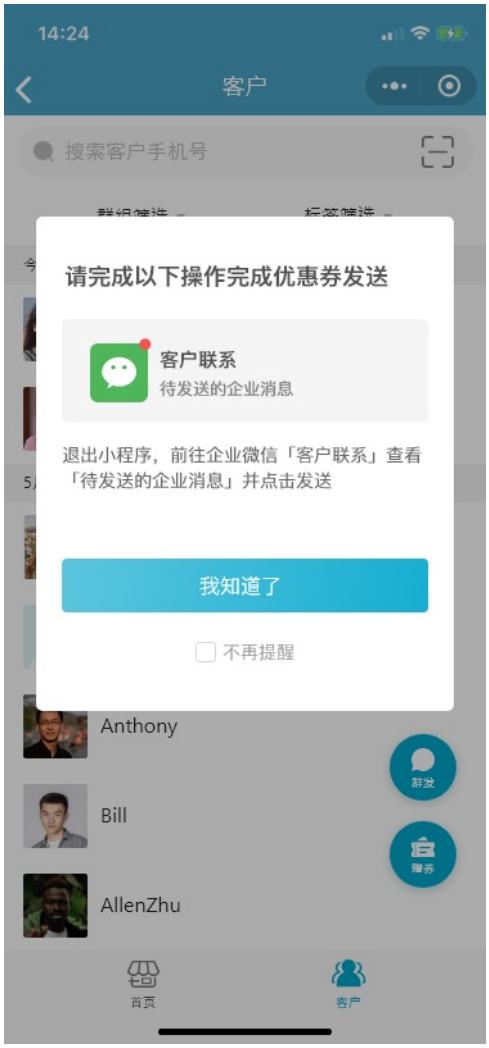
当前共支持三种向消费者赠券的方式

方式一：门店>卡券赠送>面对面或选择客户赠送

- 选择可赠送的卡券，会进去卡券详情，可以选择面对面赠送或者选择客户赠送
  - 面对面赠送会展示该优惠券二维码，客户扫描后可领取
  - 选择客户赠送会进入客户列表，选择想要发送的客户后会生成群发，导购在客户联系窗口确认群发后完成卡券的发送，客户单击群发的链接或者扫描小程序海报进行卡券的领取。



16:51
卡券详情
折扣券
1mm指定小店不适用
有效期：领取后即刻生效，有效期1小时
适用于部分门店
以下门店不可用，其他门店通用：门店3
优惠详情
无门槛打1折，全部商品适用。
使用须知
1mm指定小店不适用
操作提示
1mm指定小店不适用
面对面赠送
选择客户赠送
卡券赠送
1mm指定小店不适用
有效期：领取后即刻生效，有效期1小时
扫一扫二维码图案，领取卡券
选择客户
搜索
筛选
门店
全部选择
已选0
阿
Carter Hua
曾曦
椰子
unnerve
杨致远
非好友
立即赠送


14:24
客户
搜索客户手机号
请完成以下操作完成优惠券发送
客户联系
待发送的企业消息
退出小程序，前往企业微信「客户联系」查看「待发送的企业消息」并点击发送
我知道了
不再提醒
Anthony
Bill
AllenZhu
群发
赠券
首页
客户

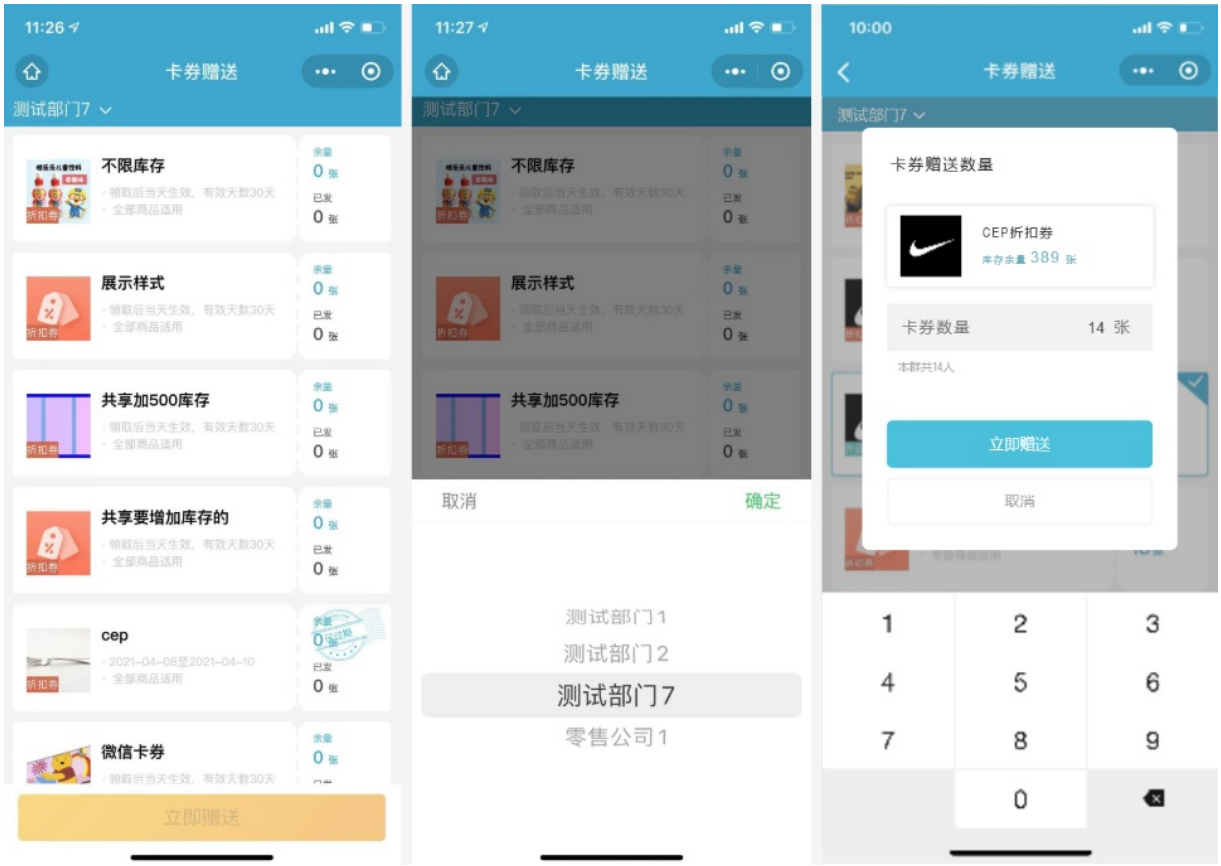
方式二：客户列表>批量赠券

进入客户列表，可以单击悬浮的**更多**按钮照导**赠券**功能，选择该功能后，需要对客户进行选择，选择想要发送的人群后，单击**下一步**选择优惠券后，同样会为导购创建优惠券群发，导购在客户联系窗口确认群发后完成卡券的发送，客户单击群发的链接进行卡券的领取。

方式三：聊天工具栏赠券

若赠送到群，可选择要消耗库存的门店，可选择赠送的数量。

10:39
4G
31
花
@微信
全球最大的中文搜索引擎，致力于让网民更便捷地获取信息，找到所求。百度超过千亿的中文...
2020年12月28日 14:47
5678
2月8日 10:08
星期一 15:50
你撤回了一条消息
星期二 16:03
您有一张卡券待领取
您的导购花花向您赠送了一张卡券，快来领取吧！
快捷回复
客户详情
客户订单
卡券赠送
按住 说话



10.9. 消息群发

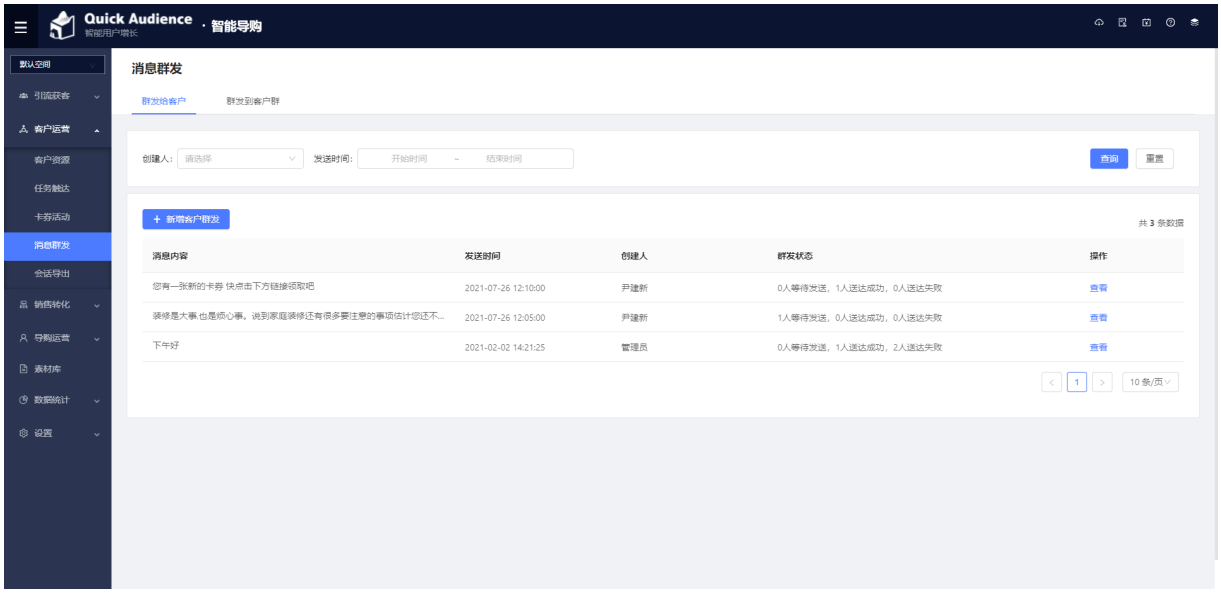
消息群发分为群发给客户和群发给客户群。

群发给客户

企业在后台统一配置有关产品介绍、品牌宣传、活动推广的群发消息内容，消息通知会通过企业微信下发给导购，导购确认后再分发给指定的绑定客户，以达到预期的品宣目的。

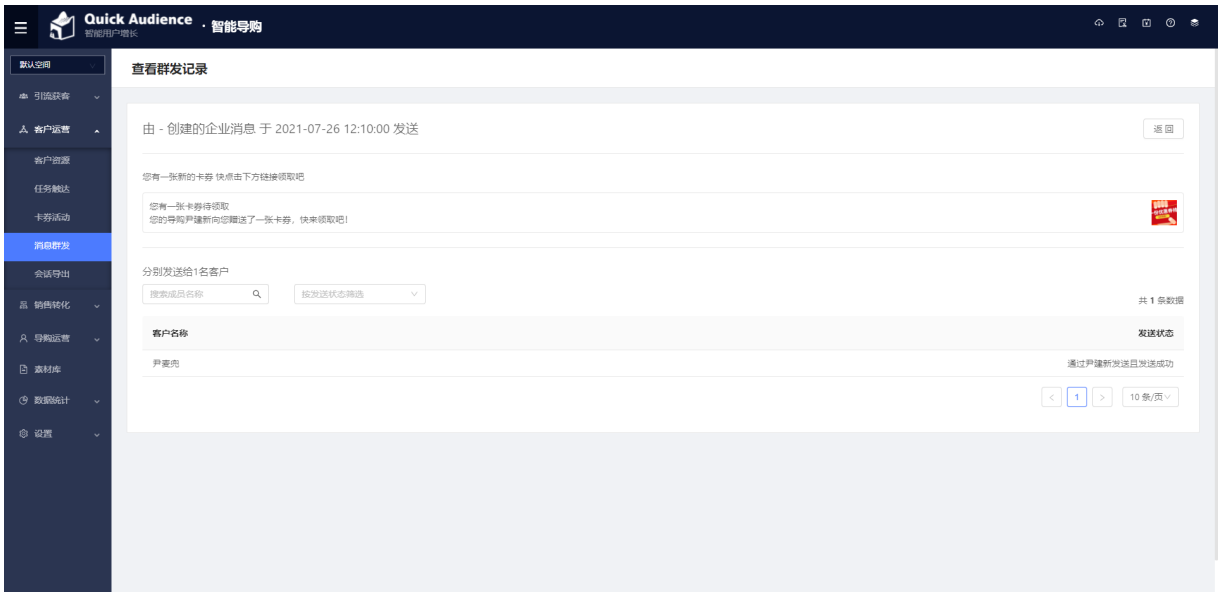
群发记录列表

- 单击**客户>群发给客户**进入群发记录列表页；
- 列表内展示消息内容概览、发送时间、创建人、群发状态等信息。
  - 发送时间指后台将群发消息通知下发给导购的时间；
  - 创建人即该条群发消息的创建者；
  - 群发状态统计该条群发消息覆盖的客户的发送情况（等待发送、送达成功、送达失败）。
  - 群发记录支持按群发消息创建人或发送时间段进行筛选。



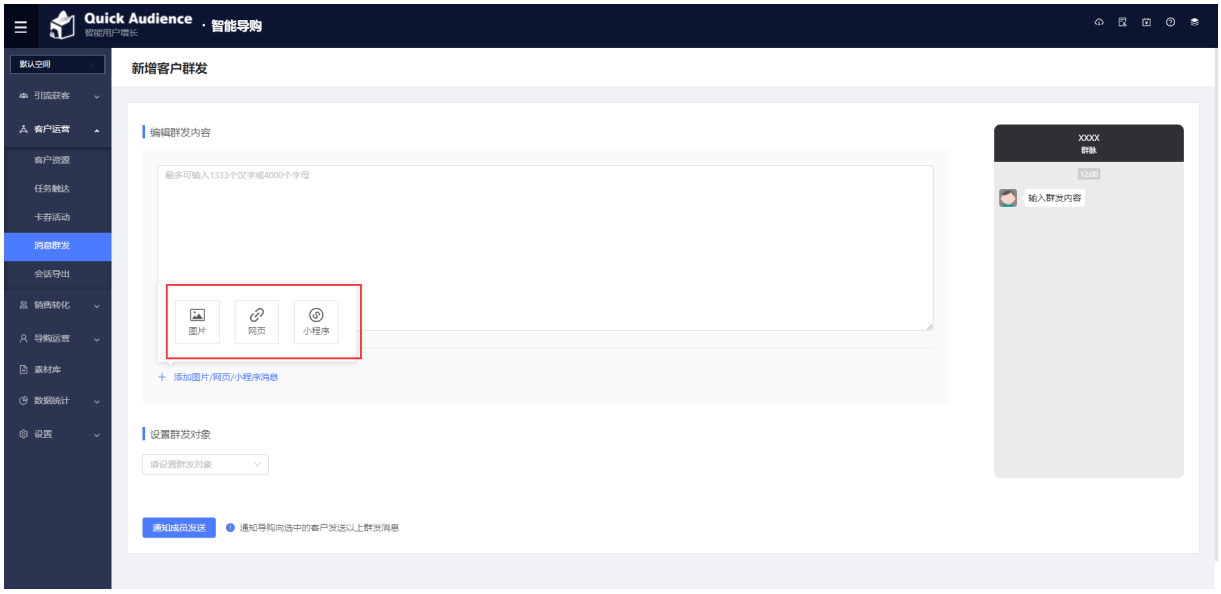
查看群发消息详情

- 单击指定的群发消息可查看群发消息详情；
- 群发记录详情页可查看群发消息的完整内容和群发对象；
- 展示需要发送的客户数量及发送明细。明细中显示每名客户的发送状态；
- 支持搜索指定客户的群发消息状态。也支持按群发消息的发送状态筛选出人群。



新建群发消息

- 单击**新增群发**进入群发消息编辑页；
- 支持添加文本消息或图片/网页/小程序消息，图片/网页/小程序消息只能添加其中一种内容。图片支持本地上传，最多添加一张。网页/小程序消息根据页面提示来添加。编辑后的内容可在右侧实时预览。
- 设置群发对象，支持选择全部外部联系人（即导购的客户）、按群组/按标签/按客户属性选择、手动导入。群组/标签/客户属性均来自社交互动后台创建的内容，可以帮助企业将群发内容更精准地推送给客户。

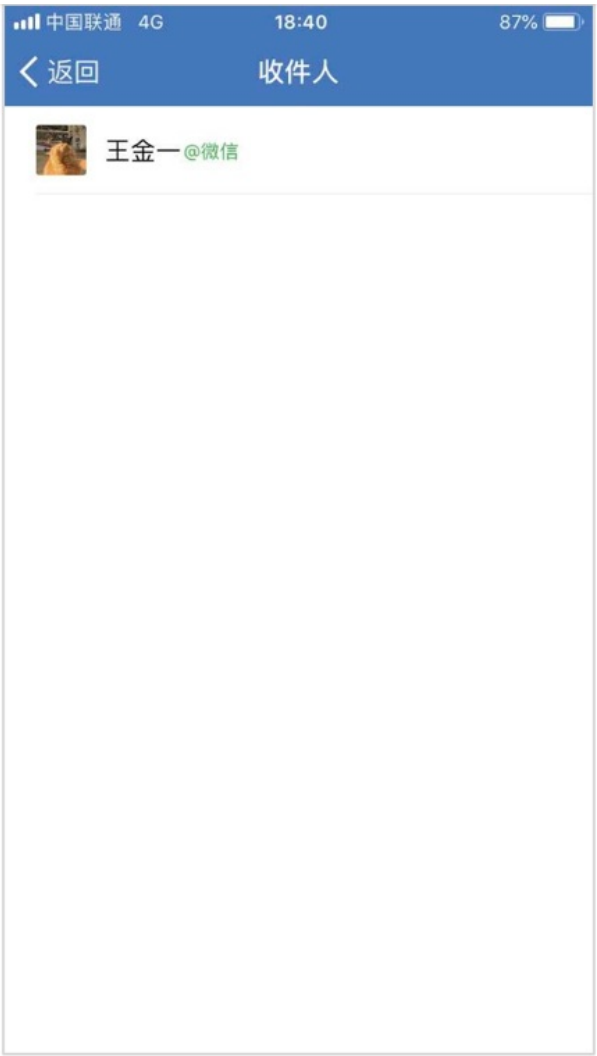


企业微信>群发消息给客户

后台创建群发消息后，对应的导购会在企业微信消息栏**客户联系**收到通知（红框所示）提醒有待发送的企业消息。单击后可查看群发消息详情和具体的发送对象。单击发送后，将会把企业配置好的文案发送到与客户的聊天对话框中。

中国联通 4G
18:40
87%
消息
其他身份
日程
待办
测试3
17:40
你收到一条新的任务
17:22
客户群
13:34
待发送的企业消息
测试1
13:15
你有一条任务待完成
10:15
客户联系
9:55
管理员李东杰更新了你的聊天工具栏
企业微信团队
9:53
新成员加入：悟空呀
消息
通讯录
工作台
我

中国联通 4G
18:40
87%
消息
客户联系
9月15日 15:45
管理员已将客户标签组"CEP的哈哈"删除
9月17日 15:51
綦然有5名客户需要分配处理
綦然已经离职，有5名客户需要分配给其他成员进行跟进
9月17日 18:09
管理员已将客户标签组"CEP的哈哈"删除
9月17日 20:05
待发送的企业消息
管理员分配给你发送的企业消息
前往发送，并进行后续的服务
333

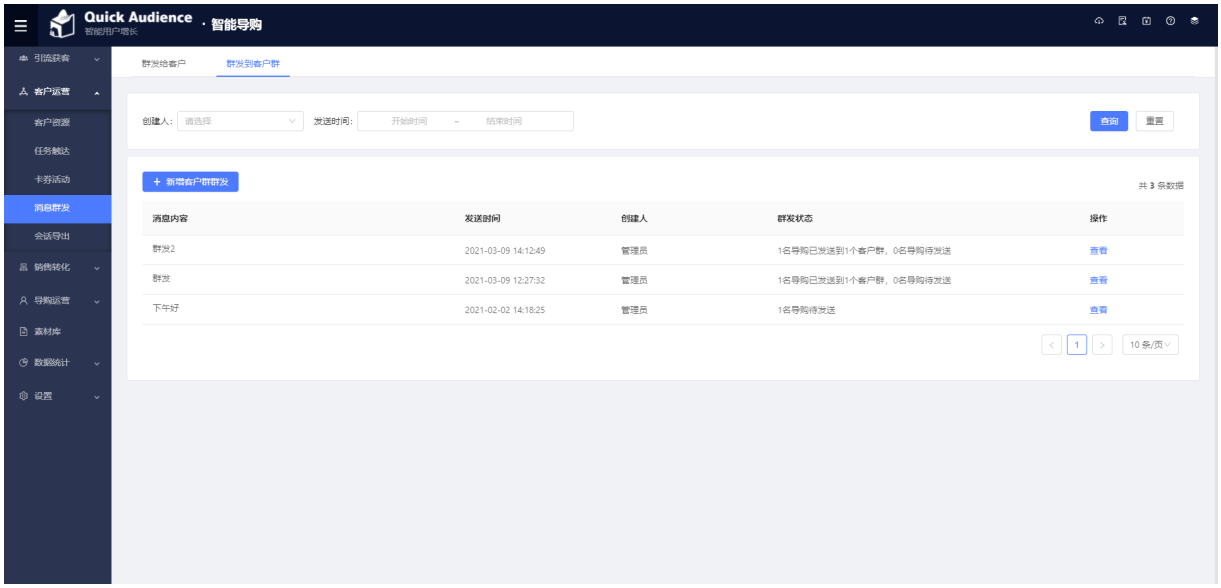


群发到客户群

企业在后台统一配置有关活动推广、客户群运营的群发消息内容，消息通知会通过企业微信下发给导购，导购确认后再分发给指定的客户群，以达到预期的运营目的。

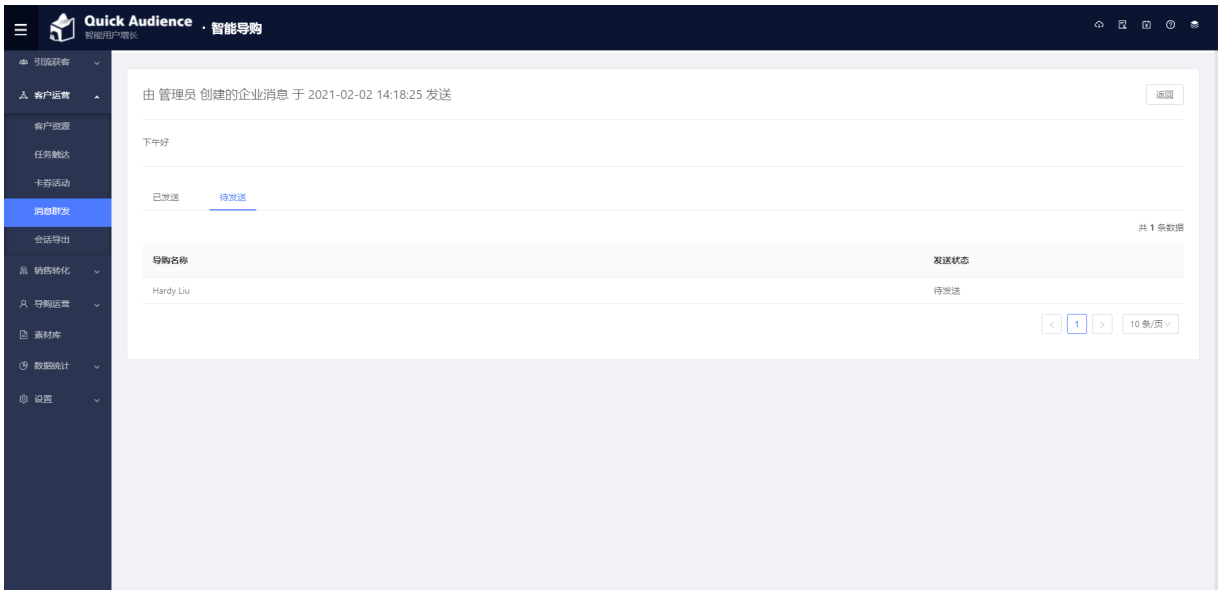
群发记录列表

- 单击**客户群>群发到客户群**进入群发记录列表页；
- 列表内展示消息内容概览、发送时间、创建人、群发状态等信息。
  - 发送时间指后台将群发消息通知下发给导购的时间；
  - 创建人即该条群发消息的创建者；
  - 群发状态统计该条群发消息覆盖的导购的发送情况
- 群发记录支持按群发消息创建人或发送时间段进行筛选。



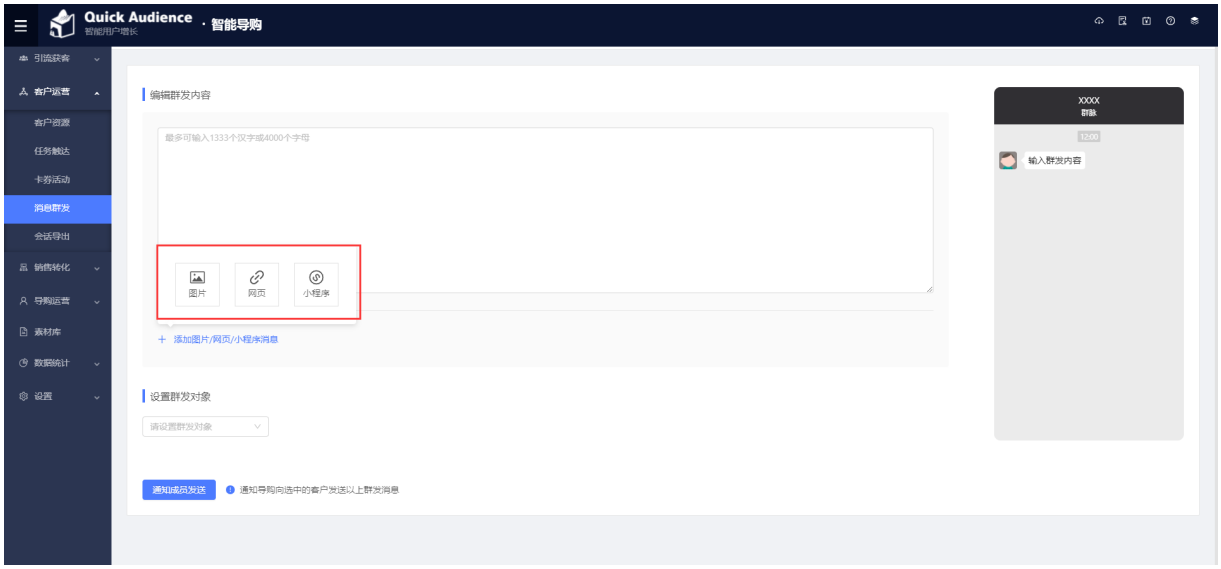
查看群发记录详情

- 单击指定的群发记录可查看群发记录详情；
- 群发记录详情页可查看群发消息的完整内容和执行群发的导购；
- 展示已发送和待发送的导购明细。成功发送的导购可查看发送的客户群名称。



新建群发消息

- 单击**新增群发**进入群发消息编辑页；
- 支持添加文本消息或图片/网页/小程序消息，图片/网页/小程序消息只能添加其中一种内容。图片支持本地上传，最多添加一张。网页/小程序消息根据页面提示来添加。编辑后的内容可在右侧实时预览。
- 设置群发对象，支持按群主选择/按群分组选择。选择指定的群主后，群发消息通知会通过企业微信发送给这些导购，导购确认后选择下发给指定的客户群。选择指定的客户群后，群发消息通知会通过企业微信发送给这些客户群对应的群主，群主确认后再进行下发。



企业微信>群发到客户群

后台创建群发消息后，对应的导购会在企业微信消息栏收到通知（红框所示）提醒有待发送的企业消息。单击后查看群发消息详情，可重新选择发送的客户群。默认选择全部客户群，也可重新选择指定的客户群达到更精确的运营目的。完成发送对象的选择后，单击发送就会把企业配置好的文案发送到对应的客户群。

10.10. 导购分销

导购分销包括分销商品、分销订单、数据分析、分佣记录、分销设置五部分。

分销功能的开启和关闭

- 分销订单、数据分析、分佣记录页面顶部显示分销功能开启/关闭的状态，单击“去开启”/“去停止”链接进入“分销设置”页面，开启/关闭分销功能。
- 开启导购分销功能后，门店>导购管理>导购列表会展示分销数据

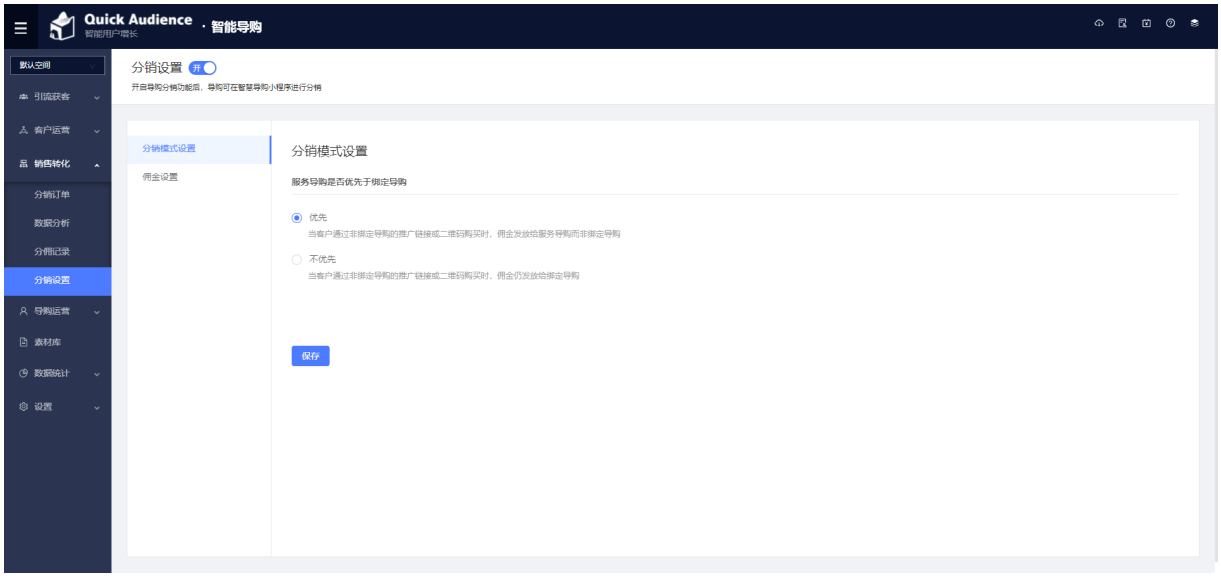
初始化

使用导购分销功能前，需要在分销设置进行初始化的设置

分销模式设置

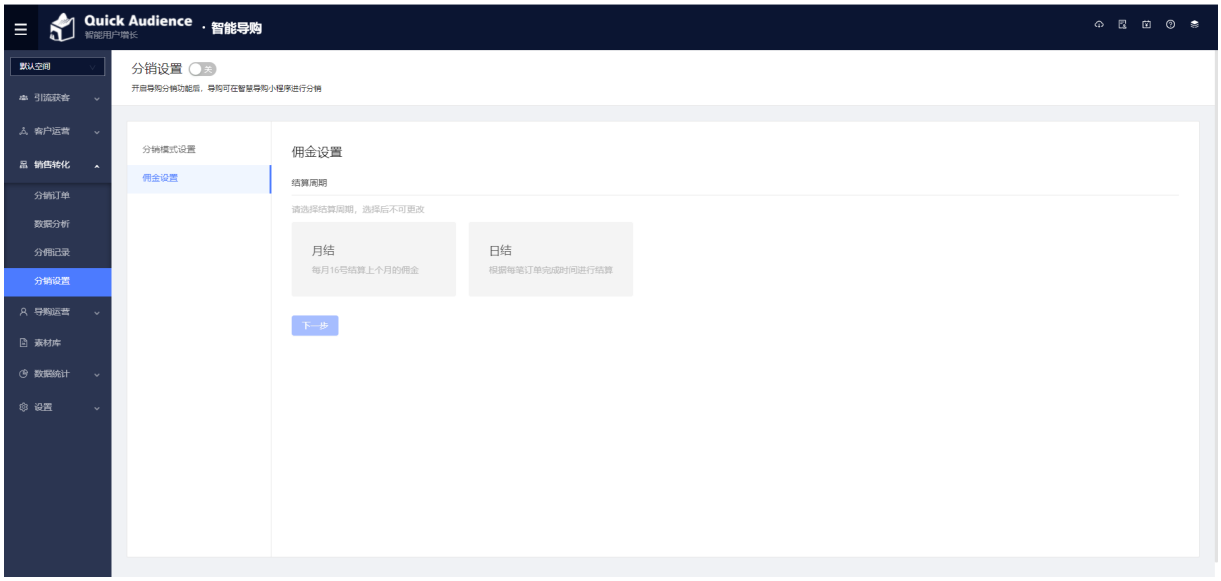
- 分销模式设置仅包括「服务导购是否优先于绑定导购」1种设置。
  - “服务导购”指：给客户发送推广链接或二维码的导购
  - 该项设置针对的场景为：当服务导购和绑定导购在同一门店，即“被推广客户的下单门店”的时候，佣金优先发放给谁
    - 选择“优先”：佣金发给服务导购

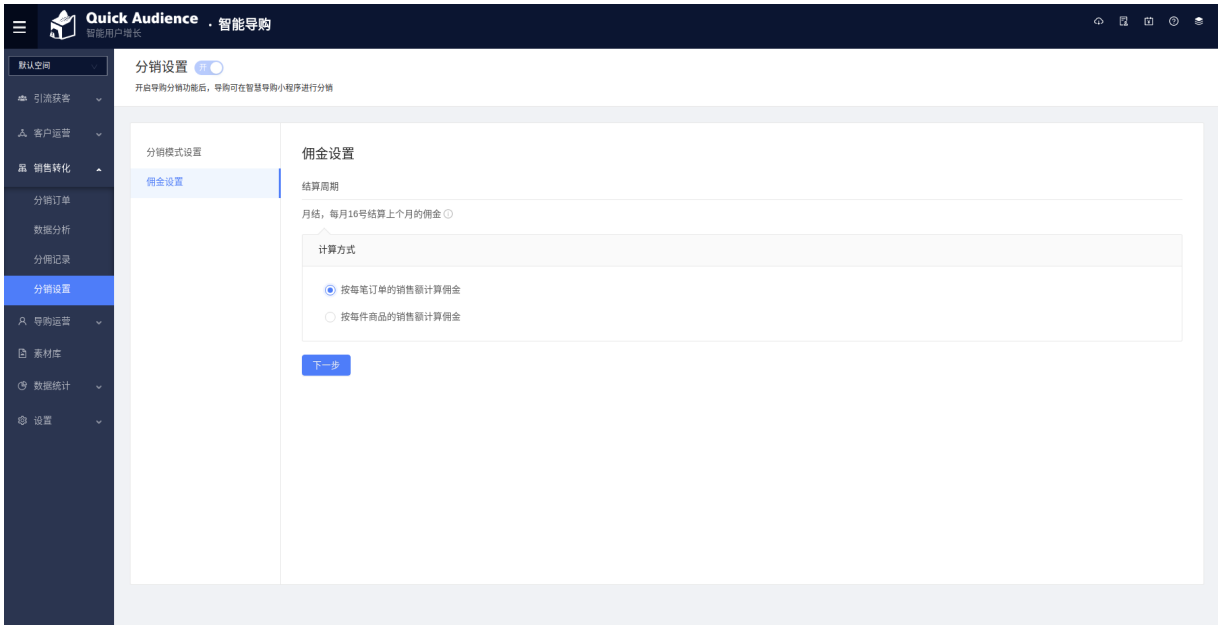
    - “不优先”：佣金发给绑定导购
- 说明：
  - 当服务导购与绑定导购不在同一个门店，推广的门店不会是同一个，此场景下，该笔推广订单与绑定导购无关，佣金发放给服务导购
  - 导购分销与客户的关系比大众分销员与客户的关系更强。
  - 当用户已绑定一个大众分销员，再绑定导购分销员时，自动与大众分销员解绑；
  - 当用户已绑定导购分销员后，无法再次绑定大众分销员。

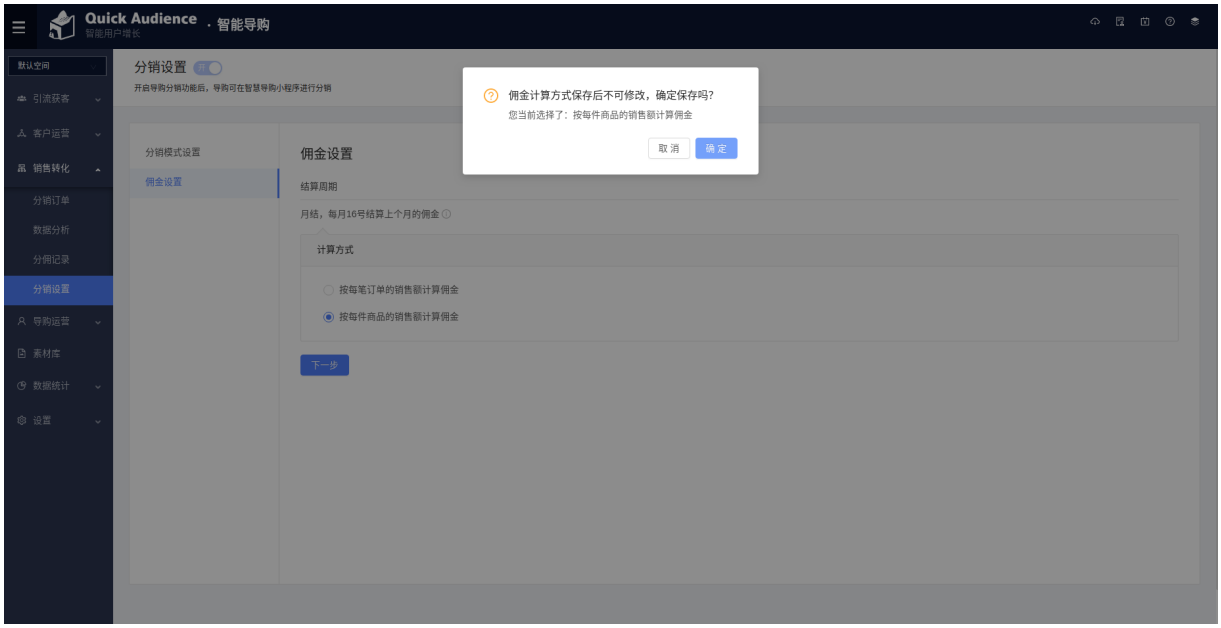


佣金设置

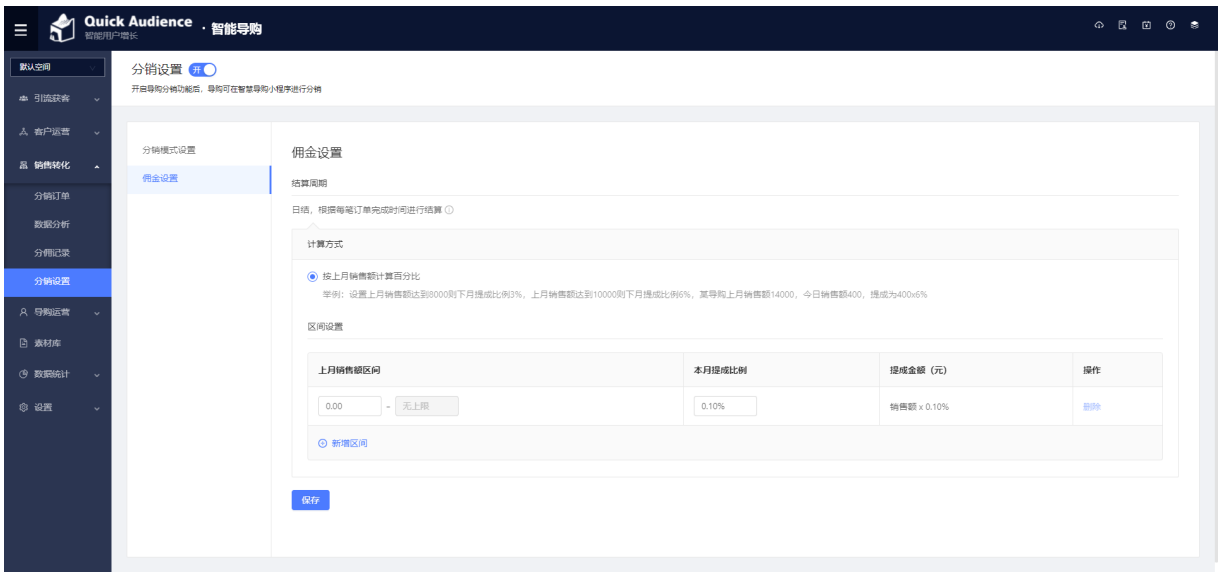
- 选择结算周期；
  - 月结（使用微信企业付款至零钱）
    - 月结，每月16 号发放上月交易完成订单的佣金；
    - 月结时支持设置代扣佣金个税，默认勾选，支持取消勾选；
      - 支持查看个税计算公式；
      - 后台勾选代扣佣金个税后，导购收到的佣金为代扣个税后的金额。
  - 日结（使用微信分账至零钱/微信企业付款至零钱）
    - 日结：订单售后维权期结束后自动发放佣金。
    - 日结仅支持“按上月销售额计算百分比”；
    - 日结不支持设置代扣个税；
- 选择佣金计算方式
  - 按照每笔订单的销售额计算佣金，支持添加多个销售额区间；
    - 阶梯提成示例：销售额10000~20000时，提成按3%计算；销售额20000以上，提成按5%计算；
  - 按照每件商品的销售额计算佣金
    - 设置商品默认佣金，若未为商品设置单独佣金，则使用默认佣金进行分佣
  - 选择后不可更改


Quick Audience
智能用户增长
· 智能导购
默认空间
引流获客
客户运营
销售转化
分销订单
数据分析
分佣记录
分销设置
导购运营
素材库
数据统计
设置
分销设置
开启导购分销功能后，导购可在智慧导购小程序进行分销
分销模式设置
佣金设置
佣金设置
结算周期
请选择结算周期，选择后不可更改
月结
每月16号结算上个月的佣金
日结
根据每笔订单完成时间进行结算
下一步

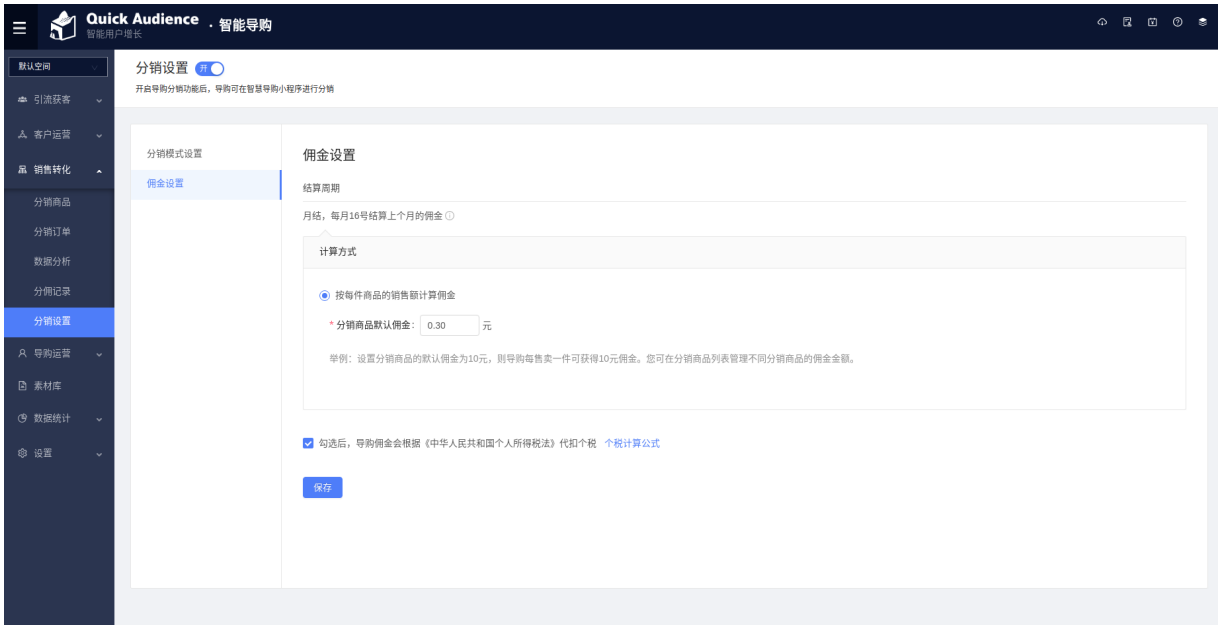

Quick Audience
智能用户增长
· 智能导购
默认空间
引流获客
客户运营
销售转化
分销订单
数据分析
分佣记录
分销设置
导购运营
素材库
数据统计
设置
分销设置
开
开启导购分销功能后，导购可在智慧导购小程序进行分销
分销模式设置
佣金设置
佣金设置
结算周期
月结，每月16号结算上个月的佣金
计算方式
按每笔订单的销售额计算佣金
按每件商品的销售额计算佣金
下一步



订单品销售额计算分佣



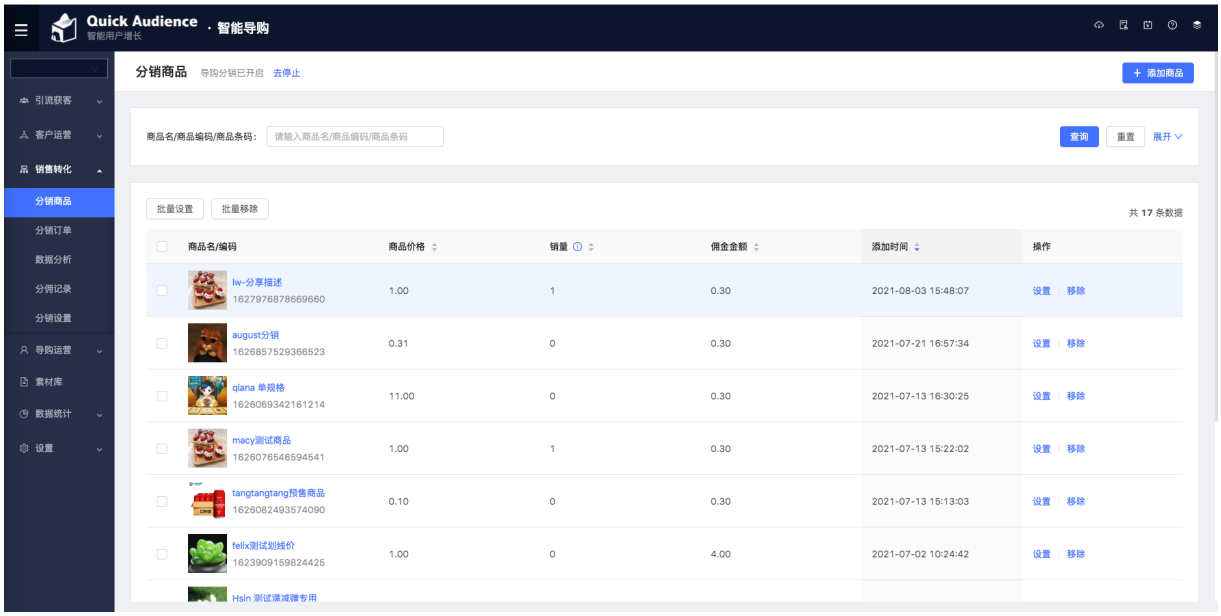
商品销售额计算分佣

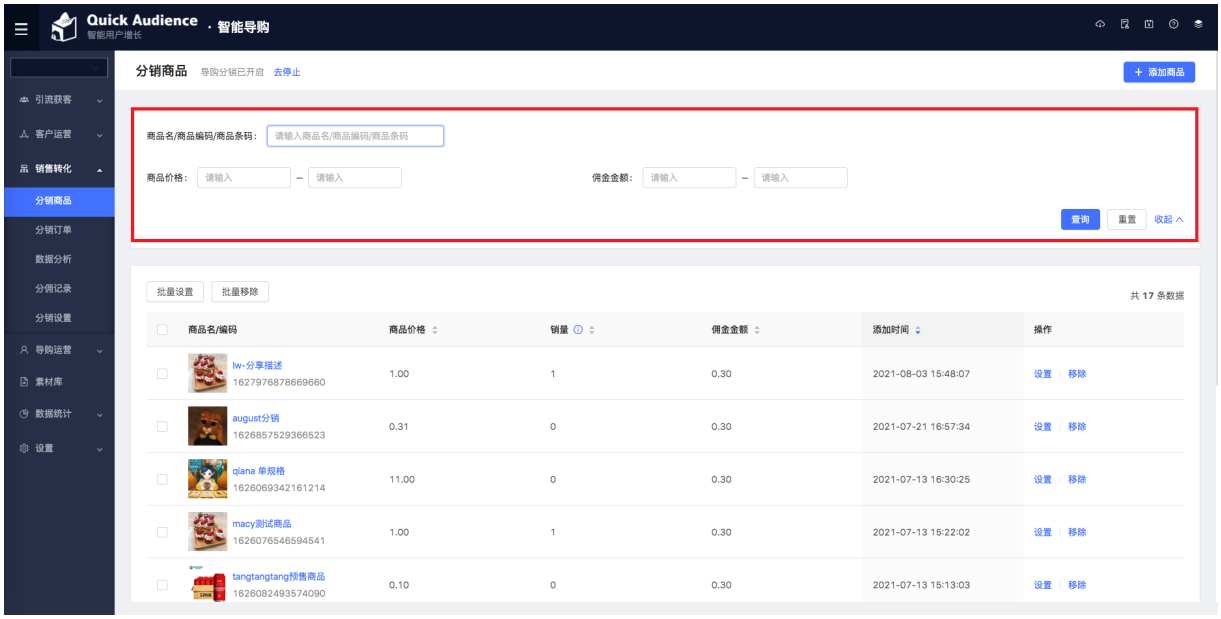


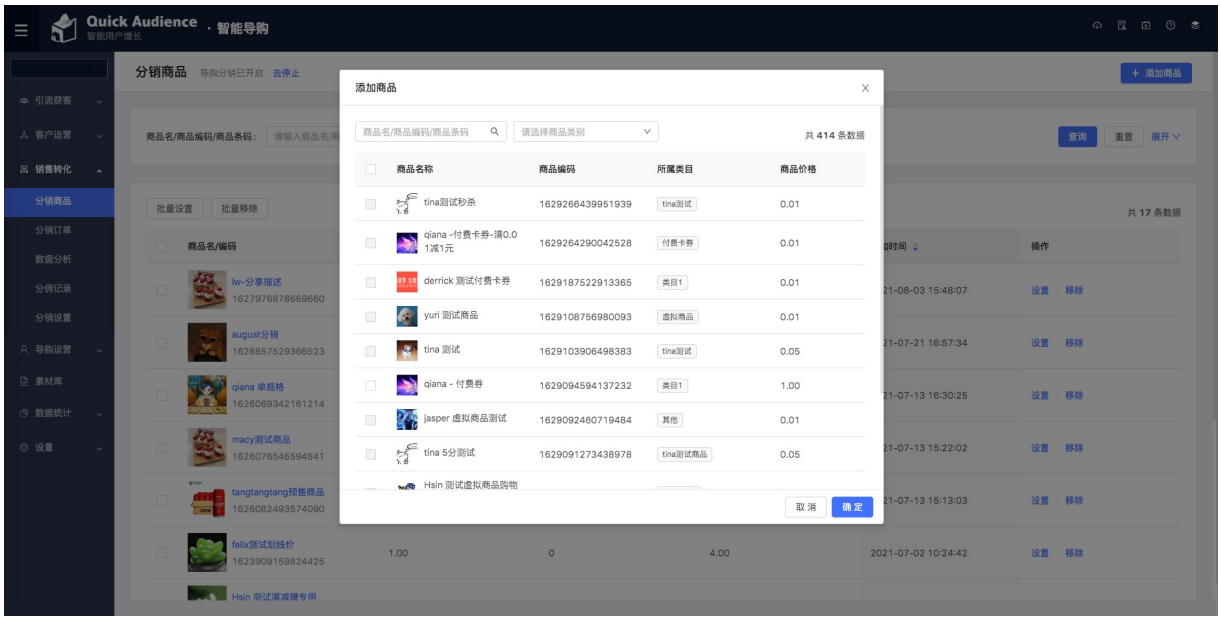
分销商品

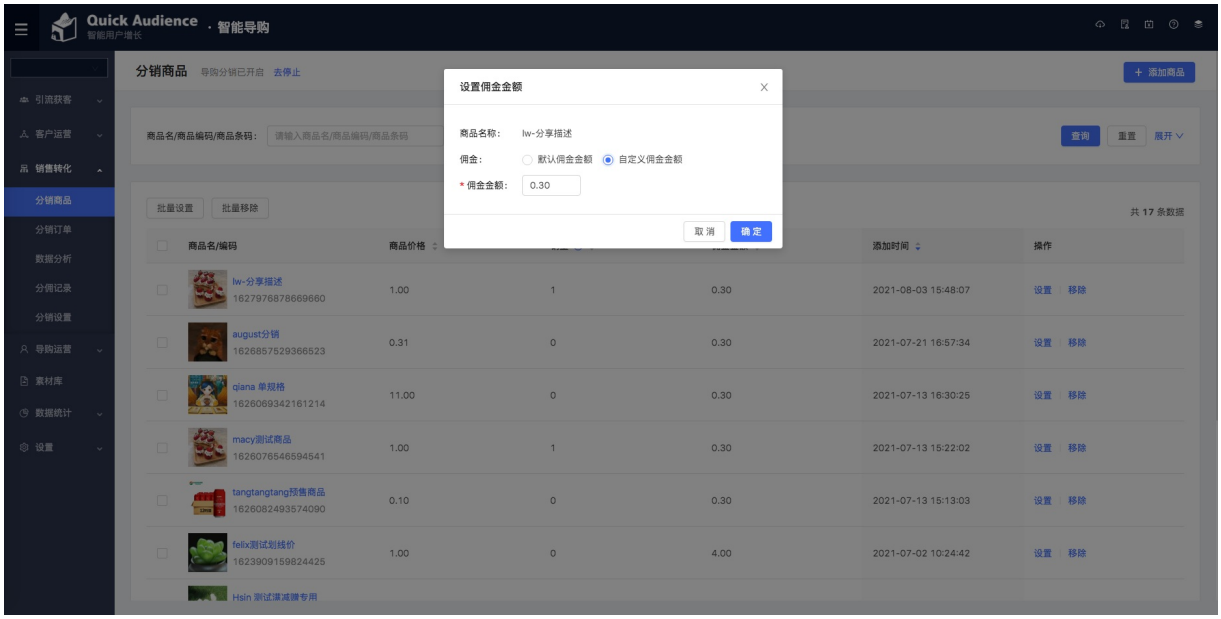
选择「按每件商品的销售额计算佣金」模式下进行分销商品的添加、查看、编辑、移除等管理操作

- 支持选择私域商城应用中的销售中商品并添加为分销商品
- 支持单击商品名称跳转零售应用对应的商品详情预览页面
- 支持按商品名/商品编码/商品条码搜索分销商品
- 支持按商品价格/佣金金额筛选分销商品
  - 新增佣金金额的筛选项，支持输入金额范围。输入数字自动填充为两位小数
- 支持设置分销商品的佣金金额
  - 选择默认佣金金额不支持编辑佣金值。选择自定义佣金金额支持编辑佣金值
- 支持移除列表中的分销商品，单击移除弹出二次确认框
- 支持对商品价格/商品销量/佣金金额/添加时间排序



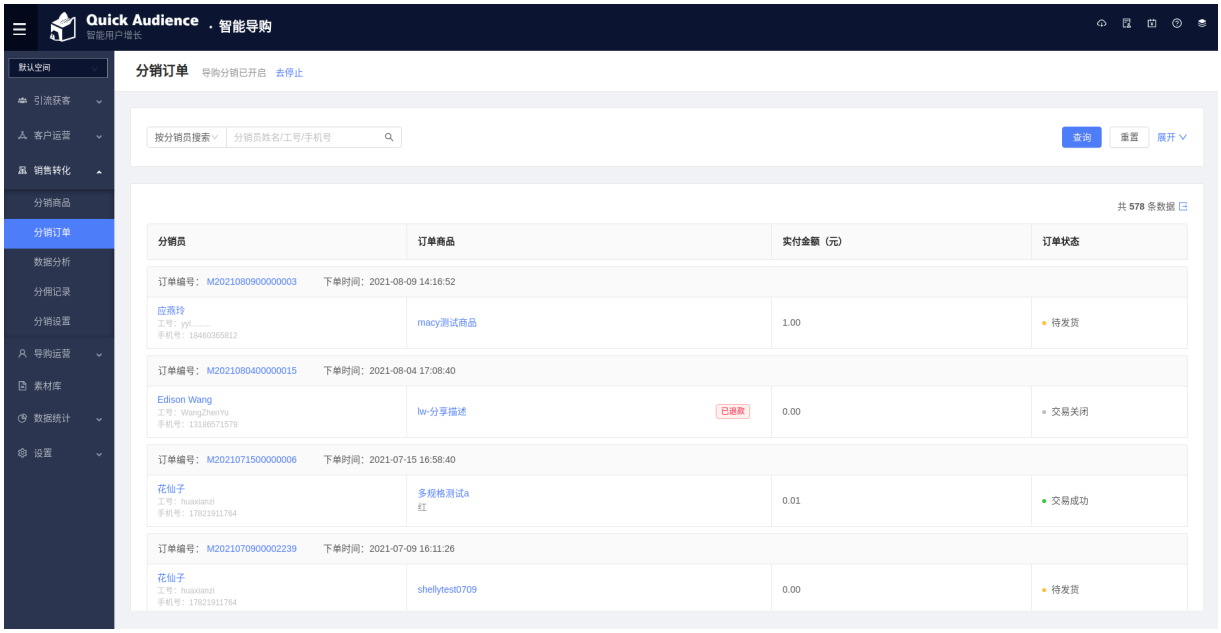

Quick Audience
智能用户增长
· 智能导购
分销商品
导购分销已开启 去停止
+ 添加商品
引流获客
客户运营
销售转化
分销商品
分销订单
数据分析
分佣记录
分销设置
导购运营
素材库
数据统计
设置
商品名/商品编码/商品条码：
请输入商品名/商品编码/商品条码
商品价格：
请输入
佣金金额：
查询
重置
收起
批量设置
批量移除
共 17 条数据
商品名/编码
商品价格
销量
佣金金额
添加时间
操作
lw-分享描述
1627976878669660
1.00
1
0.30
2021-08-03 15:48:07
设置
移除
august分销
1626857529366523
0.31
0
0.30
2021-07-21 16:57:34
qiana 单规格
1626069342161214
11.00
0
0.30
2021-07-13 16:30:25
macy测试商品
1626076546594541
1.00
1
0.30
2021-07-13 15:22:02
tangtangtang预售商品
1626082493574090
0.10
0
0.30
2021-07-13 15:13:03

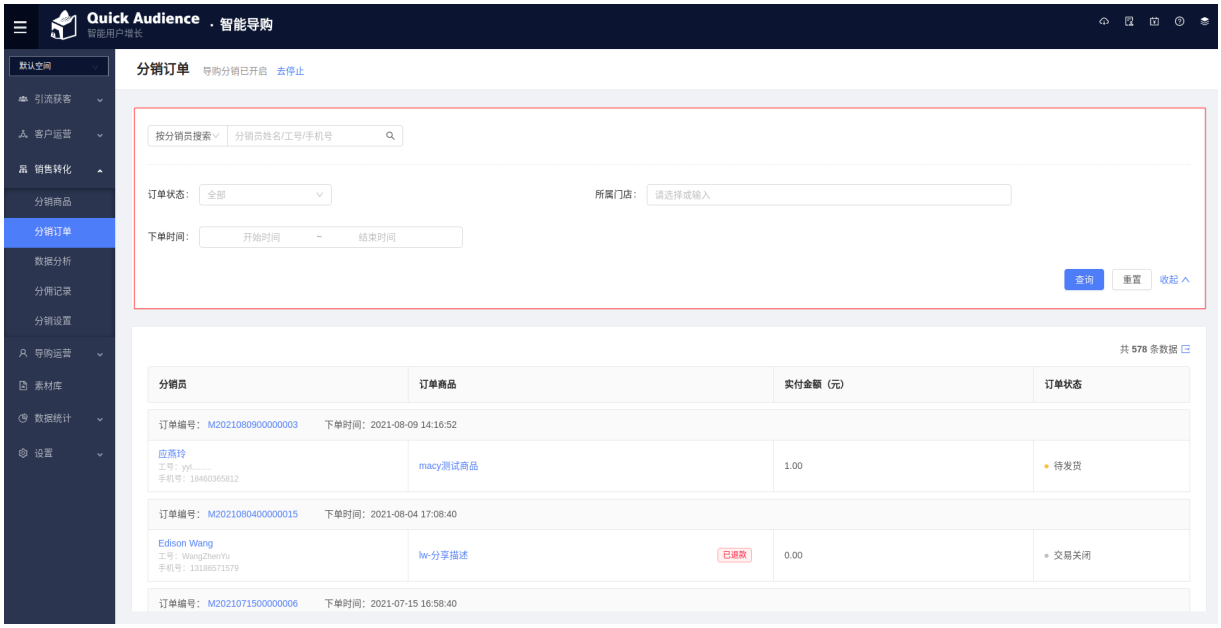

Quick Audience
智能用户增长
· 智能导购
分销商品
添加商品
商品名/商品编码/商品条码
请选择商品类别
共 414 条数据
商品名称
商品编码
所属类目
商品价格
tina测试秒杀
1629266439951939
tina测试
0.01
qiana -付费卡券-满0.01减1元
1629264290042528
付费卡券
0.01
derrick 测试付费卡券
1629187522913365
类目1
0.01
yuri 测试商品
1629108756980093
虚拟商品
0.01
tina 测试
1629103906498383
tina测试
0.05
qiana - 付费券
1629094594137232
类目1
1.00
jasper 虚拟商品测试
1629092460719484
其他
0.01
tina 5分测试
1629091273438978
tina测试商品
0.05
Hsin 测试虚拟商品购物
取消
确定



分销订单

- 分销订单页面显示通过导购推广的小程序进入商城（直接单击导购发送的推广小程序卡片、扫描导购的推广二维码进入）以及有绑定导购的客户自主进入商城产生的全部订单。
- 订单列表展示订单编号、下单时间、分销员姓名、工号、手机号、商品名称、商品规格、实付金额、订单状态信息；
  - 单击订单编号跳转至零售后台的订单详情页面；
  - 单击分销员姓名跳转至导购详情页面；
  - 单击商品名称跳转至零售后台的商品详情页面。
- 支持通过分销员姓名、工号、手机号、订单编号进行搜索；
  - 分销员工号、手机号和订单编号为精确搜索；
  - 分销员姓名为模糊匹配。
- 支持通过所属门店、下单时间、订单状态进行筛选；

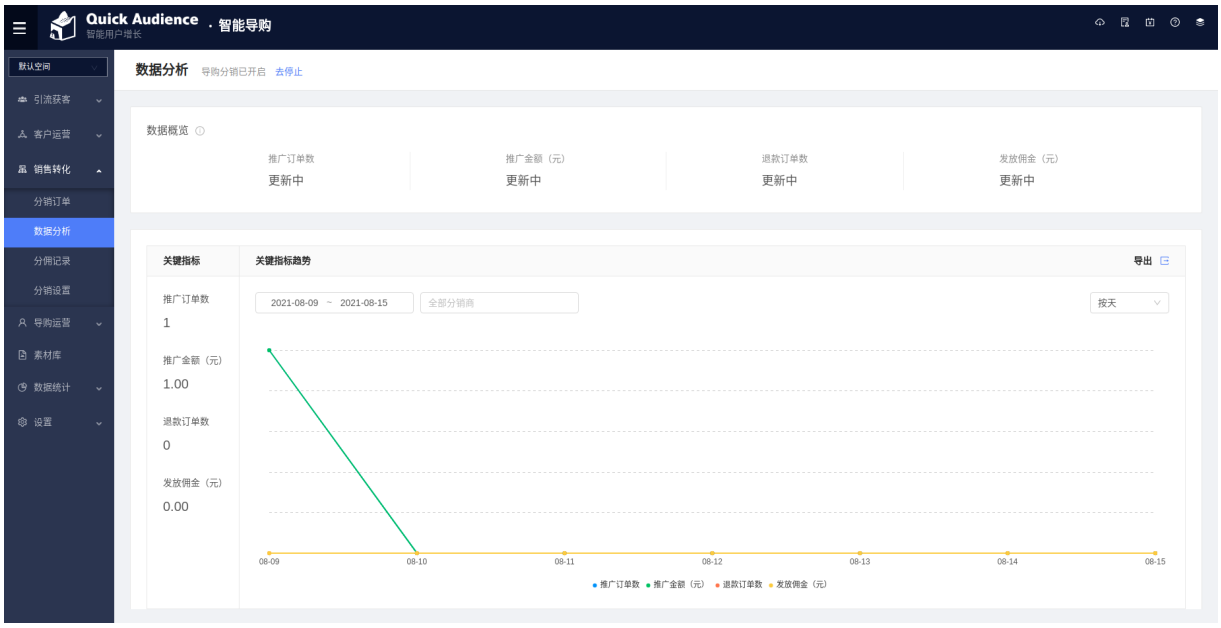


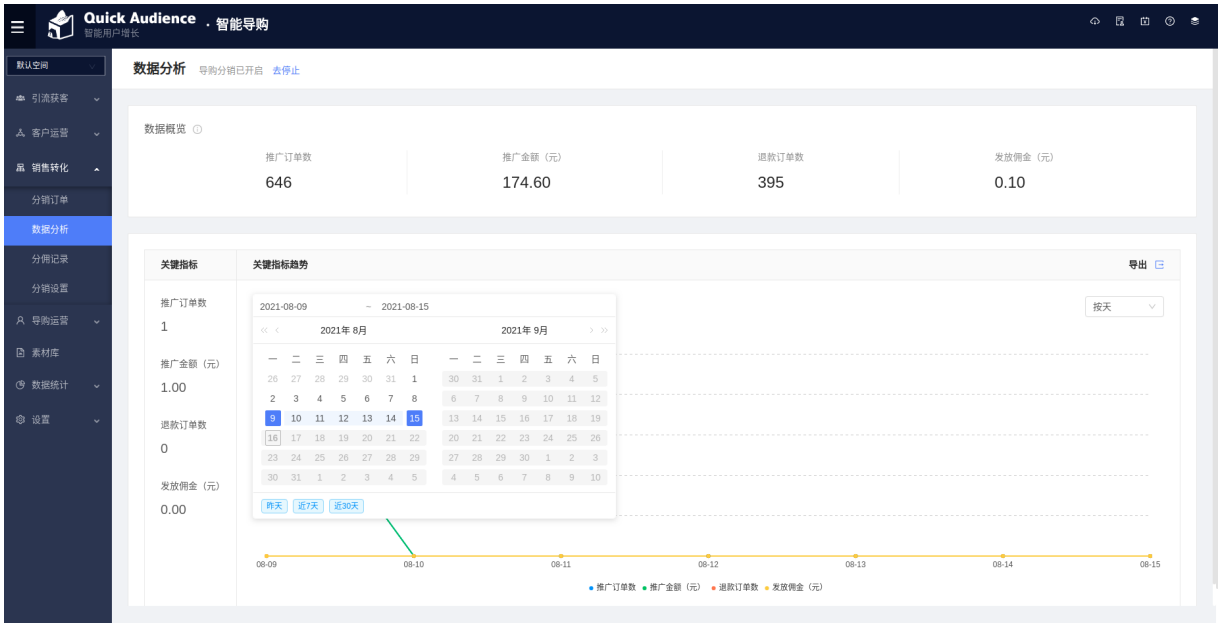


数据分析

- 数据概览
  - 展示推广订单数、推广金额、退款金额、发放佣金。
    - 推广订单数：导购分销员的绑定客户与服务客户所支付的订单数量。
    - 推广金额：导购分销员的绑定客户与服务客户所支付的订单商品金额总和。
    - 退款金额：导购分销员的绑定客户与服务客户所支付订单中退款商品金额总和。
    - 发放佣金：所有导购分销员已结算佣金的总和。
- 趋势图
  - 支持按时间和所属门店筛选查看推广订单数、推广金额、退款金额、发放佣金以及各指标的趋势。
    - 默认显示最近7天数据，支持自定义日期；

- 支持按日、周、月查看各指标趋势；
- 默认显示全部门店，支持切换门店。

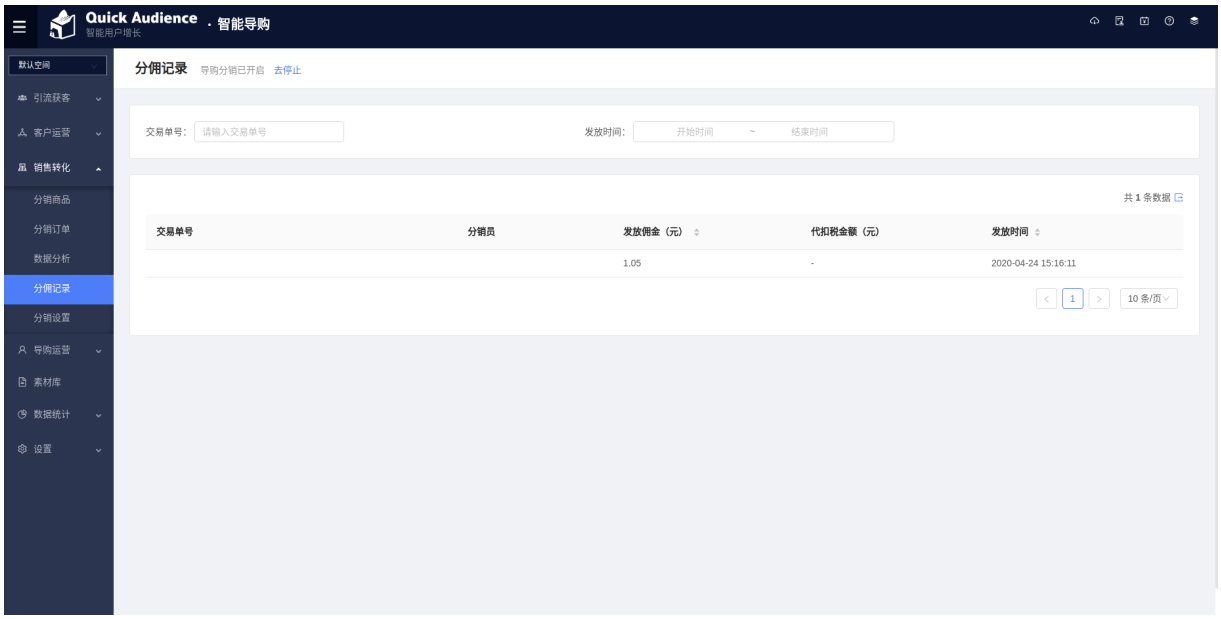




分佣记录

- 分佣记录展示所有佣金的发放记录；
  - 分佣记录列表展示交易单号、分销员姓名、发放佣金、发放时间；
  - 默认按照发放时间倒序显示；
  - 支持按照发放时间和发放佣金排序。
- 搜索&筛选
  - 支持按交易单号进行搜索；
  - 交易单号需完全匹配。

- 支持按照发放时间进行筛选。
- 支持全部/筛选导出分佣记录。



导购小程序

- 门店页面增加导购分销相关内容
  - 分销订单
    - 支持查看导购在当前门店的推广订单（已支付）和订单记录；
    - 订单列表默认按照支付顺序倒序排列。
  - 分销中心
    - 推广店铺
      - 单击推广店铺生成推广二维码（含当前所在门店参数），支持保存至本地，或直接发送给客户
    - 推广商品
      - 展示当前店铺全部商品列表，默认按照商品上架时间倒序排列，支持按照销量和价格排序
      - 单击推广商品支持生成推广二维码（含当前所在门店参数），支持保存至本地，或直接发送给客户
    - 分销订单
      - 支持查看全部已支付的分销订单，默认按照支付顺序倒序排列
      - 订单状态标签有两种
        - 交易完成/交易关闭
        - 待收货/待发货/待接单等其他订单状态
    - 分销规则
      - 支持查看分销以及分佣规则，根据后台设置的规则动态展示
- 数据页面展示分销数据
- 个人中心的收益记录展示分销佣金的入账记录
  - 日结和月结的展示方式不一样

14:24
智慧导购
丛林宝贝静安寺店
31
门店本月订单数（笔）
查看全部订单
常用功能
我的客户
卡券赠送
卡券核销
分销中心
点击查看分销规则
推广店铺
今天你推了吗?
推广商品
多推多赚哦～
首页
排行榜
门店
数据
我的

14:24
推广商品
搜索商品
按销量排序
按价格排序
好孩子纯棉宝宝毛巾
已销1569件
¥109.00 ¥208.99
推广商品
好孩子纯棉宝宝毛巾好孩子纯棉宝宝毛巾好孩子纯棉宝宝毛巾好孩子纯棉宝...
已销1569件
¥99.00
海报已保存至手机相册
推广商品
好孩子纯棉宝宝毛巾好孩子纯棉宝宝毛巾好孩子纯棉宝宝毛巾好孩子纯棉宝...
已销1569件
¥109899.00 ¥208000.99
推广商品
好孩子纯棉宝宝毛巾
已销1569件
¥109.00 ¥208.99
推广商品
好孩子纯棉宝宝毛巾好孩子纯棉宝宝毛巾好孩子纯棉宝宝毛巾好孩子纯棉宝...
已销1569件
¥99.00
推广商品
好孩子纯棉宝宝毛巾好孩子纯棉宝宝毛巾好孩子纯棉宝宝毛巾好孩子纯棉宝...
已销1569件
推广商品
14:24

推广订单记录
2020年
3月
累计推广金额(元)
点击弹出「金额统计规则」
32,060.54（销售额¥28,774.10）
客户：傻傻可爱的熊仔
待收货
订单编号：15698654857812
下单时间：2019/11/19 16:53:47
日本进口婴儿纸尿裤轻薄透气自在呼吸
¥ 98.99
x2
1段
宝宝爽身粉茉莉清香宝宝爽身粉茉莉清香宝宝爽身粉
¥ 66.00
x1
M | 芒果黄芒果黄芒果黄芒果
实付总额：
¥ 263.98
客户：傻傻可爱的熊仔
交易完成
订单编号：15698654857812
下单时间：2019/11/19 16:53:47
日本进口婴儿纸尿裤轻薄透气自在呼吸
¥ 98.99
x2
1段
已退款
宝宝爽身粉茉莉清香宝宝爽身粉茉莉清香宝宝爽身粉
¥ 66.00
x1
M | 芒果黄芒果黄芒果黄芒果
实付总额：
¥ 263.98
客户：傻傻可爱的熊仔
待发货
订单编号：15698654857812
下单时间：2019/11/19 16:53:47
日本进口婴儿纸尿裤轻薄透气自在呼吸
¥ 98.99
x2

1段
宝宝爽身粉茉莉清香宝宝爽身粉茉莉清香宝宝爽身粉
¥ 66.00
x1
M | 芒果黄芒果黄芒果黄芒果
实付总额：
¥ 263.98
客户：傻傻可爱的熊仔
交易关闭
订单编号：15698654857812
下单时间：2019/11/19 16:53:47
日本进口婴儿纸尿裤轻薄透气自在呼吸
¥ 98.99
x2
1段

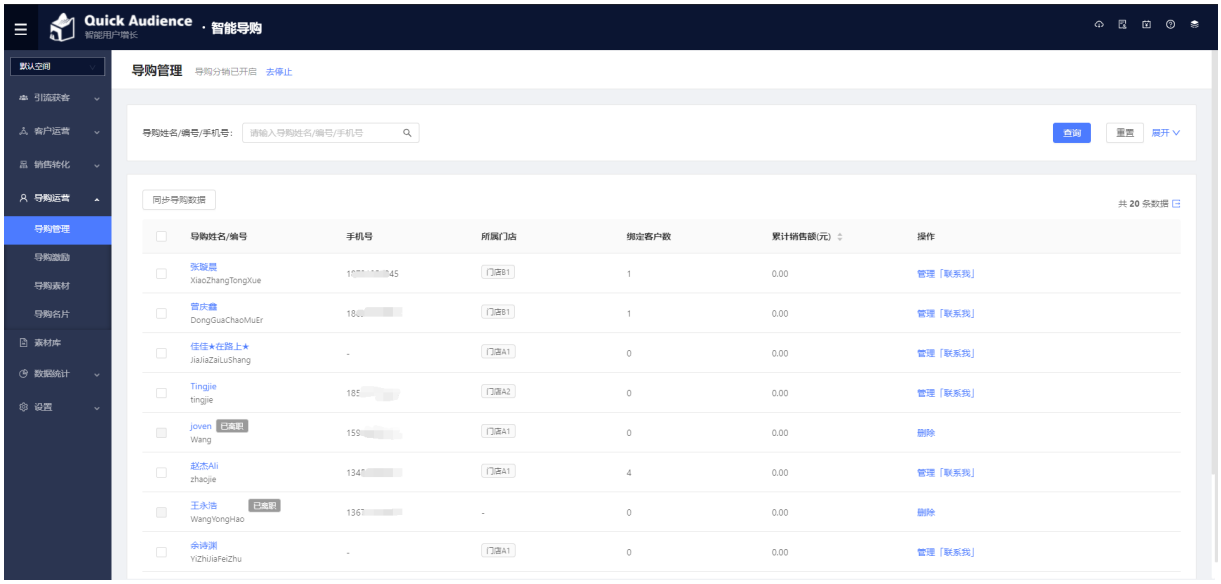
14:24
智慧导购
基础数据
103
当前绑定客户数
3
累计流失客户数
19/22
任务完成度
211
累计卡券发放数
64
累计卡券核销数
分销数据
1980.00
累计销售金额
39
累计完成订单数
2387.32
累计推广金额
49
累计推广订单数
10
退款订单数
群数据
更新时间：2020-06-06 00:00:00
198
群成员总数
25
累计退群人数
6
新增人数
较昨日 -1
981
群消息数
较昨日 +207
3.6
人均发言次数
较昨日 +1.2
29.1%
发言人数占比
较昨日 -8.3%
首页
排行榜
门店
数据
我的

10.11. 导购管理

导购管理主要用来查看导购个人信息和数据统计。

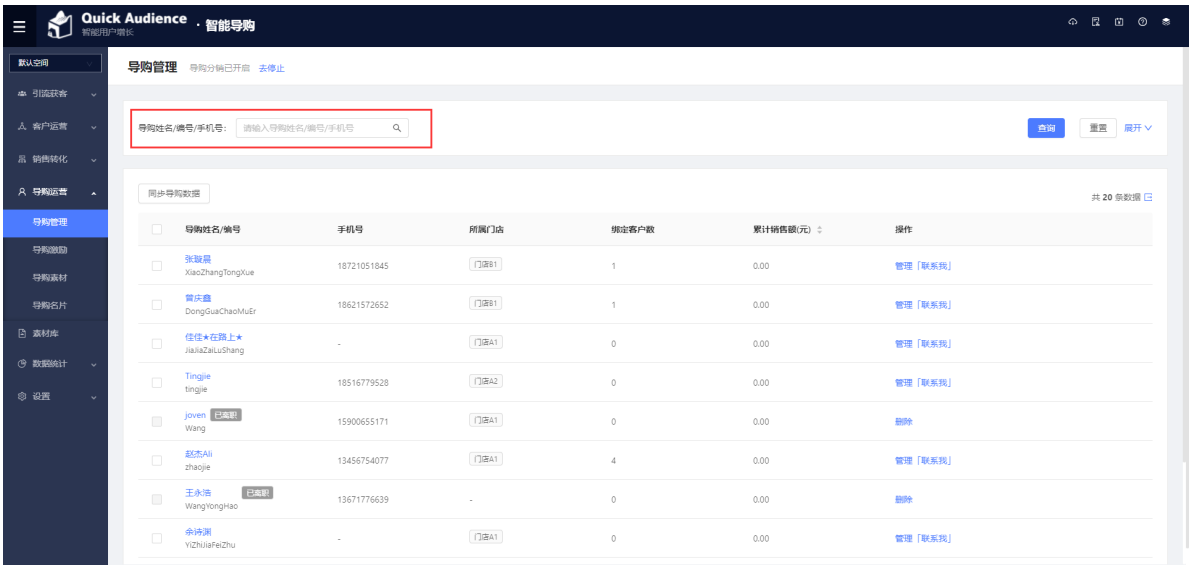
导购列表

展示导购姓名，编号，导购状态，手机号，所属门店和导购个人欢迎语；

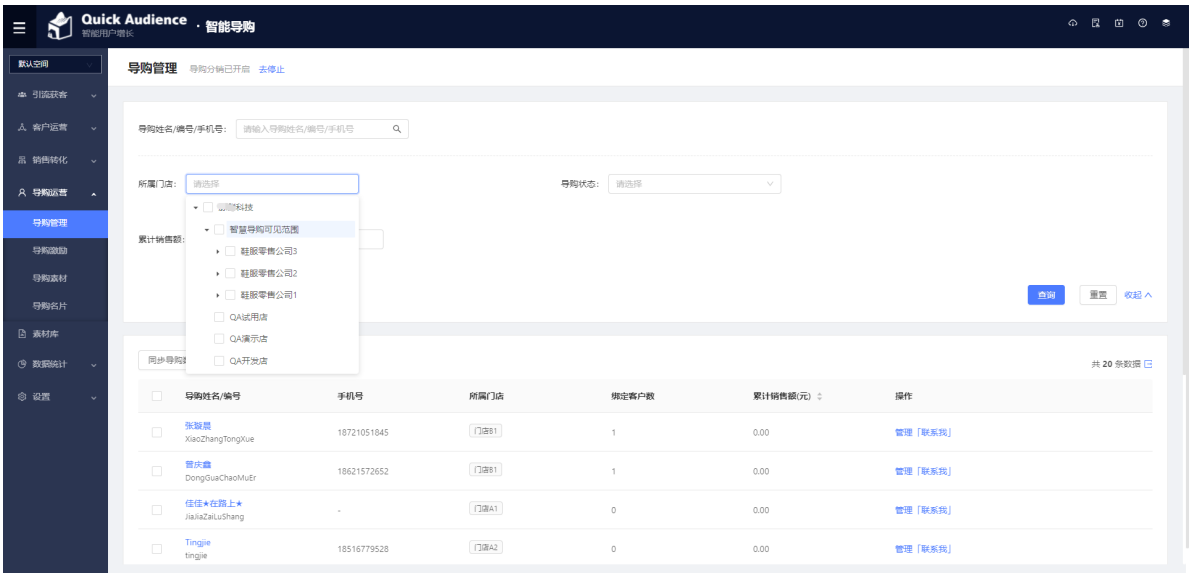


导购搜索/筛选

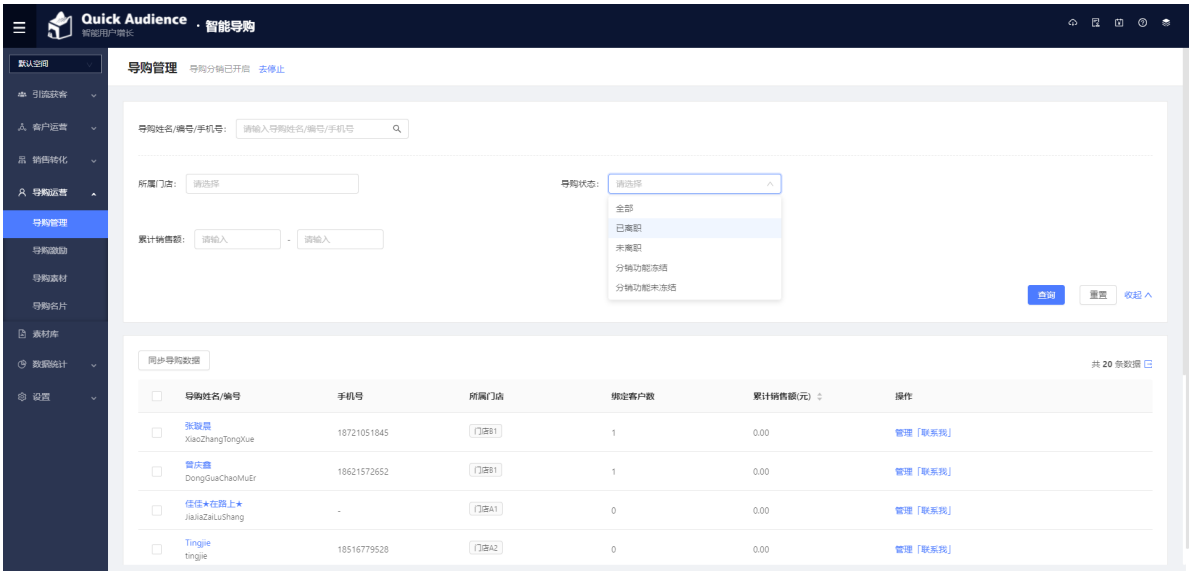
- 导购姓名/编号/手机号搜索：可通过导购姓名，编号和手机号进行搜索；姓名为模糊搜索，编号和手机号为精确搜索。



- 所属门店筛选：可以根据导购所属门店进行筛选，展示筛选门店下的导购列表。

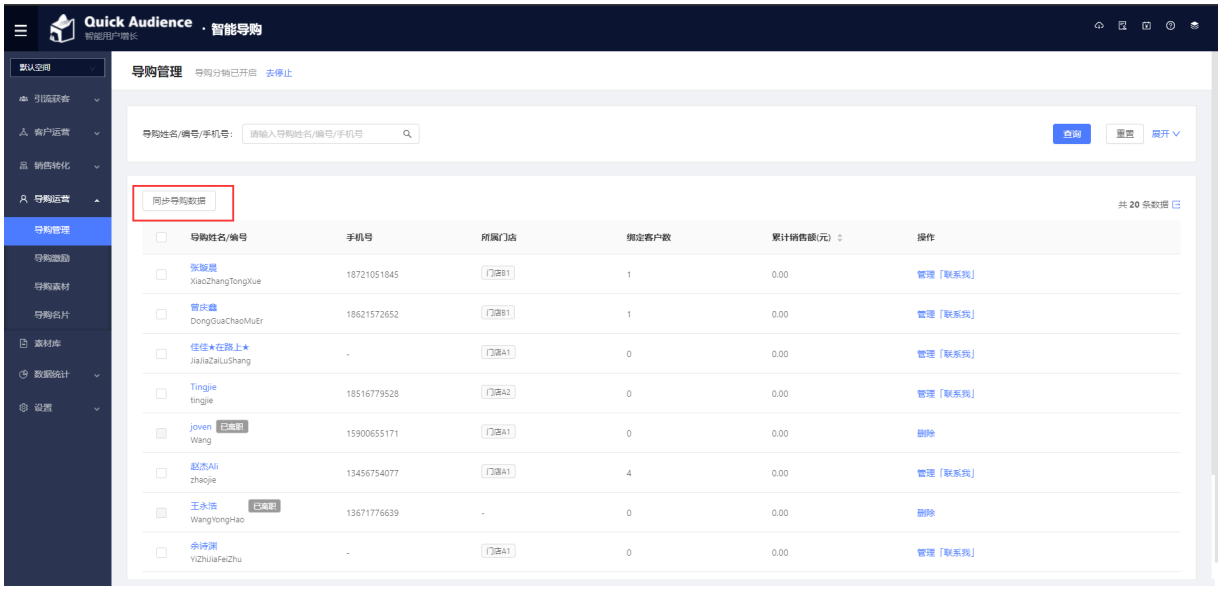


- 导购状态筛选：可根据导购状态进行筛选，当前筛选选项包括全部与已离职导购。



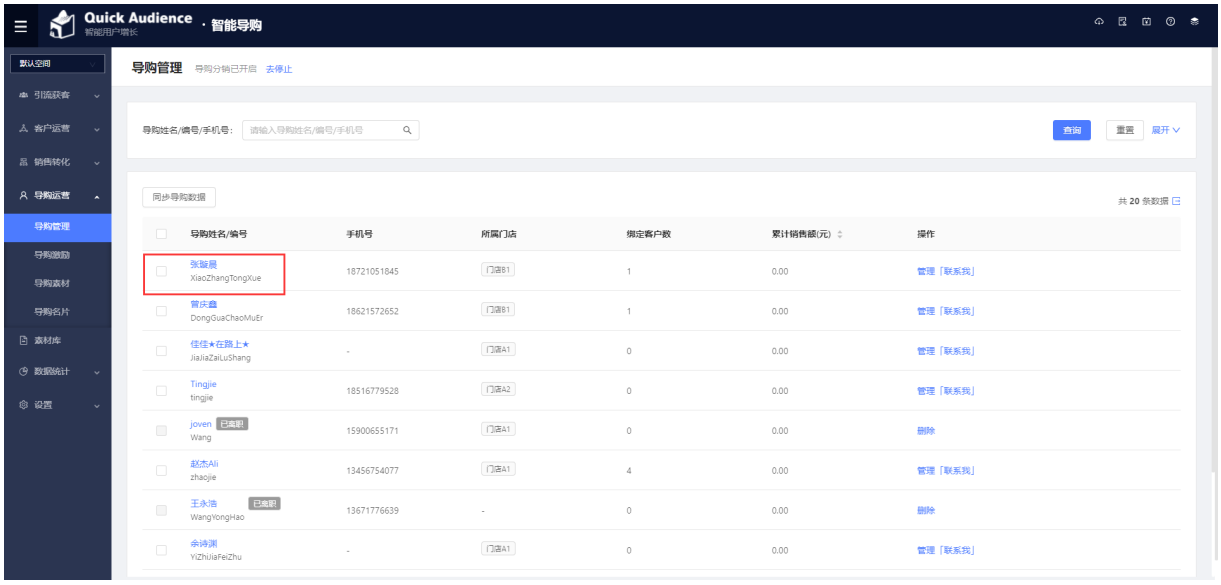
操作步骤：

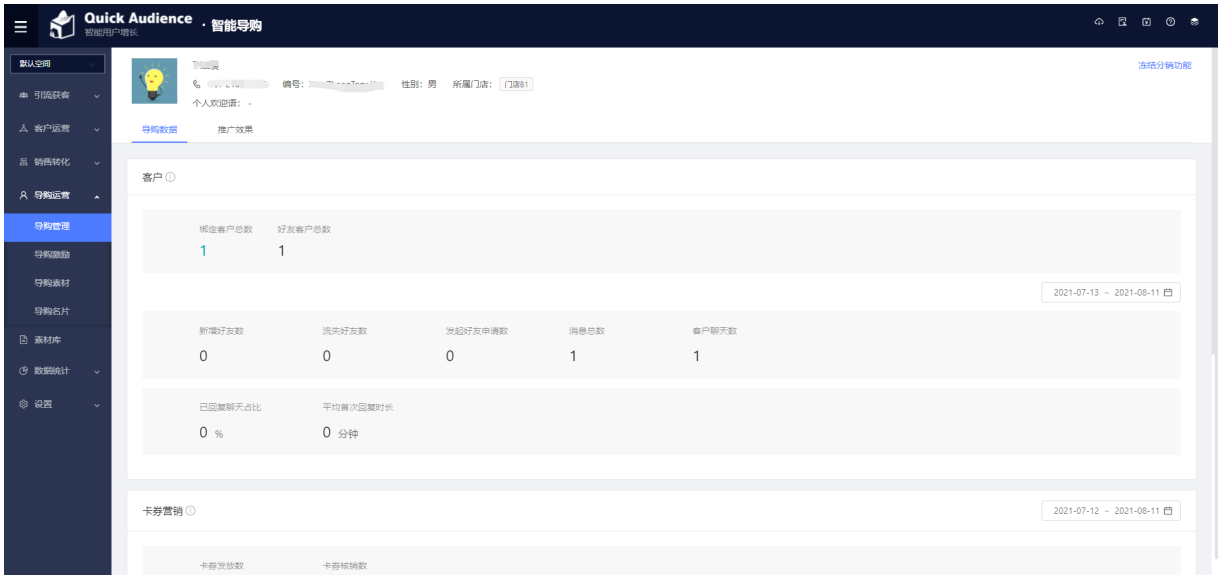
同步导购数据：从企业微信应用可见范围拉取最新的导购数据。



导购详情

单击导购列表的导购姓名可以进入导购详情



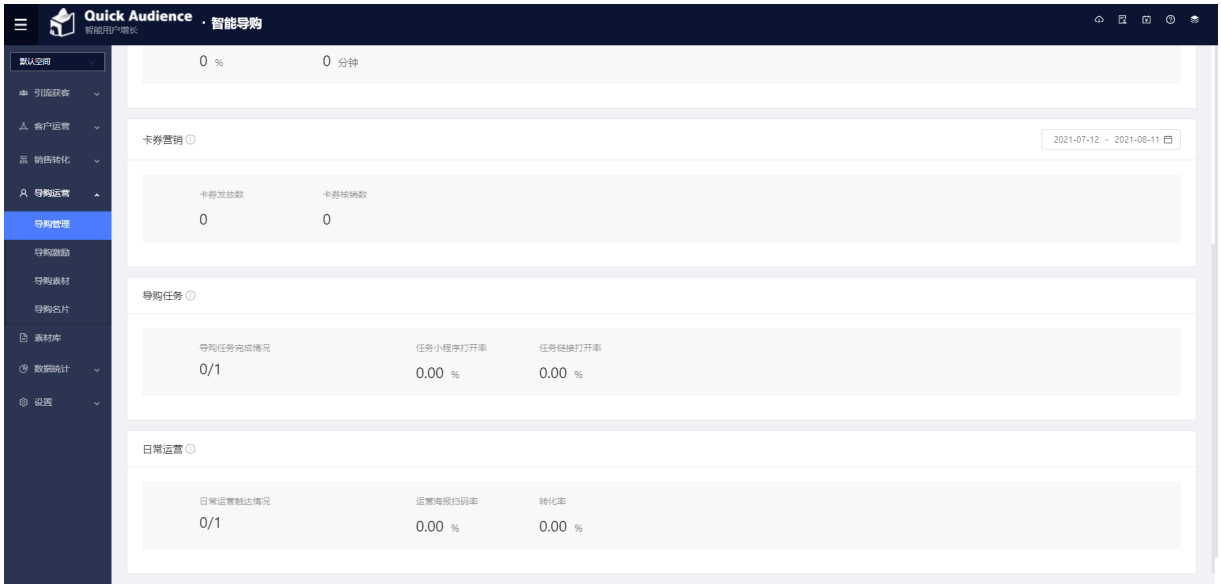


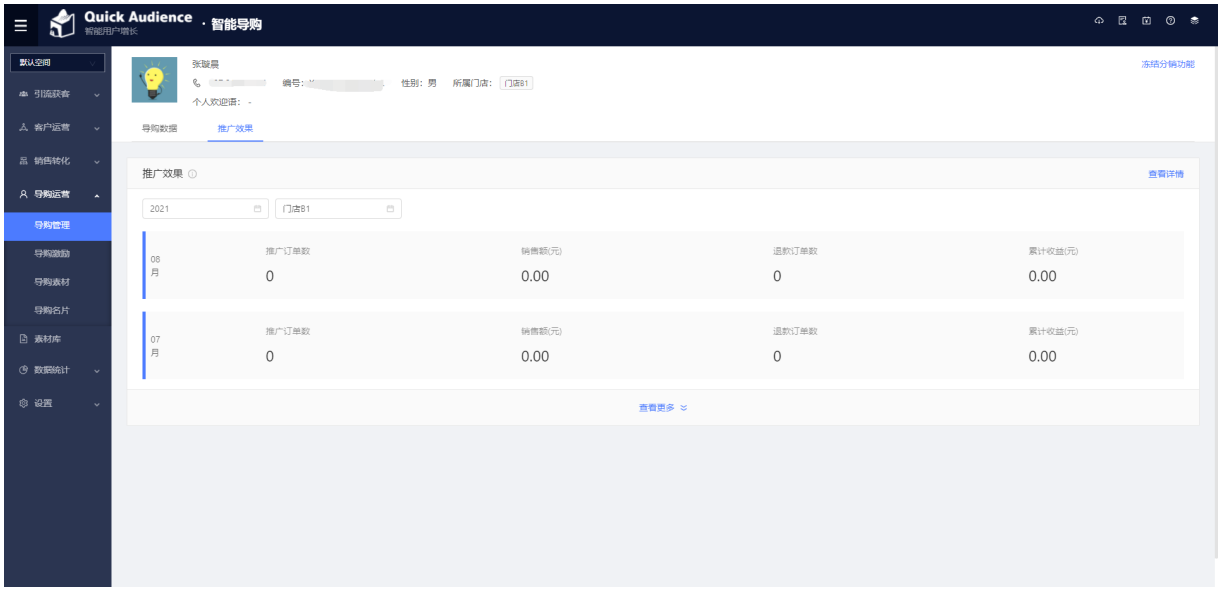
导购详情展示导购

- 基本信息
  - 姓名
  - 联系方式
  - 编号
  - 性别
  - 所属门店
- 导购数据

- 客户数据
  - 客户总数：导购的绑定客户数
  - 新增好友数：筛选时间段内，导购新增的好友人数
  - 流失好友数：筛选时间段内，删除或拉黑该导购的好友人数
  - 发起好友申请数：筛选时间段内导购主动向客户发起的好友申请数量
  - 消息总数：筛选时间段内发送消息总条数
  - 客户聊天数：筛选时间段内导购联系的客户数
  - 已回复聊天占比：筛选时间段内导购回复数占客户发起聊天数的比例
  - 平均首次回复时长：筛选时间段内，导购首次回复客户的平均时长（分钟）
- 卡券营销数据
  - 卡券发放数：筛选时间内，导购发放优惠券的数量
  - 卡券核销数：筛选时间内，导购核销优惠券的数量
- 导购任务数据
  - 导购任务完成情况：导购任务完成数/导购接收到的任务总数
  - 任务小程序打开率：导购所有任务的小程序海报和卡片的平均打开率
  - 任务链接打开率：导购所有任务的链接的平均打开率
- 日常运营数据
  - 日常运营触达情况：导购触达的客户总数/应触达的客户总数
  - 运营海报扫码率：导购日常运营的小程序海报的平均扫码率
  - 转化率：导购转化的客户总数占该导购符合规则客户总数的百分比

- 推广效果
  - 推广订单数：分销员的绑定客户与服务客户所支付的订单数量。
  - 销售额（元）：分销员的绑定客户与服务客户完成的订单金额总和，不包含退款商品金额。
  - 退款订单数：订单中包含退款商品的订单数。
  - 累计手机（元）：分销员的绑定客户与服务客户完成订单所产生的佣金总和，根据佣金规则中设置的计算方式进行日结或月结。





10.12. 导购激励

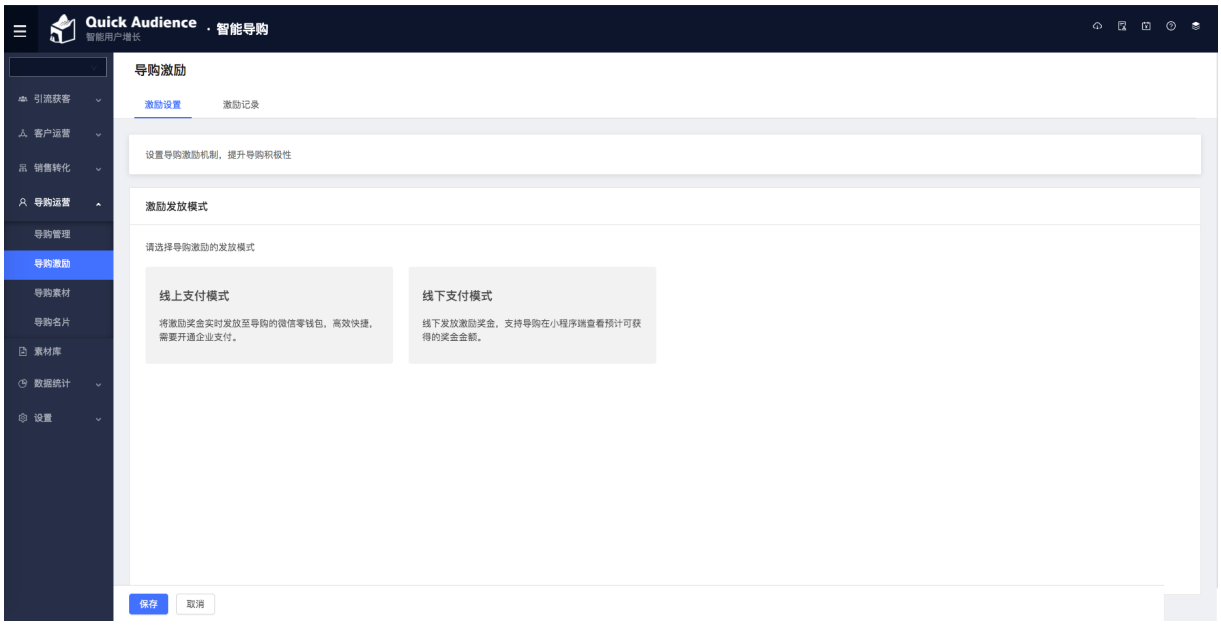
企业可通过设置激励机制来提高导购的工作积极性，导购完成一定的条件后即可获得设置的红包奖励。当前导购激励支持导购新增客户的奖励机制和导购核销卡券的奖励机制。在激励设置模块中用以设置具体的激励机制。只有完成激励设置才能开启对应的导购激励。

激励设置

初始化设置

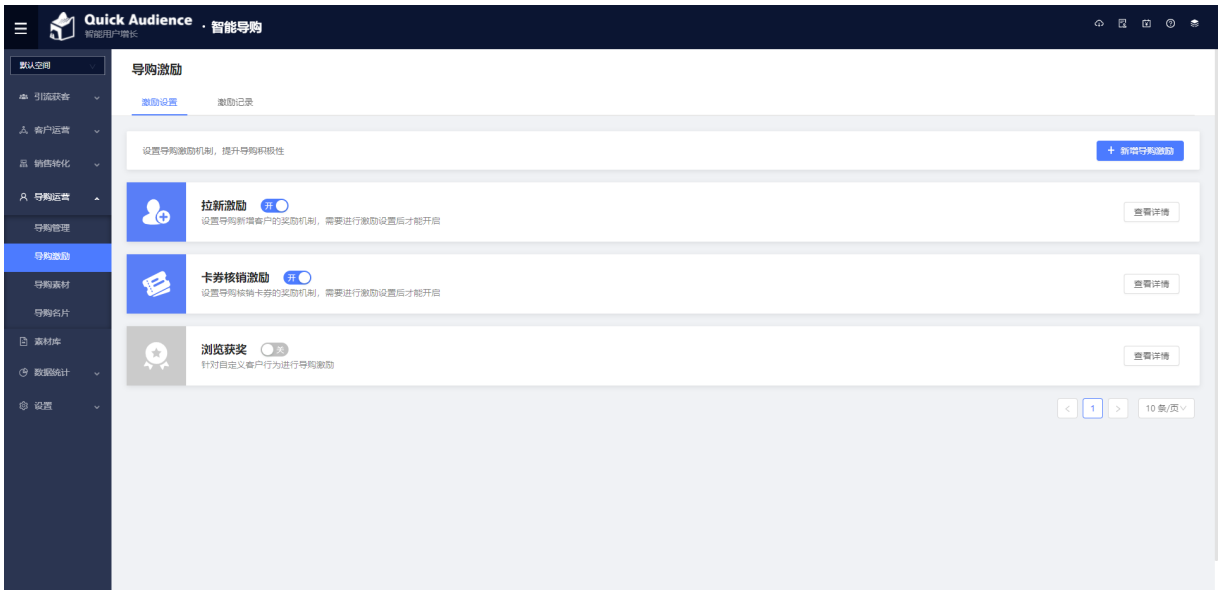
- 选择激励支付方式
- 线上支付模式，通过企业支付将激励金直接发放至导购的微信零钱包，需要开通企业支付
- 确保已开通企业微信的企业支付功能，否则无法向员工发放现金奖励；
- 单击**去开通**，查看企业微信企业支付的开发文档完成接口开发的相关工作；
- 在智能导购后台**设置**模块中完善企业微信支付的相关信息。

- 线下支付模式，系统仅做发放金额的记录，不做奖金的发放。



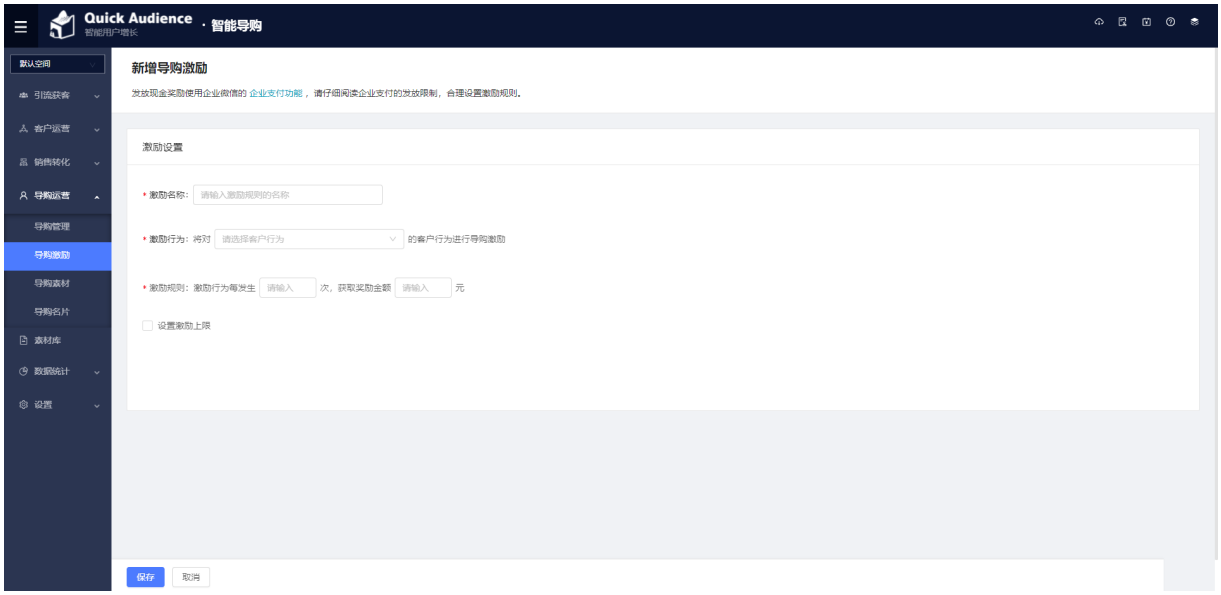
激励列表

展示默认模版（拉新激励、卡券核销激励）与自定义创建的激励模版，支持开关模版并查看详情。



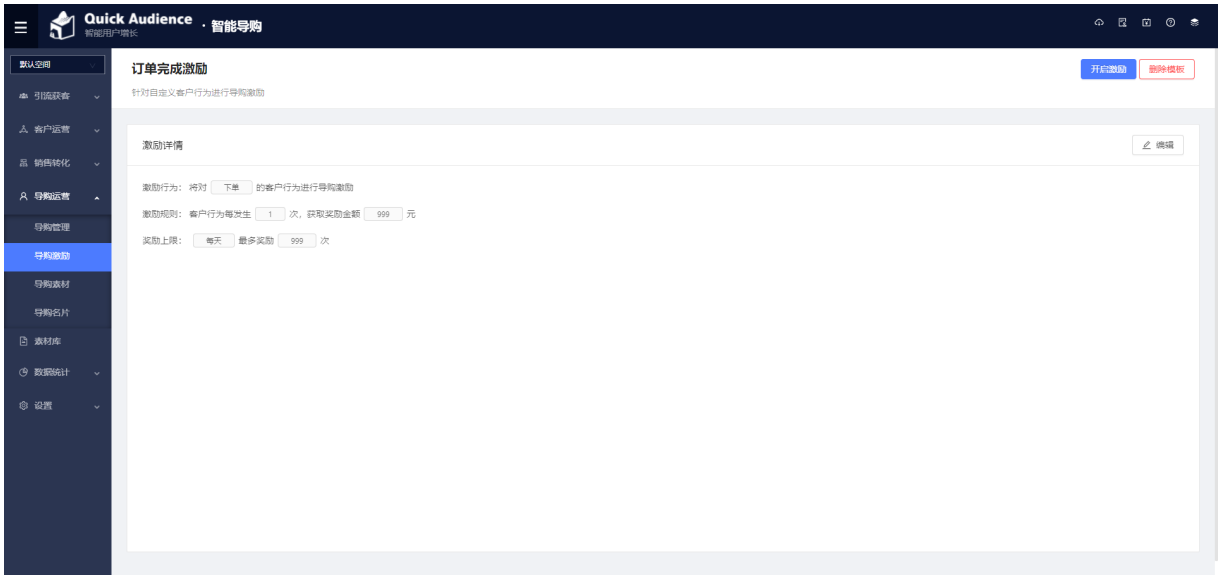
新增激励

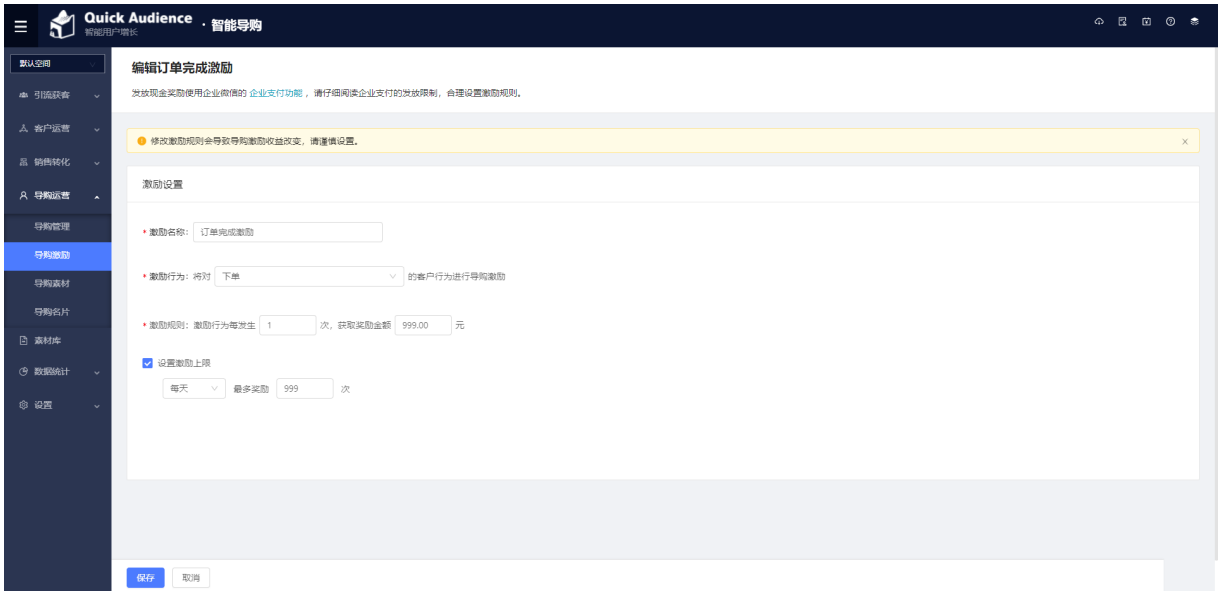
支持根据客户行为自定义激励规则，需要输入激励规则名称，选择客户行为（可于**用户运营**管理创建），设置激励金额与上限。



激励详情

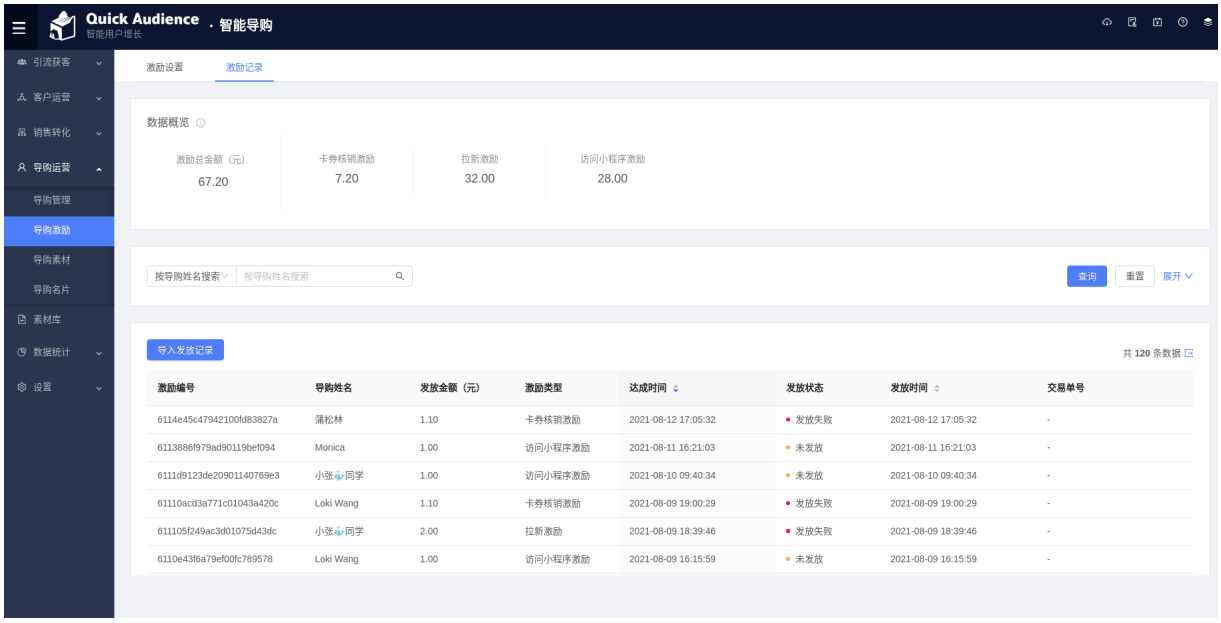
- 展示激励行为，激励规则与奖励上限，单击**编辑**可进行编辑，修改设置好的激励规则会导致导购已有的拉新数据重新开始计算，需谨慎设置。

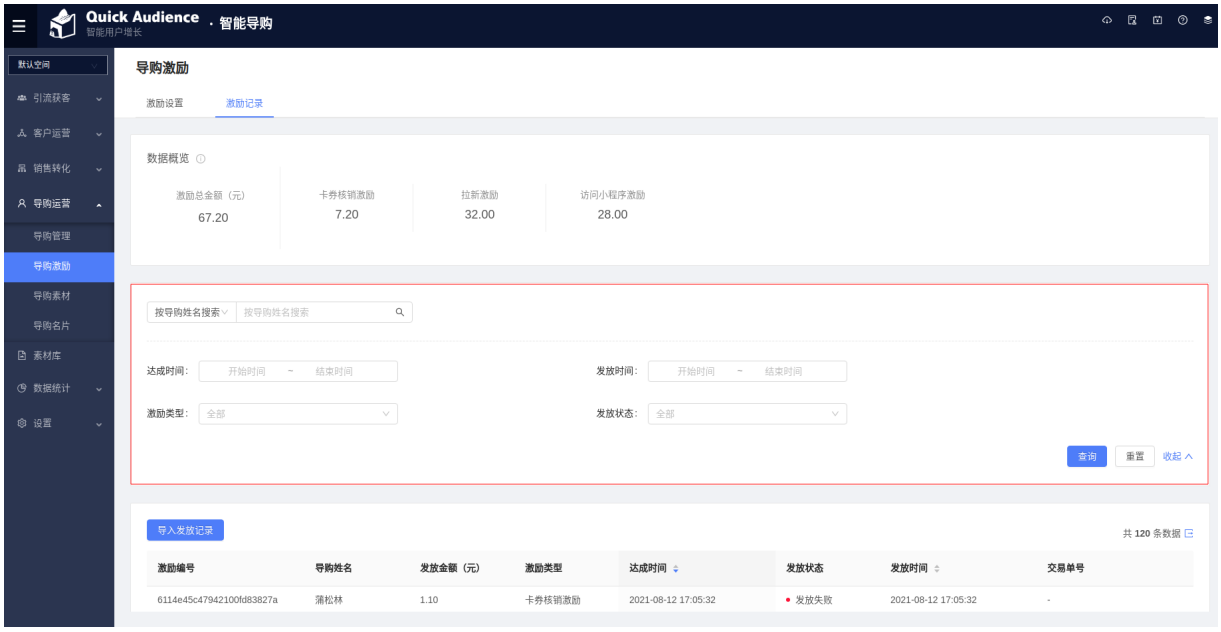




激励记录

- 激励记录用来查看系统内产生的导购激励数据概览和激励明细，并支持搜索/筛选记录。
- 激励总金额：开启激励时间范围内导购激励发放成功的总金额；
- 激励金额：开启激励时间范围内某激励规则发放成功的总金额；
- 线上发放模式支持查看发放状态与交易单号，发放失败支持查看原因。





导购激励小程序端

- 导购可在小程序首页查看已开启的导购激励、对应的奖励规则和本月收益。

- 在**我的**模块查看累计激励收益和激励收益激励。

- 支持对收益记录按类型筛选或按发放时间筛选。

10.13. 导购素材

导购素材用于管理导购可见的素材。导购素材内的素材按照用户在导购素材模块设置的分组展示在智能导购小程序和企微聊天工具栏中，方便导购随时调用素材快捷发送给客户。导购素材可用于存放品牌宣传材料，例如商品宣传海报、活动海报、优质买家秀等，支持导购在与客户时快捷发送，提高导购工作效率，方便查找、复用。

查询素材

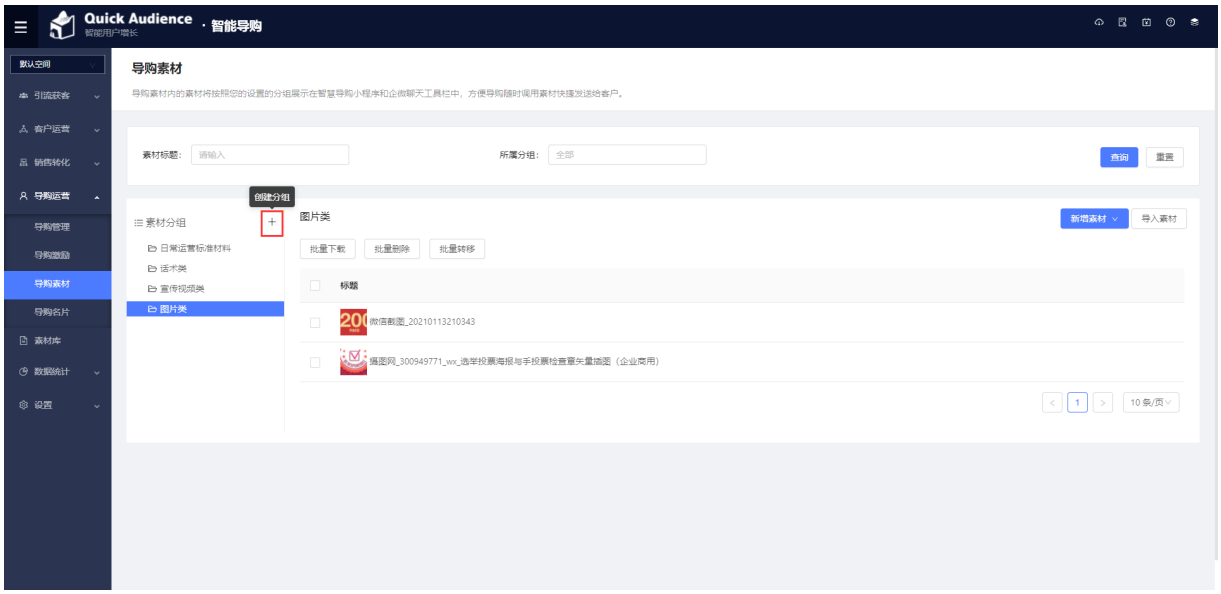
查询功能位于下图标注位置。具体操作细节如下：

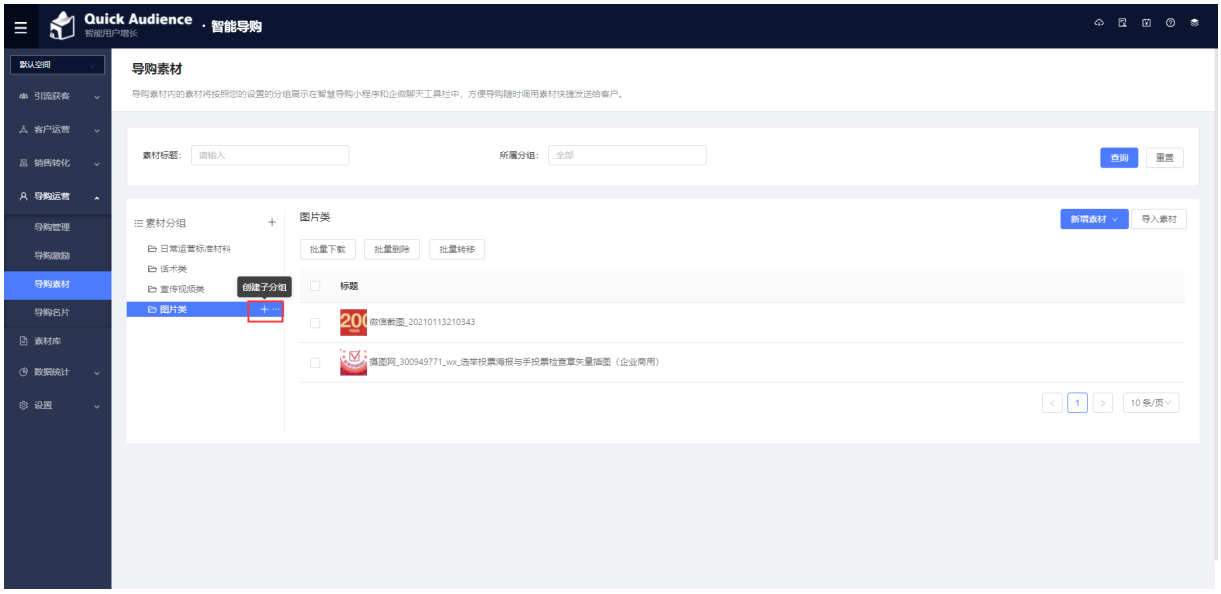
- 支持对文本标题或文本内容中包含字段的搜索，以及其他素材类型素材的标题或文件名中字段的搜索。
  - 输入关键词/选择所属分组后，单击**查询**可触发查询。单击**查询**后，单击**重置**才能恢复显示所有素材。
  - 查询范围为后台全部素材。
  - 搜索时英文不区分大小写。
- 支持按照素材所属分组进行筛选。

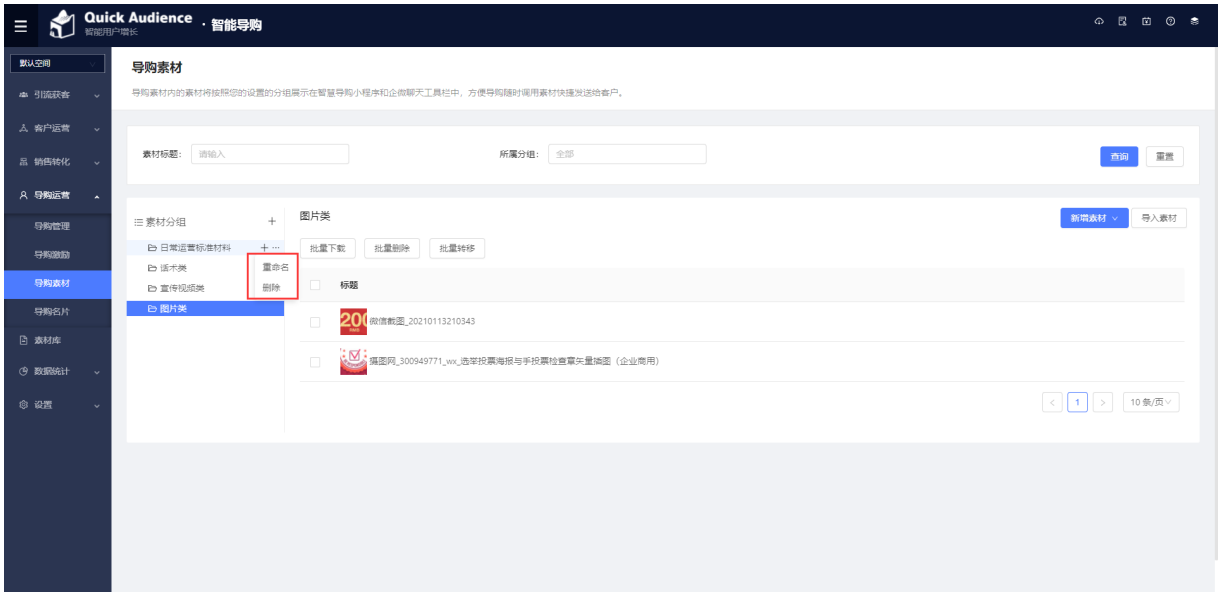
素材分组

创建分组操作

单击+号可创建新分组/子分组。（支持最多三级分组）

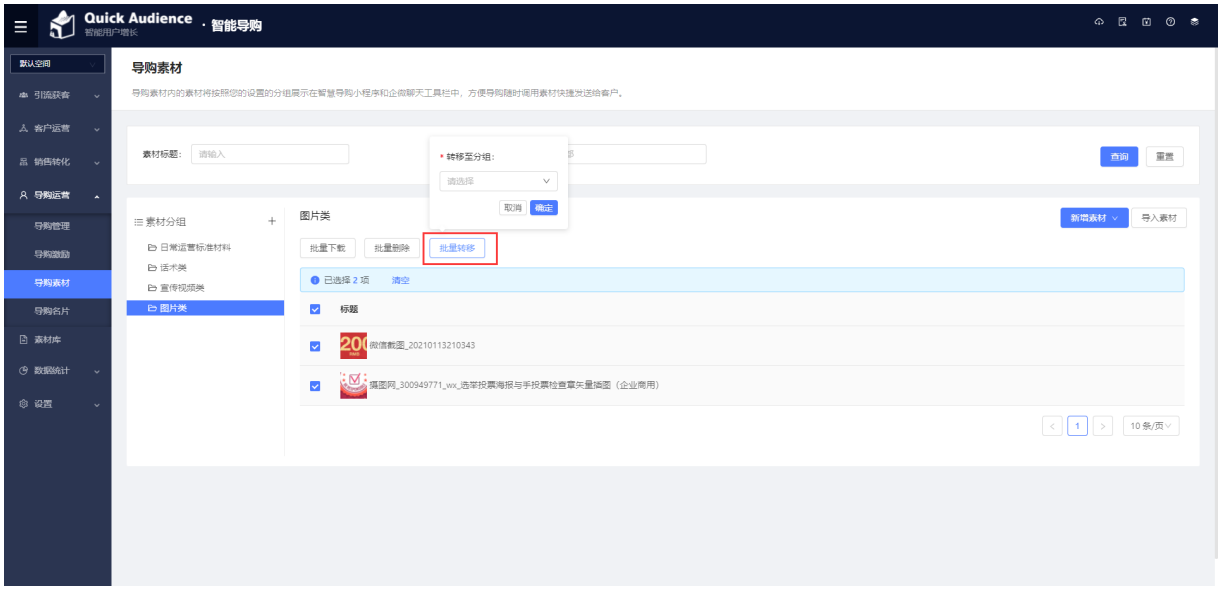






转移分组操作

选择素材，单击批量转移，选择具体分组，单击确定，即可将所选素材转移至所选分组。

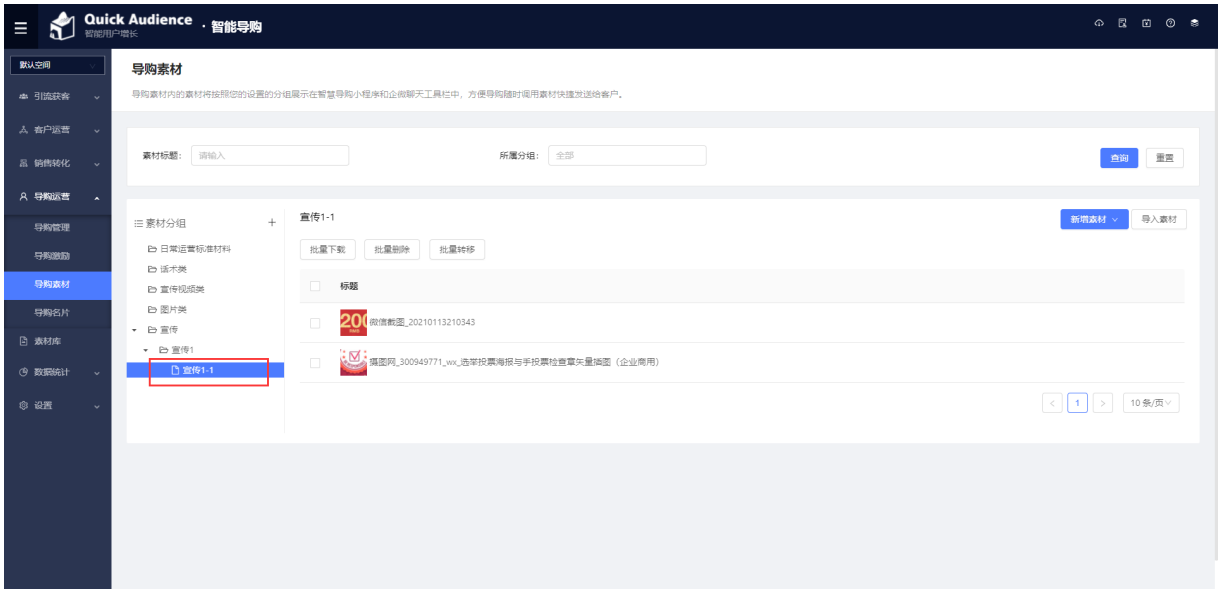


添加素材

- 添加方式：1.新增上传素材库外的外部素材（上传后会自动被存储到素材库）；2.导入素材库内已有的素材。
- 素材格式：导购素材支持的素材格式为文本、图片、视频类型。
- 素材分类：新增/导入的素材不会在后台根据格式类型进行自动分类，但在手机端会根据格式自动显示为文本、图片、视频类型分组。
- 素材分组：同一素材可同时被添加至不同分组。
- 素材关系说明：
  - 后台素材库内包含导购素材的全部内容，在导购素材库添加素材后，也会自动存储在后台素材库中。
  - 导购素材中的所有素材会同时存在于素材库，导购素材中的新增或修改素材会自动同步在素材库。如：素材在两处任何一处被重命名或修改文本内容时，在另一处的会被自动同步被重命名及修改文本内容。
  - 在素材库中删除某素材，导购素材中对应素材会同步被删除；但在导购素材中删除某素材，素材库中对应素材不会被删除。

新增素材操作

请先选择素材分组，再单击右上角**新增素材**，单击文本/图片/视频，即可添加素材至所选分组。若不选择会默认添加至排在第一的分组，如第一分组共有三级分组，则素材默认会被添加至排在第一组的第一分组。如图所示：



导入素材操作

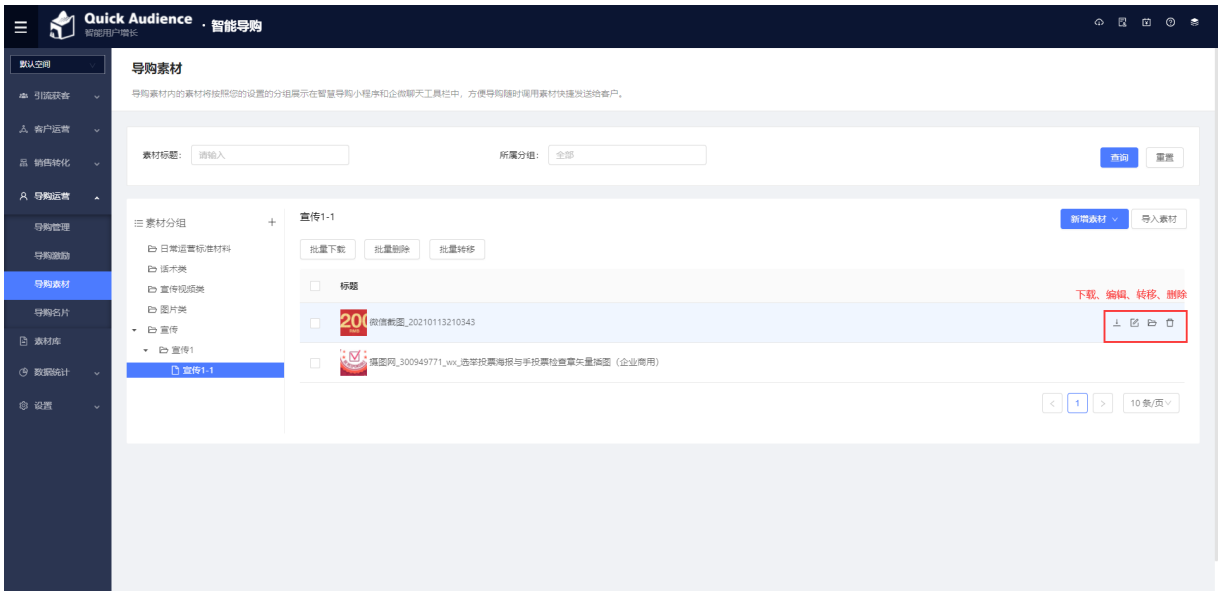
1. 单击**导入素材**。
2. 选择**文本/图片/视频**。
3. 单击**确定**完成导入。

导入弹窗支持素材的搜索。

编辑素材

单个素材操作

鼠标放至素材图片上放。如图出现三个按钮依次为下载、重命名、删除。分别单击按钮可对素材依次进行下载、重命名、转移、删除。



批量素材操作

- 选择多个素材：方式有两种，1.手动勾选/取消勾选所需素材；2.单击全选，批量选择所有素材；

- 批量操作：如图所示，单击**批量下载**、**批量删除**或**批量转移**，可分别进行批量操作。
  - 批量下载：选中素材后，单击**批量下载**即可批量下载。只有图片/视频类型素材能进行批量下载。
  - 批量删除：选中素材后，单击**批量删除**即可批量删除。删除后导购在小程序中将无法查看或使用所删素材。
  - 批量转移：选中素材后，单击**批量转移**，详见“转移分组”。

小程序端端如何查看/使用导购素材

导购素材的素材会按照用户在后台导购素材模块设置的分组展示在智能导购小程序和企微聊天工具栏中，方便导购随时调用素材快捷发送给客户。

企业微信app端

- 企业微信app中查看导购素材库：
  i. 企业微信端app，点开单人/群聊对话页面。
  ii. 工具栏中找到并单击**导购素材**按钮，进入导购素材库页面。如图所示：

- 在导购素材库页面选择素材的方式：
  - i. 在搜索框搜索素材关键词，然后选择素材。
  - ii. 单击素材类型分类：文本/图片/视频，然后选择素材。
  - iii. 单击热门素材/最新素材/最近使用，然后选择素材。

iv. 选择用户在后台设置的导购素材分组，然后选择素材。

- 发送素材：选择素材后单击左下角**发送给客户**，然后如需可选择输入相关文字，最后单击**发送**，如图所示：

导购小程序端

- 查看导购素材库： 导购小程序，单击底部**品牌**。

在导购素材库页面选择素材（同企业微信端）的方式：

- 在搜索框搜索素材关键词，然后选择素材。
- 单击素材类型分类：文本/图片/视频，然后选择素材。
- 单击热门素材/最新素材/最近使用，然后选择素材。
- 选择用户在后台设置的导购素材分组，然后选择素材。

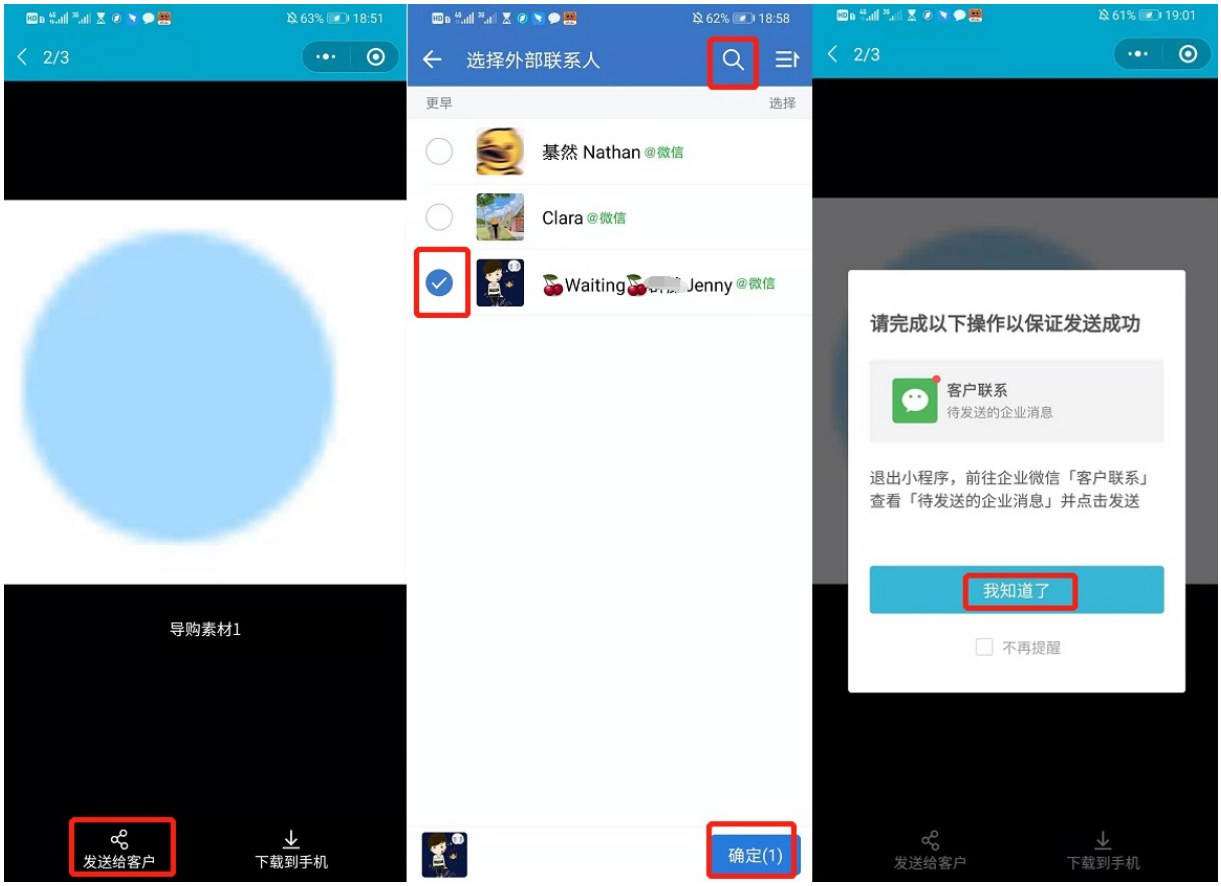
使用素材：可直接下载保存至手机或设置素材进行发送。

- 下载素材：单击素材后单击右下角**下载到手机**，即可下载至手机。
- 发送素材：
  i. 单击素材，单击左下角**发送给客户**。

ii. 勾选/搜索后勾选外部联系人（此处勾选联系人根据需求可多选）。

iii. 单击**确定**（然后单击**我知道了**），退出小程序。

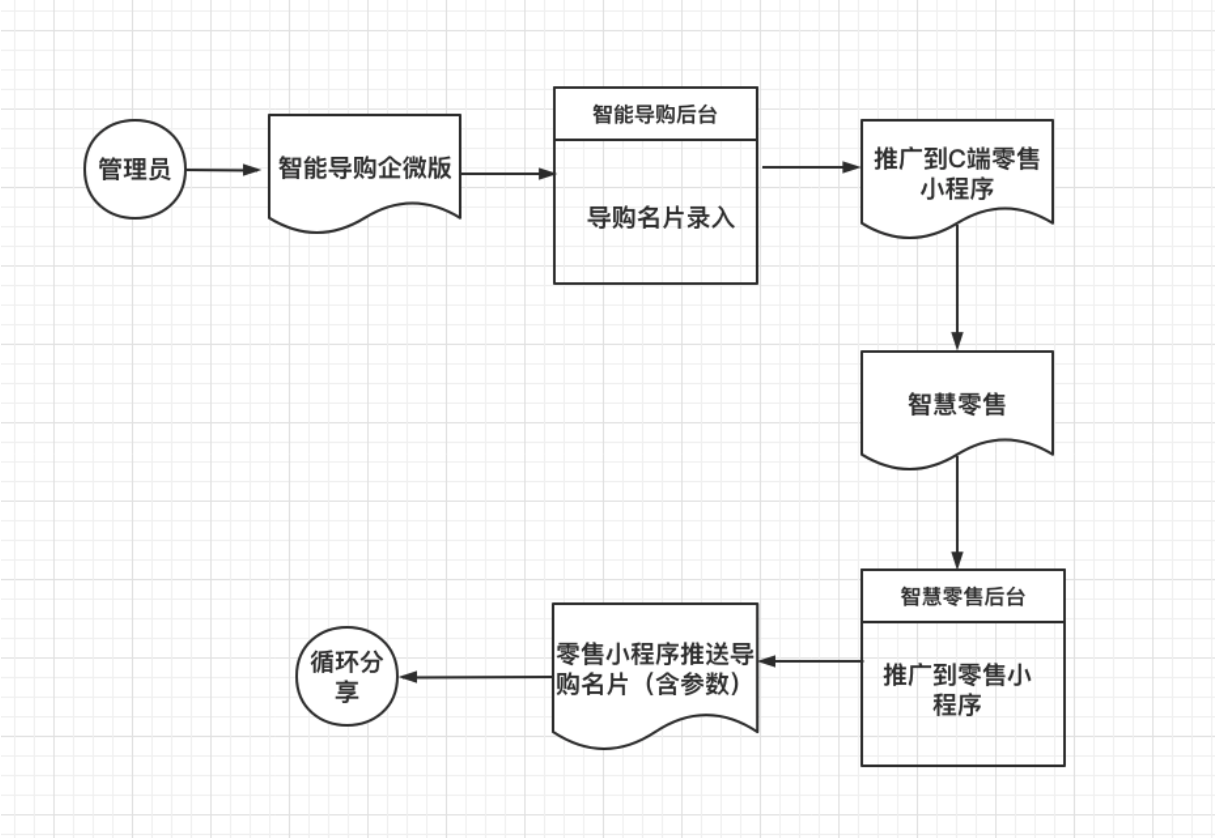
iv. 或使用企业微信app端进行发送。操作路径：打开企业微信>**消息**>**客户联系**，找到需发送的**待发送的企业消息**，单击**发送**。



10.14. 导购名片

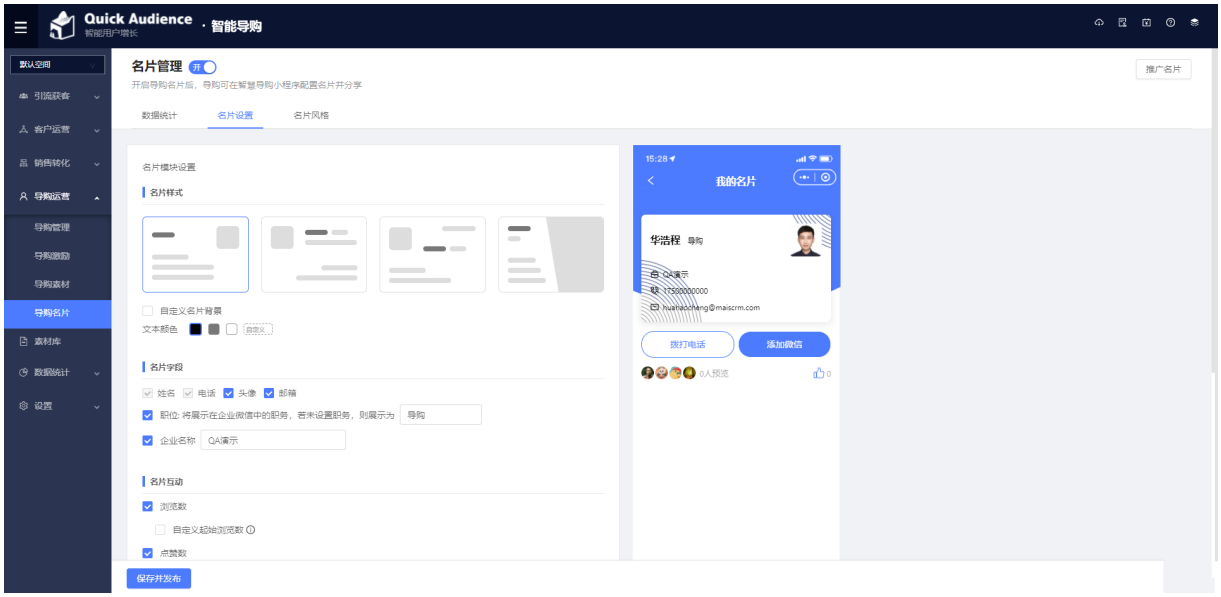
智能导购企微版下的名片管理功能，通过给每个导购搭建个人主页的方式来快速提高客户信任度，导购个人主页拥有丰富的名片展示组件，有个人介绍、家乡、母校等，全方位展示个人信息；品牌可以将导购名片与自身的（C端小程序）结合，在推广品牌商城与企业信息的同时，为客户提供联系导购的方式。另外，名片管理功能有效的避免了忘带名片的尴尬，客户犹豫加微信时先交换名片破冰后再加微信，导购可以一键分享名片到微信群、客户群，没有广告嫌疑，由于名片自带产品展示，从而更好获得潜在客户。顾客转介绍时候，可以一键转发名片，达成人脉快速接洽的效果，每个人都能成为企业品牌的传播者。

导购名片的工作流程如下图所示：企业管理员首先在**智能导购企微版**内给导购配置名片的模板；随后可以对配置好的名片页进行推广，可以将名片页嵌入到C端零售小程序内；导购可以进入该零售小程序，完善个人的名片信息，在线下和客户接洽时，导购就可以在该小程序内分享自己的名片，达到循环分享的效果。本手册会从“名片配置”“名片、小程序对接”和“名片、企业微信对接”和“应用功能介绍”四个方面去介绍。



名片管理

名片管理入口在**智能导购企微版**下，单击**名片管理**，进入名片配置的主页面。如图所示：

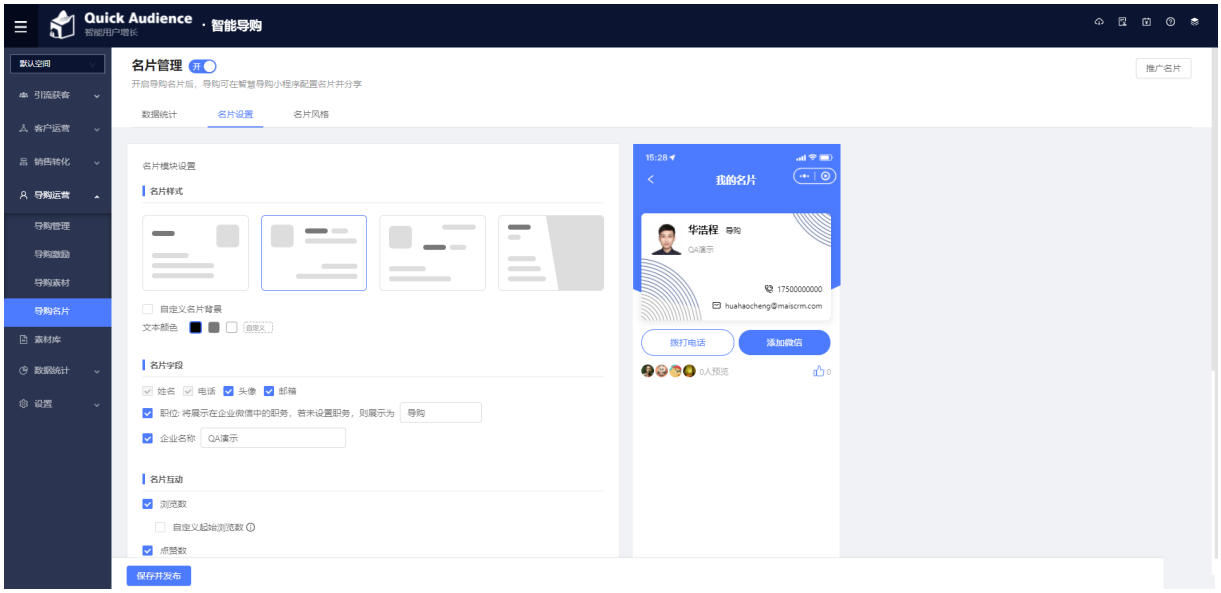


名片样式

在名片设置页，系统支持可以根据默认样式来调整名片，可以根据需求来进行调整，如下图所示：

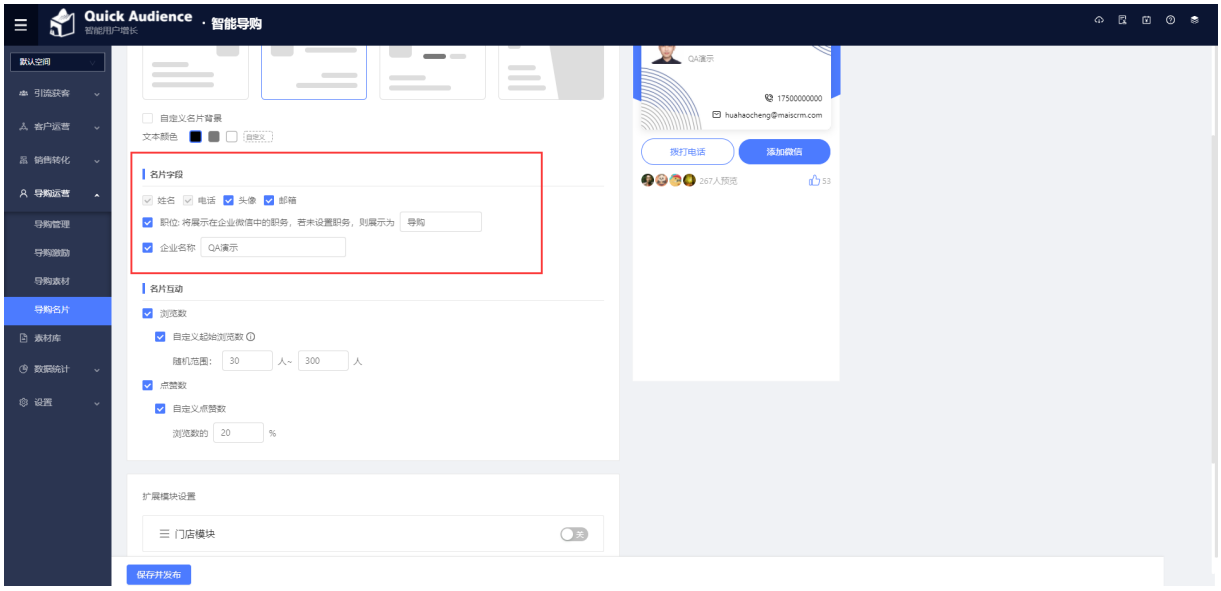
名片的样式可以进行自定义设定，可以通过上传自定义背景的方式，来设定名片的背景，上传的图片建议尺寸大小为328px*694px:

名片的文本颜色也可以进行自定义设定，可以单击**自定义**来设定所需的颜色



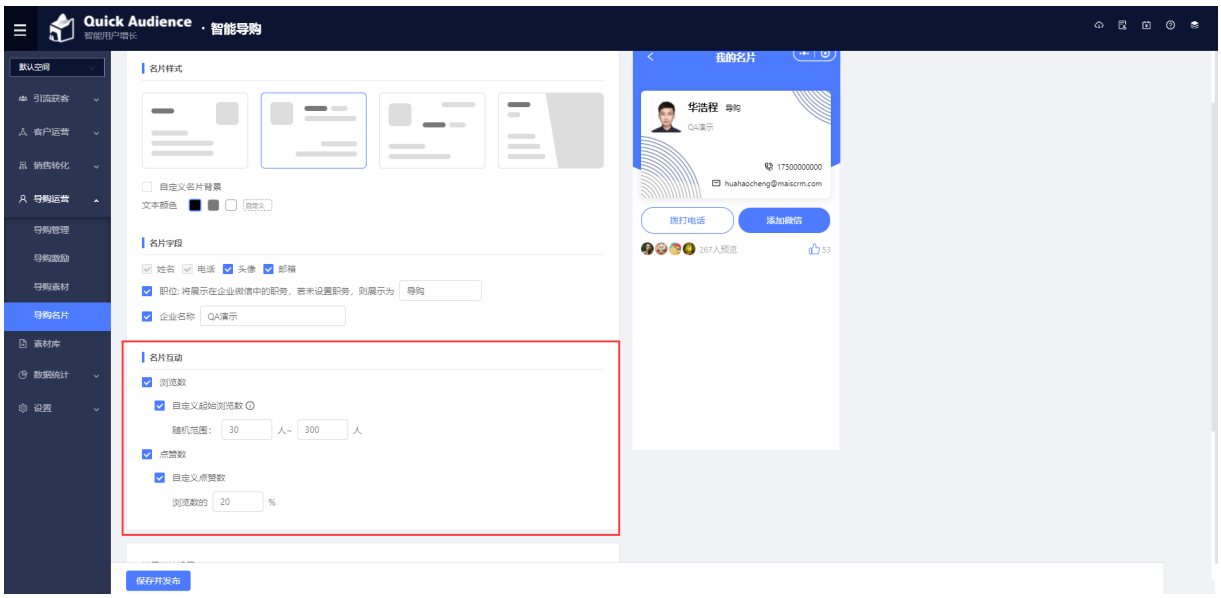
名片字段

智能导购企微版默认支持**姓名**和**电话**的名片字段，可添加的自定义字段包括头像、邮箱、职位和企业名称。职位同步展示企业微信里的导购职务，若没有设置职务的话。可以在此设定显示给客户的职务名称。如下图所示，未设置职务的导购会展示“导购“的角色。同时，也可以展示企业名称的字段，填写好即可展示到导购的名片之上。



名片互动

名片的互动内容包括客户的浏览数和点赞数，为了更好的传播企业品牌，这两个互动的指标均可以进行自行设定。**浏览数**可以自定义初始浏览数，之后的数据会在此基础上进行积累；**点赞数**可以设定占**点赞数**的比例，在此填写即可。



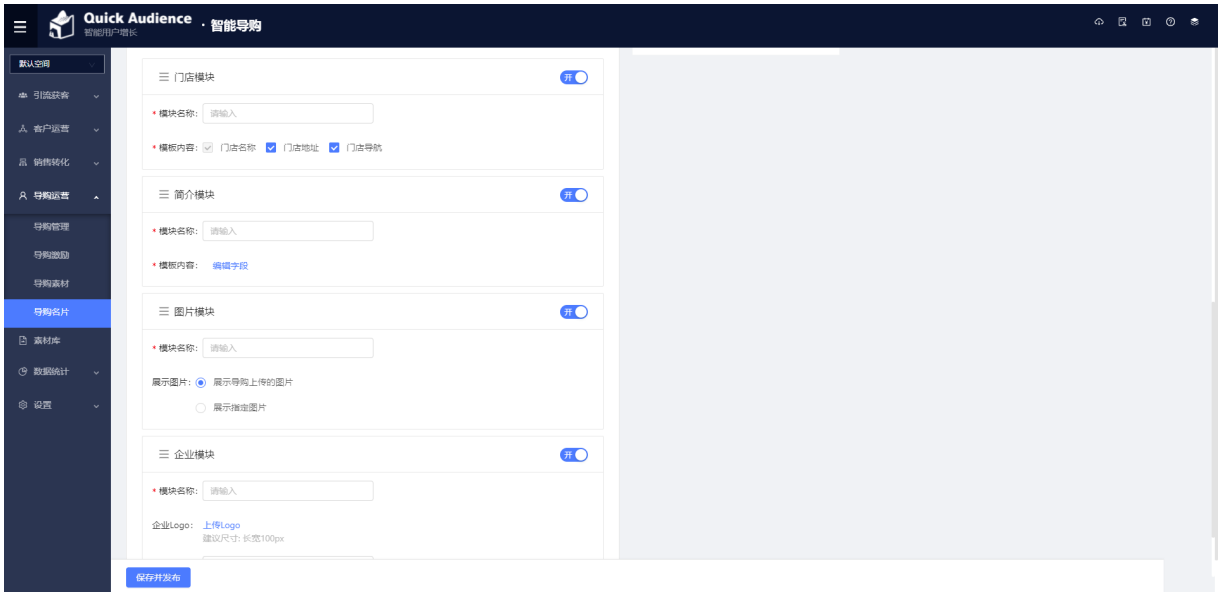
扩展模块设置

扩展模块设置可以添加名片其他组件：

门店模块可以添加线下商城入口，可设定门店地址和门店导航，顾客可以直接在小程序内通过导航的形式去线下消费；

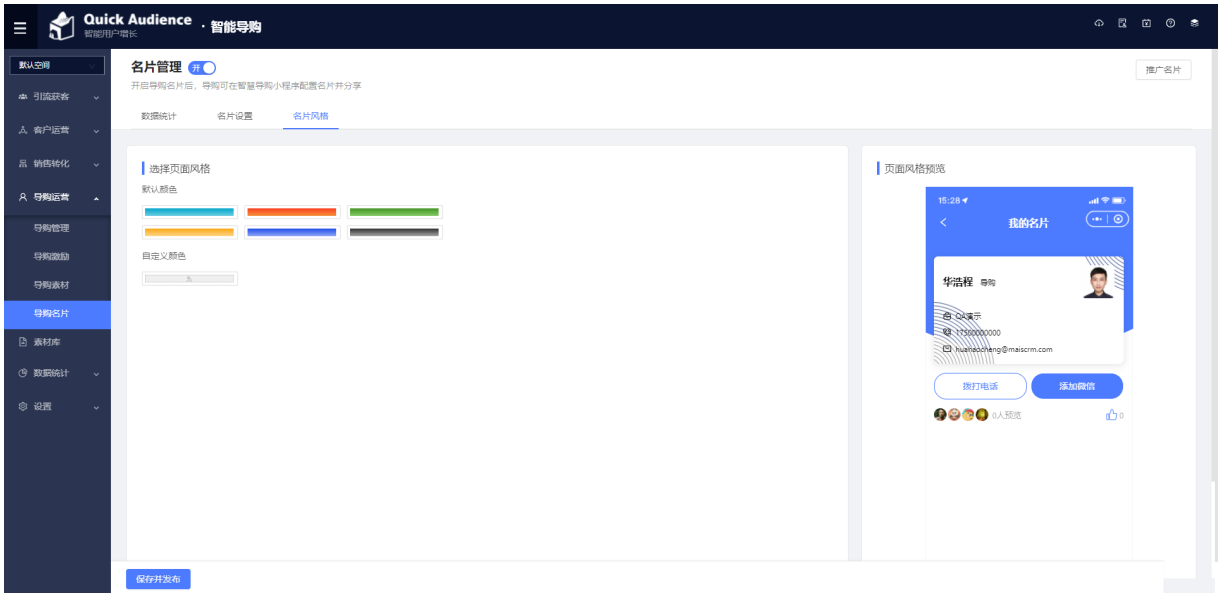
简介模块可以添加个人介绍，如家乡、学校，从而全方位的展示个人信息，支持新增自定义字段；

企业模块可以添加企业官网和企业logo，增加导购的企业辨识度；



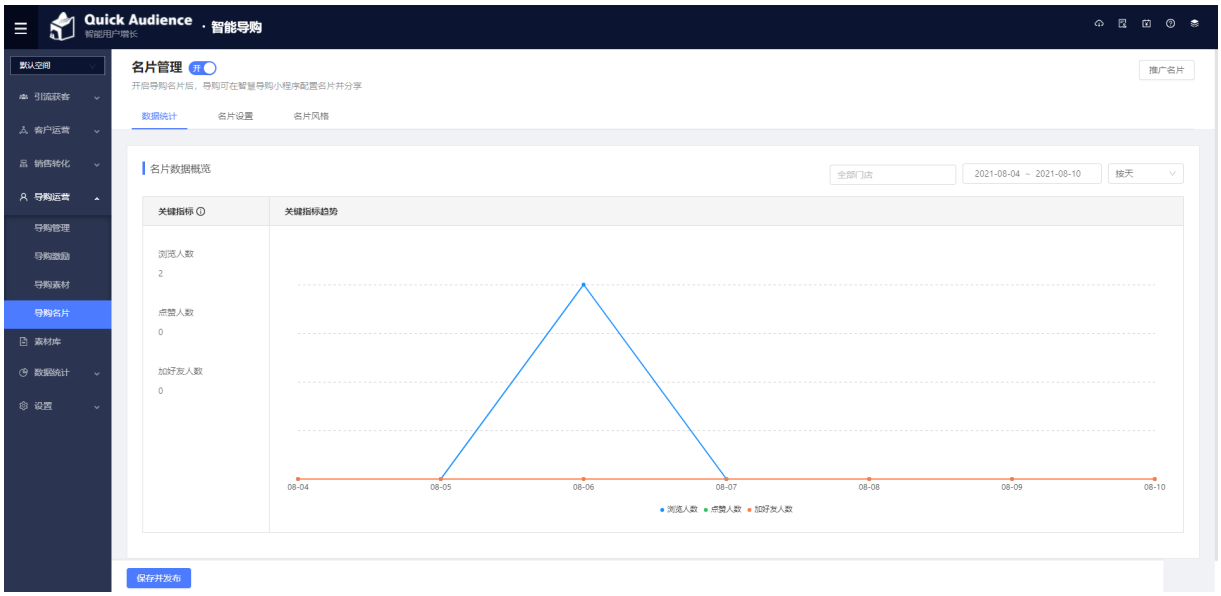
名片风格

名片风格支持设定名片的主题颜色，可以根据默认颜色或者自定义颜色这两种方式，对导购名片颜色进行设定。



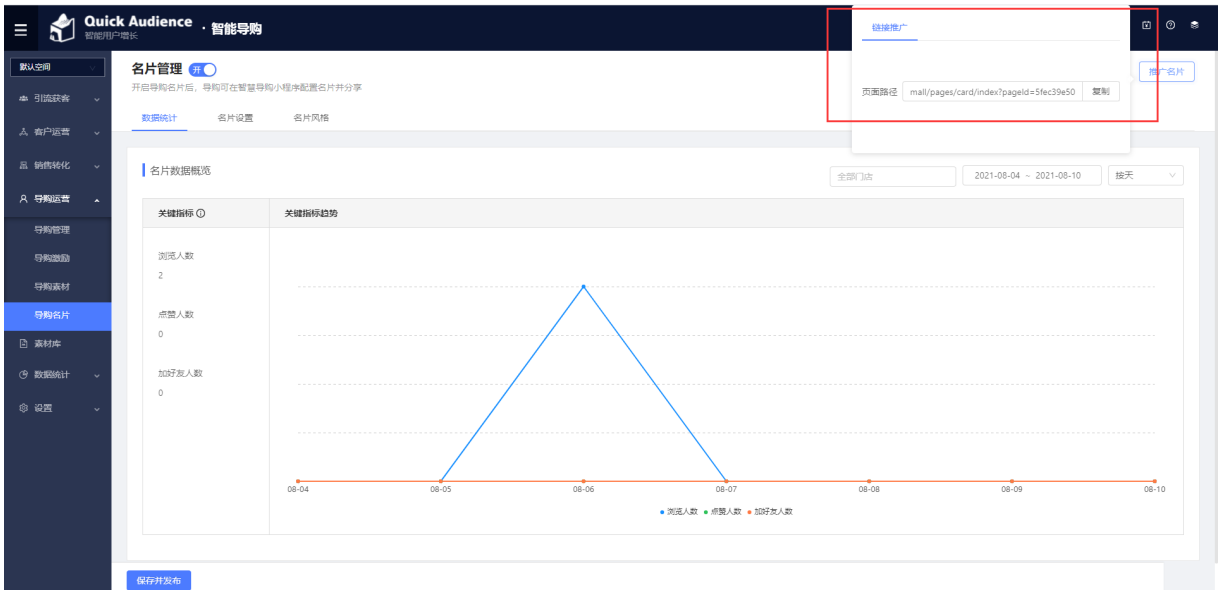
数据统计

数据统计记录了导购名片的三个指标，分别为浏览人数、点赞人数和加好友人数，可以选择门店、时间段和时间周期来查询数据，查看名片数据的变化趋势。



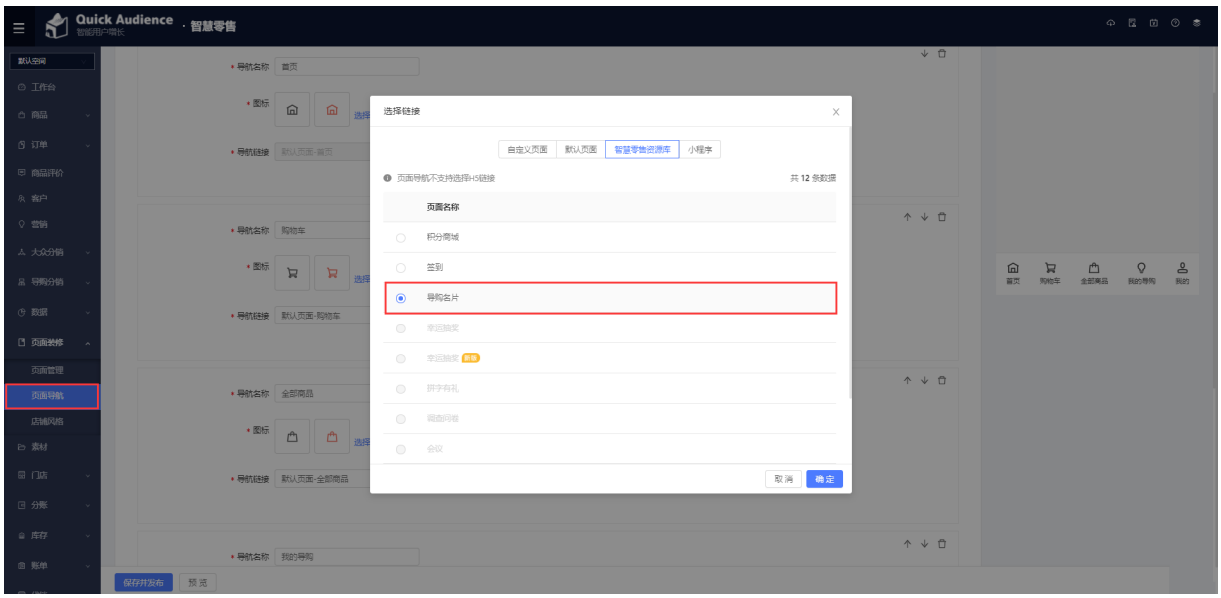
将导购名片配置到2C端小程序

在**名片管理**主页面下，单击右上角的**推广名片**可以对企业设定好的导购名片进行推广，如下图所示：导购名片的页面路径；获取导购名片的路径，可以对其进行第三方集成工作；



另外还可以在**智慧零售**之中，将导购名片页面嵌入C端零售小程序内；单击**页面装修>页面导航**，可新建导购名片导航页或者调整原有的导航页；

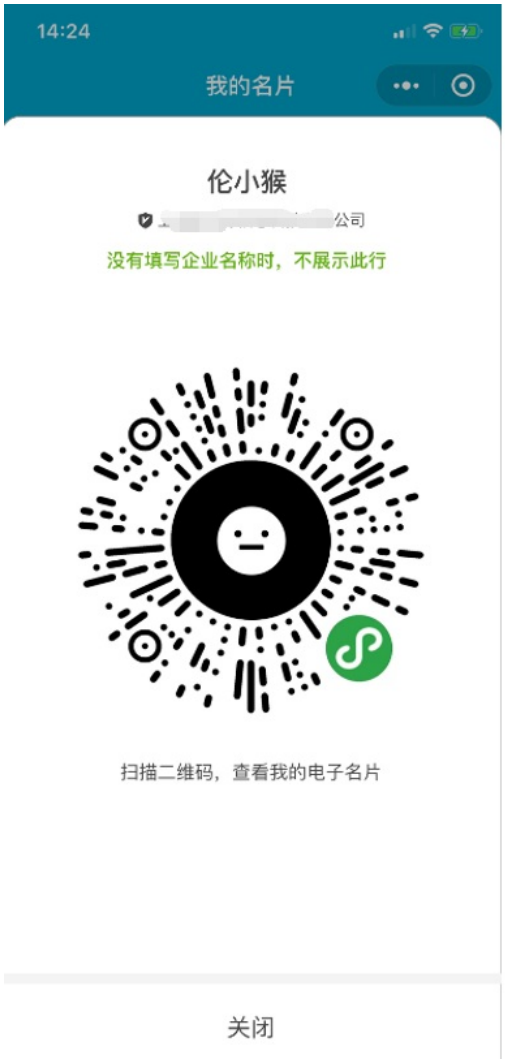
在“导航链接”一栏可以选择链接，单击选择**智慧零售资源库**内的**导购名片**即可；



小程序端名片初始化设置

企业在后台配置好名片字段与自定义模块后，导购需要自行完善名片信息，如下图所示，导购需进入智能导购企微版小程序，并且在**我的>我的名片**中可以完成设置。

名片的分享有两种方式，分别是**出示名片码**或者**生产名片海报**；**出示名片码**可有效在线下和顾客成为好友，以应对忘带纸质名片或者与顾客破冰的情况，单击后可以生成名片小程序的二维码，供客户面对面扫描，扫描后进入该导购的名片页。**生成名片海报**可以选择发送给好友或者保存到本地相册，更方便地分享到微信群、客户群中。



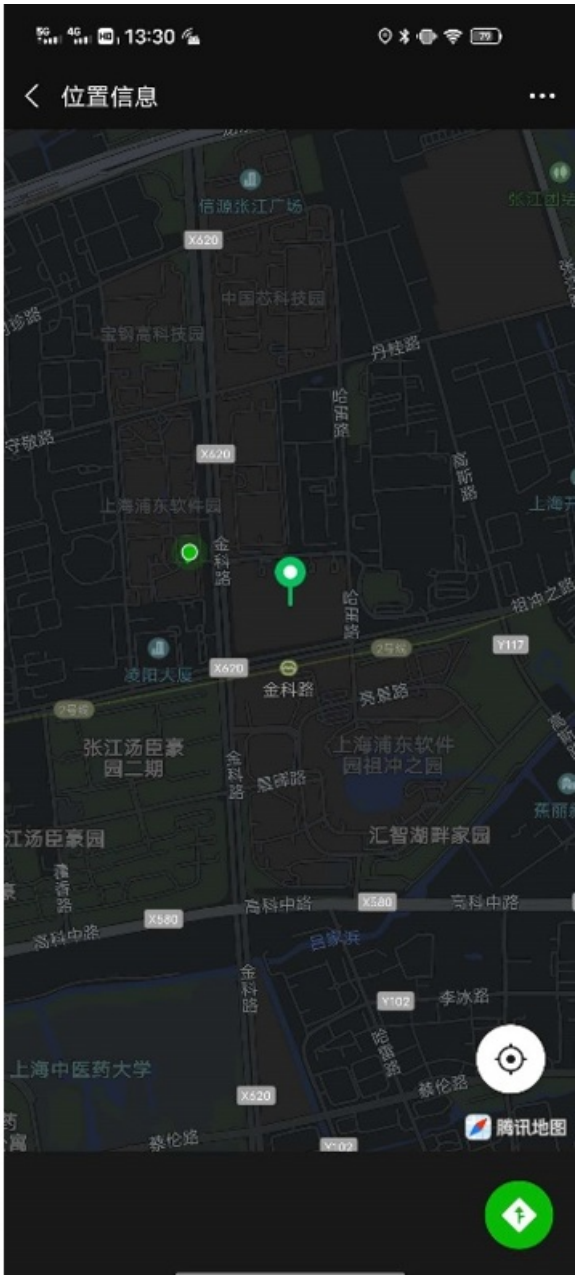
客户视角名片功能介绍

顾客在扫描导购名片后，可以查看企业设定的导购名片卡片；

如下图所示，顾客可以“拨打电话“、“添加导购的企业微信”联系导购；顾客可以在名片主页给导购点赞；单击添加微信会弹出导购的企业微信二维码，可长按扫码添加；

在门店信息下，可单击前往，根据地图导航，顾客可以去线下门店消费，实现线上到线下引流的效果；

13:29
导购名片
拨打电话
添加微信
89人浏览
40
导购简介
我的家乡 云南省昆明市西山区
教育背景 The University of Sydney
从业年限 1-3年
嘻嘻 嘻嘻嘻
企业信息
司
http:/ :om
门店信息
测试部门1
场
前往
测试部门二
前往
测试部门七
暂无门店地址
零售公司1
暂无门店地址
分享


13:30
位置信息
信源张江广场
中国芯科技园
宝钢高科技园
丹桂路
上海浦东软件园
金科路
凌阳大厦
张江汤臣豪园二期
上海浦东软件园祖冲之园
汇智湖畔家园
高科中路
上海中医药大学
李冰路
蔡伦路
腾讯地图

顾客还可以分享导购的名片到指定的微信好友、或者分享导购名片到对应的社群之中；达到循环分享的效果。

10.15. 素材库

素材库用于管理导购系统中可以使用的全部素材，如导购任务，日常运营所使用的图片，视频和小程序等。

- 后台素材库内包含导购素材的全部内容，在导购素材库添加素材后，也会自动存储在后台素材库中。
- 导购素材中的所有素材会同时存在于素材库，导购素材中的新增或修改素材会自动同步在素材库。如：素材在两处任何一处被重命名或修改文本内容时，在另一处的会被自动同步被重命名及修改文本内容。
- 在素材库中删除某素材，导购素材中对应素材会同步被删除。但在导购素材中删除某素材，素材库中对应素材不会被删除。

添加素材

单击右上角**添加素材**，支持的素材类型有文本、图片、视频、网页、小程序页面类型。上传后可单击其素材类型，在素材类型分类中查看或管理该素材。具体素材格式要求如下：

- 文本
  - 标题：限制60个字符。

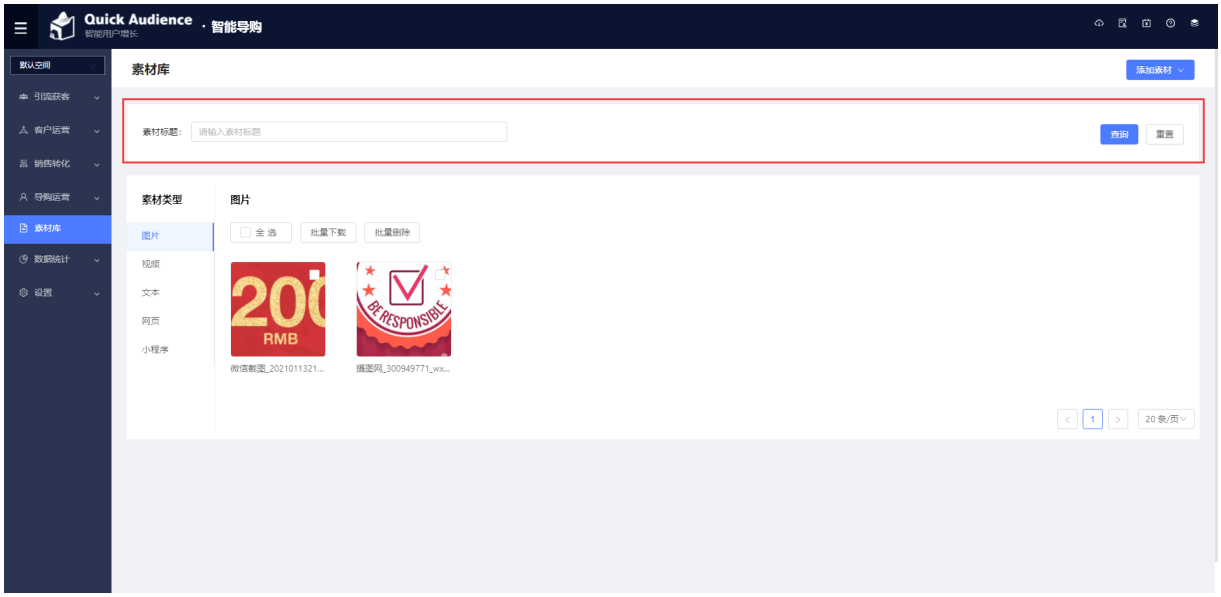
- 内容：不限制字符。

- 图片/视频
  - 本地直接上传，自动获取文件名，支持批量上传图片和视频文件，修改时文件标题限制128个字符，超出后自动取前128个字符。
  - 图片大小限制2M，格式限制jpg、png、jpeg、gif。
  - 视频大小限制10M，格式限制mp4。
- 网页
  - 标题：限制60个字符。
  - 地址：需校验链接格式。
  - 分享图片：用于在前端H5卡片上进行展示，限制大小2M，限制格式jpg、jpeg、png、gif。
  - 分享描述：用于在前端H5卡片上进行展示，单行文本，不限字符类型，限制长度60个字符。
- 小程序页面
  - 标题（仅供后台查看）：限制60个字符。
  - 小程序名称：
    - 单行文本，限制长度30个字符，仅支持中文、英文、数字、符号“+”。
    - 符号“+”仅支持输入一个，且只能在小程序名称最后，例如“QA店长+”。
  - App ID：需校验格式。
  - 原始ID：需校验格式。
  - 页面路径：不需校验格式。
  - 分享描述：单行文本，不限字符类型，限制长度60个字符。
  - 分享图片：限制大小2M，限制格式jpg、jpeg、png、gif。
  - 小程序图标：限制大小2M，限制格式jpg、jpeg、png、gif。

查询素材

查询功能位于下图标注位置。具体操作细节如下：

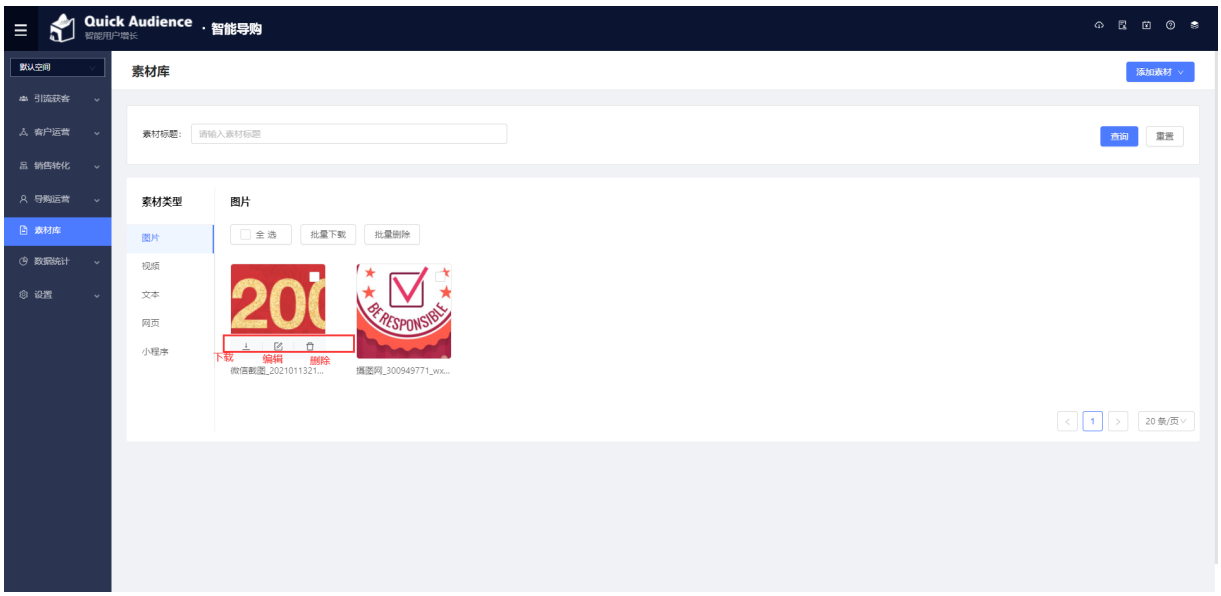
- 支持对文本标题或文本内容中包含字段的搜索，以及其他素材类型素材的标题或文件名中字段的搜索。
- 支持根据素材标题进行查询。输入关键词后单击**查询**方可触发查询。单击**重置**恢复显示所有素材。
- 查询范围为后台全部素材。
- 搜索时英文不区分大小写。



编辑素材

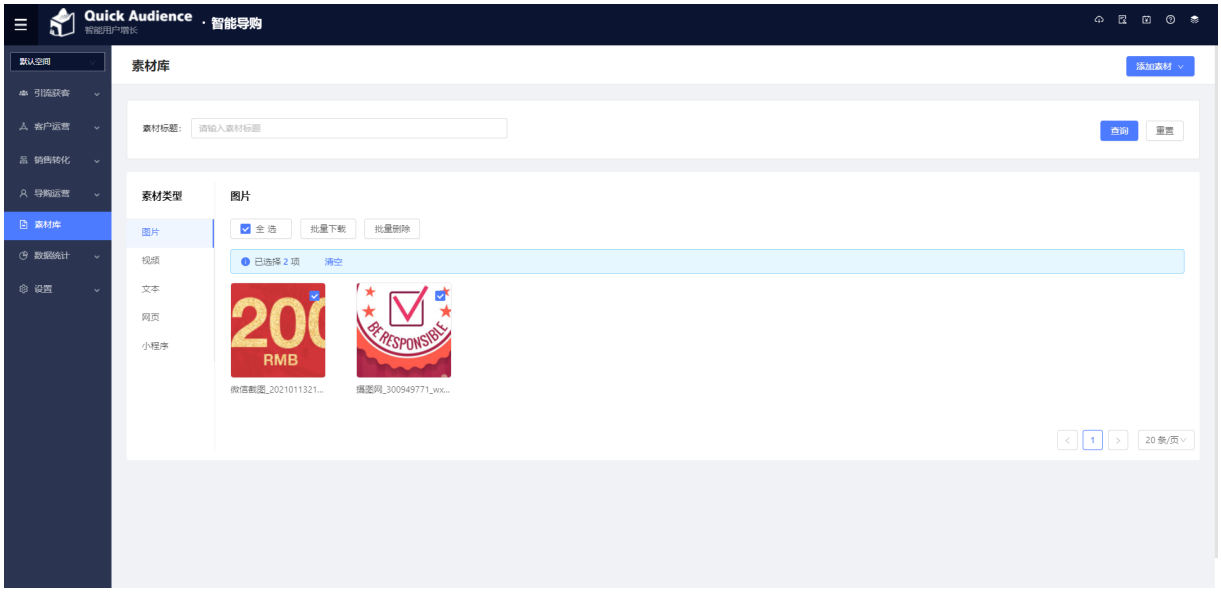
单个素材操作

鼠标放至素材图片上放。如图出现三个按钮依次为下载、重命名、删除。单击按钮即可对素材进行下载、重命名、删除。

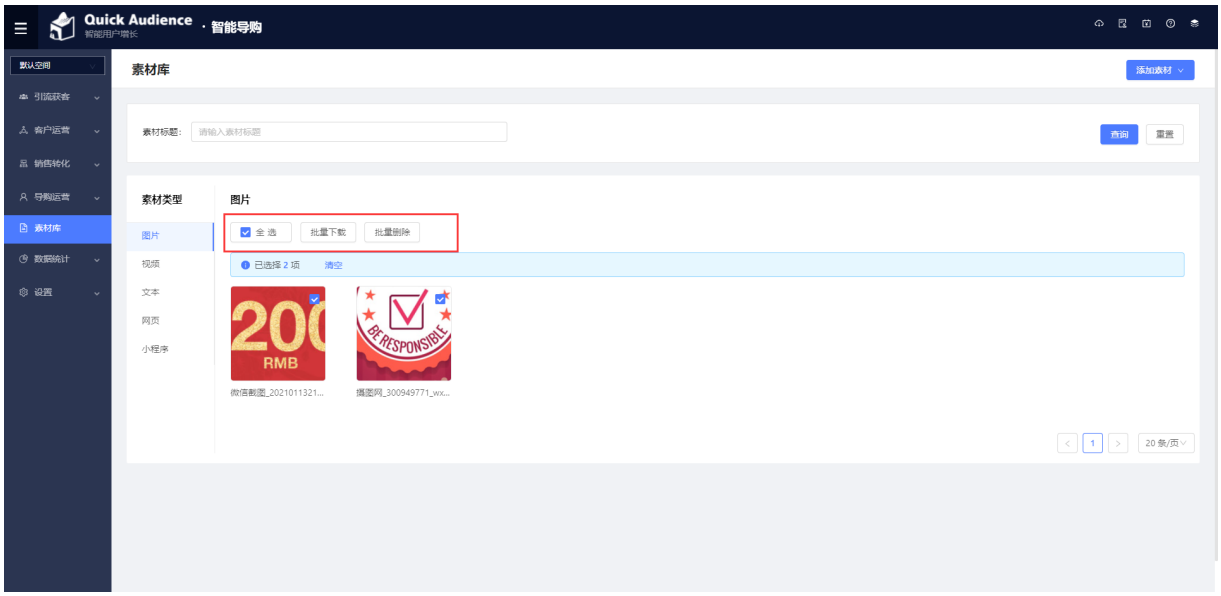


批量素材操作

- 选择素材：方式有两种，1.手动勾选/取消勾选所需素材。2.单击**全选**，批量选择所有素材。



- 批量操作：分别单击**批量下载**或**批量删除**，可进行批量操作。
  - 批量下载：选中素材后，单击**批量下载**即可批量下载。只有图片/视频类型素材支持进行批量下载。
  - 批量删除：选中素材后，单击**批量删除**并单击**确定**即可批量删除，如素材被导购素材使用，删除后将一并从导购素材库中删除。



10.16. 数据统计

数据统计包括展示在后台的门店数据、导购排行，以及展示在智能导购企微版小程序端的数据统计。

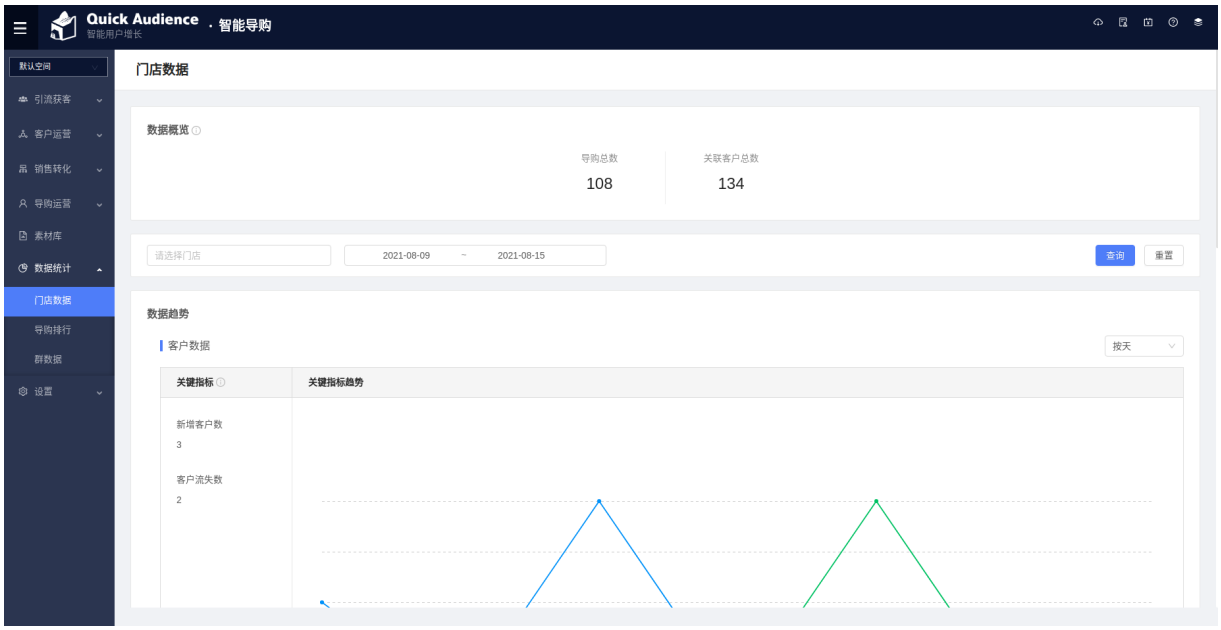
门店数据

为品牌提供门店相关数据。主要展示以门店为单位的导购相关的数据，帮助运营人员进行判断并采取、调整对应策略完善营销活动。

数据概览

- 导购总数：导购的总人数，不包括离职的导购

- 关联客户总数：外部联系人客户的总人数



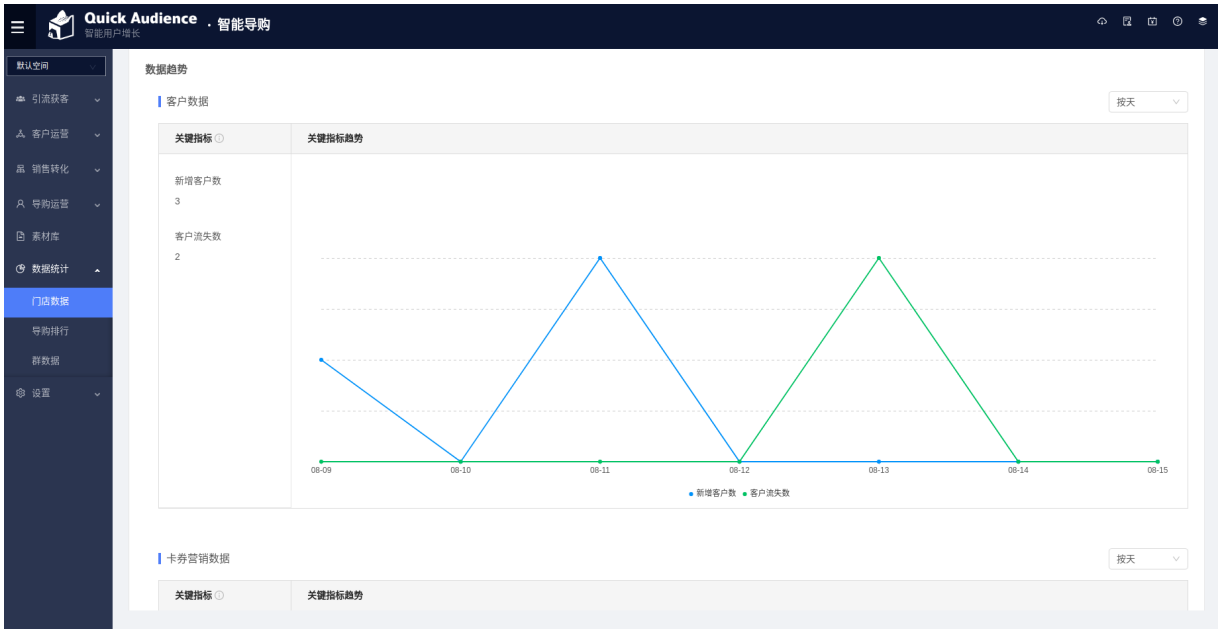
数据趋势与数据对比

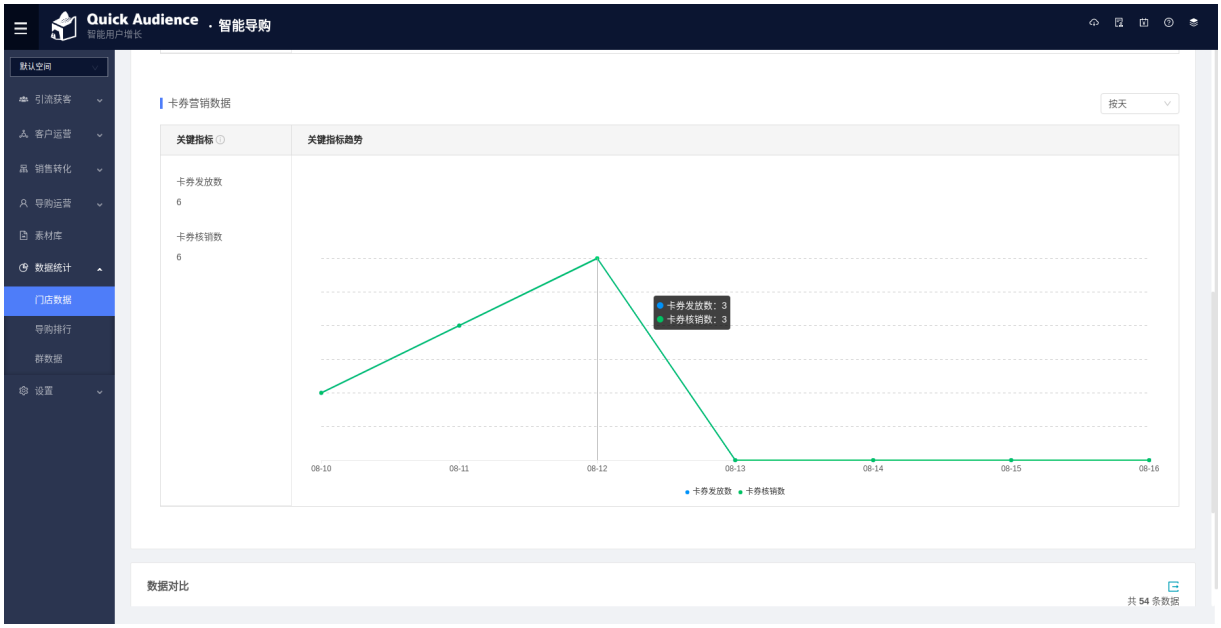
数据趋势与数据对比支持按照**组织结构**和**时间段**进行筛选查看

- 组织结构筛选
  - 支持按照门店名称进行模糊搜索或者筛选
  - 支持多选，展示多选门店的总数据，不选择则展示数据权限范围内全部门店的数据
- 时间筛选
  - 可以选择不同的时间段查看数据（YYYY/MM/DD-YYYY/MM/DD）（昨天/最近7天/最近30天）
  - **数据趋势**支持选择不同的周期查看数据（按天，按周，按月）

数据趋势

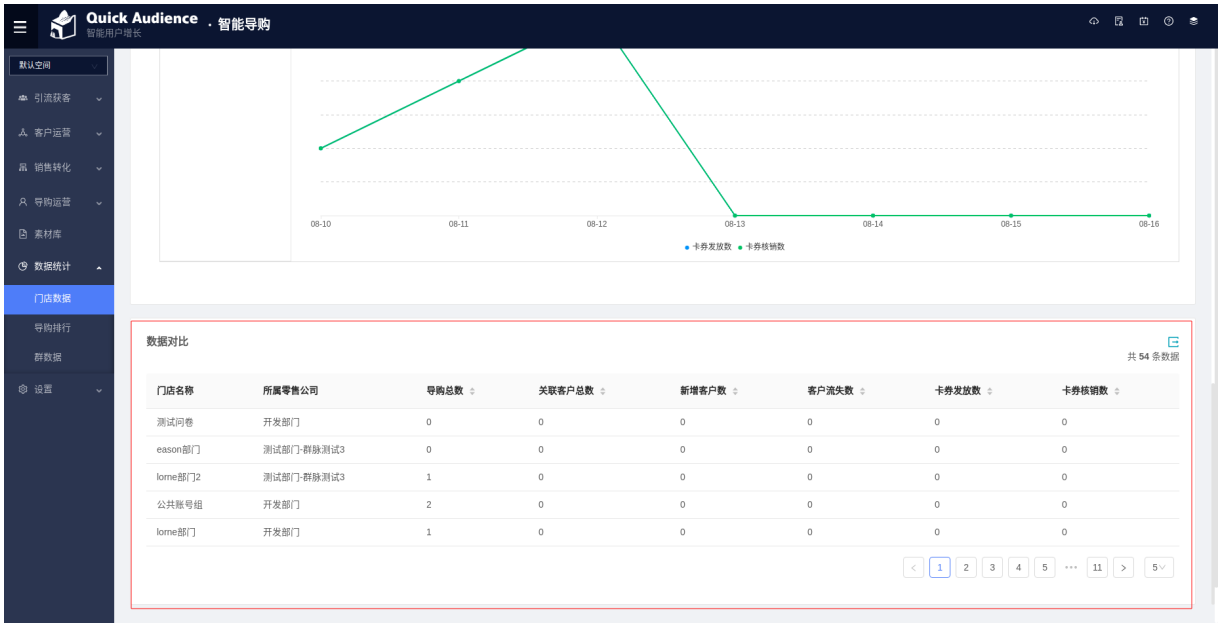
- 客户联系数据
  - 新增客户数：筛选时间段内，所选门店的新增关联客户人数
  - 客户流失数：筛选时间段内，所选门店中，客户与导购无好友关系，且该客户未添加其他导购的客户数
- 卡券营销数据
  - 卡券发放数：筛选时间段内导购发放优惠券被领取的数量
  - 卡券核销数：筛选时间段内导购核销优惠券的数量





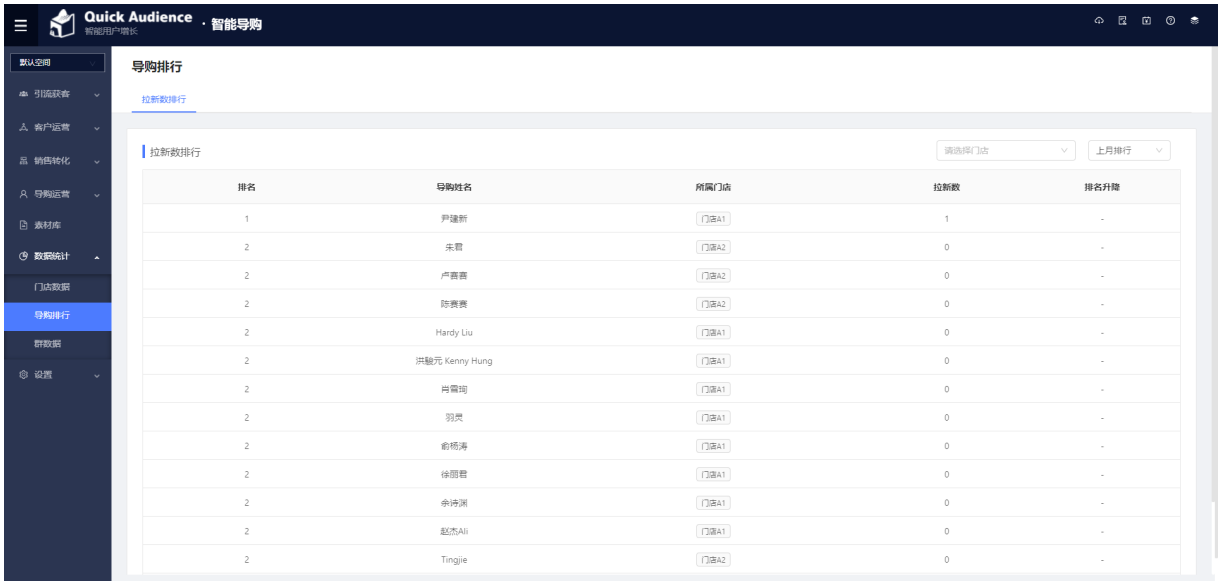
数据对比

用于对比门店之间的数据；数据概览中的导购总数、关联客户总数展示的数据为：截止到筛选时间段的结束时间的累计数据；数据对比支持导出



导购排行

为品牌提供导购日常运营工作的数据排行，辅助品牌建立良好的导购奖惩机制并激励导购完成日常工作。



- 对所有导购的数据进行排行，展示上个统计周期的排名。
- 每个周期开始的00：00进行数据更新，更新上个周期的排行数据。
- 排行纬度为导购拉新数：通过添加外部联系人建立好友关系的客户数量

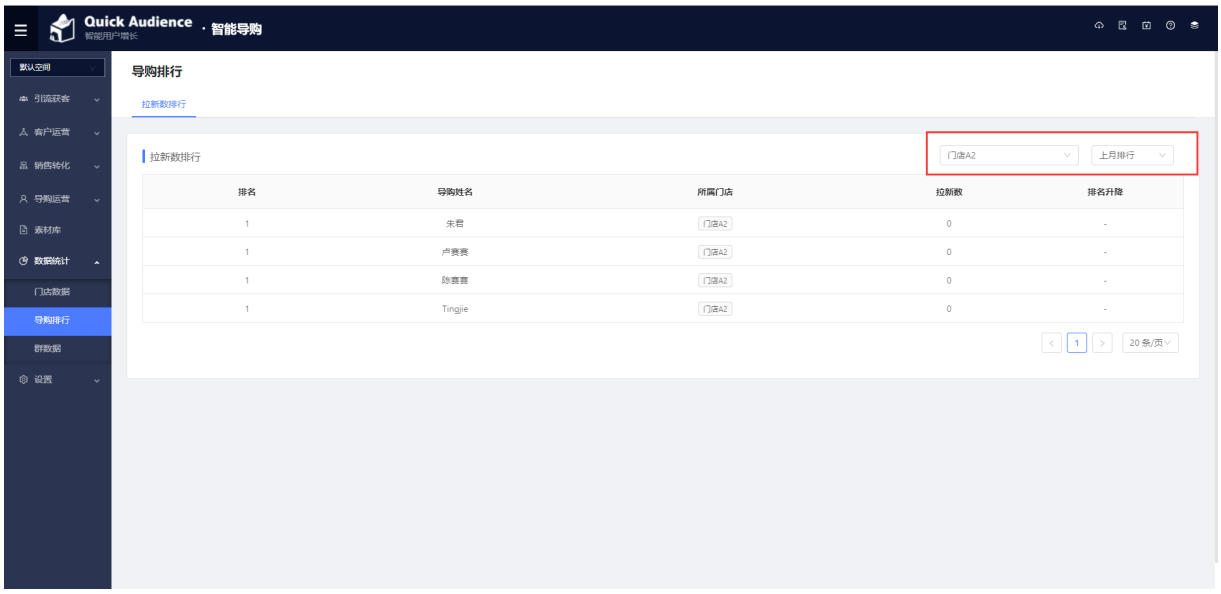
排行样式

展示所有导购上个统计周期的排名

- 导购名次：正序排列
- 导购的名次变化情况与变化值
  - 上升：排名相对上个统计周期上升，如排名上升4位，则显示：+4
  - 持平：排名相对上个统计周期未产生变化，显示“-”

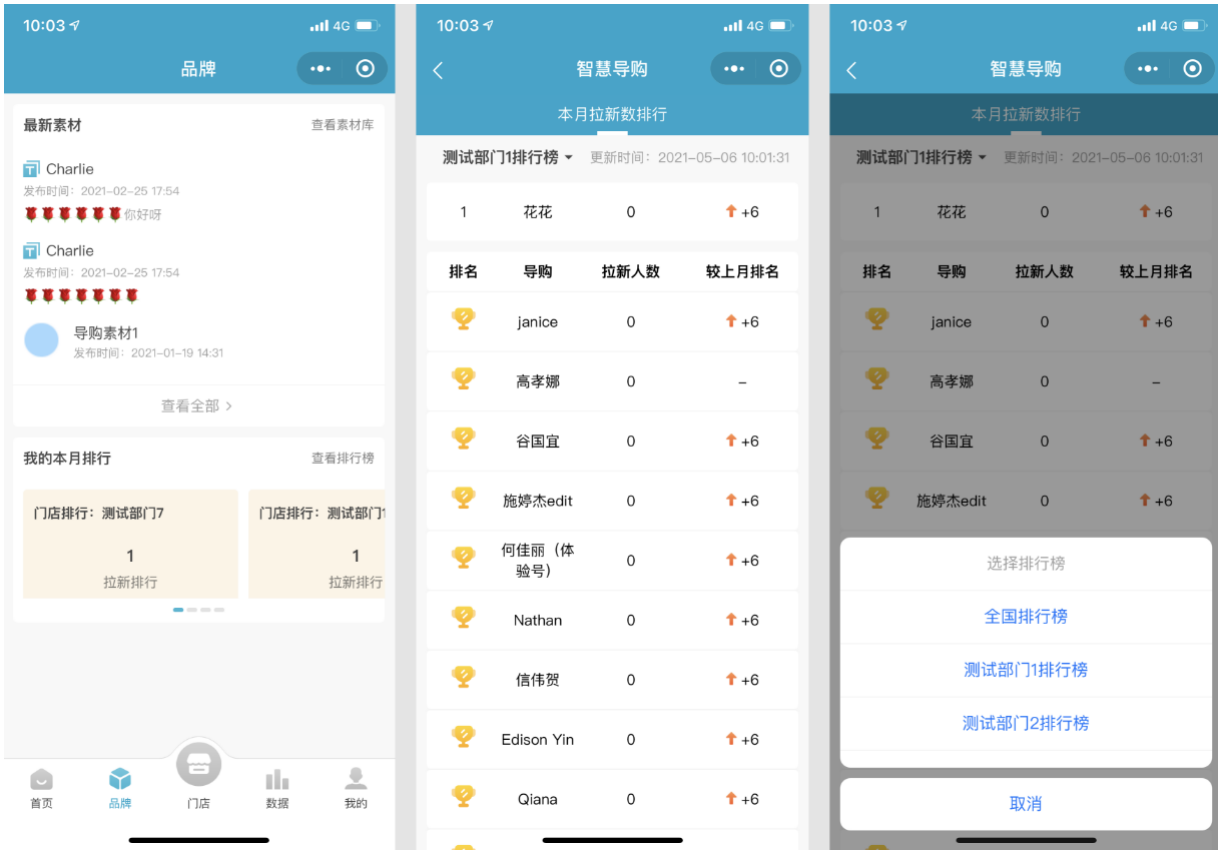
- 下降：排名相对上个统计周期下降，如排名下降4位，则显示：-4
- 新加入导购（无上个月数据）：数据为空，不显示

- 导购姓名
- 所属门店：如导购有多门店，则展示多门店
- 导购业绩：展示当前所选排行业绩的数值，多门店导购展示多门店业绩总和



导购排行小程序端

- 支持统计周期的筛选（上月/上季度）
- 支持门店的搜索和筛选，只可单选，选中门店后展示该门店的排行榜。如导购1隶属于门店A,B, 筛选时选择门店A，则列表内显示导购1，且只展示导购1在门店A的数据。
- 导购名次变化是与本门店上个排名进行对比 导购排行小程序端
- 支持查看当月拉新数排行榜，排行榜实时更新；
  - 拉新数：导购通过企业微信添加客户微信，如该客户从未添加过其他导购的微信则自动绑定，且视为拉新成功
- 支持切换门店排行或全国排行。
- 门店排行榜展示当前门店的全部导购，只统计导购在当前门店的数据。
- 全国排行展示前10名，统计导购在全部门店的数据。

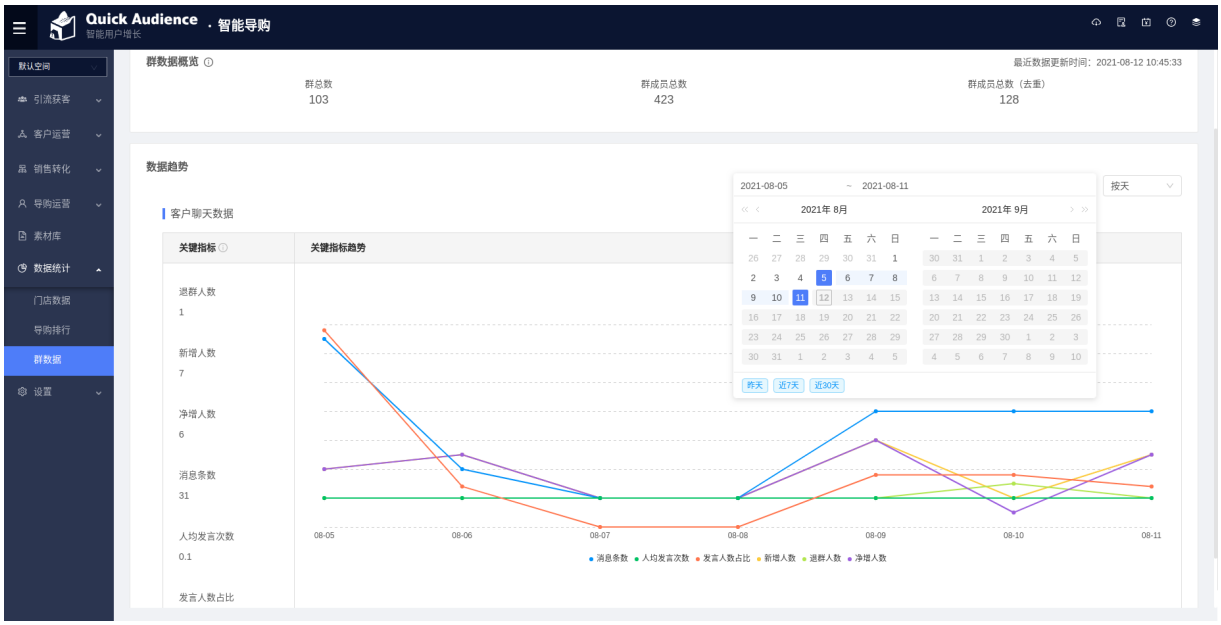


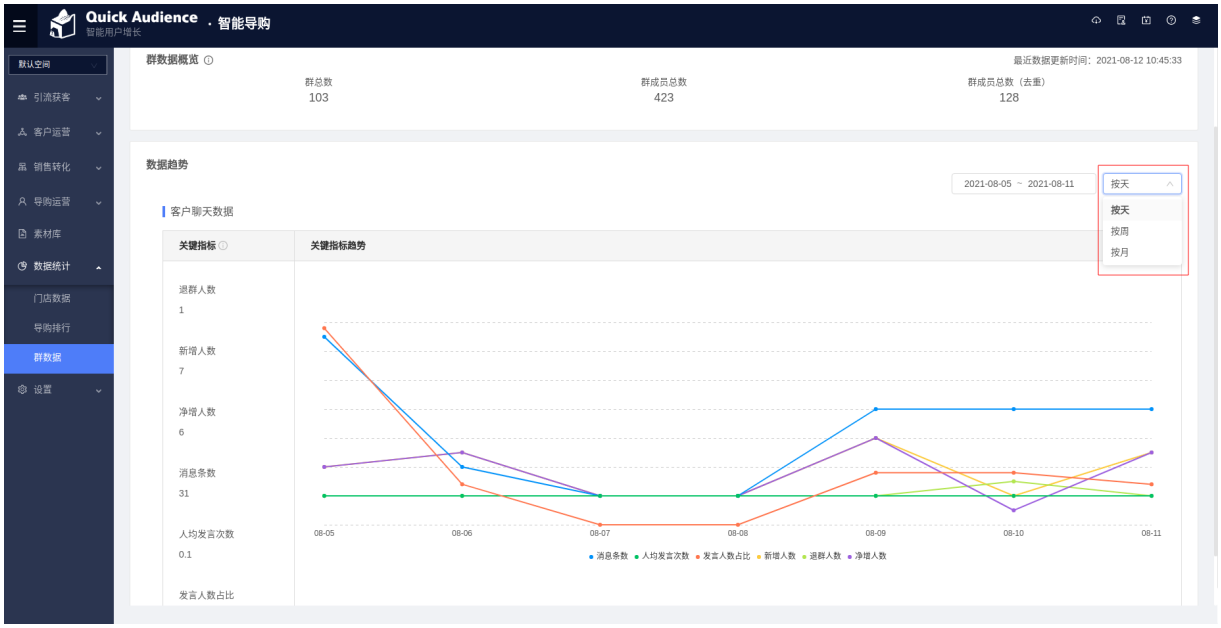
群数据

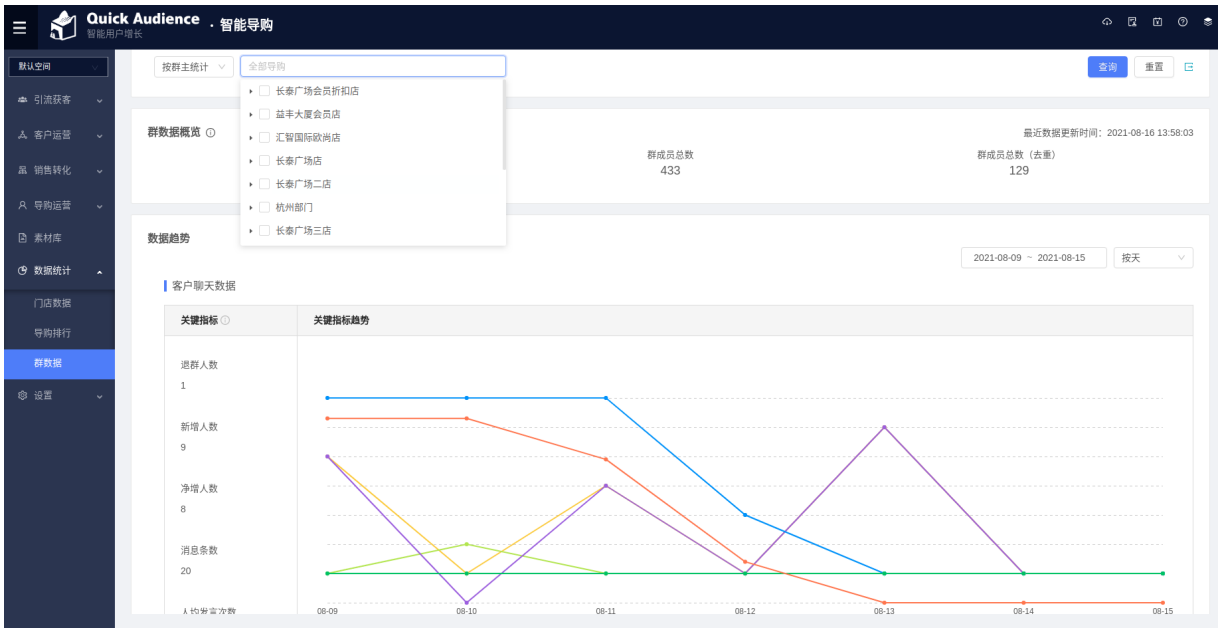
群数据展示的是导购拉取的外部群的数据统计，主要分为群数据概览、群关键指标和关键指标趋势三个部分。

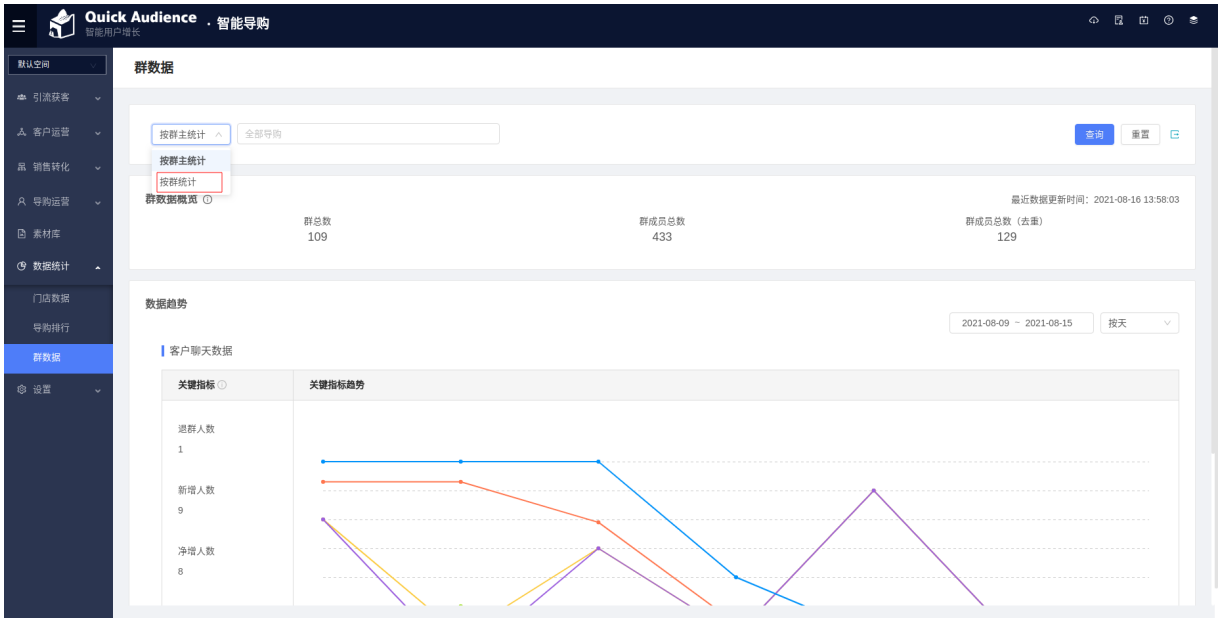
- 群数据概览界面包括：
  - 群成员总数：累计的群成员总数
  - 群总数：累计的群数量

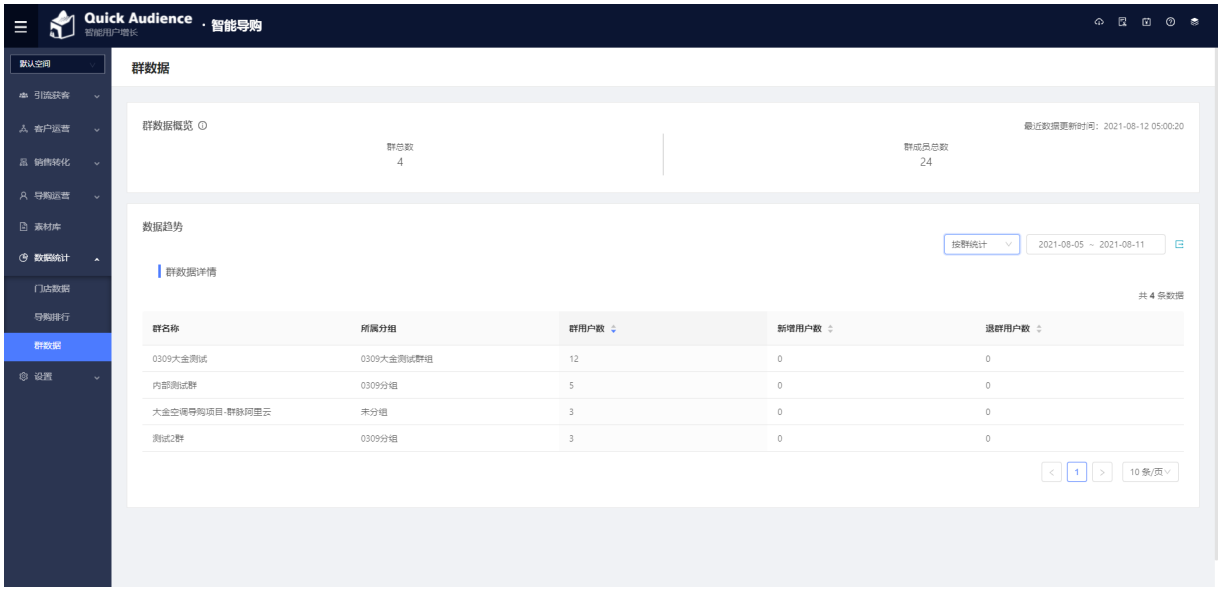
- 支持按群主、按群查看统计数据
  - 按群主统计
    - 群关键指标包括：
      - 新增人数：筛选条件下新增的群成员人数，该指标未去重（同一个用户加多个群都会统计在内）并且同一个人反复添加同一个群后都将统计在内
      - 退群人数：筛选条件下退出群的人数
      - 消息条数：筛选条件下群内的消息总数
      - 人均发言次数：筛选条件下总消息条数与群成员人数的比例
      - 发言人数占比：筛选条件下发言人数占群总人数的比例支持按导购进行筛选（支持单选导购；也支持多选导购，并针对多个导购的累计数据进行分析）
    - 支持通过时间段进行数据的筛选：显示时间段起始和结束的自然周，如筛选的时间为5.2-5.31，开始时间为5.2所处的一整个自然周，即4.27-5.3该周的数据，结尾则是5.25-5.31的数据。
    - 支持按天、周、月查看数据。鼠标悬浮至某一个时间点上，会展示该时间点的数据。
    - 支持通过搜索或筛选某个门店或导购查看数据
  - 按群统计
    - 展示群列表，包括群名称、所属分组、群内用户数、筛选条件下的新增用户和退群用户数




Quick Audience · 智能导购
智能用户增长
默认空间
引流获客
客户运营
销售转化
导购运营
素材库
数据统计
门店数据
导购排行
群数据
设置
群数据概览
最近数据更新时间：2021-08-12 10:45:33
群总数
103
群成员总数
423
群成员总数（去重）
128
数据趋势
2021-08-05 ~ 2021-08-11
按天
按天
按周
按月
客户聊天数据
关键指标
关键指标趋势
退群人数
1
新增人数
7
净增人数
6
消息条数
31
人均发言次数
0.1
发言人数占比
08-05
08-06
08-07
08-08
08-09
08-10
08-11
消息条数
人均发言次数
发言人数占比
新增人数
退群人数
净增人数


Quick Audience · 智能导购
智能用户增长
默认空间
引流获客
客户运营
销售转化
导购运营
素材库
数据统计
门店数据
导购排行
群数据
设置
按群主统计
全部导购
长泰广场会员折扣店
益丰大度会员店
汇智国际欧尚店
长泰广场店
长泰广场二店
杭州部门
长泰广场三店
查询
重置
群数据概览
最近数据更新时间：2021-08-16 13:58:03
群成员总数
433
群成员总数（去重）
129
数据趋势
2021-08-09 ~ 2021-08-15
按天
客户聊天数据
关键指标
关键指标趋势
退群人数
1
新增人数
9
净增人数
8
消息条数
20
08-09
08-10
08-11
08-12
08-13
08-14
08-15





数据统计小程序端

客户数据

- 当前绑定客户数：导购的绑定客户总数
- 累计流失客户数：导购的客户对导购进行好友删除和拉黑的数量

分销数据

- 累计销售金额：导购通过导购分销累计销售的金额
- 累计完成订单数：导购通过导购分销产生的订单中，已完成（超过订单保护期无法退款）的订单数量
- 累计推广金额：导购通过导购分销累计销售的金额，包含未完成订单的金额
- 累计推广订单数：导购通过导购分销累计销售的订单数，包含未完成的订单
- 退款订单数：导购分销产生的退款订单数量

导购任务数据

- 任务完成度：导购完成的任务数/导购需要完成的任务数
- 海报扫码率：导购的所有任务中（包括进行中和已结束的任务），若包含海报素材，平均的海报扫码率
- 链接打开率：导购的所有任务中（包括进行中和已结束的任务），若包含链接素材，平均的链接打开率

日常运营数据

- 触达情况：累计应沟通客户数/累计沟通客户数
- 触达率：(累计应沟通客户数/累计沟通客户数)*100%
- 转化率: 所有导购需要运营的客户的转化率

群数据

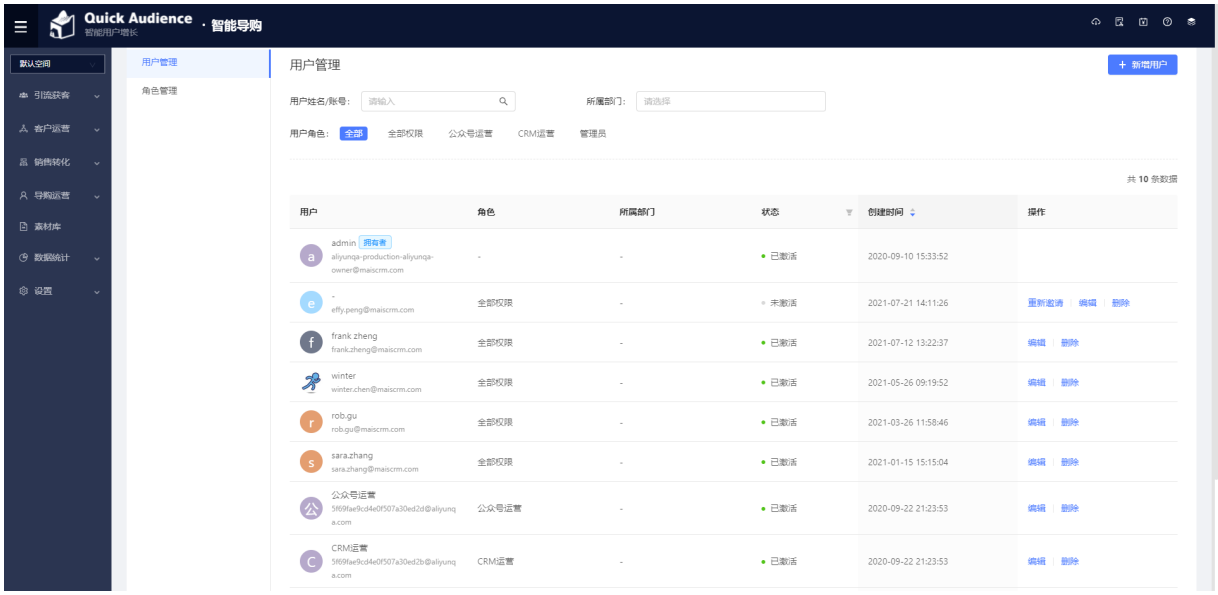
- 展示该导购全部群的统计数据
  - 群成员总数：数据更新时间当日，导购的所有外部群的群人数
  - 累计退群人数：历史退群的客户人数
  - 新增人数：数据更新时间当日新增的入群客户人数
  - 群消息数：数据更新时间当日产生的消息总数
  - 人均发言次数：数据更新时间当日群内消息数/群内人数
  - 发言人数占比：数据更新时间当日发言人数占群内总人数的比例

10.17. 管理中心

单击智能导购模块页面右上角的图标，进入管理中心。

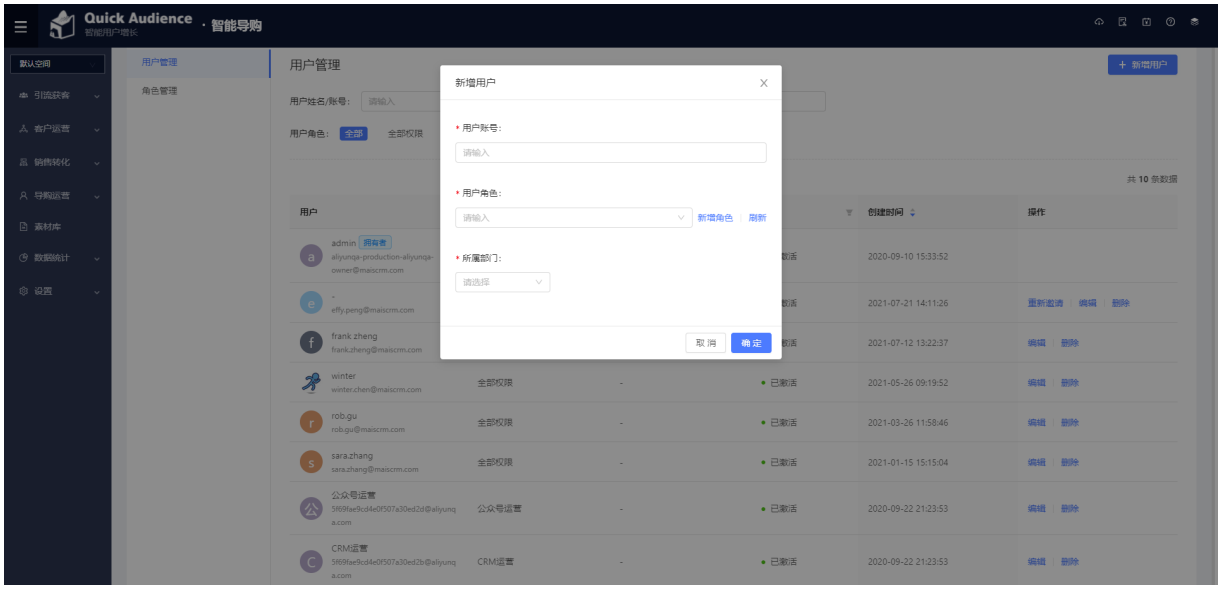
用户管理

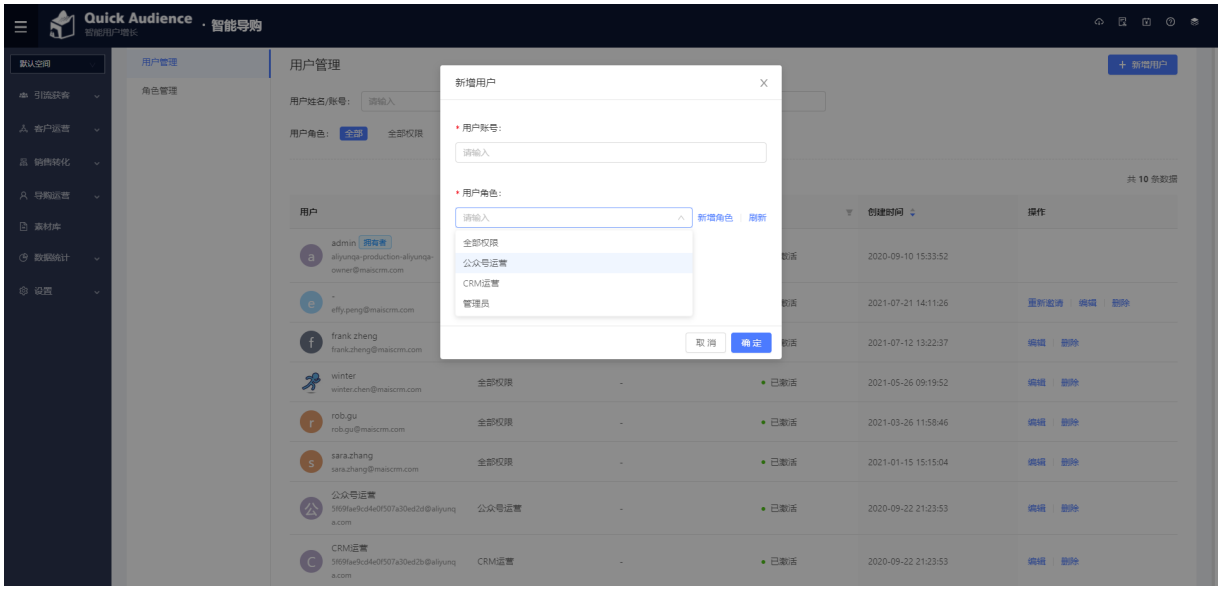
为智能导购企微版管理后台创建用户，用户可以使用本管理后台。支持为每个用户配置角色，每个角色对应不同的后台功能。



新增用户

- 单击“新增用户”按钮弹出“新增用户”弹窗；
- “新增用户”弹窗中包含“用户账号”、“用户角色”和“所属部门”三个字段；
  - 用户账号、用户角色和所属部门均为必填项；
  - 用户账号仅支持邮箱，提交时校验邮箱格式；
  - 提交时校验用户账号是否已存在；
  - 用户角色的选择支持选择所有角色，支持快捷新增角色，快捷新增角色会直接跳转至新增角色页面，新增角色页面需弹出新的标签页，新增完毕后返回当前页面刷新即可选择新创建的角色。
  - 用户所属部门关系到用户的数据权限
    - 所属部门为总部可以看到所有的数据
    - 所属部门为某中间层级，则仅可以看到该节点及其以下的数据
  - 用户新增完成后，用户显示在用户列表。





用户列表

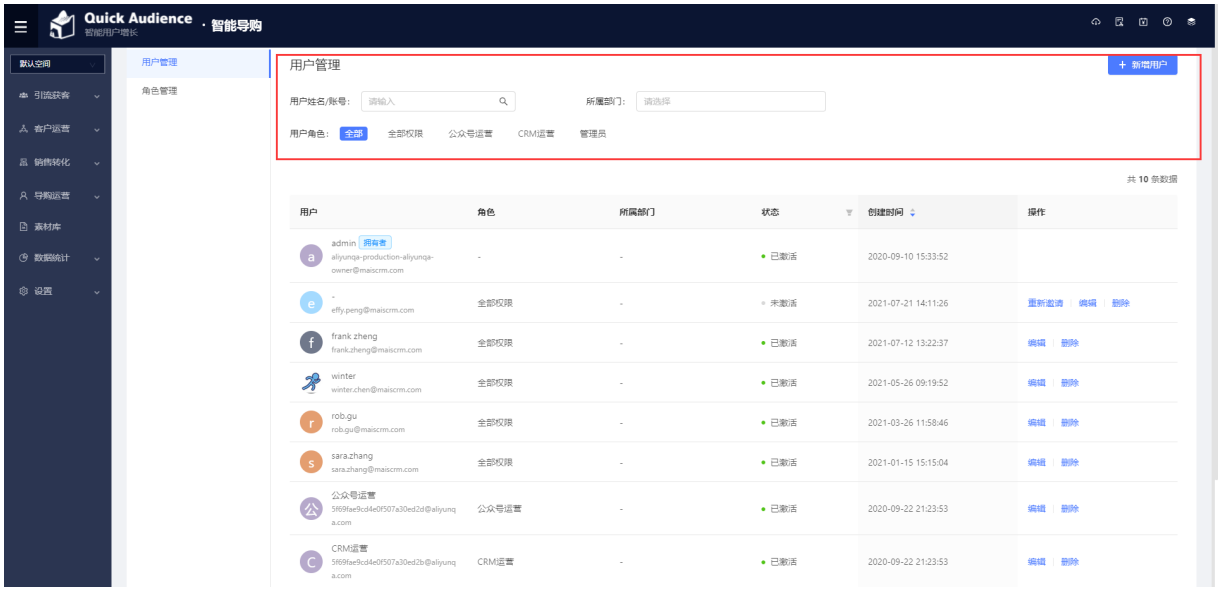
- 用户列表包含：账号、姓名、角色、所属部门、状态、创建时间、操作；
- 系统存在一个“拥有者”用户，不可编辑和删除；
- 新创建的用户显示为“未激活”状态；
- “未激活”状态用户“操作”列下包含“编辑”、“删除”和“重新邀请”操作；
- “已激活”状态用户的“操作”列下仅显示“编辑”和“删除”操作；
- 列表默认排序规则为按创建时间倒序；
- 列表支持按状态筛选用户。
  - 状态的筛选包含“已激活”和“未激活”，可多选，支持重置筛选。

用户搜索和筛选

- 支持通过用户姓名、账号（邮箱）进行搜索；
  - 邮箱为完全匹配；

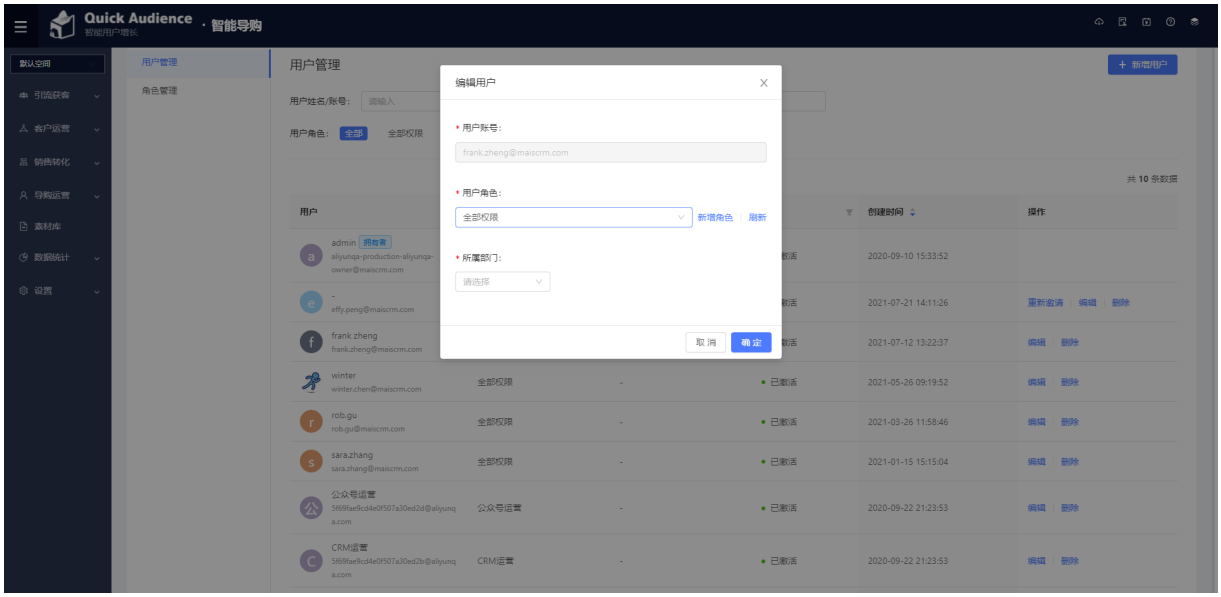
- 姓名支持模糊匹配；
- 单击搜索图标和敲击键盘回车都可触发搜索并刷新列表结果；

- 支持通过角色进行筛选
  - 角色默认不选中，角色支持多选，每一次选择都会刷新列表结果；
  - 用户筛选支持通过单个条件进行筛选，也支持通过组合条件进行筛选。
- 支持通过所属部门进行筛选。
  - 所属部门默认不选中，支持多选，每一次选择都会刷新列表结果。



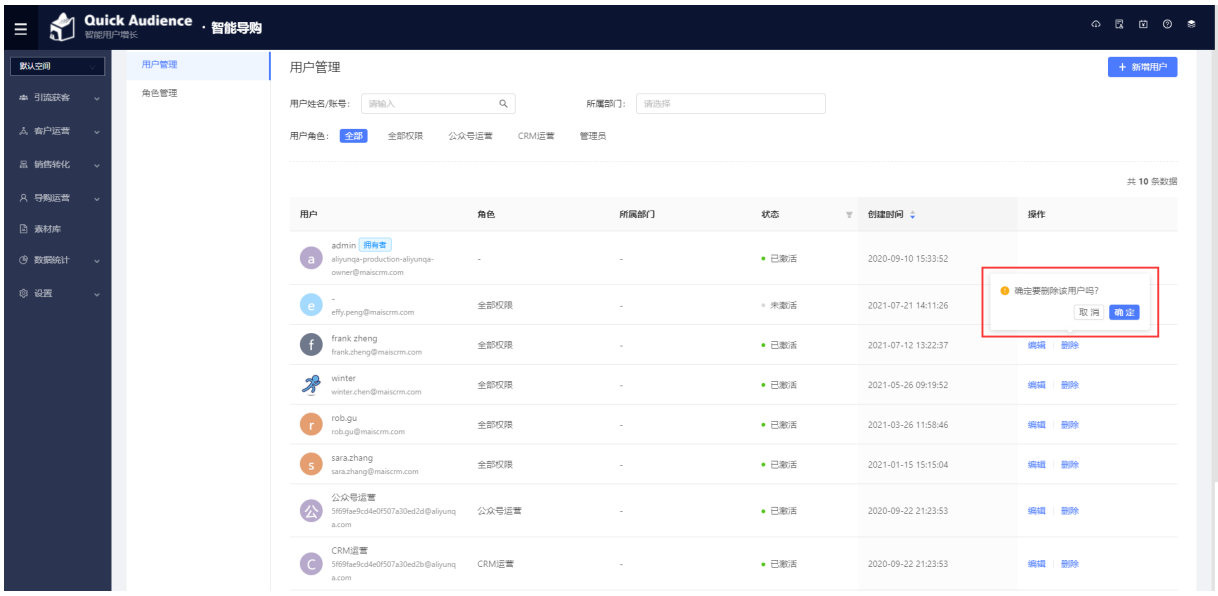
编辑用户

- 单击用户“操作”列的“编辑”按钮，弹出“编辑用户”弹窗；
  - 用户账号不允许编辑；
  - 用户角色支持编辑并保存。
  - 所属部门支持编辑并保存



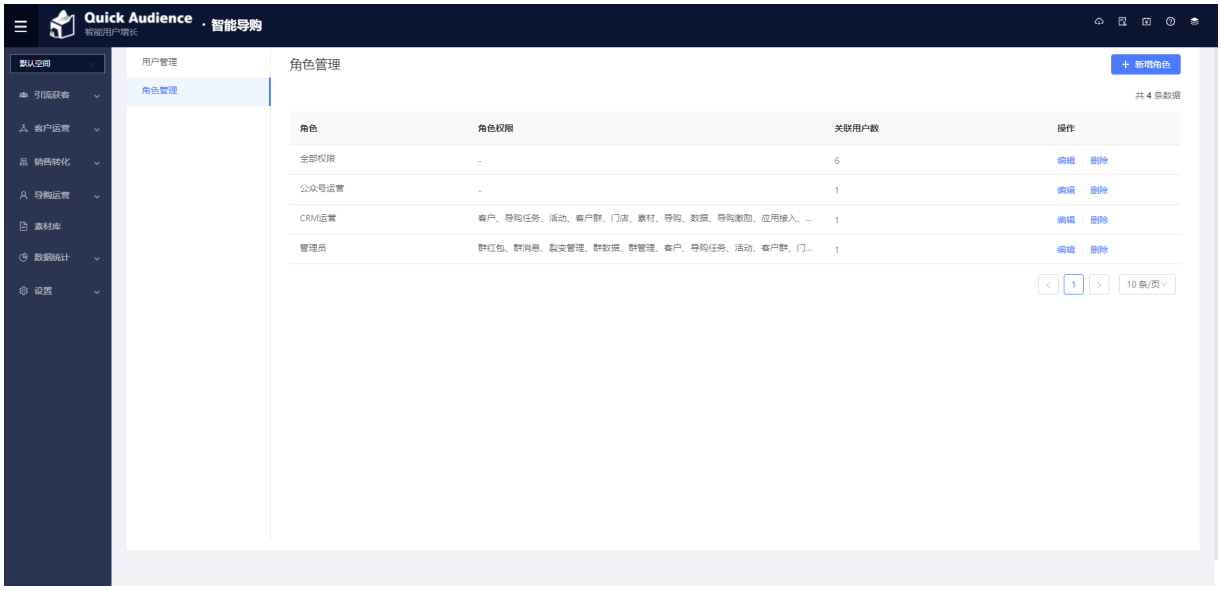
删除用户

- 单击用户“操作”列的“删除”按钮，弹出确认框；
  - 单击删除确认框中的“取消”，弹框关闭，用户仍显示在列表中；
  - 单击删除确认框中的“确定”，弹框关闭，用户从列表中消失。



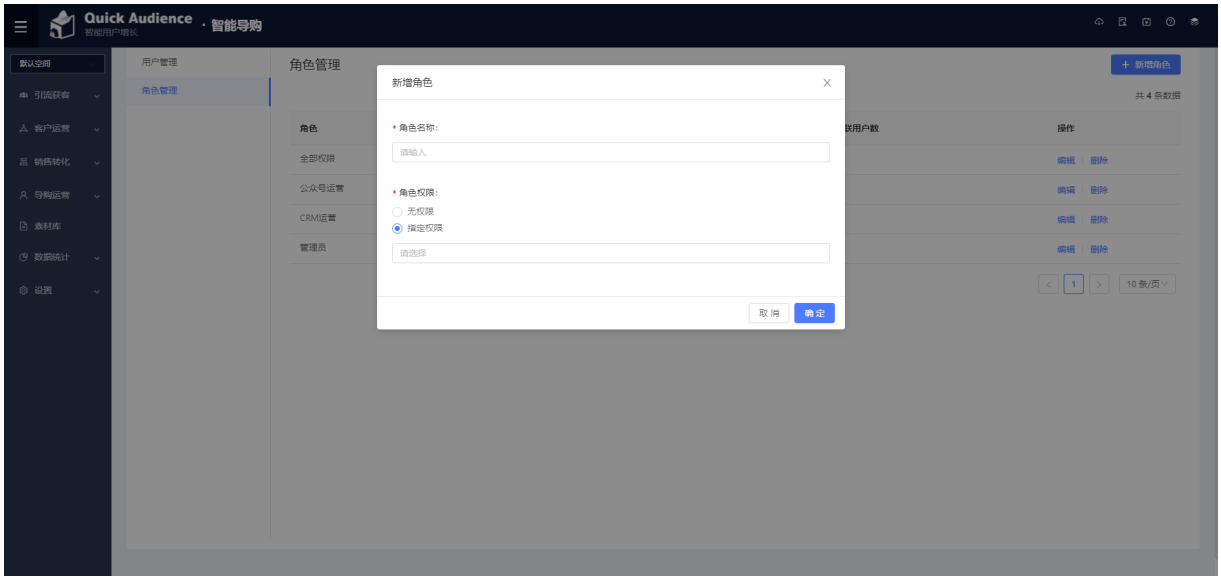
角色管理

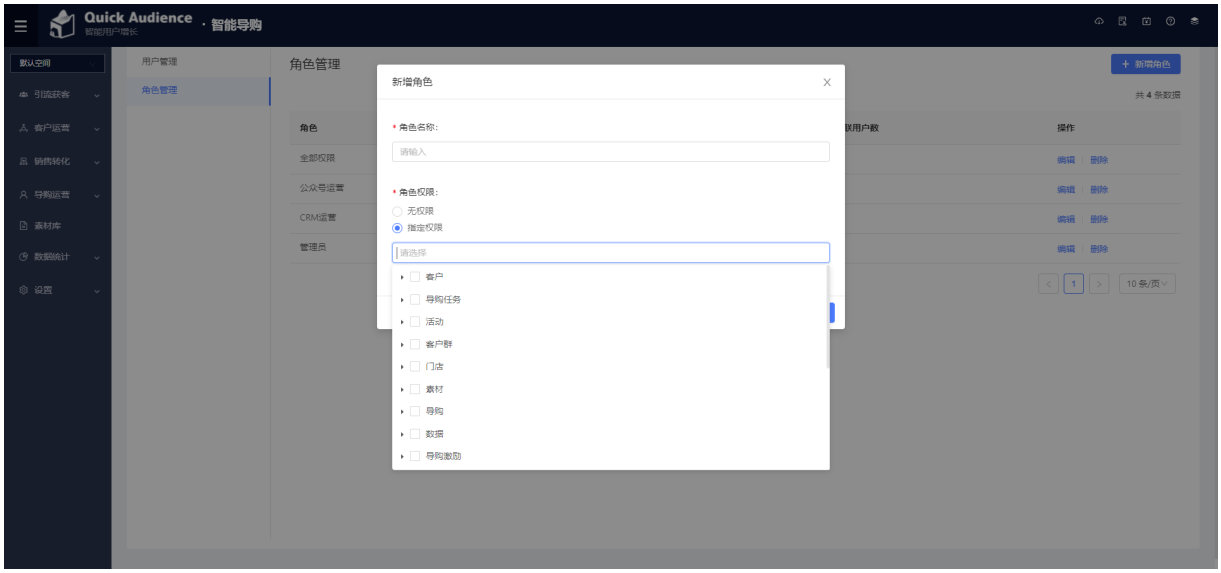
角色管理是权限的集合，用户基于角色进行权限控制，支持新增、编辑、删除角色。



新增角色

- 单击“新增角色”按钮，打开“新增角色”页面；
  - “新增角色”页面包含“角色名称”、“角色权限”；
    - “角色名称”和“角色权限”为必填；
    - “角色名称”为单行文本，不限文本类型，限制长度30个字符；
    - 角色名称不允许重复；
  - 角色新增完成后，新的角色显示在角色列表。



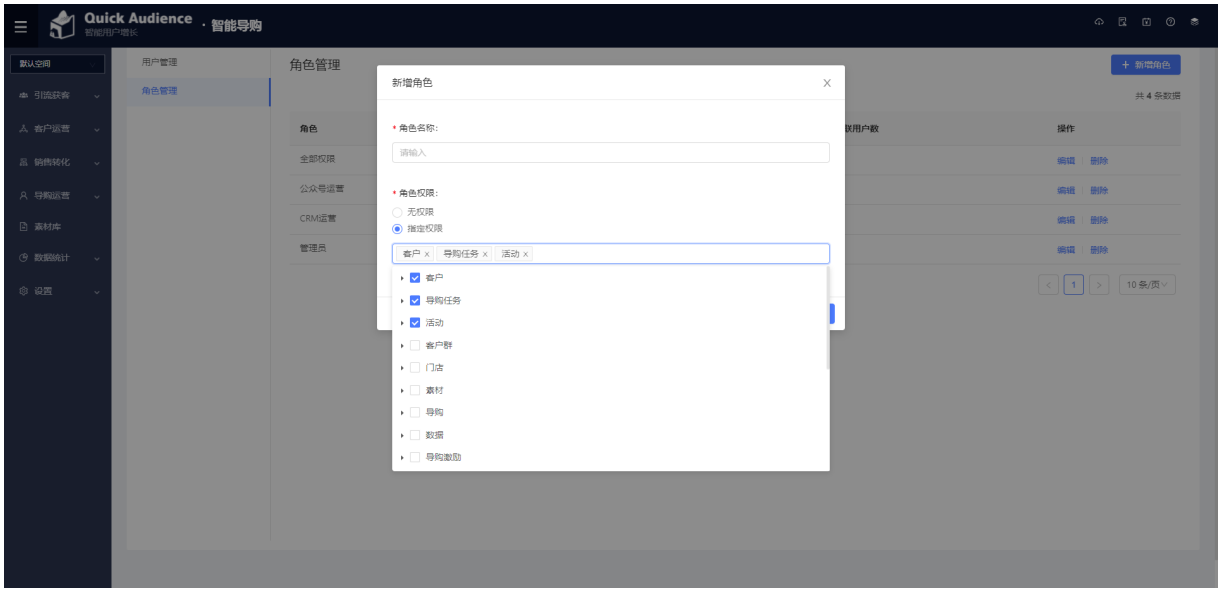


角色列表

- 角色列表包含“角色”、“角色权限“、“关联用户数”和“操作”列；
  - “操作”列下显示“编辑”和“删除”按钮；
- 角色创建完成后默认按照创建时间倒序显示在角色列表。

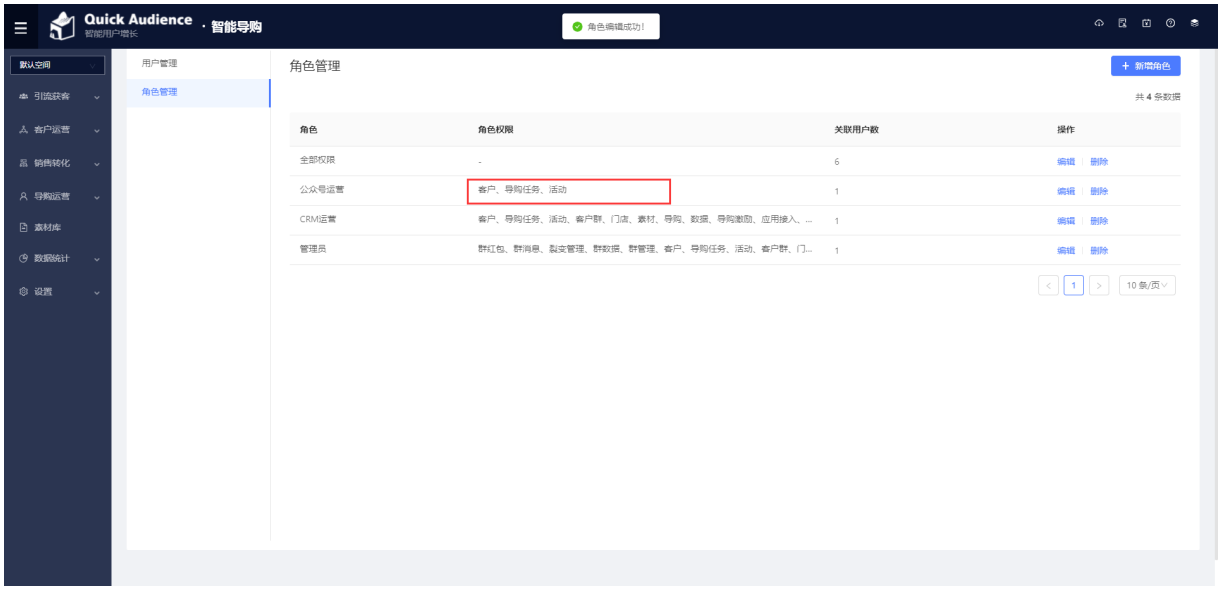
编辑角色

- 单击角色“操作”列的“编辑”按钮，打开“编辑角色”页面；
- “编辑角色”页面默认展示该角色已设置的角色名称、角色权限，支持修改并保存该角色的信息。
- “编辑角色”页面不允许角色名称重复。



删除角色

- 删除角色需二次确认；
- 当角色关联用户数大于0时，该角色不允许删除。



角色权限与页面展示关系说明

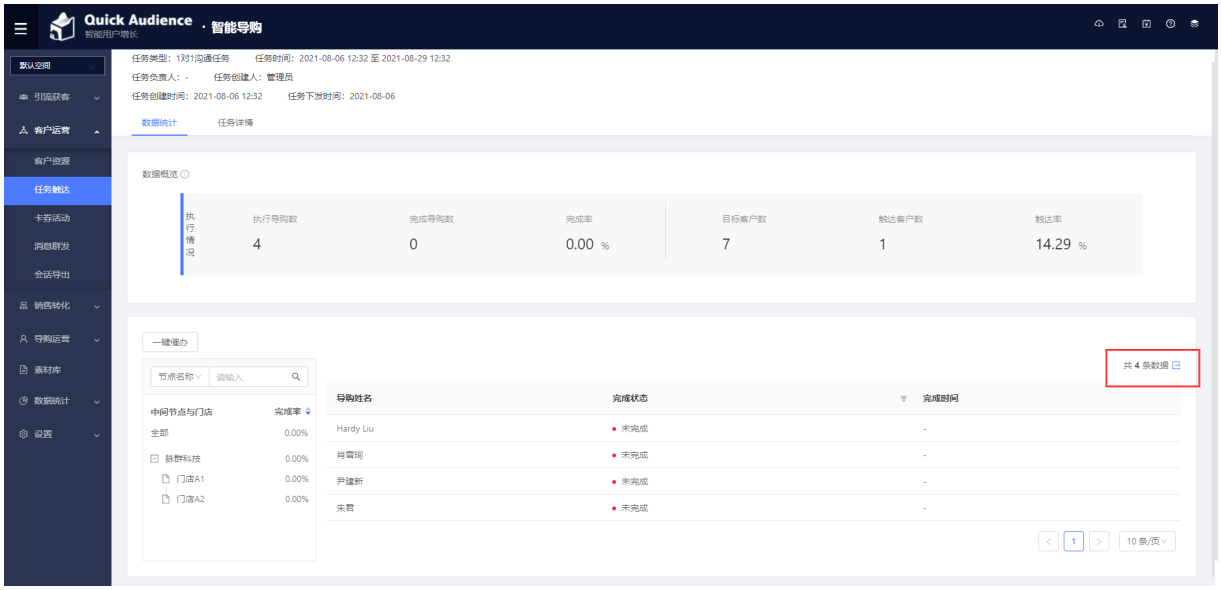
- 未勾选的内容/操作，对应角色查看系统页面时不展示对应的内容/操作按钮。
- 举例：导购任务详情页面，顶部的导购任务基本信息为共用信息，如未勾选**查看任务详情页>任务详情**，仅勾选**查看任务详情页>任务进度**，则展示顶部的基本信息与任务进度，如未勾选**查看任务详情页>任务详情**且未勾选**查看任务详情页>任务进度**，则不支持查看任务详情页。
- 举例：如未勾选**创建角色**的权限，则对应的用户无论通过什么方式都无法创建角色，在**角色管理**页面无法创建角色，且在**新增/编辑用户**页面也无法创建角色。

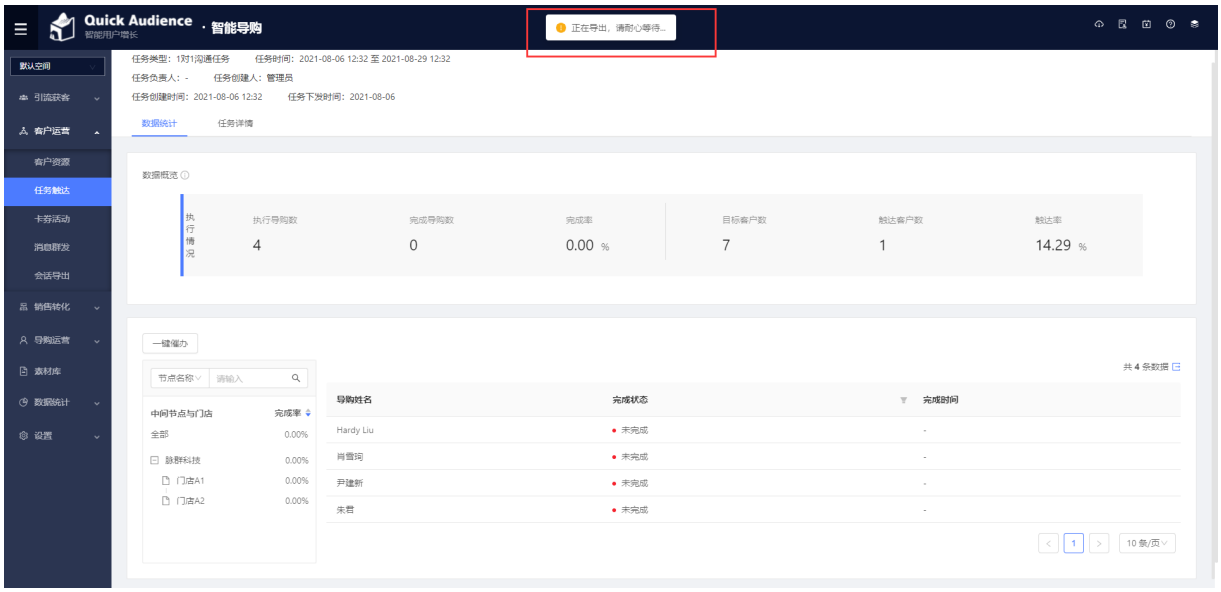
10.18. 任务中心

单击智能导购模块页面右上角的图标，进入任务中心。

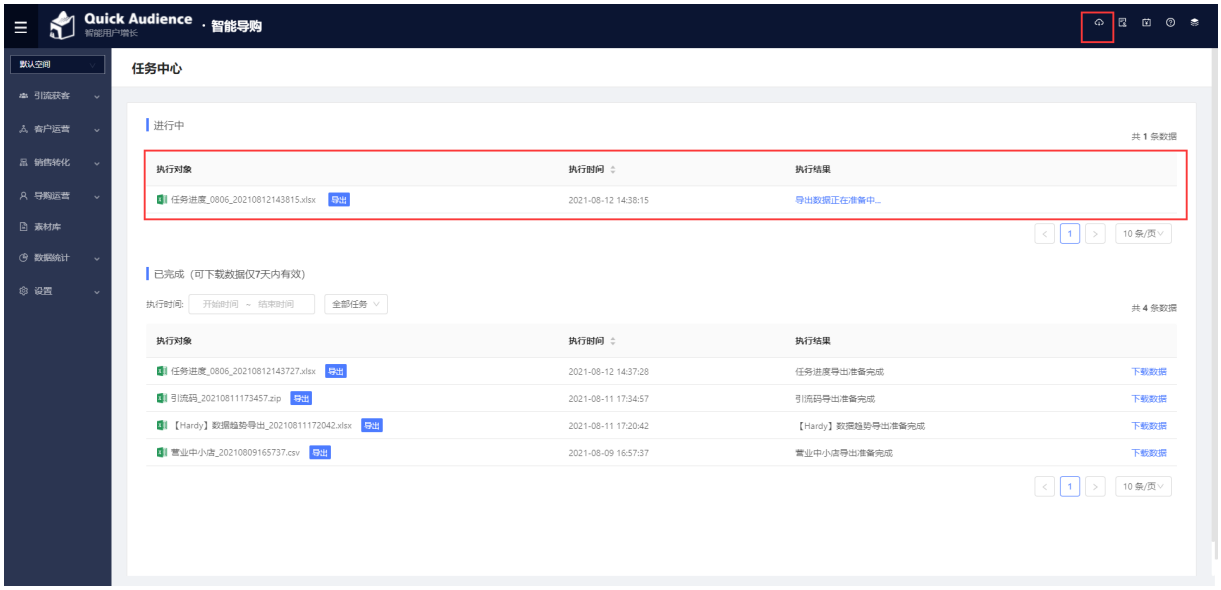
任务中心记录所有导出的数据文件，仅支持7天内下载，过期后文件自动无效。

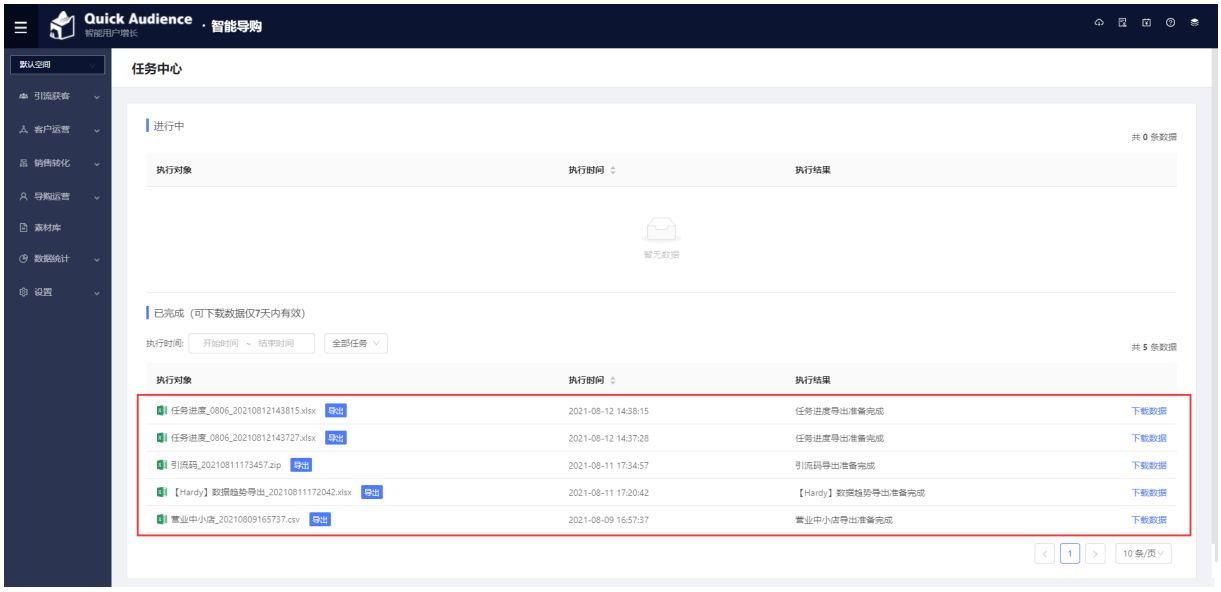
以导出导购任务的任务进度数据为例，在任务进度出单击导出按钮即可开始导出。





可在任务中心查看正在导出的任务，导出成功后，屏幕右下角会有提示，单击下载可以下载导出的数据。





10.19. 智能导购企微版小程序

导购可以在企业微信通过智能导购企微版小程序使用相关功能。

首页

小程序首页包含导购最常用的功能与数据：

- 导购任务：展示需要完成的导购任务数量，单击跳转至任务中心页面。
- 无主客户分配：查看品牌为导购分配的客户资源
- 快捷操作
  - 搜索客户：单击跳转至搜索客户列表，全局搜索；
  - 扫一扫：支持扫描客户二维码或卡券二维码；
  - 名片码：单击后展示导购名片页的太阳码，客户扫码进入零售商城的导购名片页。
- 关键数据，展示导购今日或本月的重要指标

- 日常运营，查看当前可执行的日常运营任务，详情请见日常运营章节。
- 导购激励：展示后台设置的激励类型，支持查看奖励规则，奖励规则根据后台设置动态展示。
- 本月收益，支持查看导购本月到账的收益金额

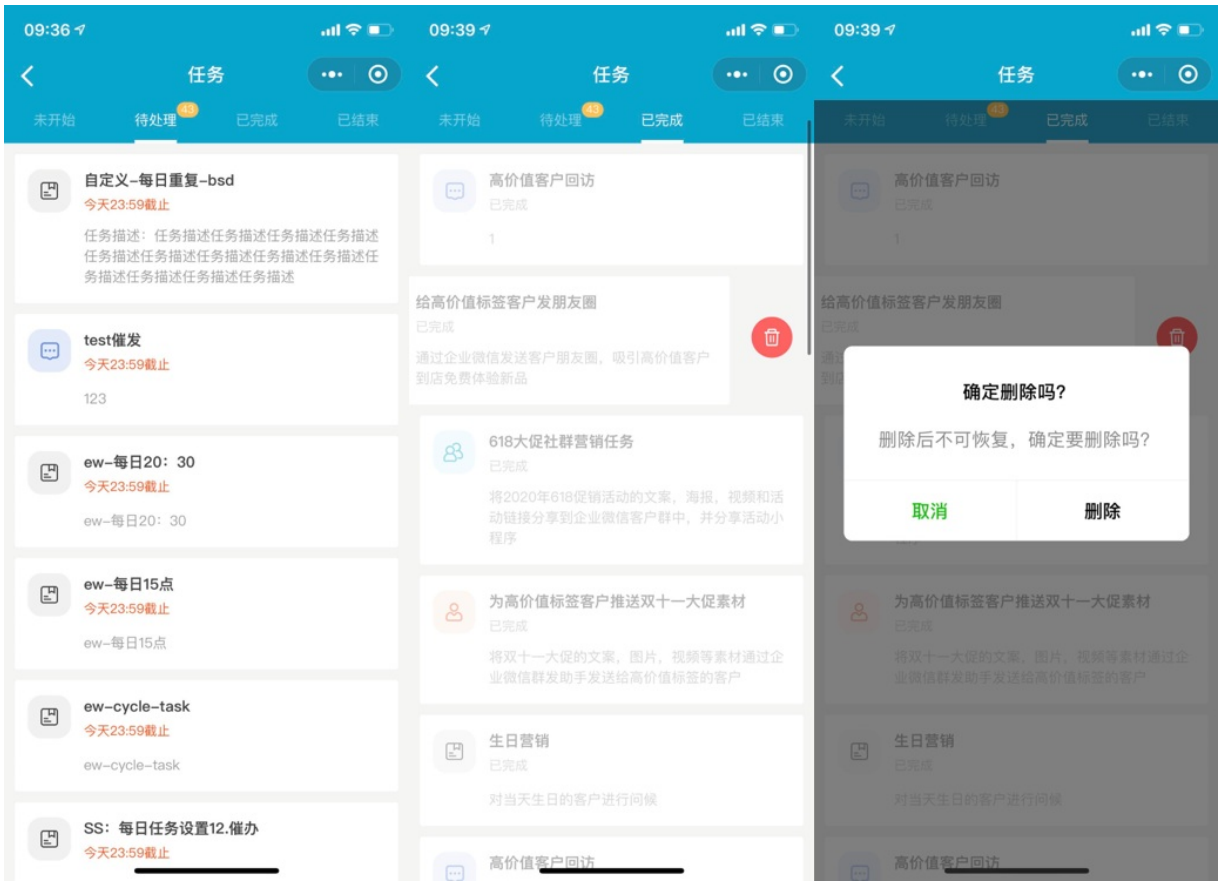
导购任务

任务列表

- 任务列表展示导购接收到的所有任务，并将任务区分为以下四种状态：
  - 未开始：已经下发给导购但是还未到任务执行时间的任务，导购可以查看任务详情并进行提前准备。
  - 待处理：默认进入待处理页面，展示正在任务时间内，需要导购尽快完成的任务。
  - 已完成：导购在任务要求时间内完成的任务。

- 已结束：
  - 已逾期的任务：在规定时间内未完成的任务
  - 已停止的任务：任务被后台运营人员停止

- 已完成或已结束的任务，可进行左滑删除，删除后不可恢复。
- 单击某个任务，可以进入任务详情



任务执行与完成

群发任务

1. 查看任务详情
2. 查看任务描述中的任务标签
3. 单击**立即执行**跳转群发助手，任务素材自动填充
4. 按照任务标签筛选客户完成群发
5. 完成群发后任务自动完成

注：每个客户群每个自然日最多能接收来自一名成员的一条群发消息，每个自然月最多接收来自同一企业的管理员或业务负责人的四条群发消息；

应用场景：企业可以把通知、活动、祝福等消息批量发送给不同的客户，并进行后续的服务；

朋友圈任务

1. 查看任务详情
2. 查看任务描述中的目标客户：全部客户/客户标签
3. 通过**工作台>客户朋友圈>发表**执行
4. 标记任务为完成

14:24
4G
任务详情
给高价值标签客户发朋友圈
已完成
任务描述
请根据以下标签筛选客户执行该任务：
高价值
通过企业微信发送客户朋友圈，吸引高价值客户到店免费体验新品
分享步骤
视频教程
第1步
点击此处复制文本和链接
亲爱的顾客你们好，最近我们的店铺秋季伤心，提供了精美的体验装哦，到店之后展示此朋友圈给导购就可以免费领取啦！
http://www.baidu.com
第2步 找到发表朋友圈入口
进入企业微信的工作台，点击“客户朋友圈”并在下一个页面中点击“发表”。
13:14
工作台
查看截图凭证

中国移动
下午 3:31
工作台
客户联系
客户联系
客户群
客户朋友圈
智慧导购
朋友圈任务入口：企业微信【工作台】->【朋友圈】->【发表】
直播
微盘
企业邮箱
会议
会议
对外收款
日程
公费电话
消息
通讯录
工作台
我
中国移动
下午 3:46
客户朋友圈
李一龙
发表
#匡威G4# 最新zoom加lunar科技，快来线下门店体验吧
8分钟前
3
4
在朋友圈这里展示历史发送的客户朋友圈记录，点击发表可以新建客户朋友圈
中国移动
下午 3:46
取消
发表
输入内容...
朋友圈可以设定为仅为文本，也可以增加图片/短视频/企业微信微盘/网页；导购需根据运营人员配置好的朋友圈任务来执行
可见的客户
全部可选客户
所在位置
每位客户的朋友圈每天最多可展示1条你发表的内容。安卓系统的客户需将微信更新至7.0.7及以上版本，iOS系统的客户需将微信更新至最新的7.0.9版本。

应用场景：“朋友圈任务”将门店活动、商品种草、专业知识等内容发表到客户的朋友圈，并与客户评论互动，同时企业也可以查看店员发表的内容情况；企业可以统一创建朋友圈发布的内容，导购确认后将其发布到客户的朋友圈之中。

客户群群发任务

1. 查看任务详情
2. 查看任务描述中的目标客户群
3. 单击**立即执行**跳转群发助手，任务素材自动填充
4. 按照任务描述选择目标客户群完成群发
5. 完成群发后任务自动完成

成员每次仅可选择自己作为群主的、最近活跃的200个客户群进行群发。最近活跃指最近创建或最近发过消息的客户群.

注：每个客户群每个自然日最多能接收来自一名成员的一条群发消息，每个自然月最多接收来自同一企业的管理员或业务负责人的四条群发消息

应用场景：企业微信作为丰富的服务效率工具，企业微信群 容量更大,并且可以邀约更多普通用户进群。店员可事先创建包含微信客户的会员群，用于会员维系、会员履约服务等，并可由企业统一管理。同时企业还可将群用于与上游商品供应商、下游经销商的合作沟通等。

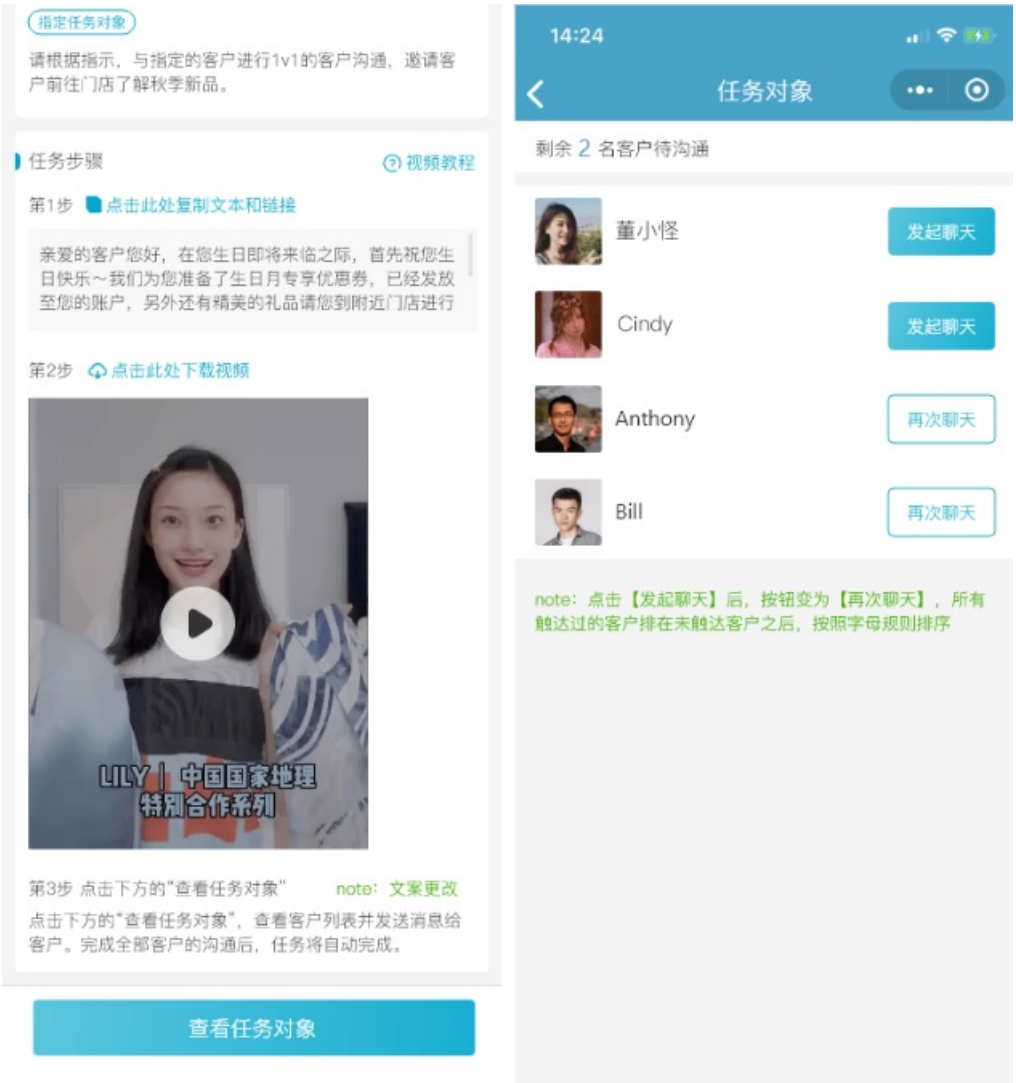
自定义任务

自定义任务入口：消息栏内的消息推送，单击对应的自定义任务，获取任务信息之后去执行，待执行完毕之后，选择标记该任务已完成；

应用场景：自定义任务可用于处理内部的沟通与协作，企业可以将门店管理数字化、工具化，即将不同的指令以任务的形式下发给指定范围内的导购，比如说巡店的检查、预警信息的公示、货架的管理等等；

一对一沟通任务

1. 查看任务详情
2. 查看任务要求，复制任务文本，保存任务图片/视频
3. 查看目标客户，可对任务对象进行一对一聊天，待全部执行完毕之后任务将自动完成。



应用场景：针对少数的客户进行的精准运营任务。如过生日的客户，高价值的客户，此类客户需要一对一的精准运营，赋能导购为客户提供精准与个性化的服务，提升品牌温度与客户满意度。

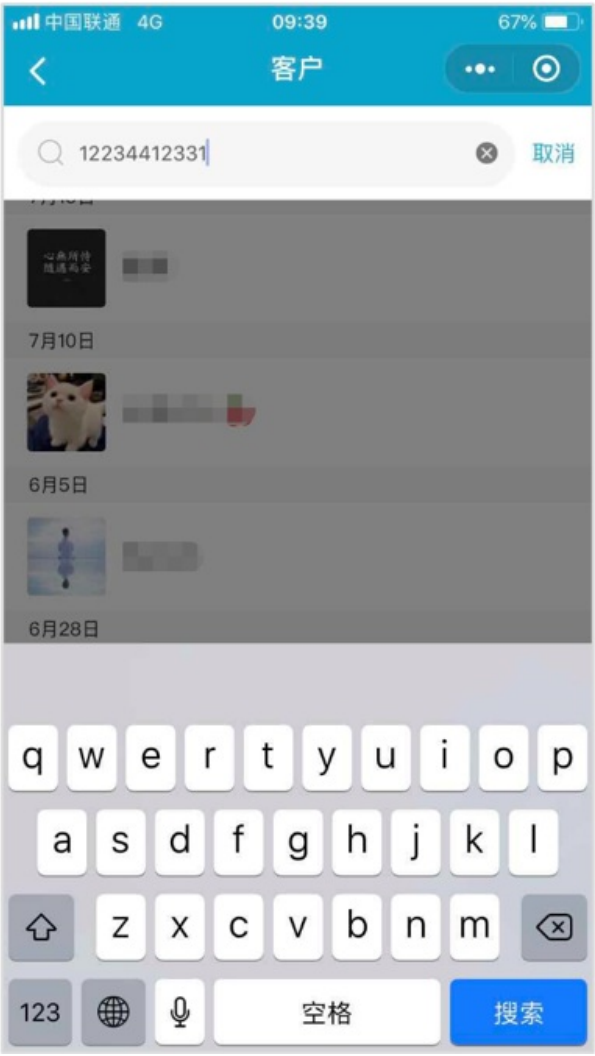
无主客户分配

查看品牌为导购分配的客户资源，详情请见客户模块的无主客户分配功能。

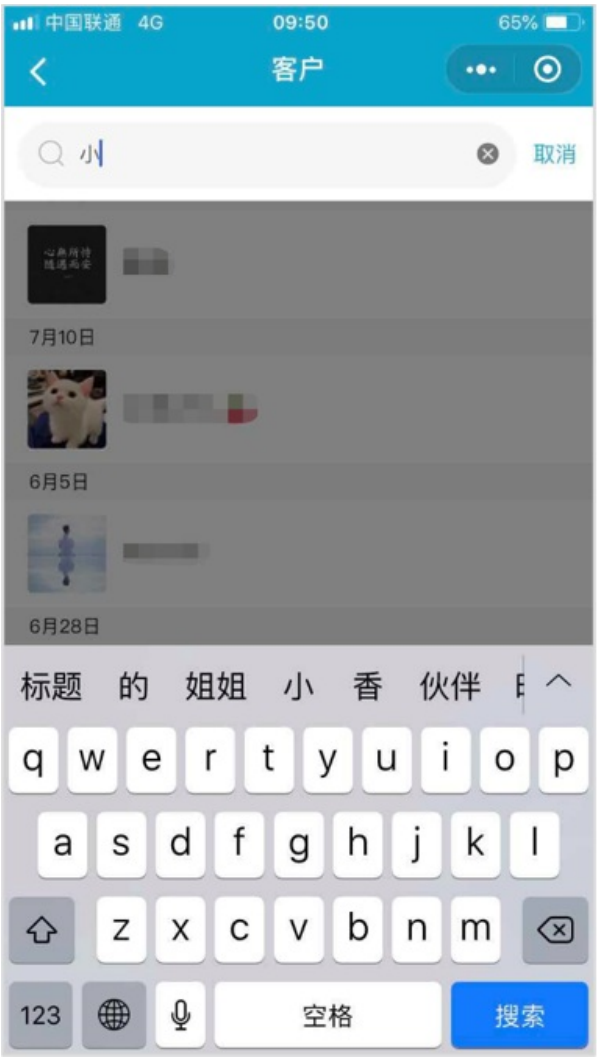
查找客户

在首页单击查找客户进入客户查找页。上方的搜素栏支持按手机号搜索或按客户名称搜索。

在搜索栏输入手机号查找对应的客户。手机号输入只支持精确匹配，即只能输入符合格式的手机号才能搜索到客户。单击搜索栏的“X”即可重置搜索条件。



搜索栏也支持输入客户名称查找客户。客户名称支持模糊匹配。



单击查找客户页面搜索栏下方的筛选按钮进行条件筛选。支持按群组或按标签筛选。按群组筛选中支持对客户的性别、生日、年龄和会员等级进行单个条件或组合条件的筛选。进行组合条件的筛选时，单个群组内的多选条件为“或”的关系即满足其一即可。多个群组间的多选条件为“且”的关系即必须都满足才行。单击确定后展示筛选后的客户列表。单击重置可重置当前的筛选条件。

按标签筛选支持对客户身上的标签进行筛选。单个标签组内的多个标签为“或”的关系即满足其一即可。不同标签组间的多个标签为“且”的关系即必须都满足才行。单击确定后展示筛选后的客户列表。单击重置可重置当前的筛选条件。

单击门店按钮筛选和指定门店关联的客户，支持多选，多个门店间为“或”的关系。

客户详情

小程序前端客户列表，导购可查看与自己加为好友的所有客户，支持在客户列表内快速群发、快速赠券、快速创建客户群等快捷操作。单击指定的客户名称查看客户资料。在客户资料页可为客户添加标签、添加备注以及快速发起聊天。

单击客户名称，进入客户详情页，可查看当前客户详细的个人属性信息。对于系统未录入的属性信息，支持导购自行编辑修改。此外，在详情页中可查看该客户的关联门店、与导购的绑定时间、专属导购这些信息。

快捷操作

客户群发

可在客户列表内选择指定客户快速群发消息。

- 单击客户列表右侧的群发按钮；
- 进入选择客户页面选择指定的客户；
- 单击下一步，进入消息编辑页。可编辑自定义文本消息发送，也可以选择系统预设的两种文案模板：客户生日关怀或者优惠活动通知。预设模板支持修改后发送，也可以选择保存修改后的内容为新的模板，替换掉既有的模板；
- 单击立即发送，导购会在企业微信收到群发消息通知，单击后按照流程完成消息发送。

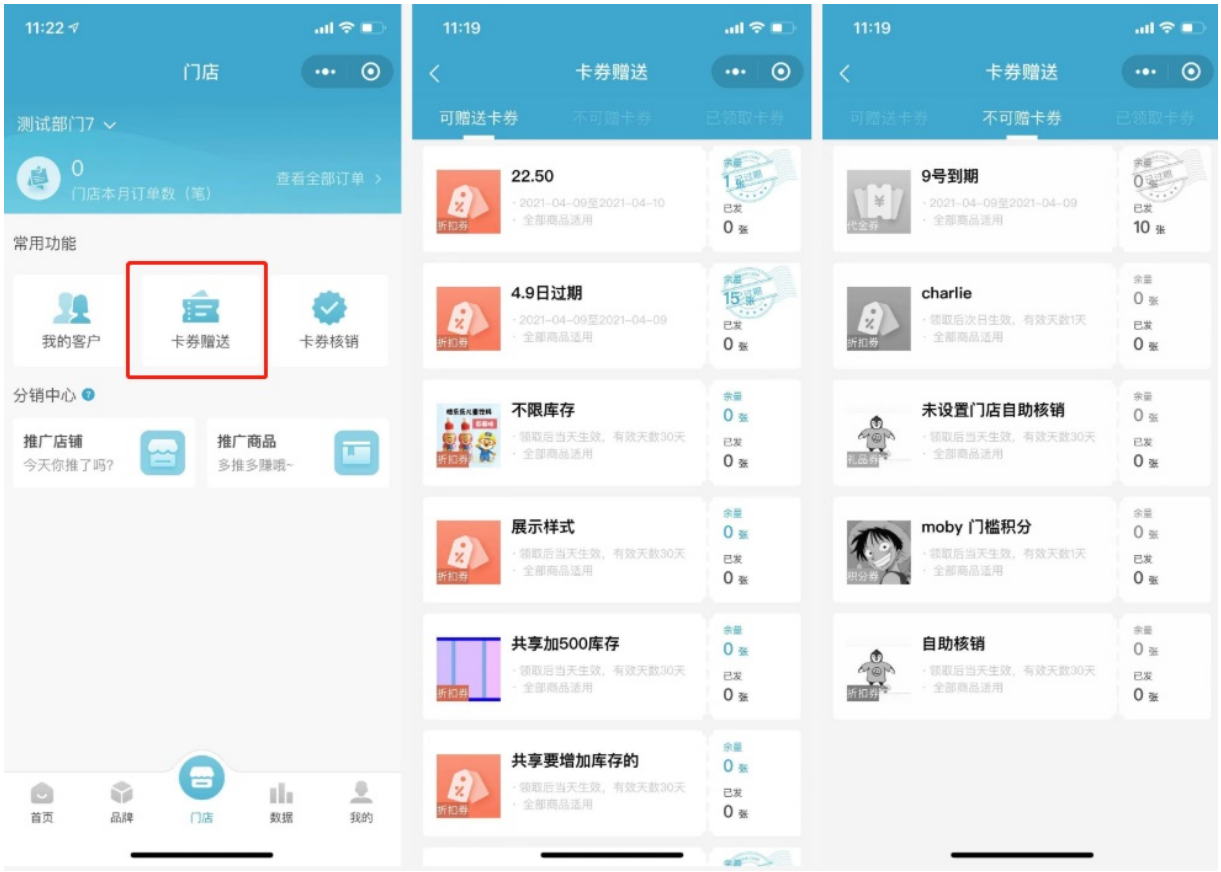
中国联通 4G
11:03
40%
消息内容
自定义消息
客户生日关怀
优惠活动通知
请根据需要，对消息内容进行编辑
请输入消息内容
立即发送

中国联通 4G
11:03
40%
消息内容
自定义消息
客户生日关怀
优惠活动通知
请根据需要，对消息内容进行编辑
尊敬的客户您好，在您的生日来临之际我们为您准备了小礼品，即日起至本月底前往全国线下门店即可领取，礼品有限，先到先得哦～祝您生日快乐，阖家幸福～
保存修改后的内容，替换原始模板
立即发送

批量赠券

支持在客户列表选择指定客户赠送优惠券。

- 展开客户列表右侧的悬浮按钮，单击赠券；
- 在选择客户页选择指定的客户；
- 单击下一步，选择想要赠送的优惠券；
- 单击**立即赠送**后会为导购创建卡券群发，导购需要前往企业微信聊天列表的客户联系，确认群发，完成卡券的发放。

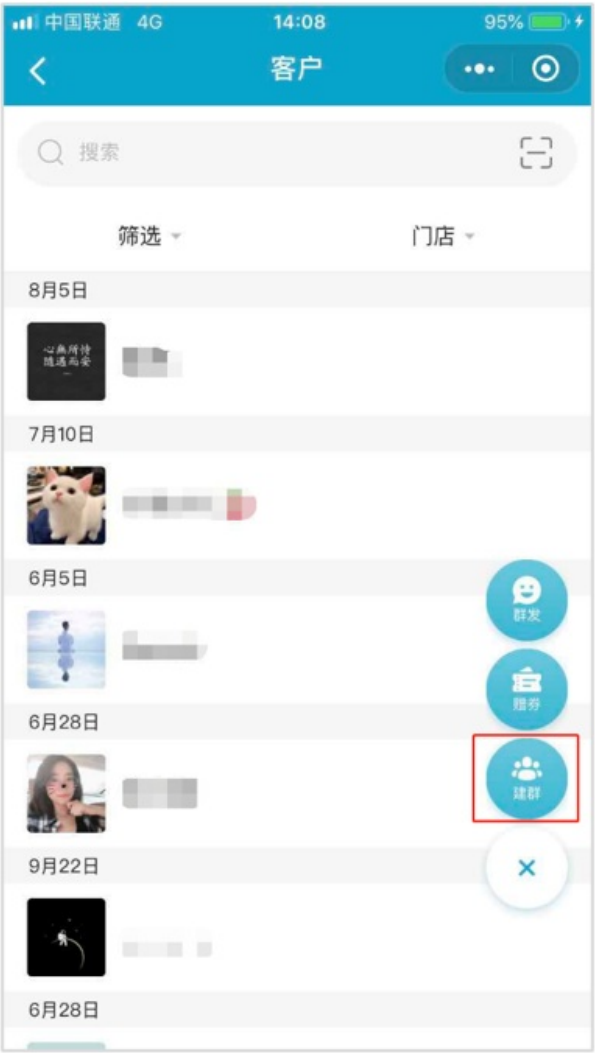

11:22
门店
测试部门7
0
门店本月订单数（笔）
查看全部订单
常用功能
我的客户
卡券赠送
卡券核销
分销中心
推广店铺
今天你推了吗？
推广商品
多推多赚哦~
首页
品牌
门店
数据
我的
11:19
卡券赠送
可赠送卡券
不可赠卡券
已领取卡券
22.50
2021-04-09至2021-04-10
全部商品适用
4.9日过期
2021-04-09至2021-04-09
不限库存
展示样式
共享加500库存
共享要增加库存的
9号到期
charlie
未设置门店自助核销
moby 门槛积分
自助核销

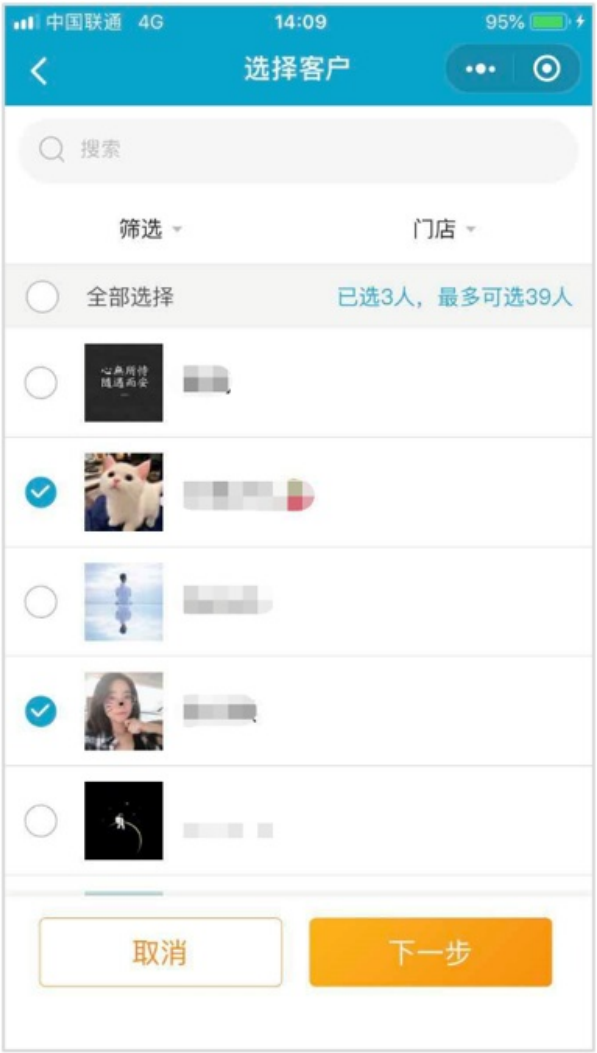
16:51
卡券详情
折扣券
1mm指定小店不适用
有效期：领取后即刻生效，有效期1小时
适用于部分门店
以下门店不可用，其他门店通用：门店3
优惠详情
无门槛打1折，全部商品适用。
使用须知
1mm指定小店不适用
操作提示
1mm指定小店不适用
面对面赠送
选择客户赠送
卡券赠送
1mm指定小店不适用
扫一扫二维码图案，领取卡券
选择客户
搜索
筛选
门店
全部选择
已选0
阿
Carter Hua
曾曦
椰子
unnerve
杨致远
非好友
立即赠送

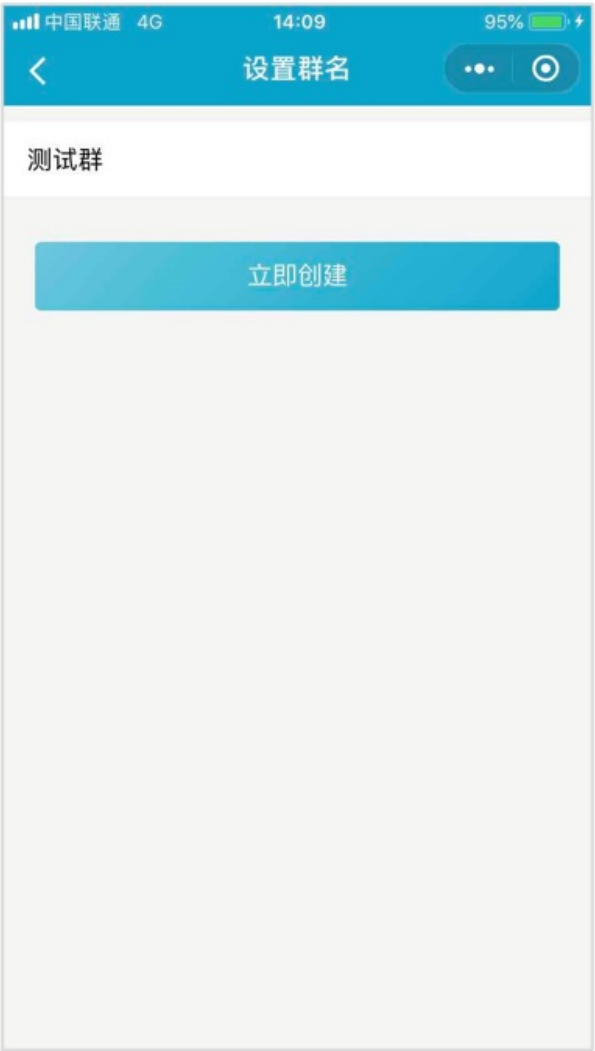
快速建群

支持在客户列表选择指定客户快速建立企微客户群。

- 展开客户列表右侧的悬浮按钮，单击建群；
- 在选择客户页选择指定的客户；
- 单击下一步，编辑群名称；
- 单击立即创建完成创建并跳转企业微信群聊天的窗口。


中国联通 4G
14:08
95%
客户
搜索
筛选
门店
8月5日
7月10日
6月5日
6月28日
9月22日
6月28日
群发
赠券
建群


中国联通 4G
14:09
95%
选择客户
搜索
筛选
门店
全部选择
已选3人，最多可选39人
取消
下一步



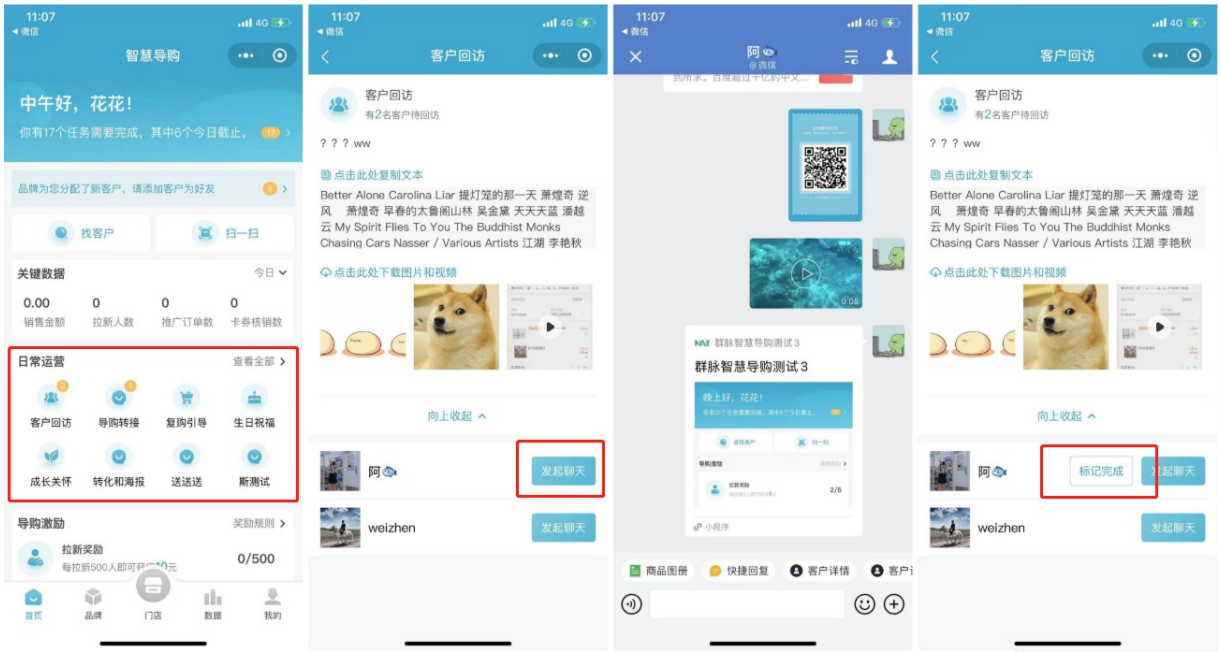
扫一扫

单击首页扫一扫可扫描优惠券的券码进行核销（在核销优惠券中有详细描述），或扫描客户的会员码查找客户。成功扫描客户会员码后跳转客户资料页面供导购查看。

日常运营

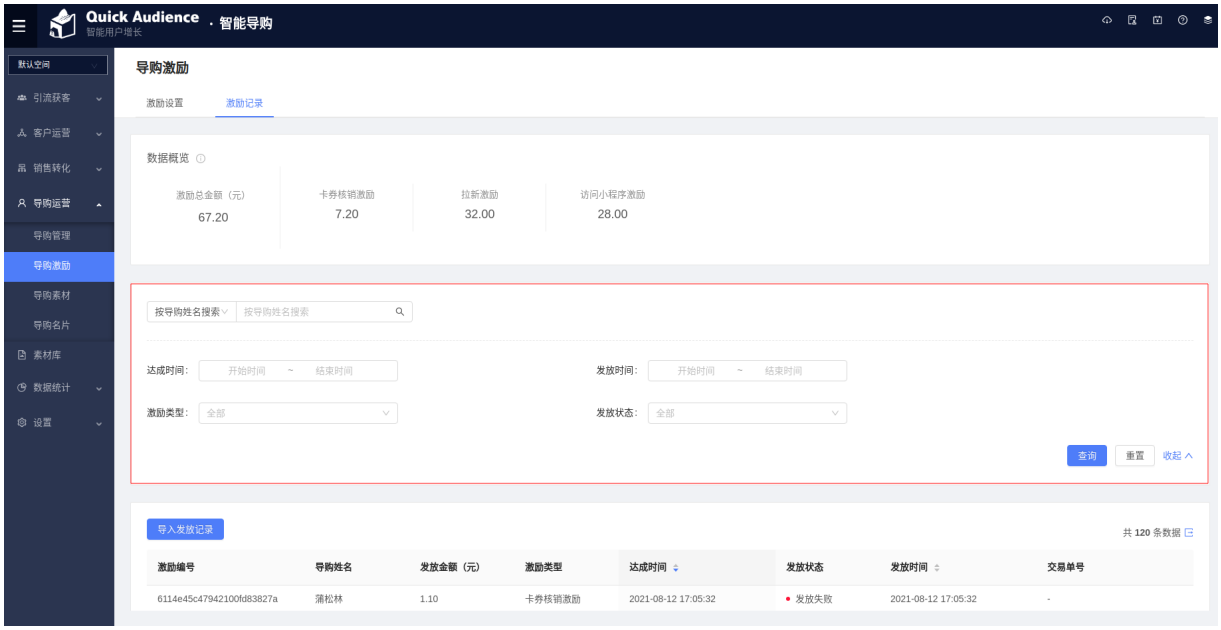
后台开启日常运营任务后，导购小程序展示对应的日常运营任务模块。

各运营任务下展示对应的运营说明、运营内容以及客户列表，支持快速复制运营内容，快捷打开与客户的会话页面，直接将运营内容粘贴发送给客户。导购完后与客户的1对1沟通后，标记完成即为完成对该用户的运营任务。



导购激励

- 导购可在小程序首页查看已开启的导购激励、对应的奖励规则和本月收益。



- 在**我的**模块查看累计激励收益和激励收益激励。

- 支持对收益记录按类型筛选或按发放时间筛选。

品牌

品牌展示的是品牌相关的主要功能，包括品牌的导购素材和排行榜

- 导购素材，详情请见素材模块的导购素材功能

在「导购素材」库页面选择素材（同企业微信端）的方式：

- 在搜索框搜索素材关键词，然后选择素材；
- 单击素材类型分类：文本/图片/视频，然后选择素材；
- 单击热门素材/最新素材/最近使用，然后选择素材；
- 选择用户在后台设置的导购素材分组，然后选择素材。

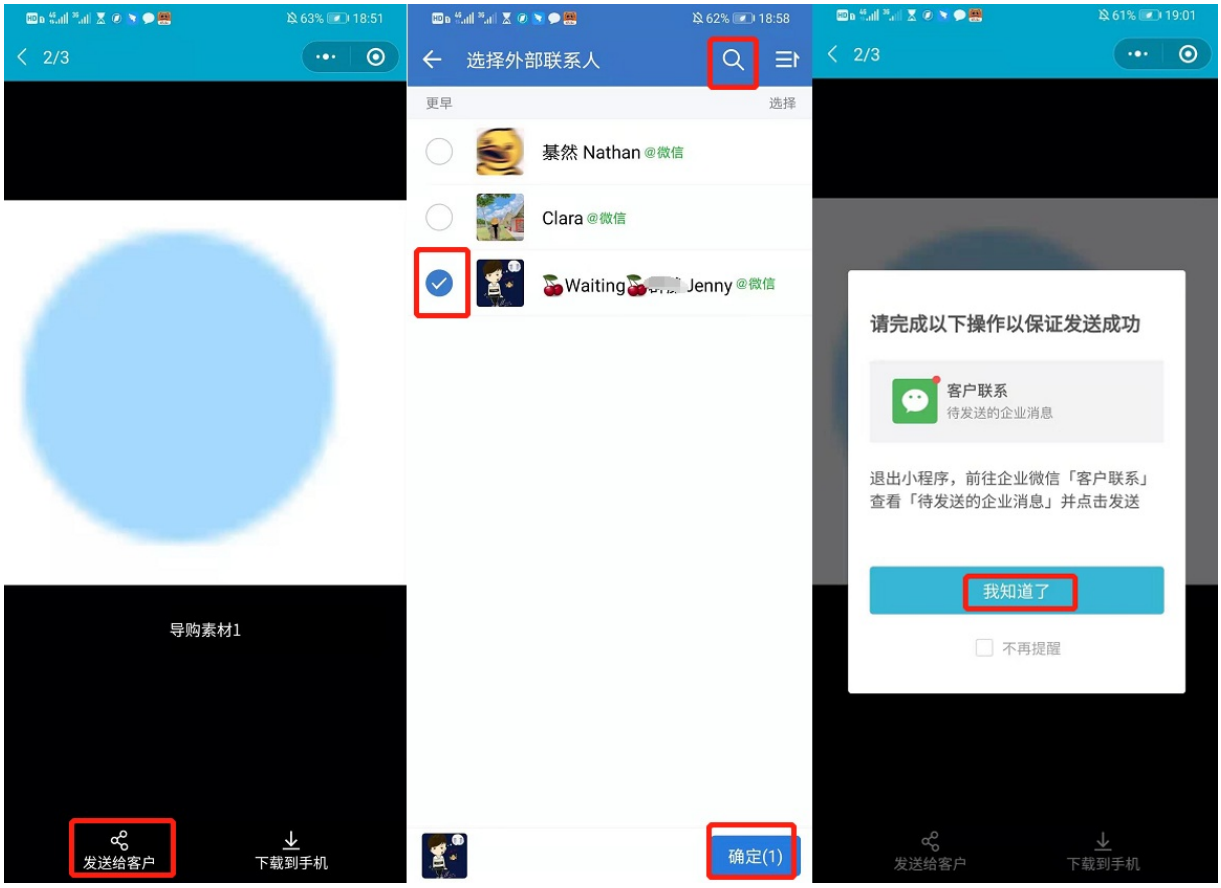
使用素材：可直接下载保存至手机或设置素材进行发送。

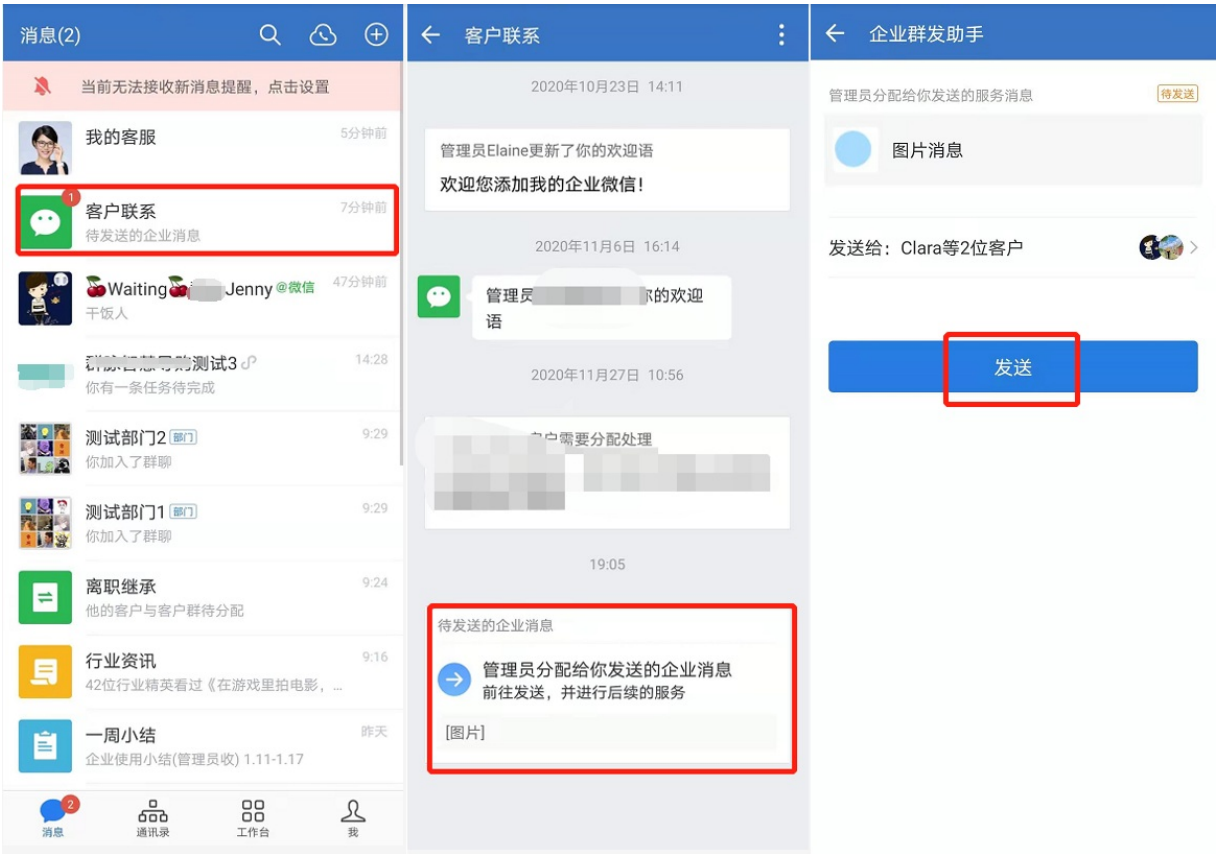
- 下载素材：单击素材后单击右下角**下载到手机**，即可下载至手机。
- 发送素材：
    i. 单击素材，单击左下角**发送给客户**

ii. 勾选/搜索后勾选外部联系人（此处勾选联系人根据需求可多选）

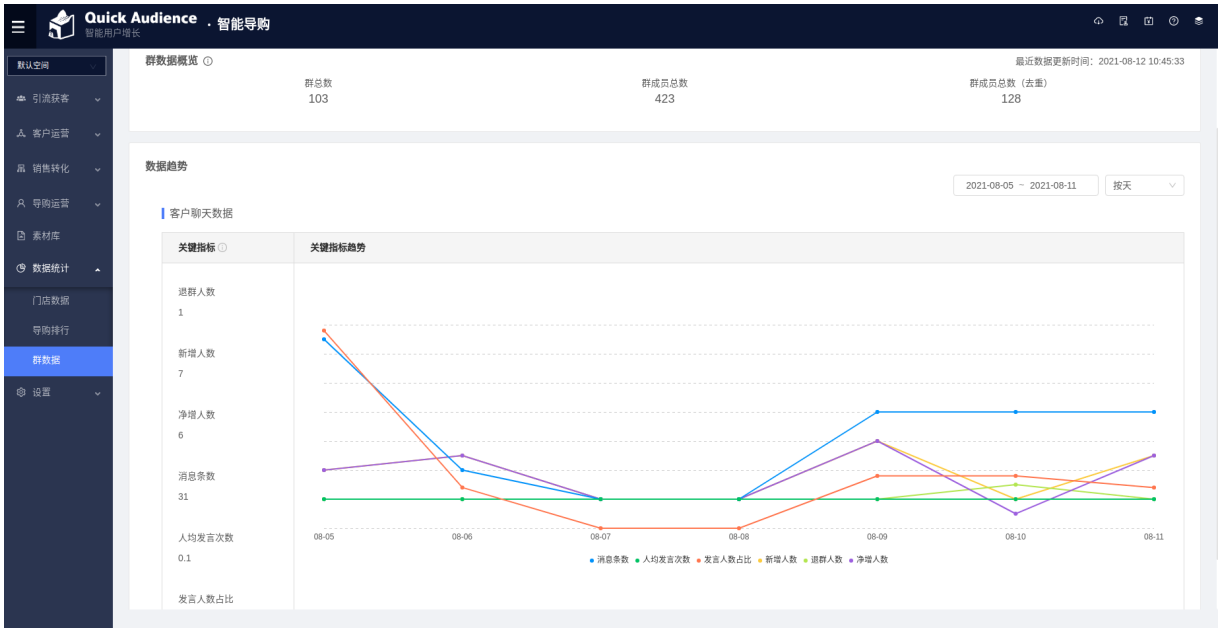
iii. 单击**确定**（然后单击**我知道了**），退出小程序。

iv. 或使用企业微信app端进行发送。操作路径：打开企业微信>**消息**>**客户联系**，找到需发送的**待发送的企业消息**，单击**发送**。





- 排行榜
  - 支持查看当月销售额和拉新数排行榜，排行榜实时更新；
    - 拉新数：导购通过企业微信添加客户微信，如该客户从未添加过其他导购的微信则自动绑定，且视为拉新成功。
  - 支持切换门店排行或全国排行。
  - 门店排行榜展示当前门店的全部导购，只统计导购在当前门店的数据。
  - 全国排行展示前10名，统计导购在全部门店的数据。



门店

门店模块包括了导购在某个门店下的常用功能

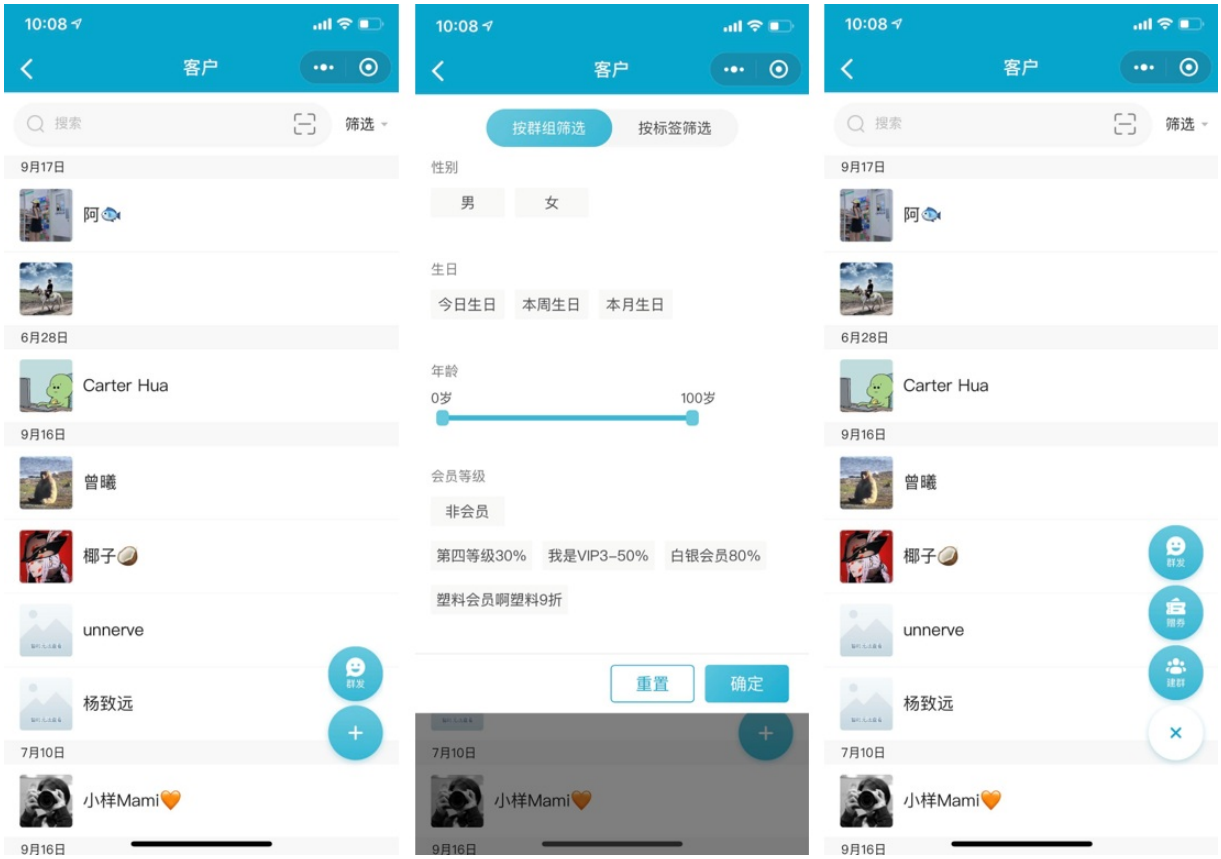
- 门店的客户列表
- 门店适用卡券的赠送
- 与门店业绩关联的卡券核销
- 与门店相关的导购分销

门店切换

导购可以单击左上角的门店名称，切换当前所在门店。

我的客户

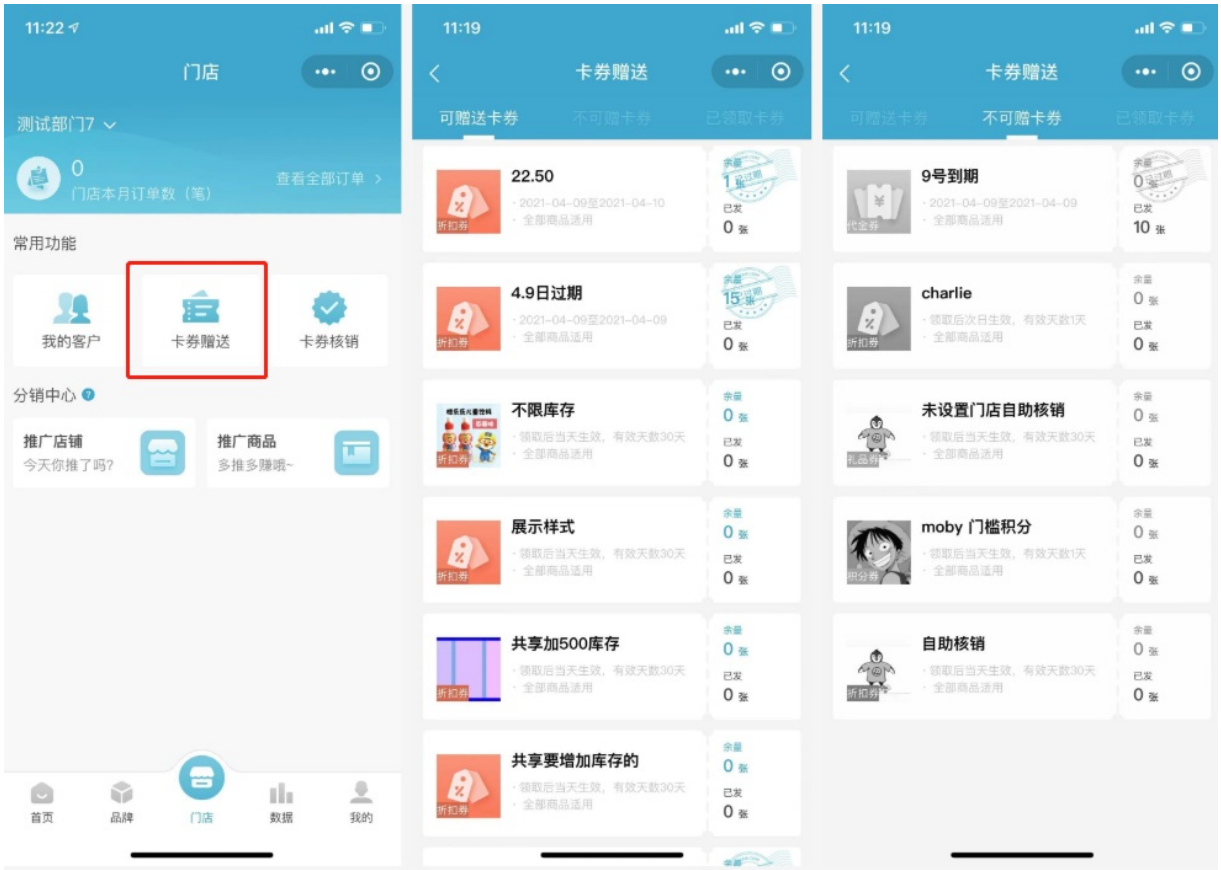
与首页的客户列表区别在于，无法进行门店筛选，仅展示当前所在门店下的数据。



卡券赠送

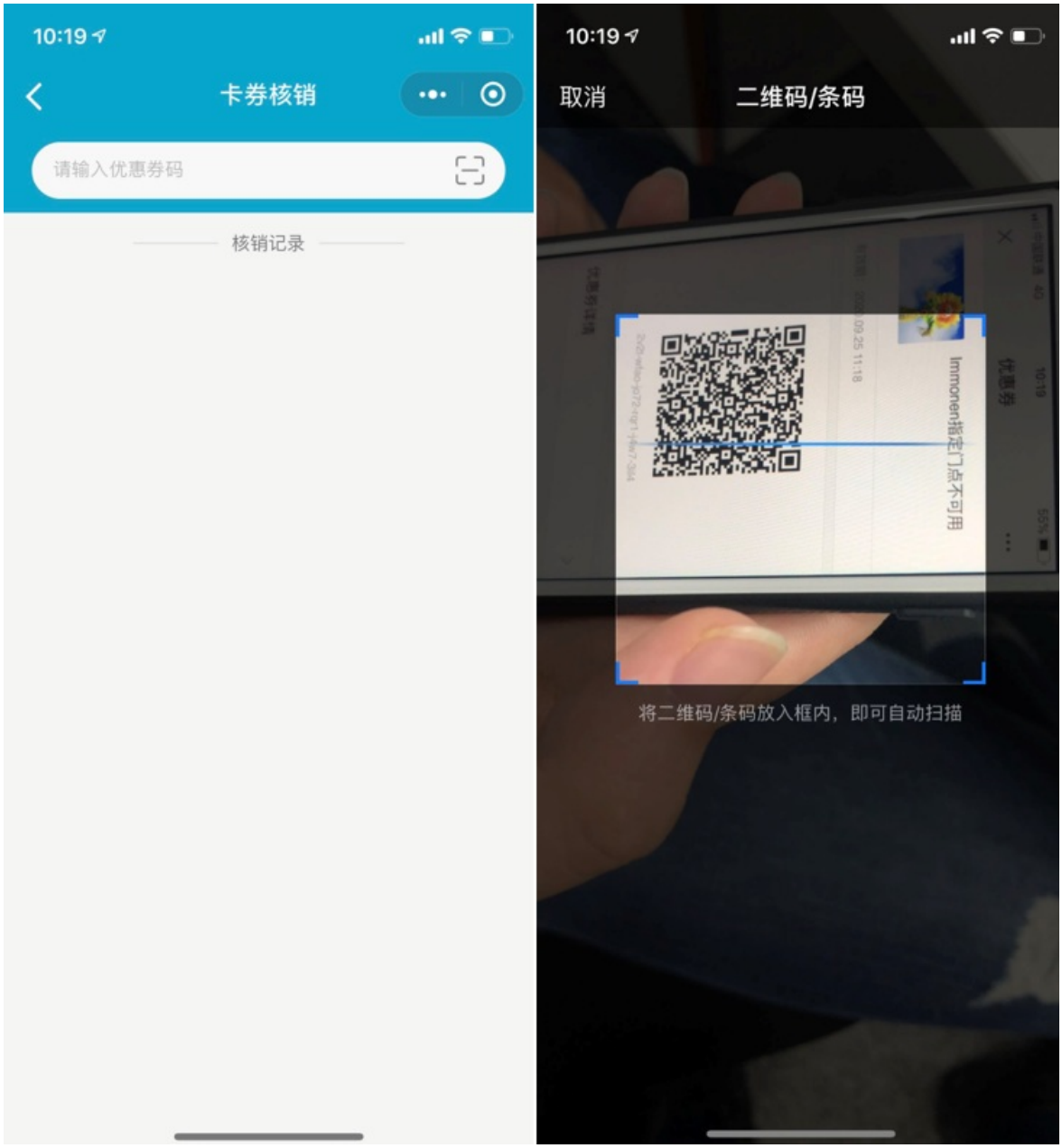
单击**门店**，可以查看该门店下的卡券赠送功能，单击**卡券赠送**可以查看适用于该门店的优惠券列表，列表包括可赠送卡券，不可赠卡券与已赠送卡券。

- 可赠送卡券：可以赠送给客户的优惠券
- 不可赠卡券：已过期或者无库存的优惠券
- 已领取卡券：赠送过的优惠券的领取数量与使用记录



卡券核销

- 核销方式：可以通过输入优惠券码或者单击扫一扫，扫描优惠券二维码进行核销
- 核销记录：列表会展示优惠券的核销记录


10:19
卡券核销
请输入优惠券码
核销记录
10:19
取消
二维码/条码
将二维码/条码放入框内，即可自动扫描

导购分销

- 分销订单
  - 支持查看导购在当前门店的推广订单（已支付）和订单记录。
  - 订单列表默认按照支付顺序倒序排列。
- 分销中心
  - 推广店铺
    - 单击推广店铺生成推广二维码（含当前所在门店参数），支持保存至本地，或直接发送给客户。
  - 推广商品
    - 展示当前店铺全部商品列表，默认按照商品上架时间倒序排列，支持按照销量和价格排序。
    - 单击推广商品支持生成推广二维码（含当前所在门店参数），支持保存至本地，或直接发送给客户。
  - 分销订单
    - 支持查看全部已支付的分销订单，默认按照支付顺序倒序排列。
    - 订单状态标签有两种：
      - 交易完成/交易关闭
      - 待收货/待发货/待接单等其他订单状态
  - 分销规则
    - 支持查看分销以及分佣规则，根据后台设置的规则动态展示。

数据

数据模块展示的是导购日常的数据统计信息

客户数据

- 当前绑定客户数：导购的绑定客户总数
- 累计流失客户数：导购的客户对导购进行好友删除和拉黑的数量

分销数据

- 累计销售金额：导购通过导购分销累计销售的金额
- 累计完成订单数：导购通过导购分销产生的订单中，已完成（超过订单保护期无法退款）的订单数量
- 累计推广金额：导购通过导购分销累计销售的金额，包含未完成订单的金额
- 累计推广订单数：导购通过导购分销累计销售的订单数，包含未完成的订单
- 退款订单数：导购分销产生的退款订单数量

导购任务数据

- 任务完成度：导购完成的任务数/导购需要完成的任务数
- 海报扫码率：导购的所有任务中（包括进行中和已结束的任务），若包含海报素材，平均的海报扫码率
- 链接打开率：导购的所有任务中（包括进行中和已结束的任务），若包含链接素材，平均的链接打开率

日常运营数据

- 触达情况：累计沟通客户数/累计应沟通客户数

- 触达率：(累计沟通客户数/累计应沟通客户数)*100%
- 转化率: 所有导购需要运营的客户的转化率

群数据

- 群成员总数：数据更新时间当日，导购的所有外部群的群人数
- 累计退群人数：历史退群的客户人数
- 新增人数：数据更新时间当日新增的入群客户人数
- 群消息数：数据更新时间当日产生的消息总数
- 人均发言次数：数据更新时间当日群内消息数/群内人数
- 发言人数占比：数据更新时间当日发言人数占群内总人数的比例

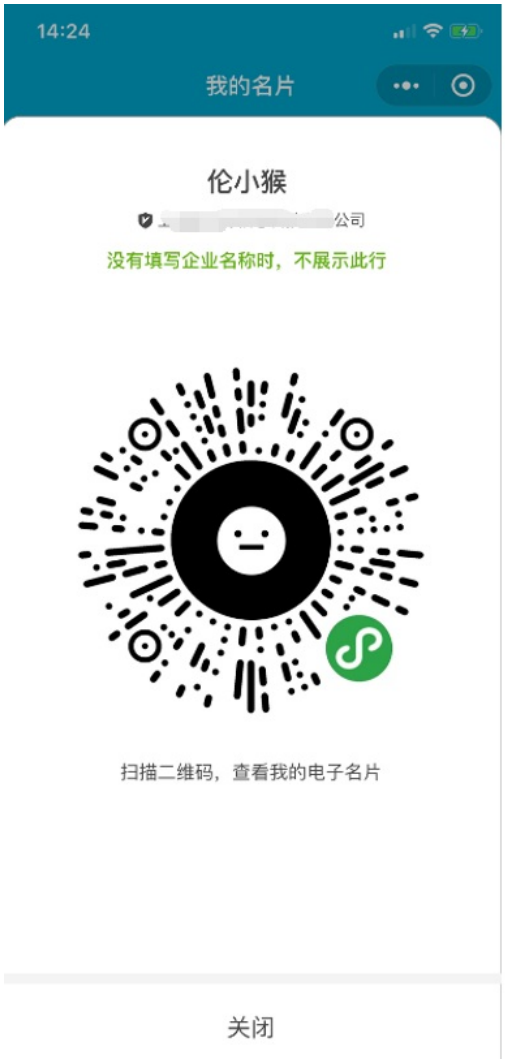
我的

我的个人中心，当前展示导购基本信息与累计收益，可进入我的名片页面编辑自己的名片信息。

我的名片

企业在后台配置好名片字段与自定义模块后，导购需要自行完善名片信息，如下图所示，导购需进入智慧导购企微版小程序，并且在**我的>我的名片**中可以完成设置。

名片的分享有两种方式，分别是**出示名片码**或者**生产名片海报**；**出示名片码**可有效在线下和顾客成为好友，以应对忘带纸质名片或者与顾客破冰的情况，单击后可以生成名片小程序的二维码，供客户面对面扫描，扫描后进入该导购的名片页。**生成名片海报**可以选择发送给好友或者保存到本地相册，更方便地分享到微信群、客户群中。



累计收益

- 当前仅包括导购通过导购激励获得的收益，可以隐藏数字，或查看详细的收益记录
- 收益记录可以根据收益类型与时间进行筛选

我的
华浩程
183****9875
我的名片
累计收益（元）
查看记录
一份耕耘，一份收获
辛苦了，华浩程！
立即推广赚钱
首页
品牌
门店
数据
我的
收益记录
收益类型
发放时间
累计金额 51,060.54
分销佣金 2020-02-09 18:36 +14.11 发放成功
拉新奖励 2020-02-07 16:22 +2.00 发放成功
卡券核销奖励 2020-01-30 10:33 +2.00 发放成功
分销佣金 2020-01-13 17:23 +54.09 发放成功
分销佣金 2020-01-13 17:01 +54.09 发放失败
拉新奖励 2020-01-13 16:55 +1.00 发放成功
卡券核销奖励 2020-01-09 19:24 +2.00 发放成功
跨年份数据不在同一张卡片上；佣金日结
分销佣金 2019-12-16 16:22 +14.11 发放成功
拉新奖励 2019-12-15 10:49 +2.00 发放成功
卡券核销奖励 2019-12-15 09:58 +2.00 发放成功
佣金月结
分销佣金 2020-02-16 18:36 +3,014.11 发放成功
分销佣金 2020-01-16 18:09 +2,654.09 发放成功
分销佣金 2020-01-16 17:01 +2,654.09 发放失败
分销佣金 2019-12-16 16:22 +3,014.11 发放成功
展开
收益总额 +3034.34
缴纳个人所得税 -20.23
实际收益 3,014.11
初始状态下，开始时间默认选中今天
2020.03.11 至 结束时间
2018年 1月 9日
2019年 2月 10日
2020年 3月 11日
结束时间可以不选（筛选左侧选择的日期当日），也可以选择比左侧更早的时间（筛选两个日期之间的时间段）
重置
确定
分销佣金
拉新奖励
卡券核销奖励

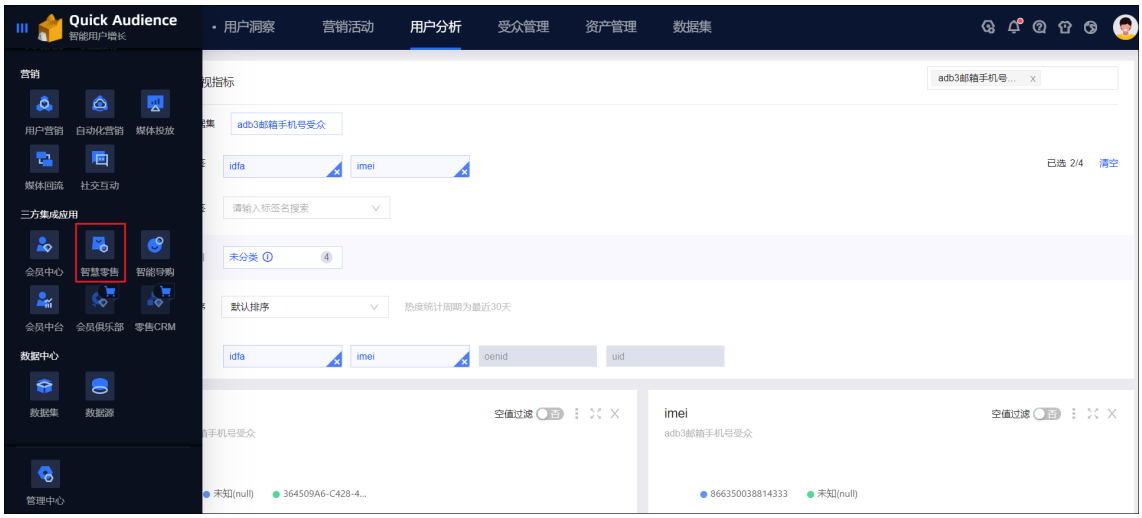
11.智慧零售

11.1. 智慧零售概述

智慧零售是一款面向中小型连锁零售品牌商的一体化多渠道零售解决方案，致力于为连锁零售商实现新零售转型。通过为连锁零售品牌商从0到1创建品牌线上电商，达到线上流+线下流协同发挥作用互补导流，同时支持零售行业的不同业态，帮助连锁零售总部通过大数据分析反哺上下游，数据化支撑门店选品与存货，通过精准营销寻求更多增量市场。

使用说明

- **权限限制**：支持组织管理员、空间管理员使用。
- **使用入口**：
  i. 鼠标滑过左上角图标调出导航栏浮层，从**三方集成应用**分组选择**智慧零售**，进入模块。



ii. 从左上角下拉框选择所在的工作空间。

11.2. 开店前准备

在正式使用零售电商小程序前需将商家微信小程序接入智慧零售系统、添加后台运营账号、添加门店和员工、发布商品等操作，准备就绪后提交审核小程序，微信官方审核通过后即可正式使用。

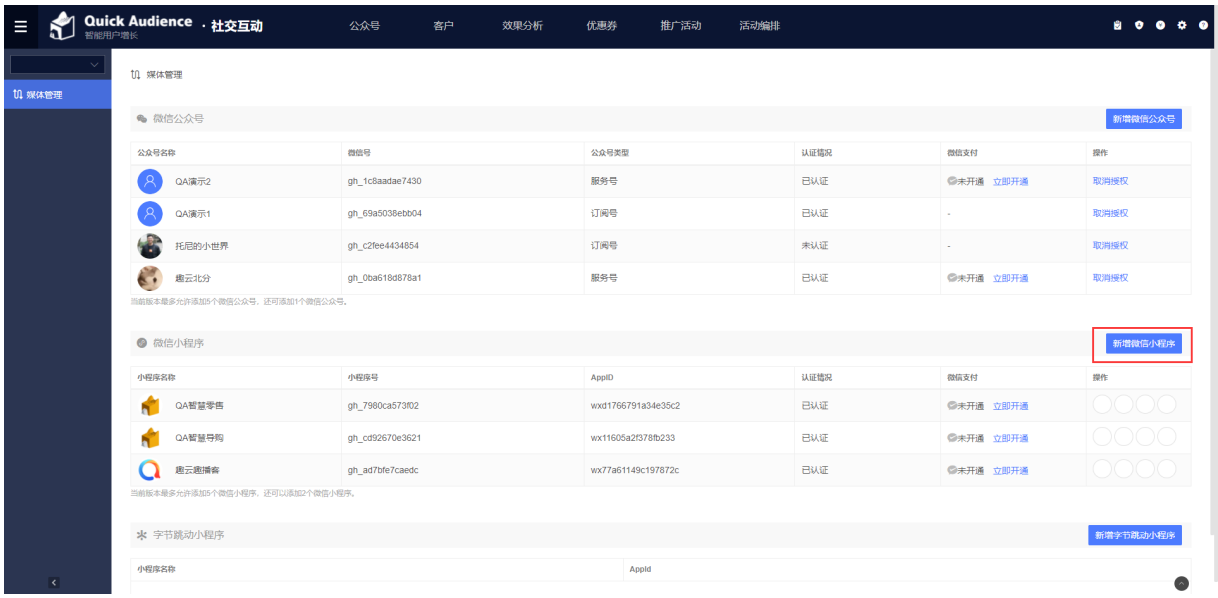
1. 接入小程序

（1）若企业当前没有微信小程序，需要进入微信公众平台，申请注册小程序 - 完成企业认证 - 开通微信支付 - 添加服务类目，然后使用小程序管理员微信授权接入智慧零售系统。

注：添加服务类目时需根据企业所售卖商品类型进行申请，否则接入智慧零售系统后小程序无法通过微信审核。

（2）若企业已有微信小程序并完成了企业认证等操作，直接使用小程序管理员微信授权接入智慧零售后台。

操作路径：社交互动>管理中心>媒体管理



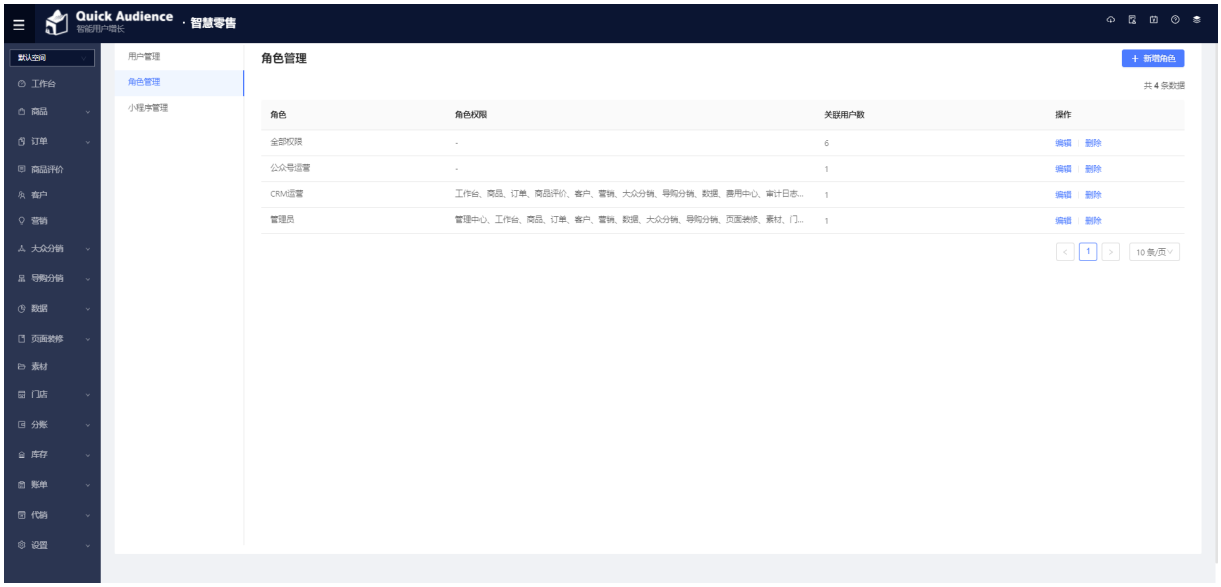
2. 添加运营人员

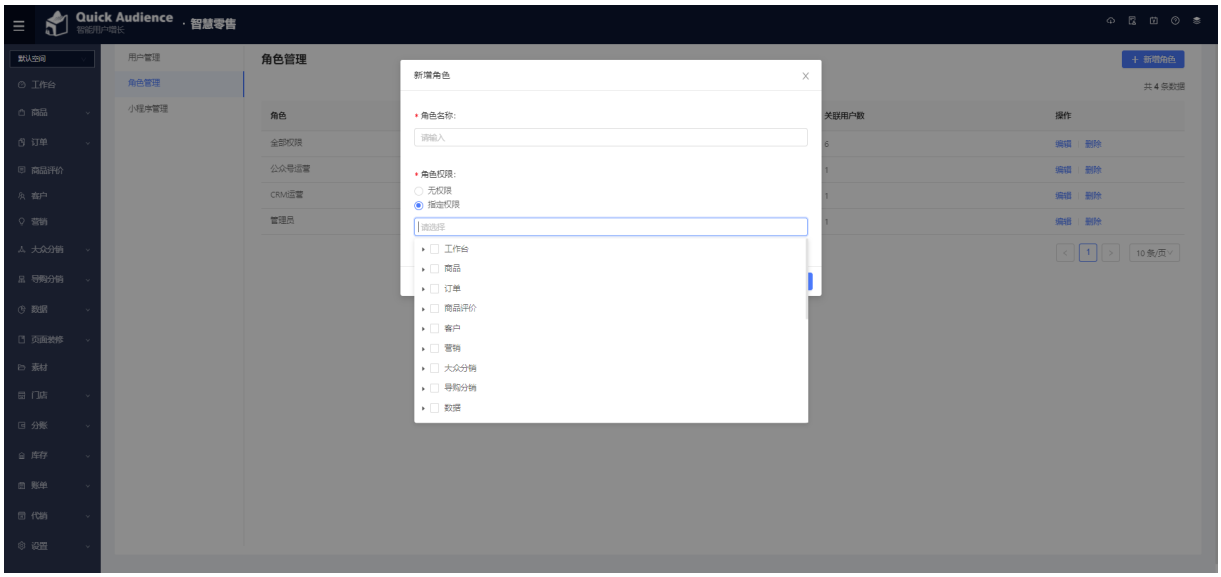
智慧零售运营后台启用后，需要根据运营人员不同的职能添加角色和账号。

2.1 角色管理

角色管理即账号权限管理，根据角色的特点设置访问权限。当用户被赋予该角色时，其将拥有该角色的所有的访问权限。在角色管理页面，可以创建系统角色并为之关联所能执行的操作，系统操作划分粒度到模块子菜单。

操作路径：智慧零售>管理中心>角色管理>新增角色

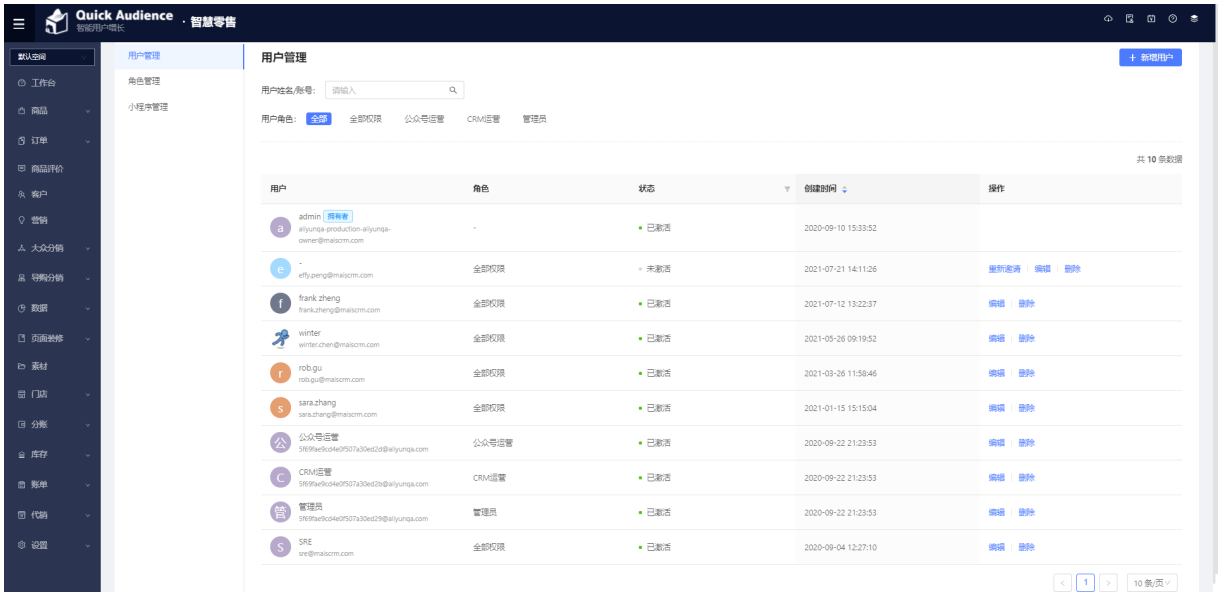


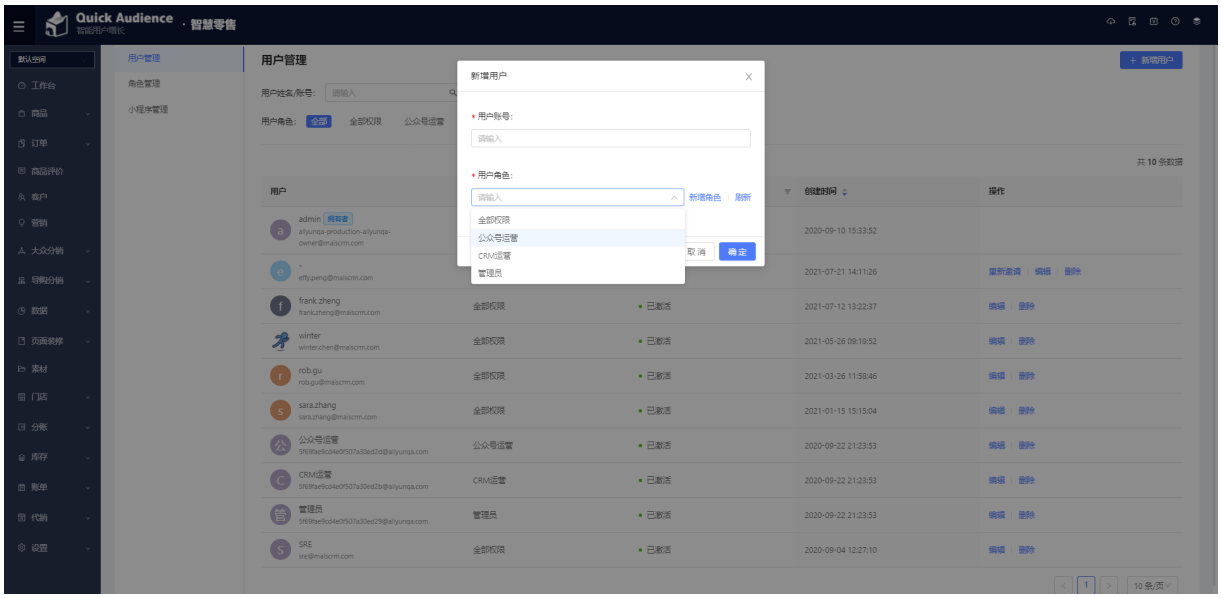


2.2 用户管理

用户管理主要管理系统中的所有的后台运营人员，包括拥有者和其他角色的用户。品牌账号申请时创建的账号为品牌拥有者，品牌拥有者不可编辑、删除，可以对系统进行任何操作，拥有者也可以转移拥有权给其他系统账号，转移后账号变为普通账号（品牌拥有者账号自己才可以转移拥有权）。其余的后台用户账号都隶属于某一个角色，可以执行角色关联的操作。

操作路径：智慧零售>管理中心>用户管理>新增用户





3. 设置

设置中包含六类设置，针对于会员、交易、物流、进店规则、企业与客服、消息通知进行设置。

3.1 交易设置

（1）设置客户提交订单后未付款自动取消订单的时间。

（2）设置待提货状态订单是否支持退款。

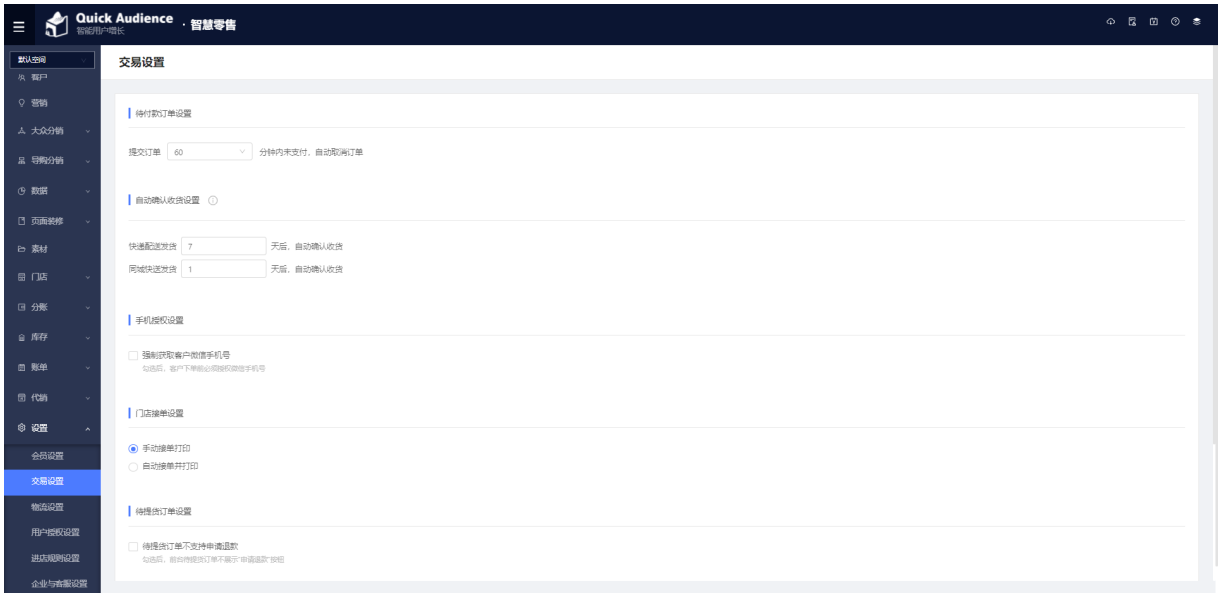
（3）设置已发货订单自动确认收货时间。

（4）设置客户下单前是否必须授权微信手机号。

（5）设置已付款订单门店接单方式。

（6）设置已退款订单是否支持店长端审核退款。

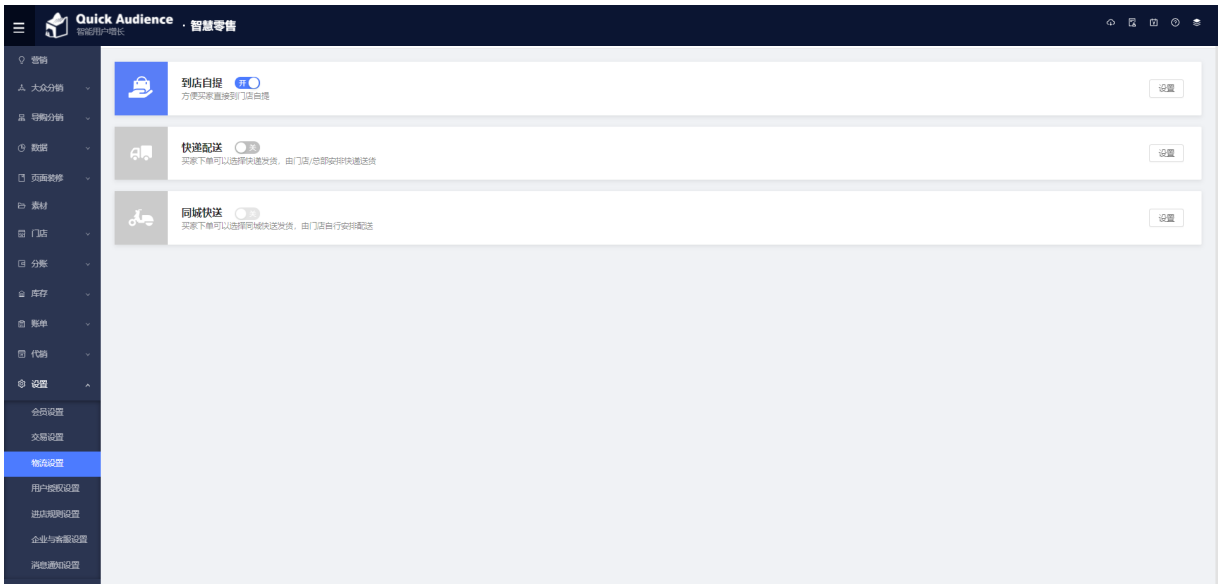
操作路径：智慧零售>设置>交易设置

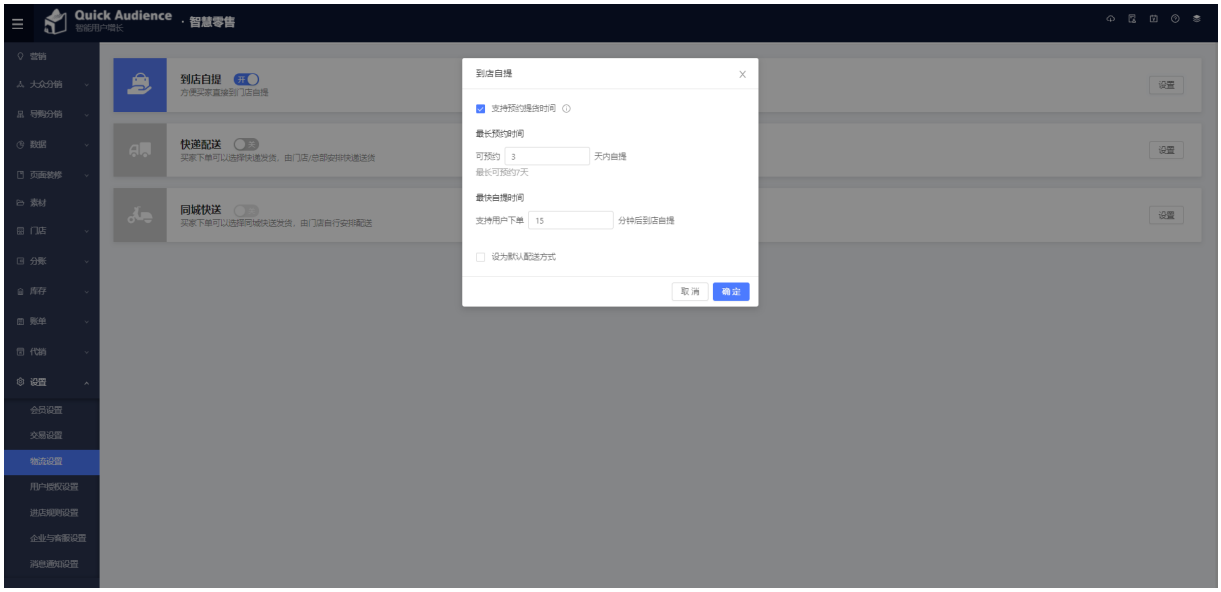


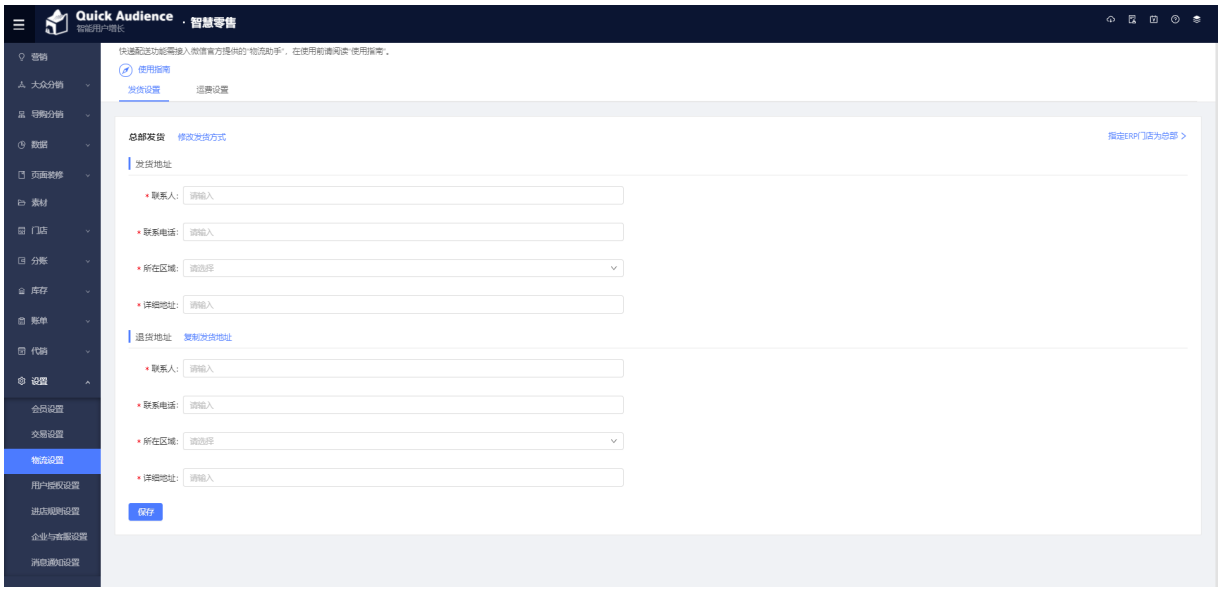
3.2 物流设置

物流方式支持到店自提、同城配送和快递配送，至少开启一种物流方式，支持同时开启。针对商品特性，到店自提支持设置预约提货时间。根据商家经营模式不同，快递配送支持设置总部发货或门店发货。同城配送支持用户选择规定天数内的配送时间以及配送时间区间。

操作路径：智慧零售>设置>物流设置

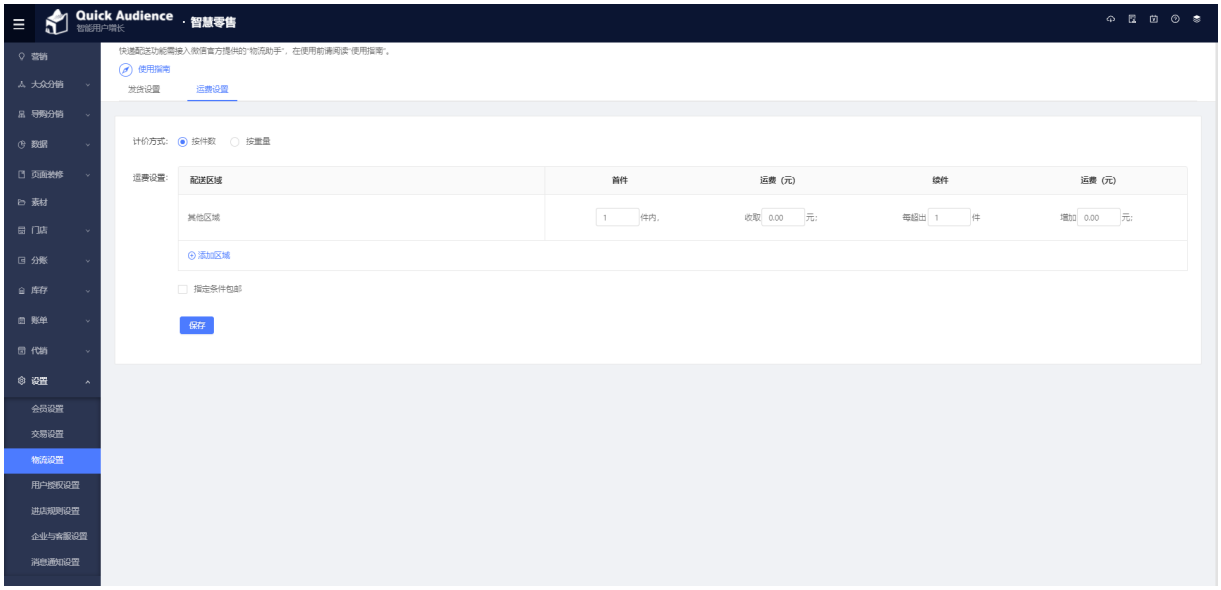






快递配送支持设置运费计费规则，支持按件数或重量进行设置，支持按不同区域分别设置。

操作路径：智慧零售>设置>物流设置>快递配送设置>运费设置



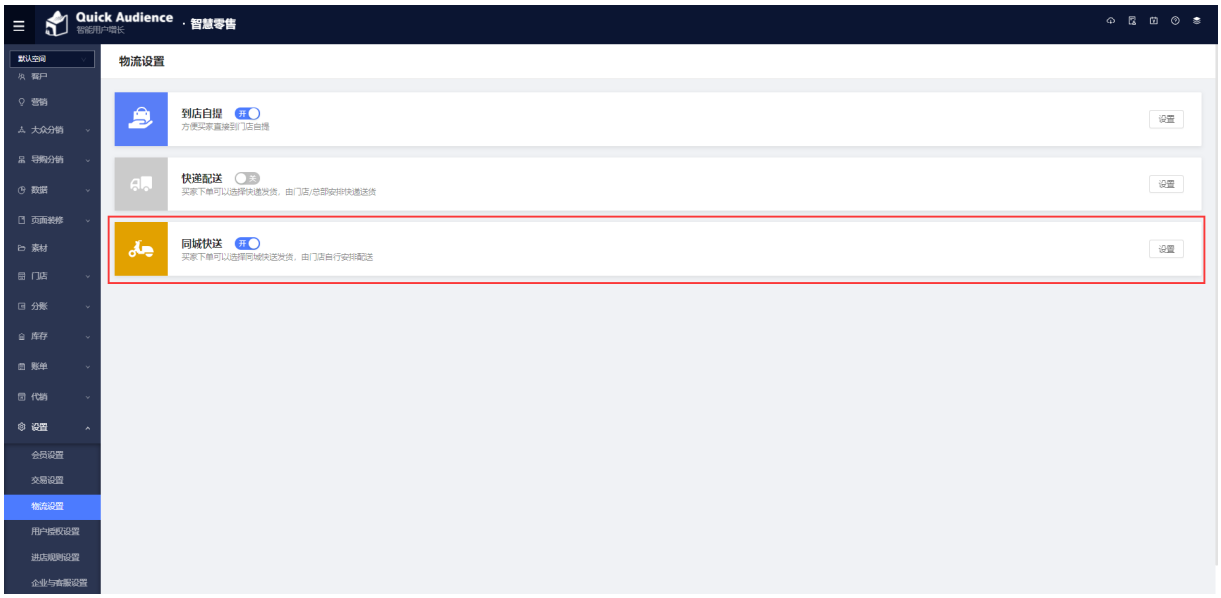
3.2.1 门店快递

为方便运营者向客户提供更高的配送效率和更好的服务质量，智慧零售后台支持为指定门店开启门店快递物流，并管理这些门店的配送范围和送达时间。

3.2.2 开启与关闭

单击**设置**，进入**物流设置**，第三行即为同城快送模块。默认为关闭状态，单击开关按钮可**开启/关闭**同城快送，支持与其他物流配送方式同时开启。在开启同城快送前，要先设置同城快送的配送信息，如未设置则无法启用。

开启同城快送后，买家仅在支持同城快送门店的前端小程序内下单时可选择同城快送的配送方式，其他门店则不显示同城快送的配送选项。**关闭**同城快送后，所有门店前端均不展示同城快送的配送选项。



3.3 设置详情-配送设置

单击右侧**设置**，进入**配送设置**的设置详情页，在该页面可添加支持同城快送的门店，并设置对应的配送范围和送达时间。不同的门店可拥有不同的配送范围和送达时间，配送范围将以门店的详细地址为基准进行范围圈定，送达时间会用于配送时段的选择。根据前端小程序中确认订单页的时间点加上此处设置的送达时间计算出预计送达时间，并用于匹配门店配送时段。

1.编辑配送名称

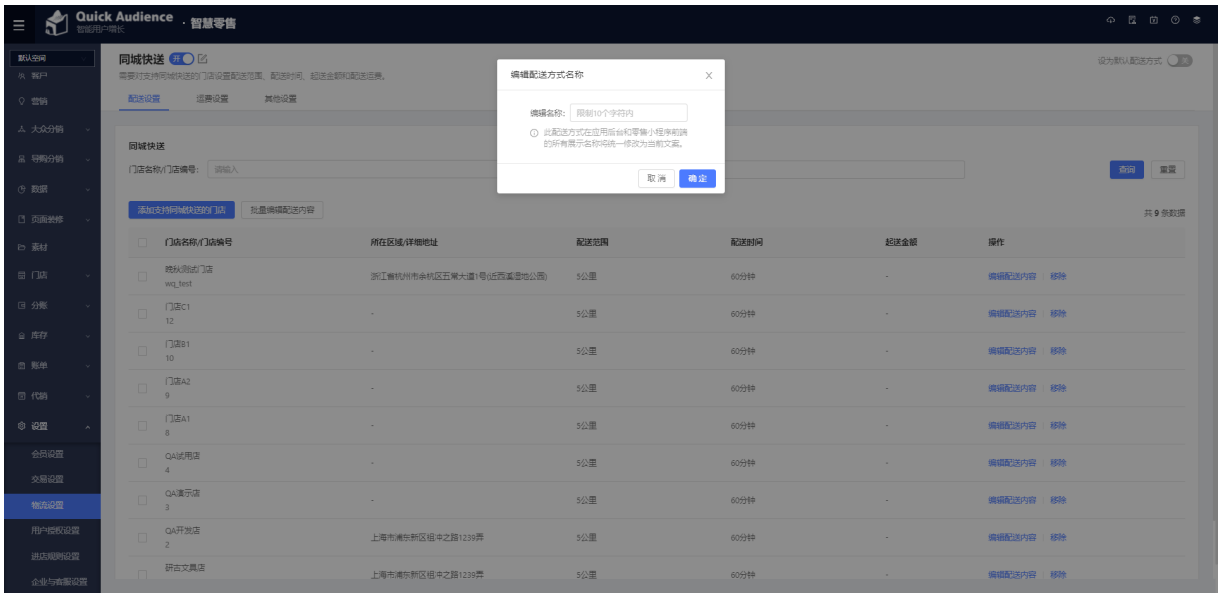
单击同城快送标题旁的 图标，可修改该配送方式的名称。

- 名称长度上限为10个字符。
- 编辑后，将替换运营后台、店长小程序、零售小程序所有的同城快送。

2.设为默认配送方式

单击右侧**设为默认配送方式**开关，可将同城快送设为默认配送方式。

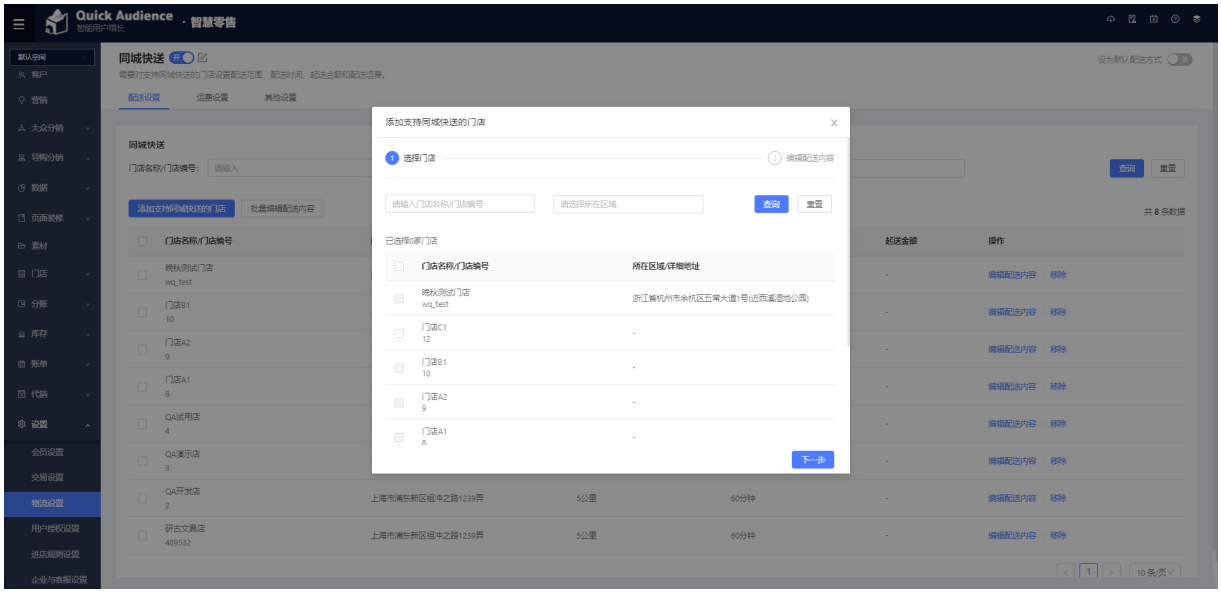
- 仅支持存在一个默认配送方式。
- 当同城快送被设置为默认配送方式后，将自动覆盖已存在的默认配送方式，且前端小程序确认订单页的物流配送方式将优先选中同城快送。
- 如果没有设置任何的默认配送方式，则按照物流设置页开启的配送方式的前后顺序展示在小程序前端的确认订单页。



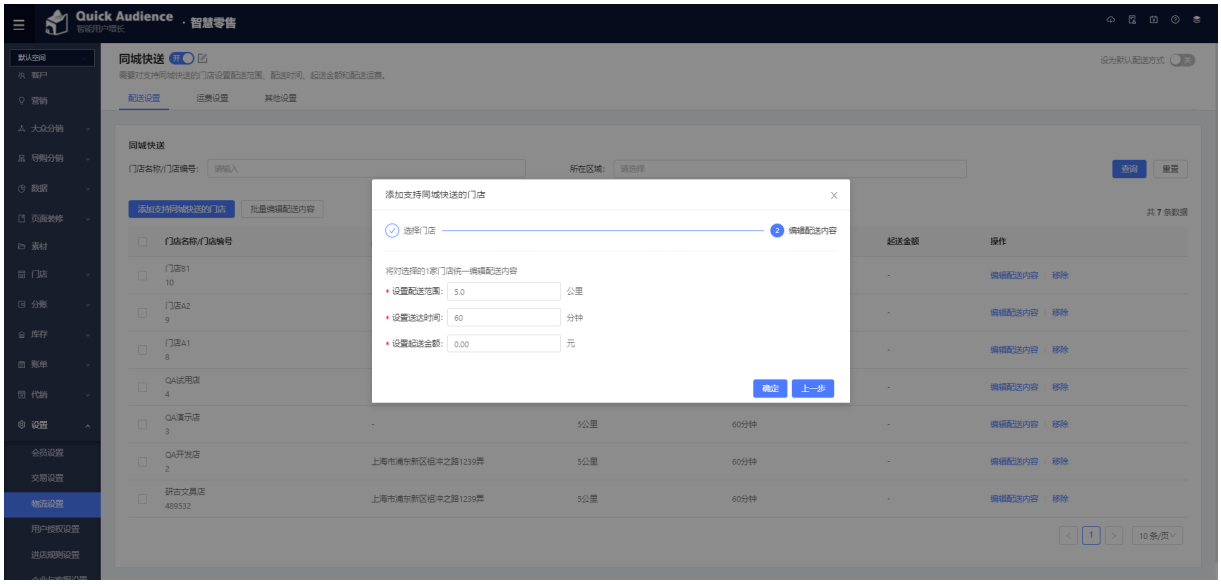
3.添加支持同城快送的门店

单击**添加支持同城快送的门店**可设置哪些门店支持同城快送（下文称为可配送门店）

- **选择门店**：从系统门店列表中勾选指定门店作为可配送门店。
  - 可根据**门店名称/门店编号**进行搜索，或根据**门店所在区域**进行筛选。
  - 已在可配送门店列表内的门店将默认不可选中。

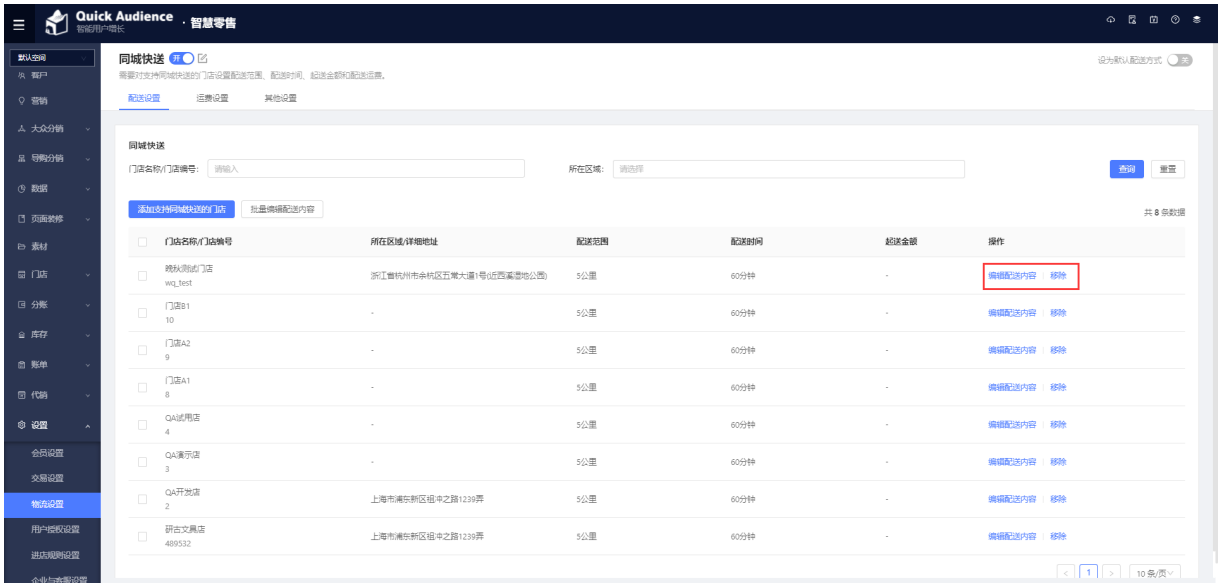


- **编辑配送范围和送达时间**：为选中的所有可配送门店统一设置相同的配送范围和送达时间。
  - 配送范围默认为5公里，可编辑范围为1.0~10.0公里，可精确到小数点后一位。
  - 送达时间默认为60分钟，可编辑范围为1~999分钟，要求为整数。



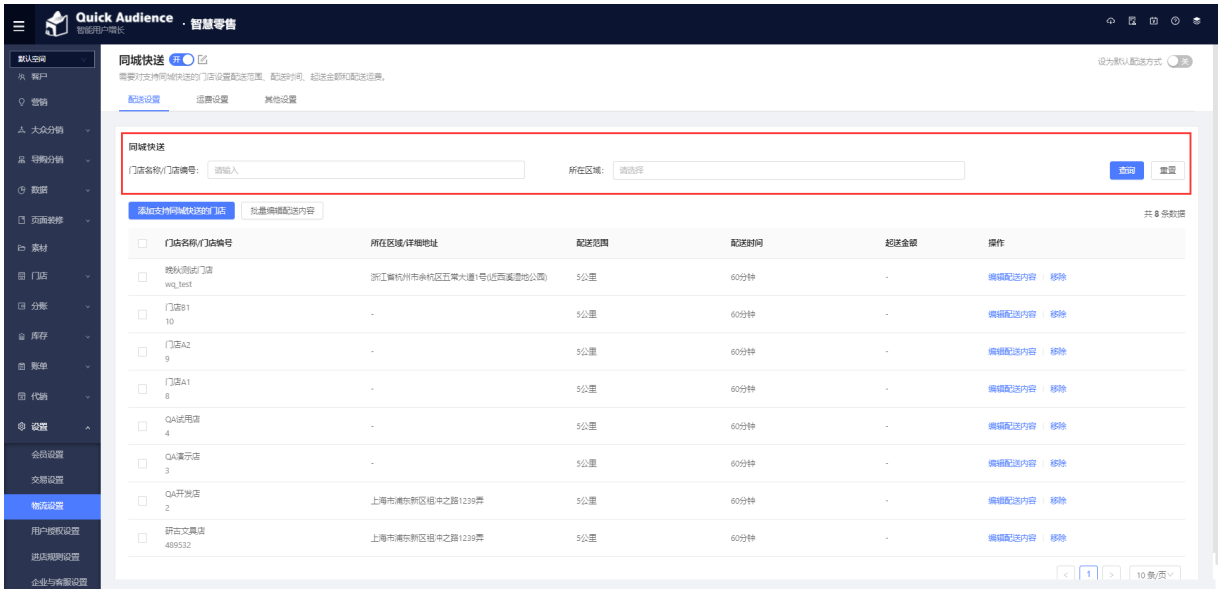
4.编辑单个可配送门店

在可配送门店列表内对指定门店进行**编辑配送范围和送达时间**。也可单击**移除**将门店移出支持同城快送的列表。移除后该门店在小程序前端确认订单页不再展示同城快送的配送方式。



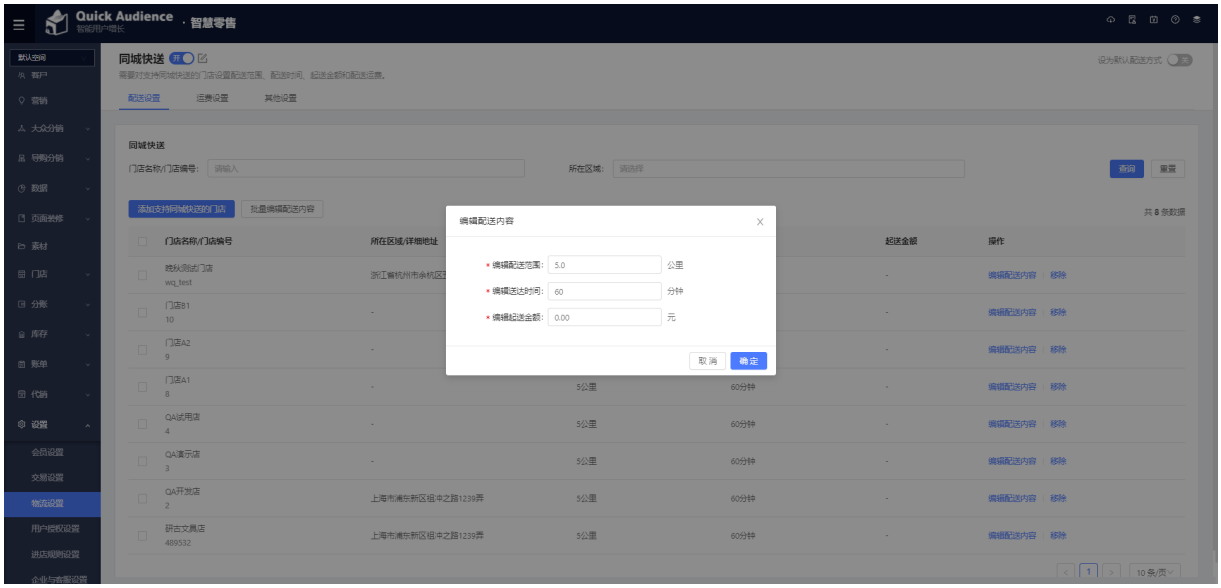
5.查询支持同城快送的门店

输入**门店名称/门店编号**，或选择所在区域后单击**查询**可查看符合筛选条件的可配送门店，并将显示在可配送门店列表内。单击**重置**则清空筛选条件。



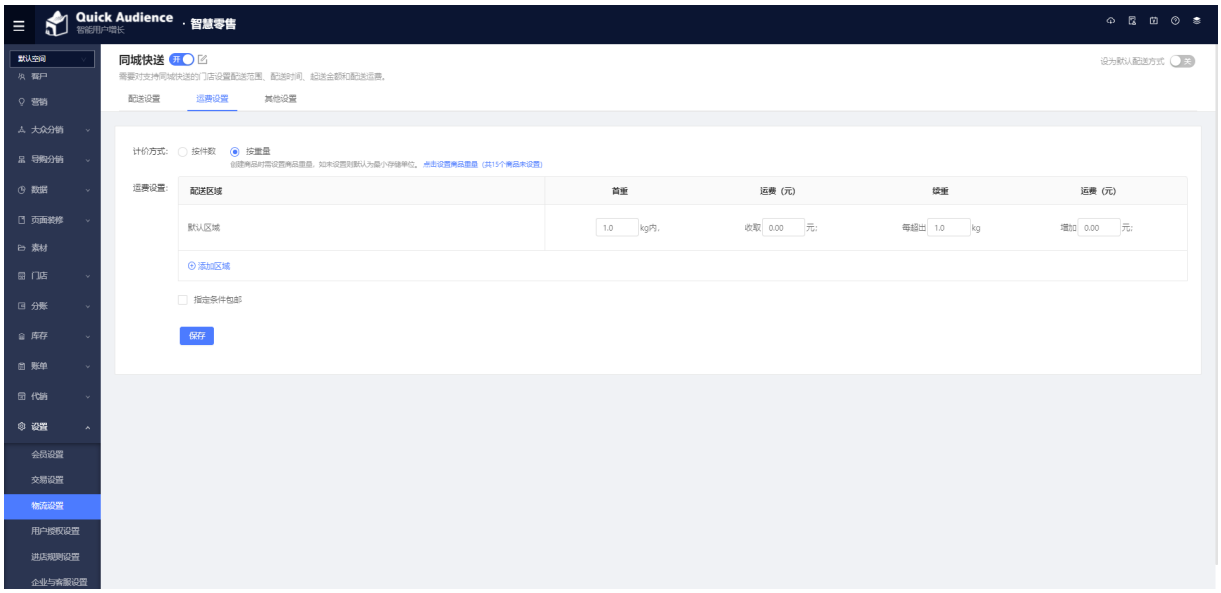
6.批量编辑配送范围和送达时间

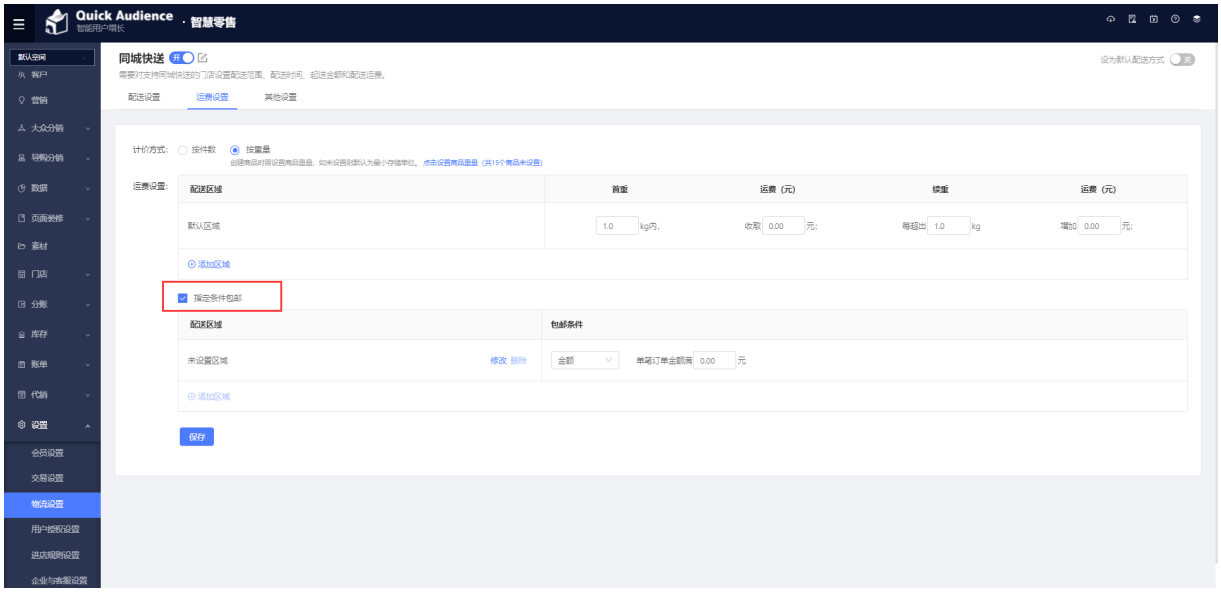
将门店列表中可配送门店左侧的方框选中后，单击**批量编辑配送范围和送达时间**即可批量编辑指定可配送门店的配送范围和送达时间。单击列表表头左侧的方框可选中当前全部门店。



3.4 设置详情-运费设置

运费设置详情页支持设置配送运费，支持**按件数**和**按重量**两种计价方式。可以设置配送区域和指定条件包邮。在此设置运费后将在前端小程序确认订单页显示设置条件下的运费。

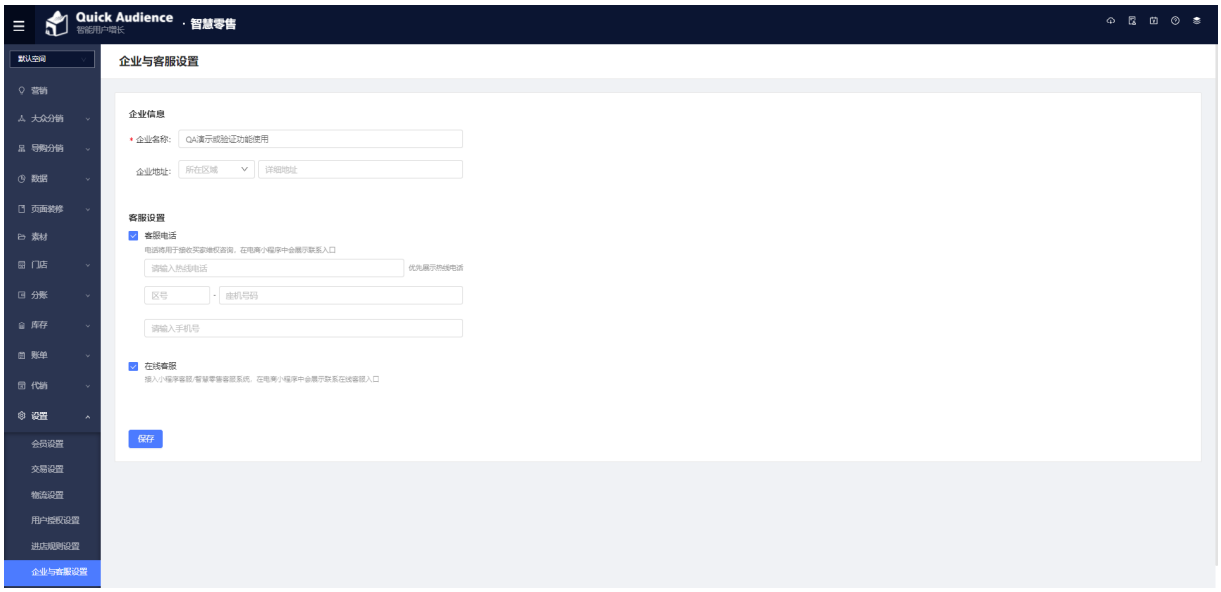




3.5 设置详情-企业与客服设置

设置企业名称、企业地址、客服电话以及在线客服，客服电话应用于电商小程序端客户联系客服，在线客服应用于小程序端客户联系客服以及应用于客服系统。

操作路径：智慧零售>设置>企业设置



3.6 设置详情-会员设置

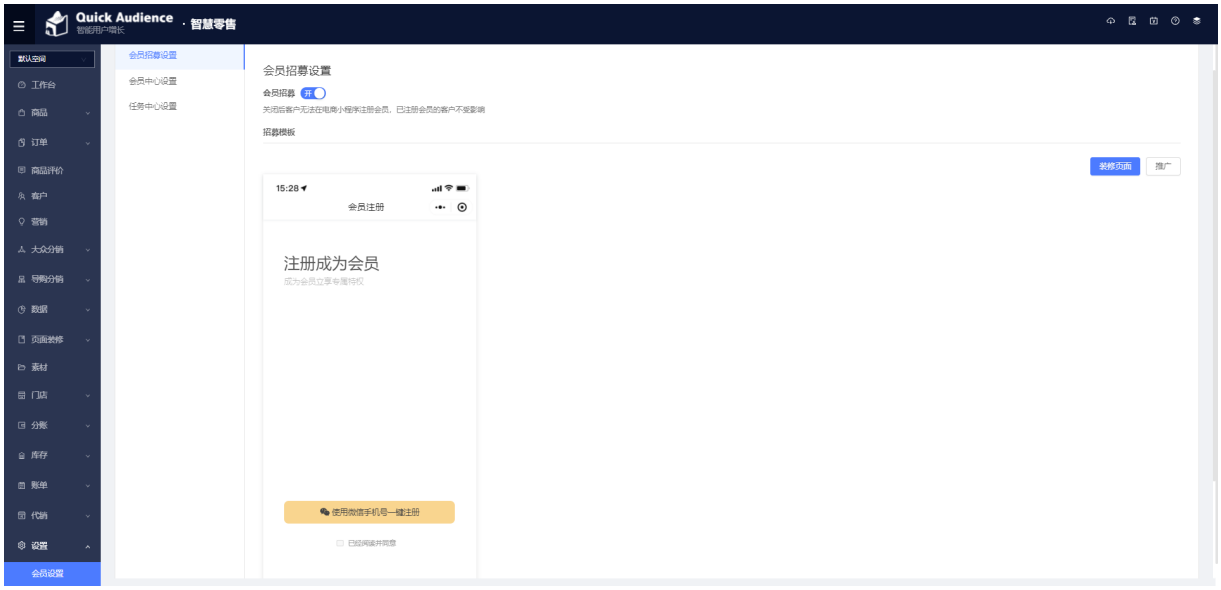
会员设置开启后客户可在电商小程序端使用会员等级、会员权益、任务中心等模块，

1.会员招募

可设置会员招募开关，关闭后客户无法在小程序端注册会员，已注册会员不受影响。

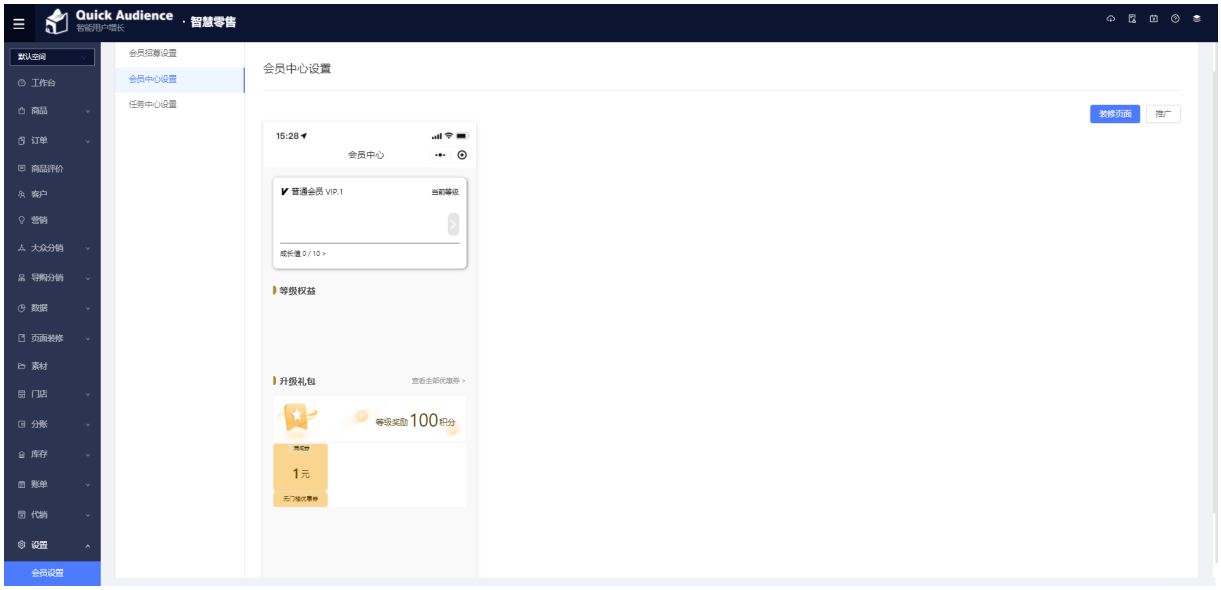
可对注册会员页面进行页面标题、页面背景图片、输入框进行修改。

修改后可对注册会员页面进行链接、二维码推广。

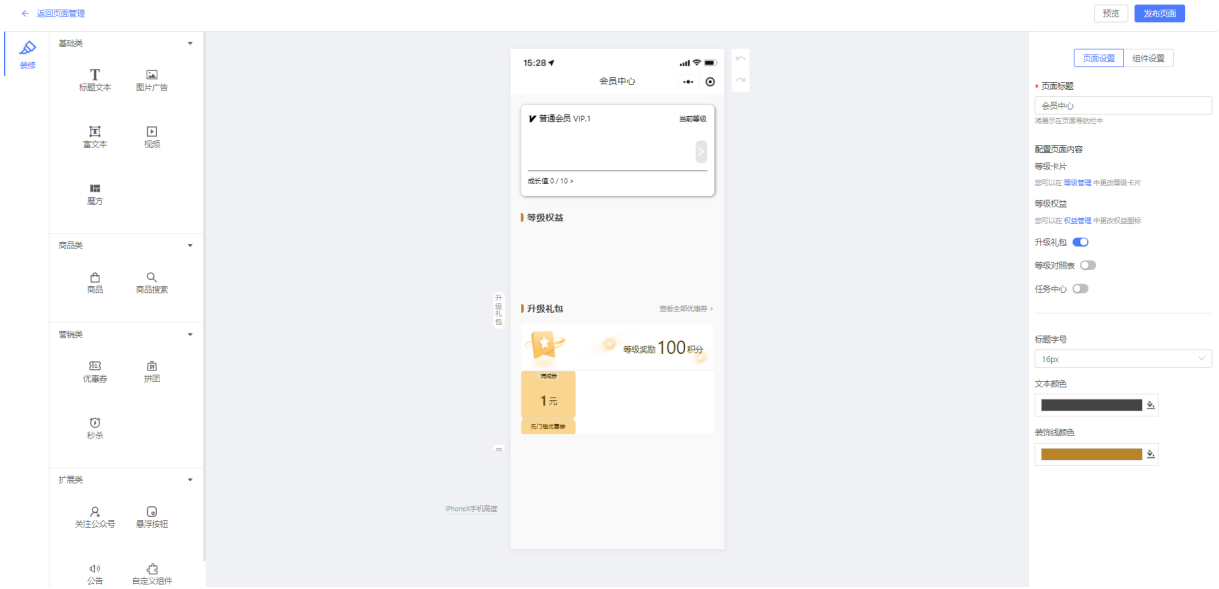


2.会员中心

会员中心设置中可对小程序端会员中心页面进行页面装修及推广。

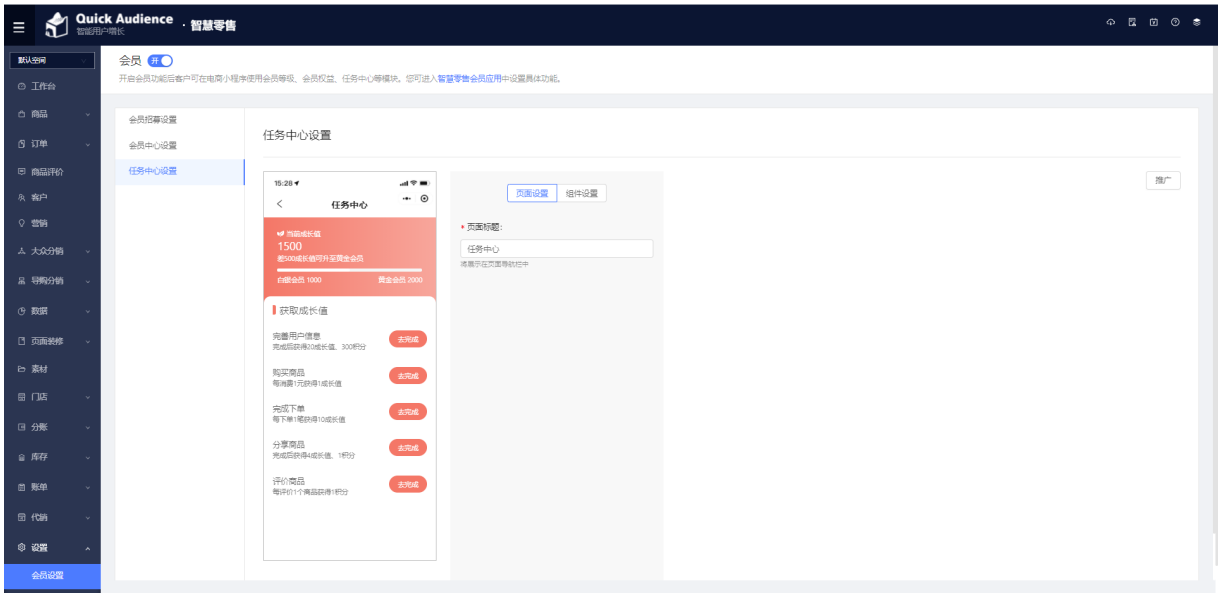


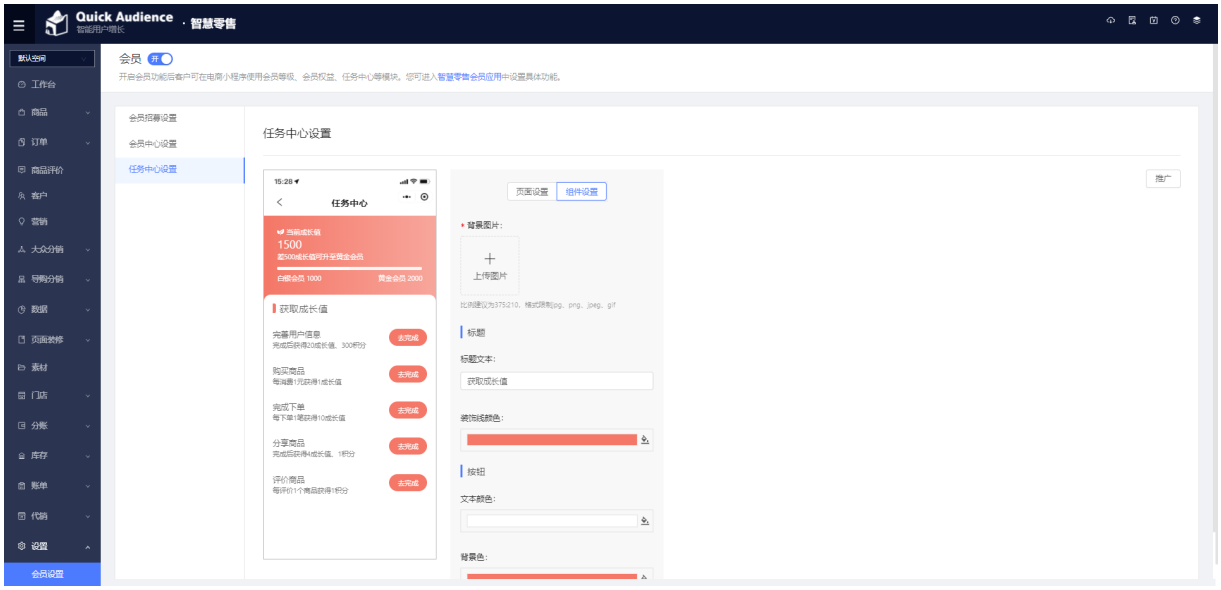
装修页面可根据客户不同需求进行“装修”，例如添加‘魔方’组件，可以设置模仿组件在小程序端页面上显示的图片间隙、页面边距，以及设置用户单击图片所跳转的页面。修改后单击预览可呈现修改过后效果图。



3.任务中心

可对小程序端任务中心页面进行页面标题、任务中心背景图片上传、标题文本、以及装饰线、文本、背景颜色进行设置并且可进行链接、二维码推广。



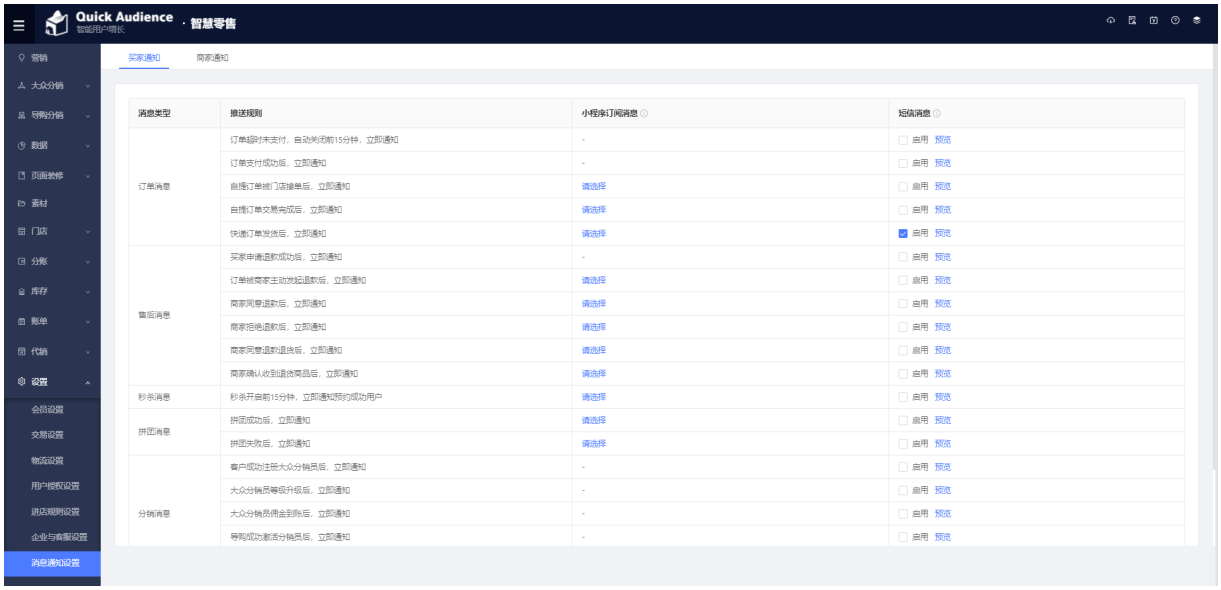


3.7 设置详情-消息通知设置

消息通知拥有查看各类小程序订阅消息、预览各类短信消息的权限，不同针对于买家、卖家的消息类型通知。

3.7.1买家

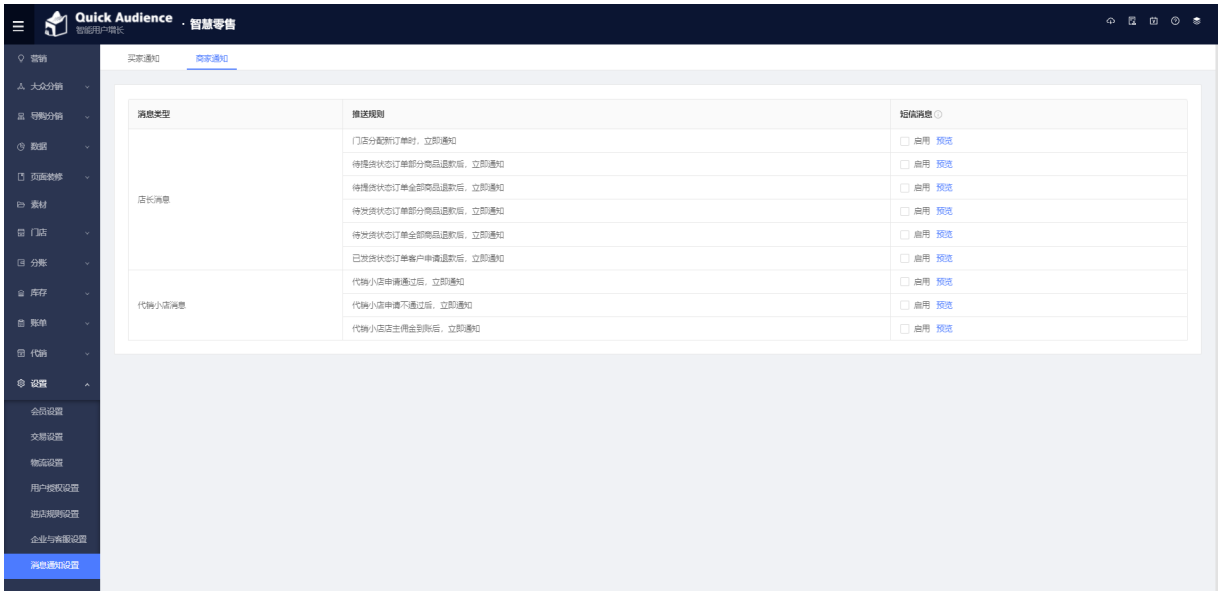
不同的消息类型内容对应不同的推送规则，不同推送规则对应不同的小程序订阅消息，部分消息类型内容含有小程序订阅消息，设置订阅消息后触发推送规则用户将收到对应的订阅消息，可对小程序订阅消息进行编辑、删除操作，短信消息应用后触发推送规则用户将收到对应的短信消息，并且可对短信消息进行编辑、预览。



买家在店铺下单后申请退款，申请退款成功后发送信息至手机。

3.7.2卖家

商家消息通知不含有小程序订阅消息，短信消息应用后触发推送规则用户将收到对应的短信消息，可对其进行预览。



4. 添加门店和员工

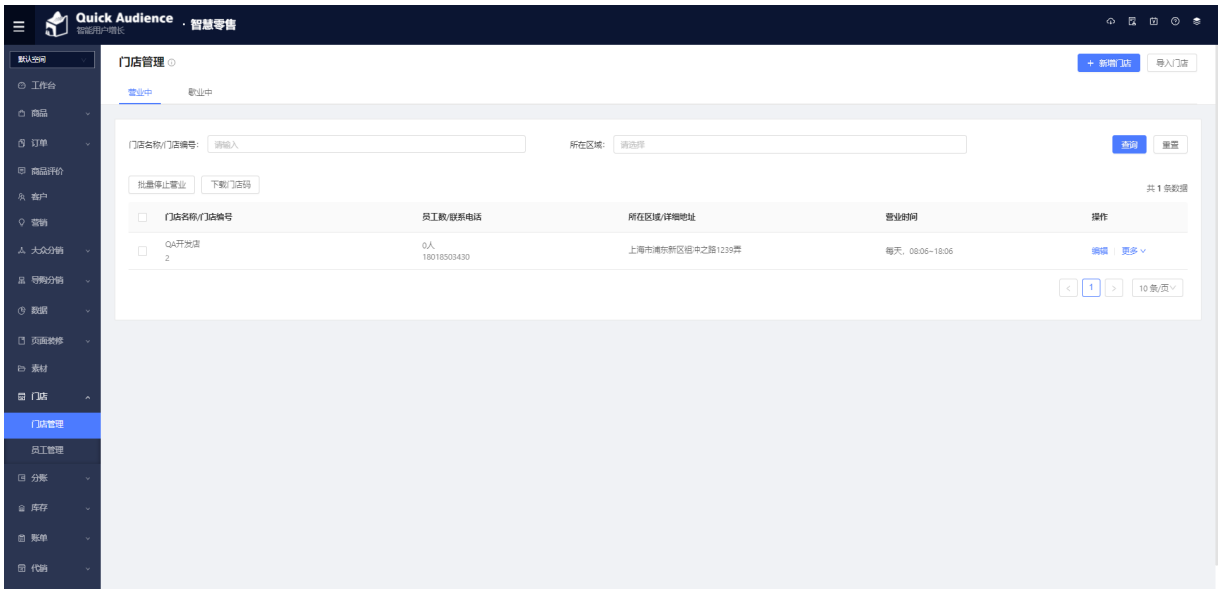
4.1 添加门店

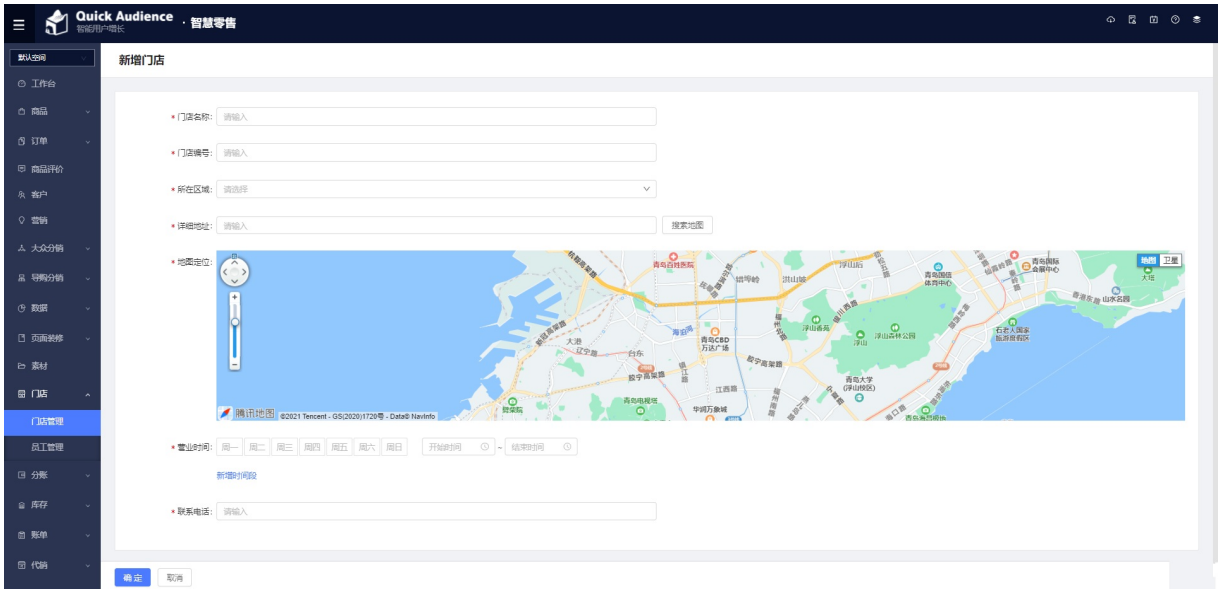
流程：收集门店信息（门店名称、门店编号、门店地址、营业时间、联系电话）- 添加门店。

门店名称用于电商小程序端的显示，门店地址用于客户下单后提货，门店地图定位用于客户访问小程序时定位最近的门店，营业时间用于客户预约提货时间的选择，联系电话用于客户联系门店。

注：门店添加完成后默认为“歇业中”状态，需关联员工后开启营业。

操作路径：智慧零售>门店>门店管理>新增门店



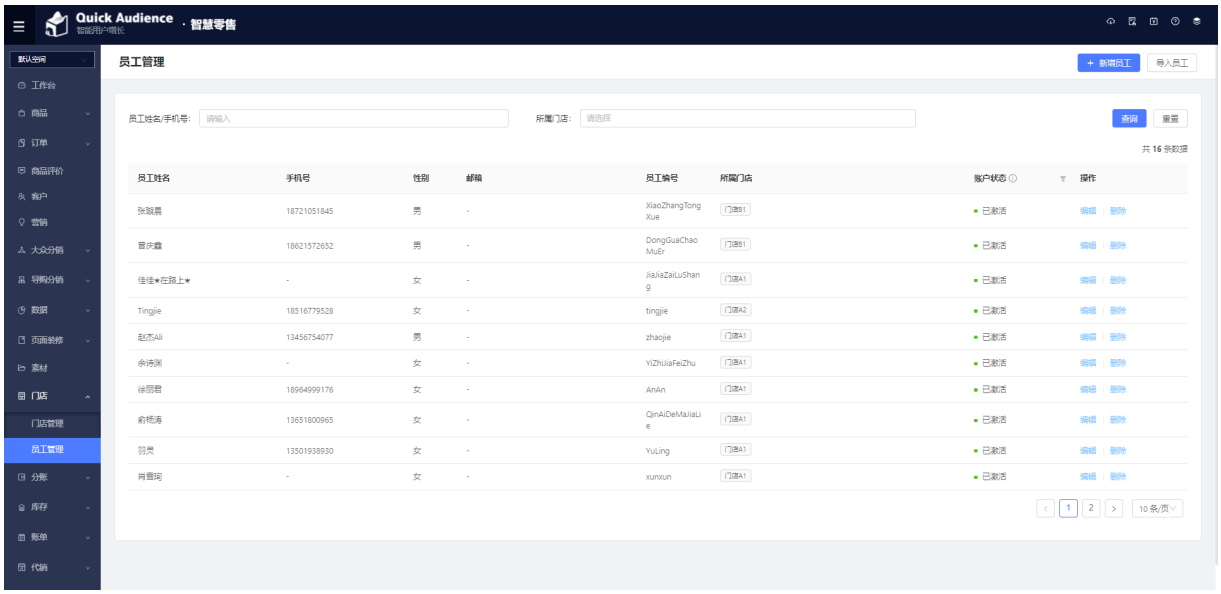


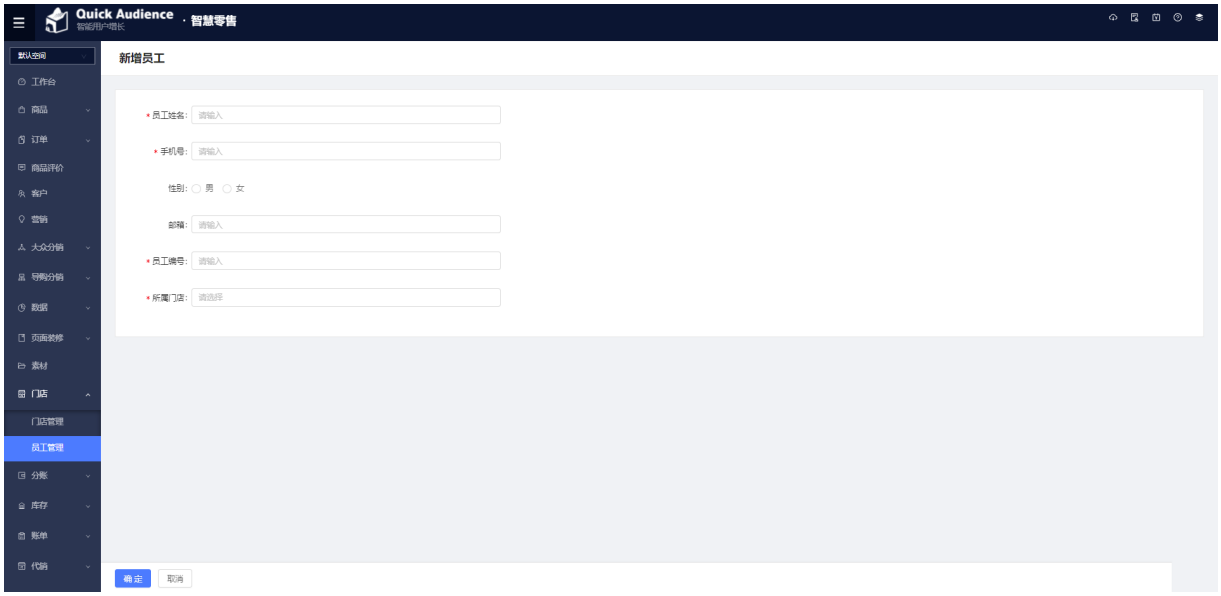
4.2 添加员工

流程：收集员工信息（员工姓名、手机号、性别、邮箱、员工编号、所属门店）- 添加员工。

手机号用于员工登录店长小程序，一个员工可以所属多个门店。

操作路径：智慧零售>门店>员工管理>新增员工

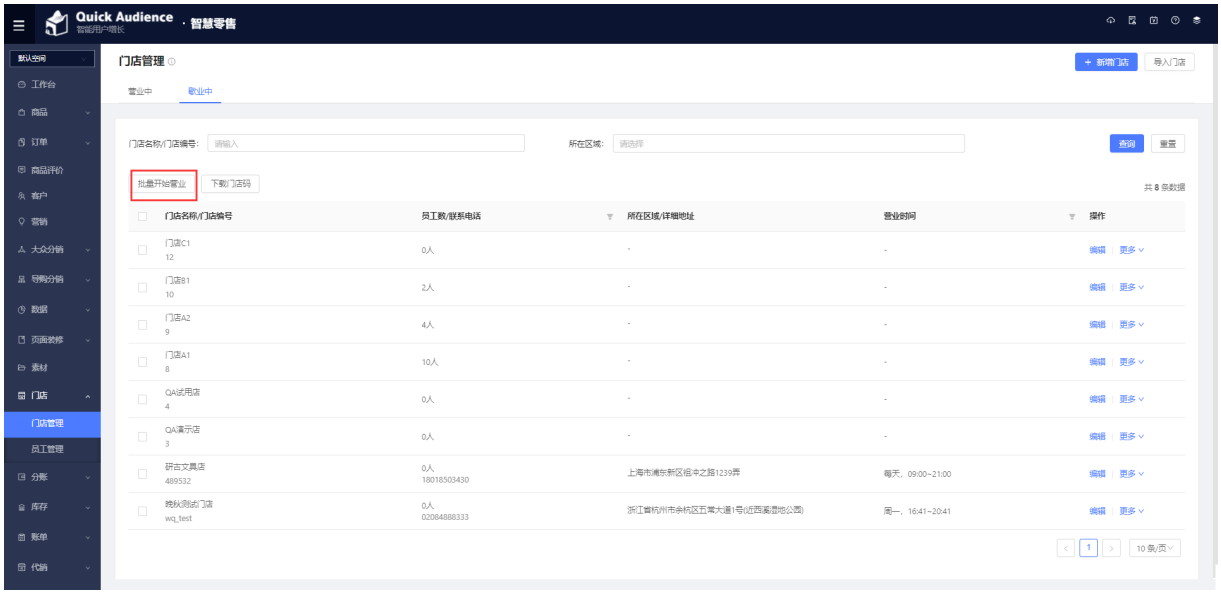




4.3 营业/歇业门店

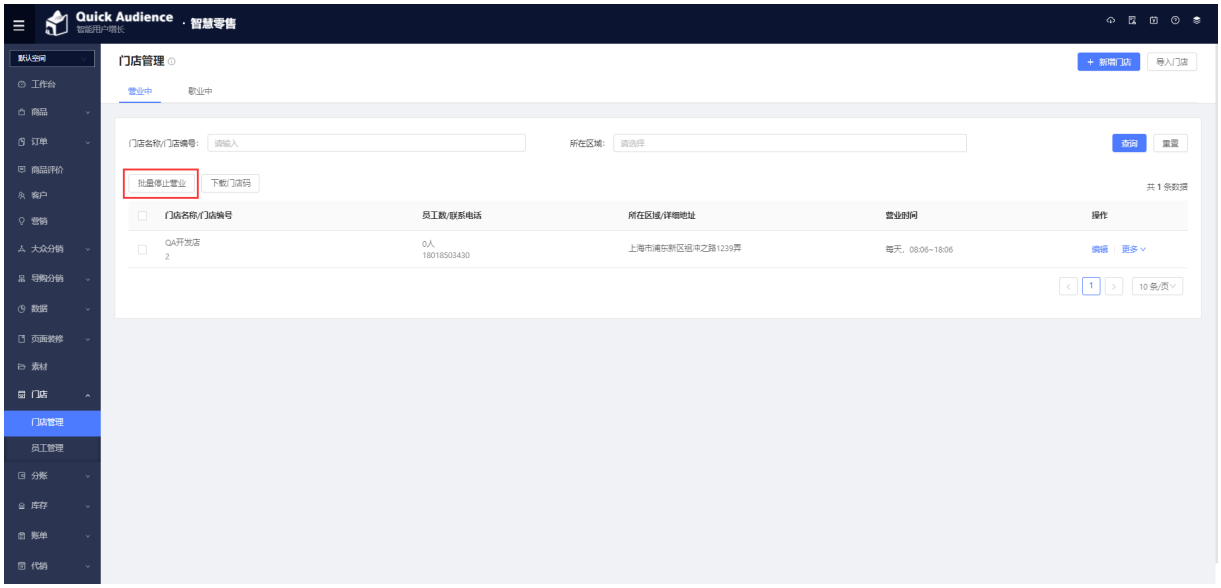
门店添加完成并关联员工后，将门店开启营业，营业中的门店才可进行接单。

操作路径：智慧零售>门店>门店管理>歇业中，开启需要营业的门店。



门店因一些原因需要歇业时，后台支持将营业的门店进行歇业，歇业的门店将无法继续接单。

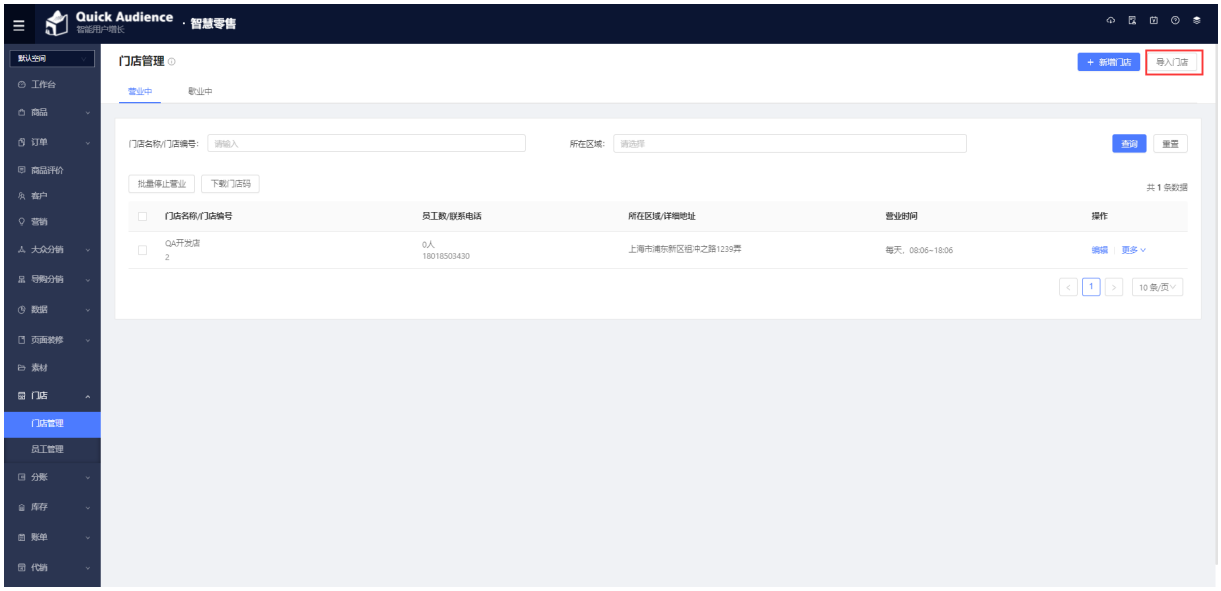
操作路径：智慧零售>门店>门店管理>营业中，选择门店进行歇业操作

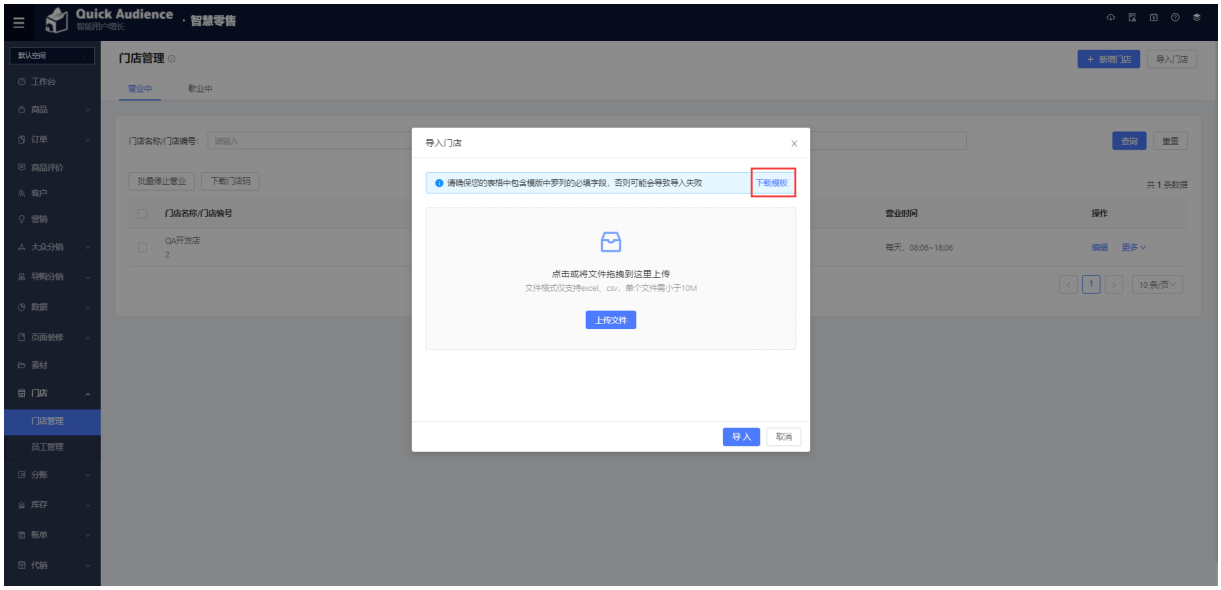


4.4 导入门店/员工

为方便企业同时大量添加门店和员工，支持批量导入门店/员工。系统支持下载导入模板。

操作路径：智慧零售>门店>门店管理>导入门店





导入员工和导入门店的操作类似，参考导入门店。

操作路径：门店>员工管理>导入员工

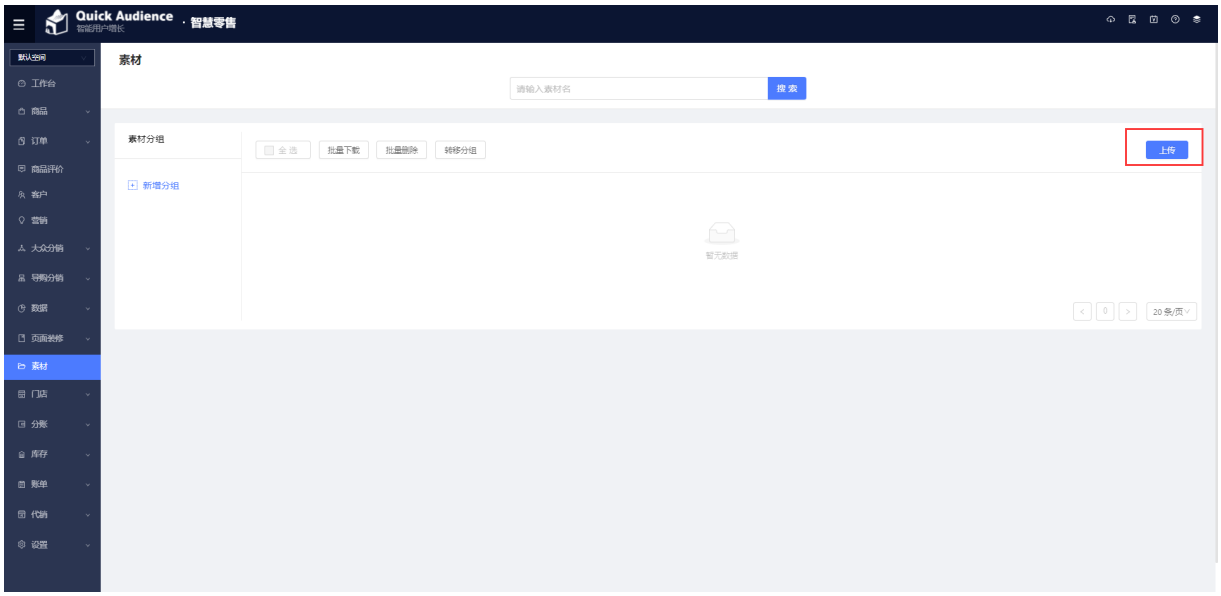
5. 上传图片素材

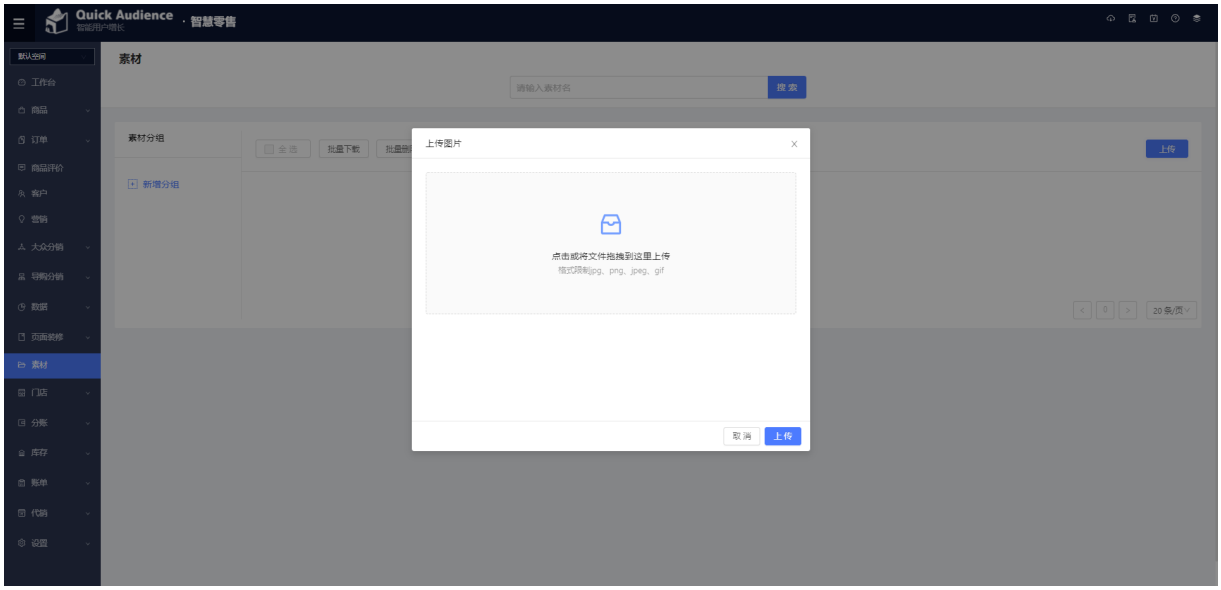
图片素材用于创建商品、配置前端商城页面等。

流程：准备需要使用的图片素材，上传至智慧零售系统素材库。

（1）素材库支持按照使用方式的不同分别创建素材分组并上传素材。

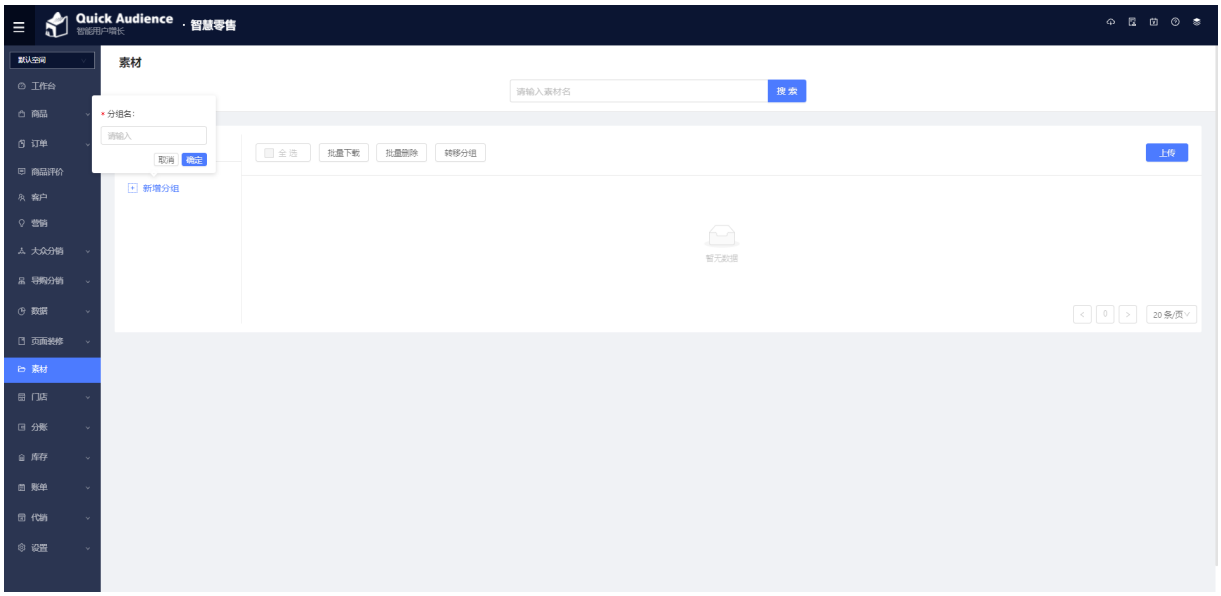
操作路径：智慧零售>素材>上传





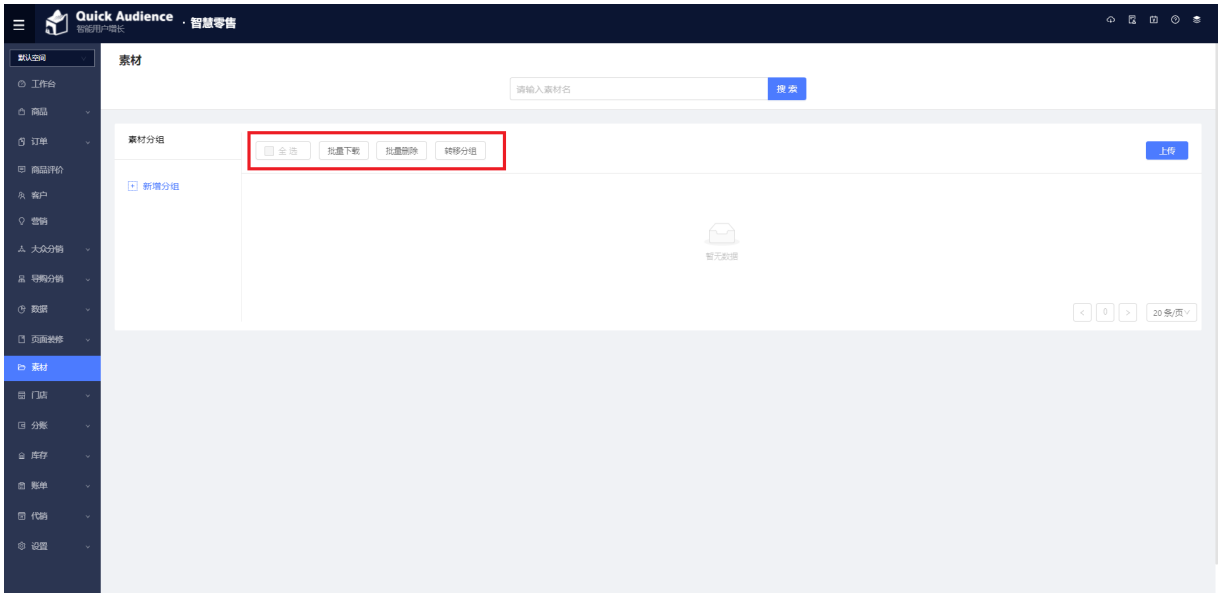
（2）素材库支持新增/编辑/删除图片分组，根据不同需要将图片分别放在对应的分组。

操作路径：智慧零售>素材>素材分组



（3）素材库中的图片支持批量下载、删除、转移分组。

操作路径： 智慧零售>素材



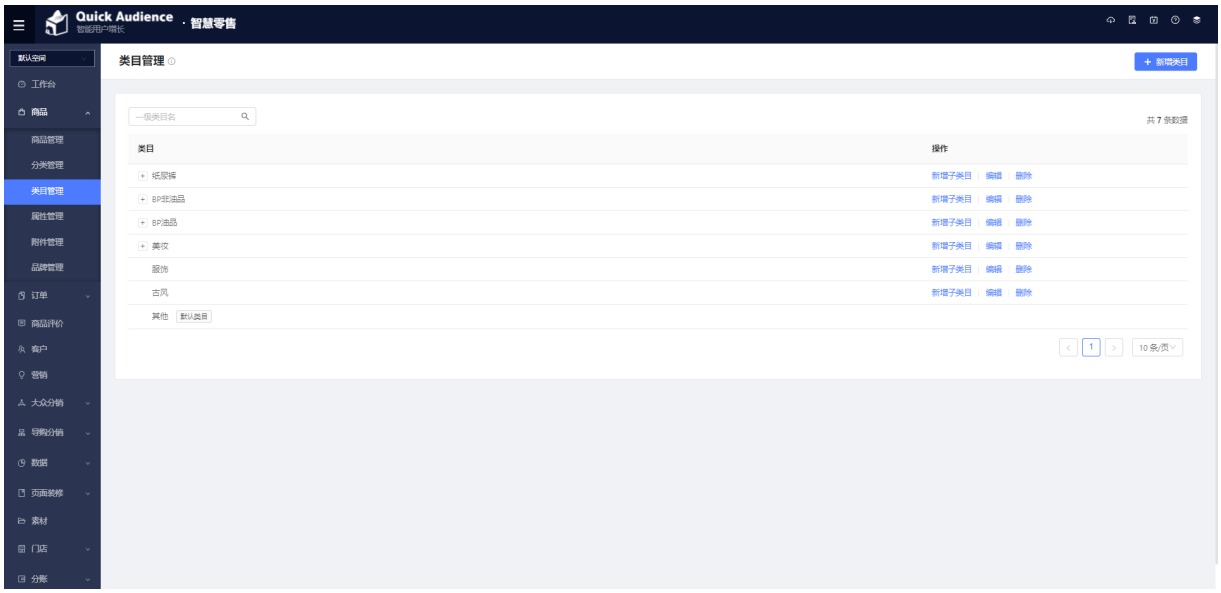
6. 发布商品

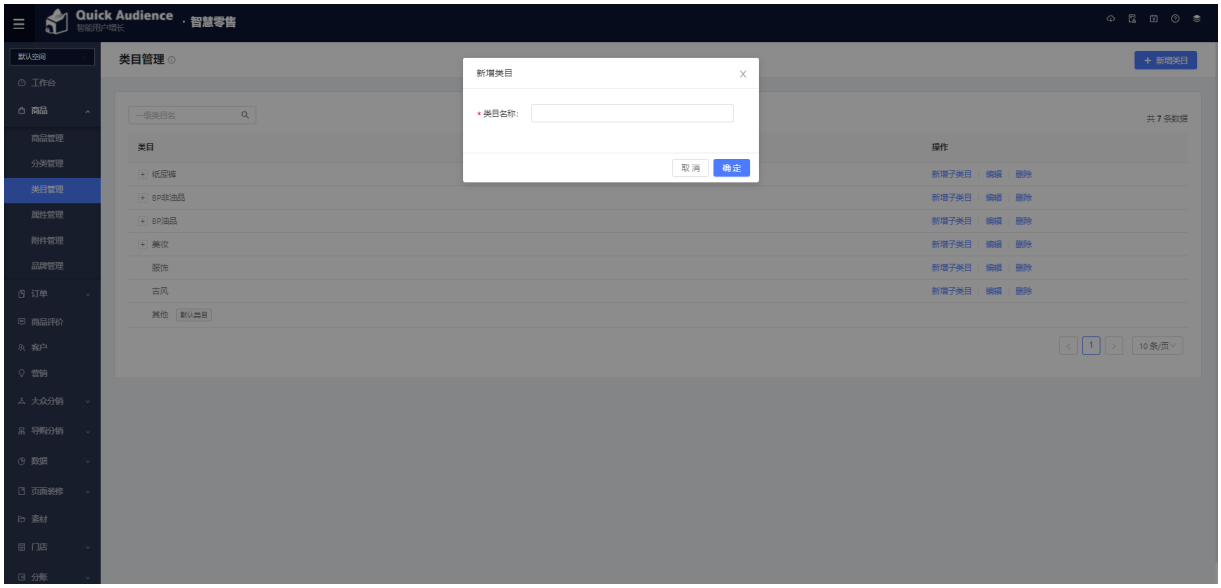
6.1 添加商品类目

商品类目是基于行业商品的特征对商品进行分类，商品类目用于后台管理商品和关联商品类目下的通用属性。

商品类目支持添加多级，最多三级。

操作路径：智慧零售>商品>类目管理>新增类目





6.2 添加属性

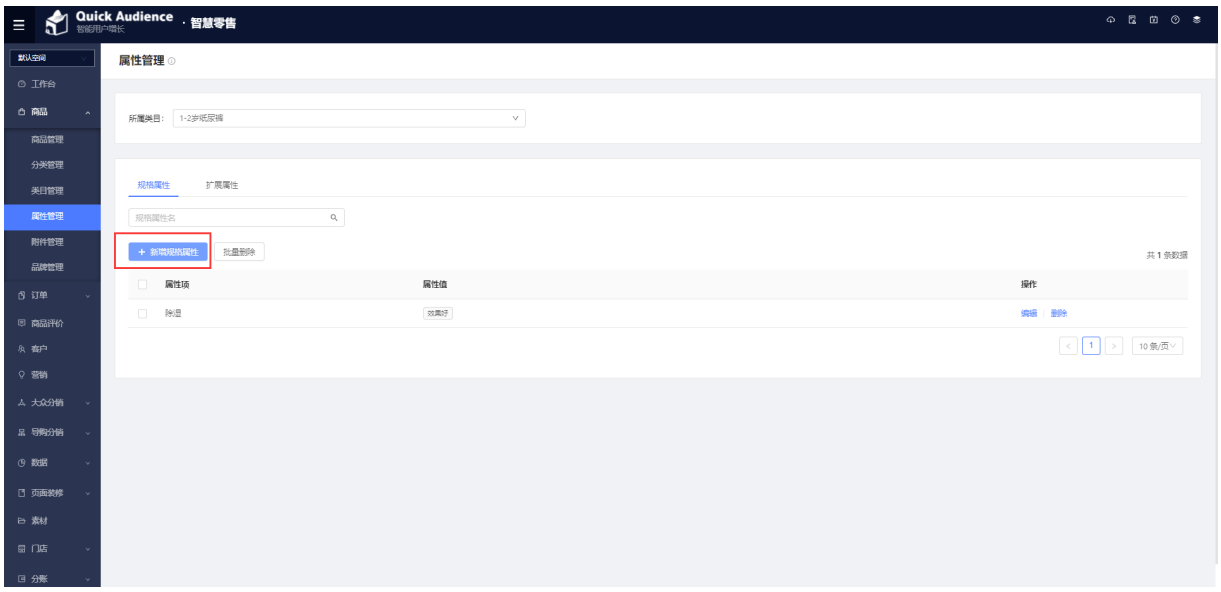
创建商品前分别为不同的类目创建通用的属性和属性值，仅支持为最后一级类目创建属性，创建商品时直接使用已经创建好的属性和属性值，提升创建商品的效率。

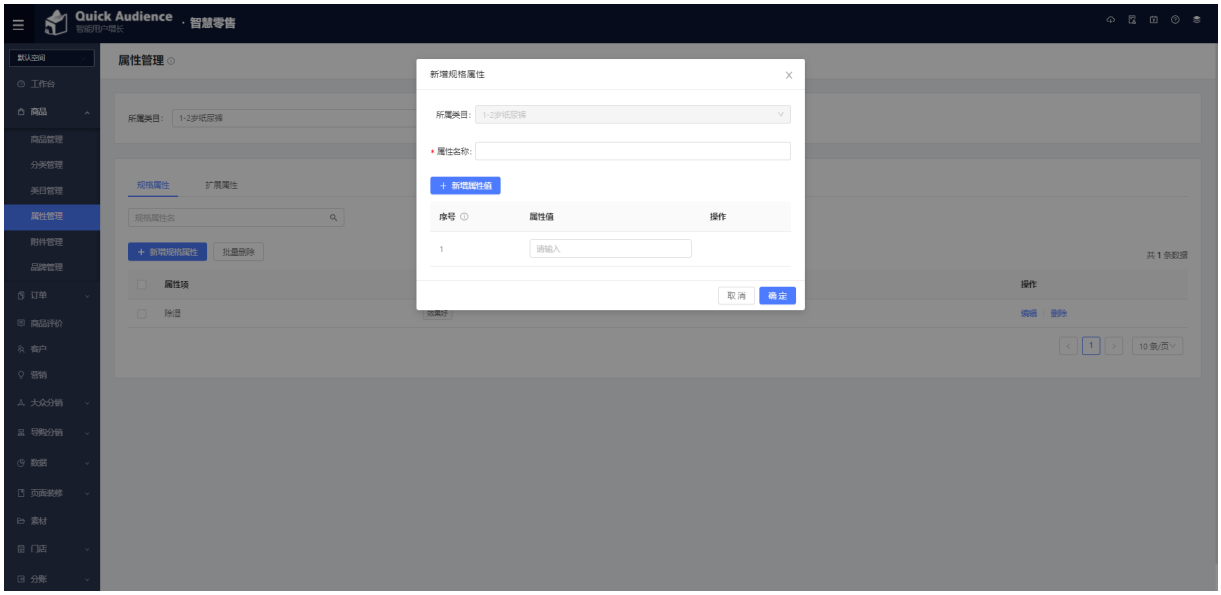
6.2.1 规格属性

规格属性为销售属性，例如颜色、尺码。

一个类目可以添加多个规格属性，每个属性可以添加多个属性值。

操作路径：智慧零售>商品>属性管理>规格属性>所属类目>新增规格属性



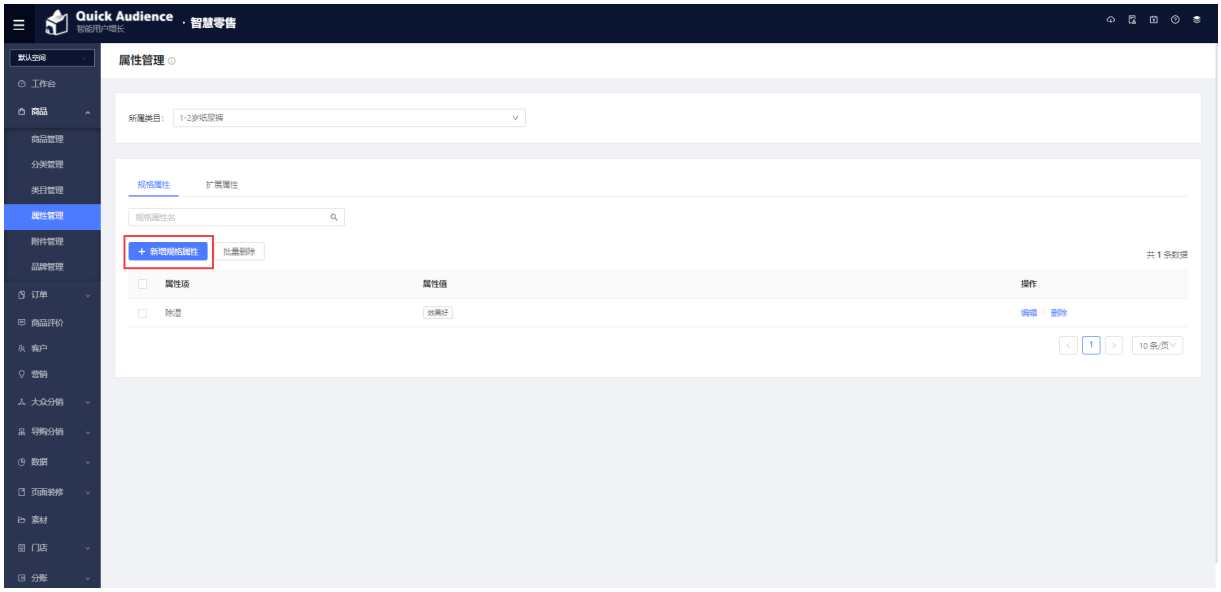


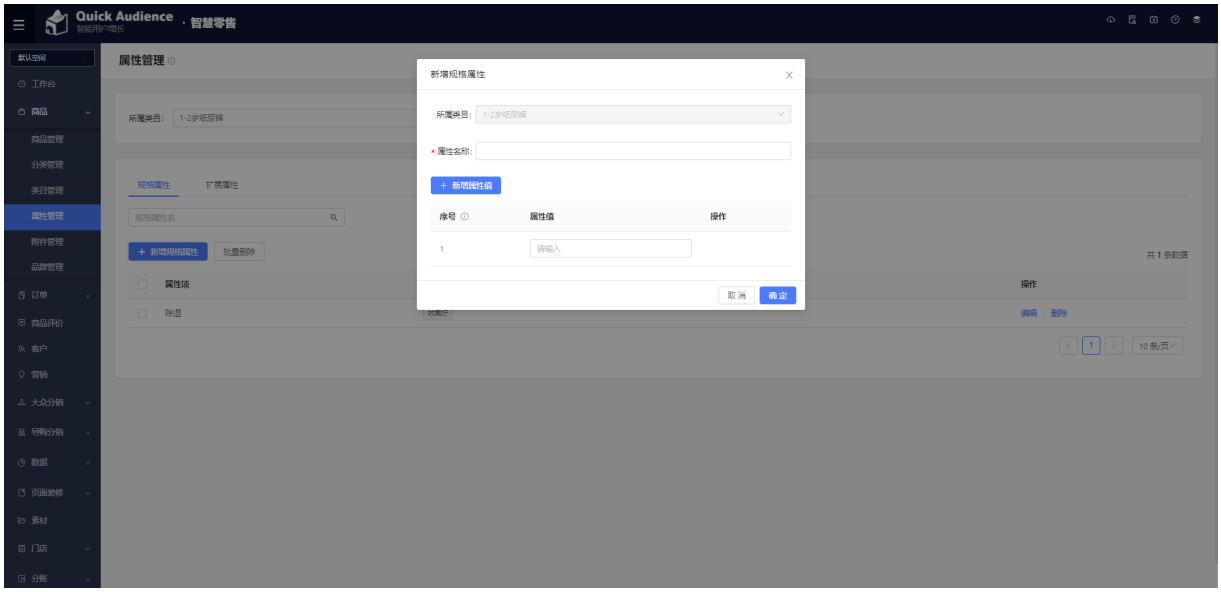
6.2.2 扩展属性

扩展属性为商品属性，例如产地、有效期。

一个类目可以添加多个商品属性，每个属性可以添加多个属性值。

操作路径：智慧零售>商品>属性管理>扩展属性>所属类目>新增扩展属性



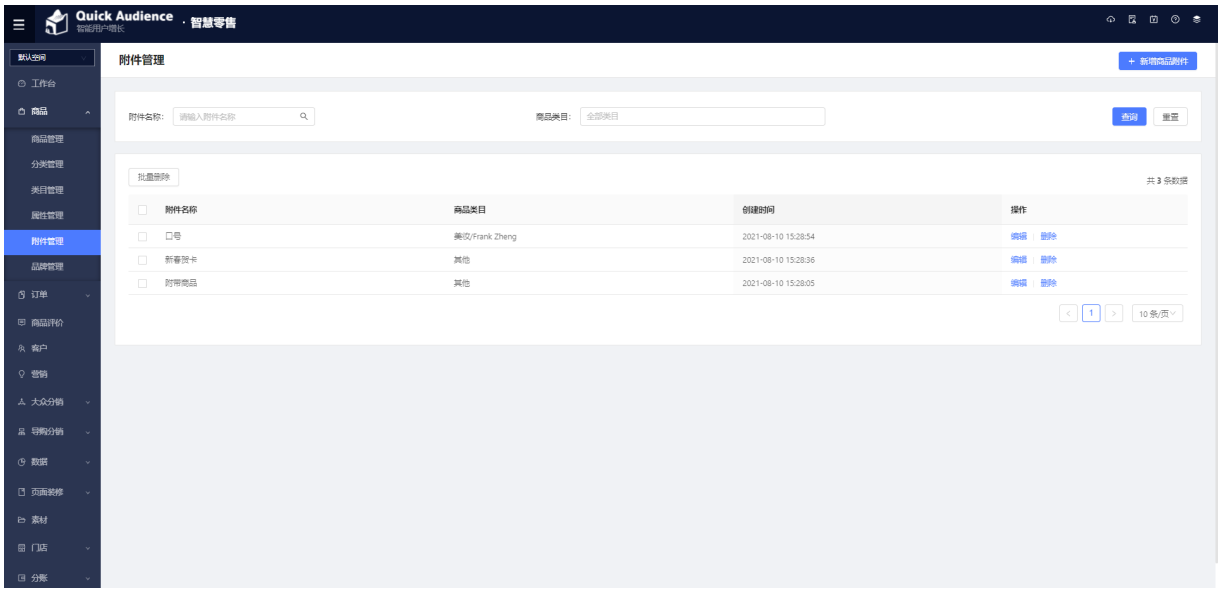


6.3 附件管理

附件管理可对附件进行附件名称、商品类目搜索以及新增商品附件、批量删除操作，每一段附件可单独进行编辑、删除操作。附件类型分为标准附件以及定制附件。

标准附件：例如在商家店铺下单蛋糕，提示需要几件餐具，然后用户输入需求数量进行下单。

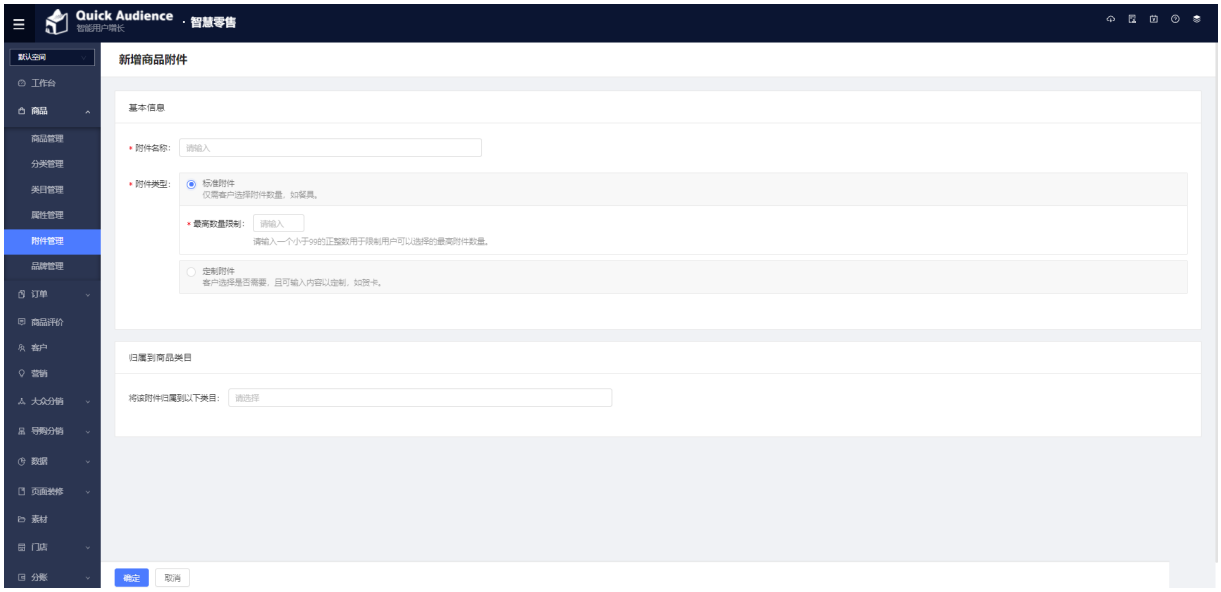
定制附件：例如用户下单蛋糕，可设置用户是否必填，定制贺卡这些。



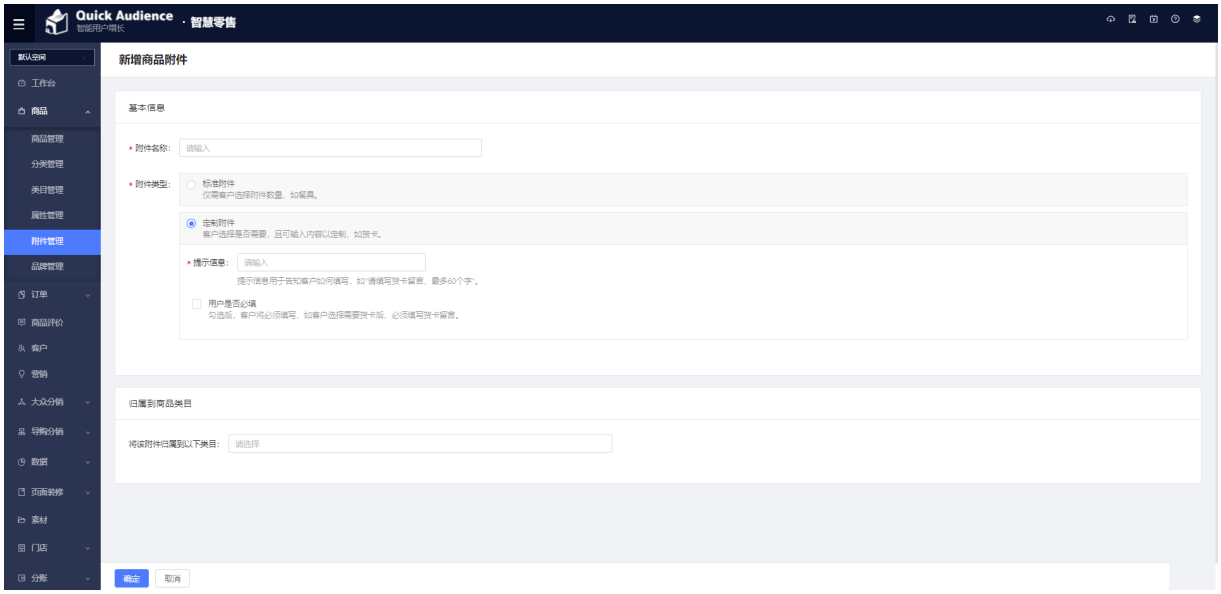
6.3.1新增附件商品

可对其附件名称进行编辑，选择标准附件可设置最高附件数量。

操作路径：智慧零售>商品>附件管理>新增附件商品。



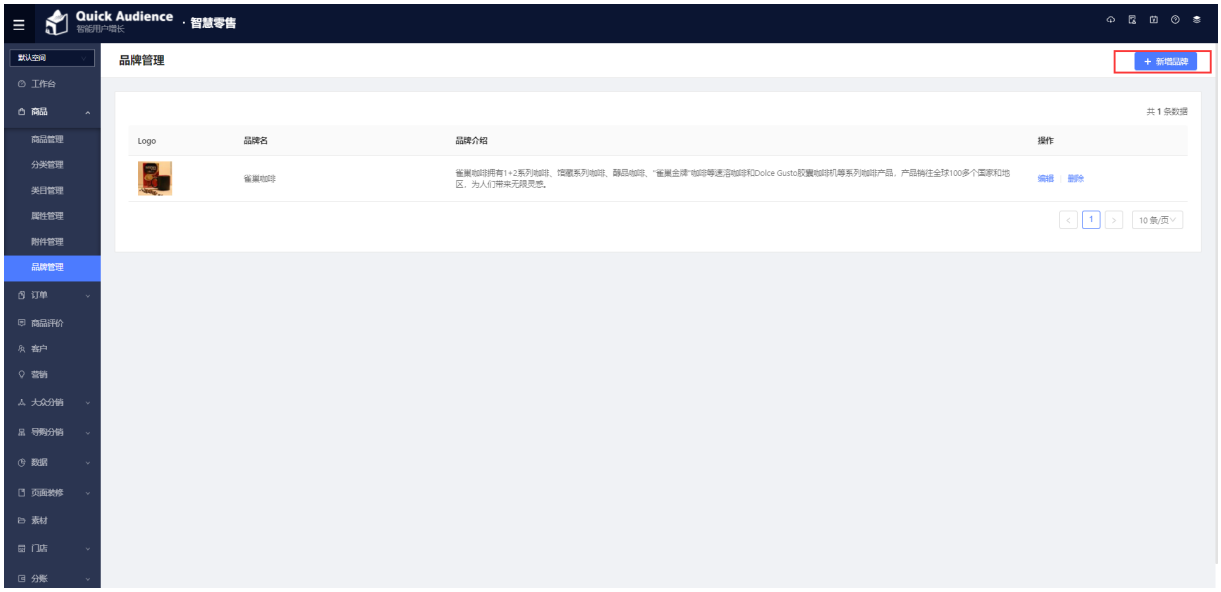
选择定制附件，可设置提醒客户的提醒信息，并可选择用户是否必填，勾选后，客户将必须填写，例：客户选择需要贺卡，则必须填写贺卡留言。

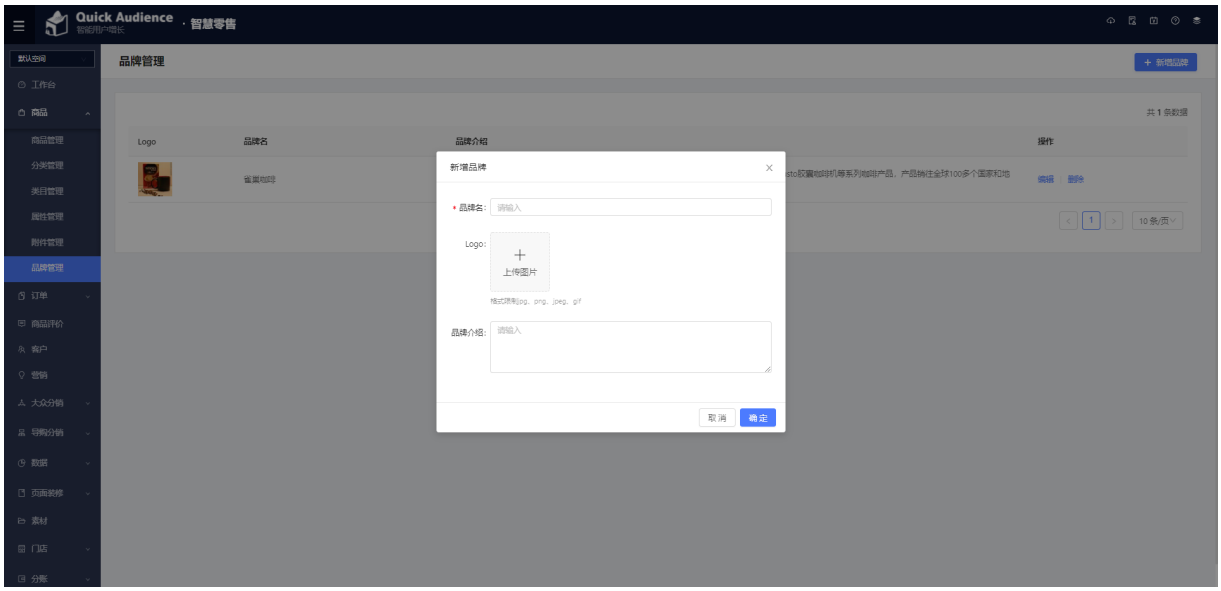


6.3 商品品牌

创建商品前录入商家销售商品的品牌，创建商品时关联商品品牌，企业可通过品牌管理商品。

操作路径：智慧零售>商品>品牌管理>新增品牌





6.4 添加商品

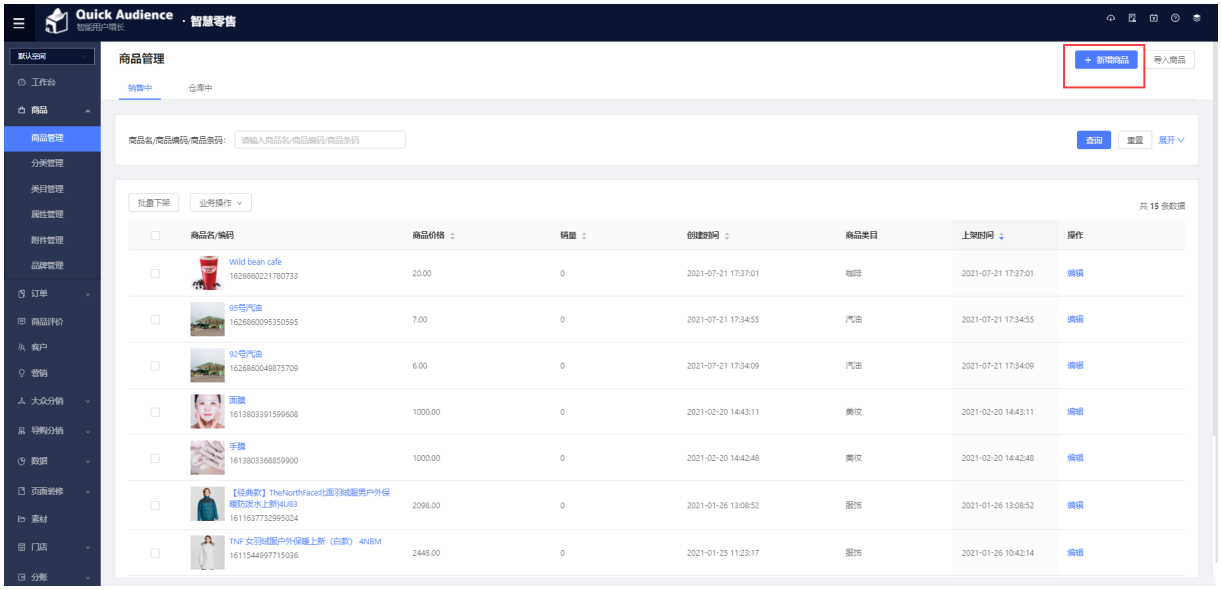
流程：首先选择商品所属类目，然后填写商品基本信息（商品编码、商品条码、商品名称、商品图片、商品品牌、分享描述、分享图片）、添加商品规格并设置商品价格、添加商品属性、配置商品详情、选择上架方式，完成创建。

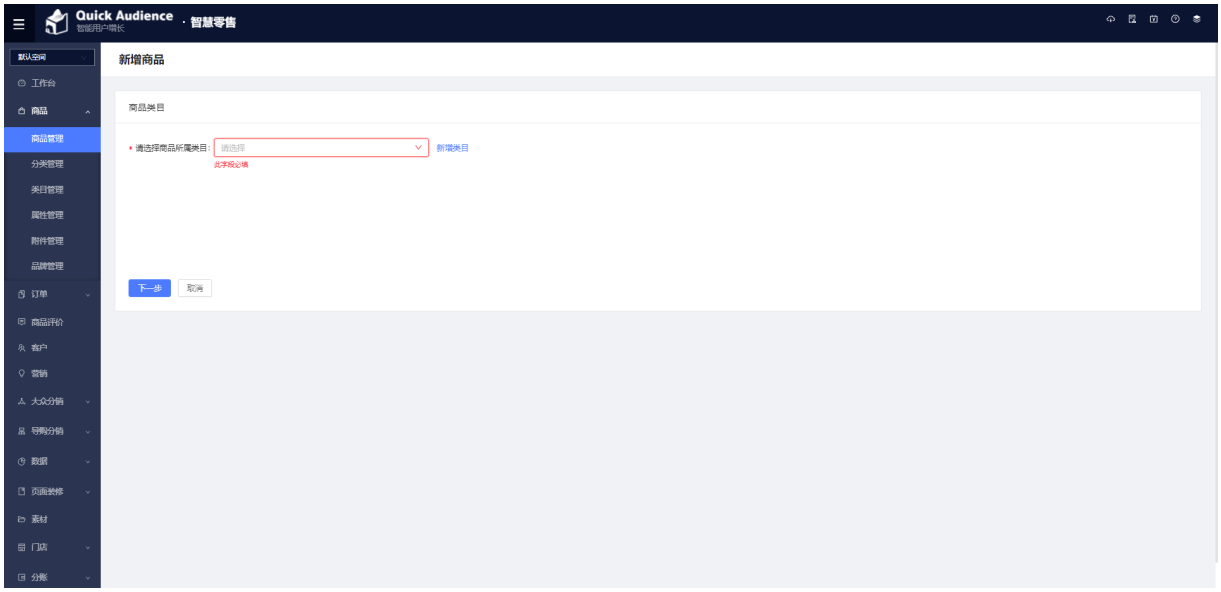
商品价格支持设置划线价和区域定价，区域定价支持为不同省/市单独定价。

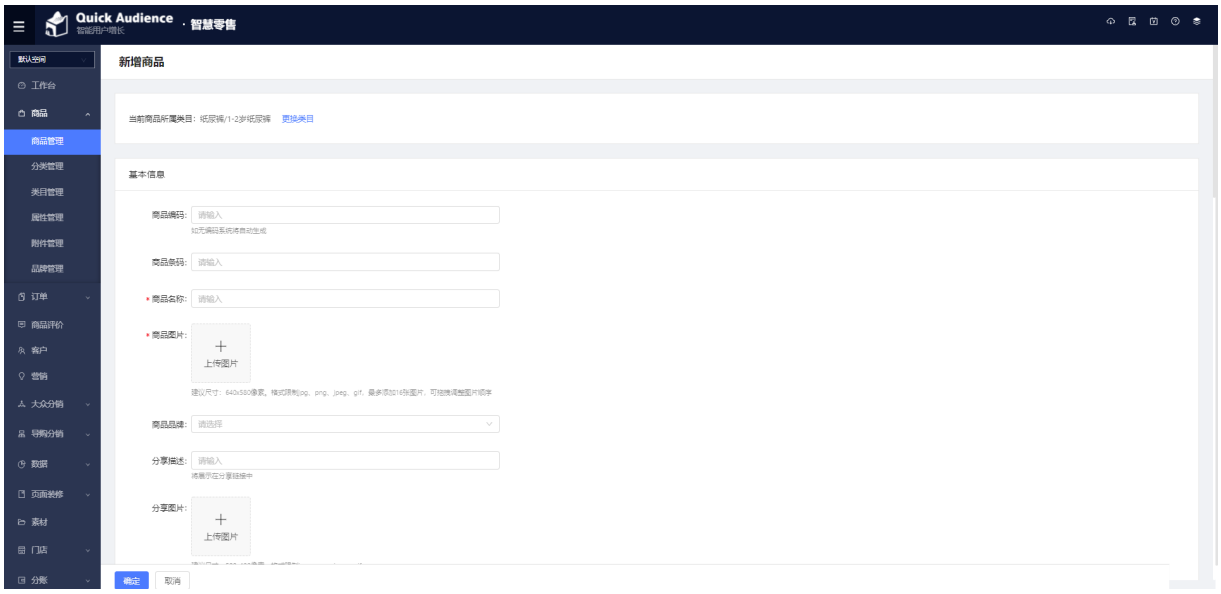
商品支持设置指定区域限购/指定区域不限购。

上架方式支持立即上架、定时上架、暂不上架三种，仅有已上架的商品展示在电商小程序端。

操作路径：智慧零售>商品>商品管理>新增商品

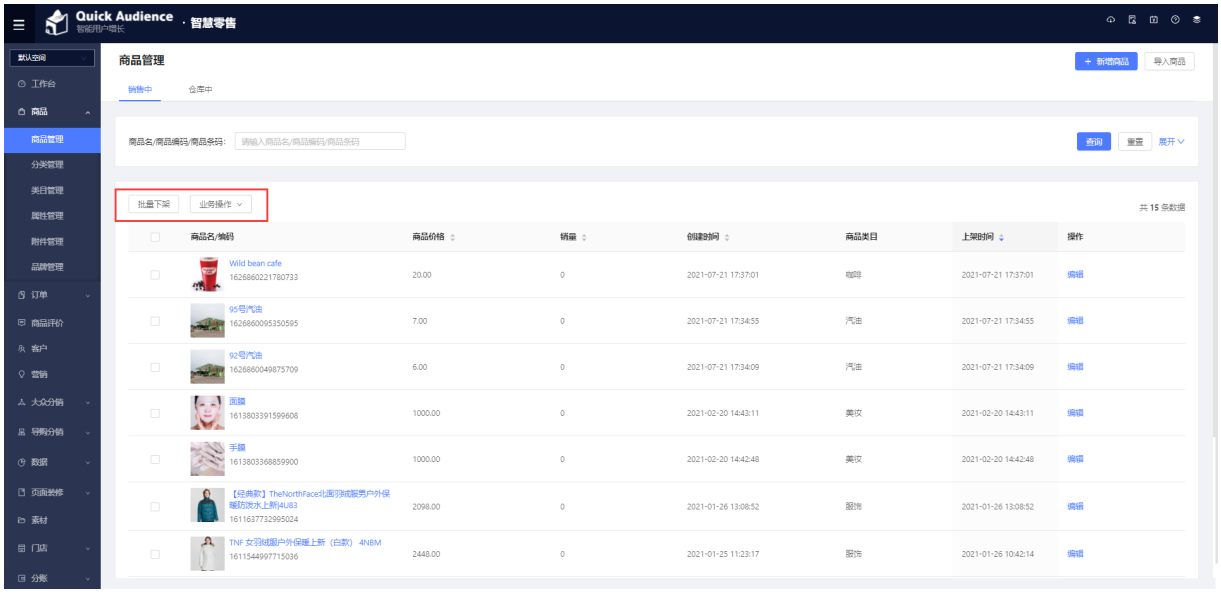

Quick Audience
智能用户增长
· 智慧零售
默认空间
工作台
商品
商品管理
分类管理
类目管理
属性管理
附件管理
品牌管理
订单
商品评价
客户
营销
大众分销
导购分销
数据
页面装修
素材
门店
分账
商品管理
新增商品
导入商品
销售中
仓库中
商品名/商品编码/商品条码:
查询
重置
展开
批量下架
业务操作
共 15 条数据
商品名/编码
商品价格
销量
创建时间
商品类目
上架时间
操作
Wild bean cafe
162686021780733
20.00
0
2021-07-21 17:37:01
咖啡
2021-07-21 17:37:01
编辑
95号汽油
162686009535059 5
7.00
0
2021-07-21 17:34:55
汽油
2021-07-21 17:34:55
编辑
92号汽油
162686004987570 9
6.00
0
2021-07-21 17:34:09
汽油
2021-07-21 17:34:09
编辑
面膜
161380339159960 8
1000.00
0
2021-02-20 14:43:11
美妆
2021-02-20 14:43:11
编辑
手膜
161380336885990 0
1000.00
0
2021-02-20 14:42:48
美妆
2021-02-20 14:42:48
编辑
【经典款】TheNorthFace北面羽绒服男户外保暖防泼水上新4U83
161163773299502 4
2098.00
0
2021-01-26 13:08:52
服饰
2021-01-26 13:08:52
编辑
TNF 女羽绒服户外保暖上新（白款）4NBM
161154499771503 6
2448.00
0
2021-01-25 11:23:17
服饰
2021-01-26 10:42:14
编辑

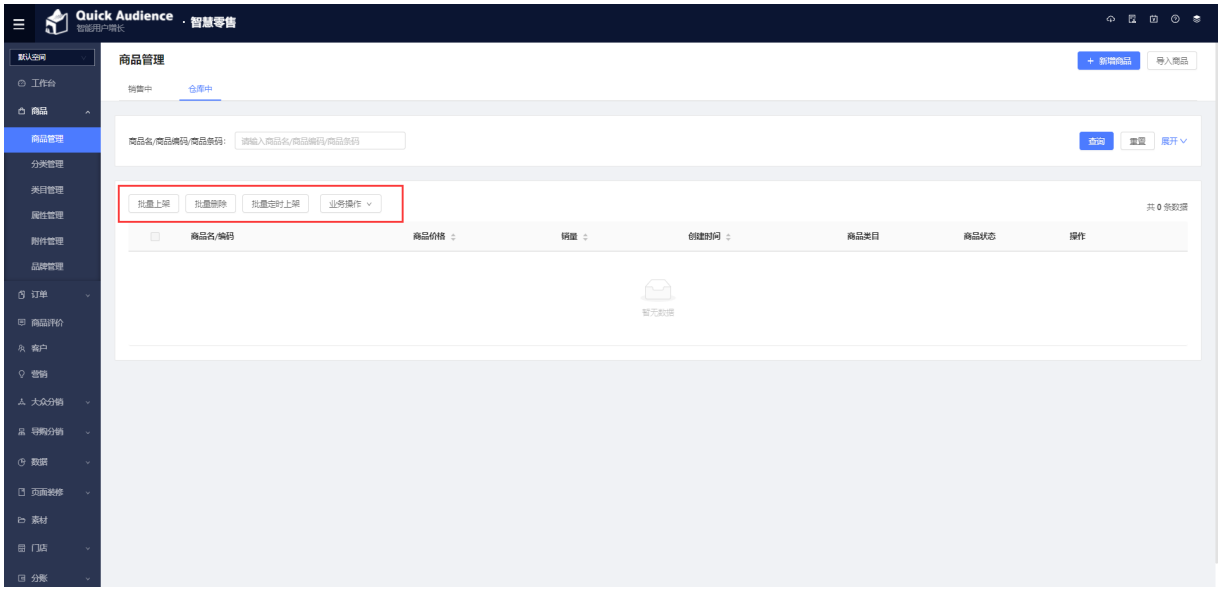

Quick Audience
智能用户增长
· 智慧零售
默认空间
新增商品
商品类目
* 请选择商品所属类目:
请选择
新增类目
此字段必填
下一步
取消

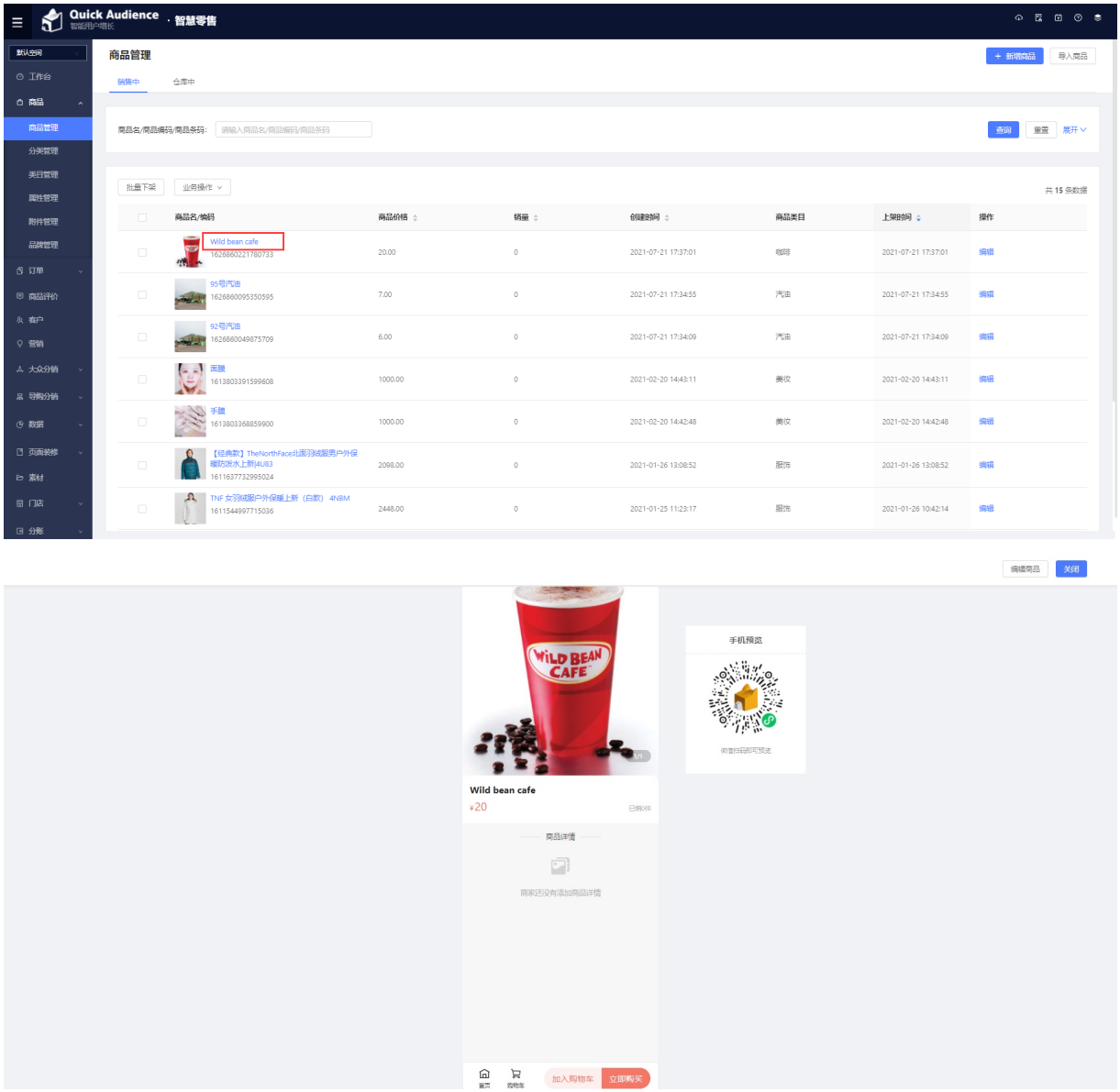

Quick Audience
智能用户增长
· 智慧零售
默认空间
新增商品
当前商品所属类目：纸尿裤/1-2岁纸尿裤
更换类目
基本信息
商品编码:
商品条码:
* 商品名称:
* 商品图片:
上传图片
商品品牌:
分享描述:
分享图片:
上传图片
确定
取消

商品创建完成后显示在商品列表，“销售中”商品列表显示所有已上架的商品，“仓库中”商品列表显示未上架、待上架（定时上架）和已下架的商品。

“销售中”商品列表中的商品支持批量下架，“仓库中”商品列表中的商品支持批量上架、批量定时上架和批量删除操作。单击商品名称支持预览商品详情。







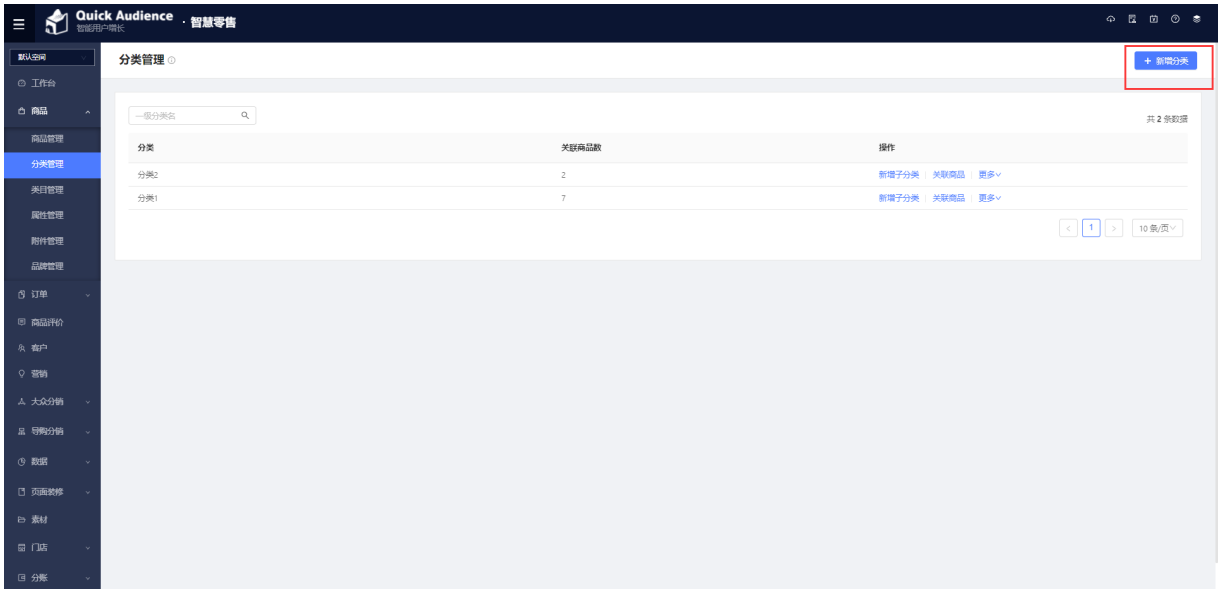
6.5 添加商品分类

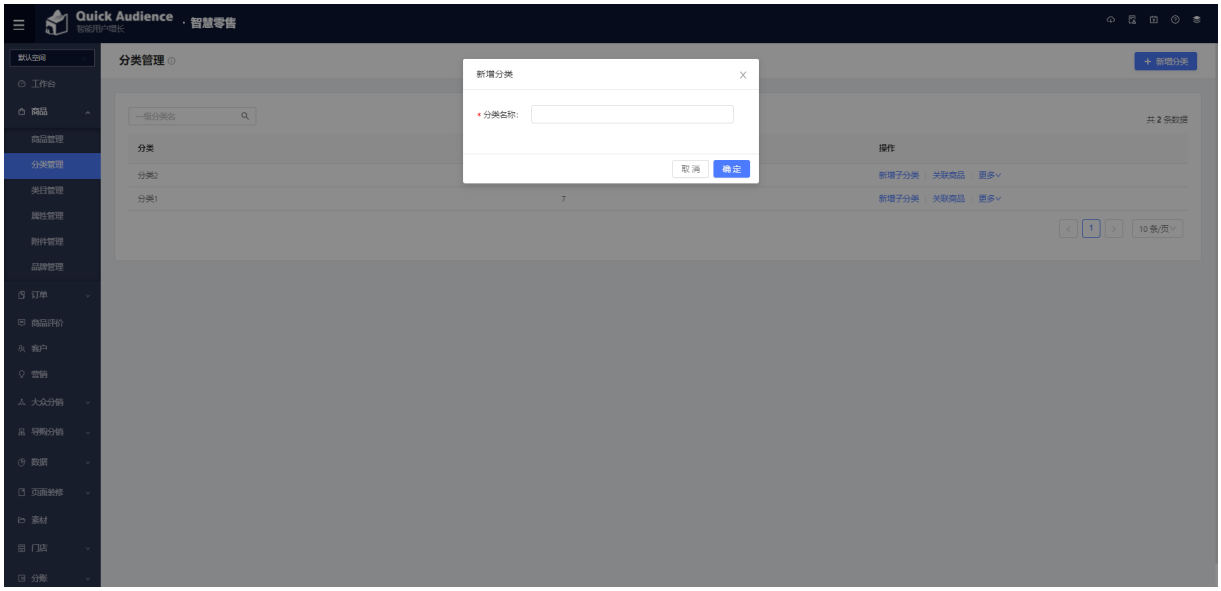
商品分类是基于客户的浏览需求将商品进行分类，用于电商小程序前端展示。

流程：创建商品分类，添加分类中关联的商品。

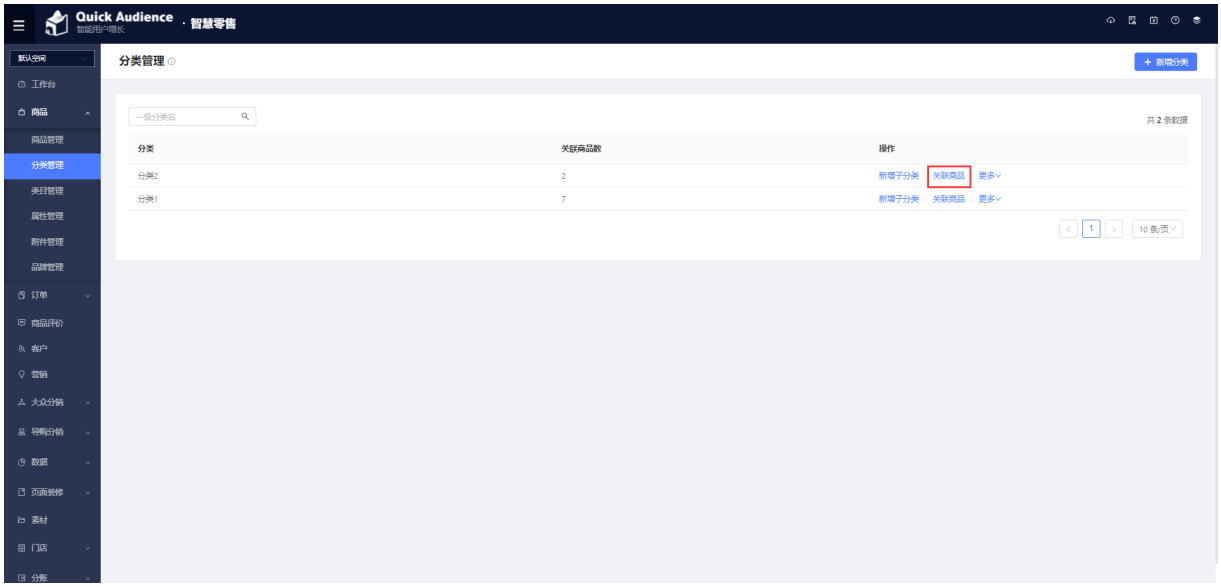
商品分类最多添加两级。

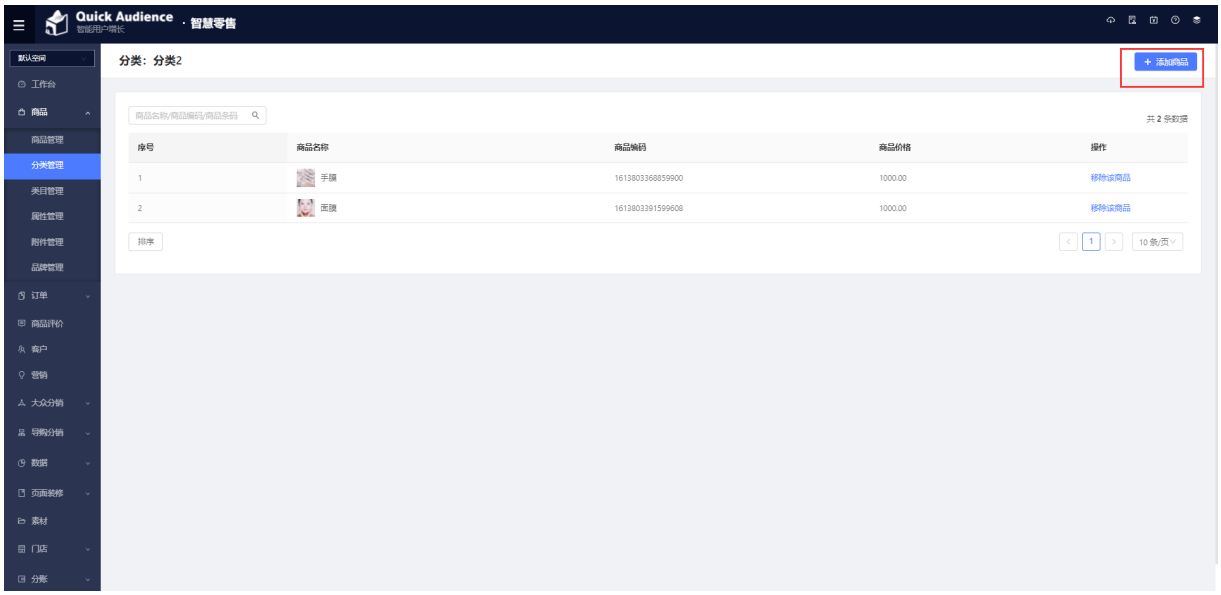
新增分类操作路径：智慧零售>商品>商品管理>分类管理>新增分类





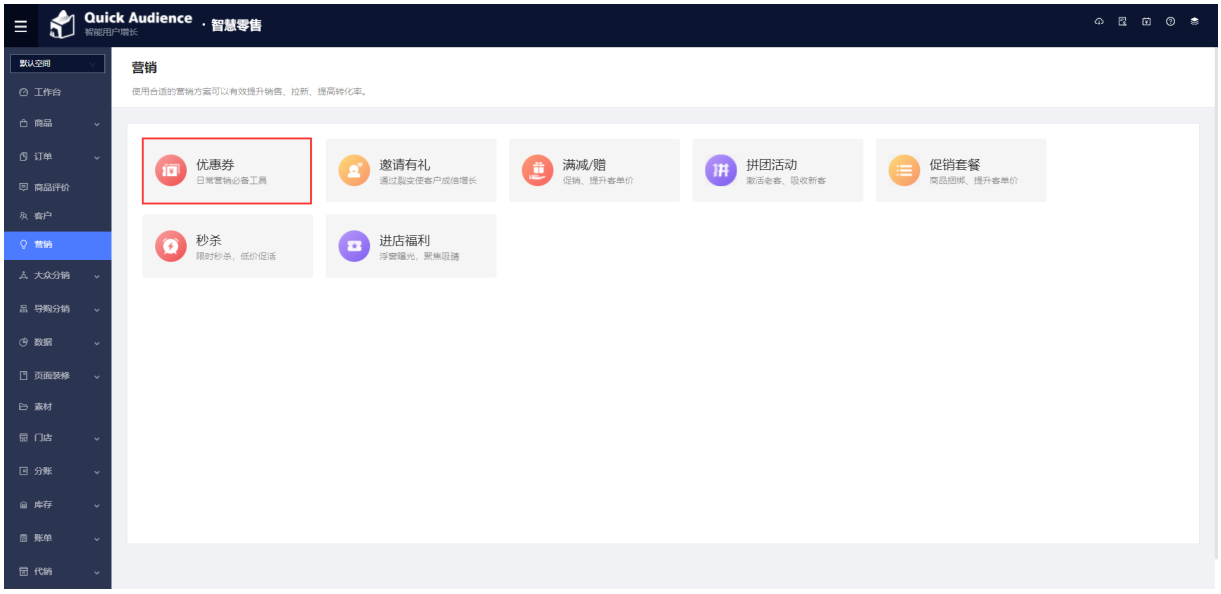
分类关联商品操作路径：智慧零售>商品>商品管理>分类管理>关联商品

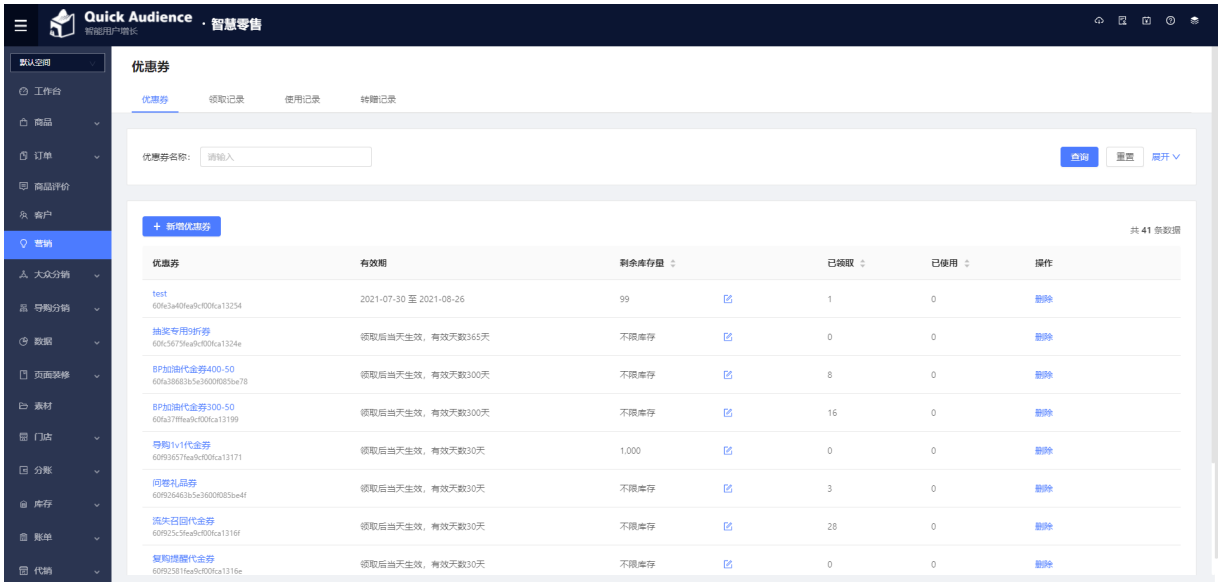




7. 优惠券

优惠券列表。单击**营销>优惠券**，进入优惠券列表。优惠券列表显示优惠券的主要信息（默认显示10条优惠券的信息），页面包括新增优惠券、查看优惠券详情、编辑优惠券库存、删除优惠券和搜索优惠券的功能。

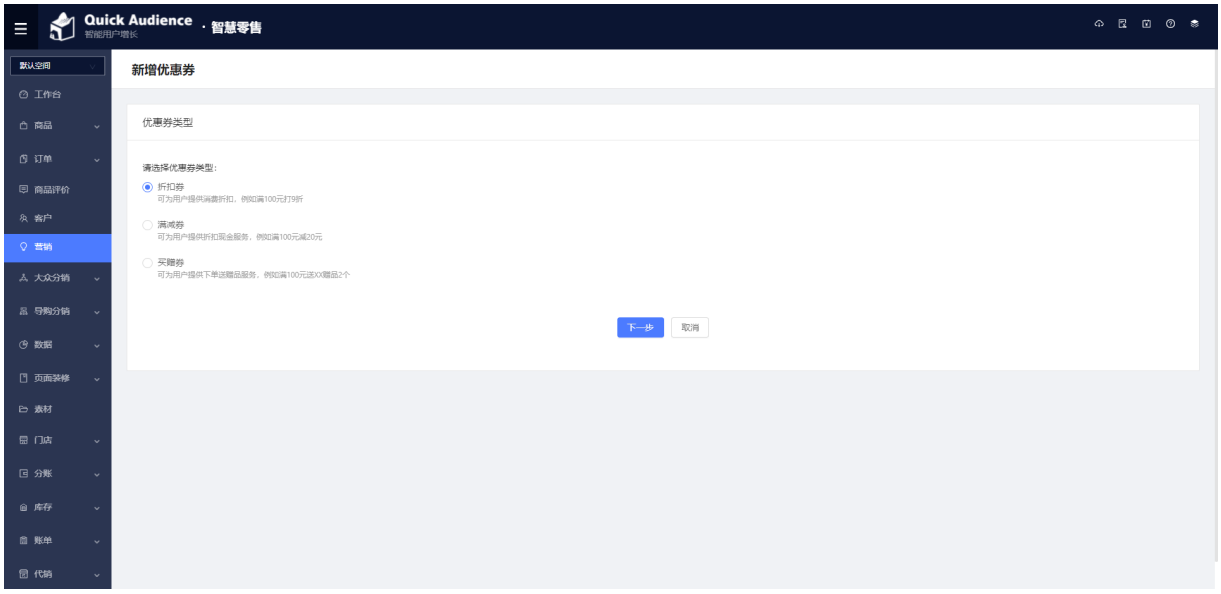




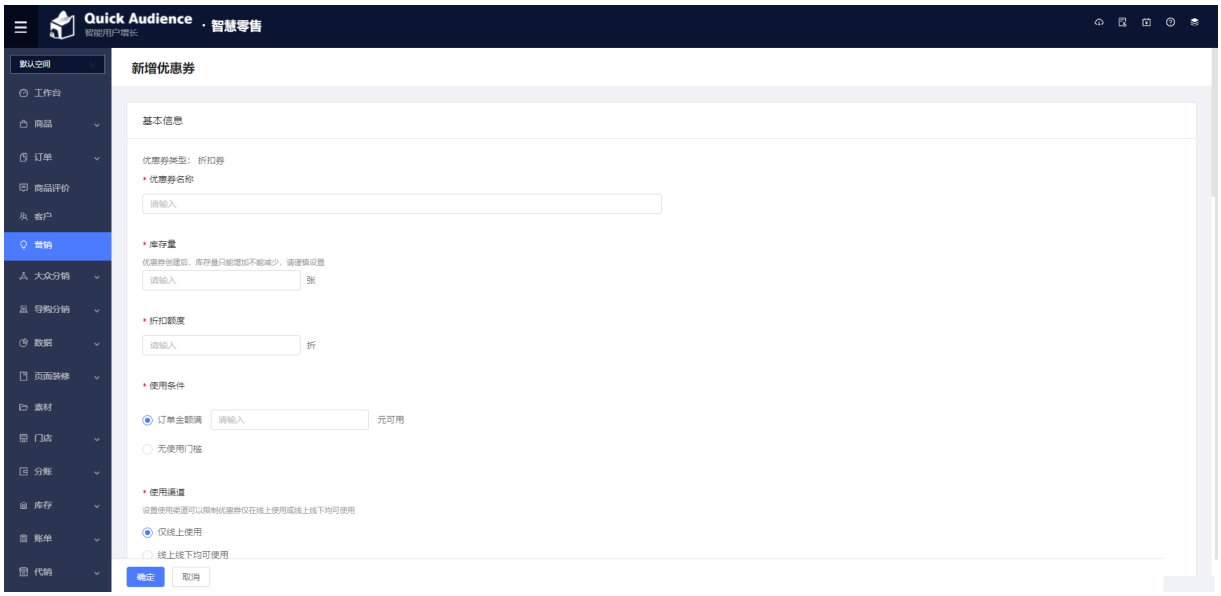
7.1 新增优惠券

新增优惠券步骤：

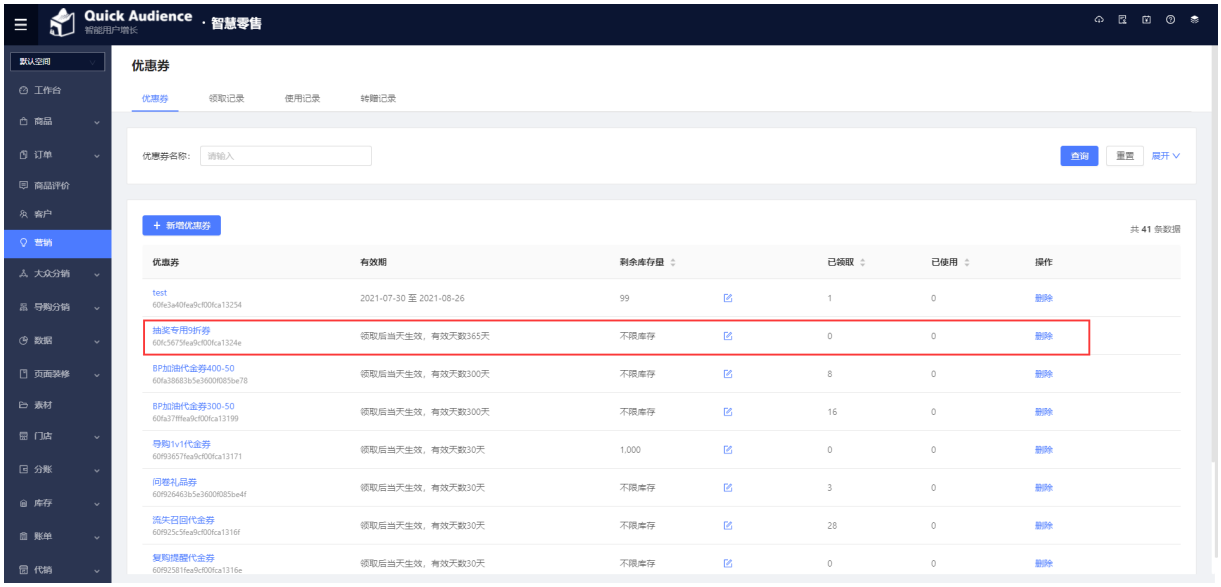
- 进入优惠券列表页面，单击左侧的**新增优惠券**按钮，进入**营销>优惠券>新增优惠券**界面（支持创建折扣券、满减券和买赠券三种类型的优惠券）



- 选择任意一种优惠券后，单击**下一步**按钮，进入填写优惠券信息页面。
- 设置优惠券基本信息：优惠券名称、库存量、优惠力度、使用条件、使用门店、使用范围、有效期以及备注，设置领取和使用说明。（带“*”的是必填项）



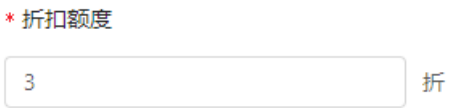
- 优惠券的信息填写完成后，单击页面下方的**确定**按钮，优惠券新增成功，该优惠券显示在页面列表中。优惠券默认按创建时间倒序排列。



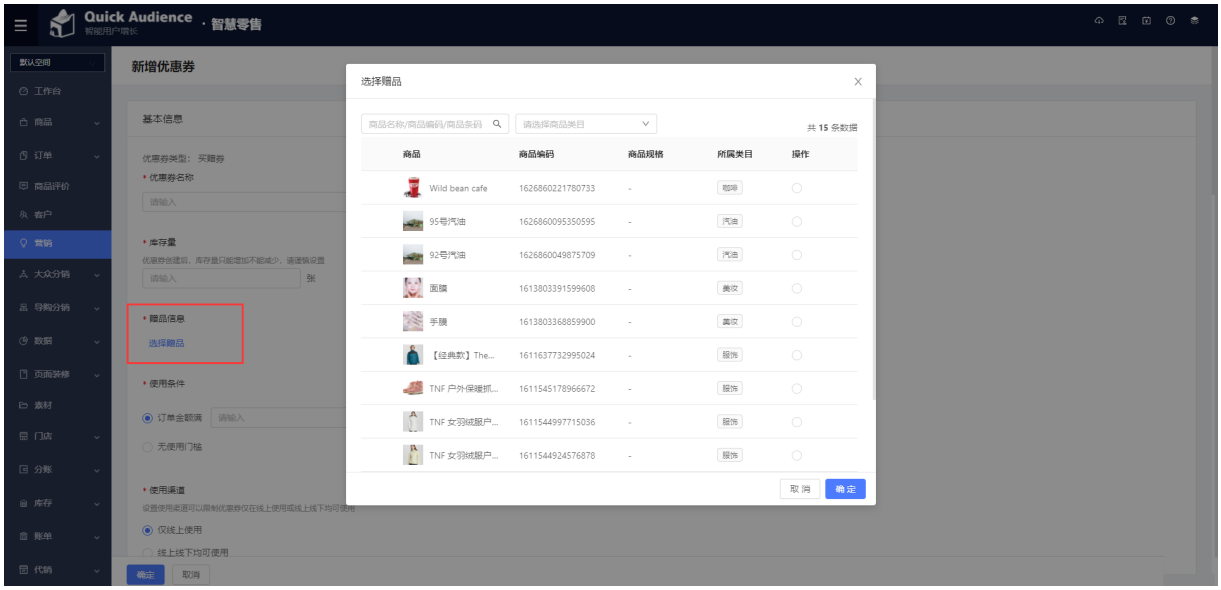
基本信息填写注意事项：

- **库存量**设置优惠券库存量

- **优惠力度**填写项中填写该优惠券的优惠力度，不同的优惠券优惠类型不同。折扣最多支持1位小数，且最大不能超过9.9



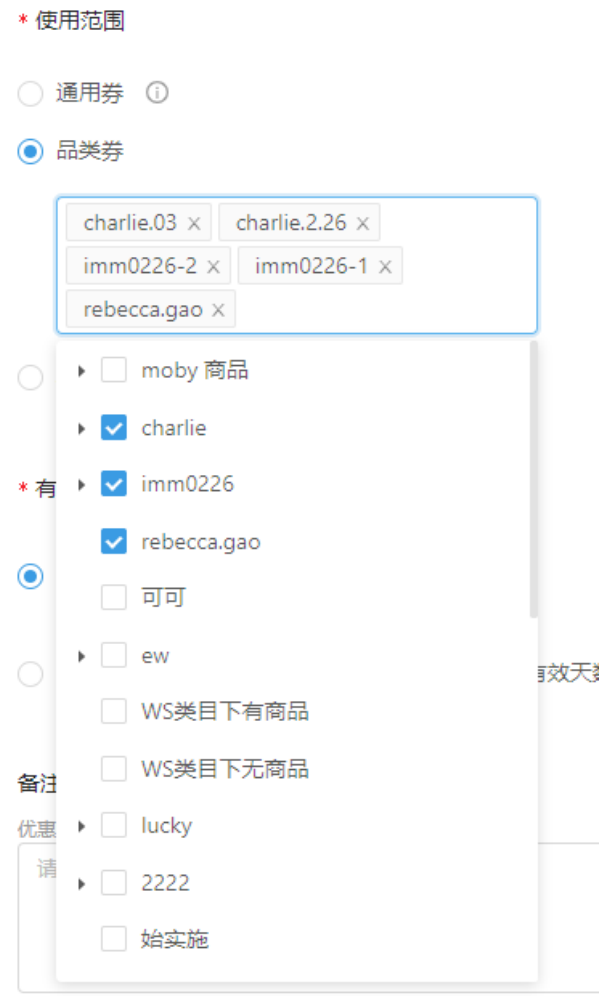
- **买赠券**赠品信息支持选择赠品，单击**选择赠品**按钮，弹出**选择赠品**弹窗：选择赠品弹窗中支持按照商品名称/商品编码/商品条码进行搜索商品。选择赠品弹窗中支持根据商品类目进行商品筛选。



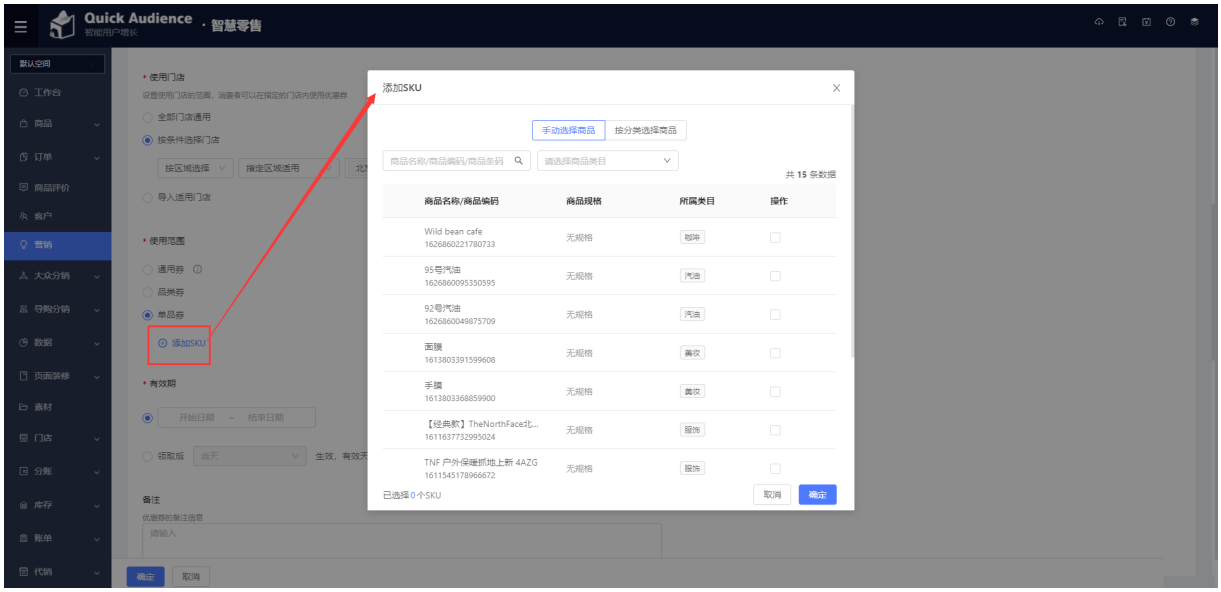
- 优惠券的**使用条件**选项：优惠券可以设置使用消费门槛或无门槛使用优惠券。

- **使用门店**设置：设置适用的门店范围，消费者仅可在指定的门店使用优惠券：选择“按条件选择适用门店” 支持“按区域选择”和“按门店选择”。按区域选择支持直接选择省、市或区。按门店选择包含“指定门店适用”和“指定门店不适用”。支持选择歇业中的门店。

- **使用范围**设置，选择优惠券的使用范围：默认选择**通用券**，全平台所有商品均可使用此优惠券。选择**品类券**，勾选商品类型后，仅所选类型下的商品可使用此优惠券，商品类型支持多选。选择**单品券**，显示“添加SKU”按钮，仅购买所选择的SKU商品可使用此优惠券。

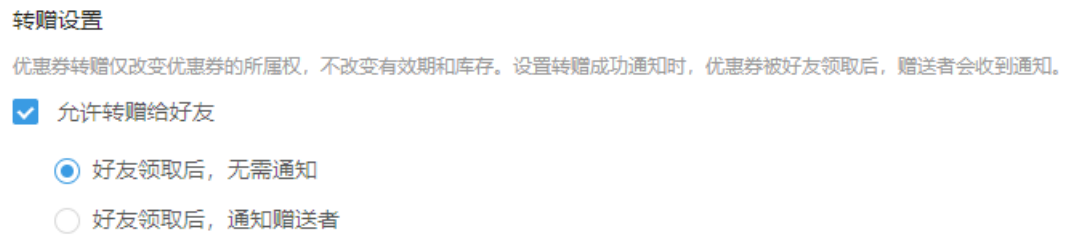

* 使用范围
通用券
品类券
charlie.03
charlie.2.26
imm0226-2
imm0226-1
rebecca.gao
moby 商品
charlie
imm0226
rebecca.gao
可可
ew
WS类目下有商品
WS类目下无商品
lucky
2222
始实施

* 使用范围
通用券
品类券
单品券
添加SKU



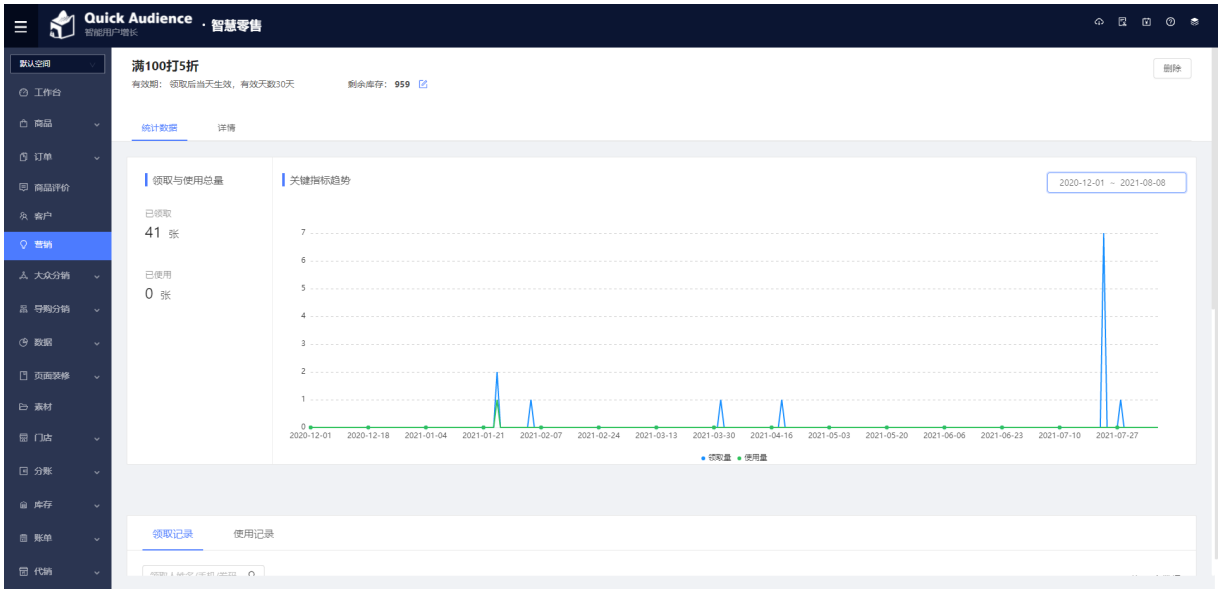
- 有效期设置有两种，分别是设定日期内有效、固定天数内有效，默认选择设定日期内有效。

- 领取和使用说明：**总领取限制**支持两种方式，不限领取数量和限制每人领取数量。支持选择是否设置**每人单日领取限制**。支持勾选**转赠设置**，设置“允许转赠给好友”后，用户领取的优惠券支持转赠。勾选**公开设置**后，符合条件的优惠券将展示在商品详情和购物车页面，用户可根据需要主动领取该优惠券。勾选**过期提醒**，支持开启过期提醒通知功能，功能开启后会在优惠券过期前为用户发送消息提醒。支持添加微信模板消息提醒和短信消息提醒，支持设置提前发送过期提醒消息提示的天数。



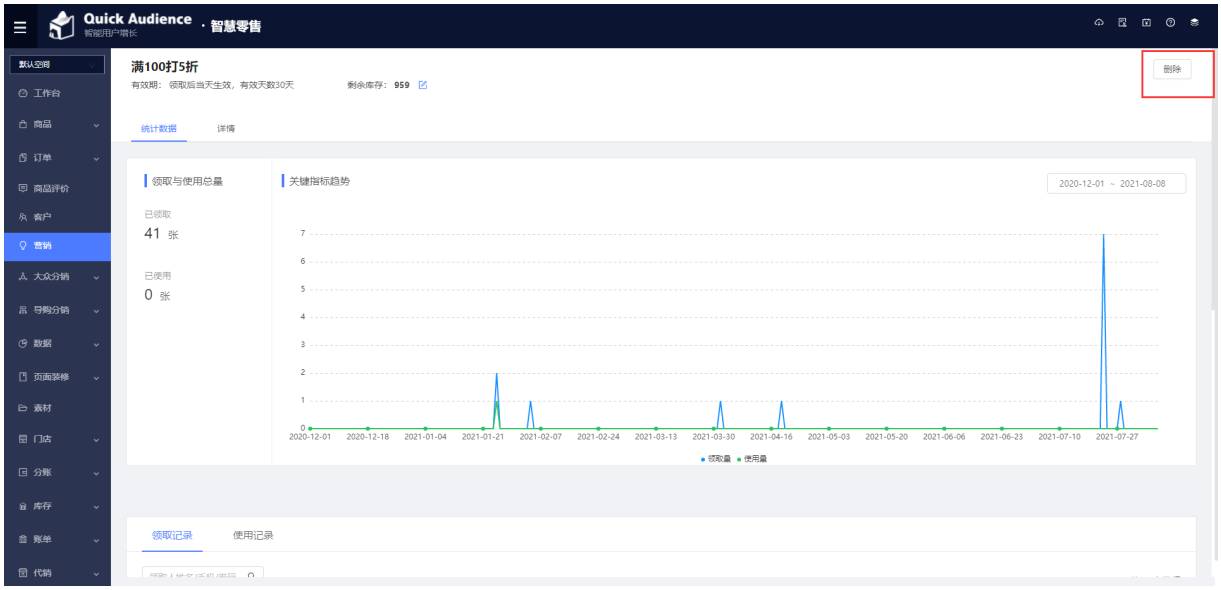
7.2 查看优惠券详情

在优惠券列表页中，单击任一优惠券名称，进入**优惠券详情**页。

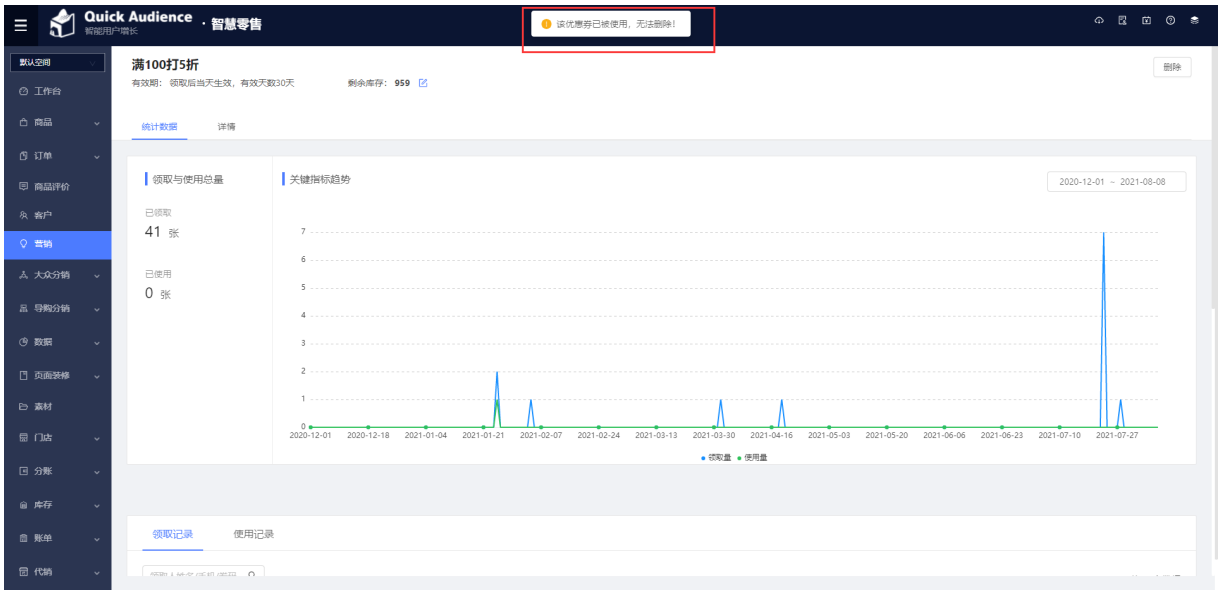


支持在详情页面修改库存，单击库存后的**增加库存**图标，即可增加库存数量。

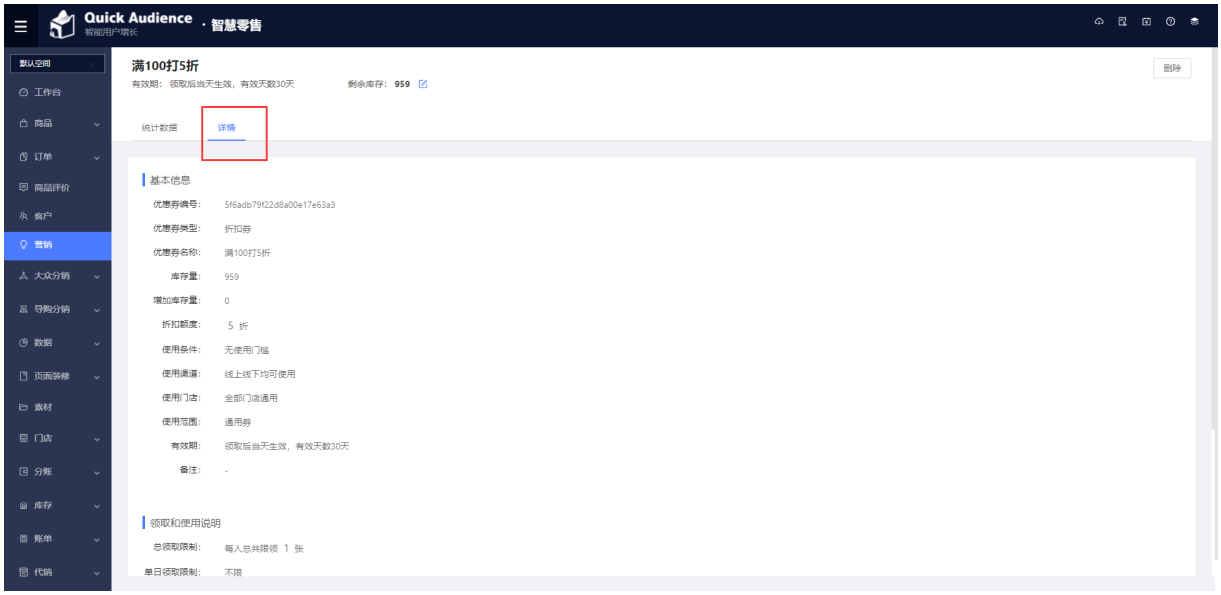
支持单击右侧**删除**按钮，弹出二次确认删除弹窗。单击**确定**按钮，该优惠券被删除，删除的优惠券不再页面列表中显示。注意：在活动中使用的优惠券不可删除，对使用中的优惠券进行删除操作，上方会弹出提示信息“无法删除，优惠券正在被使用”。



查看**统计数据**标签页。

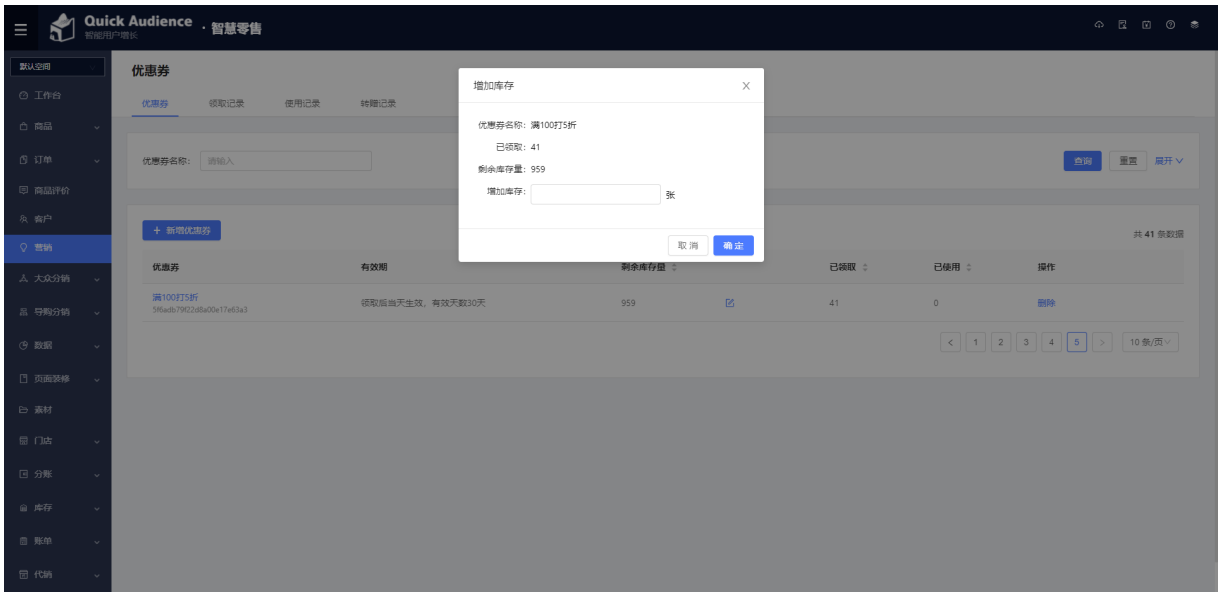


单击**详情**标签页，查看优惠券基本信息、领取和使用说明。



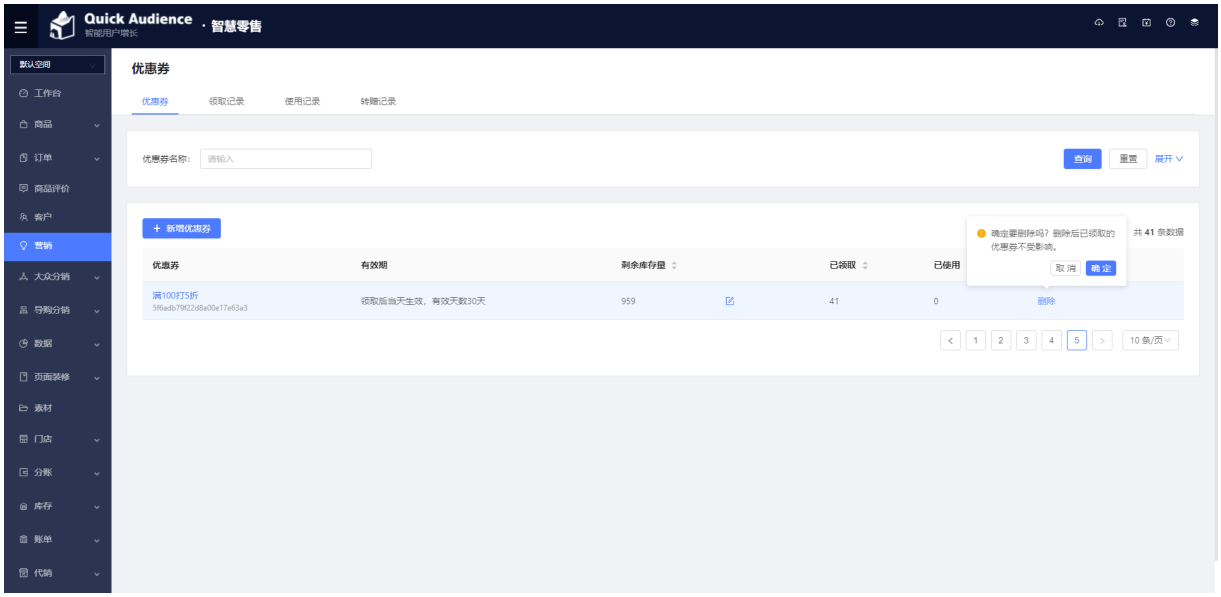
7.3 编辑优惠券库存

支持在列表页面修改库存，单击剩余库存量后的**增加库存**图标，即可增加库存数量。



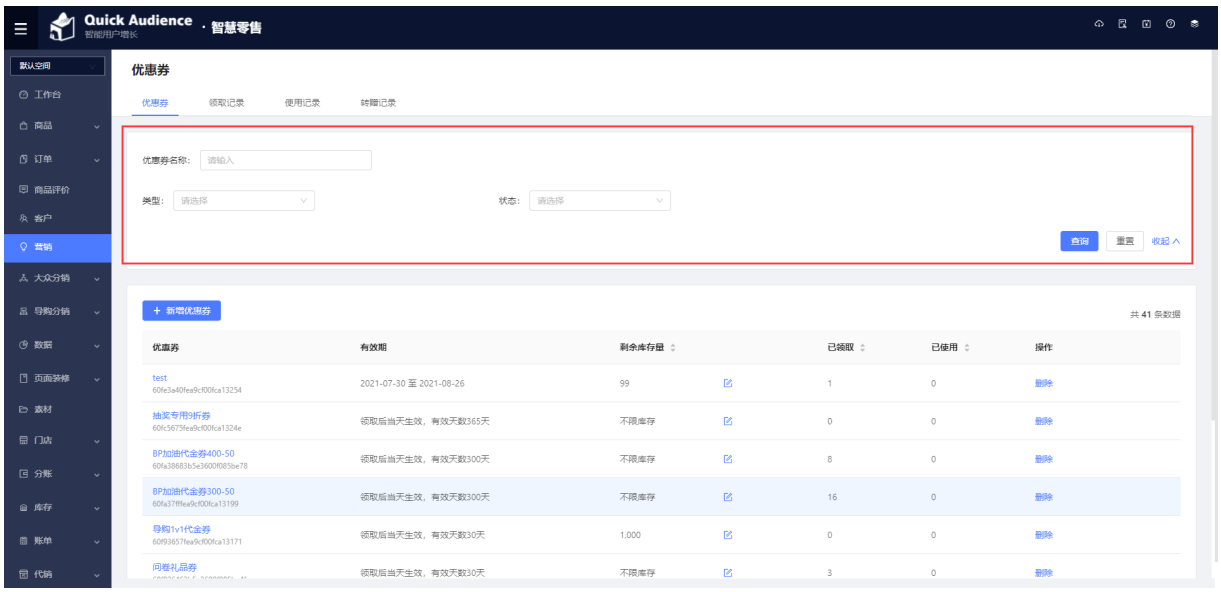
7.4 删除优惠券

支持在列表页面单击右侧**删除**按钮，弹出二次确认删除弹窗。



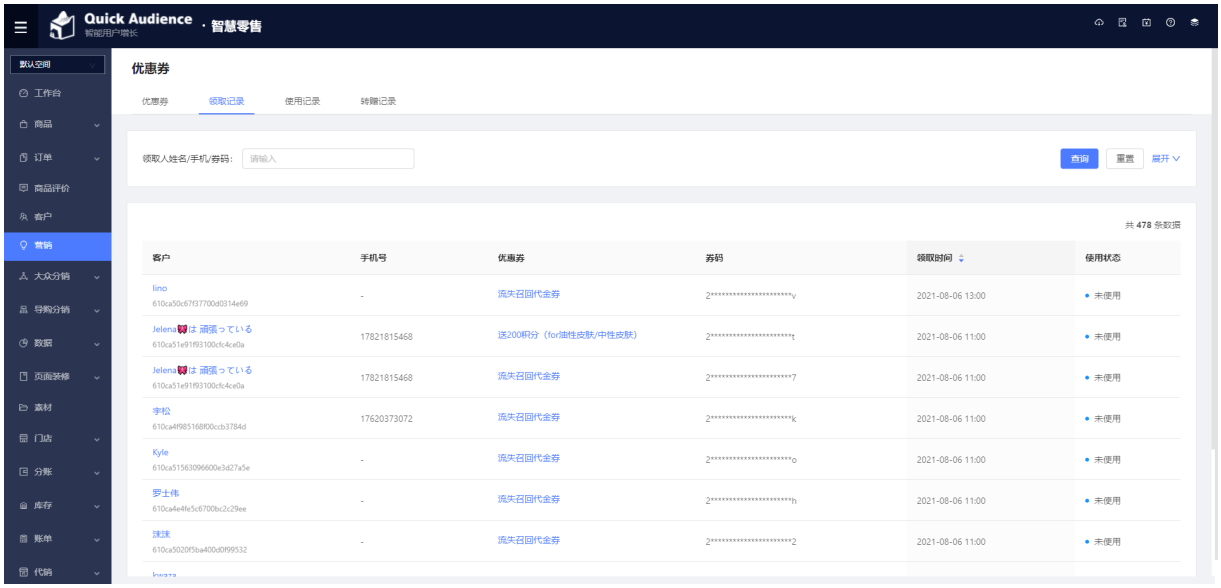
7.5 搜索优惠券

支持在优惠券列表页面搜索优惠券，单击列表右侧展开筛选项：支持在优惠券名称搜索框中输入优惠券的名称或部分关键词，单击查询按钮，符合条件的优惠券显示在列表中。支持按照类型和状态进行选择，单击**查询**按钮，筛选出符合筛选条件的优惠券。



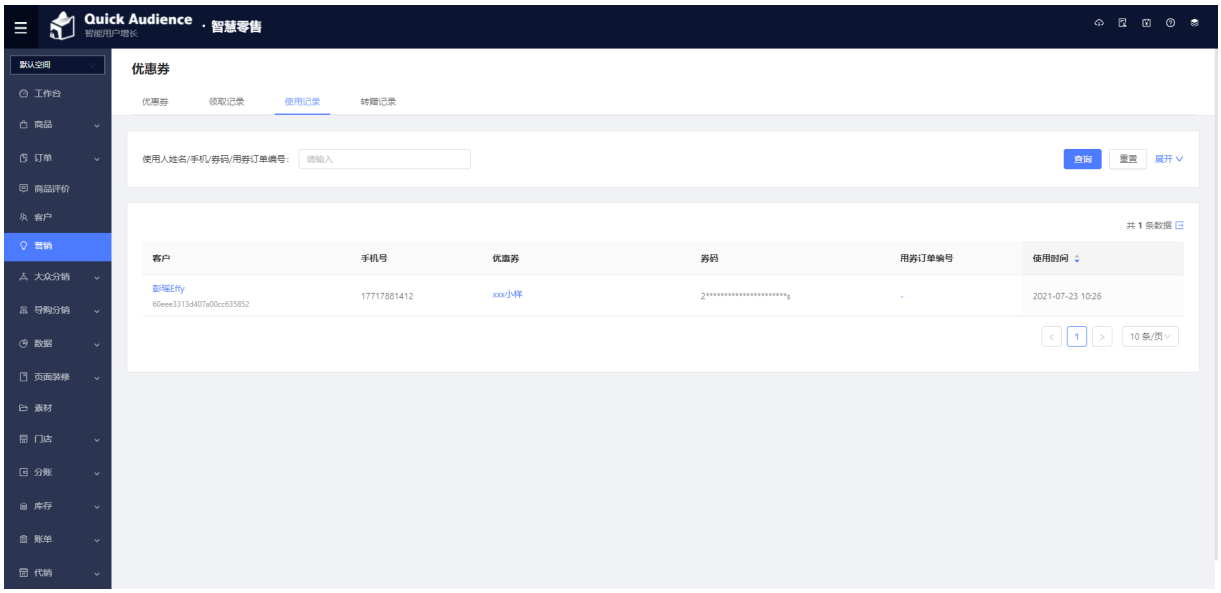
7.6 领取记录

用户成功领取优惠券后，便生成一条领取记录。营销>优惠券界面中选择**领取记录**，展现所有用户领取优惠券的记录：支持按领取人姓名/手机/券码进行优惠券领取记录查询。单击查询模块中展开按钮，展开检索菜单，支持根据使用状态和领取时间进行优惠券领取记录的筛选，单击查询按钮，符合条件的记录显示在列表中。支持单击客户昵称跳转至客户详情界面，查看客户详细信息。支持单击优惠券名称进入优惠券详情界面，查看优惠券详细信息。列表支持按照领取时间进行排序。



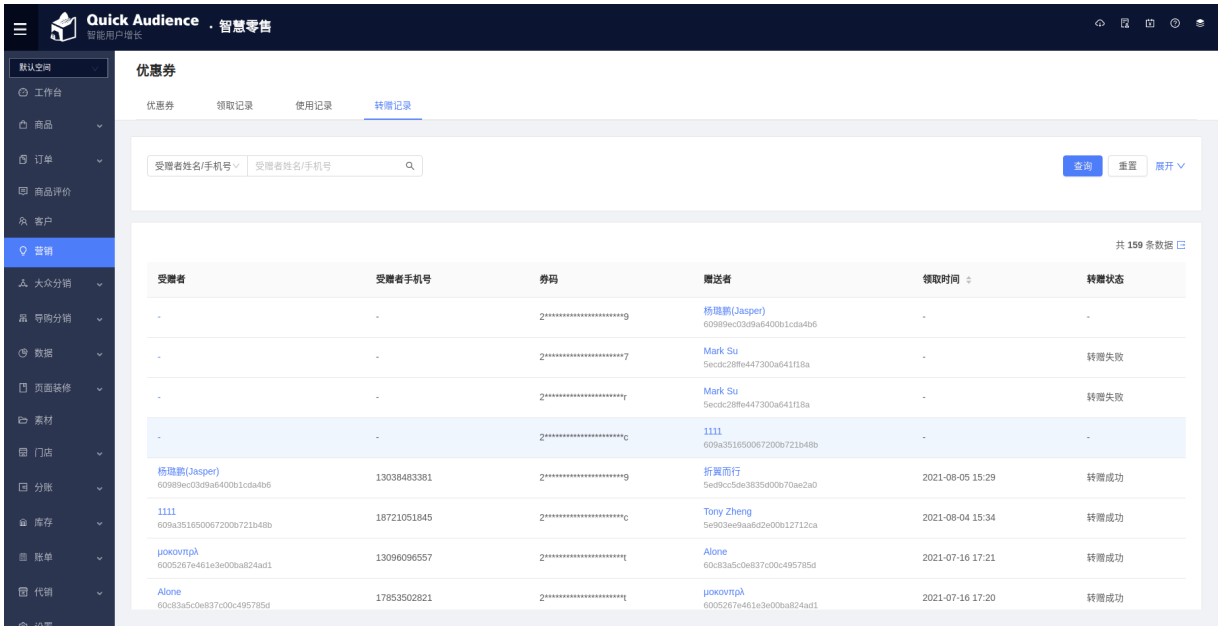
7.7 使用记录

用户成功使用优惠券后，便生成一条使用记录。在优惠券界面中选择**使用记录**，展现所有用户使用优惠券的记录。支持搜索、筛选与数据导出。



7.8 转赠记录

优惠券赠送后无论受赠者是否领取，立即生成一条转赠记录。在优惠券界面中选择**转赠记录**，展现所有用户赠送优惠券的记录。支持搜索、筛选与数据导出。



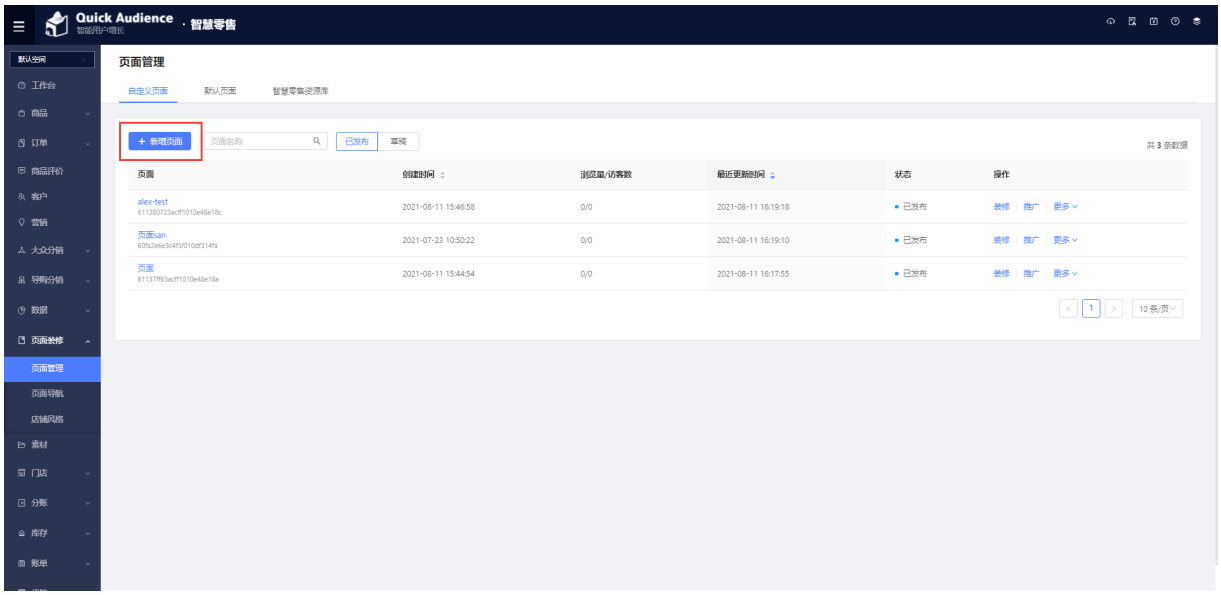
8. 店铺装修

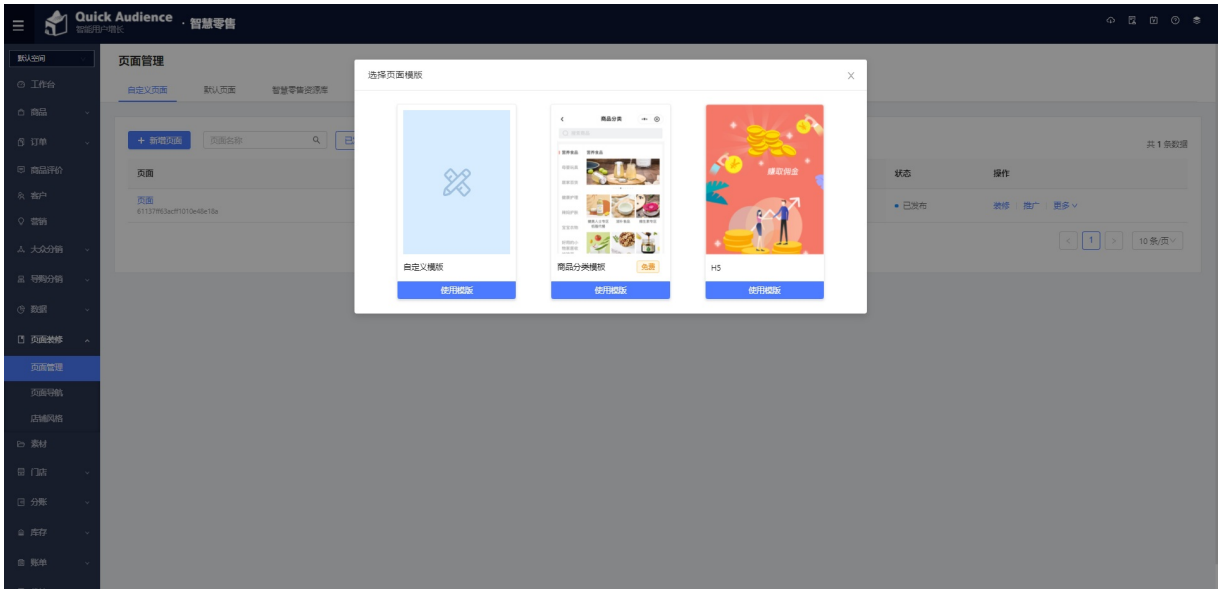
8.1 页面装修

8.1.1 自定义页面

为了便于商家有效快捷搭建店铺，降低维护成本，系统支持创建自定义页面。

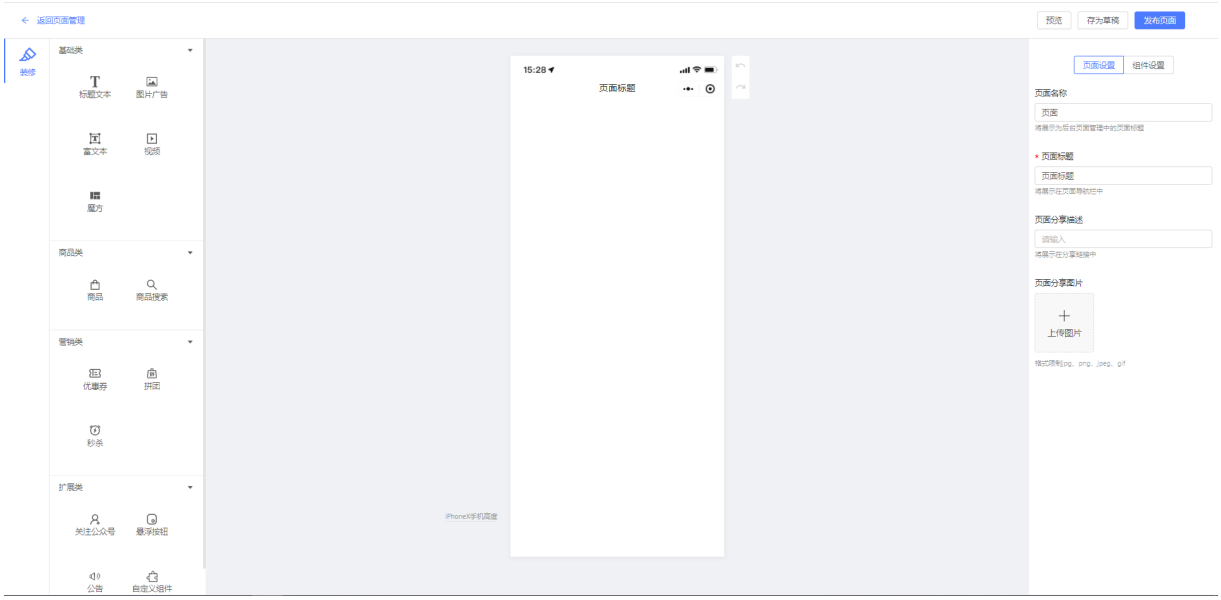
操作路径：智慧零售>页面装修>页面管理>新增页面



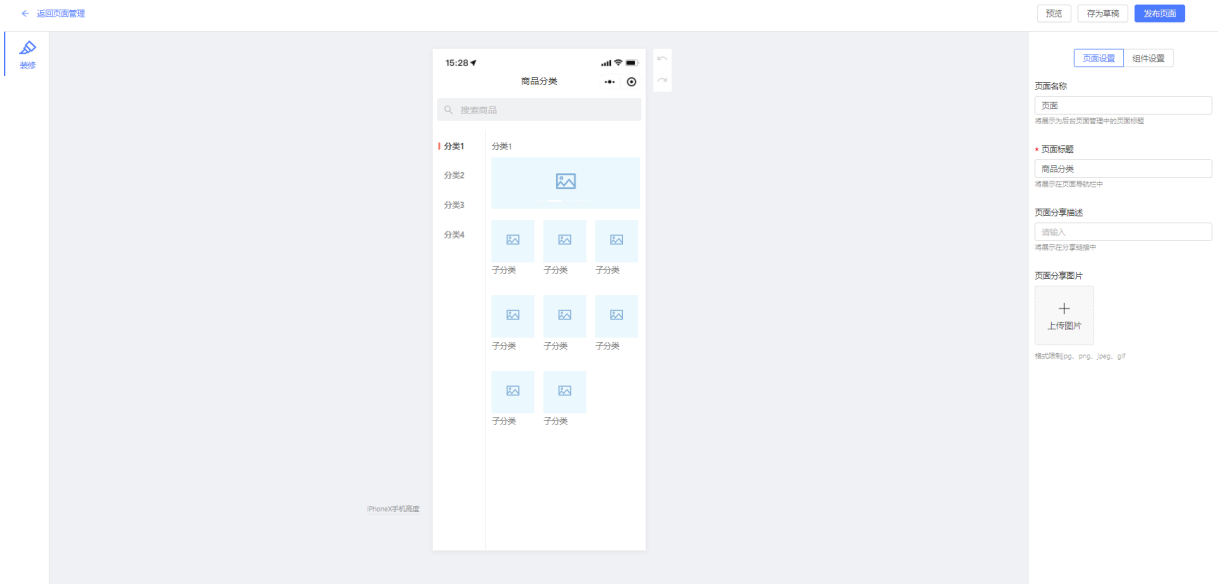


（1）系统提供三种页面模板：自定义模板、商品分类模板和H5页面模板。

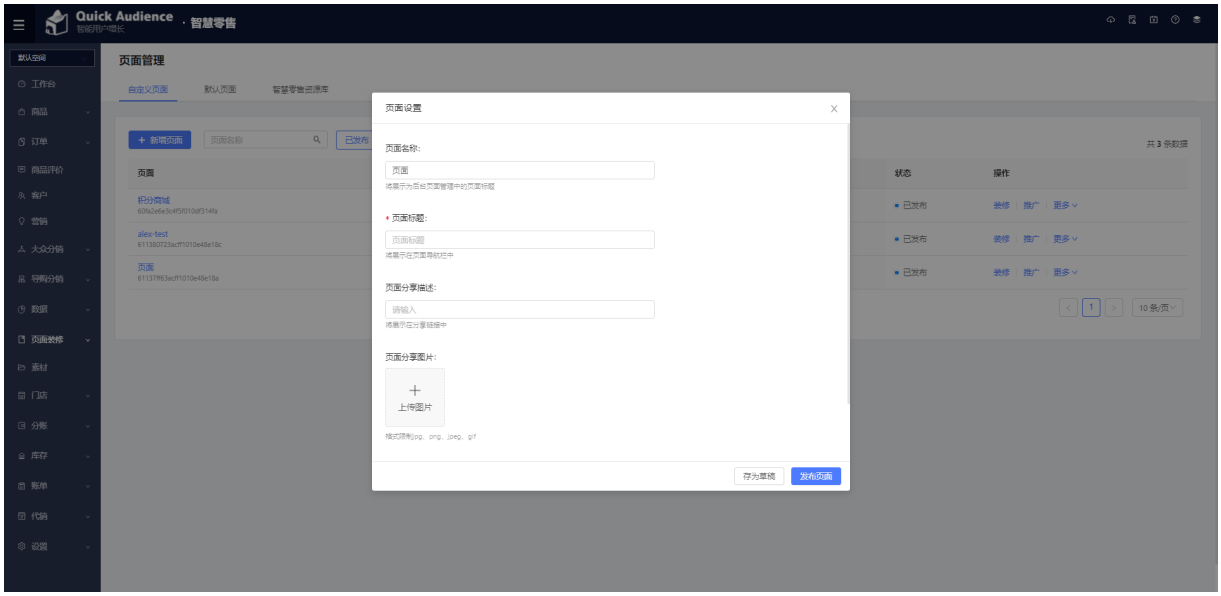
自定义模板：支持添加图文类组件（标题文本、图片广告、富文本、视频、魔方）、商品类组件（商品、商品搜索）和营销类组件（优惠券、拼团）扩展类（关注公众号、悬浮按钮、公告、自定义组件），通过系统提供的组件配置页面。



商品分类模板：直接使用“商品”>“分类管理”中已创建的分类进行配置页面。



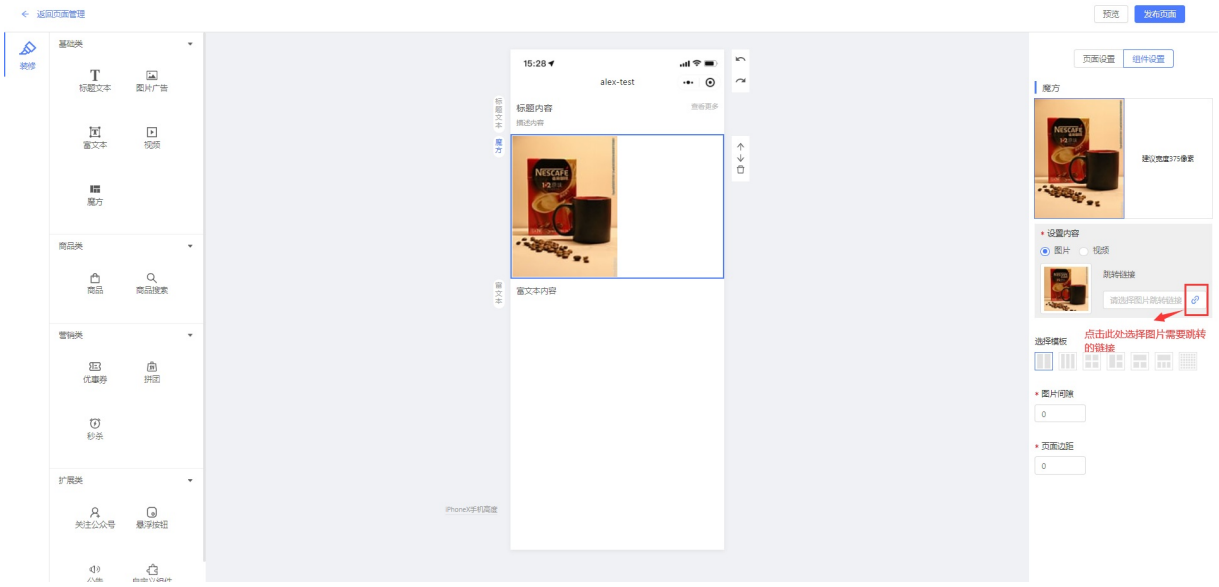
H5页面模板：支持添加页面链接，将H5页面添加至自定义页面或默认页面中，支持在小程序中直接查看网页（注：由于微信限制，页面链接仅可跳转至小程序关联公众号的文章链接或已配置域名的链接）。

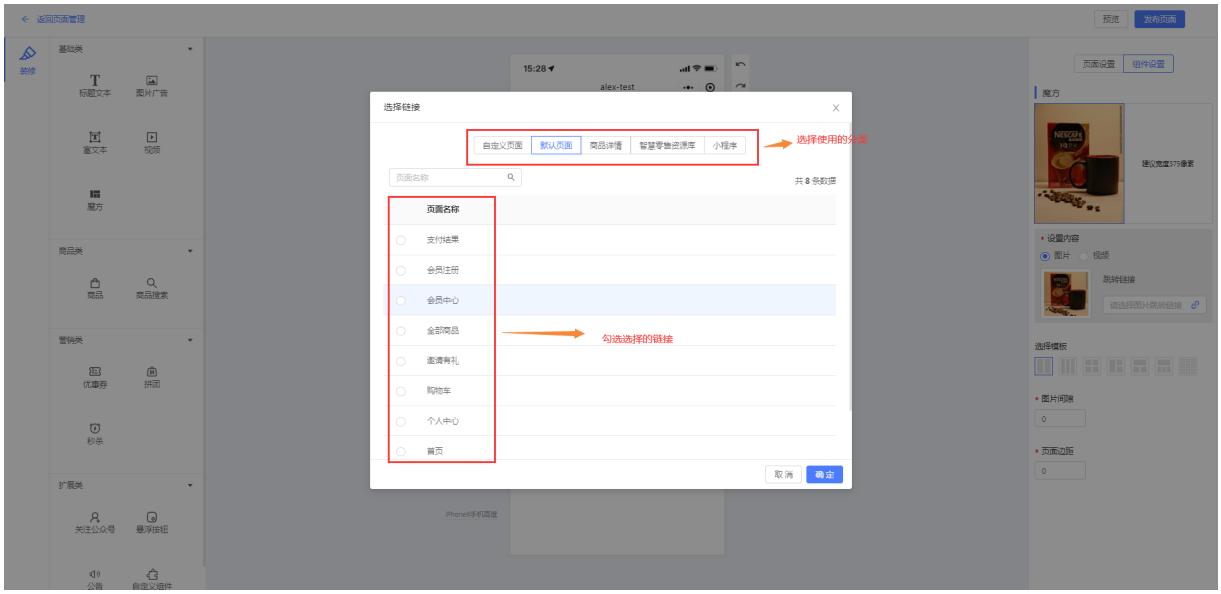


（2）标题文本、图片广告、魔方中的图片均支持添加跳转链接，支持跳转至自定义页面、默认页面、商品详情、智慧零售资源库和其他小程序。

（3）任何一个自定义页面、商品分类页面、H5页面都可嵌入其他自定义页面，自定义页面只有配置至导航或嵌入导航链接的页面才能发挥作用。

流程：选择模板类型，添加组件，配置组件内容，完成页面创建。

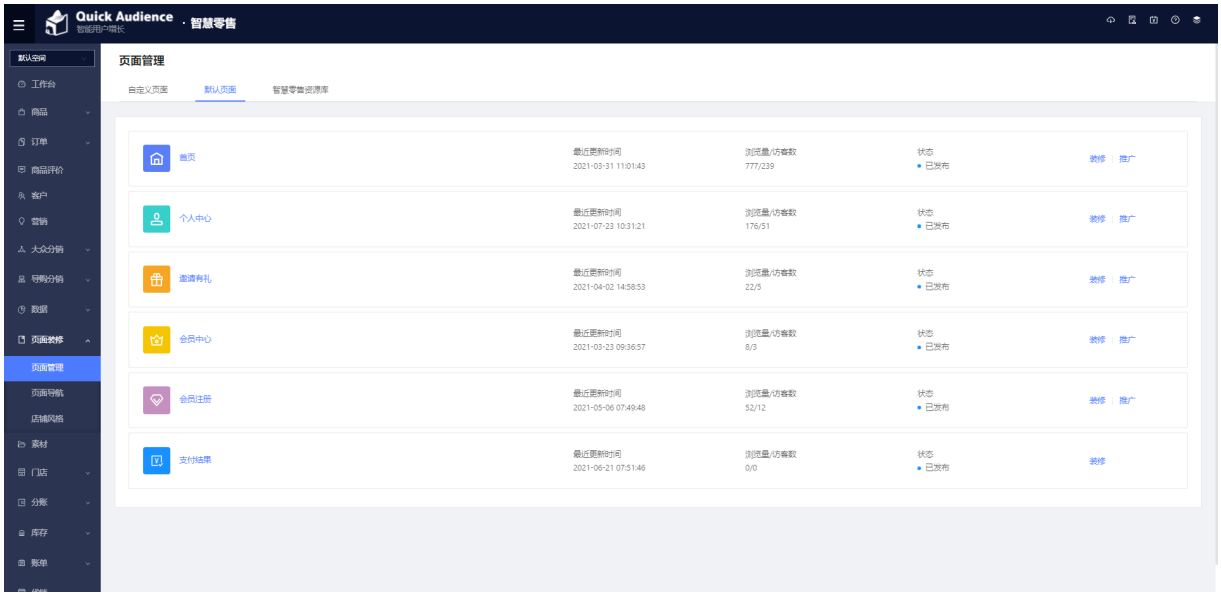


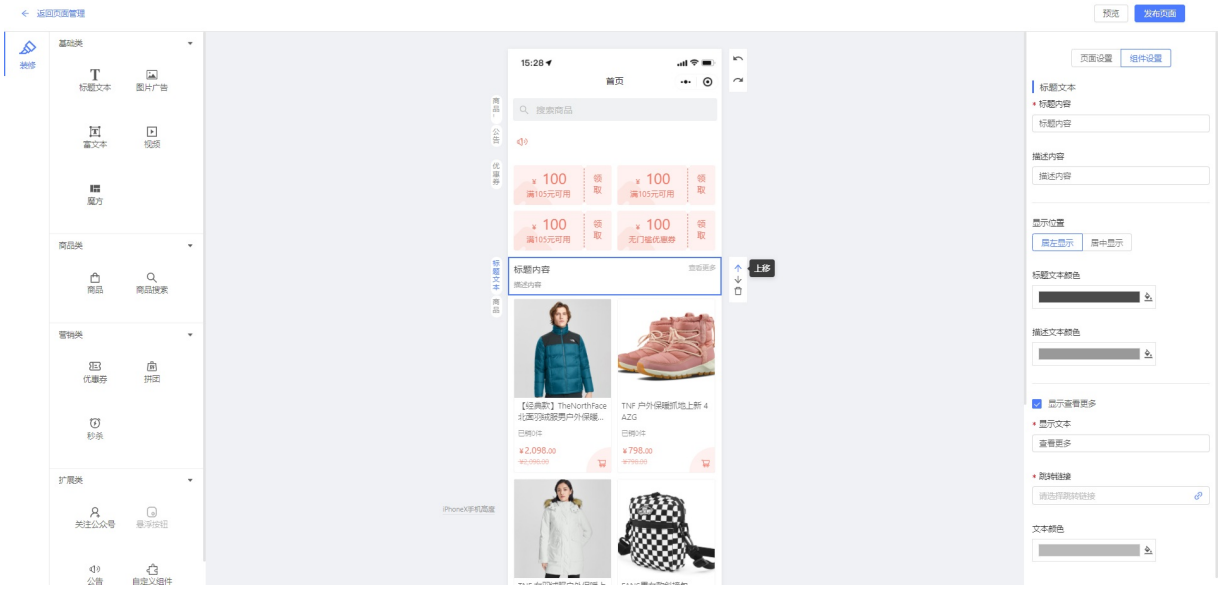


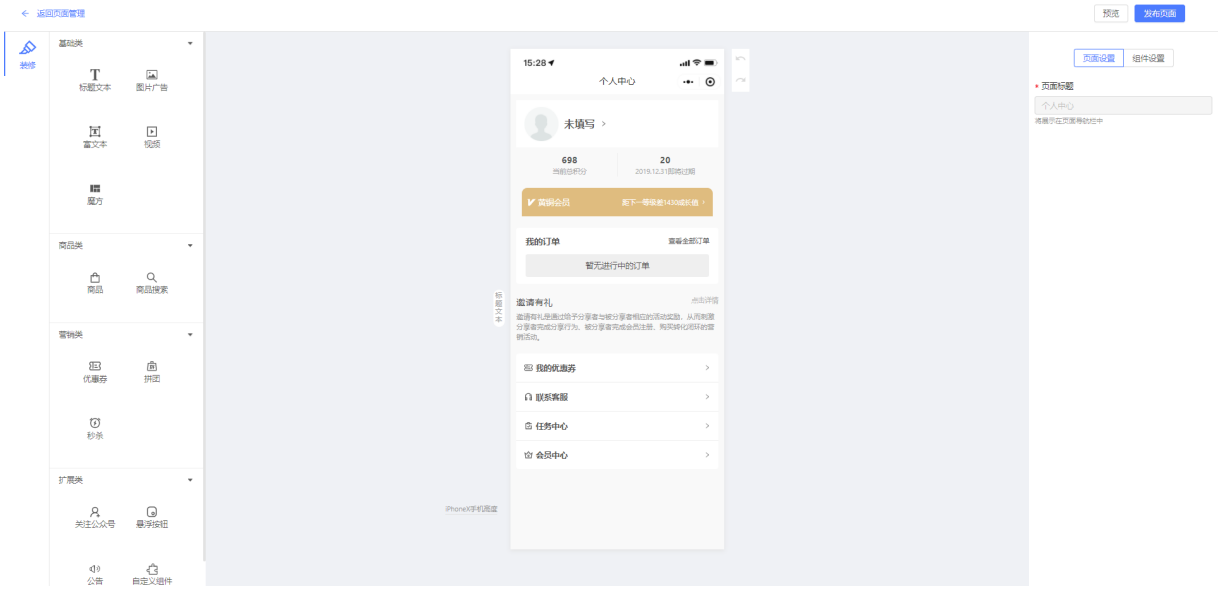
8.1.2 默认页面

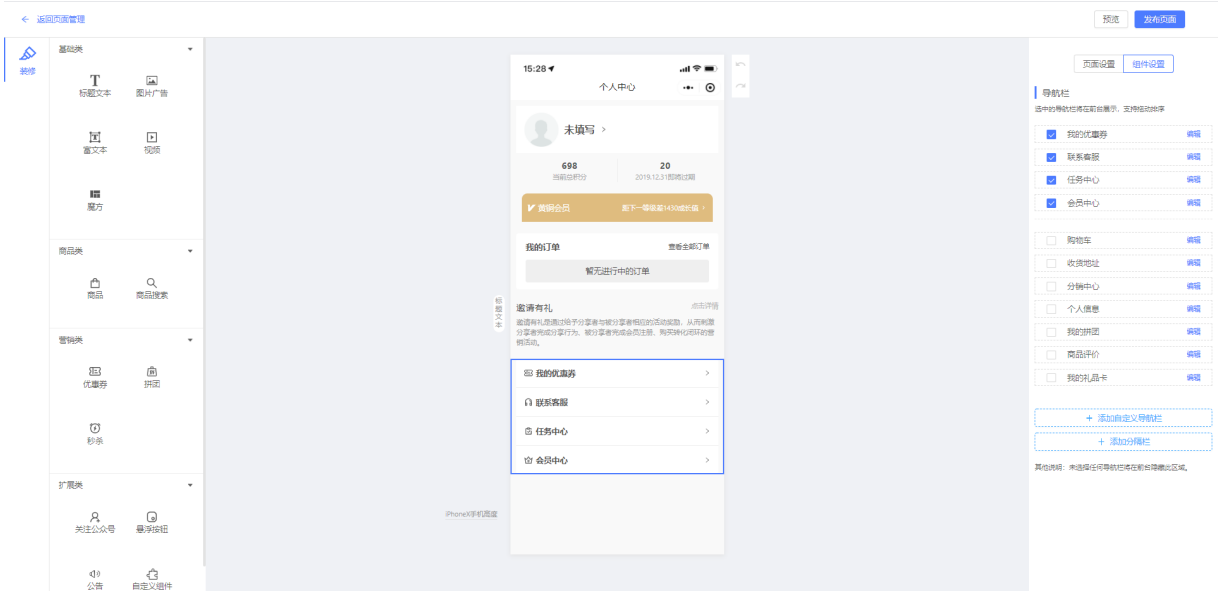
系统支持配置商城首页和个人中心等默认页面，默认页面支持添加系统中提供的各类组件，个人中心页面支持自定义导航栏。

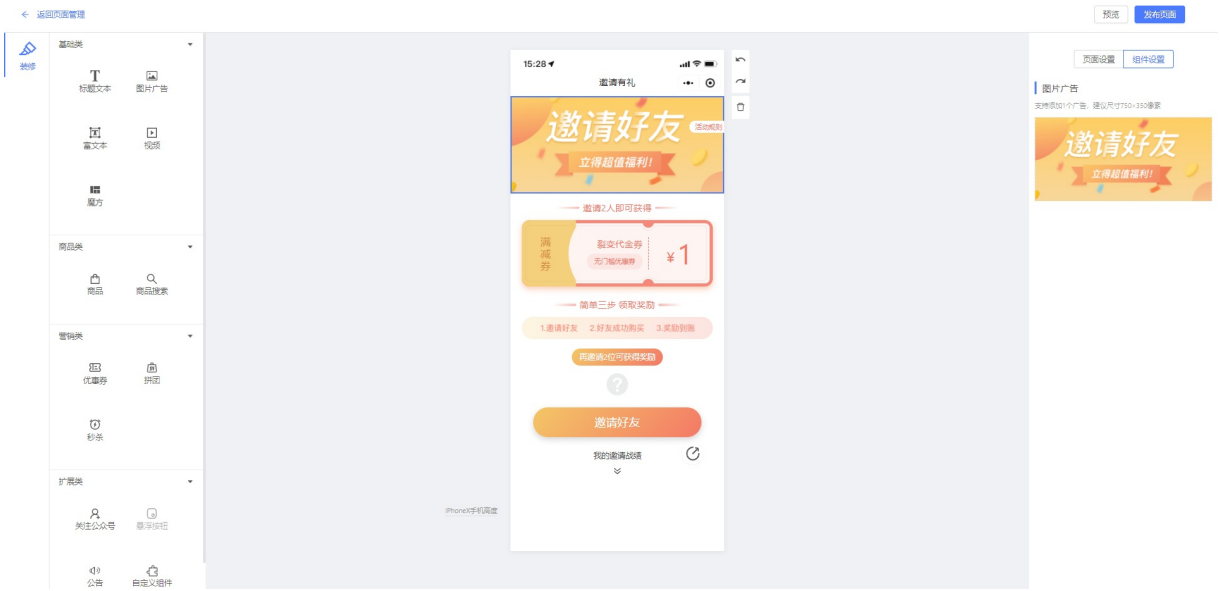
操作路径：智慧零售>页面装修>页面管理>默认页面>装修


Quick Audience
智能用户增长
· 智慧零售
页面管理
自定义页面
默认页面
智慧零售资源库
首页
个人中心
邀请有礼
会员中心
会员注册
支付结果
最近更新时间
浏览量/访客数
状态
已发布
装修
推广


返回页面管理
预览
发布页面
装修
基础类
标题文本
图片广告
富文本
视频
魔方
商品类
商品
商品搜索
营销类
优惠券
拼团
秒杀
扩展类
关注公众号
悬浮按钮
公告
自定义组件
15:28
首页
搜索商品
标题内容
上移
页面设置
组件设置
标题文本
标题内容
描述内容
显示位置
居左显示
居中显示
标题文本颜色
描述文本颜色
显示查看更多
显示文本
查看更多
跳转链接
文本颜色


返回页面管理
预览
发布页面
装修
基础类
标题文本
图片广告
富文本
视频
魔方
商品类
商品
商品搜索
营销类
优惠券
拼团
秒杀
扩展类
关注公众号
悬浮按钮
公告
自定义组件
15:28
个人中心
未填写
698
20
我的订单
暂无进行中的订单
邀请有礼
我的优惠券
联系客服
任务中心
会员中心
页面设置
组件设置
页面标题

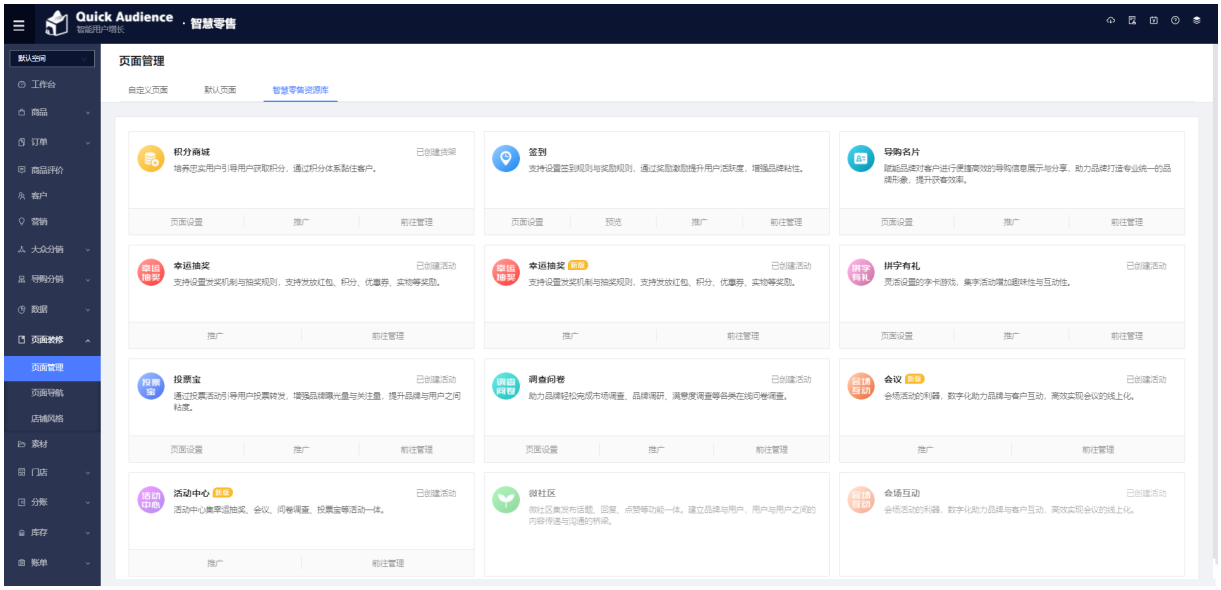

返回页面管理
预览
发布页面
装修
基础类
标题文本
图片广告
富文本
视频
魔方
商品类
商品
商品搜索
营销类
优惠券
拼团
秒杀
扩展类
关注公众号
悬浮按钮
公告
自定义组件
15:28
个人中心
未填写
698
20
黄铜会员
我的订单
查看全部订单
暂无进行中的订单
邀请有礼
我的优惠券
联系客服
任务中心
会员中心
iPhoneX手机调度
页面设置
组件设置
导航栏
我的优惠券
联系客服
任务中心
会员中心
购物车
收货地址
分销中心
个人信息
我的拼团
商品评价
我的礼品卡
+ 添加自定义导航栏
+ 添加分隔栏


返回页面管理
预览
发布页面
装修
基础类
标题文本
图片广告
富文本
视频
魔方
商品类
商品
商品搜索
营销类
优惠券
拼团
秒杀
扩展类
关注公众号
悬浮按钮
公告
自定义组件
15:28
邀请有礼
邀请好友
立得超值福利!
邀请2人即可获得
满减券
裂变代金券
¥1
简单三步 领取奖励
1.邀请好友 2.好友成功购买 3.奖励到账
再邀请2位可获得奖励
邀请好友
我的邀请战绩
iPhoneX手机调度
页面设置
组件设置
图片广告
邀请好友
立得超值福利!

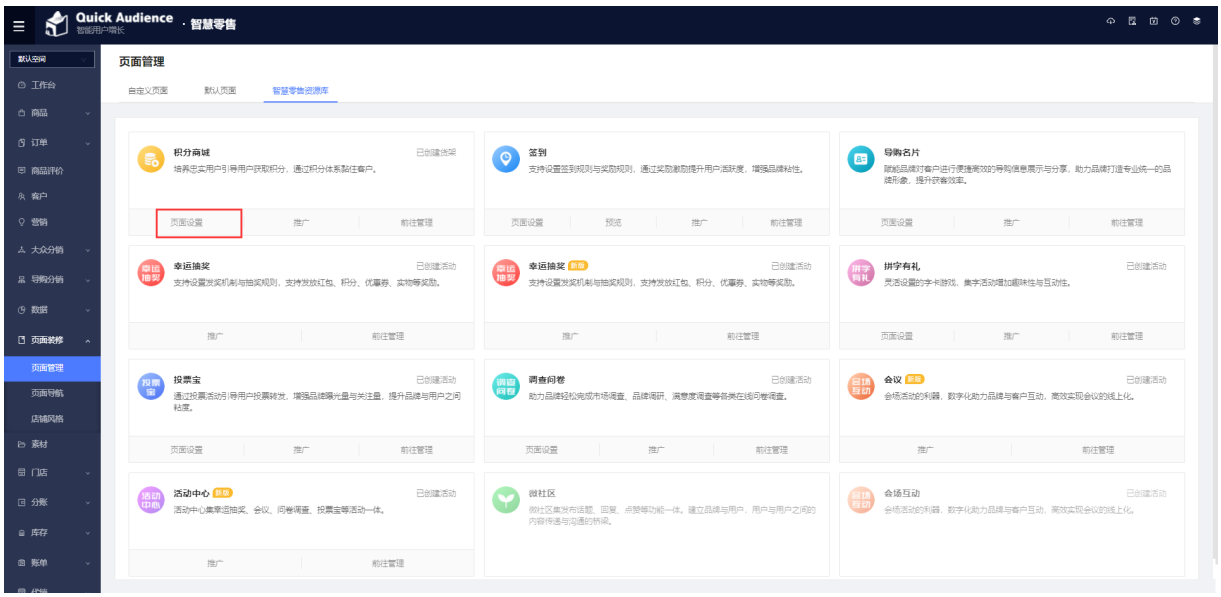
返回页面管理
预览
发布页面
装修
基础类
标题文本
图片广告
富文本
视频
魔方
商品类
商品
商品搜索
营销类
优惠券
拼团
秒杀
扩展类
关注公众号
悬浮按钮
公告
自定义组件
15:28
会员中心
普通会员 VIP.1
当前等级
成长值 0 / 10
等级权益
升级礼包
查看全部优惠券
等级奖励 100积分
1元
iPhoneX手机调度
页面设置
组件设置
页面标题
会员中心
配置页面内容
等级卡片
等级权益
升级礼包
等级对照表
任务中心
标题字号
16px
文本颜色
装饰线颜色

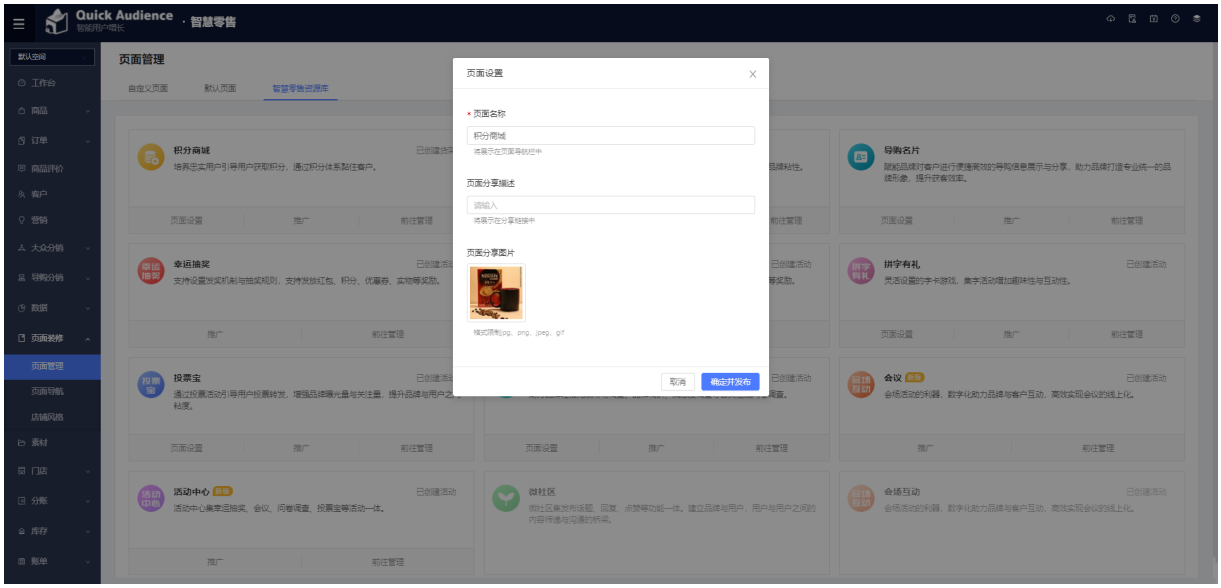
8.1.3 智慧零售资源库

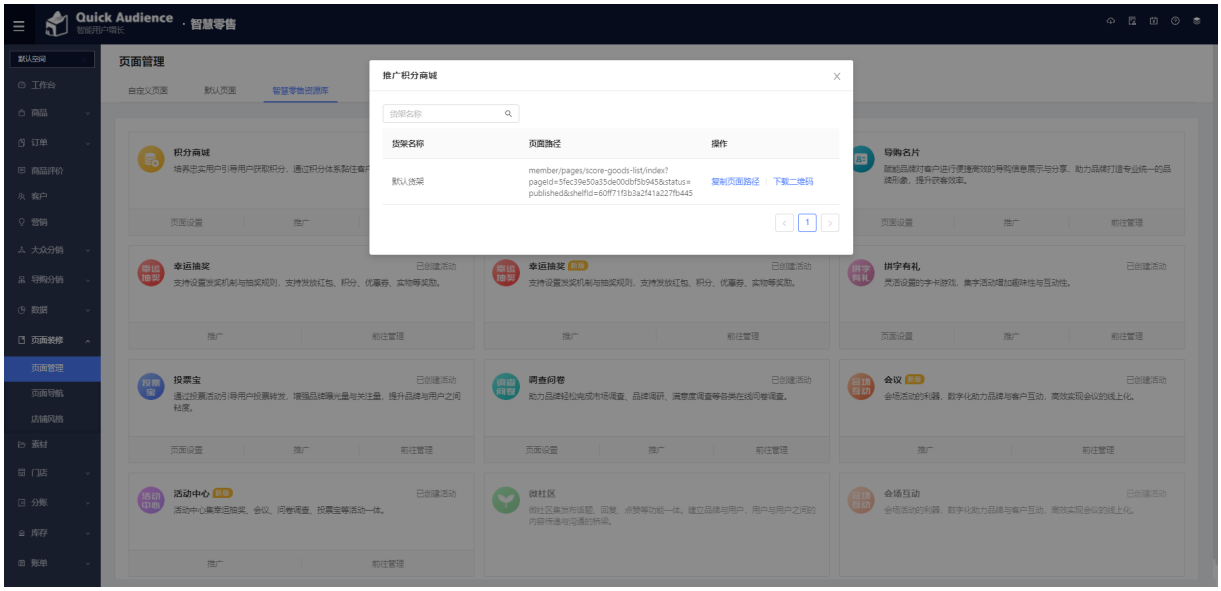
将CEP中的“微社区”、“积分商城”、“签到”、“导购名片”模块的小程序页面以及“幸运抽奖”、“拼字有礼”、“会场互动”、“投票宝”、“调查问卷”活动的H5页面嵌入到智慧零售CMS中，作为零售商城中的资源页面，随时调用。

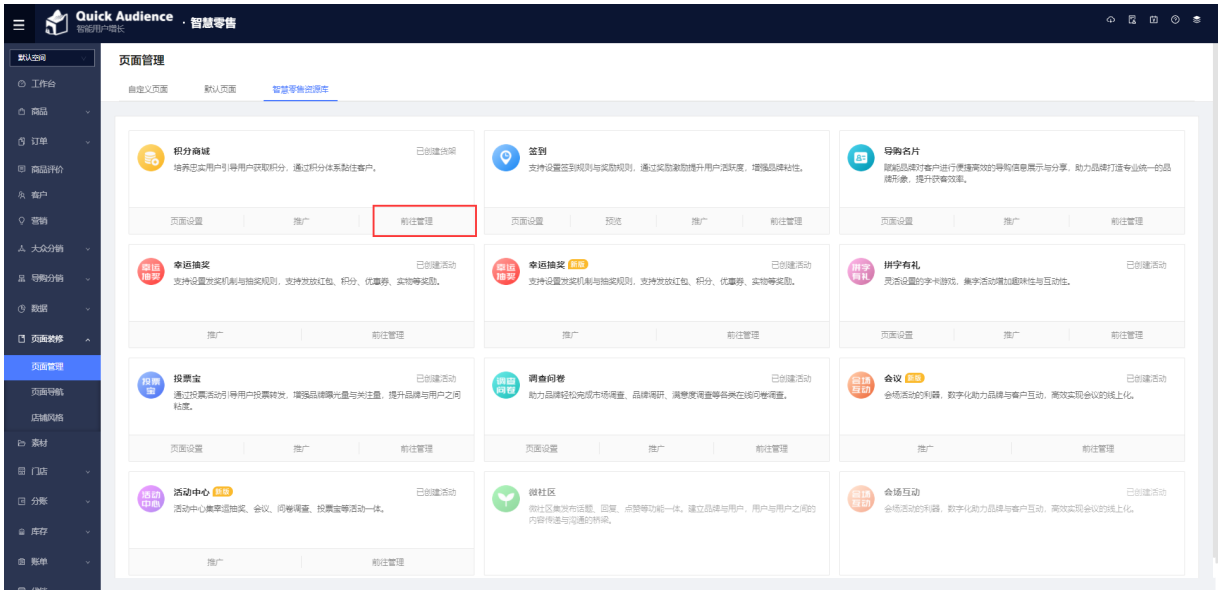


通过单击页面设置来对页面名称、页面分析描述和页面分享图片进行设置。




Quick Audience
智能用户增长
· 智慧零售
页面管理
自定义页面
默认页面
智慧零售资源库
页面设置
页面名称
积分商城
页面分享描述
页面分享图片
取消
确定并发布


Quick Audience
智能用户增长
· 智慧零售
页面管理
自定义页面
默认页面
智慧零售资源库
推广积分商城
货架名称
页面路径
操作
默认货架
member/pages/score-goods-list/index?pageId=5fec39e50a35de00dbf5b945&status=published&shelfId=60ff71f3b3a2f41a227fb445
复制页面路径
下载二维码

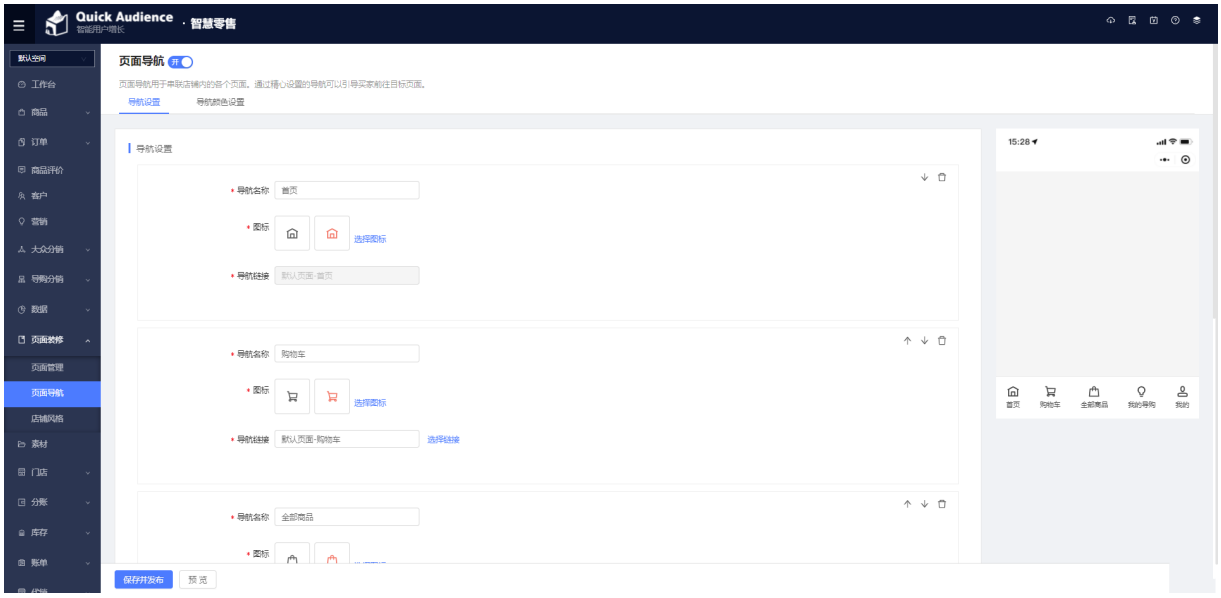

Quick Audience
智能用户增长
· 智慧零售
页面管理
自定义页面
默认页面
智慧零售资源库
积分商城
签到
导购名片
幸运抽奖
拼字有礼
投票宝
调查问卷
会议
活动中心
微社区
会场互动
页面设置
推广
前往管理

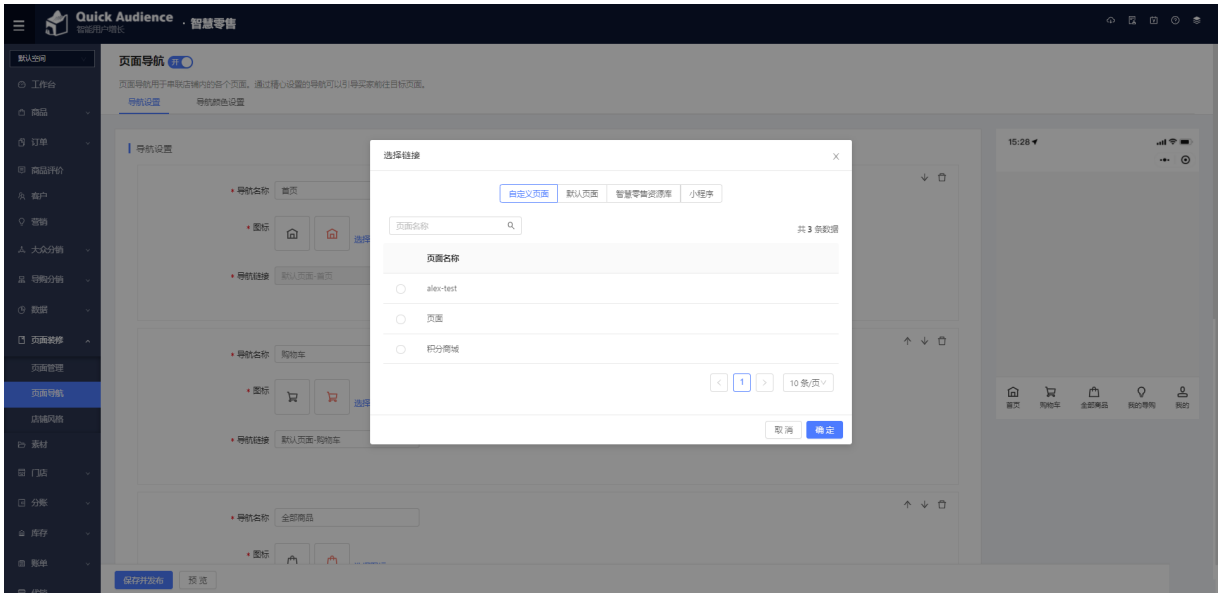
8.2 店铺导航

系统支持配置小程序店铺导航（导航名称、导航图标、导航链接），导航链接支持链接至自定义页面和默认页面。由于手机尺寸限制，小程序最多添加5个导航。除默认链接至首页的导航外，其他导航均支持删除。

若页面导航功能关闭，小程序中将不再显示店铺导航，直接展示商城首页，通过首页中各区域页面的链接跳转至其他页面。

操作路径：智慧零售>页面装修>页面导航

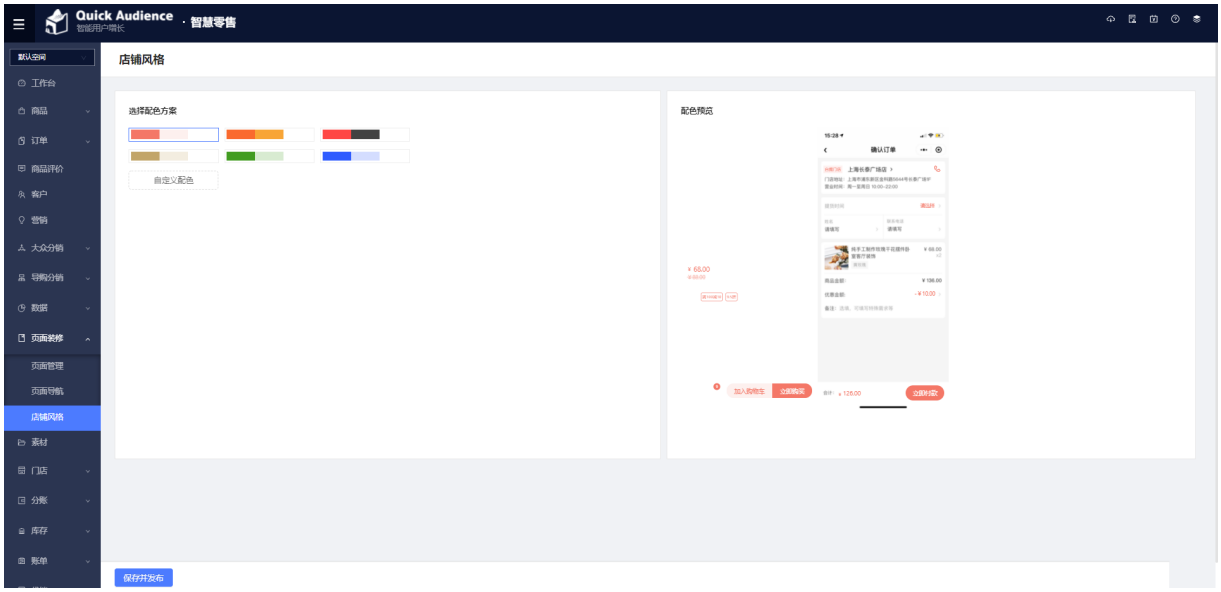




8.3 店铺风格

系统提供六套不同颜色搭配的店铺风格，商家可根据自身需要选择店铺风格。

操作路径：智慧零售>页面装修>店铺风格



9. 小程序审核发布

做好以上8个准备工作，进入“小程序管理”页面，使用微信扫描小程序体验二维码预览小程序，确认无误后将小程序提交审核，待微信官方审核通过后，小程序即为发布成功。

注：扫描小程序体验二维码前需将微信用户添加为小程序体验者。

小程序接入智慧零售系统后，仅首次审核需要手动提交，后续小程序版本升级，系统将自动提交审核。若小程序审核失败，支持重新提交审核。

10. 库存

库存包含库存查询、出入库管理、库存设置。库存仅管理总部仓库出入库状态及相应库存增减。

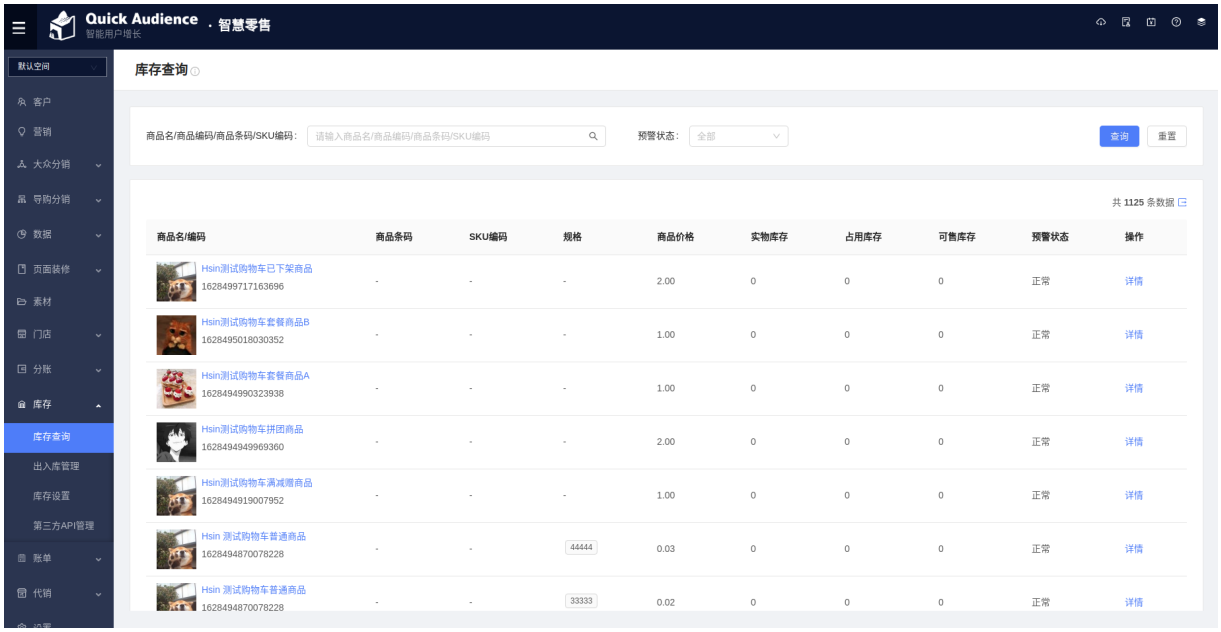
前端商城消费者下单、退货同步至库存管理，发货/同意退货自动生成出入库单，同时增减库存。

- 消费者商城下单后，减少“可售库存”，增加”占用库存”，当商品发货后，自动生成（销售出库）出库单，减少“实物库存”，减少”占用库存”。出入库类型对应“销售出库”，业务编号自动填入相应“订单编号”。
- 消费者商城申请退货，管理员确认收货时自动生成入库单，同时增加”实物库存”和“可售库存”，出入库类型对应”销售退货入库”，业务编号自动填入相应“订单编号”。

10.1 库存查询

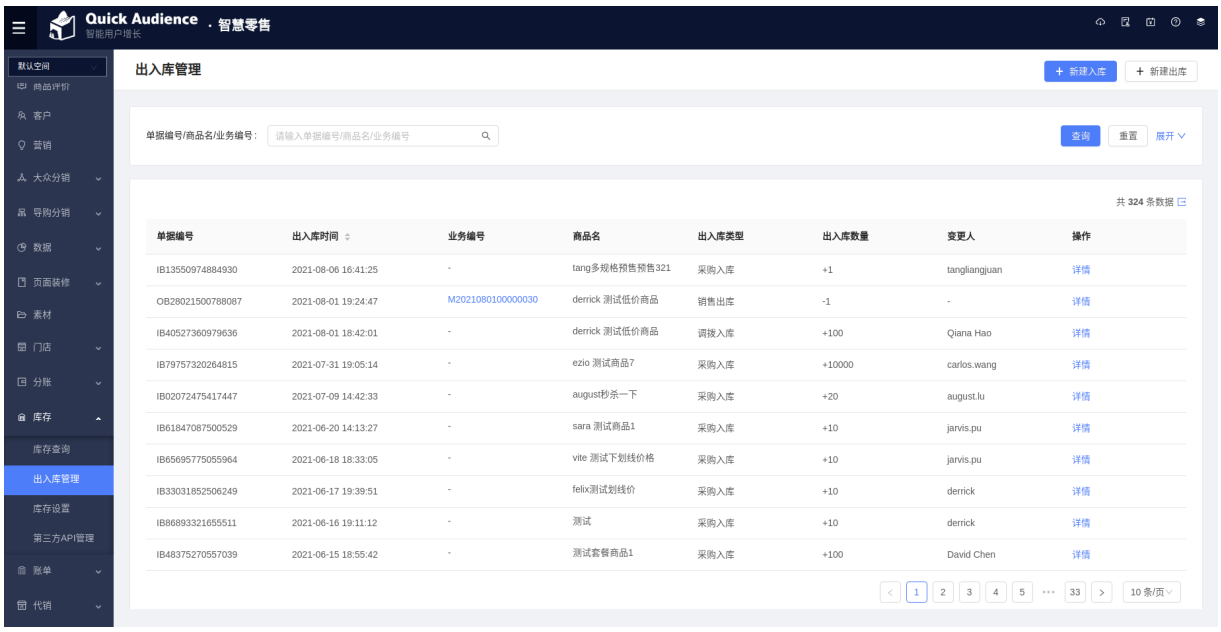
库存管理中库存为统计总部仓库商品库存，库存中包含多个商品库存详情信息，支持以商品名/商品编码/商品条码/SKU编码以及预警状态查询每个商品的库存信息。

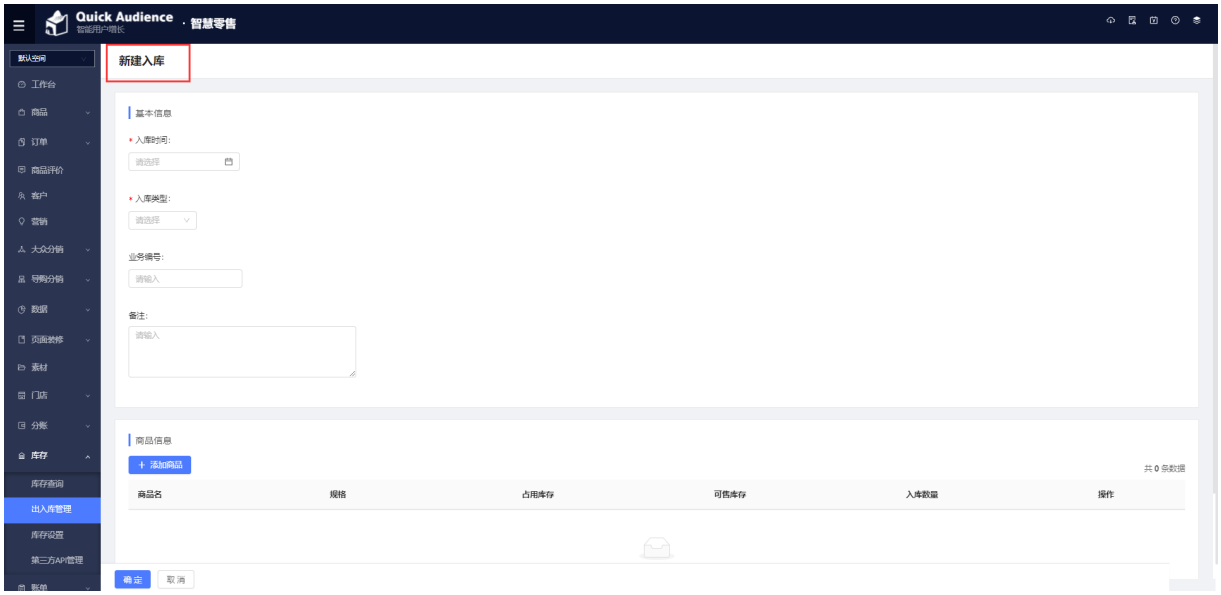
操作路径：智慧零售>库存>库存查询

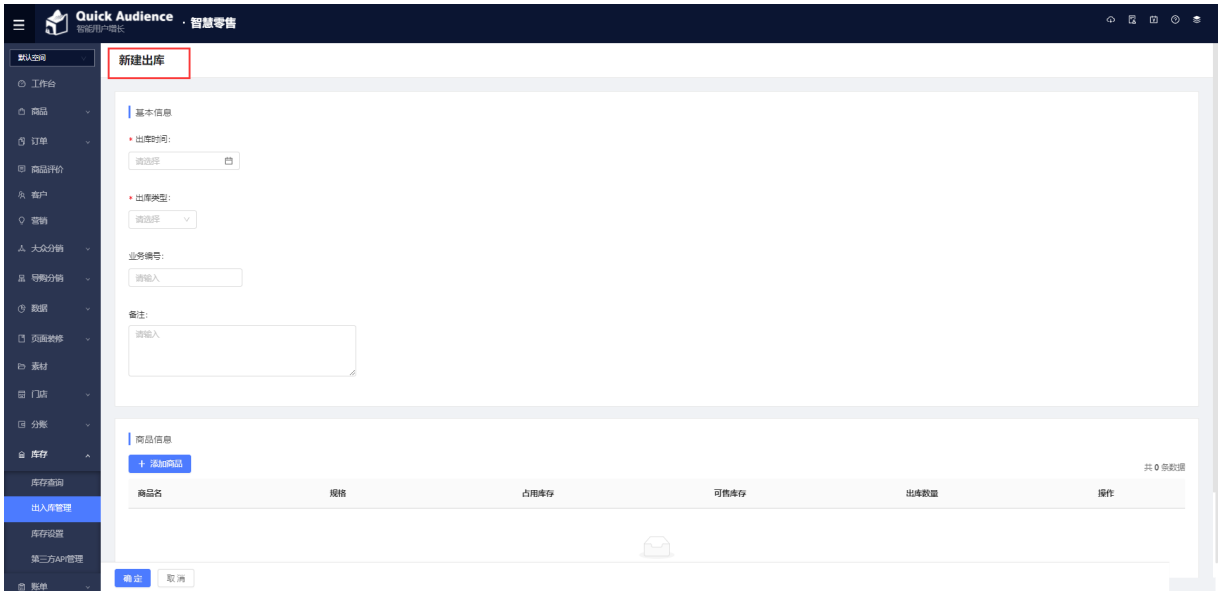


10.2 出入库管理

出入库管理支持导出所有出入库明细，可根据单据编号/商品名/业务编号/出入库时间/出入库类型进行查询，可对商品进行详情操作，可新建商品入库、出库。





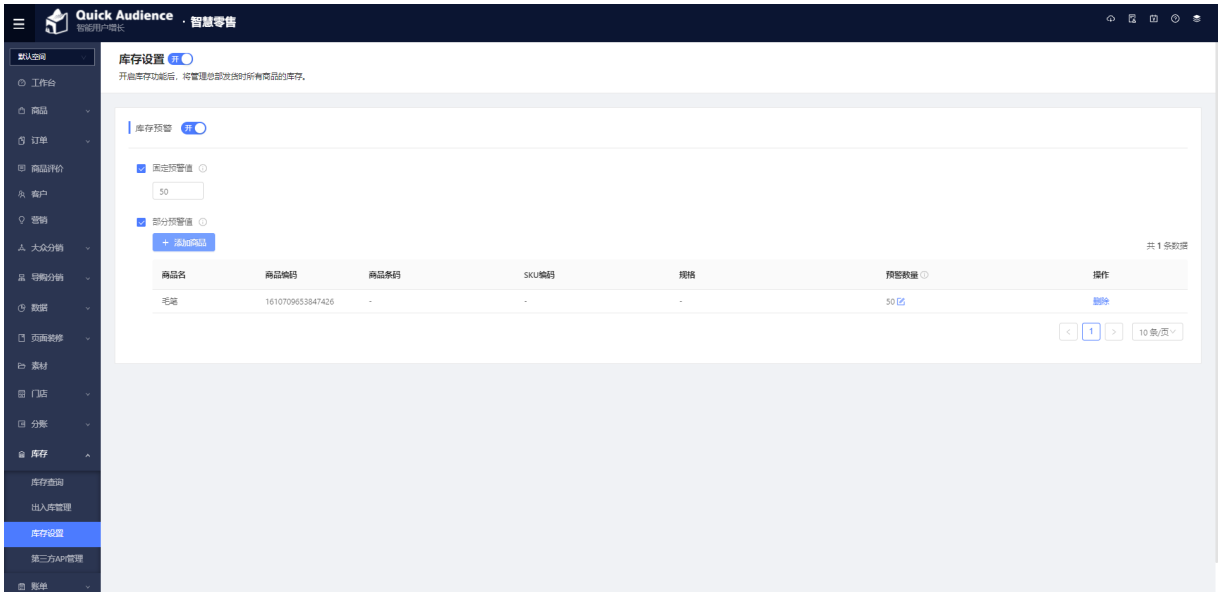


10.3 库存设置

开启库存功能后，将管理总部发货时所有商品的库存。

库存可设置库房预警，可设置固定预警值与部分预警值，当设置固定预警值时，所有商品库存预警值若可售库存小于固定预警值时，商品库存展示“库存不足”。

设置部分商品库存预警值，若商品被设置部分预警值时，部分预警规则覆盖相应商品固定预警值规则。



11.3. 商城运营

商城的运营主要包括订单的查询和处理、营销活动、数据分析等内容。

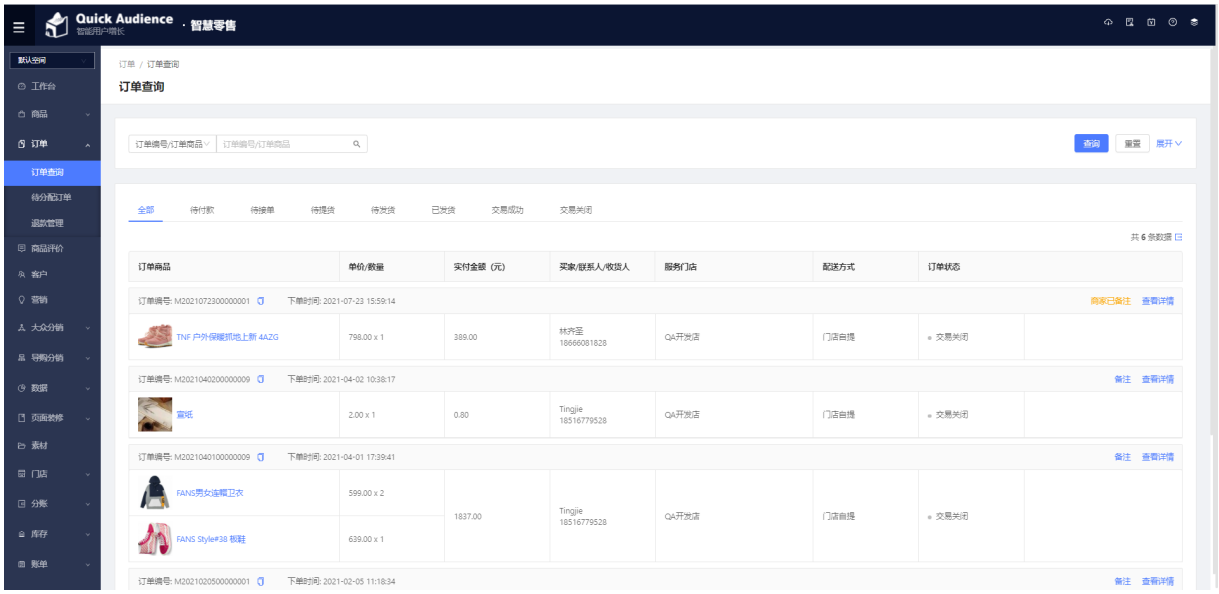
1. 订单查询

1.1 订单列表

客户在电商小程序端提交订单后，后台自动生成一条订单记录，展示下单时间、订单商品、价格、数量、联系人信息、配送方式等信息。支持按订单状态查看订单列表，支持按照订单信息筛选订单。

订单列表中支持取消“待付款”、“待接单”状态的订单。

操作路径：智慧零售>订单>订单查询

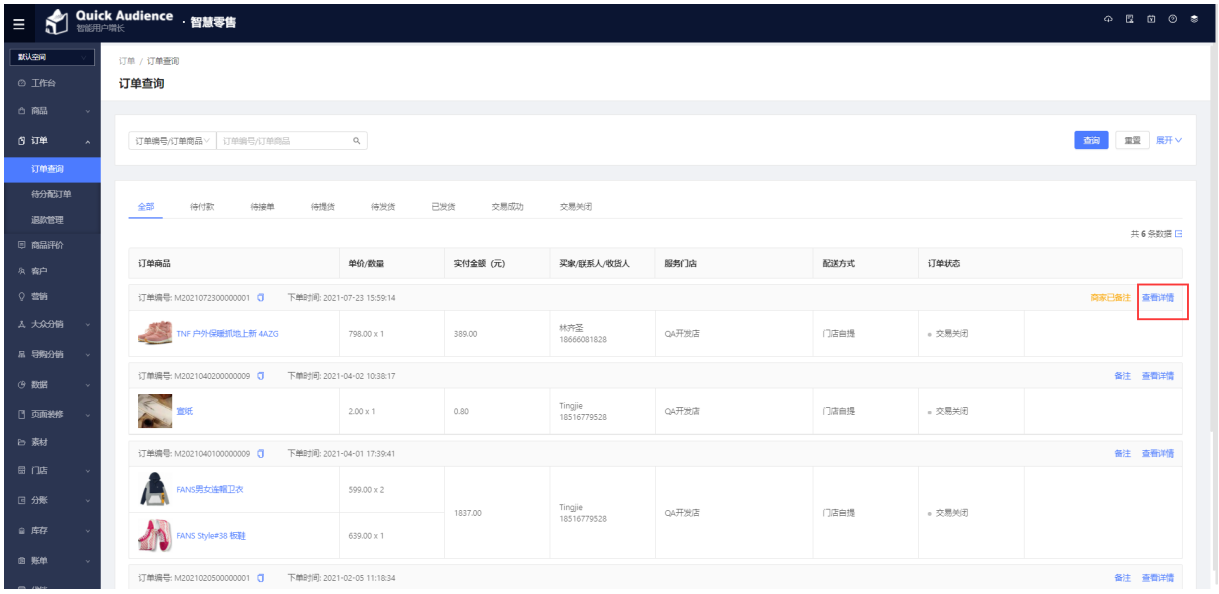


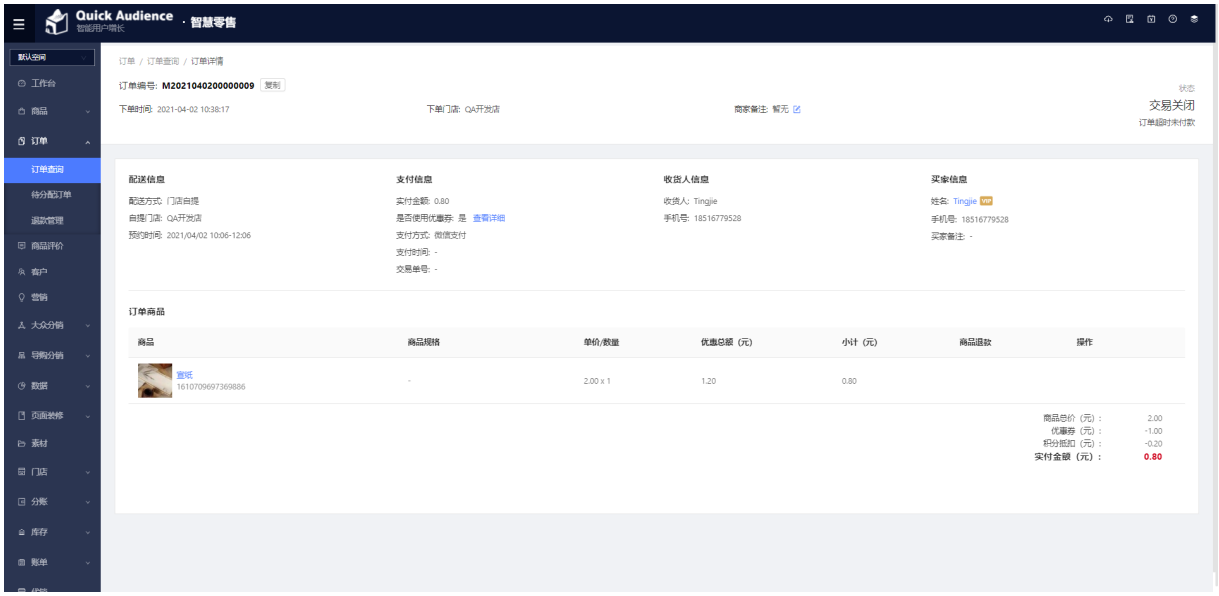
1.2 订单详情

订单详情页面展示订单详细信息，包括下单时间、订单商品、配送信息、支付信息、收货人信息、买家信息等。

“待付款”、“待接单”状态的订单在订单详情页面支持取消订单，“待提货”、“待发货”、“已发货”以及“交易完成”15天内的订单在订单详情支持商品单个/批量发起退款，为保证商家利益，交易完成15天后系统不再提供发起退款入口。

操作路径：智慧零售>订单>订单查询>查看详情





2. 订单处理

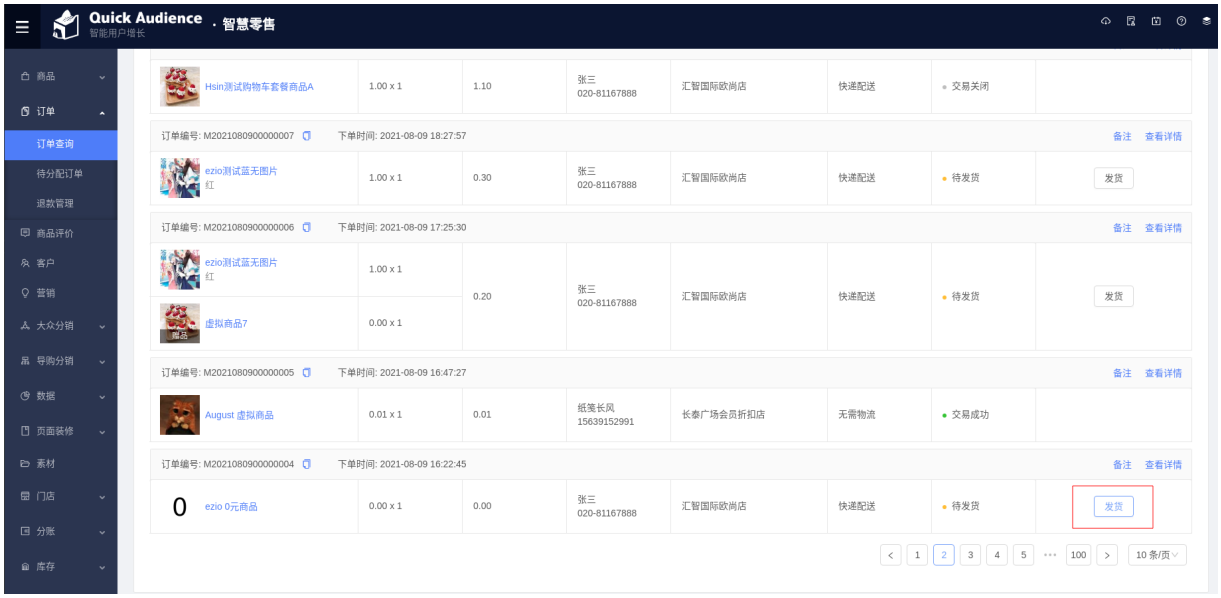
2.1 总部发货

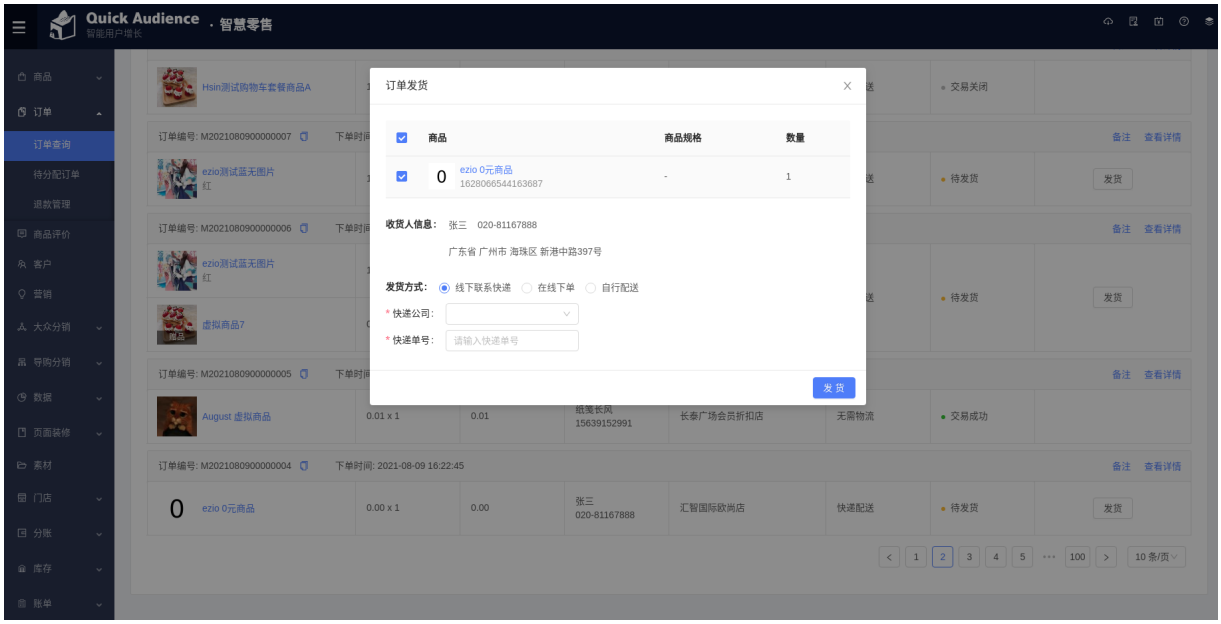
前提：智慧零售>设置>物流设置>开启快递配送>总部发货

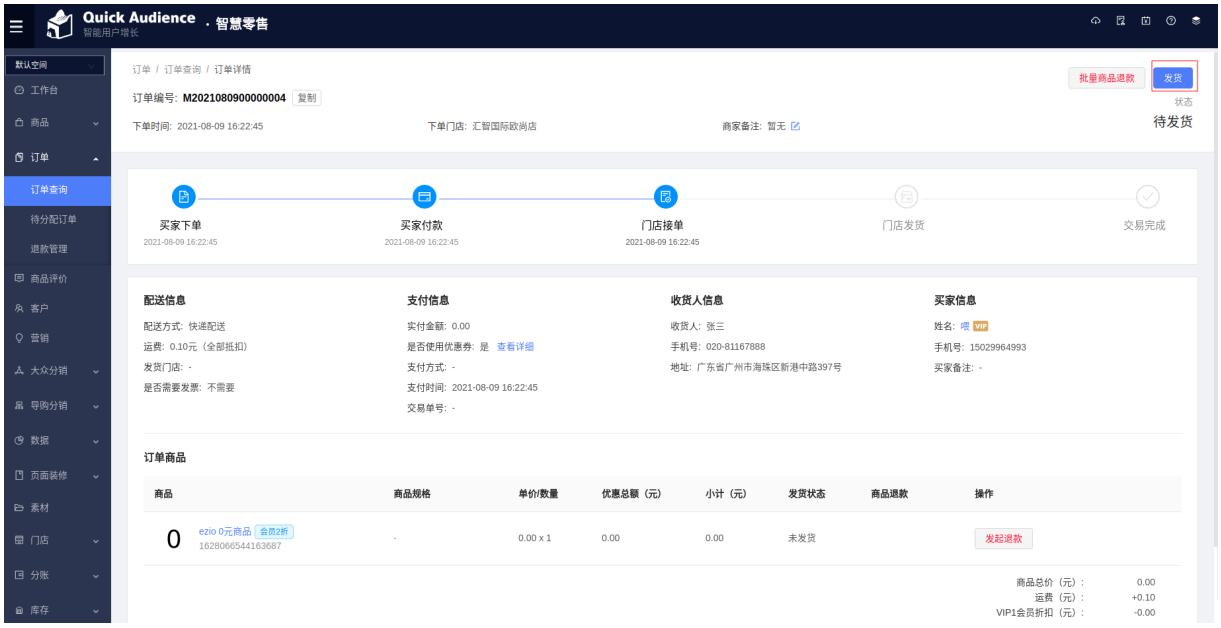
订单列表和订单详情均支持对“待发货”状态的订单发货，订单中包含多个商品时支持拆单发货。订单详情中支持查看每个包裹的物流信息和物流轨迹。

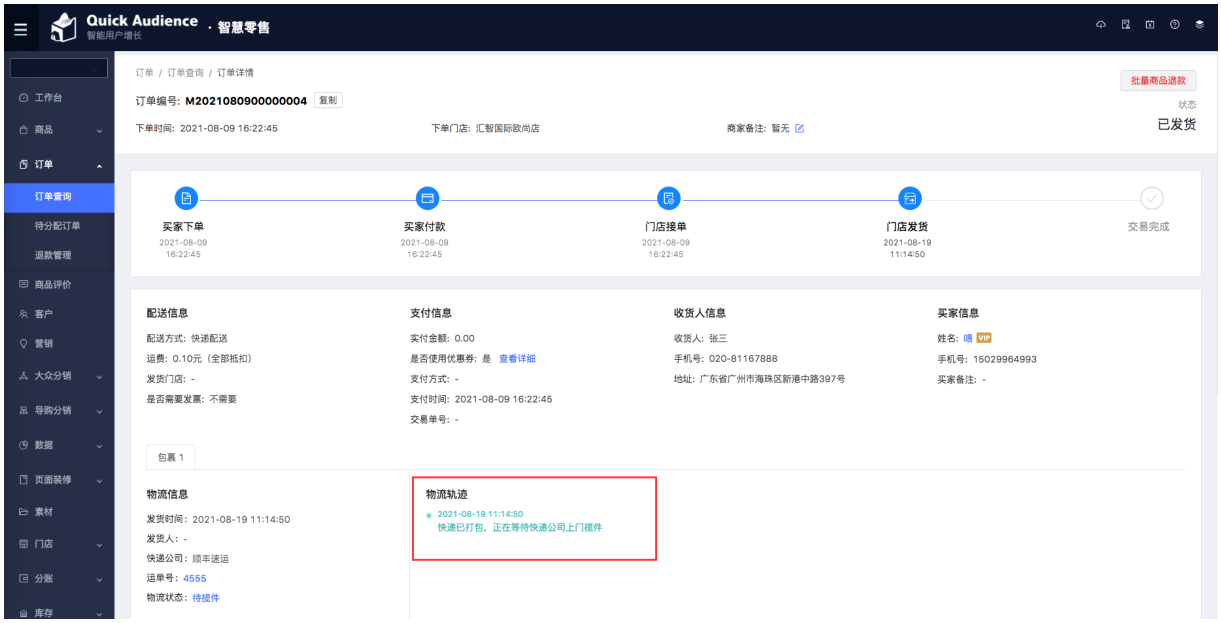
操作路径1：智慧零售>订单>订单查询>发货

操作路径2：智慧零售>订单>订单查询>查看详情>发货


Quick Audience
智能用户增长
· 智慧零售
商品
订单
订单查询
待分配订单
退款管理
商品评价
客户
营销
大众分销
导购分销
数据
页面装修
素材
门店
分账
库存
Hsin测试购物车套餐商品A
1.00 x 1
1.10
张三
020-81167888
汇智国际欧尚店
快递配送
交易关闭
订单编号: M2021080900000007
下单时间: 2021-08-09 18:27:57
备注
查看详情
ezio测试蓝无图片
红
1.00 x 1
0.30
张三
020-81167888
汇智国际欧尚店
快递配送
待发货
发货
订单编号: M2021080900000006
下单时间: 2021-08-09 17:25:30
ezio测试蓝无图片
红
1.00 x 1
0.20
张三
020-81167888
汇智国际欧尚店
快递配送
待发货
发货
虚拟商品7
0.00 x 1
订单编号: M2021080900000005
下单时间: 2021-08-09 16:47:27
August 虚拟商品
0.01 x 1
0.01
纸笺长风
15639152991
长泰广场会员折扣店
无需物流
交易成功
订单编号: M2021080900000004
下单时间: 2021-08-09 16:22:45
ezio 0元商品
0.00 x 1
0.00
张三
020-81167888
汇智国际欧尚店
快递配送
待发货
发货
10 条/页


Quick Audience
智能用户增长
· 智慧零售
订单发货
商品
商品规格
数量
ezio 0元商品
1628066544163687
1
收货人信息：
张三 020-81167888
广东省 广州市 海珠区 新港中路397号
发货方式：
线下联系快递
在线下单
自行配送
* 快递公司：
* 快递单号：
请输入快递单号
发 货





2.2 待分配订单

客户在电商小程序下单后，门店由于商品缺货或其他特殊原因拒单，后台自动生成一条待分配订单，后台运营人员查看拒单原因，联系买家协商退款或重新分配门店。

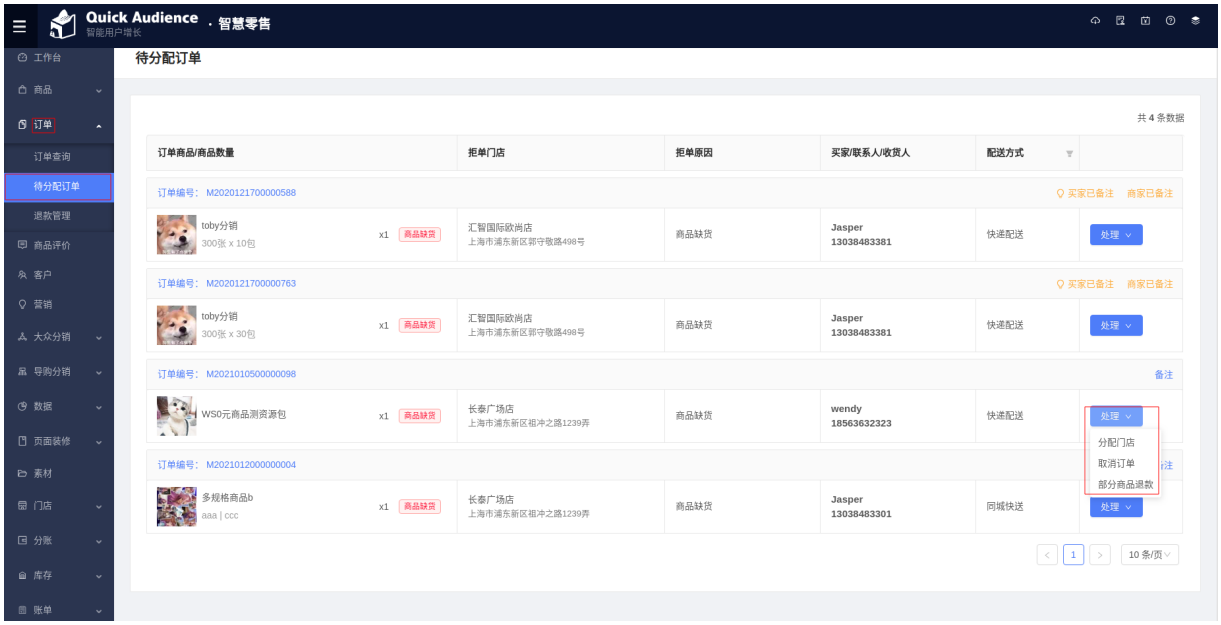
流程：

（1）选择待分配订单 - 联系买家 - 重新分配门店

（2）选择待分配订单 - 联系买家 - 取消订单

（3）选择待分配订单 - 联系买家 - 部分商品退款 - 分配门店

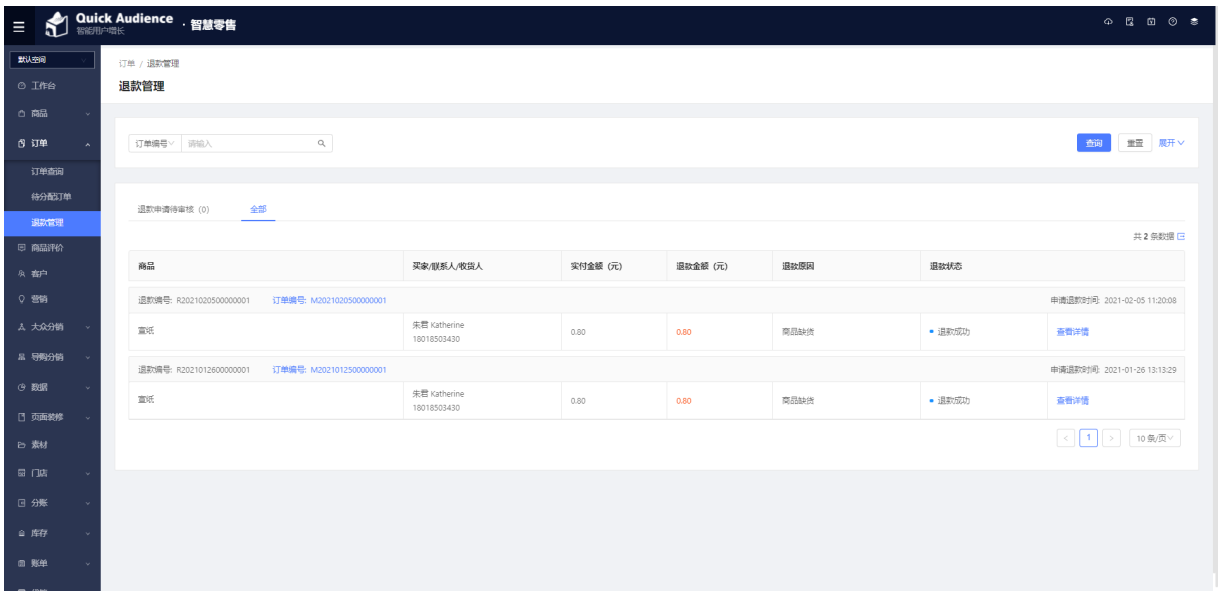
操作路径：智慧零售>订单>待分配订单>处理

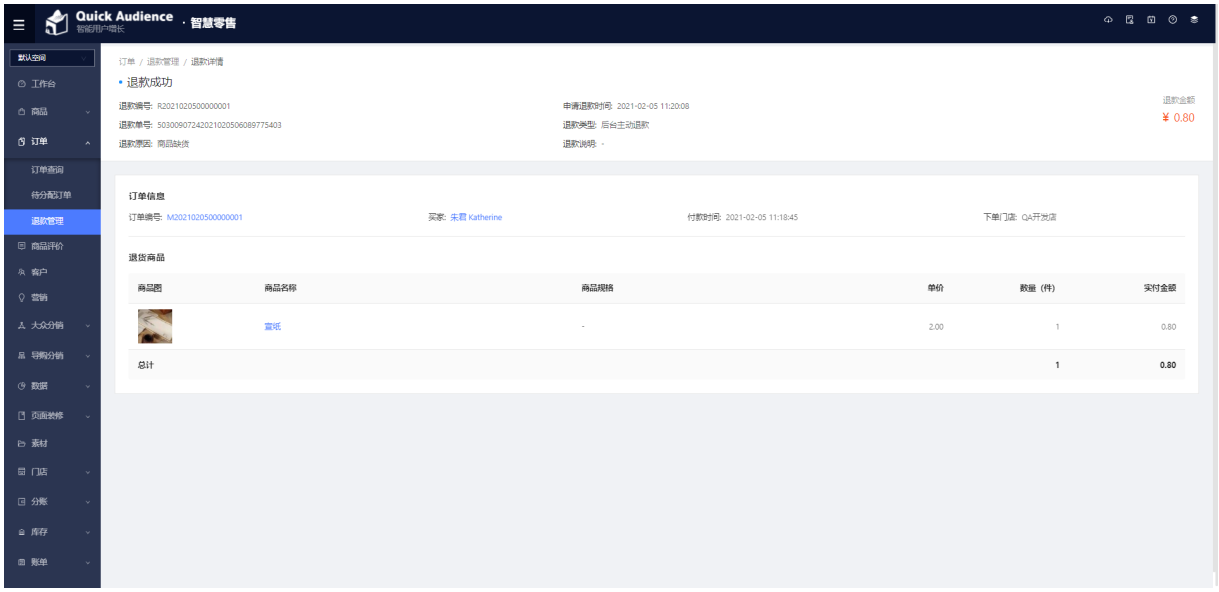


2.3 售后退款

客户在电商小程序中申请退款或后台运营人员主动发起退款，后台自动生成一条退款记录。支持查看退款详情。

操作路径：智慧零售>订单>退款管理



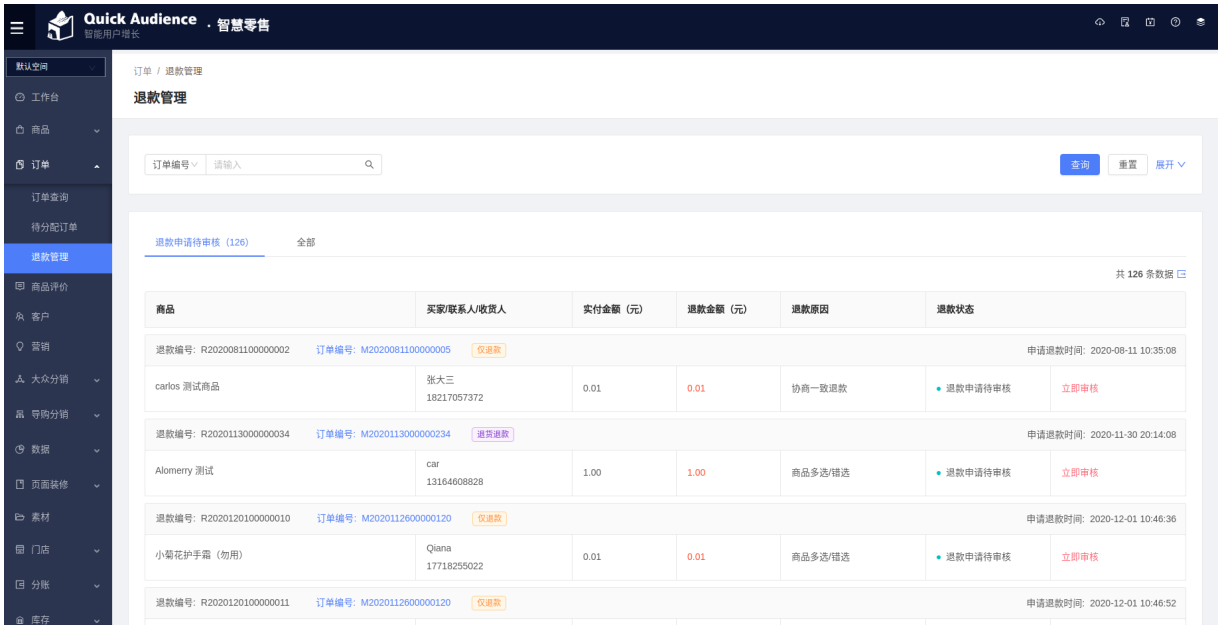


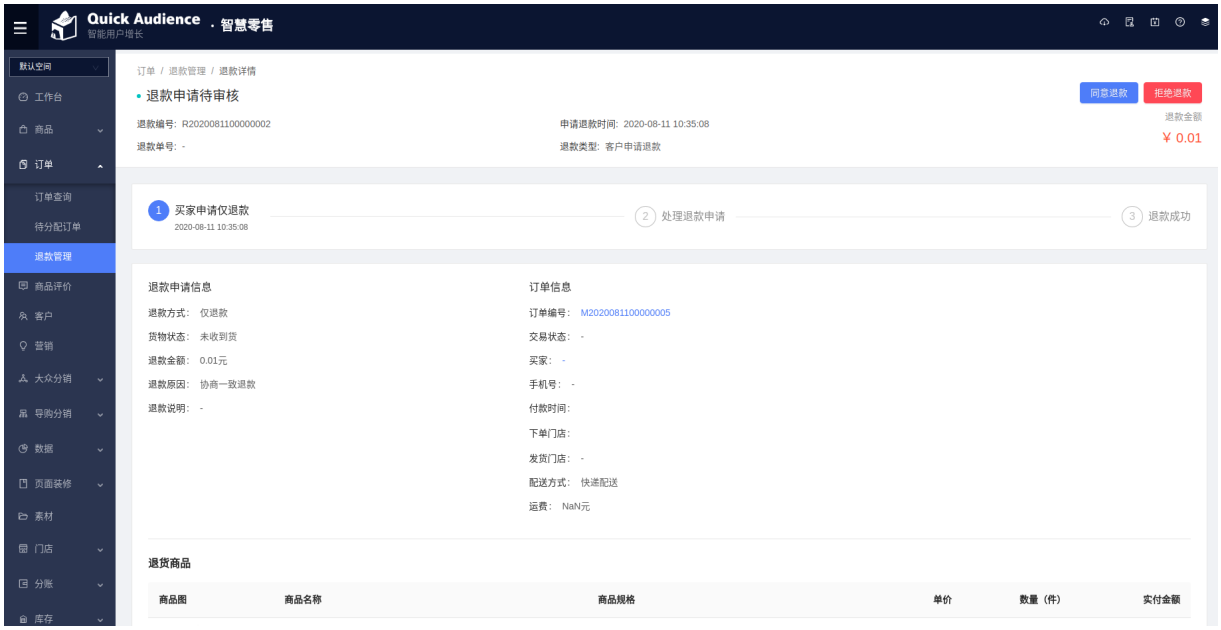
2.3.1 退款审核

已发货商品申请退款需后台运营人员进行审核。已发货商品申请退款时支持选择“仅退款”或“退款退货”。买家申请“仅退款”，后台运营人员审核同意后，将商品实付金额立即退回买家账户；买家申请“退款退货”，后台运营人员审核同意后，需买家寄回商品，商家确认收到商品后才会将商品实付金额退回买家账户（若买家寄回商品有破损等情况，商家支持拒绝退款）。

支持查看退款申请待审核列表和待审核退款详情。

操作路径：智慧零售>订单>退款管理>退款申请待审核





3. 数据分析

3.1 交易分析

（1）查看小程序商城的支付客户数、支付订单数、支付金额和客单价。

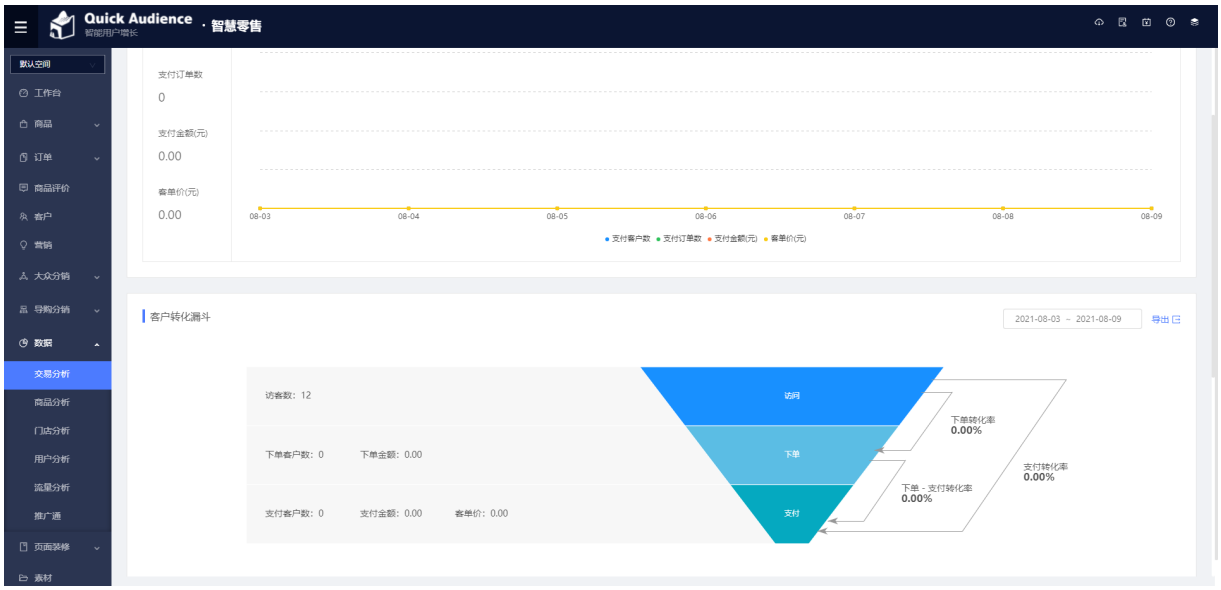
操作路径：智慧零售>数据>交易分析>交易概览

（2）查看小程序商城访问、下单、支付之间的转化率。

操作路径：智慧零售>数据>交易分析>客户转化漏斗

（3）查看小程序商城退款金额、退款订单数、退款率。

操作路径：智慧零售>数据>交易分析>退款概览



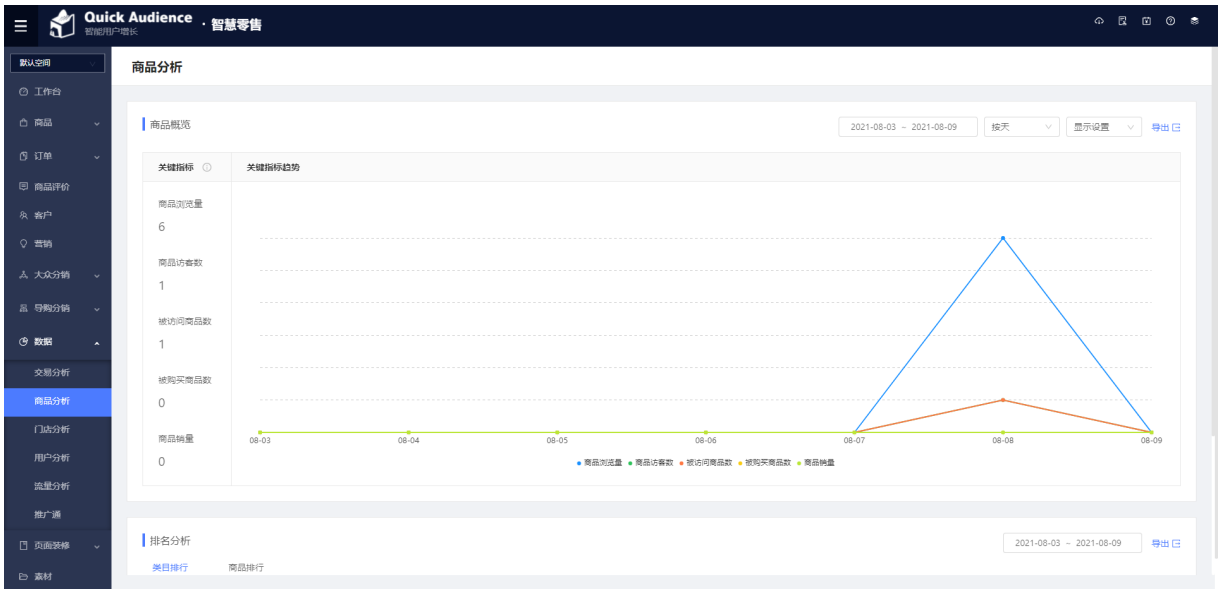
3.2 商品分析

（1）查看小程序商城商品浏览量、商品访客数、被访问商品数、被购买商品数、商品销量。

操作路径：智慧零售>数据>商品分析>商品概览

（2）查看小程序商城商品类目排名和商品排名。

操作路径：智慧零售>数据>商品分析>排名分析



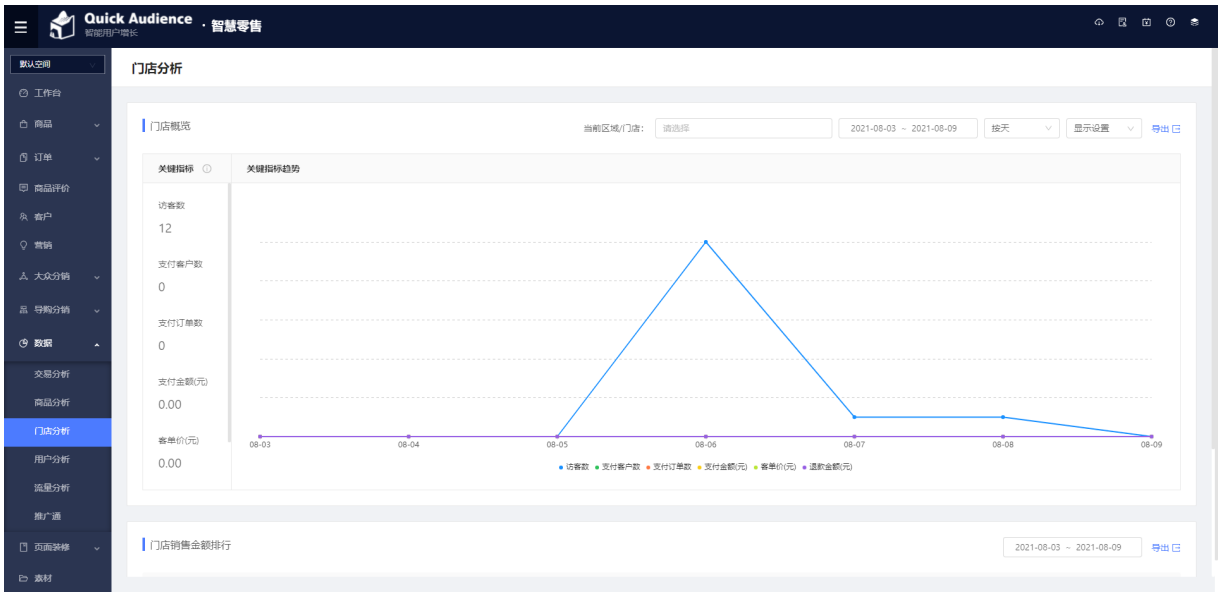
3.3 门店分析

（1）查看任意区域/门店的支付客户数、支付订单数、支付金额、客单价、退款金额。

操作路径：智慧零售>数据>门店分析>门店概览

（2）查看门店销售金额排名。

操作路径：智慧零售>数据>门店分析>门店销售金额排行



3.4 用户分析

（1）查看小程序商城访客数、新增客户数、支付客户数、支付新客数、支付老客数。

操作路径：智慧零售>数据>用户分析>用户概览

（2）查看新老客户成交客户数、客户数占比、支付订单数、客单价、支付金额、访问-支付转化率。

操作路径：智慧零售>数据>用户分析>成交用户概览

3.5 流量分析

（1）查看电商小程序的浏览量、访客数、新访客数、平均停留时长、人均浏览量、支付客户数、访问-支付转化率。

操作路径：智慧零售>数据>流量分析>流量概览

（2）查看电商小程序访问来源排名占比。

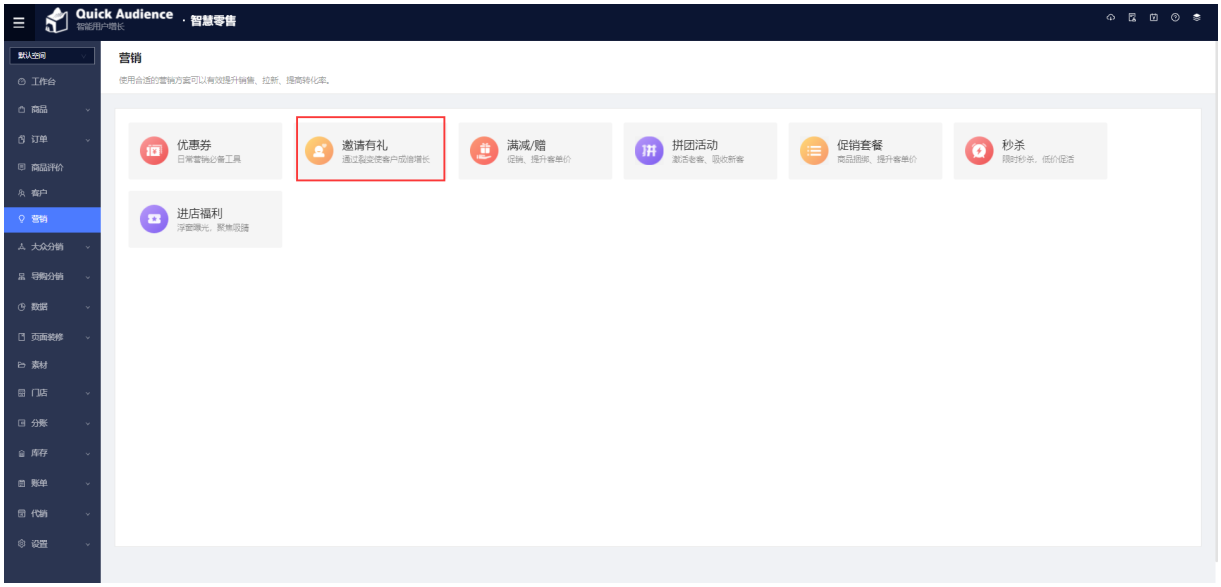
操作路径：智慧零售>数据>流量分析>访客来源

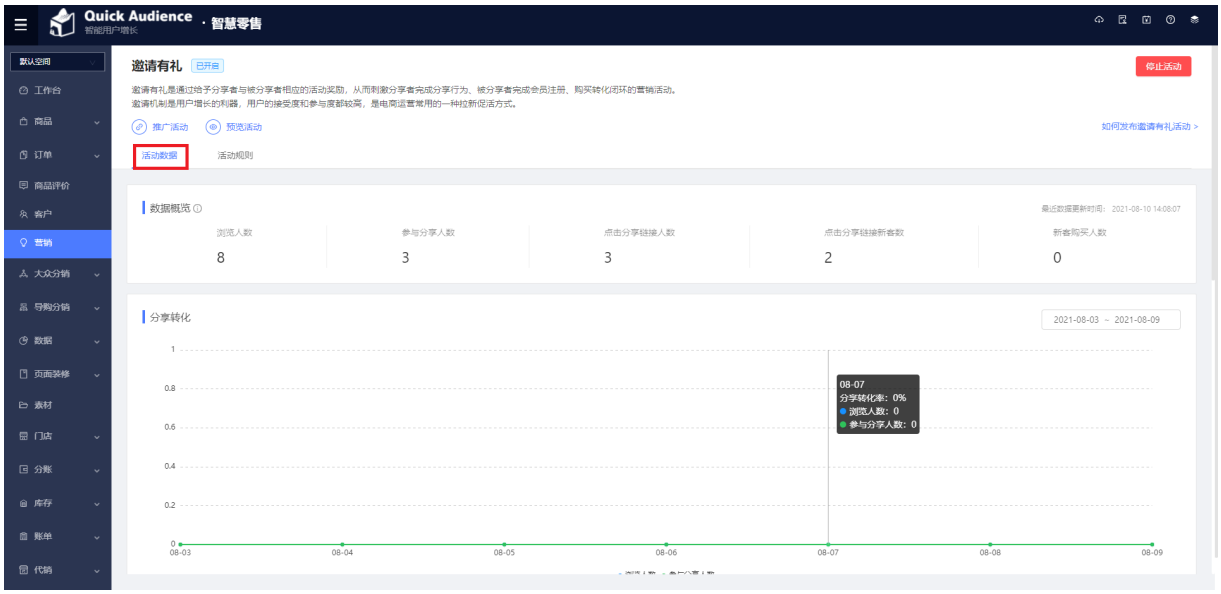
4. 营销活动

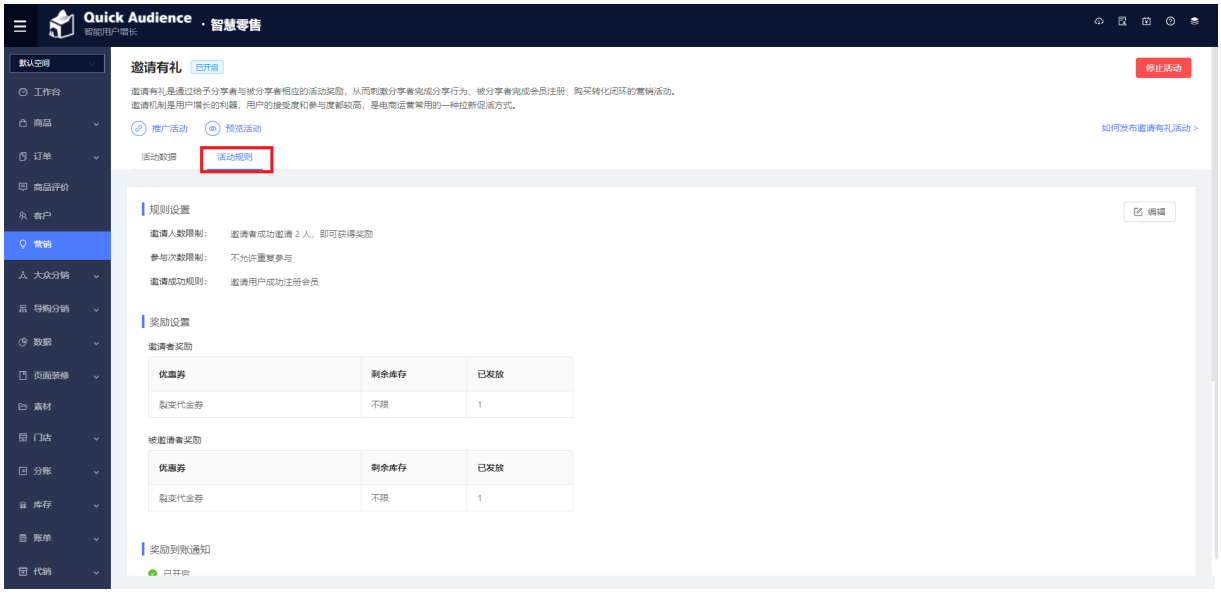
4.1 邀请有礼

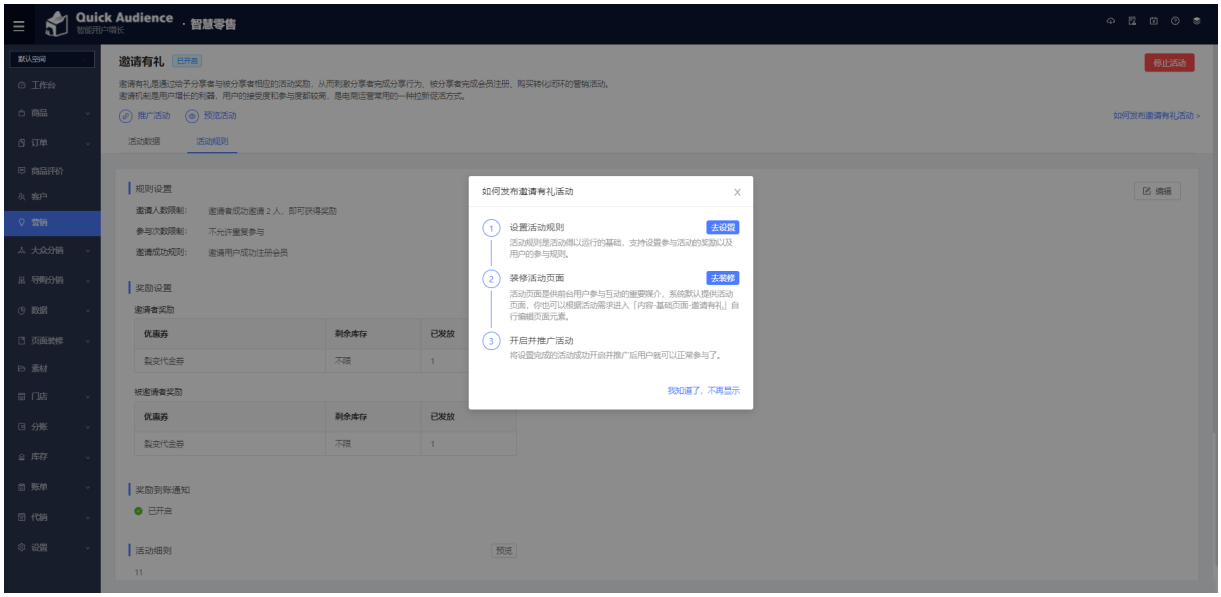
邀请有礼是小程序商城拉新营销的活动，通过给予分享者与被分享者相应的活动奖励，从而刺激分享者完成分享行为、被分享者完成购买转化的营销活动。

操作路径：智慧零售>营销>邀请有礼


Quick Audience
智能用户增长
· 智慧零售
营销
使用合适的营销方案可以有效提升销售、拉新、提高转化率。
优惠券
日常营销必备工具
邀请有礼
通过裂变使客户成倍增长
满减/赠
促销、提升客单价
拼团活动
激活老客、吸收新客
促销套餐
商品捆绑、提升客单价
秒杀
限时抢购、低价促活
进店福利
浮窗曝光、聚焦吸睛


Quick Audience
智能用户增长
· 智慧零售
邀请有礼
已开启
停止活动
邀请有礼是通过给予分享者与被分享者相应的活动奖励，从而刺激分享者完成分享行为、被分享者完成会员注册、购买转化闭环的营销活动。
邀请机制是用户增长的利器，用户的接受度和参与度都较高，是电商运营常用的一种拉新促活方式。
推广活动
预览活动
如何发布邀请有礼活动 >
活动数据
活动规则
数据概览
浏览人数
8
参与分享人数
3
点击分享链接人数
3
点击分享链接新客数
2
新客购买人数
0
分享转化
2021-08-03 ~ 2021-08-09
08-07
分享转化率：0%
浏览人数：0
参与分享人数：0
08-03
08-04
08-05
08-06
08-07
08-08
08-09

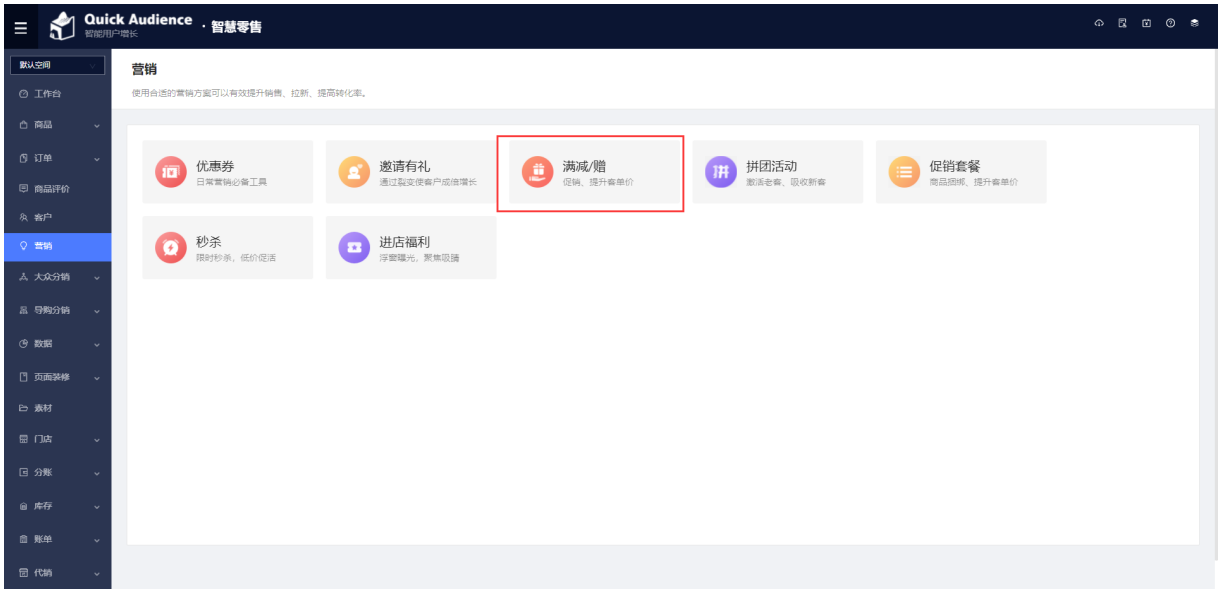

Quick Audience
智能用户增长
· 智慧零售
邀请有礼
已开启
停止活动
邀请有礼是通过给予分享者与被分享者相应的活动奖励，从而刺激分享者完成分享行为、被分享者完成会员注册、购买转化闭环的营销活动。
邀请机制是用户增长的利器，用户的接受度和参与度都较高，是电商运营常用的一种拉新促活方式。
推广活动
预览活动
如何发布邀请有礼活动 >
活动数据
活动规则
规则设置
编辑
邀请人数限制：
邀请者成功邀请 2 人，即可获得奖励
参与次数限制：
不允许重复参与
邀请成功规则：
邀请用户成功注册会员
奖励设置
邀请者奖励
优惠券
剩余库存
已发放
裂变代金券
不限
1
被邀请者奖励
优惠券
剩余库存
已发放
裂变代金券
不限
1
奖励到账通知

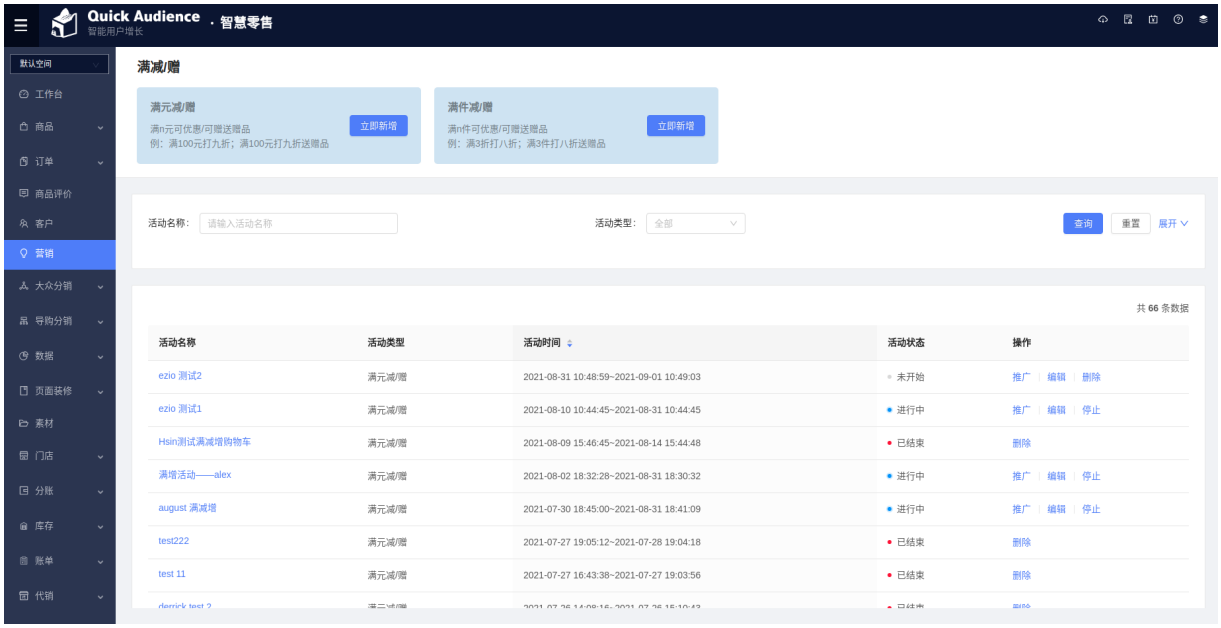


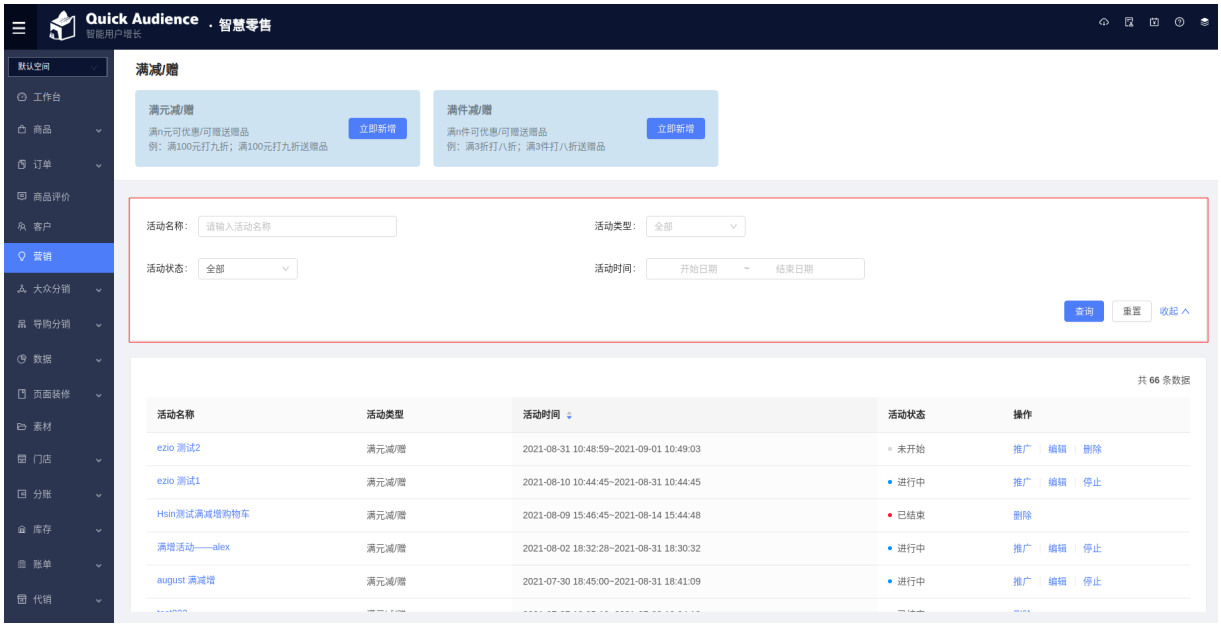
4.2 满减赠

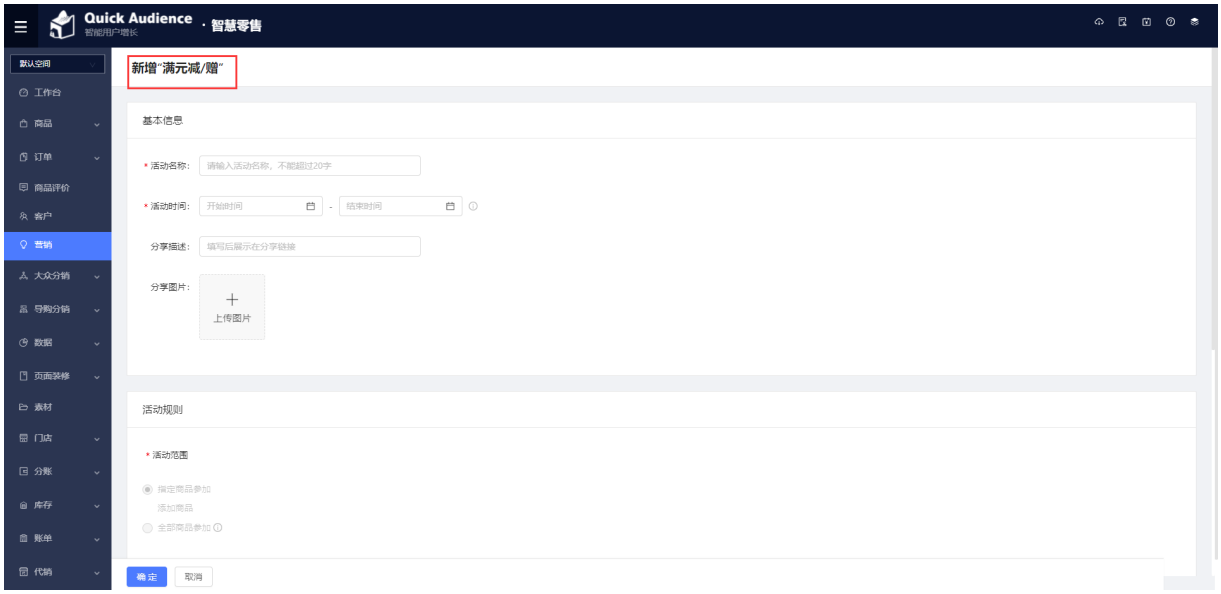
满减/赠活动是小程序商城提高订单金额和下单率的一种营销活动。后台支持设置参与满减/赠活动的商品，并设置满xx元/件赠送的赠品，支持设置多级优惠，更大程度的提高用户的订单金额。

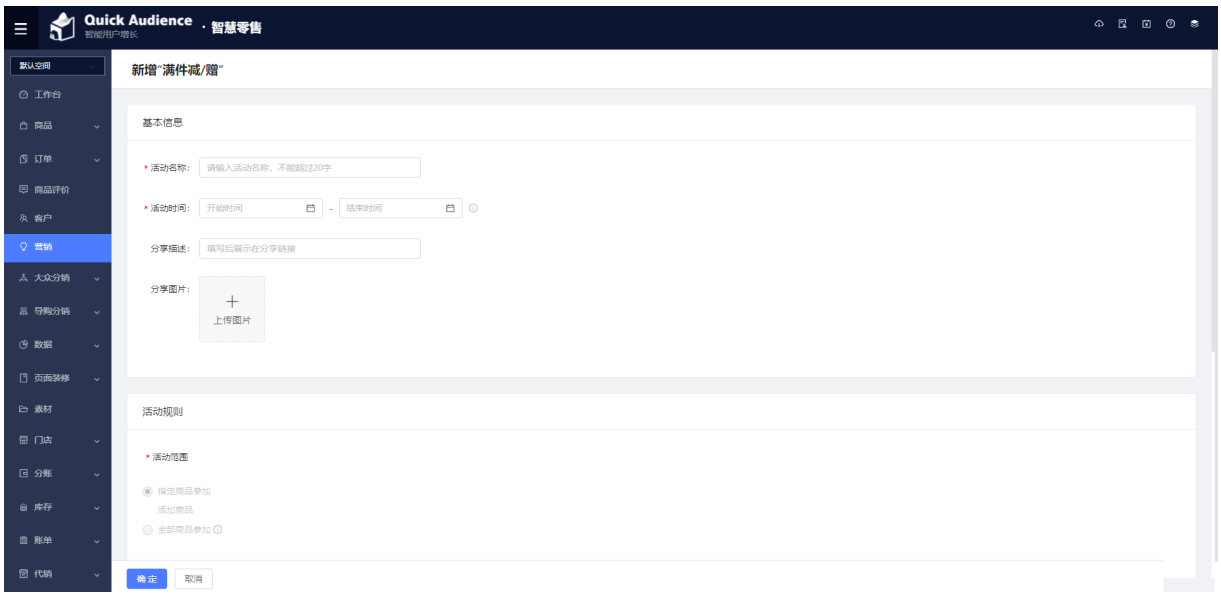
操作路径：智慧零售>营销>满赠活动


Quick Audience · 智慧零售
智能用户增长
默认空间
工作台
商品
订单
商品评价
客户
营销
大众分销
导购分销
数据
页面装修
素材
门店
分账
库存
账单
代销
营销
使用合适的营销方案可以有效提升销售、拉新、提高转化率。
优惠券
日常营销必备工具
邀请有礼
通过裂变使客户成倍增长
满减/赠
促销，提升客单价
拼团活动
激活老客，吸收新客
促销套餐
商品捆绑，提升客单价
秒杀
限时秒杀，低价促活
进店福利
浮窗曝光，聚焦吸睛


Quick Audience · 智慧零售
智能用户增长
默认空间
工作台
商品
订单
商品评价
客户
营销
大众分销
导购分销
数据
页面装修
素材
门店
分账
库存
账单
代销
满减/赠
满元减/赠
满n元可优惠/可赠送赠品
例：满100元打九折；满100元打九折送赠品
立即新增
满件减/赠
满n件可优惠/可赠送赠品
例：满3折打八折；满3件打八折送赠品
立即新增
活动名称：
请输入活动名称
活动类型：
全部
查询
重置
展开
共 66 条数据
活动名称
活动类型
活动时间
活动状态
操作
ezio 测试2
满元减/赠
2021-08-31 10:48:59~2021-09-01 10:49:03
未开始
推广 编辑 删除
ezio 测试1
满元减/赠
2021-08-10 10:44:45~2021-08-31 10:44:45
进行中
推广 编辑 停止
Hsin测试满减增购物车
满元减/赠
2021-08-09 15:46:45~2021-08-14 15:44:48
已结束
删除
满增活动——alex
满元减/赠
2021-08-02 18:32:28~2021-08-31 18:30:32
进行中
推广 编辑 停止
august 满减增
满元减/赠
2021-07-30 18:45:00~2021-08-31 18:41:09
进行中
推广 编辑 停止
test222
满元减/赠
2021-07-27 19:05:12~2021-07-28 19:04:18
已结束
删除
test 11
满元减/赠
2021-07-27 16:43:38~2021-07-27 19:03:56
已结束
删除

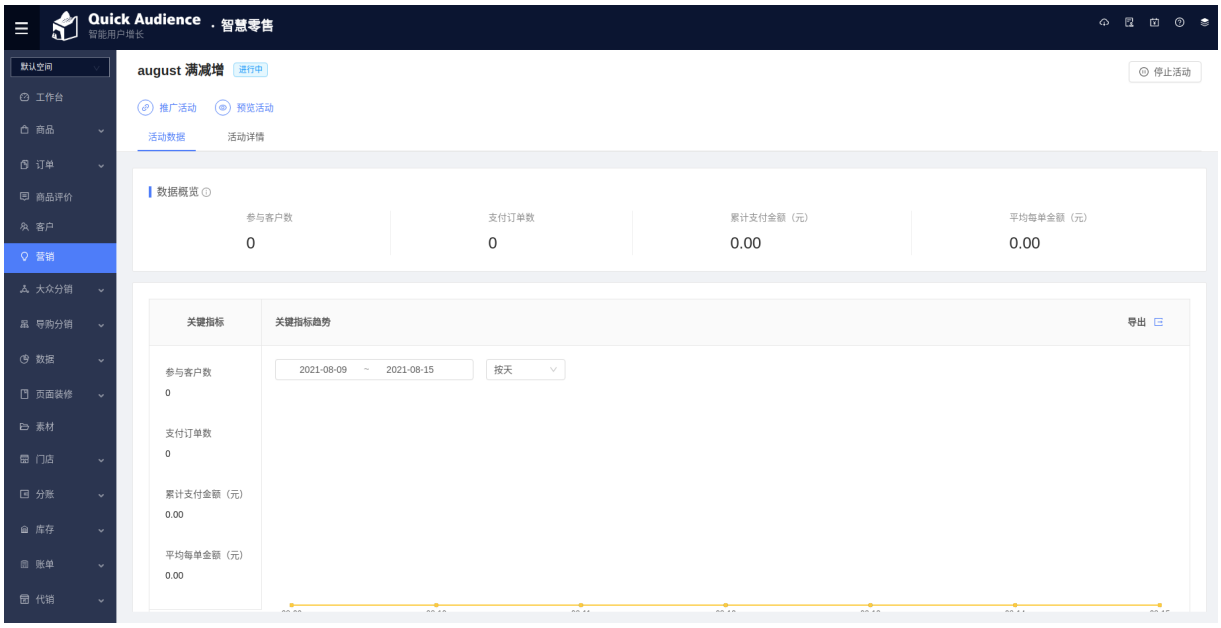

Quick Audience
智能用户增长
· 智慧零售
满减/赠
满元减/赠
满n元可优惠/可赠送赠品
例：满100元打九折；满100元打九折送赠品
立即新增
满件减/赠
满n件可优惠/可赠送赠品
例：满3折打八折；满3件打八折送赠品
立即新增
活动名称：
请输入活动名称
活动类型：
全部
活动状态：
全部
活动时间：
开始日期 ~ 结束日期
查询
重置
收起
共 66 条数据
活动名称
活动类型
活动时间
活动状态
操作
ezio 测试2
满元减/赠
2021-08-31 10:48:59~2021-09-01 10:49:03
未开始
推广 编辑 删除
ezio 测试1
满元减/赠
2021-08-10 10:44:45~2021-08-31 10:44:45
进行中
推广 编辑 停止
Hsin测试满减增购物车
满元减/赠
2021-08-09 15:46:45~2021-08-14 15:44:48
已结束
删除
满增活动——alex
满元减/赠
2021-08-02 18:32:28~2021-08-31 18:30:32
进行中
推广 编辑 停止
august 满减增
满元减/赠
2021-07-30 18:45:00~2021-08-31 18:41:09
进行中
推广 编辑 停止

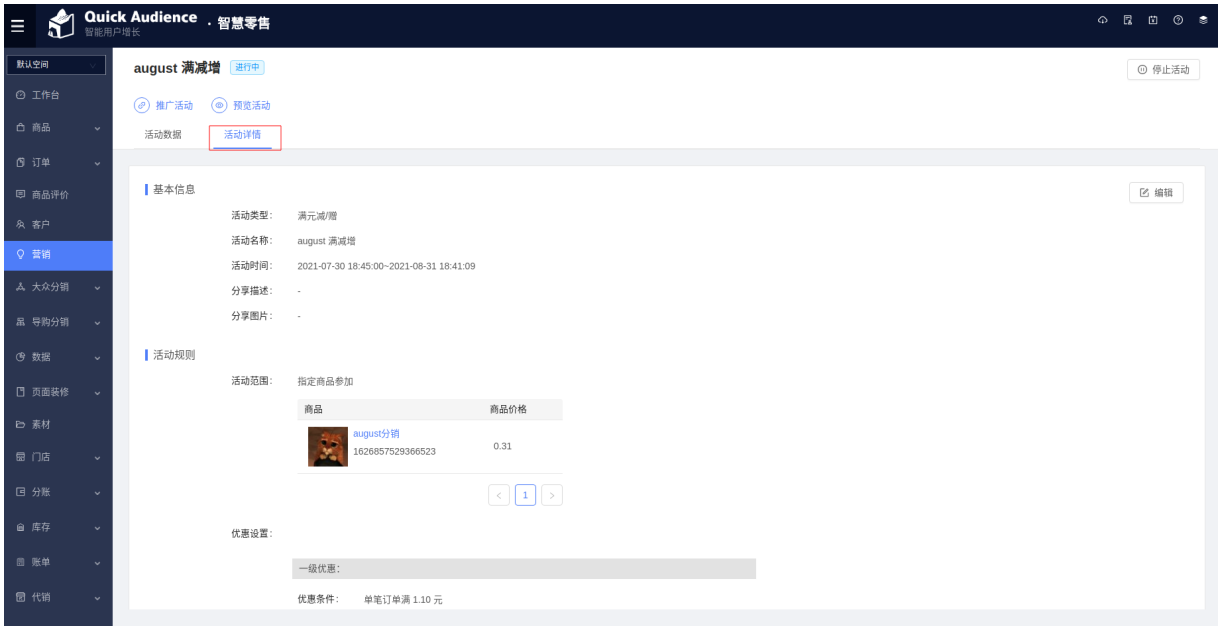

Quick Audience
智能用户增长
· 智慧零售
新增"满元减/赠"
基本信息
活动名称：
请输入活动名称，不能超过20字
活动时间：
开始时间
结束时间
分享描述：
填写后展示在分享链接
分享图片：
上传图片
活动规则
活动范围
指定商品参加
添加商品
全部商品参加
确定
取消


Quick Audience
智能用户增长
· 智慧零售
新增"满件减/赠"
基本信息
活动名称：
请输入活动名称，不能超过20字
活动时间：
开始时间
结束时间
分享描述：
填写后展示在分享链接
分享图片：
上传图片
活动规则
活动范围
指定商品参加
添加商品
全部商品参加
确定
取消

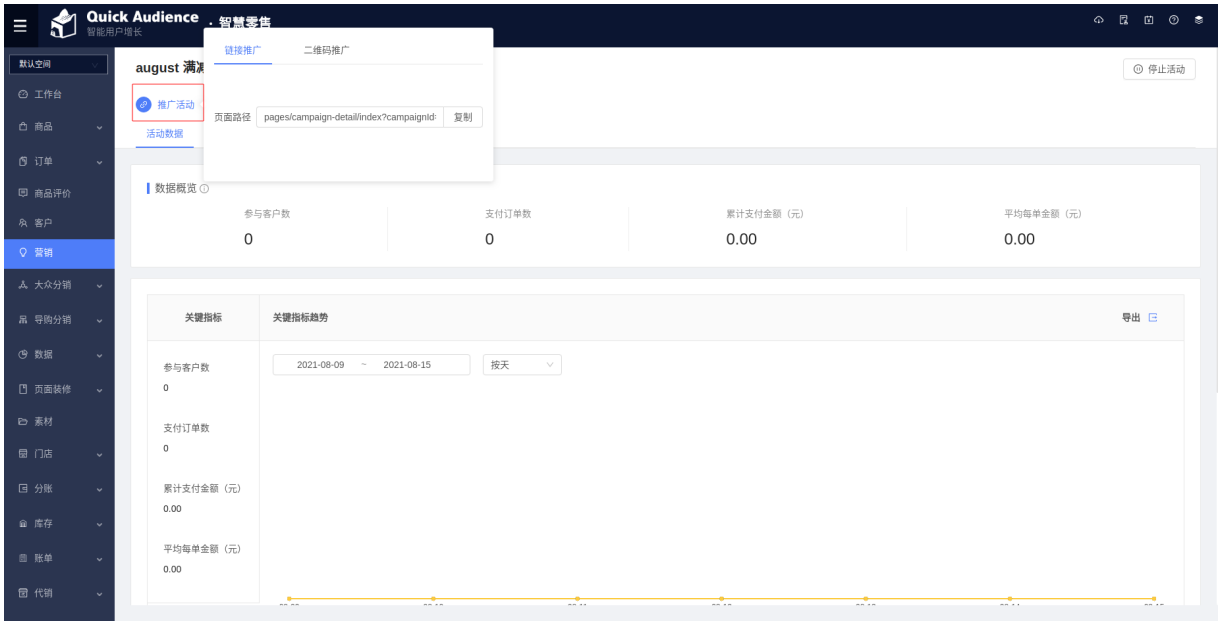
支持查看活动详情和活动数据。

操作路径：智慧零售>营销>满赠活动>活动名称>活动详情





满赠活动创建完成后可以通过推广链接或二维码将活动进行推送



通过活动链接或扫描二维码进入活动详情页面

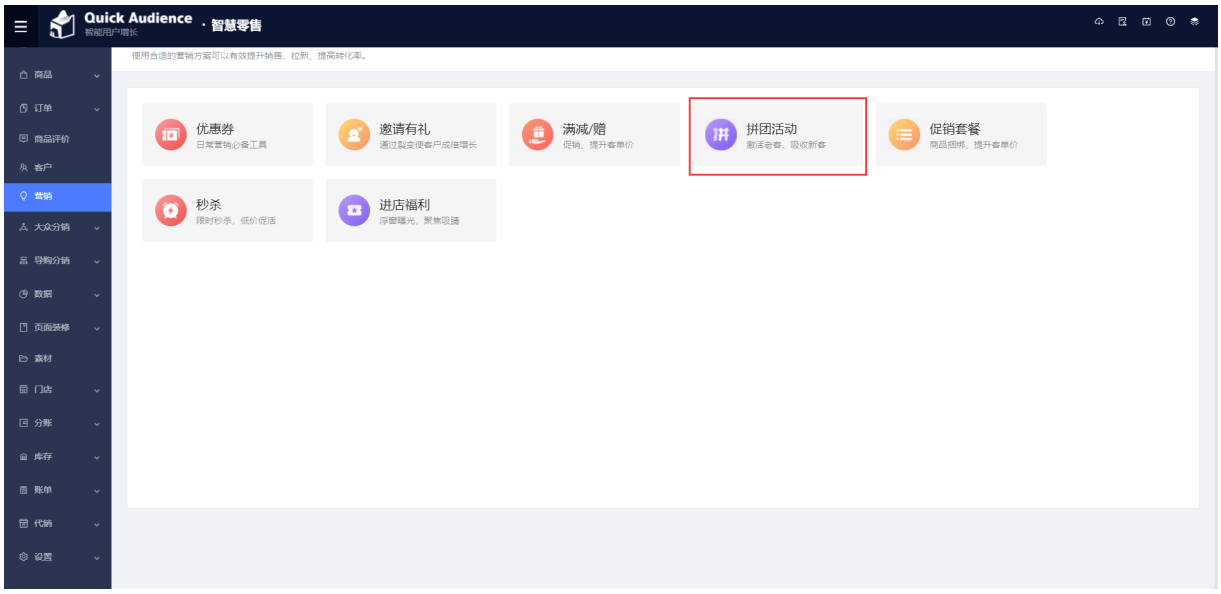
下午4:59 | 1.5K/s
活动详情
满36元赠档案盒
距活动结束还有 05 天 23 小时 52 分 51 秒
活动时间： 2021.03.15 16:51:55~2021.03.21 16:51:55
活动范围： 指定商品参加
活动规则： 单笔订单满36元，送A4塑料档案盒党建资料盒x1(赠完为止)；
单笔订单满64元，送A4塑料档案盒党建资料盒x2(赠完为止)
活动商品
文件架 四联座桌上资料架 办公用品大全加厚整理置...
已销34件
¥9.00

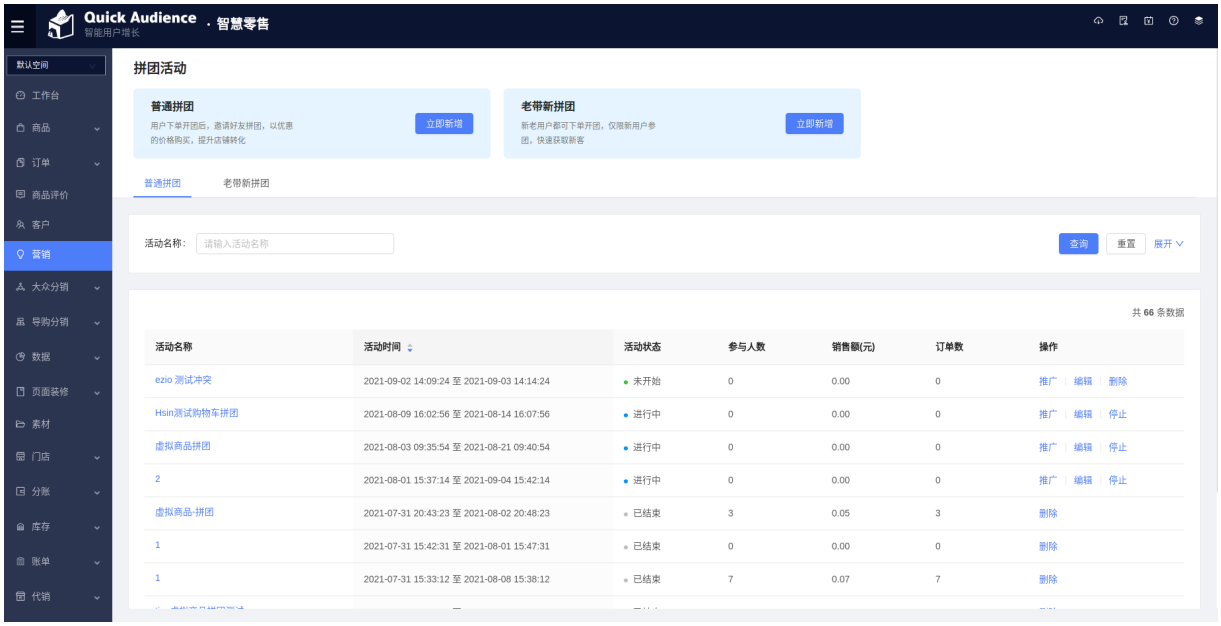
下午5:00 | 3.0K/s
确认订单
配送到家
门店自提
收货地址
添加收货地址
快递配送
配送费
¥0.00
送达时间
以快递送达时间为准
经济实惠
同城配送
配送费
¥0.00
快速送达
文件架 四联座桌上资料架办公用品大全加厚整理置物塑料书立书架收...
¥9.00
x5
小 | 红
赠
A4塑料档案盒党建资料盒
¥0.00
¥17.90
x1
购买数量：
5
配送方式：快递配送
订单备注：
选填，可填写特殊需求等
共5件 小计：¥45.00
优惠券：
5张可用
礼品卡：
无可用
合计：¥45.00
提交订单

4.3 拼团活动

带动老用户的积极性，吸收新用户，有效为品牌引流，实现销量进一步的增长。

操作路径：智慧零售>营销>拼团活动

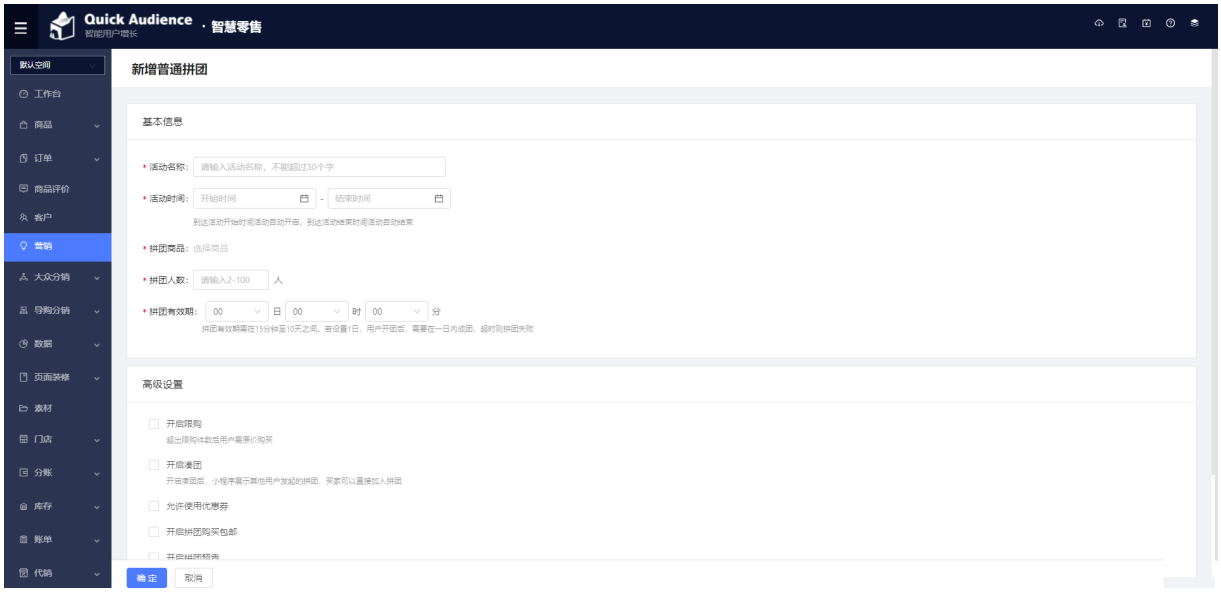




4.3.1 普通拼团

客户下单开团后，邀请好友拼团，以优惠的价格购买，提升店铺转化。

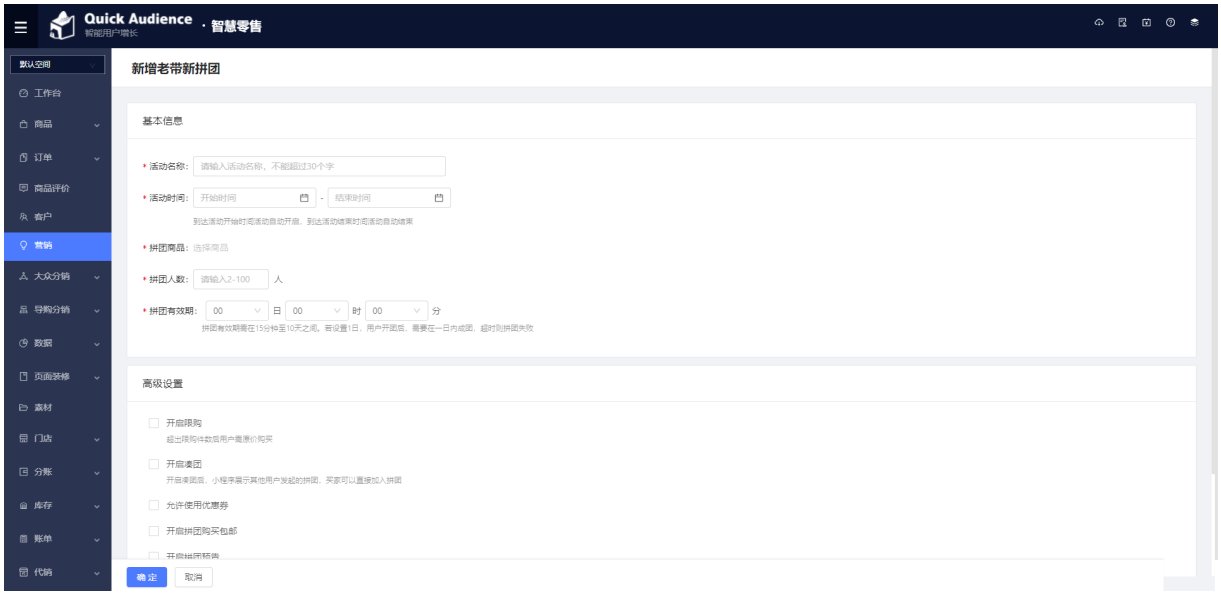
操作路径：智慧零售>营销>拼团活动>普通拼团



4.3.2 老带新拼团

新老用户都可下单开团，仅限新用户参团，快速拉动新客户的使用。

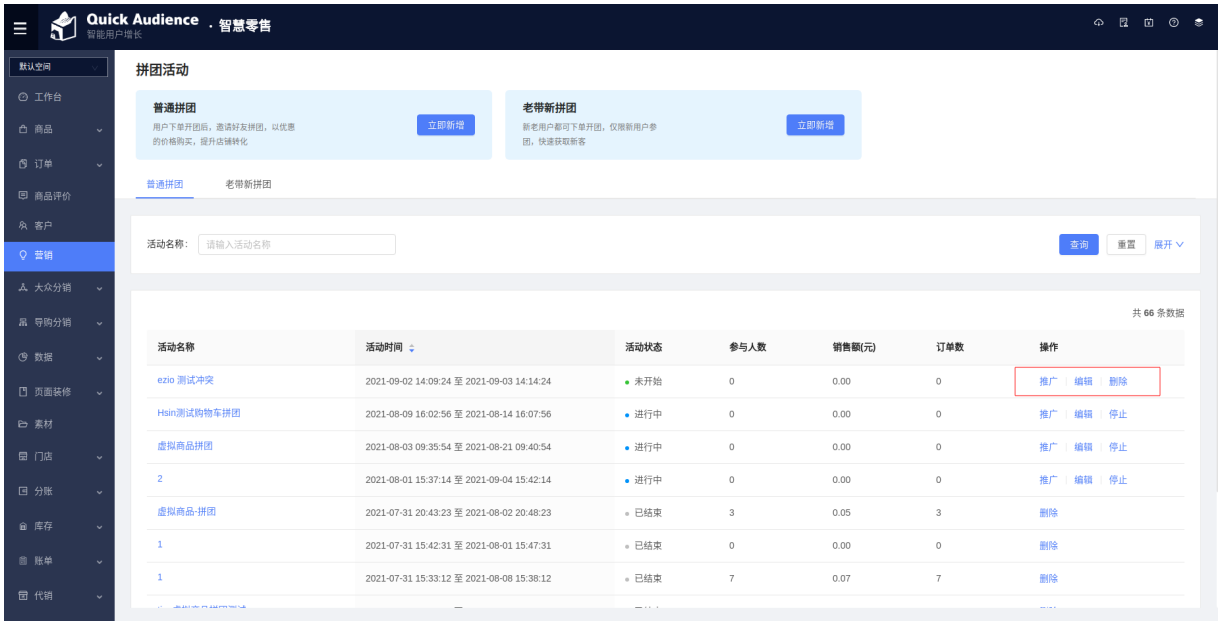
操作路径：智慧零售>营销>拼团活动>老带新拼团

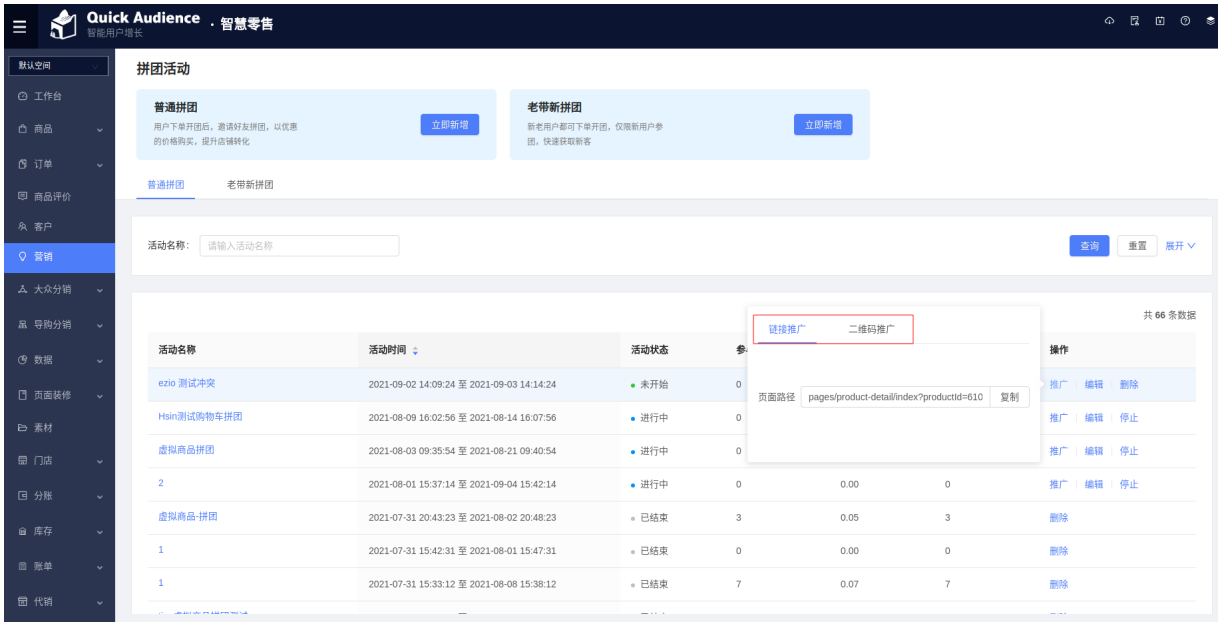


4.3.3 拼团活动列表

拼图活动列表分为普通拼团列表和老带新拼团列表，活动列表展示了展示活动名称、活动时间、活动状态、参与人数、销售额、订单数，在活动列表中支持对拼团活动进行编辑、推广、停止操作。

操作路径：智慧零售>营销>拼团活动

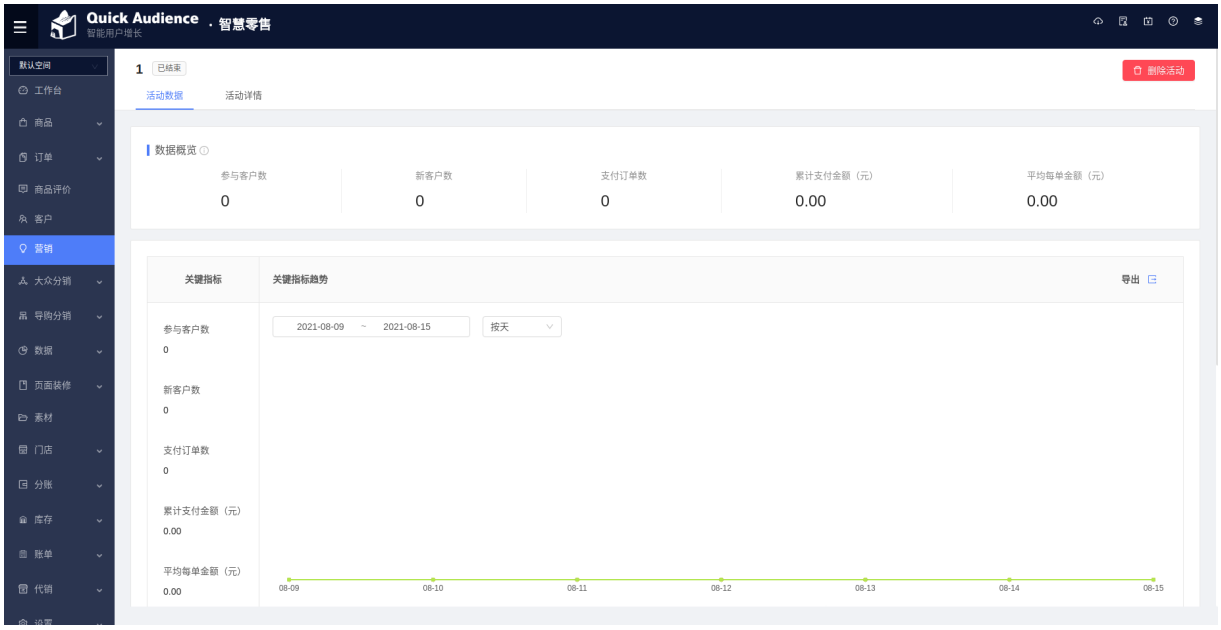


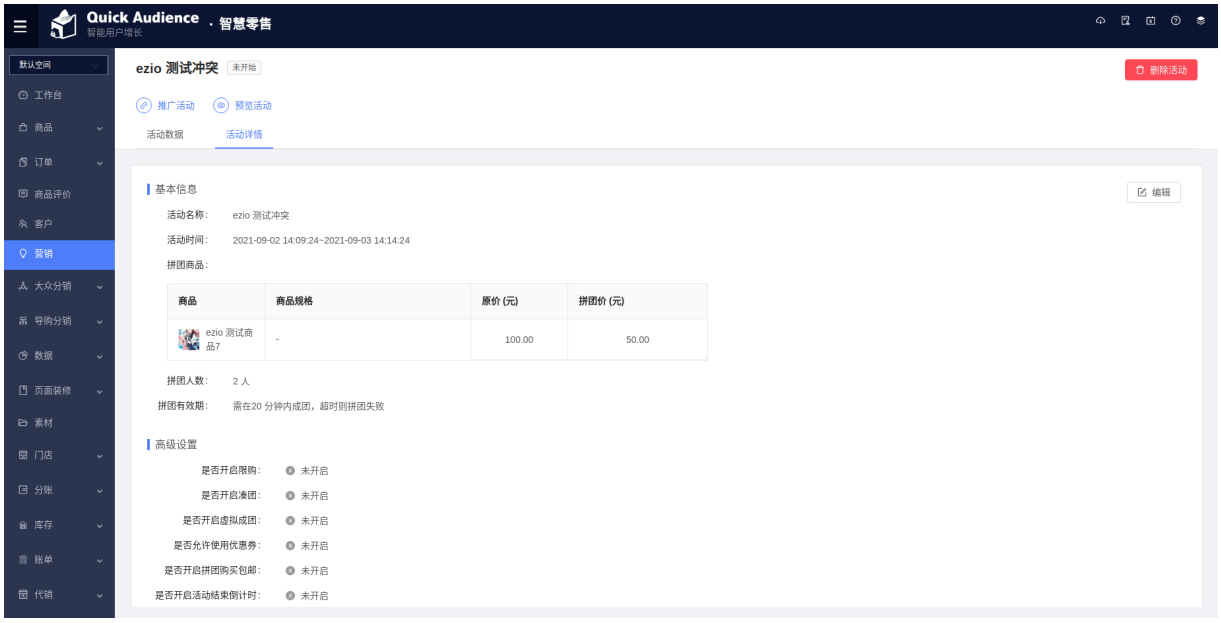


4.3.4 拼团活动详情

在活动列表中单击活动名称，可跳转至对应查看活动详情与活动数据

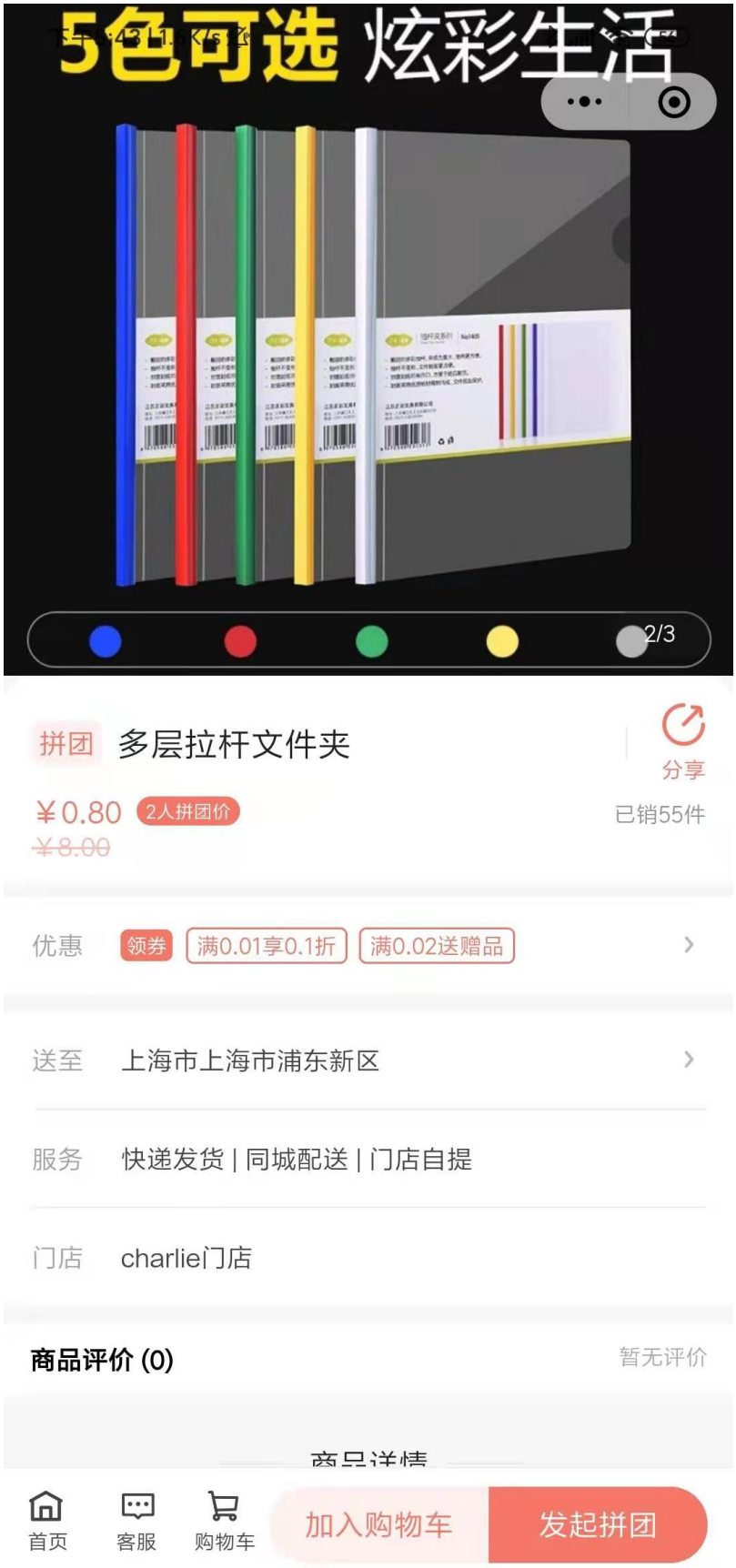
操作路径：智慧零售>营销>拼团活动>活动名称





4.3.5 拼团活动页面展示

在拼团活动开始后，客户可以通过活动链接、扫描二维码等方法进入拼团商品页面。

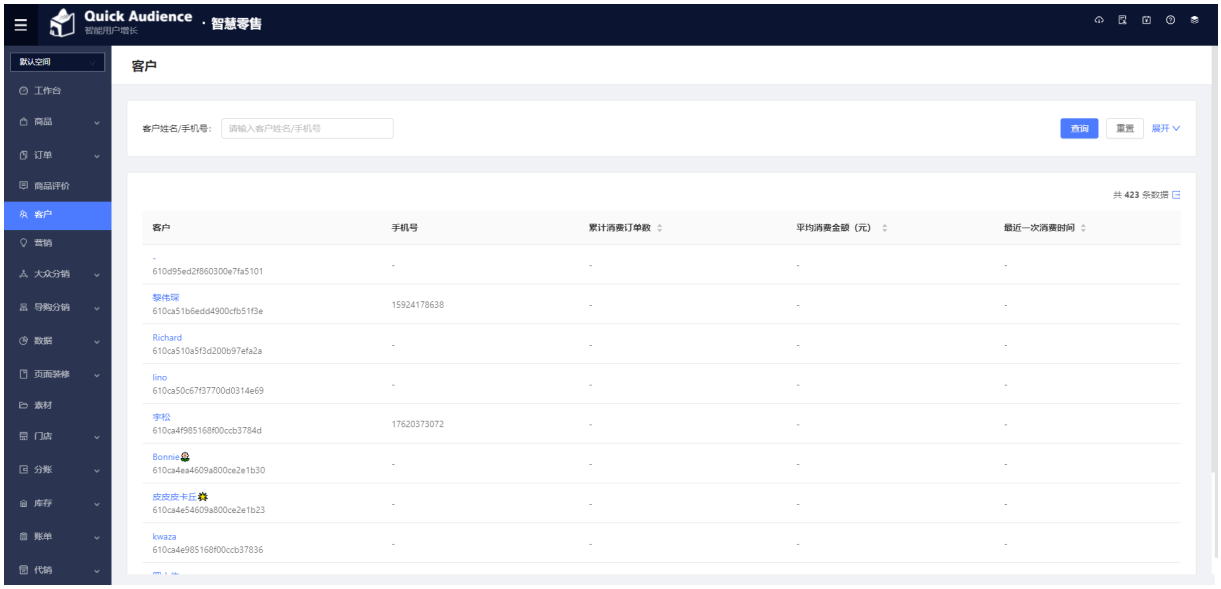

5色可选 炫彩生活
2/3
拼团 多层拉杆文件夹
分享
¥0.80 2人拼团价
已销55件
¥8.00
优惠 领券 满0.01享0.1折 满0.02送赠品
送至 上海市上海市浦东新区
服务 快递发货 | 同城配送 | 门店自提
门店 charlie门店
商品评价 (0)
暂无评价
首页
客服
购物车
加入购物车
发起拼团

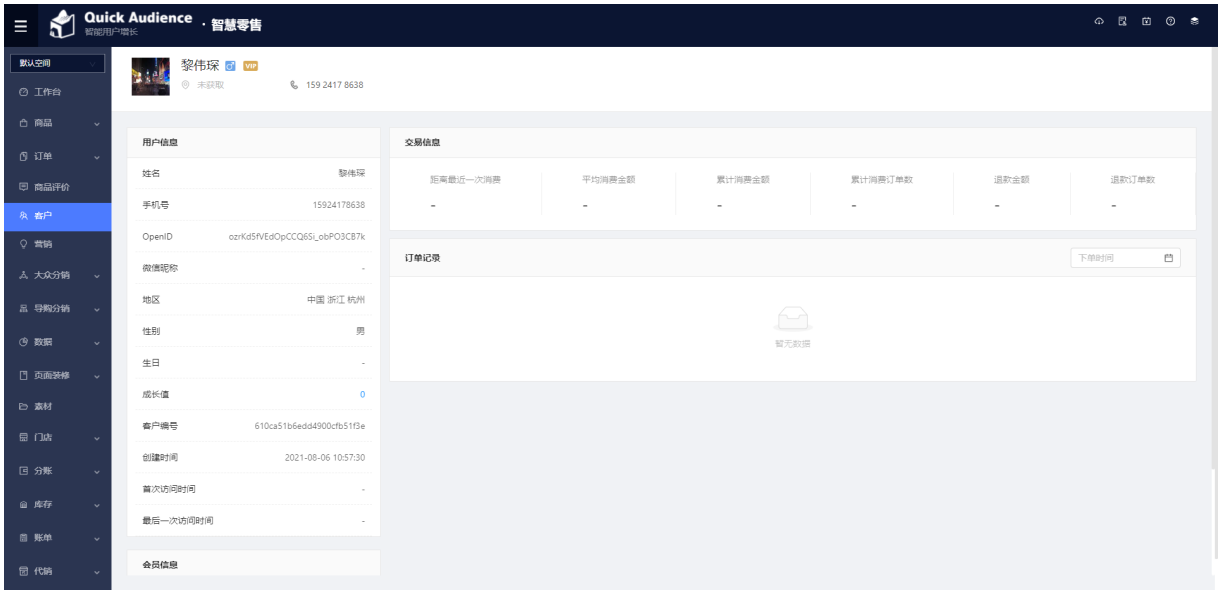
下午5:45 | 3.3K/s
56
确认订单
配送到家
门店自提
收货地址
瓜 15726827532
上海市上海市黄浦区某某小区某某号
快递配送
配送费 ¥0.00
送达时间 以快递送达时间为准
经济实惠
同城配送
配送费 ¥0.00
快速送达
选择商品
开团/参团
邀请好友
参团支付
人满成团
失败退款
多层拉杆文件夹
¥0.80
x1
购买数量：
1
配送方式：快递配送
会员包邮
订单备注：
选填，可填写特殊需求等
共1件 小计：¥0.80
优惠券：
该活动不支持使用优惠券
合计：¥0.80
提交订单

5. 客户管理

系统自动为访问小程序的用户创建客户，后续通过客户的属性和行为等数据进行精准营销。支持查看客户详情，客户详情展示客户基本信息、会员信息、交易信息和订单记录。

操作路径：智慧零售>客户

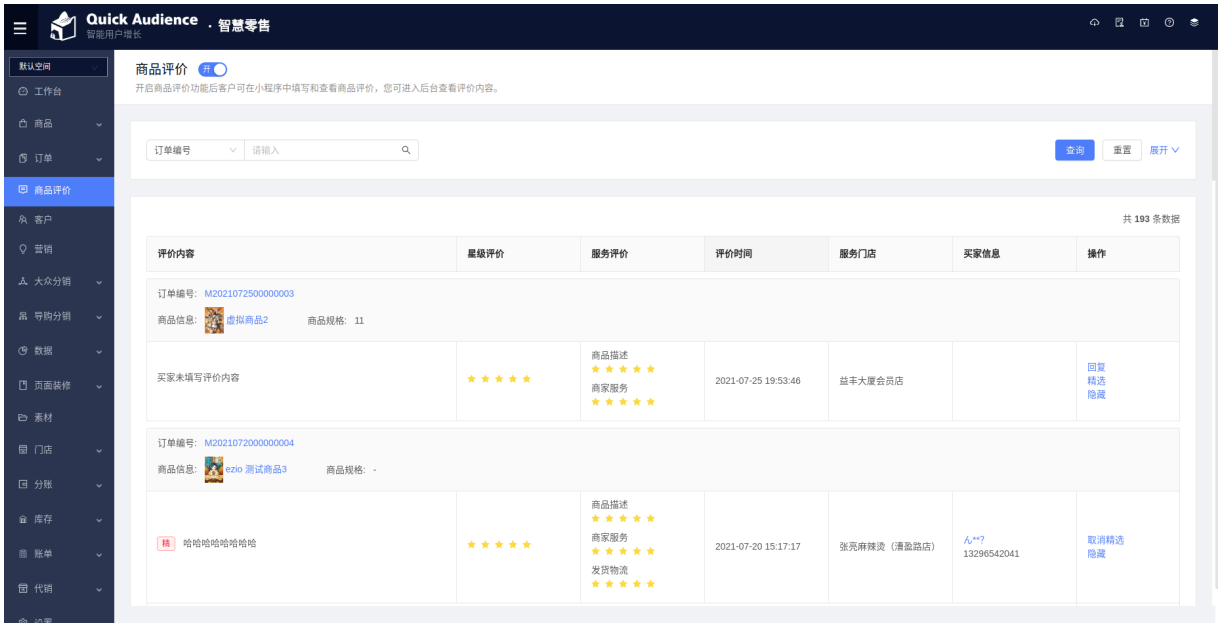


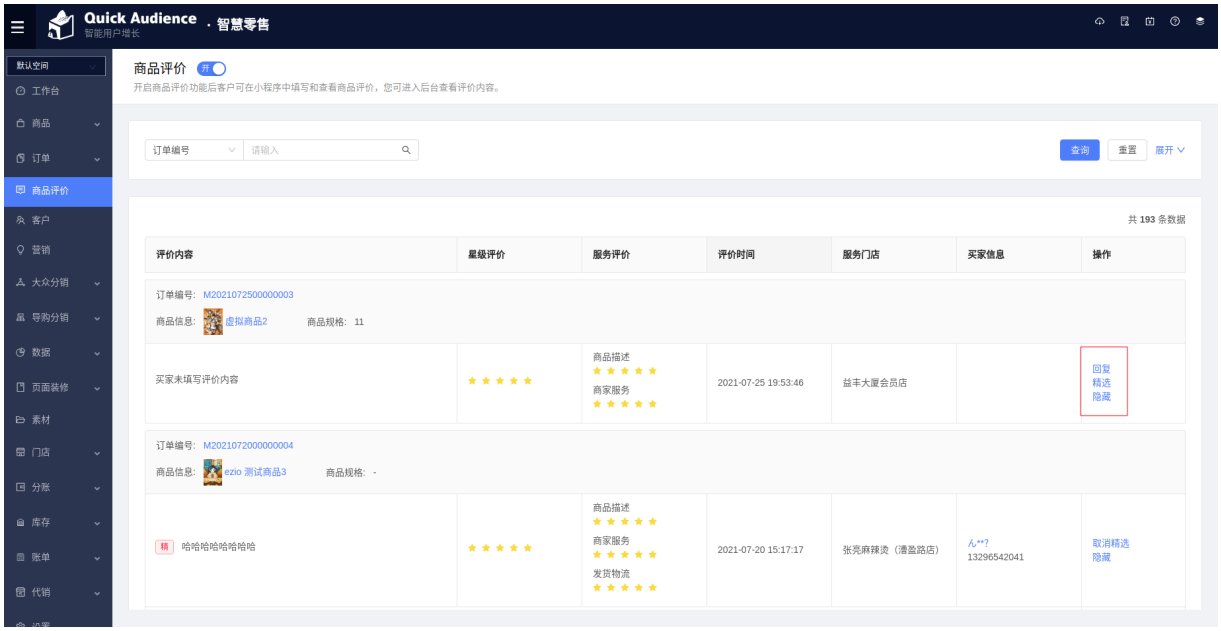


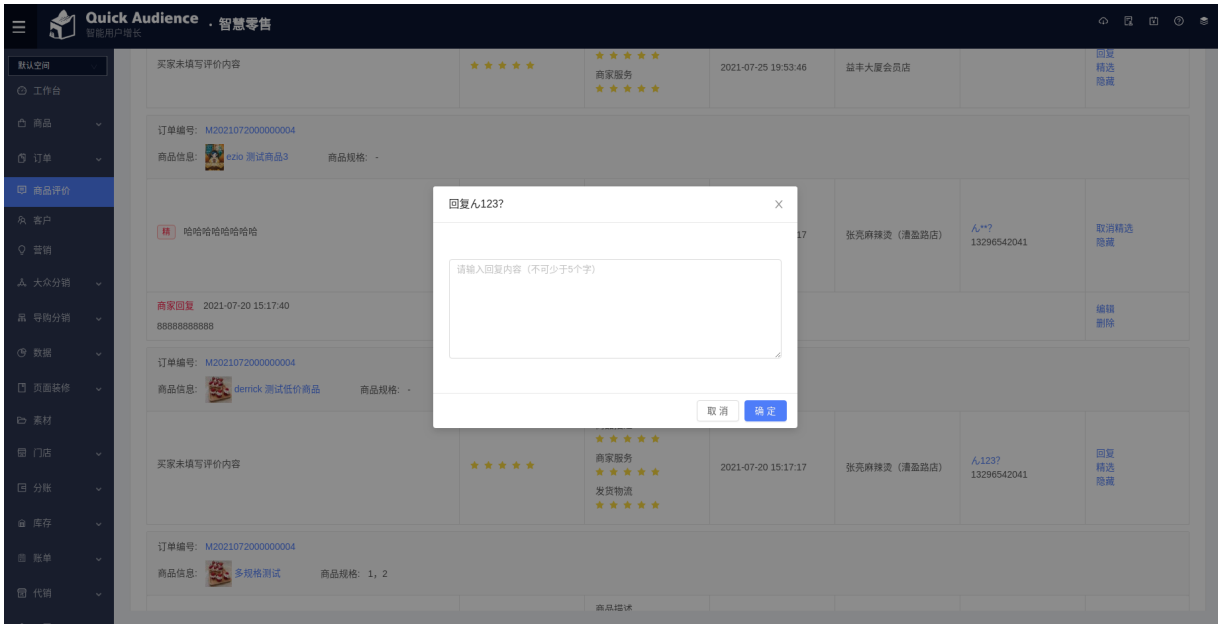
7. 商品评价

在订单交易完成后，支持客户对商品进行评价 后台展示对应的评价记录

操作路径：智慧零售>商品评价


Quick Audience · 智慧零售
智能用户增长
默认空间
工作台
商品
订单
商品评价
客户
营销
大众分销
导购分销
数据
页面装修
素材
门店
分账
库存
账单
代销
商品评价 开
开启商品评价功能后客户可在小程序中填写和查看商品评价，您可进入后台查看评价内容。
订单编号
请输入
查询
重置
展开
共 193 条数据
评价内容
星级评价
服务评价
评价时间
服务门店
买家信息
操作
订单编号: M2021072500000003
商品信息: 虚拟商品2
商品规格: 11
买家未填写评价内容
商品描述
商家服务
2021-07-25 19:53:46
益丰大厦会员店
回复
精选
隐藏
订单编号: M2021072000000004
商品信息: ezio 测试商品3
商品规格: -
精
哈哈哈哈哈哈哈哈
商品描述
商家服务
发货物流
2021-07-20 15:17:17
张亮麻辣烫（漕盈路店）
ん**?
13296542041
取消精选
隐藏


Quick Audience · 智慧零售
智能用户增长
默认空间
工作台
商品
订单
商品评价
客户
营销
大众分销
导购分销
数据
页面装修
素材
门店
分账
库存
账单
代销
商品评价 开
开启商品评价功能后客户可在小程序中填写和查看商品评价，您可进入后台查看评价内容。
订单编号
请输入
查询
重置
展开
共 193 条数据
评价内容
星级评价
服务评价
评价时间
服务门店
买家信息
操作
订单编号: M2021072500000003
商品信息: 虚拟商品2
商品规格: 11
买家未填写评价内容
商品描述
商家服务
2021-07-25 19:53:46
益丰大厦会员店
回复
精选
隐藏
订单编号: M2021072000000004
商品信息: ezio 测试商品3
商品规格: -
精
哈哈哈哈哈哈哈哈
商品描述
商家服务
发货物流
2021-07-20 15:17:17
张亮麻辣烫（漕盈路店）
ん**?
13296542041
取消精选
隐藏



11.4. 高级功能

高级功能包括门店分账、大众分销、导购分销、账单、代销功能。

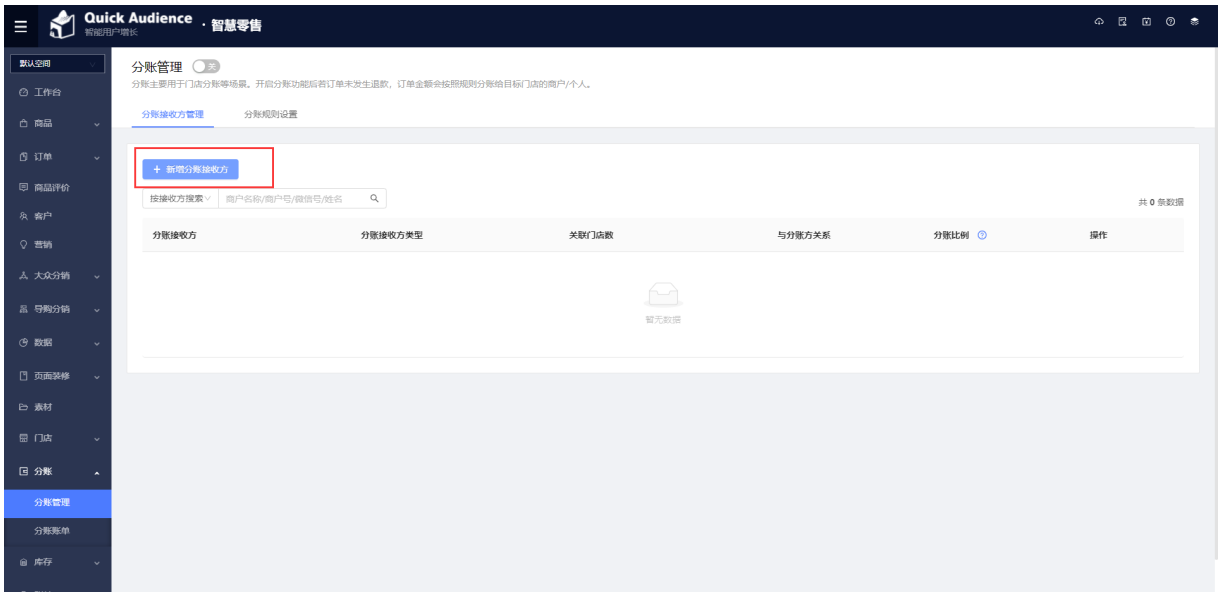
1. 门店分账

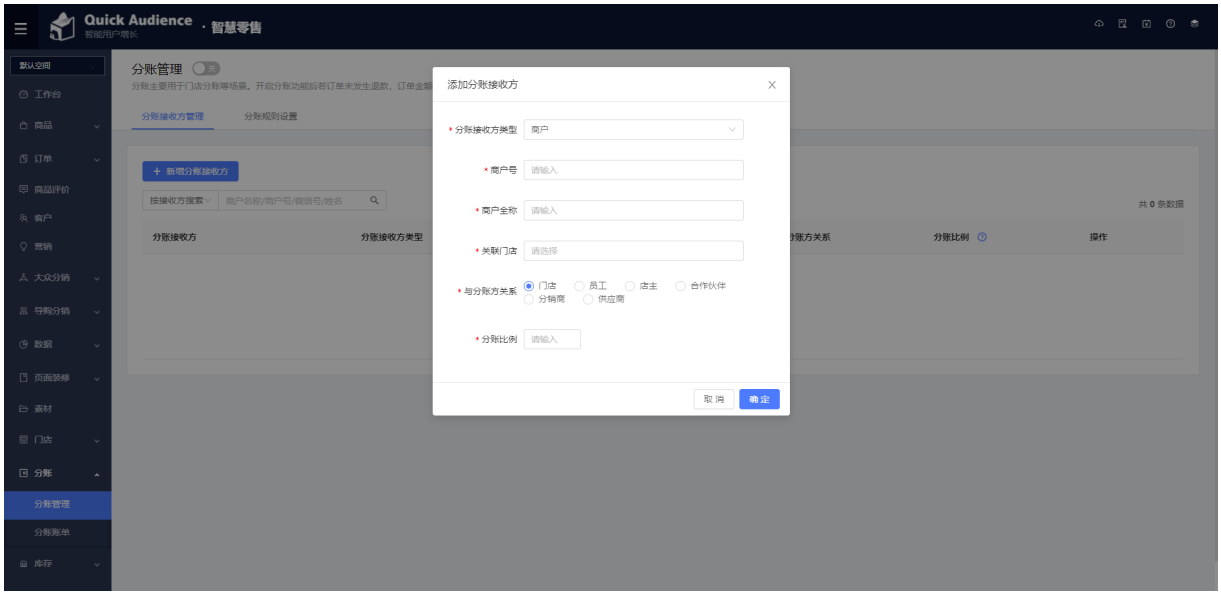
若商家存在线上订单给门店进行分账的场景，则需开启分账功能。

1.1 添加分账接收方

（1）为了方便商家进行分账，分账接收方既可以是商户，也可以是微信用户，商家可以自行添加分账接收方。支持给分账接收方自定义分账比例。

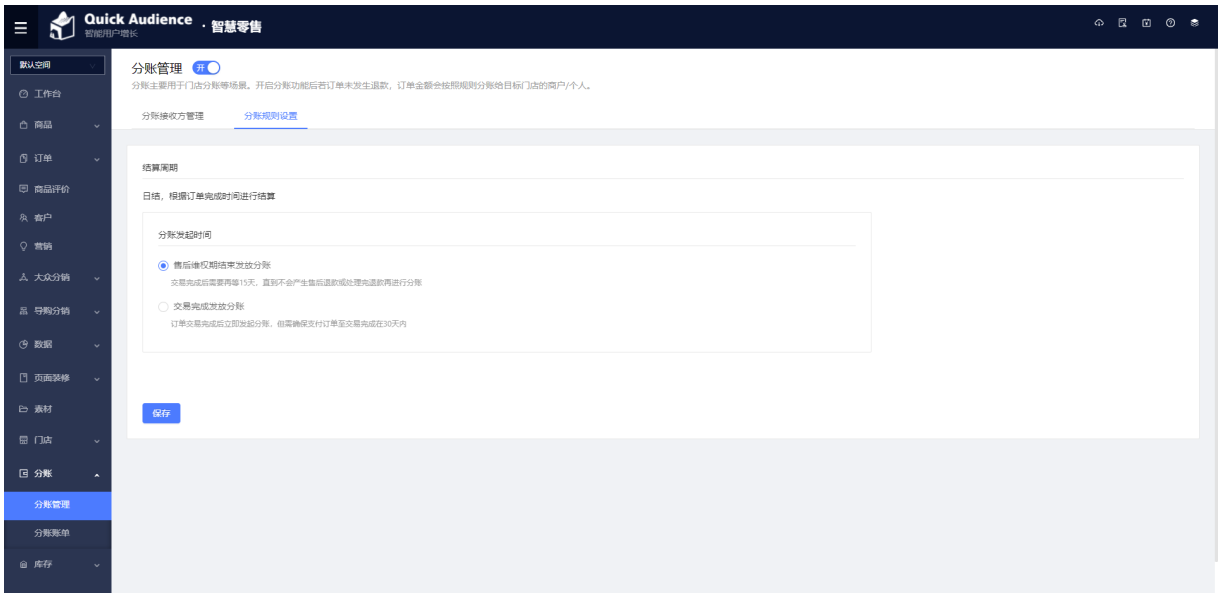
操作路径：智慧零售>分账>分账管理>分账接收方管理>新增分账接收方





（2）支持设置分账发起时间。

操作路径：智慧零售>分账>分账管理>分账规则设置

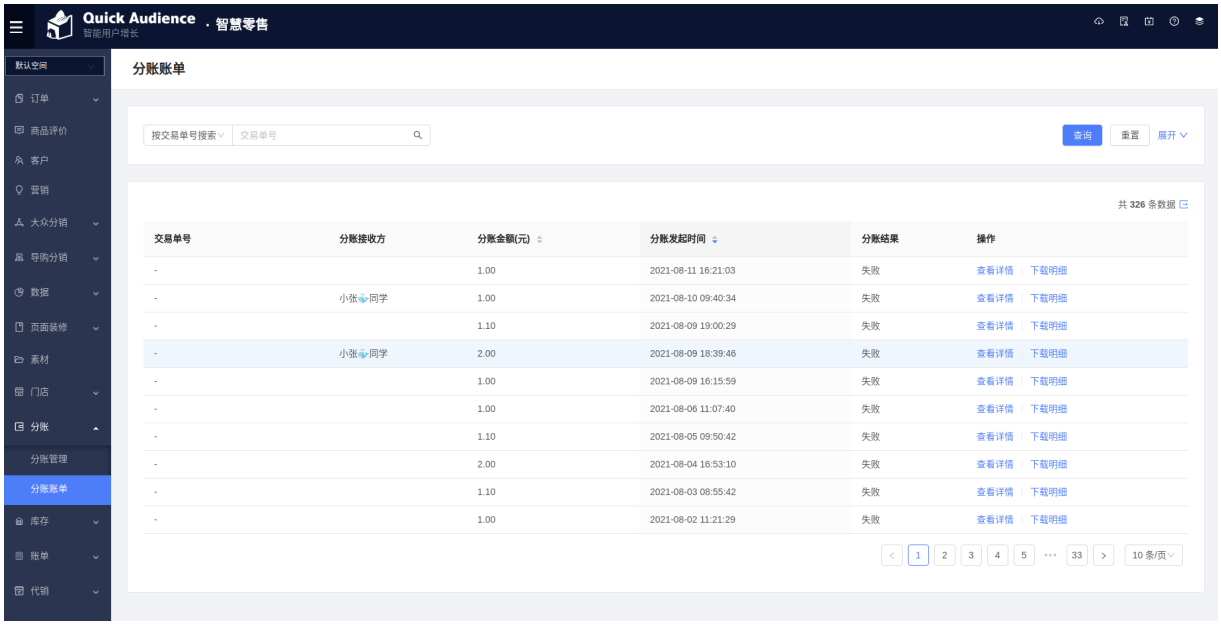


注：微信商户结算时将扣除0.6%的费率，实际分账金额为订单实付金额的99.4%。

1.2 分账账单

支持查看分账账单，支持查看每条分账记录的分账详情。

操作路径：智慧零售>分账>分账账单

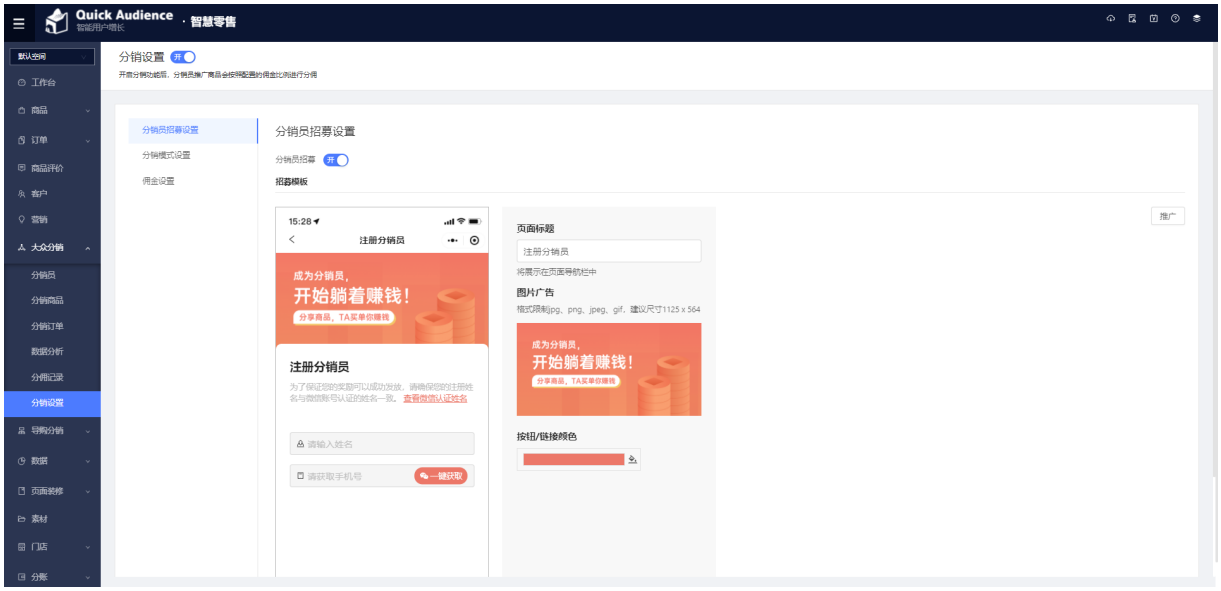


2. 大众分销

大众分销功能是智慧零售推出的一款帮助商家推广线上商城的营销活动。商家通过招募消费者注册成为大众分销员，大众分销员成功推广商城/商品并促成交易后给予一定佣金奖励，以此给商家带来更多的传播，促进销量提升。

若商家需要通过大众分销功能进行营销，则需开启分销功能。

操作路径：智慧零售>大众分销>分销设置>开启分销

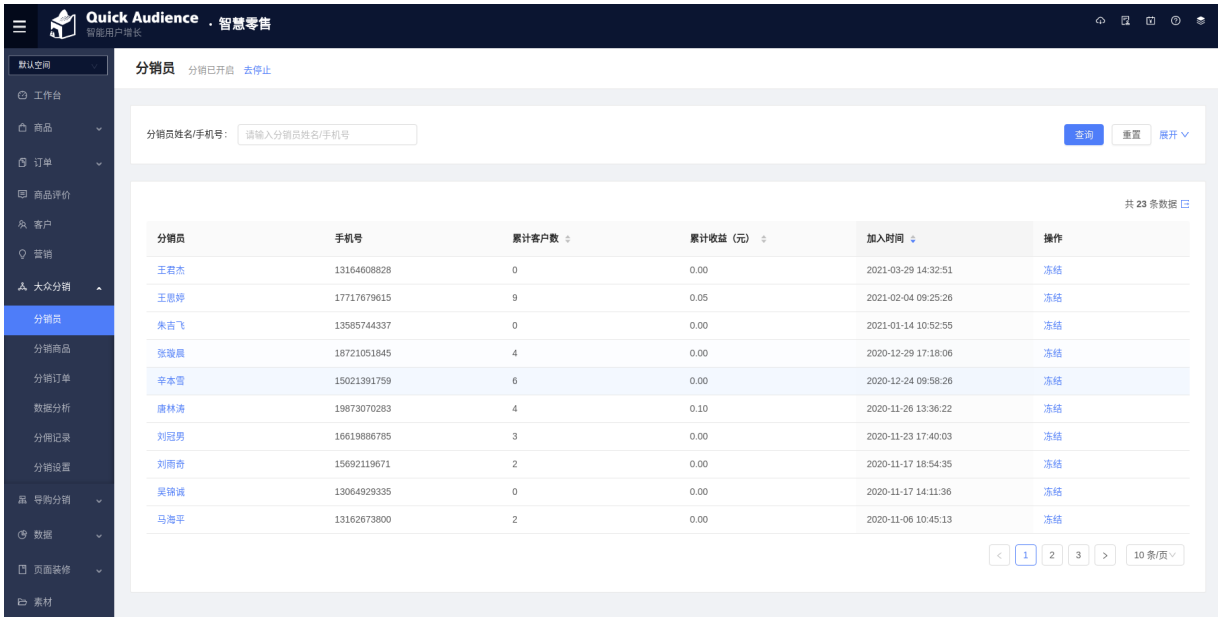


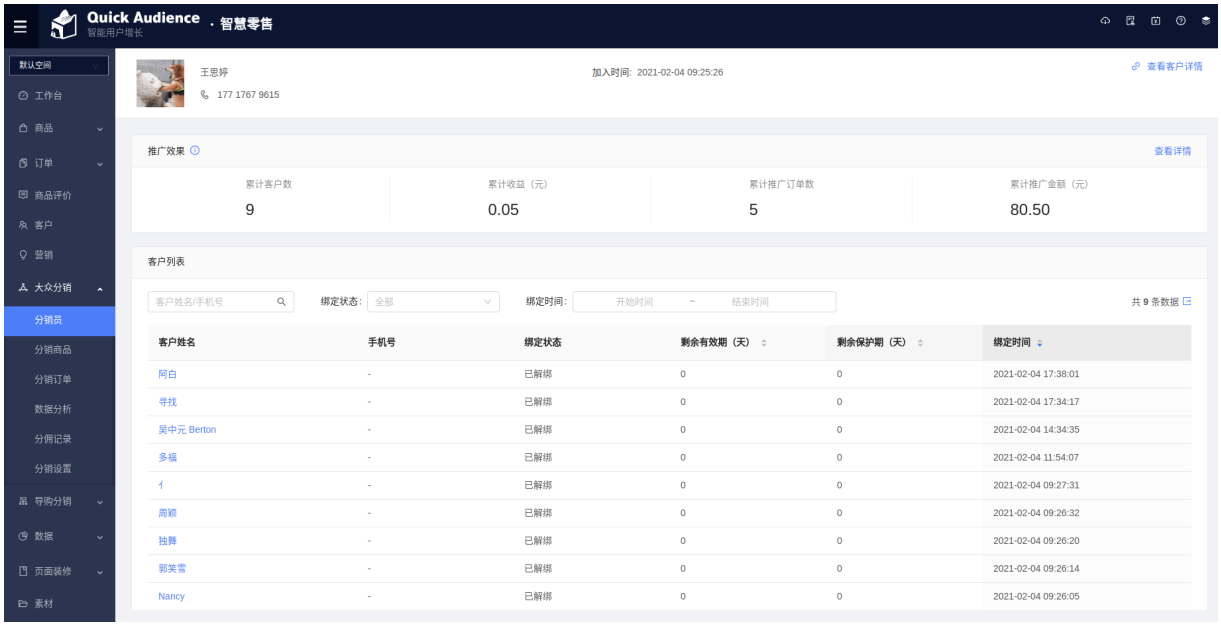
2.1 分销员管理

分销员列表展示系统中所有已注册的大众分销员，支持按照分销员信息筛选分销员，支持查看分销员详情。若分销员存在异常或违规操作，支持冻结分销员，冻结后分销员推广商品不再获得佣金，已冻结的分销员支持解冻。

支持查看大众分销员的详情，主要展示大众分销员的基本信息、推广效果和客户列表。

操作路径：智慧零售>大众分销>分销员



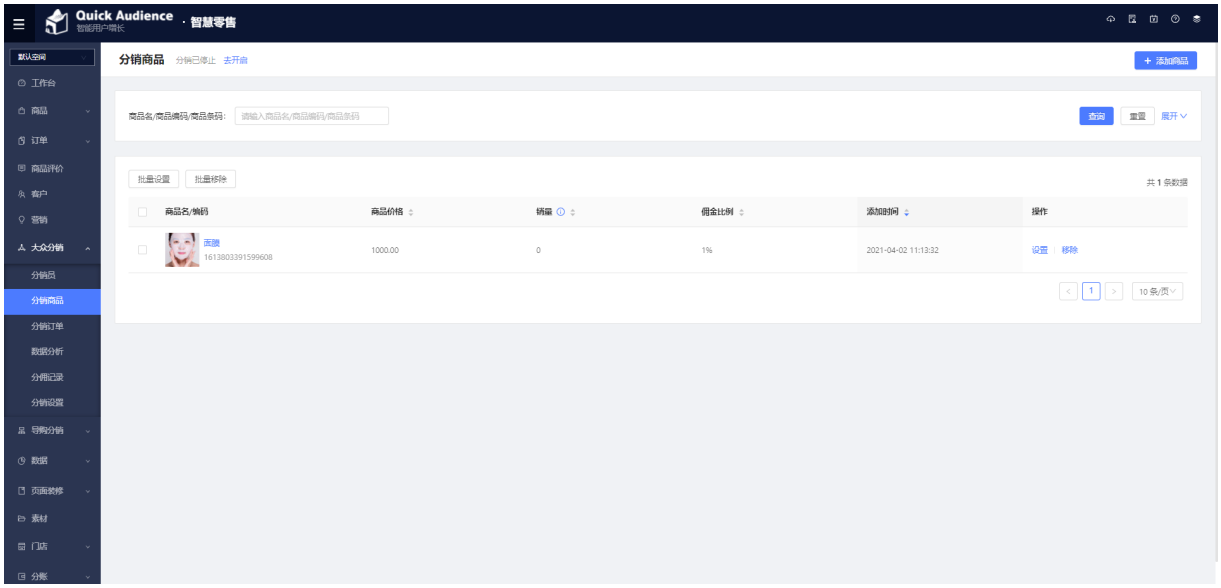


2.2 分销商品

分销商品列表展示所有参与分销的商品，大众分销员只有促成分销商品的销售才可获得佣金，支持添加所有已上架商品作为分销商品。

新添加的分销商品使用默认分佣比例，支持修改分销商品的分佣比例。若商品不再参与分销，支持移除商品。

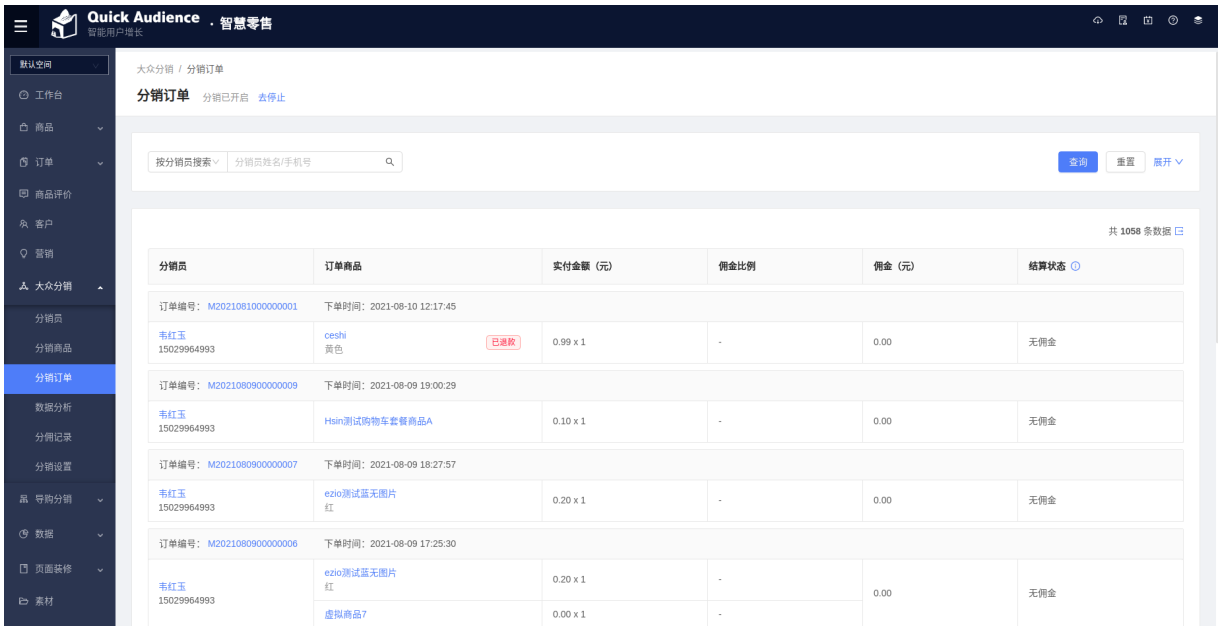
操作路径：智慧零售>大众分销>分销商品



2.3 分销订单

分销订单列表展示所有通过分销员推广所产生的订单，支持查看每条订单的佣金以及结算状态，支持通过分销员信息/订单信息筛选订单。

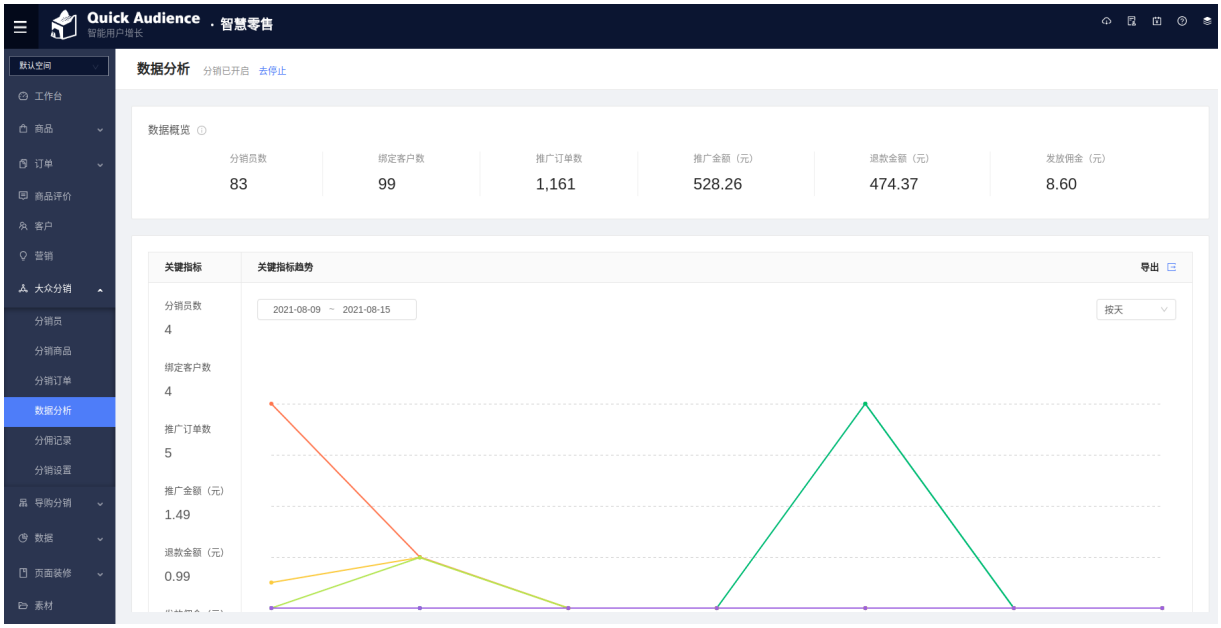
操作路径：智慧零售>大众分销>分销订单



2.4 数据分析

数据分析页面支持查看注册分销员数、分销员绑定客户数、推广订单数、推广金额、发放佣金。支持自定义日期区间查看各指标的数据以及各指标的趋势。

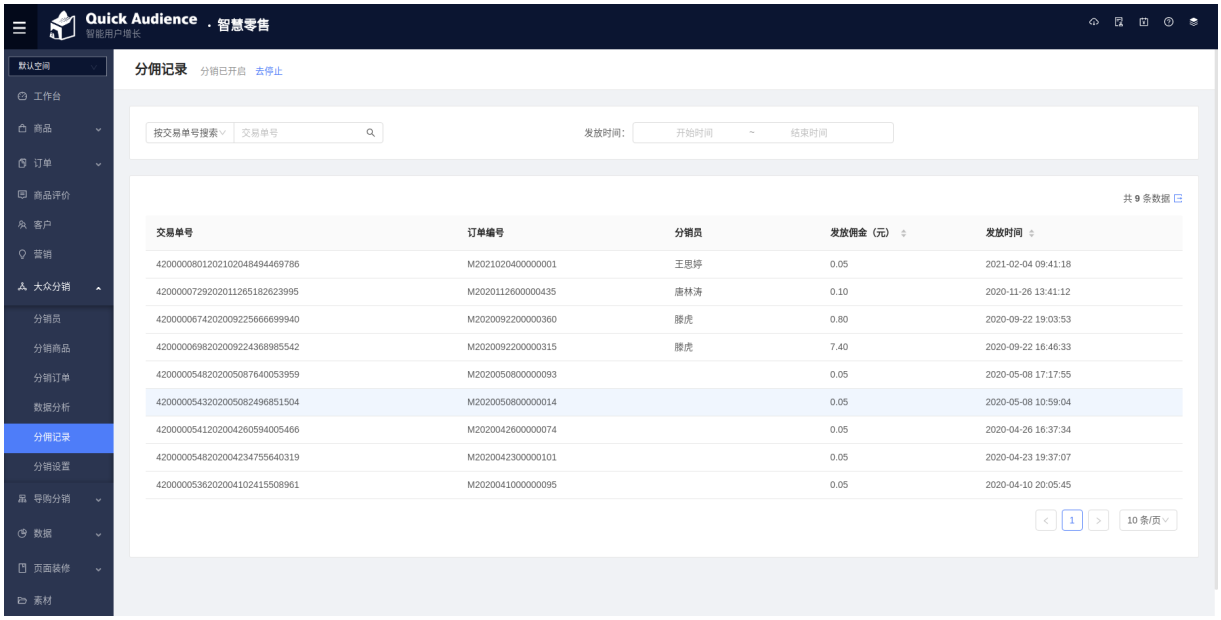
操作路径：智慧零售>大众分销>数据分析



2.5 分佣记录

分佣记录展示大众分销功能中所有佣金的发放记录，每发放一次佣金产生一条分佣记录。

操作路径：智慧零售>大众分销>分佣记录



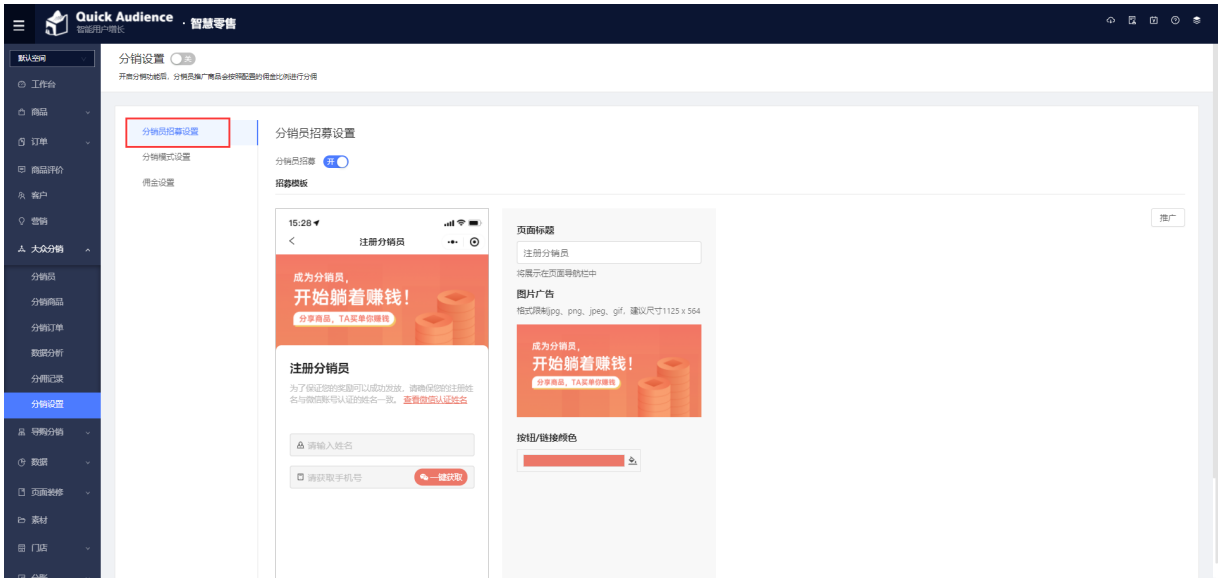
2.6 分销设置

分销设置包括大众分销功能的开启/关闭、分销员招募设置、分销模式设置、佣金设置。

2.6.1 分销员招募设置

分销员招募支持开启和关闭。系统提供默认的分销员注册模板，支持更换模板中的图片广告以及按钮和字体颜色。分销招募模板应用于电商小程序端注册分销员页面。

操作路径：智慧零售>大众分销>分销设置>分销员招募设置



2.6.2 分销模式设置

支持设置分销员与客户的绑定关系和分销员抢客设置。

分销员与客户的绑定关系

永久绑定：客户单击分销员的推广链接/扫描分销员的推广二维码与分销员建立绑定关系，有效期长期有效。

有效期xx天，结束后自动解绑：有效期以24小时制计算，例如“有效期3天”，客户与分销员绑定后的72小时解绑；有效期始终以客户最后一次单击分销员的推广链接进行计算，例如“有效期2天”，12-01 10:18:20客户与分销员建立绑定关系，12-02 14:24:48客户又点了分销员的推广链接，那么解绑时间为12-05 14:24:48。 不绑定：客户与分销员无固定绑定关系，客户通过分销员的推广链接购买分销商品，分销员获得佣金。

客户与分销员绑定期间购买分销商品，分销员按照分销商品的实付金额*佣金比例获取佣金。

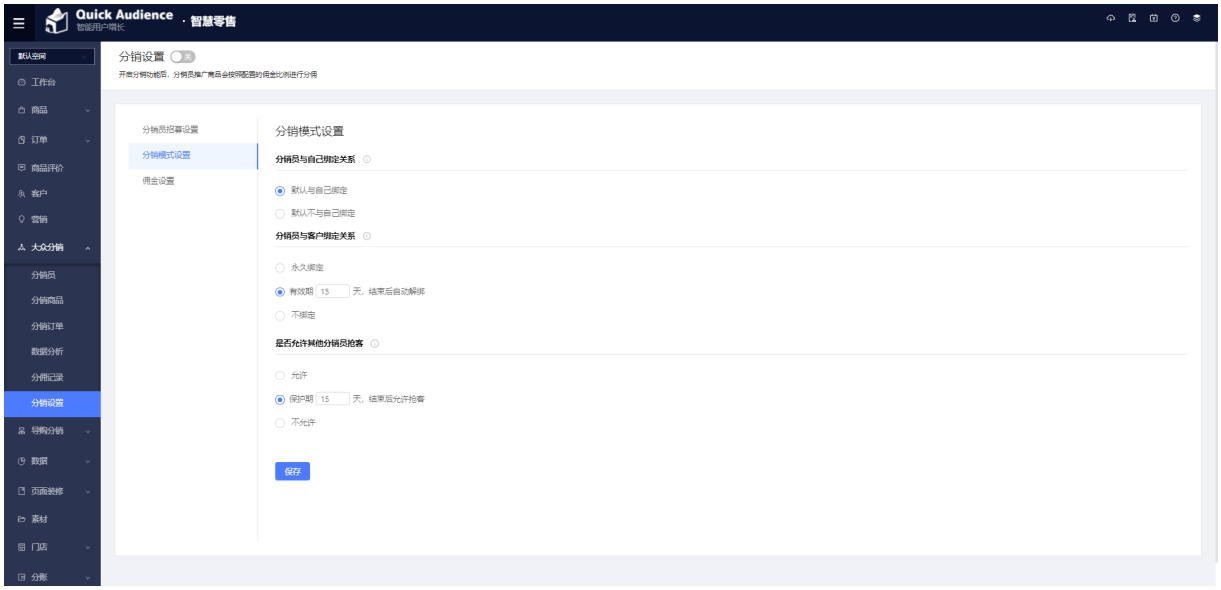
是否允许分销员抢客

允许抢客：客户最近一次单击哪个分销员的推广链接就与哪个分销员绑定。

保护期xx天，结束后允许抢客：保护期以24小时制计算，保护期始终以客户最后一次单击分销员的推广链接进行计算。

不允许抢客：客户与分销员A绑定期间单击分销员B的推广链接/扫描分销员B的推广二维码，客户始终与分销员A绑定。

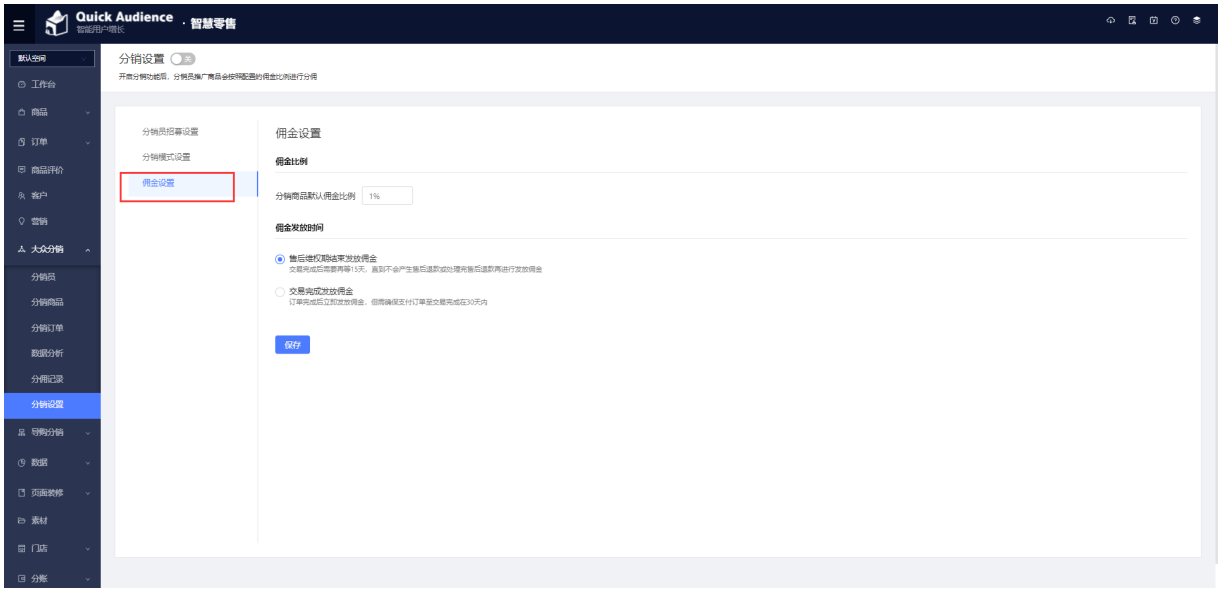
操作路径：智慧零售>大众分销>分销设置>分销模式设置



2.6.3 佣金设置

支持设置分销商品的默认佣金比例和佣金发放时间。

操作路径：智慧零售>大众分销>分销设置>佣金设置

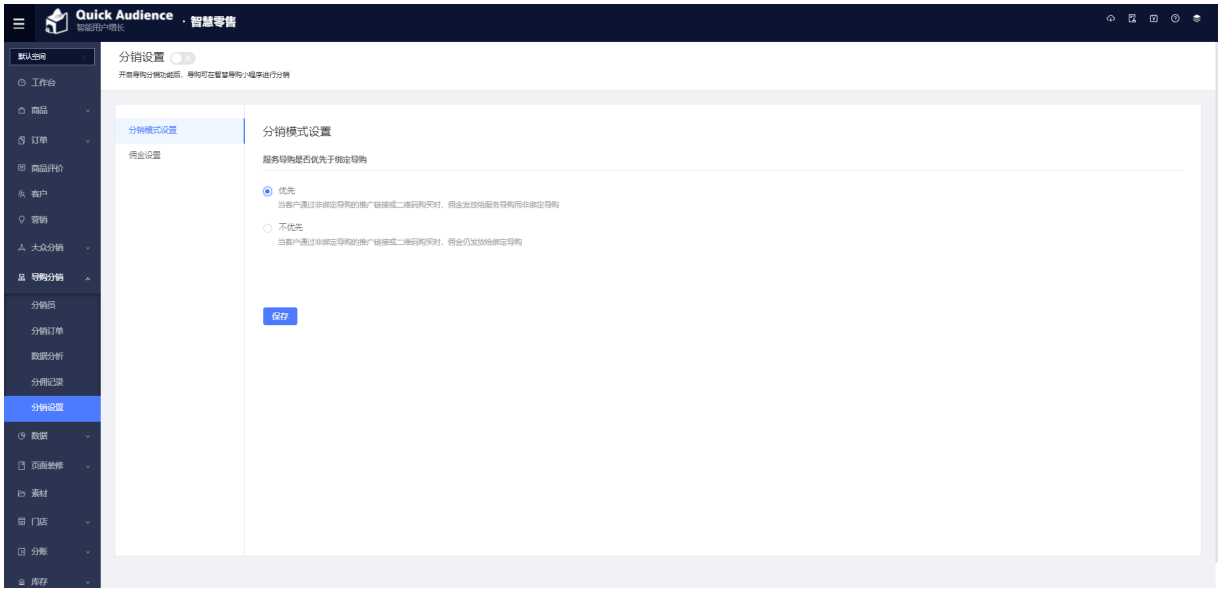


3. 导购分销

导购分销功能是智慧零售推出的一款通过门店导购将线下用户引流至线上商城的营销活动。商家通过招募导购成为导购分销员，导购分销员推广商城/商品给门店客户，促成交易后给予导购分销员一定佣金奖励，通过此活动将客户引流至线上，以便后续对客户更好的营销。

若商家需要通过导购分销功能进行营销，则需开启导购分销功能。

操作路径：智慧零售>导购分销>分销设置>开启分销

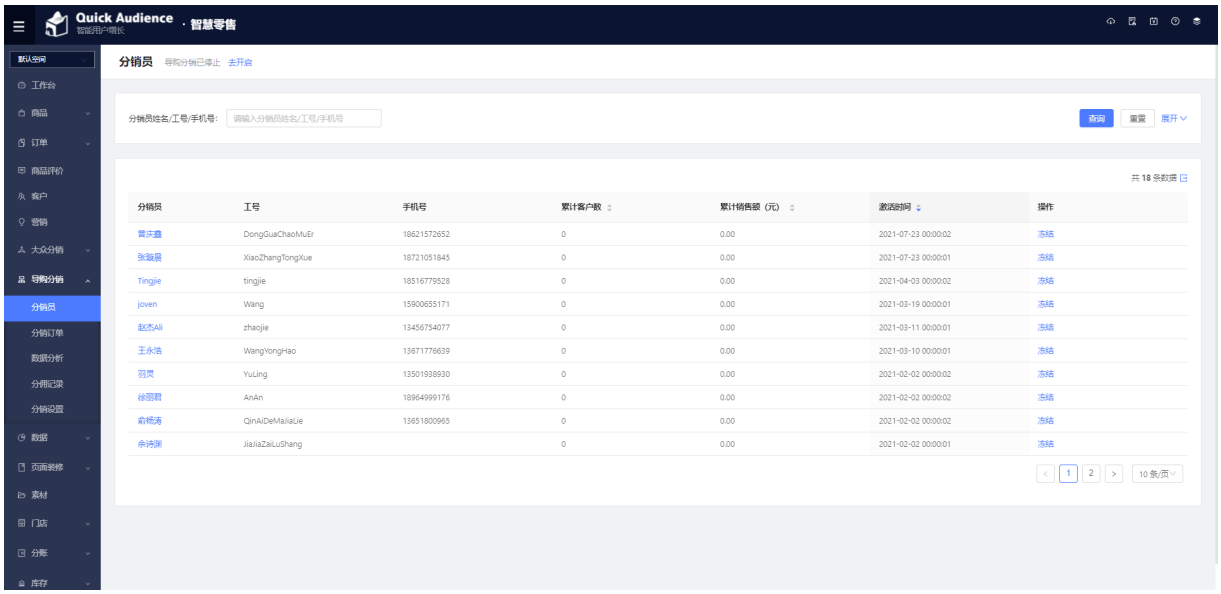


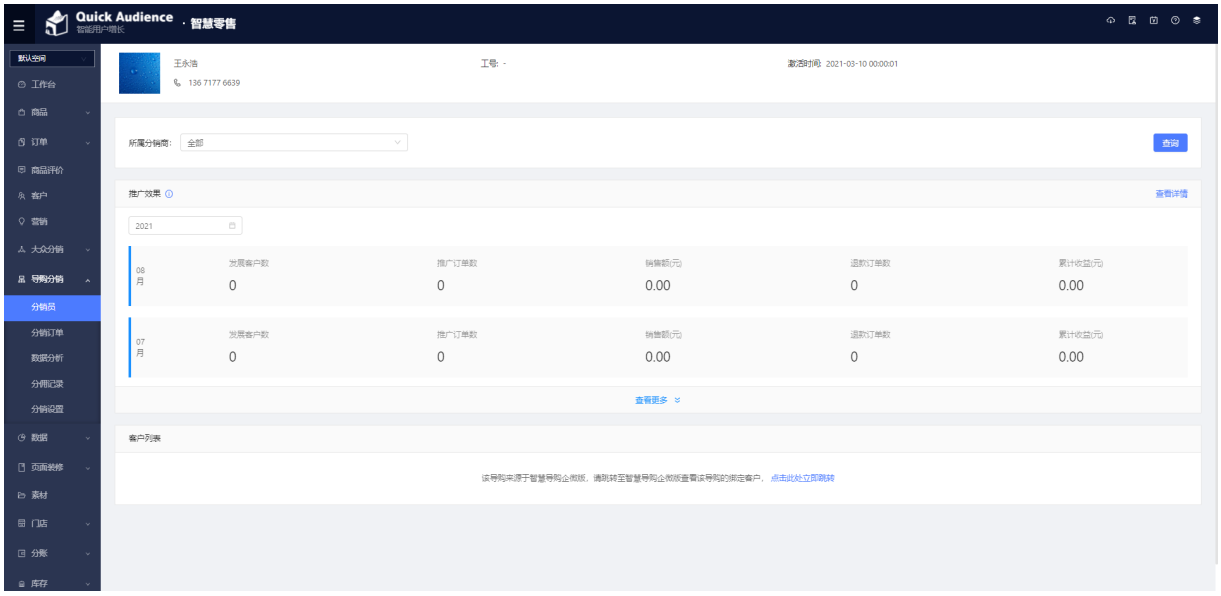
3.1 分销员管理

分销员列表展示已激活分销员的导购，即导购分销员。支持按照分销员信息筛选分销员，支持查看分销员详情。若分销员存在异常或违规操作，支持冻结分销员，冻结后分销员推广商城/商品不再获得佣金，已冻结的分销员支持解冻。

支持查看导购分销员的详情，主要展示导购分销员的基本信息、推广效果和客户列表。

操作路径：智慧零售>导购分销>分销员

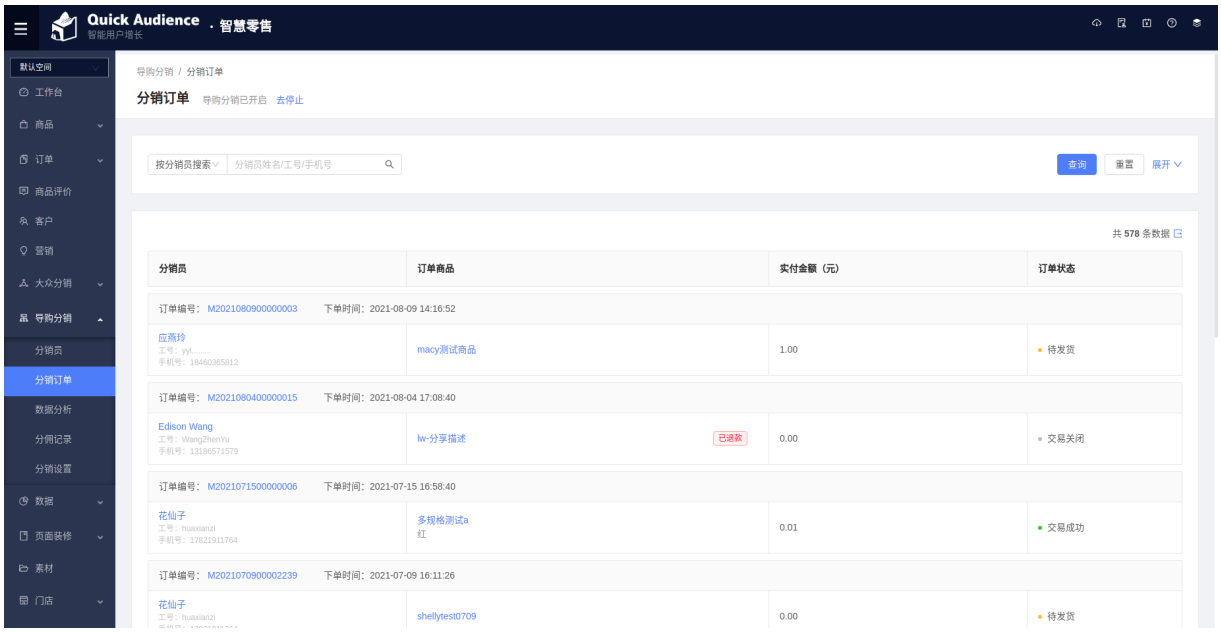




3.2 分销订单

分销订单列表展示所有导购分销员绑定的客户所支付的所有订单，支持查看订单信息，支持筛选订单。

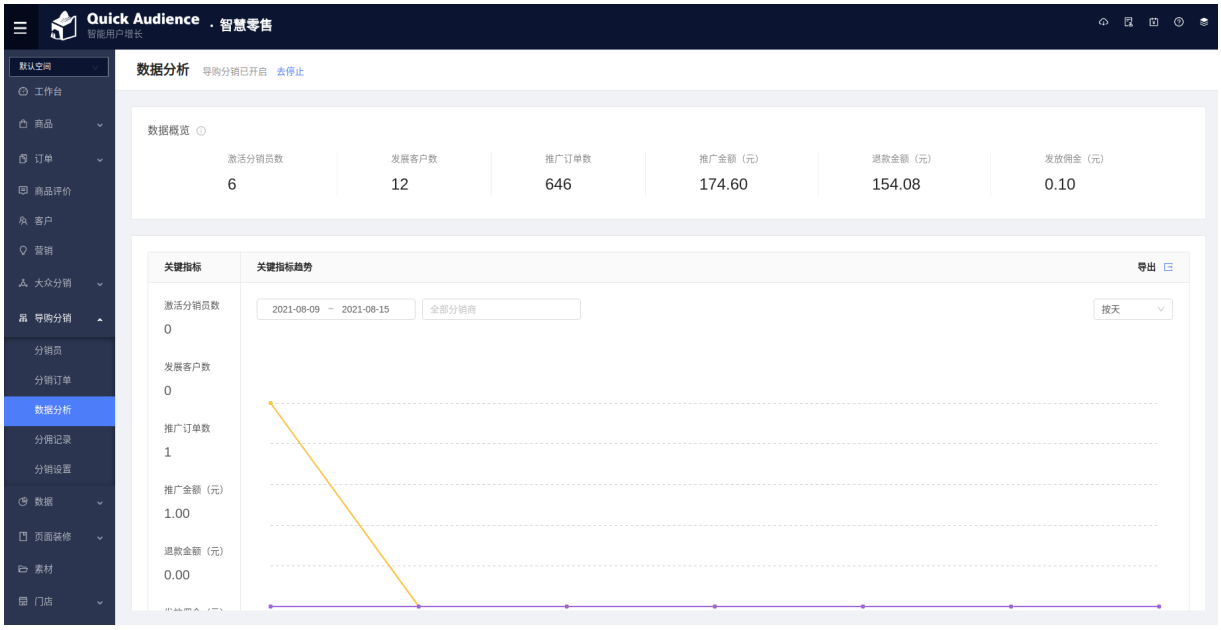
操作路径：智慧零售>导购分销>分销订单



3.3 数据分析

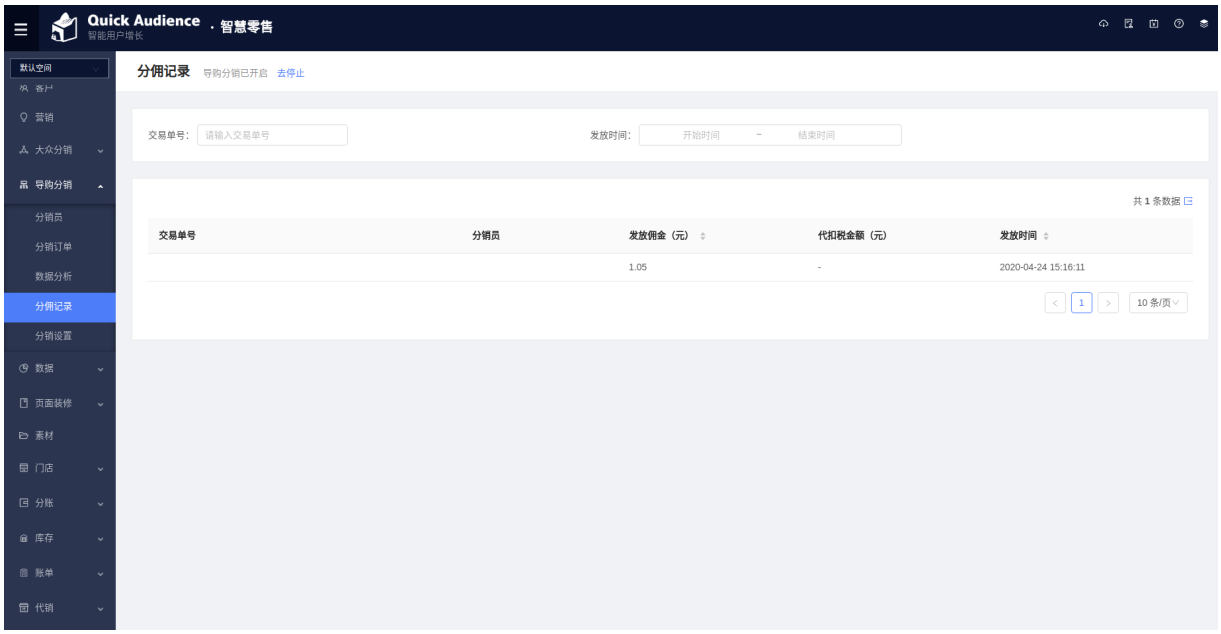
数据分析页面支持查看导购激活分销员数、发展客户数、推广订单数、推广金额、退款金额、发放佣金。支持自定义日期区间和分销商筛选查看各指标的数据以及各指标的趋势。

操作路径：智慧零售>导购分销>数据分析



3.4 分佣记录

分佣记录展示导购分销功能中所有佣金的发放记录，每发放一次佣金产生一条分佣记录。 操作路径：智慧零售>导购分销>分佣记录



3.5 分销设置

分销设置包括导购分销功能的开启/关闭、分销模式设置和佣金设置。

3.5.1 分销模式设置

支持设置分销员与客户的绑定关系和分销员抢客设置。

分销员与客户的绑定关系

永久绑定：客户单击分销员的推广链接/扫描分销员的推广二维码与分销员建立绑定关系，有效期长期有效。

有效期xx天，结束后自动解绑：有效期以24小时制计算，例如“有效期3天”，客户与分销员绑定后的72小时解绑；有效期始终以客户最后一次单击分销员的推广链接进行计算，例如“有效期2天”，12-01 10:18:20客户与分销员建立绑定关系，12-02 14:24:48客户又点了分销员的推广链接，那么解绑时间为12-05 14:24:48。

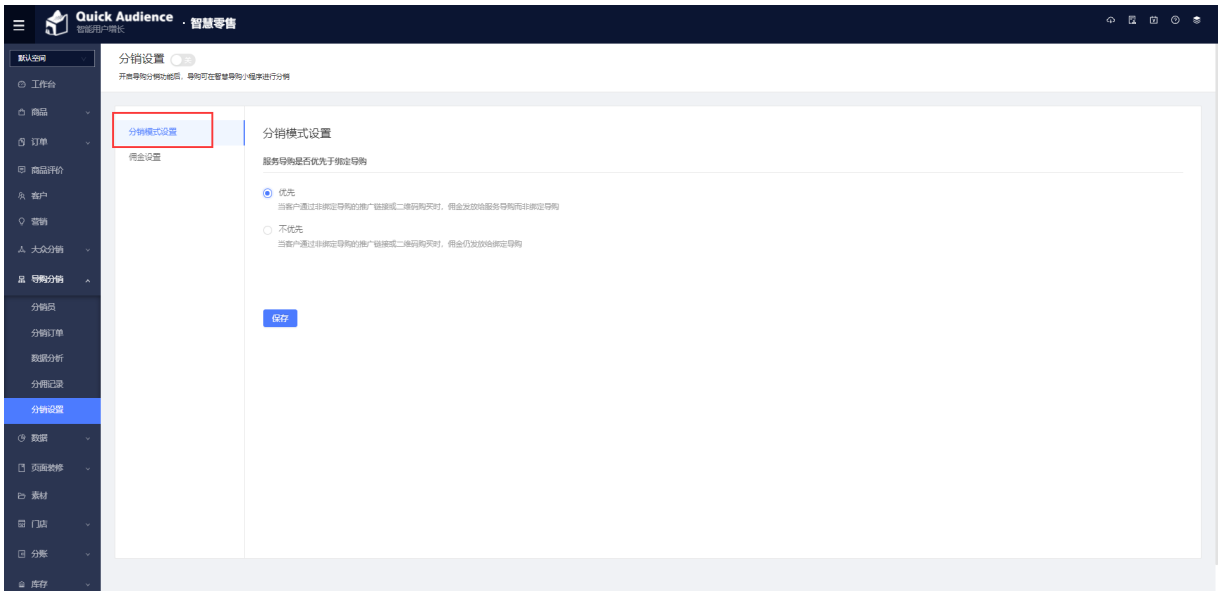
客户与分销员绑定期间购买分销商品，分销员按照订单商品的实付金额*佣金比例获取佣金。

是否允许分销员抢客

允许抢客：客户最近一次单击哪个分销员的推广链接就与哪个分销员绑定。

不允许抢客：客户与分销员A绑定期间单击分销员B的推广链接/扫描分销员B的推广二维码，客户始终与分销员A绑定。

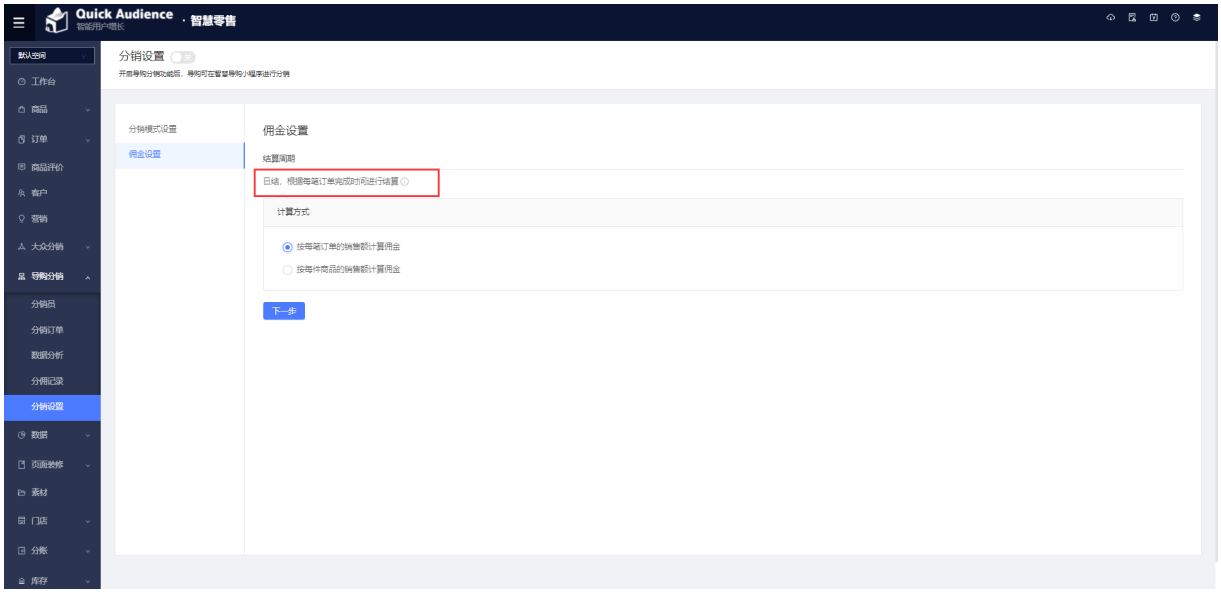
操作路径：智慧零售>导购分销>分销设置>分销模式设置

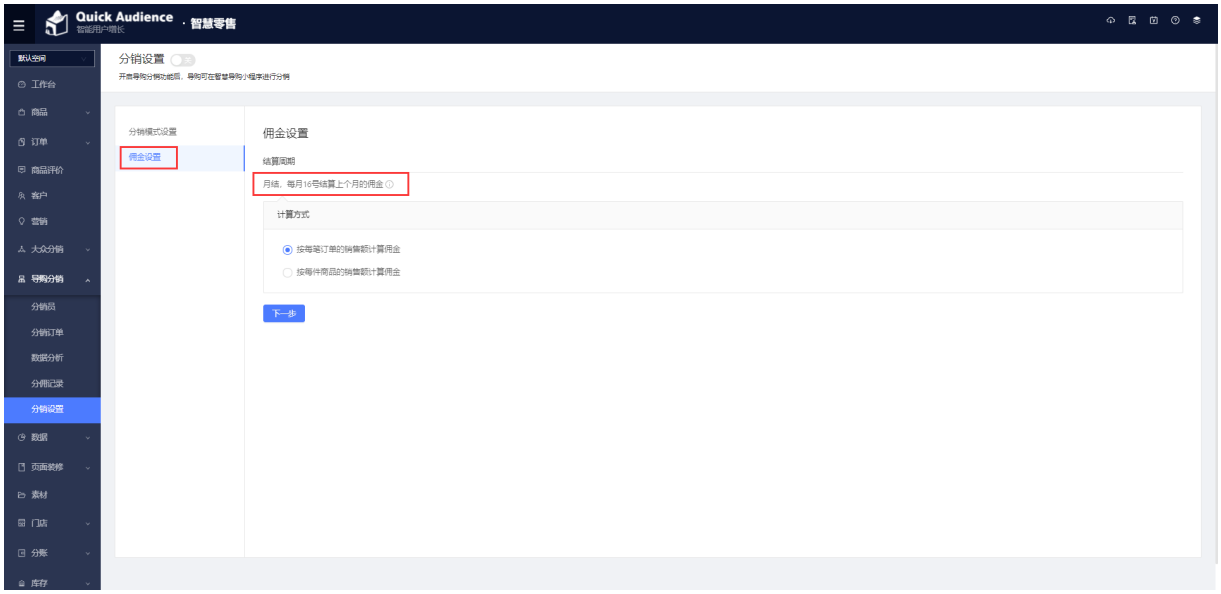


3.5.2 佣金设置

佣金支持月结和日结两种方式，月结支持按照当月/上月销售额设置区间和提成比例，日结支持按照上月销售额设置区间和提成比例。

操作路径：智慧零售>导购分销>分销设置>佣金设置





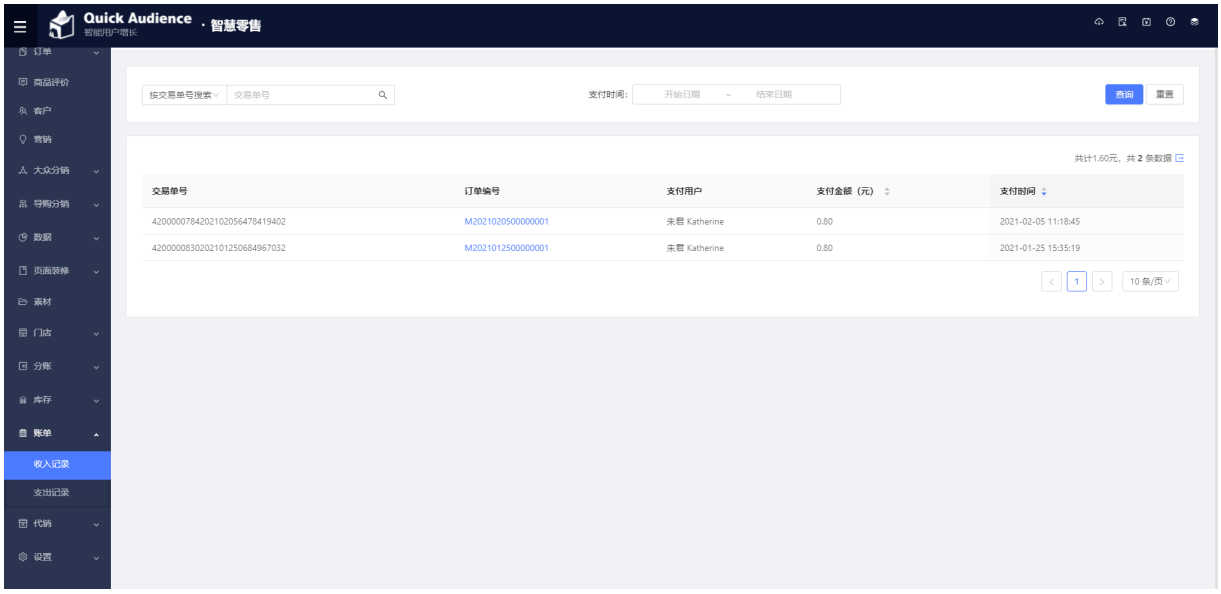
4. 账单

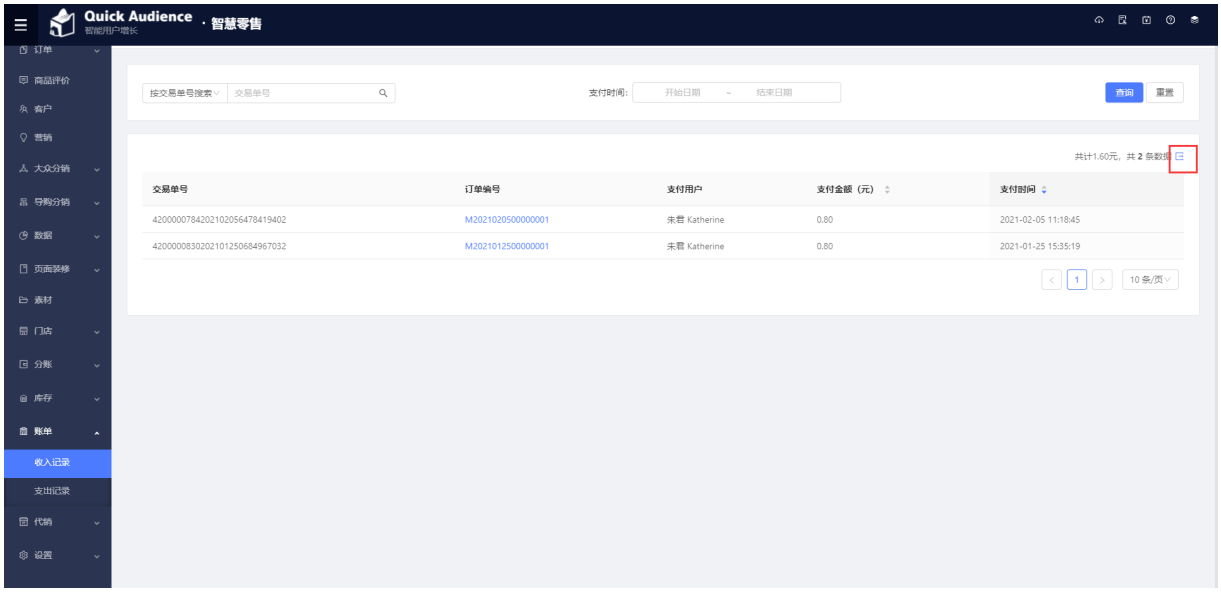
账单功能中包含显示收入记录和支出记录。

4.1 收入记录

在订单支付完成时会产生一条收入记录，收入记录列表会显示交易单号、订单编号、支付用户、支付金额、支付时间等信息。

操作路径：智慧零售>账单>收入记录



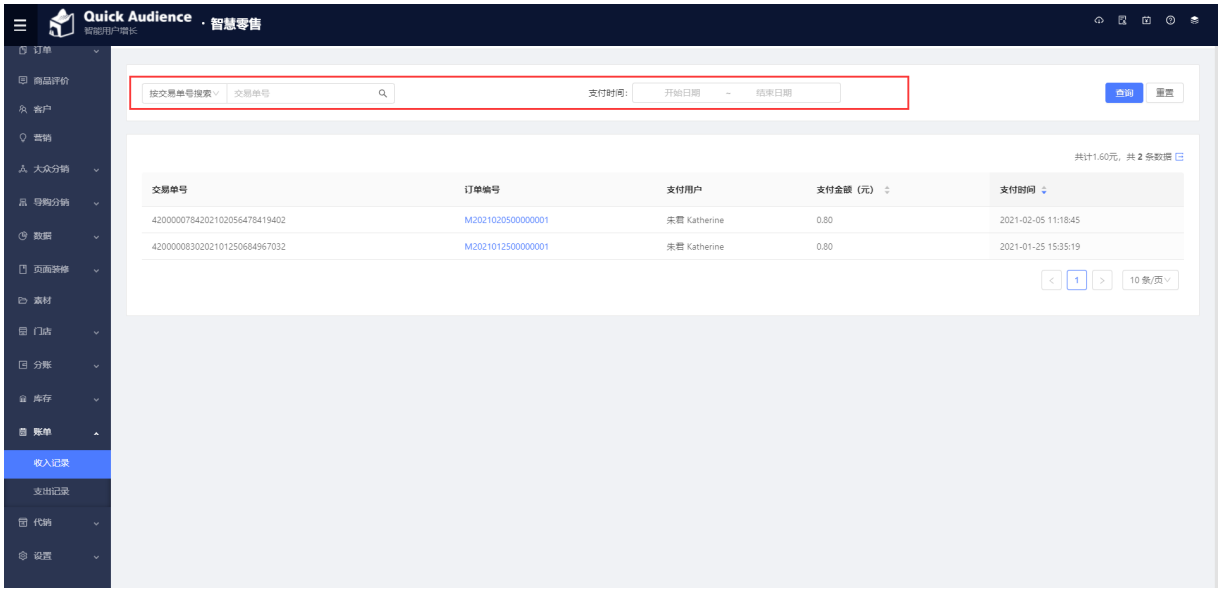


可以将收入记录的数据导出至电脑中。

4.1.1 收入记录查询

在收入记录当中可以通过使用交易单号、订单编号、支付用户和支付时间进行筛选查询。

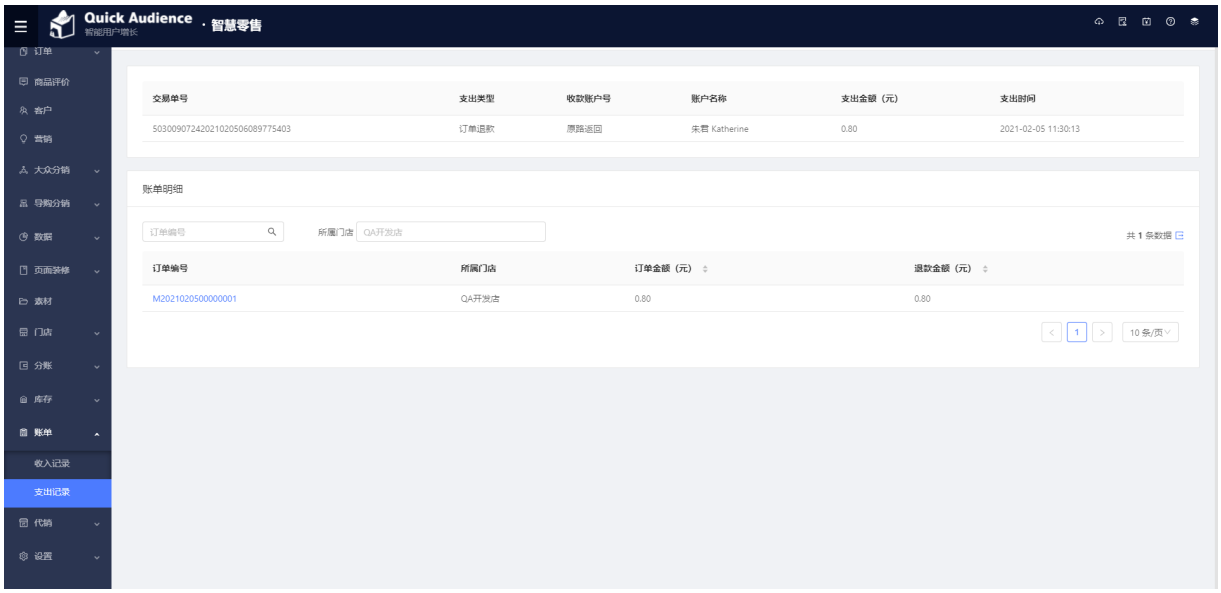
操作路径：智慧零售>账单>收入记录

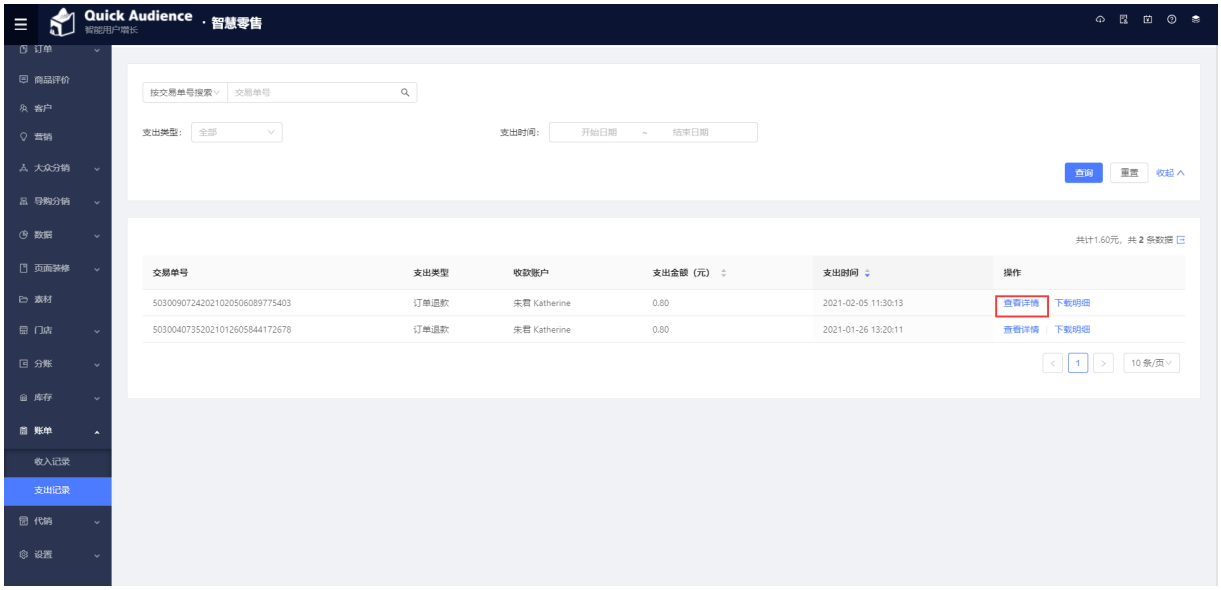


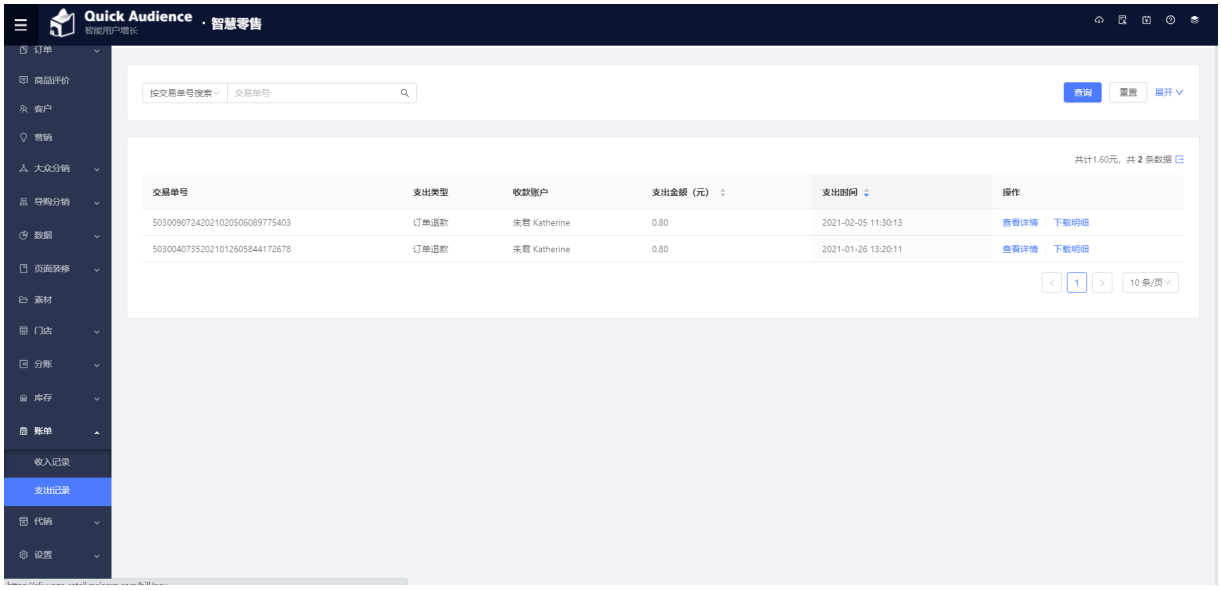
4.2 支出记录

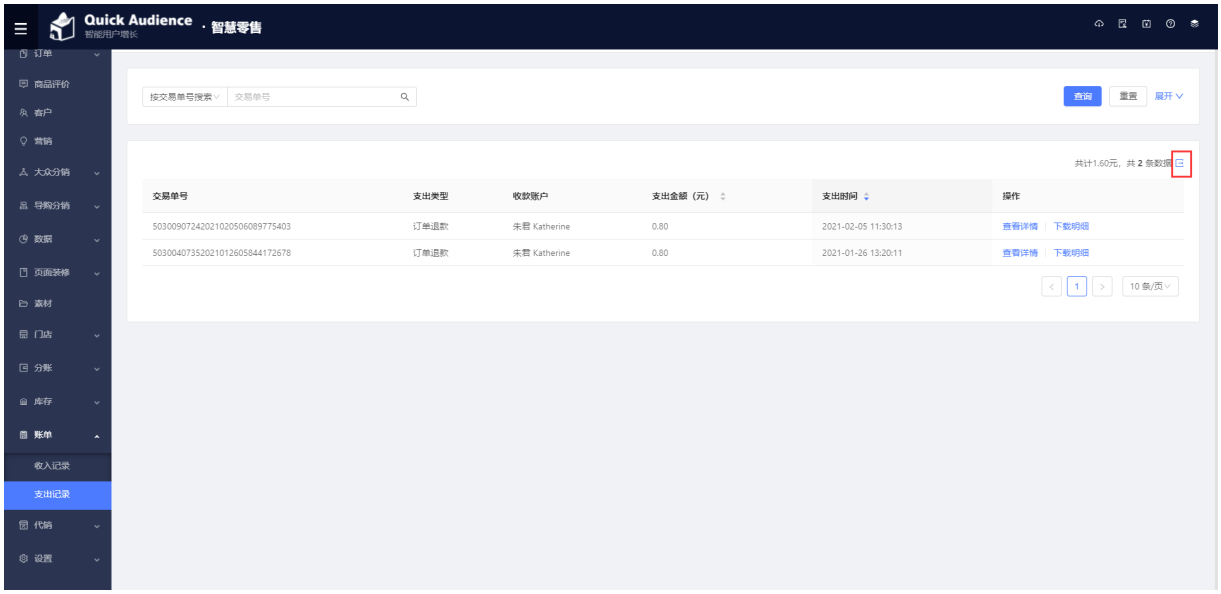
支出记录中显示了包括订单退款、分销员分佣、门店分账产生的支出记录，会以列表的形式来显示交易单号、支出类型、收款账户、支出金额、支出时间等信息，在支出记录中可以进行查看支出详情和下载明细。

操作路径：智慧零售>账单>支出记录




Quick Audience · 智慧零售
智能用户增长
订单
商品评价
客户
营销
大众分销
导购分销
数据
页面装修
素材
门店
分账
库存
账单
收入记录
支出记录
代销
设置
按交易单号搜索
交易单号
支出类型：
全部
支出时间：
开始日期
结束日期
查询
重置
收起
共计1.60元，共 2 条数据
交易单号
支出类型
收款账户
支出金额（元）
支出时间
操作
503009072420210205060897754 03
订单退款
朱君 Katherine
0.80
2021-02-05 11:30:13
查看详情
下载明细
503004073520210126058441726 78
订单退款
朱君 Katherine
0.80
2021-01-26 13:20:11
查看详情
下载明细
1
10 条/页

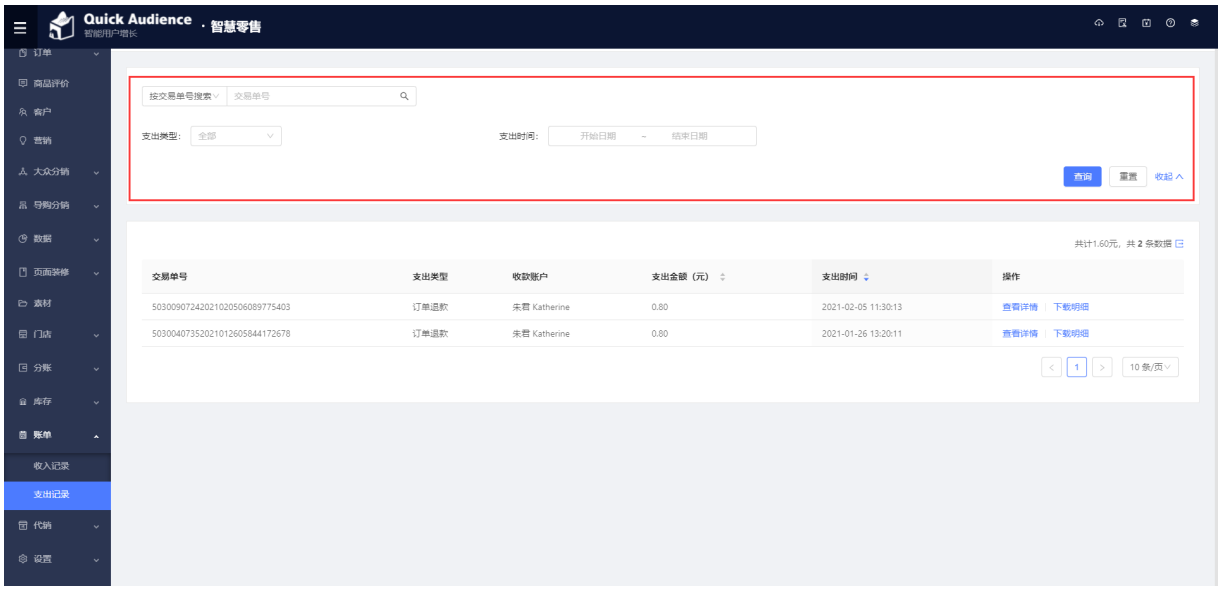

Quick Audience · 智慧零售
智能用户增长
按交易单号搜索
交易单号
查询
重置
展开
共计1.60元，共 2 条数据
交易单号
支出类型
收款账户
支出金额（元）
支出时间
操作
503009072420210205060897754 03
订单退款
朱君 Katherine
0.80
2021-02-05 11:30:13
查看详情
下载明细
503004073520210126058441726 78
订单退款
朱君 Katherine
0.80
2021-01-26 13:20:11
查看详情
下载明细
1
10 条/页


Quick Audience · 智慧零售
智能用户增长
按交易单号搜索
交易单号
查询
重置
展开
共计1.60元，共 2 条数据
交易单号
支出类型
收款账户
支出金额（元）
支出时间
操作
503009072420210205060897754 03
订单退款
朱君 Katherine
0.80
2021-02-05 11:30:13
查看详情
下载明细
503004073520210126058441726 78
订单退款
朱君 Katherine
0.80
2021-01-26 13:20:11
查看详情
下载明细
1
10 条/页

4.2.1 支出记录查询

在支出记录当中可以通过使用交易单号、收款账户、支出类型和支出时间进行筛选查询信息。

操作路径：智慧零售>账单>支出记录



5. 代销

代销小店与门店隔离。

小店首页不支持用户切换门店，小店不在推荐门店范畴。

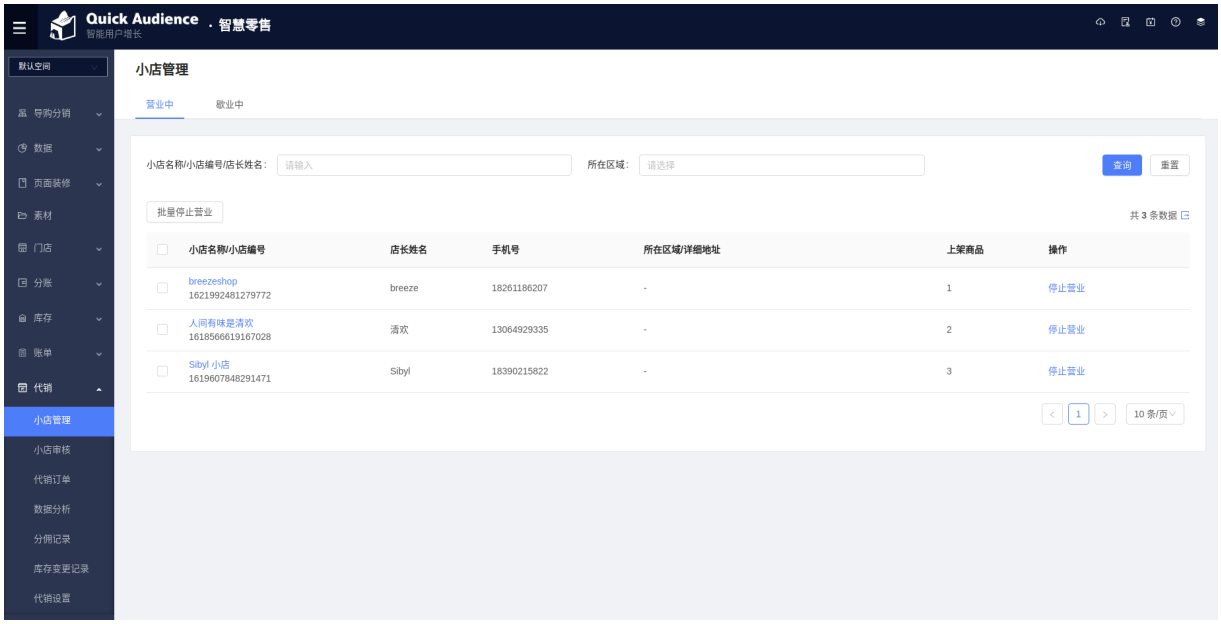
小店引流的客户自然搜索再次登入小程序时默认进入隔离小店。

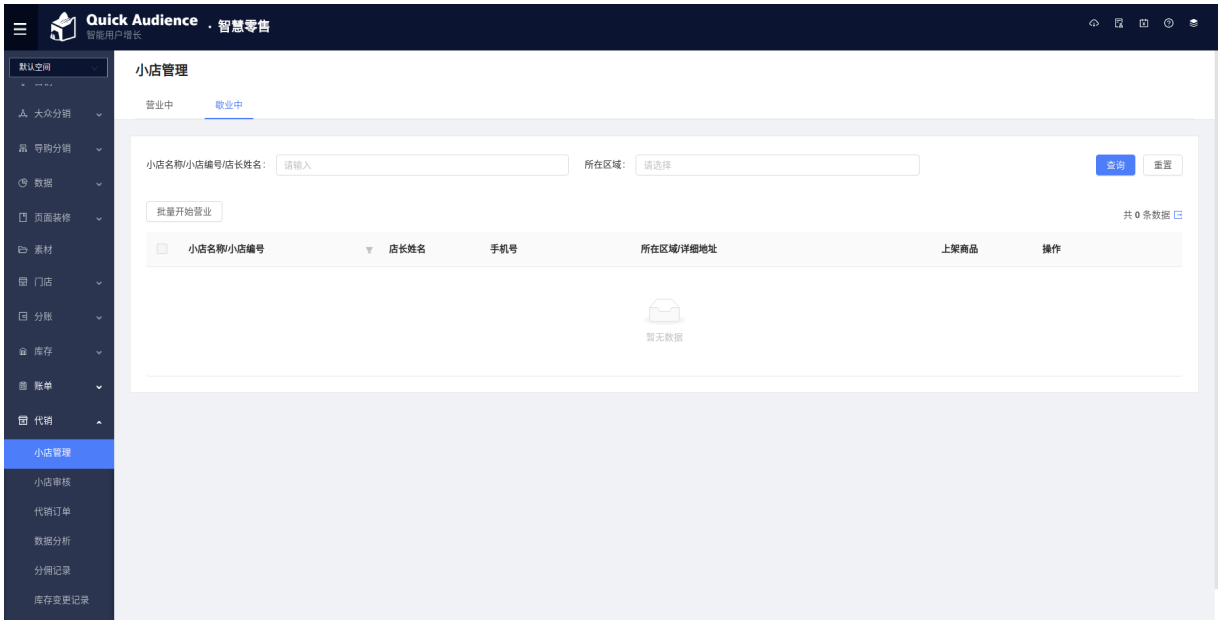
小店内不支持营销活动，包含买赠、拼团、限时折扣。

5.1 小店管理

小店管理中管理小程序端所有营业、歇业中的小店，支持以小店名称/小店编号/店长姓名/所在区域进行小店查询，并可批量操作小店营业/歇业。

操作路径：智慧零售>代销>小店管理

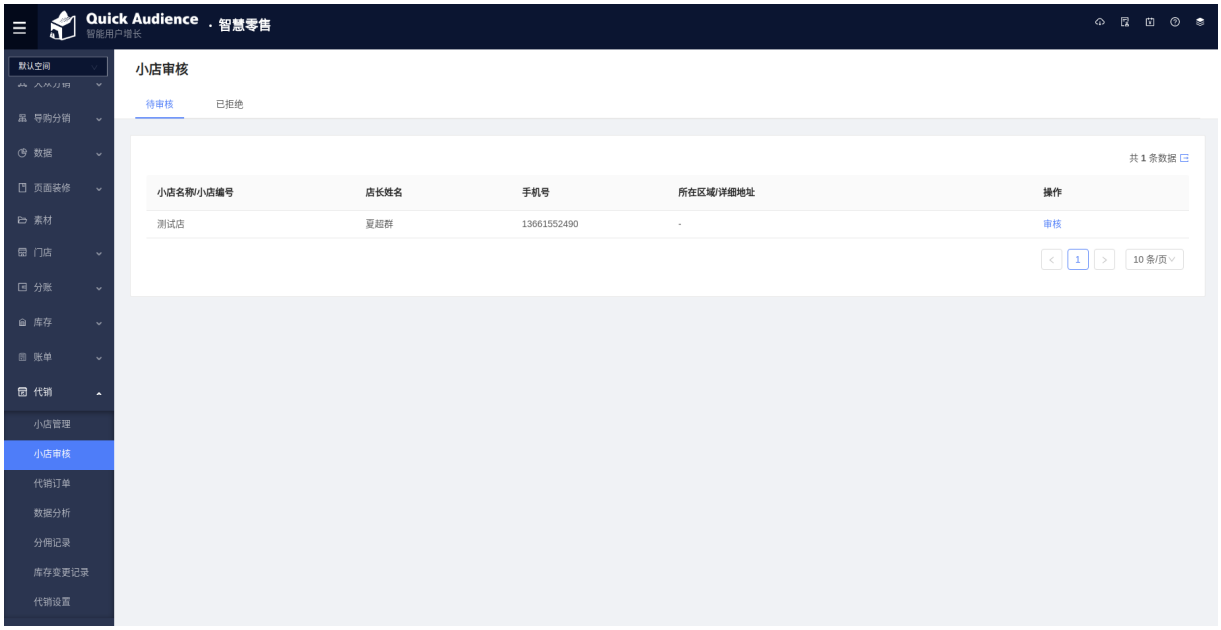


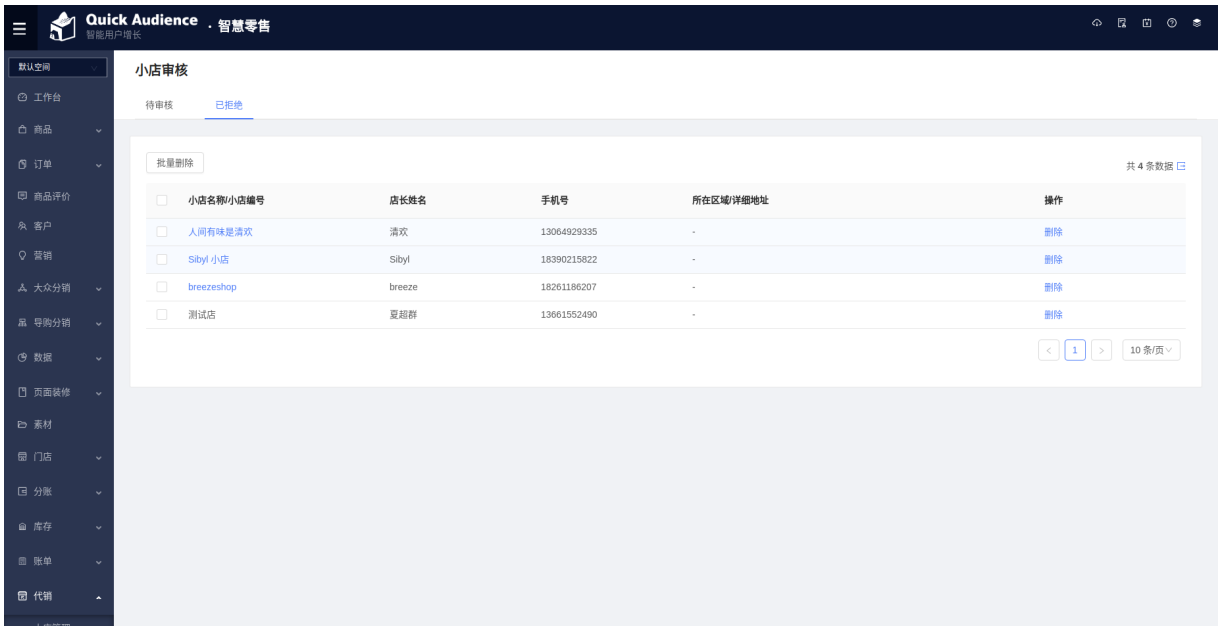


5.2 小店审核

用户可在小程序端申请小店，该申请要求发送至后台进行审核，可对该申请进行同意/拒绝操作，可以对已拒绝店铺进行查看并批量删除操作。

操作路径：智慧零售>代销>小店审核



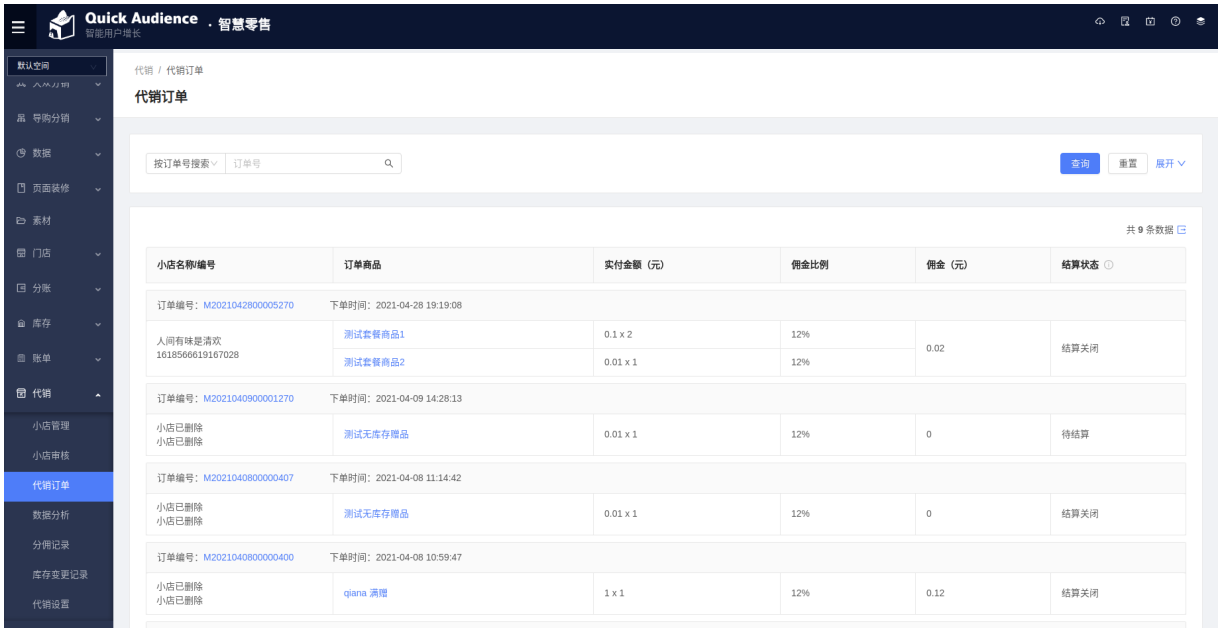


5.3 代销订单

代销订单模块支持所有代销订单查询，支持查看所订单下代销店铺、所代销商品、佣金比例/所得分销佣金、实付金额以及代销订单结算状态；

支持订单号、佣金金额区间、结算状态、下单时间区间进行代销订单查询。

操作路径：智慧零售>代销>代销订单



5.4 数据分析

数据概括：销售金额：所有代销订单的实付金额总和，包含已退款订单，不包含运费，支付客户数：已支付代销订单的客户总数，同一客户支付多笔订单去重，销售单数：已支付代销订单的总数，包含已退款订单，平均订单金额：平均每个代销订单的实付金额，退款金额：已退款代销商品的实退金额总和；

支持以上数据选择时间区间形成关键指标趋势；

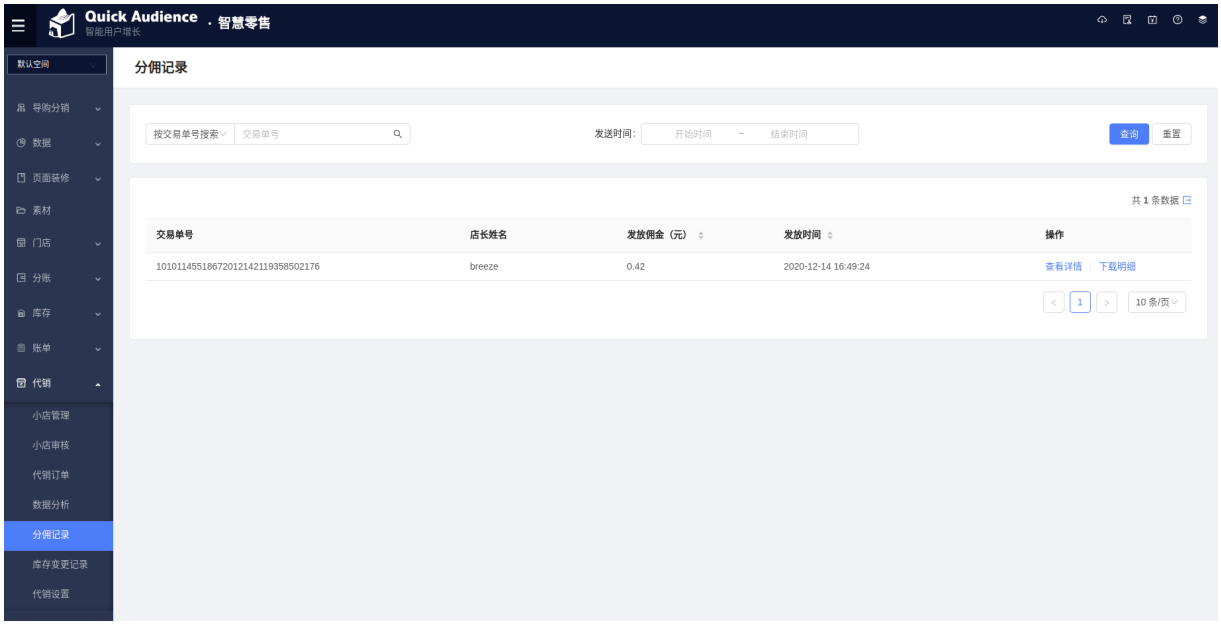
可选择时间或按天/月/年显示该时间内小店累计销售排名。

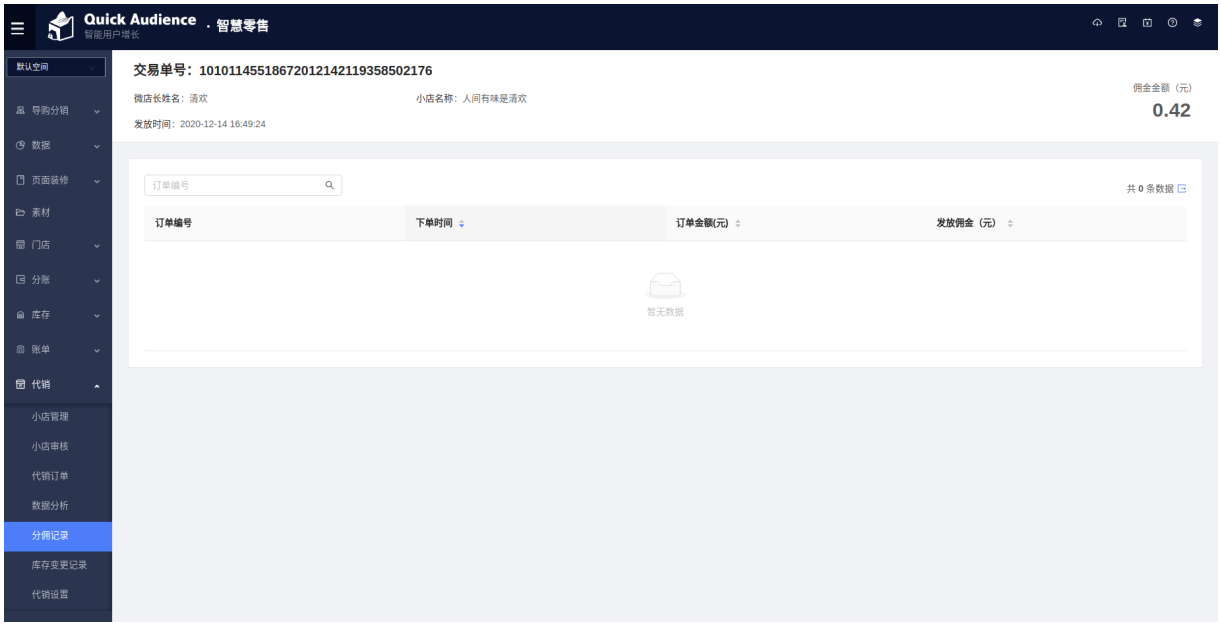
操作路径：智慧零售>代销>数据分析

5.5 分佣记录

支持查看按分佣比例发放的分佣记录，支持查看详细，下载明细，支持搜索和筛选。

操作路径：智慧零售>代销>分佣记录

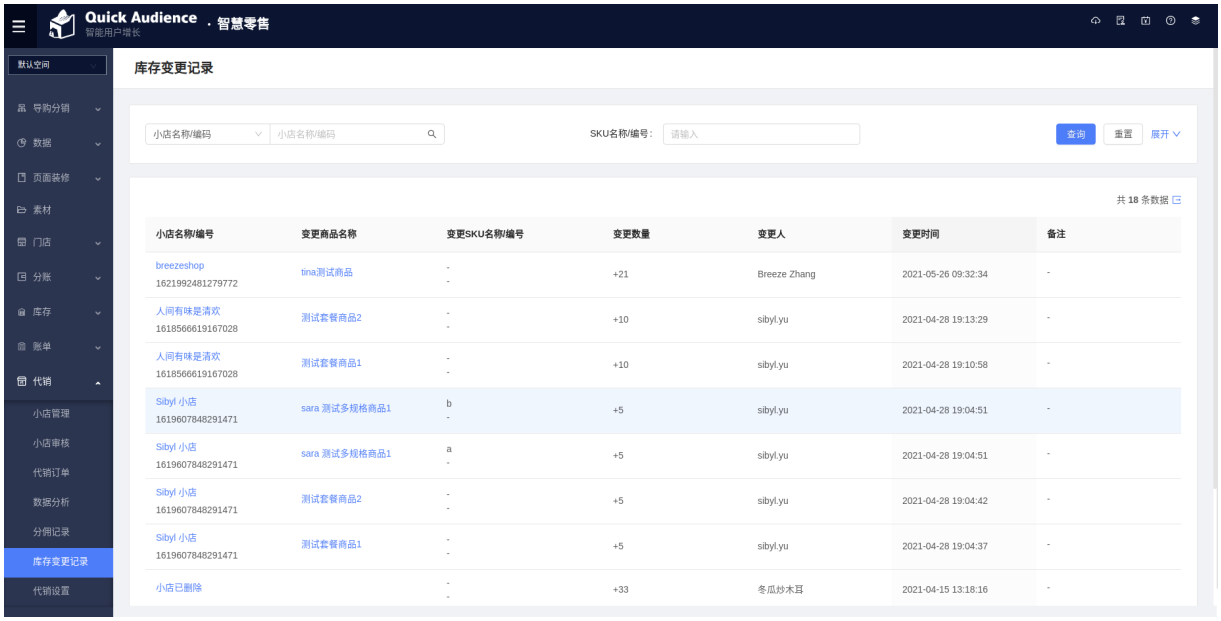




5.6 库存变更记录

支持查看小店纬度查看不同sku的变更记录，支持搜索和筛选库存变更记录，支持导出记录。

操作路径：智慧零售>代销>库存变更记录



5.7 代销设置

支持开启和关闭微店长招募、支持设置店长招募时需要填写的字段及添加注册协议；支持佣金设置，支持配送方式设置，支持设置品牌名；

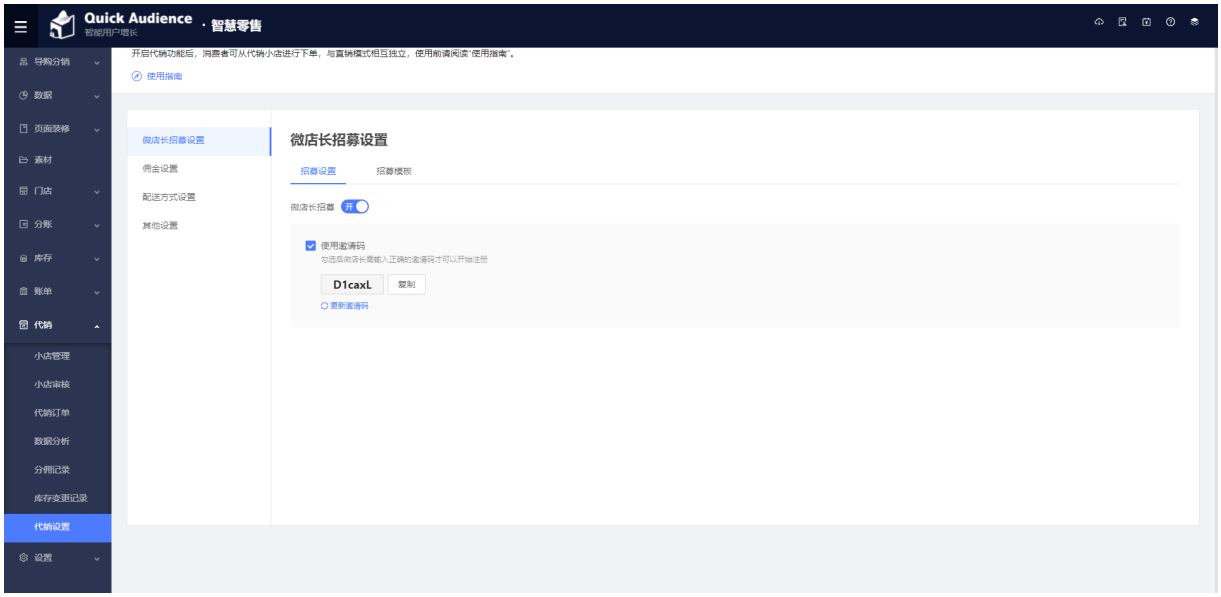
开启代销功能后，消费者可从代销小店进行下单，与直销模式相互独立。

- 微店长扫码后进入注册页面。
- 邀请码支持快速粘贴（输入栏右边图标）。
- 注册前需填写邀请码，邀请码后台可配置是否需要，如未配置则直接进入注册页面。
- 配置后微店长需验证邀请码正确后方可开始注册。
- 注册页面支持勾选注册协议，默认不勾选。
- 勾选注册协议后才可提交注册。

注册提交后进入结果页，结果页展示当前申请等待审核中。

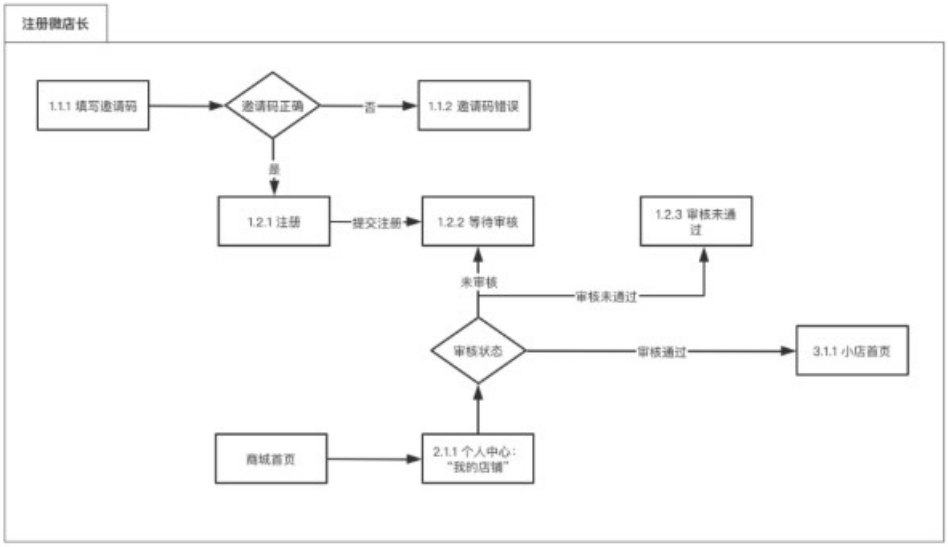
注册提交后品牌商城的个人中心添加常驻入口：”我的小店“，单击后校验当前小店是否审核通过，若审核通过则直接跳转至”微店长端>我的小店（首页）“；若审核不通过或正在审核中则展示不同审核状态的结果页。

操作路径：智慧零售>代销>代销设置

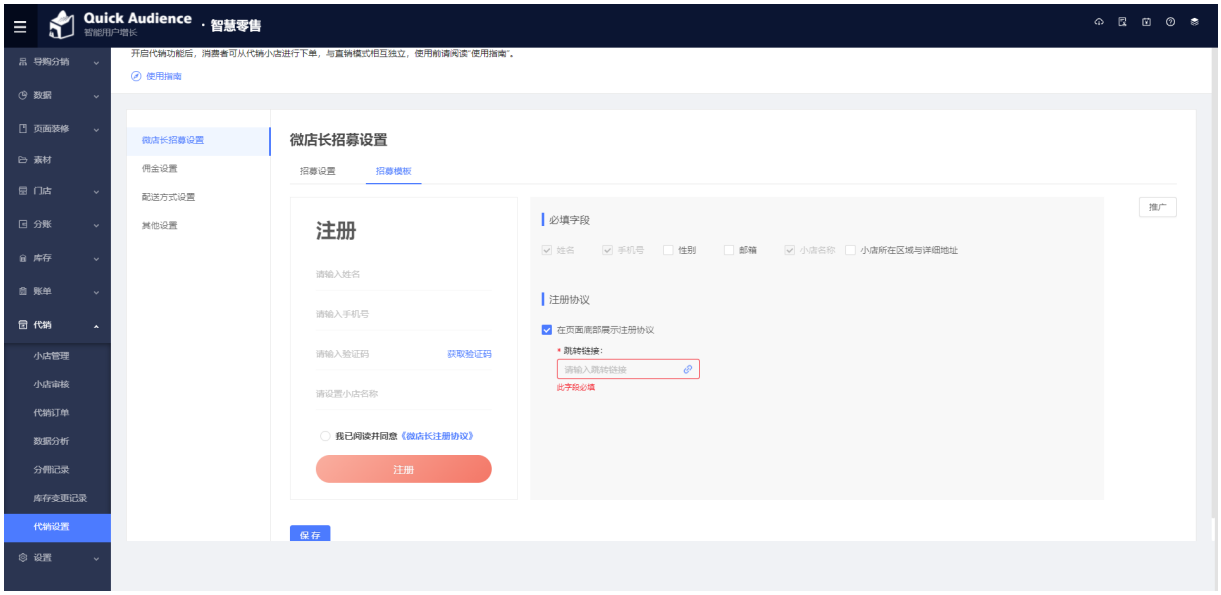

Quick Audience · 智慧零售
微店长招募设置
招募设置
招募模板
微店长招募
使用邀请码
D1caxL
复制
更新邀请码
代销
小店管理
小店审核
代销订单
数据分析
分佣记录
库存变动记录
代销设置

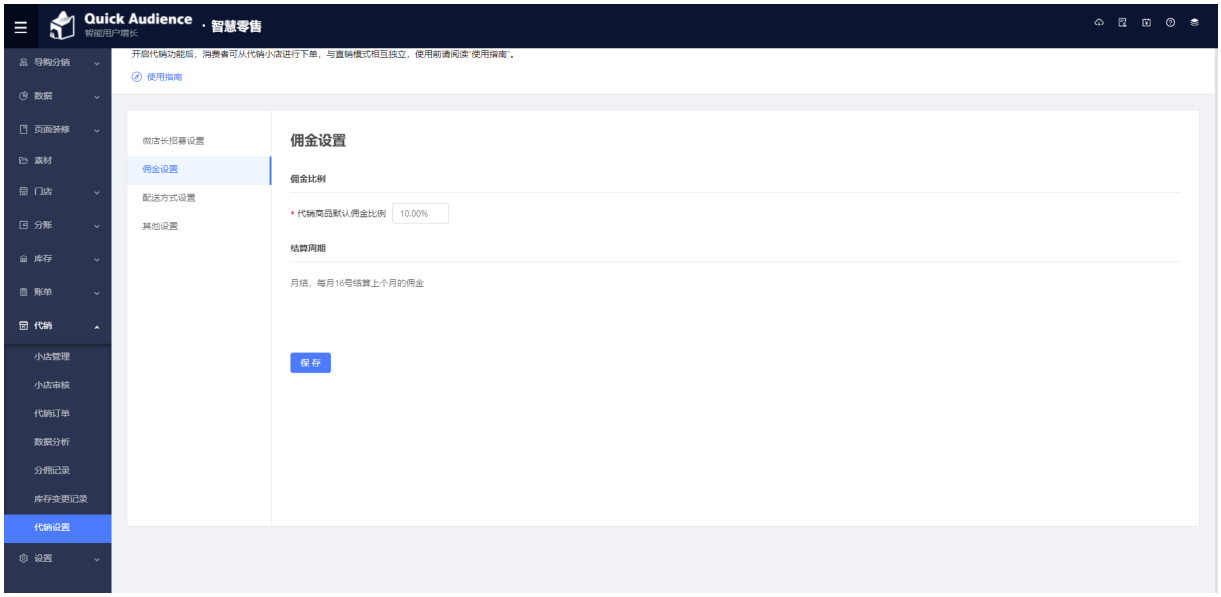
微店长注册

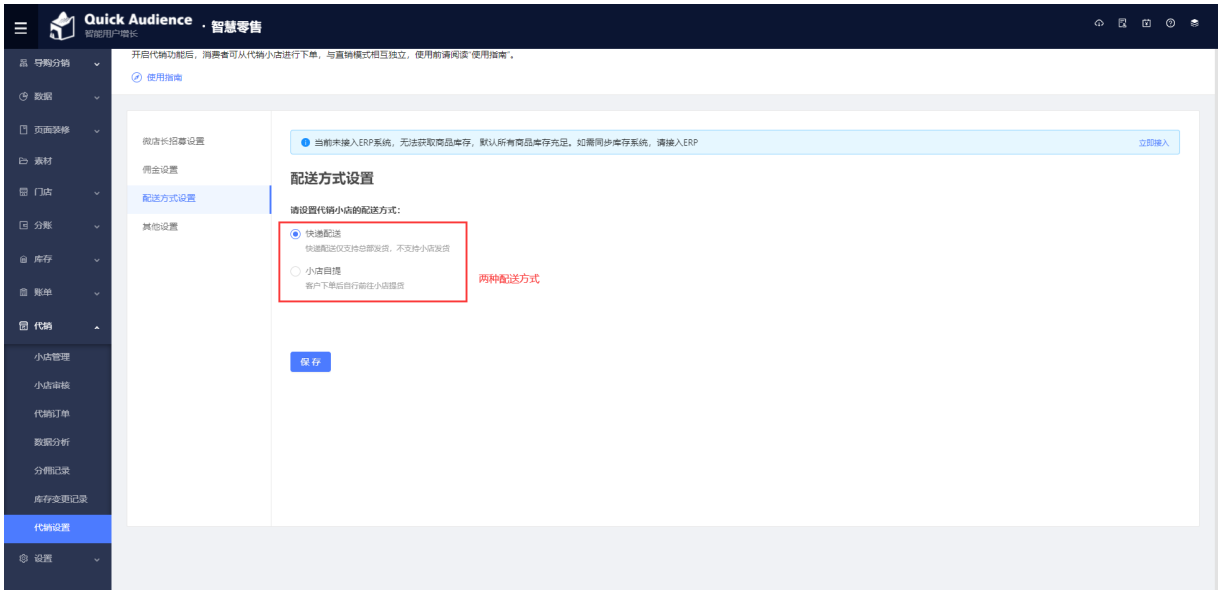
页面流程图

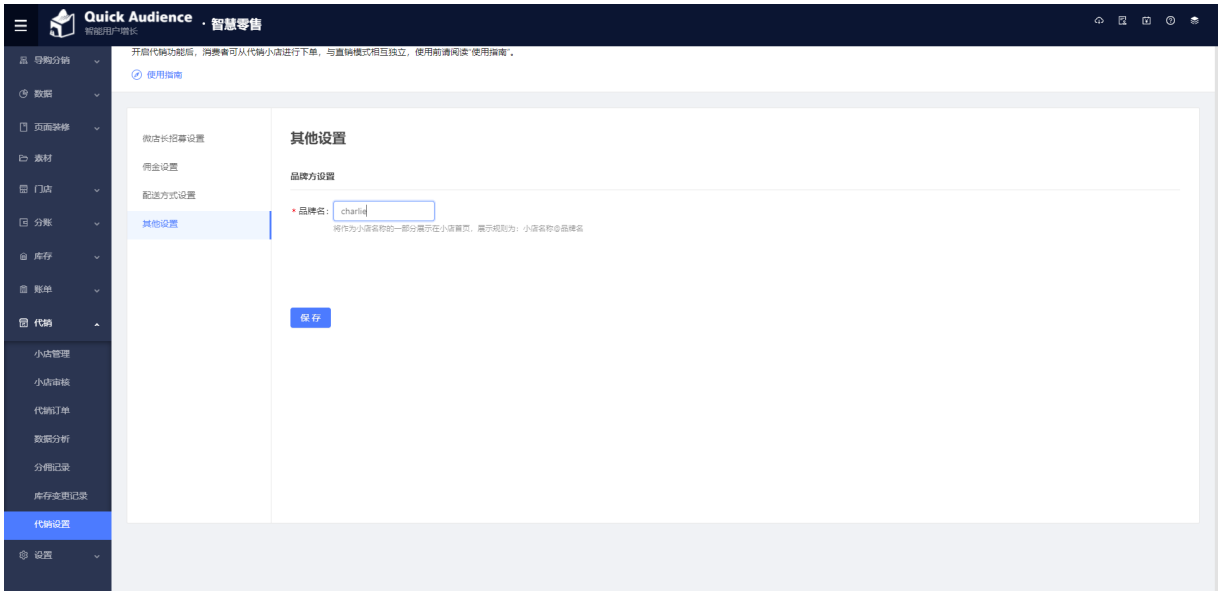

注册微店长
1.1.1 填写邀请码
邀请码正确
否
1.1.2 邀请码错误
是
1.2.1 注册
提交注册
1.2.2 等待审核
1.2.3 审核未通过
未审核
审核未通过
审核状态
审核通过
3.1.1 小店首页
商城首页
2.1.1 个人中心："我的店铺"

填写邀请码
请输入邀请码
需要邀请码才能注册微店长
7roSp2
扫码进入小程序端输入邀请码进行注册
下一步
填写信息后提交审核
注册
刘乙川
15726827532
203718
获取验证码
男
女
Moby测试
我已阅读并同意《微店长注册协议》
注册
审核
您的小店申请正在审核中
请耐心等待...


Quick Audience · 智慧零售
开启代销功能后，消费者可从代销小店进行下单，与直销模式相互独立，使用前请阅读"使用指南"。
使用指南
微店长招募设置
佣金设置
配送方式设置
其他设置
微店长招募设置
招募设置
招募模板
注册
必填字段
注册协议
保存


Quick Audience · 智慧零售
开启代销功能后，消费者可从代销小店进行下单，与直销模式相互独立，使用前请阅读"使用指南"。
使用指南
微店长招募设置
佣金设置
配送方式设置
其他设置
佣金设置
佣金比例
代销商品默认佣金比例
10.00%
结算周期
月结，每月16号结算上个月的佣金
保存


Quick Audience · 智慧零售
开启代销功能后，消费者可从代销小店进行下单，与直销模式相互独立，使用前请阅读"使用指南"。
使用指南
微店长招募设置
佣金设置
配送方式设置
其他设置
配送方式设置
请设置代销小店的配送方式：
快递配送
小店自提
两种配送方式
保存



11.5. 店长小程序

门店员工可以通过店长小程序进行门店的运营工作。

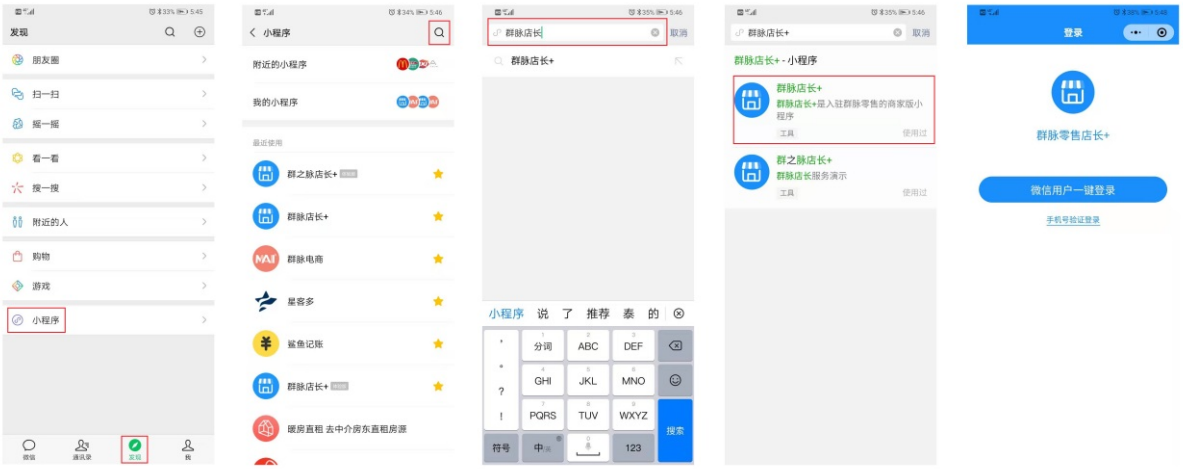
1. 登录

门店员工需要登录店长小程序，进行线上订单的接单、拒单、核销等操作。

前提：门店员工已在后台>门店>员工管理列表创建完成。

流程：门店员工打开微信，搜索“QA店长+”小程序，打开小程序，使用微信授权手机号/短信验证手机号登录小程序。

注：若该员工关联多个门店，登录成功后需选择门店。



授权微信手机号登录

短信验证手机号登录

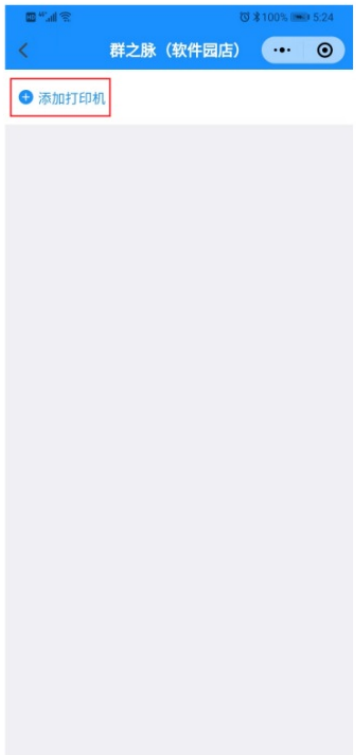
选择门店

2. 连接小票打印机

为更好的配合门店完成线上订单，店长小程序需要接入小票打印机。

目前店长小程序支持接入365云打印机。

操作路径：登录店长小程序>我的>打印机设置>添加打印机



3. 门店接单

客户在电商小程序下单并完成支付后，对应门店收到客户所下订单，门店员工查看订单商品，若门店可以满足客户需求则进行接单，接单后进行配货等待客户提货。

待接单列表和订单详情均支持接单操作，门店接单时自动打印订单小票。

操作路径：登录店长小程序>待处理>待接单

待接单列表接单

订单详情接单

4. 门店拒单

若门店无法满足客户订单需求，门店可以拒单，拒单时需要填写拒单原因。门店拒单后订单流转至后台待处理订单，需后台服务人员进行处理。

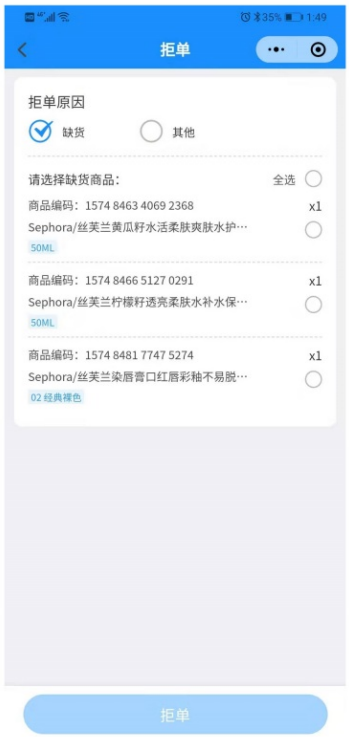
待接单列表和订单详情均支持拒单操作。

操作路径：登录店长小程序>待处理>待接单

待接单列表拒单

订单详情拒单

拒单原因



5. 门店发货

前提：后台开启快递配送，设置门店发货。

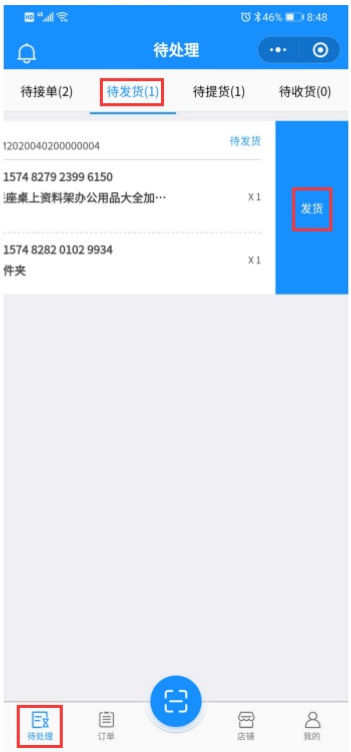
客户在电商小程序端下单选择快递配送，支付成功后对应门店收到客户所下订单，门店员工在店长小程序完成接单，该订单进入待发货列表。

待发货列表和订单详情中均支持发货，当订单中存在多个商品时，支持拆单发货。

操作路径：登录店长小程序>待处理>待发货

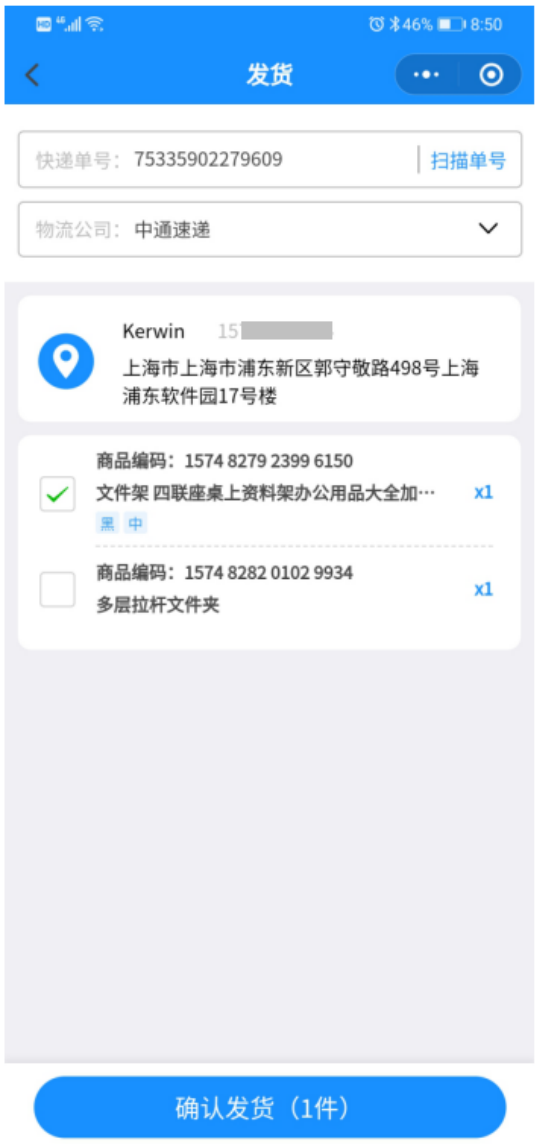
待发货列表

待发货列表-左滑订单-快捷发货

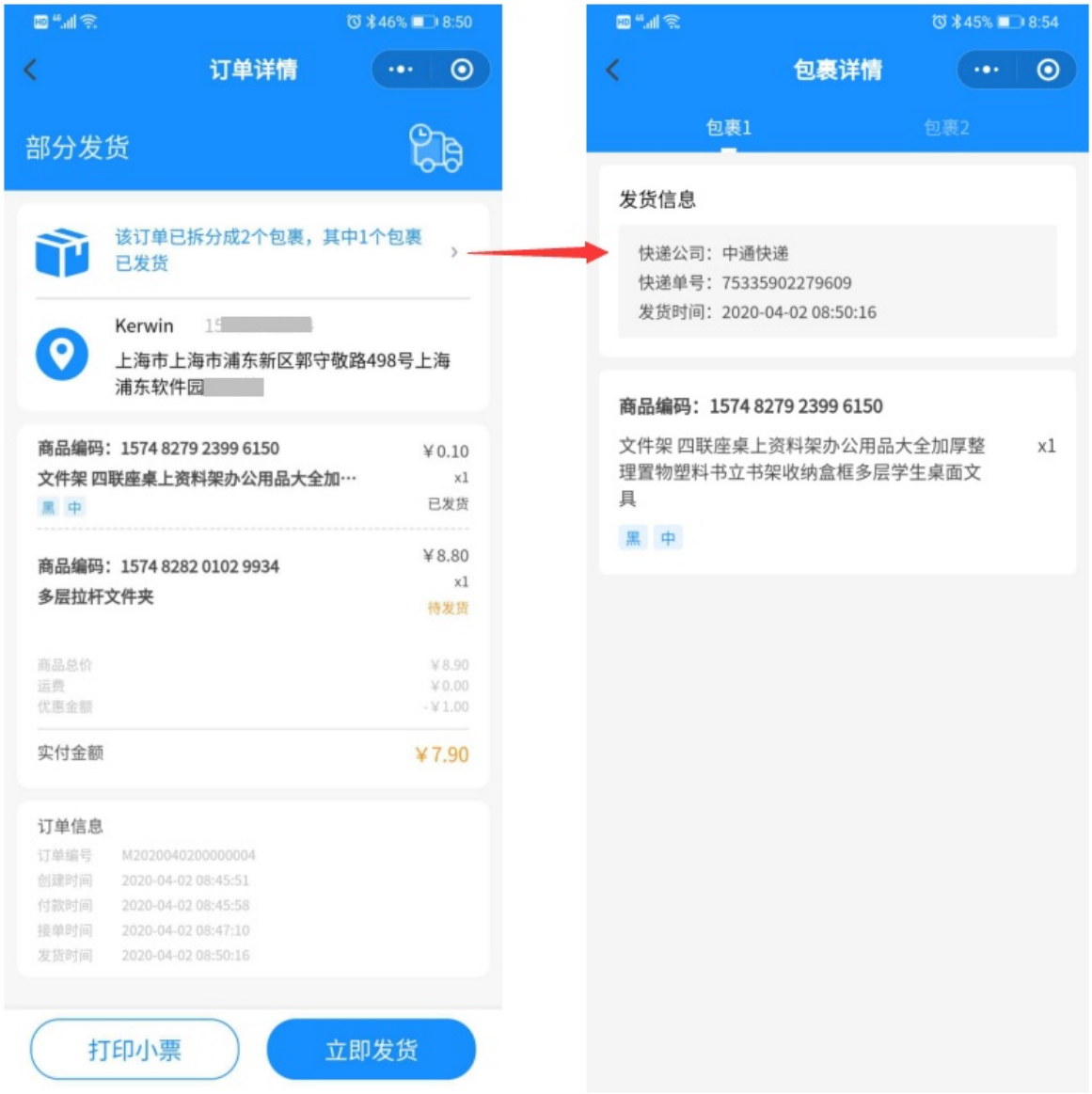


订单详情-立即发货

发货页面：录入快递信息+选择发货商品



订单详情

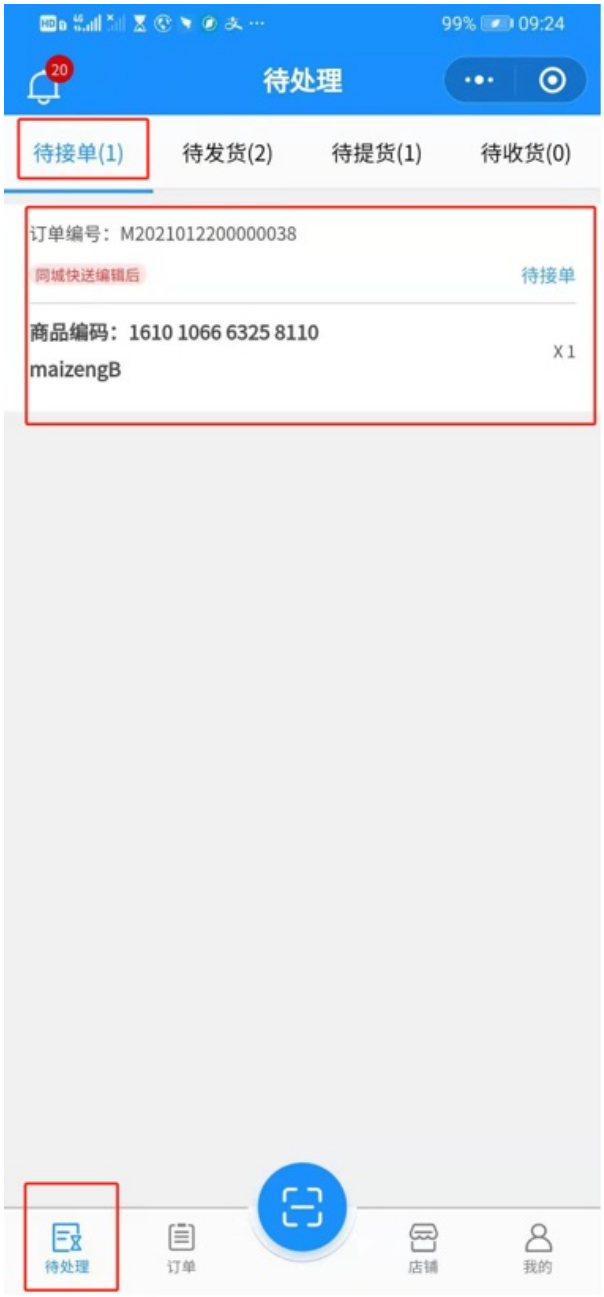


同城快送

支持店长在小程序上处理用户在零售商城选择同城快送配送方式的订单。店长可以查看订单详情并在接单后安排线下配送完成订单。主要解决非快递配送场景下的订单配送问题。

查看订单并接单/拒单

- 打开店长小程序，单击底部**待处理**，进入待处理订单列表，可查看所有待接单状态的订单；
- 在查看待接单的订单详情后，店长需依据用户提交订单时选择的送达时间，根据实际运营情况（如配送人力、货品库存）决定接单或拒单。待接单订单在店长选择**接单**后，状态将变为**待发货**；拒单后，会交由系统后台管理人员进行后续处理。

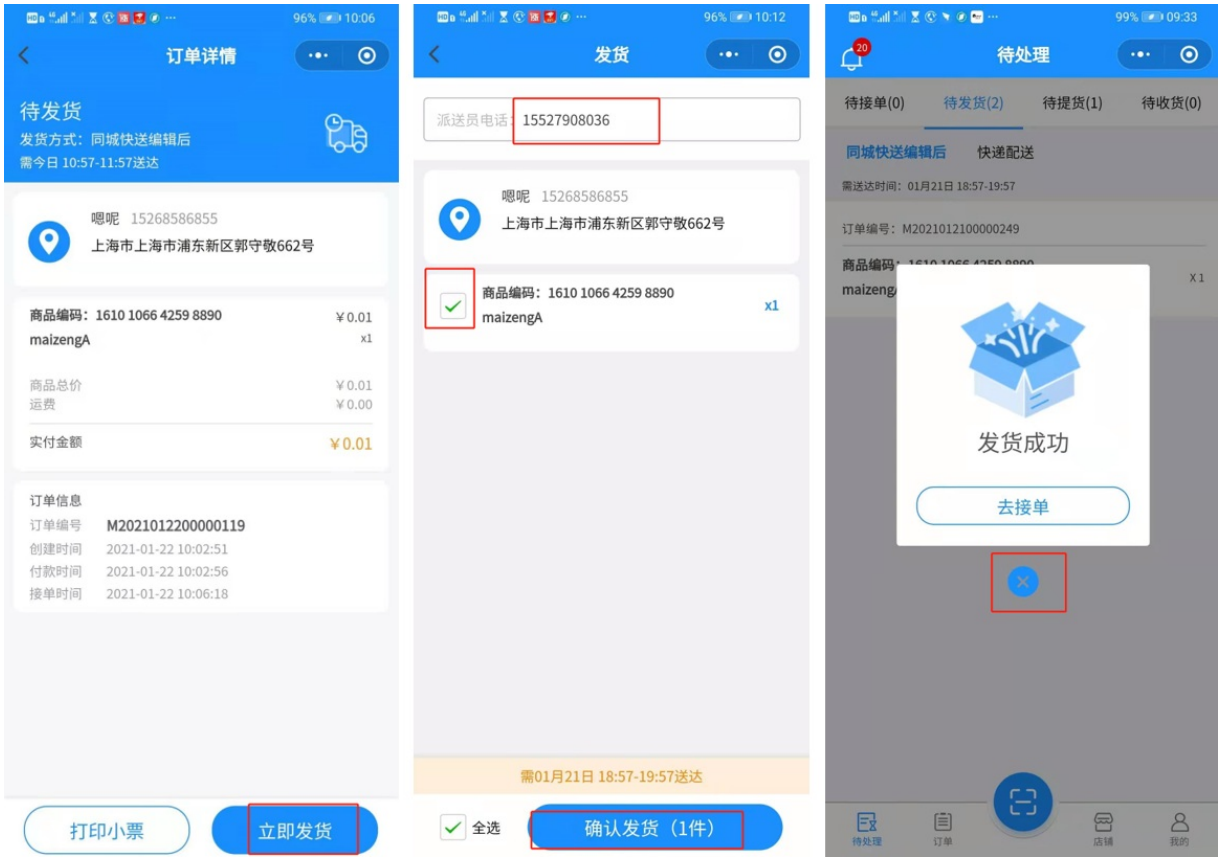


接单后安排发货

在**待处理**列表页，单击**待发货**页签并筛选出同城快送的订单，选择想要发货的订单。选中一个指定的**同城快送**订单后打印小票作为用户的消费凭证。然后单击**立即发货**。

在发货过程中需要注意的是，由于系统内还不支持线下直送的物流状态追踪，目前需要店长自行安排人员配送或通过第三方app下单（如达达）的方式安排配送。建议在确认可通过线下方式配送出商品后，再去该订单的发货详情页输入派送员联系方式（此项可不填）并确认发货。

- 建议填写派送员电话，方便用户在电商小程序的订单详情中拨打派送员电话询问订单配送情况；
- 发货后订单状态将变为**已发货**。**已发货**订单可在**订单**页签中通过筛选订单状态查看；
- 当订单商品送到用户手中，待用户单击**确认收货**后，订单状态即变为**交易成功**；如果用户不单击收货，则在经过自动确认收货时间后（比如1天之后），订单状态也会变为**交易成功**。

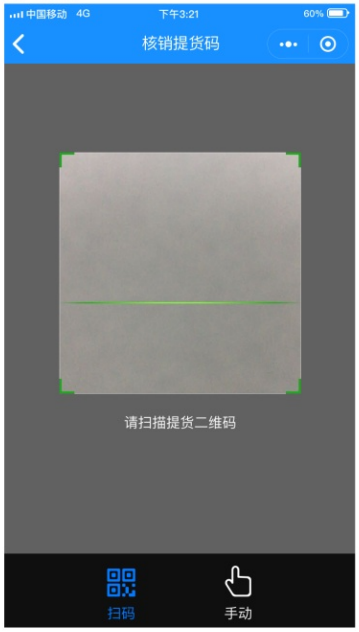


6. 核销提货码

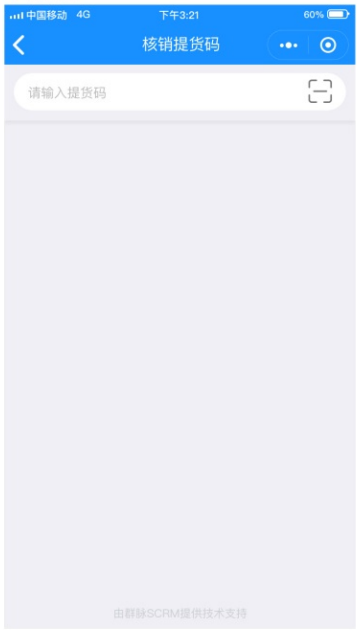
流程：门店接单后，生成提货码并发送给客户，客户到店提货时出示提货码，店员核销提货码完成提货。核销提货码支持扫描核销和手动输入提货码核销。

操作路径：登录店长小程序>核销

扫码核销



手动核销



若提货人因手机关机等异常原因无法提供提货码，店员可以通过其他方式确认提货人身份，手动标记已提货。

操作路径：登录店长小程序>待处理>待提货>标记已提货

待提货订单列表

待提货订单详情

手动标为已提货

7. 处理退货

客户在电商小程序对已发货商品申请退款退货，后台运营人员同意退货后，客户将商品寄回门店，门店收到退货商品后，门店员工验货后支持**确认收货**或**拒绝退款**操作。

操作路径：登录店长小程序>待处理>待收货

退款商品-待收货列表

退货详情-支持确认收货或拒绝退款

8. 订单查询

支持查看全部订单，支持按订单编号、收货人手机号搜索订单，支持按下单时间、订单状态筛选订单。

操作路径：登录店长小程序>订单

订单

9. 查看门店数据

支持查看门店交易数据和客户数据，支持查看自定义筛选时间区间内的数据。

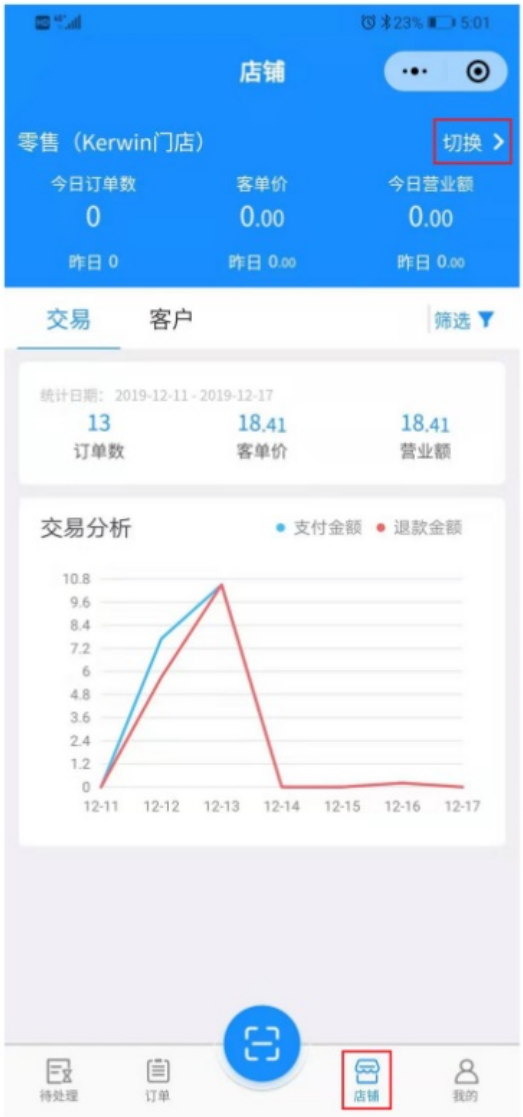
交易数据操作路径：登录店长小程序>店铺>交易

客户数据操作路径：登录店长小程序>店铺>客户

10. 切换门店

前提：当前员工在后台门店>员工管理中关联了多个门店。

操作路径：登录店长小程序>店铺>切换



11. 通知

11.1 小程序通知

待处理页面通知图标并标识未读通知条数。

待提货状态订单发生变更（部分/全部商品退款）后生成一条通知记录，单击通知打开对应订单详情。

操作路径：登录店长小程序>待处理>通知

11.2 短信通知

（1）客户成功购买、总部待处理订单成功分配门店后店员收到新订单的短信通知；

消息内容：**QA店长**您有一个新的订单xxx（订单编号），请尽快处理。

（2）待提货状态的订单，客户取消订单（全部商品退款），店员收到订单取消的短信通知；

消息内容：**QA店长**您有一个订单xxx（订单编号）已取消，请尽快处理。

（3）待提货状态的订单，客户申请部分商品退款，店员收到订单变更的短信通知。

消息内容：**QA店长**您有一个订单xxx（订单编号）发生退款，请尽快处理。

12. 编辑个人资料

门店员工支持编辑员工个人资料（姓名、性别、邮箱），手机号作为登录店长小程序的账号，不允许员工自己编辑，若要修改手机号需联系后台管理员。

操作路径：登录店长小程序>我的

我的
姓名
性别
男
手机号
188****5594
邮箱
请填写
打印机设置
待处理
订单
店铺
我的

12.媒体投放

12.1. 媒体投放概述

您可以在媒体投放模块采买媒体资源，然后利用采买的流量进行广告投放。

> **说明**
>
> 该功能模块仅在购买Quick Audience标准版的基础上，同时购买了媒体资源充值包和媒体投放充值包时可用。

具体包括以下功能：

- 营销排期：

  查看营销合约排期表、营销投放排期表，掌握媒体投放的总体情况。

- 营销推广：
  - 营销合约：采买媒体资源，包含一定量的媒体资源，可用于广告投放。
    - 线上合约：创建线上合约，在线上采买媒体资源。
    - 线下合约：录入线下采买的媒体资源。

    > **说明**
    >
    > 暂时仅支持互联网广告渠道，其他渠道敬请期待。

  - 营销投放：利用合约中的媒体资源，进行广告投放。
    - 定价投放：以固定价格使用媒体资源进行广告投放。

    > **说明**
    >
    > 暂时仅支持定价投放，竞价投放敬请期待。

  - 营销管理：营销投放过程中配置的以下三种项目，将在营销管理模块中进行统一管理。
    - 广告活动：一系列共享相同营销主题和预算的广告的集合，等同于广告订单组。
    - 广告订单：一次营销投放即产生一个广告订单，订单中包含分配的媒体资源，以及定向条件及广告创意等设置。
    - 广告创意：广告显示在媒体终端的内容。
  - 营销支持：
    - 素材管理：上传图片、视频、音频素材，进行统一管理，用于在营销投放时编辑广告创意。已上传的所有素材均在素材管理页面进行管理。
    - 资质管理：在投放广告前，上传您的资质材料，提供给媒体进行审批。

- 营销报表：
  - 效果报表：分析广告投放后的执行效果。

- 人群报表：分析广告投放后的人群触达效果。

- 营销资源：

  查看媒体资源、媒体投放资源的购买和使用情况。

名词解释

媒体投放模块涉及较多专有名词，请参考下表：

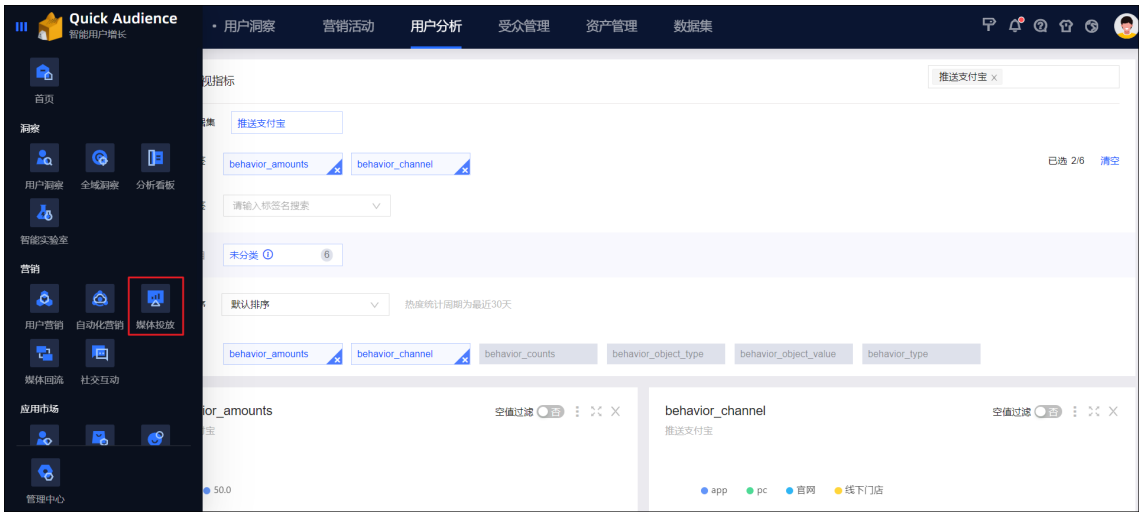
名词	描述
营销排期	营销合约、营销投放的排期。
营销合约	采买媒体资源完成后生成营销合约，标识媒体资源的集合，用于广告投放。
营销投放	利用营销合约中采买的流量进行广告投放
定价投放	以固定价格购买媒体资源进行广告投放。
采买形式-固定量级	即PDB，固定价格固定量级的采买，采买流量量级固定，按照所约定量级和价格进行结算。
采买形式-不固定量级	即PD，固定价格不固定量级的采买，采买流量量级不固定，按照实际投放量级和价格结算。
媒体	流量提供方，例如一个APP或网站。
广告位	广告投放内容展示位置。
创意形式	主要包含 开屏、信息流、横幅及视频贴片。
推送比	媒体推送流量比例，用以控制固定量级采买时可退回流量的比例，推送比例大于100%即超出部分可进行退量，退量操作由系统自动完成。
广告活动	通常是一系列共享相同营销主题和预算的广告的集合，等同于广告订单组。
广告订单	广告投放的实际载体，订单归属于广告活动，可针对订单分配媒体资源，设置定向条件及广告创意等。
广告创意	广告显示在媒体终端的内容。

名词	描述
频次	单一用户看到的广告次数。
控频	即频次控制，控制对同一个用户在指定时间周期内展示一个广告的次数上限。
追频	针对广告展示总次数未达到要求的用户，进行追加投放，最终展示总次数达到指定的范围。
受众	广告展示终端用户的集合，投放广告时可指定广告可见/不可见的人群。
优选订单	高优先级订单。
打底订单	低优先级订单，只在固定量级的订单显示，用以保证固定价格固定量级的购买机制，优选订单不要的流量全部进入打底。
媒体资源花费	用于媒体资源购买的花费，将从媒体资源充值包余额中扣除，包含线上合约和线下合约的媒体资源费用，但线下合约的媒体资源花费仅供参考，不从媒体资源充值包余额中实际扣除，另行通过线下付费。
媒体投放花费	用于广告投放的花费，将从媒体投放充值包余额中扣除。
曝光数	广告展示次数。
CPM	广告千次曝光所需花费金额。
点击数	广告投放后被点击次数。
点击率、CTR	广告点击率=点击数/曝光数。
CPC	广告每点击均价=媒体资源花费/点击数。

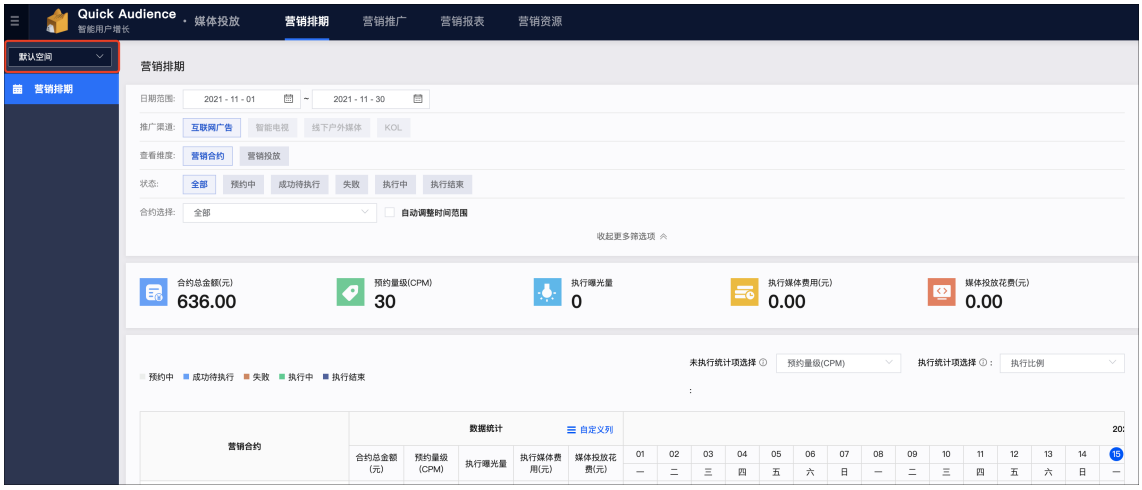
使用说明

- **使用条件**：使用媒体投放需要先完成资源包授权，并完成媒体资源充值包和媒体投放充值包的购买。具体操作，请参见媒体投放资源包授权和购买。
- **权限限制**：支持组织管理员、空间管理员使用。
- **使用入口**：

i. 鼠标滑过左上角☰图标调出导航栏浮层，从**营销**分组选择**媒体投放**，进入模块。



ii. 从左上角下拉框选择所在的工作空间。



12.2. 媒体投放资源包授权和购买

使用媒体投放功能前，需要先完成资源包授权操作，然后购买媒体资源充值包和媒体投放充值包。未完成资源包授权时，无法购买充值包。

> **注意**
>
> 两项操作均需要由购买Quick Audience的阿里云主账号进行。

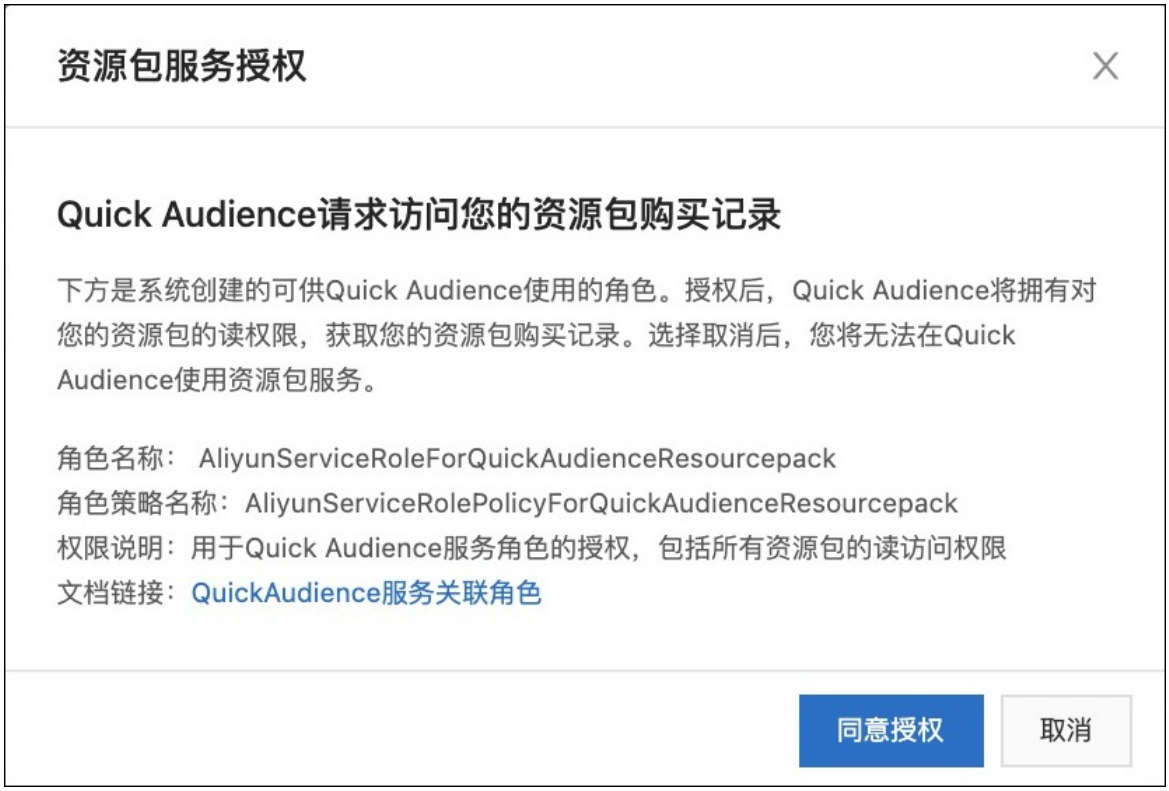
资源包授权

购买资源包前，需要进行资源包授权。

1. 主账号登录Quick Audience控制台，单击**资源包授权**。

> **说明**
>
> 资源包授权仅需要进行一次，即可对所有类型的资源包均生效。若您已进行过资源包授权，下图中的**资源包授权**按钮将隐藏。

2. 在弹出的对话框单击**同意授权**，完成授权操作，如下图所示。



授权后，Quick Audience系统可以获取和查看用户的资源包购买记录，参见QuickAudience服务关联角色（资源包授权）。

充值包购买

使用媒体投放功能需要购买两种充值包：

- 媒体资源充值包：用于媒体流量购买，系统会跟进购买流量所需金额进行扣费。仅包含线上合约的媒体资源费用，线下合约另行通过线下付费。

> **注意**
>
> 由于媒体资源可能会受市场和媒体侧政策影响产生变更，请您及时和CBM沟通媒体资源的可用范围，以保证正常使用。

- 媒体投放充值包：用于广告投放，通过系统进行程序化广告投放，系统会收取对应的费用。

以上充值包需要配合购买，使营销资源页面显示的媒体资源和投放资源均有充足余额。两种充值包均定价每个一万元，可叠加购买，使用时长为一年。若一年期到，而营销资源页面显示充值金额未用完，则剩余金额可退，请通过退订工单提交退款申请。

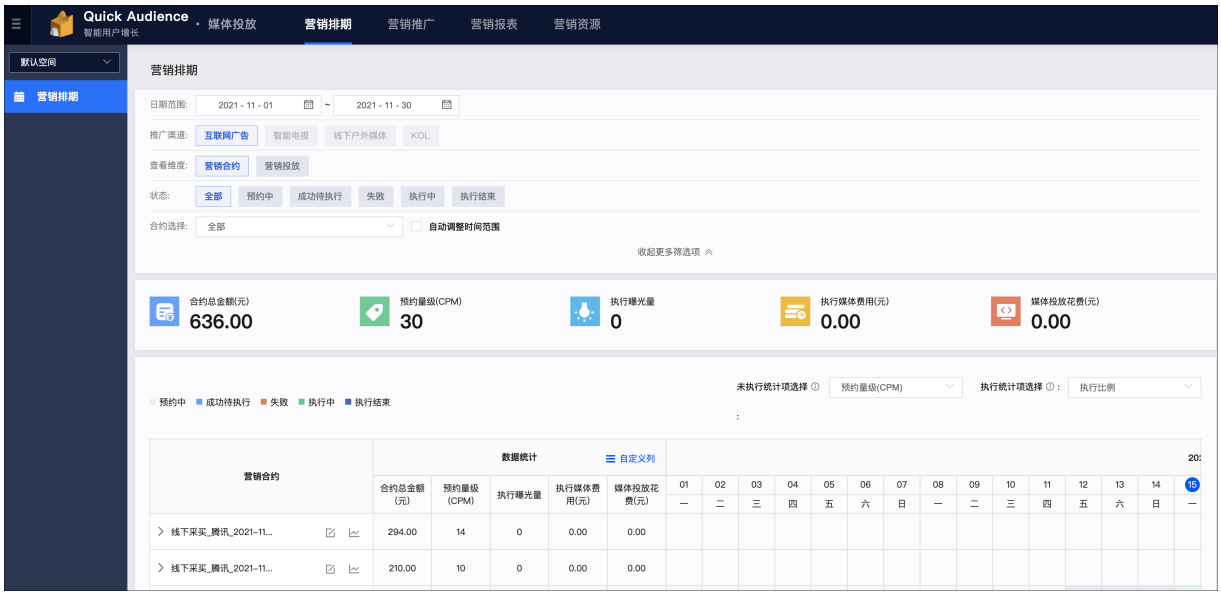
购买步骤：

1. 完成资源包授权后，继续使用主账号分别单击媒体资源充值包购买链接、媒体投放充值包购买链接，跳转到购买页面。
2. 单击**立即购买**进行购买。

12.3. 营销排期

进入媒体投放模块后，默认进入**营销排期**页面，您可查看营销合约排期表、营销投放排期表，掌握媒体投放的总体情况。

营销合约排期



如上图所示，页面主要分为三个区域，分别是筛选条件、关键指标项、排期表。

1、筛选条件：

- 日期范围：默认为当月，您可自定义设置，日期范围不得超出180天。
- 推广渠道：当前仅支持互联网广告。
- 查看维度：要查看营销合约排期，请您选择**营销合约**。
- 状态：默认选择为全部，可选择预约中、成功待执行、失败、执行中、执行结束。
  - 预约中：合约提交成功未反馈具体的处理状态，如合约下存在多个媒体多个广告位，存在部分通过即合约不处于预约中的状态。

- 成功待执行：合约存在通过同时未达到最早开始时间。
- 失败：合约下媒体及广告位全部预约失败。
- 执行中：合约下存在正在执行的媒体及广告位。
- 执行结束：合约执行到达结束时间。

- 合约选择：下拉框默认选择全部，单击下拉框展开全部下拉选项，下拉选项内容为所选择推广渠道下所有广告合约，下拉框支持多选。
- 自动调整时间范围：根据所选择广告合约，自动取用所选择广告合约的最早开始日期和最后的结束日期作为本次筛选日期范围，取消勾选后日期范围恢复初始状态。

2、关键指标项：

- 合约总金额
- 预约量级：预约的广告量级，单位为千次。
- 执行曝光量：已执行的广告展示次数。
- 执行媒体费用：已执行的媒体费用。
- 媒体投放花费

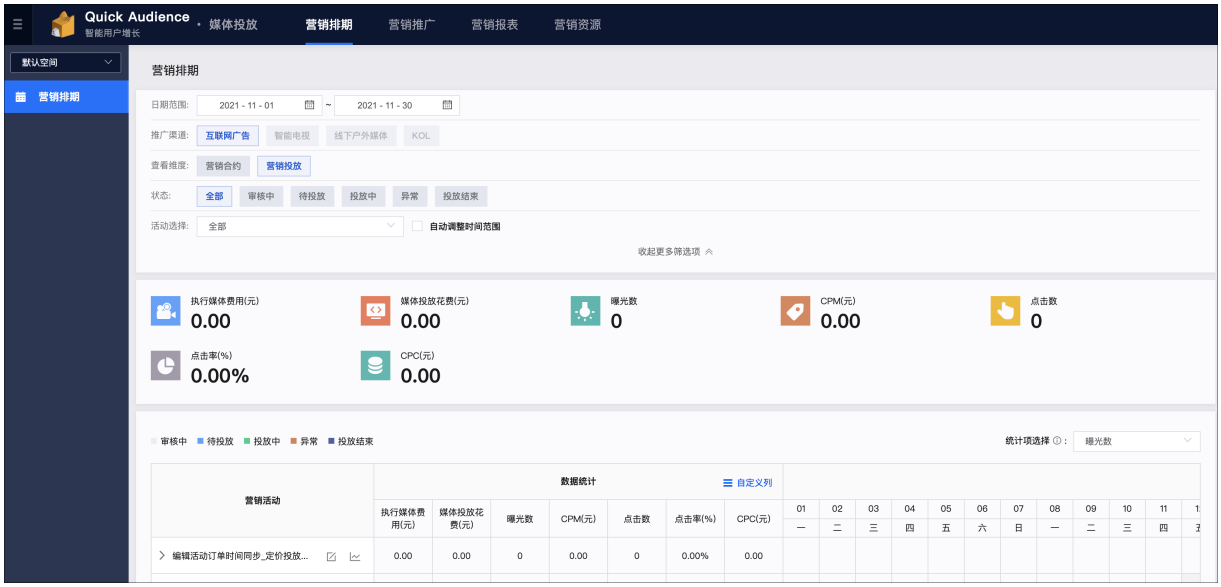
3、排期表：横向划分三部分内容，分别为营销合约、数据统计及日期表。

- 营销合约：营销合约主要分为三级，一级为合约二级为媒体，三级为广告位，可进行纵向展开和收起，可针对合约级进行编辑，只能针对存在失败的合约进行编辑，单击编辑图标后进入到营销合约编辑页面，单击报表图标进入到营销报表页面，默认选中指定的广告合约和日期范围。
- 数据统计：查看所选择层级，指定合约/媒体/广告位在指定日期范围内的预算花费等指标，详细指标同关键指标一一致，可在当前区域进行自定义列，单击后该按钮进行控制相关指标项显示与否。

- 排期：表头显示对应的日期范围，第一行显示为年份及月份，第二行显示日期，第三行显示日期对应的星期，在列表内每一行根据所显示的合约/媒体/广告位进行显示对应的预约信息，根据所查看内容及日期在单元格内显示相应的状态标识，支持针对单元格内的数据进行控制统计指标，可通过列表上侧下拉框进行控制，单元格内状态主体分为两种，一种是未执行的，另外是已执行，未执行状态可设置显示指标项为“预约量级和预约金额”，已执行状态可设置显示指标项为“执行比例，执行花费金额，执行曝光量”，当鼠标滑过对应的单元格时显示所选日期当天的详细数据，鼠标滑过显示浮层如下图所示。

显示当天的状态和统计数据信息，如当天为失败状态，将显示对应的失败原因。

营销投放排期表



如上图所示，页面主要分为三个区域，分别是筛选条件、关键指标项、排期表。

1、筛选条件：

- 日期范围：默认为当月，您可自定义设置，日期范围不得超出180天。
- 推广渠道：当前仅支持互联网广告。
- 查看维度：要查看营销投放排期，请您选择**营销投放**。
- 状态：默认选择为全部，可选择审核中、待投放、投放中、异常、投放结束。
  - 审核中：广告创意审核中。
  - 待投放：广告订单未到达投放开始时间。
  - 投放中：广告订单已到达投放开始时间。
  - 异常：广告创意全部审核拒绝其所属订单及活动状态均显示为异常。
  - 投放结束：针对广告订单到达投放结束时间，针对广告活动其下所有订单均到达结束日期为投放结束。
- 活动选择：下拉框默认选择全部，单击下拉框展开全部下拉选项，下拉选项内容为所选推广渠道下广告活动名称，下拉框支持多选。
- 自动调整时间范围：根据所选择广告活动，自动取用所选择广告活动下广告订单的最早开始日期和最后的结束日期作为本次筛选日期范围，取消勾选后日期范围恢复初始状态。

2、关键指标项

- 执行媒体费用：已执行的媒体费用。
- 媒体投放花费
- 曝光数
- CPM
- 点击数
- 点击率
- CPC

3、排期表：横向划分三部分内容，分别为营销活动、数据统计、及日期表。

- 营销活动：营销活动主要分为三级，一级为广告活动二级为广告订单，三级为广告创意，可进行纵向展开和收起，可单击编辑图标进入到所指定“活动/订单/创意”的编辑页面，单击报表图标进入到营销报表页面，默认选中为指定的广告活动/订单/创意和日期范围。
- 数据统计：查看所选择层级，指定活动/订单/创意在指定日期范围内的效果数据，详细指标同关键指标一一致，可在当前区域进行自定义列，单击后该按钮进行控制相关指标项显示与否。
- 排期：表头显示对应的日期范围，第一行显示为年份及月份，第二行显示日期，第三行显示日期对应的星期，在列表内每一行根据所显示的活动/订单/创意进行显示对应的效果数据信息，根据所查看内容及日期在单元格内显示相应的状态标识和数据详情，未执行的活动/订单/创意在单元格内不显示数据，支持针对单元格内的数据进行控制统计指标，可通过列表上侧下拉框进行控制，可选择指标项包括“执行媒体投放金额/技术服务费金额/曝光数/CPM/点击数/点击率/CPC”当鼠标滑过对应的单元格时显示所选日期当天的详细数据，鼠标滑过显示浮层如下图所示。

12.4. 营销推广

12.4.1. 营销合约

营销合约是采买媒体资源的合约，包含一定量的媒体资源，可用于广告投放。

在媒体投放模块中，营销合约分为：

- 线上合约：创建线上合约，在线上采买媒体资源。
- 线下合约：录入线下采买的媒体资源。

> **注意**
>
> 您在线下向媒体进行流量采买时，必须指定【璧合科技】为投放技术服务方，才能利用该合约在线上进行广告投放。

两种合约均暂时仅支持互联网广告渠道，均可在营销投放页面进行广告投放。

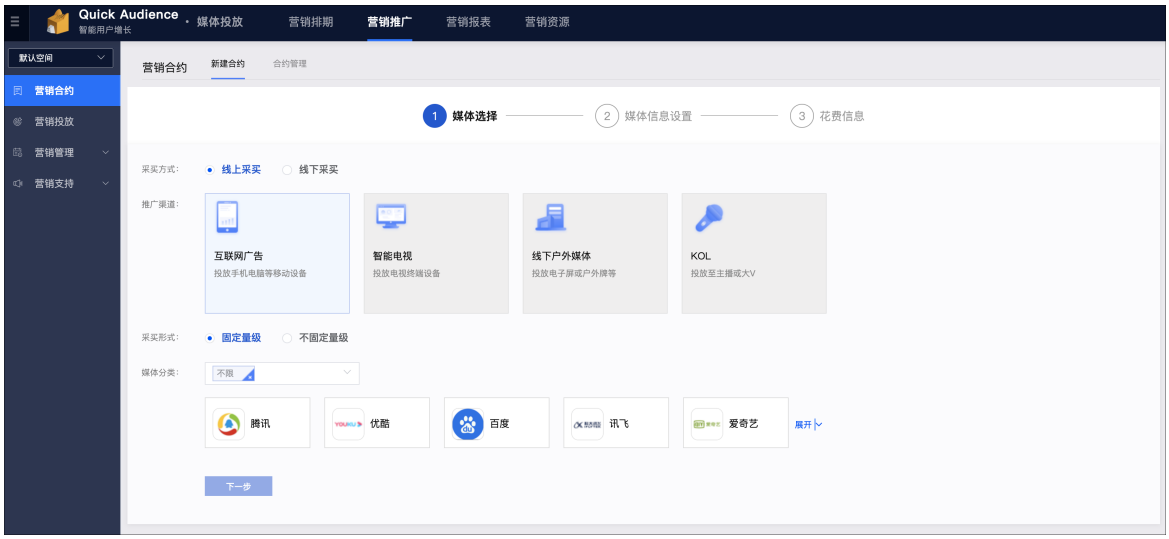
新建线上合约

创建线上合约，在线上采买媒体资源。

操作步骤：

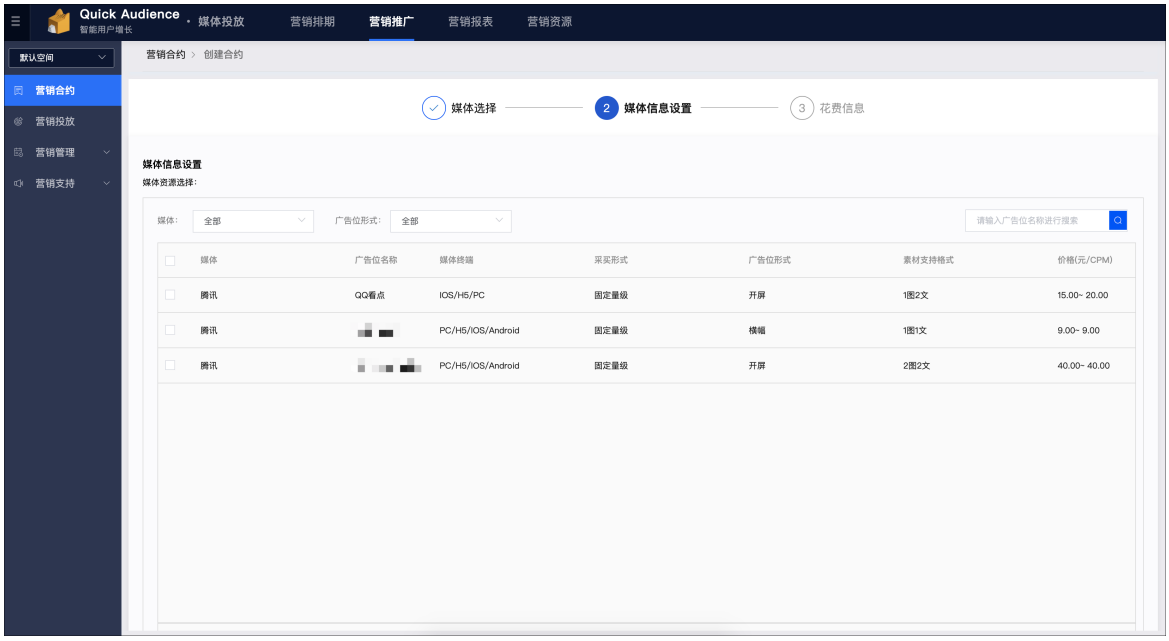
1. 选择**媒体投放**>所在工作空间>**营销推广**>**营销合约**，进入**新建合约**页签。

2. 在媒体选择页面配置以下信息，然后单击**下一步**。



- 采买方式：选择**线上采买**。
- 推广渠道：目前只支持**互联网广告**。
- 采买形式：
  - 固定量级：PDB（固定价格固定量级的采买）。
  - 不固定量级：PD（固定价格不固定量级）。
- 媒体分类：根据所选择的推广渠道及采买形式筛选后的媒体显示该部分媒体所属的分类名称，默认选择**不限**，可选择其他分类，支持多选。
- 媒体选择：根据用户所选择推广渠道、采买形式及媒体分类显示筛选后的媒体，支持多选。

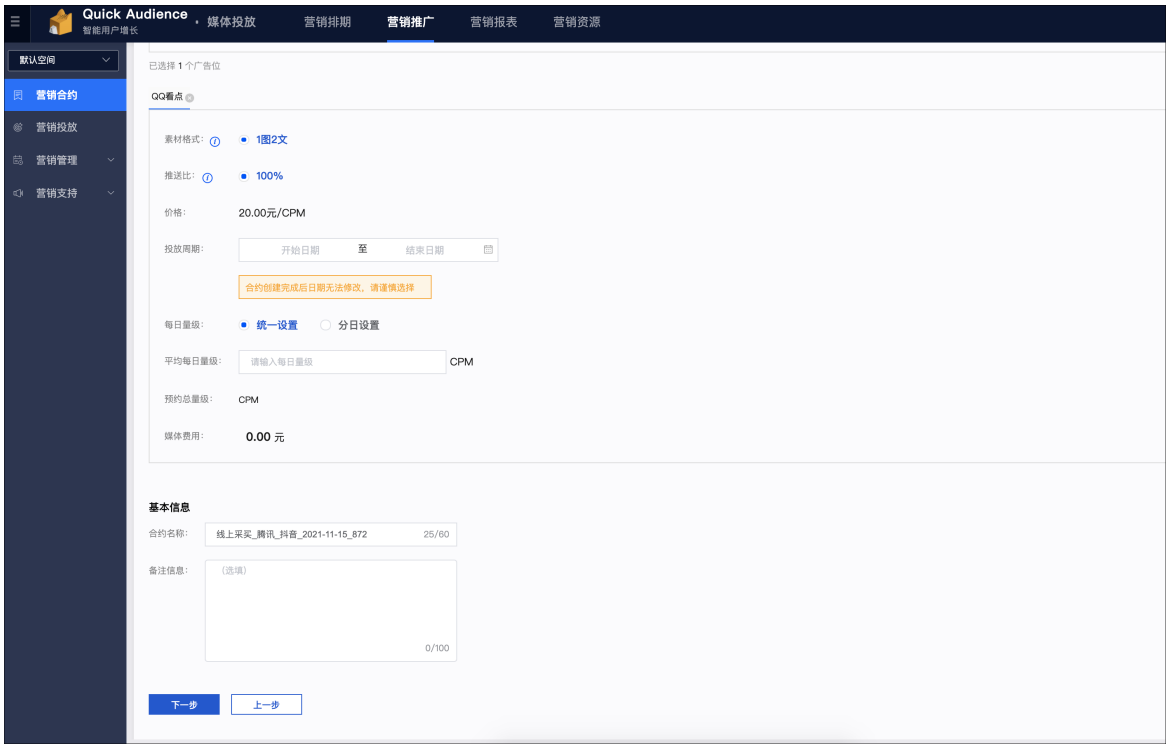
3. 在媒体信息设置页面配置以下信息，然后单击**下一步**。



- 媒体资源选择：从已选择的媒体下的广告位列表中，选择您需要的广告位。

  支持分别从媒体、广告位形式下拉框过滤指定媒体、广告位形式（开屏、原生信息流、视频贴片、横幅）。支持搜索广告位名称。

单击广告位所在行时，右侧将显示广告位预览图。



- 广告位信息设置：选择多个广告位后，您可单击不同的tab页切换设置不同的广告位预约信息。

  您需要设置的内容包括：

  - 素材格式：选择投放广告位的显示内容格式，例如1图1文、1图1视频。
  - 推送比：只针对固定量级的广告位才显示。
  - 价格：根据已选择的广告推送比及广告位格式显示对应的CPM单价。
  - 投放周期：设置所需预约流量对应的覆盖周期，您可自定义时间范围。
  - 量级设置：有两种方法：
    - 设置每日量级：设置投放周期中每一天的量级，可以统一设置或分日设置。
    - 设置总量：设置投放周期内量级总和。
  - 预约总量级：显示投放周期围内量级总和。
  - 广告位流量总价：显示当前广告位预约总量级*CPM单价。

- 基本信息：
  - 合约名称：系统默认生成，客户可修改。
  - 备注信息：可不填。

4. 在花费信息页面确认以下花费相关信息，然后单击**提交**，完成线上合约的创建。

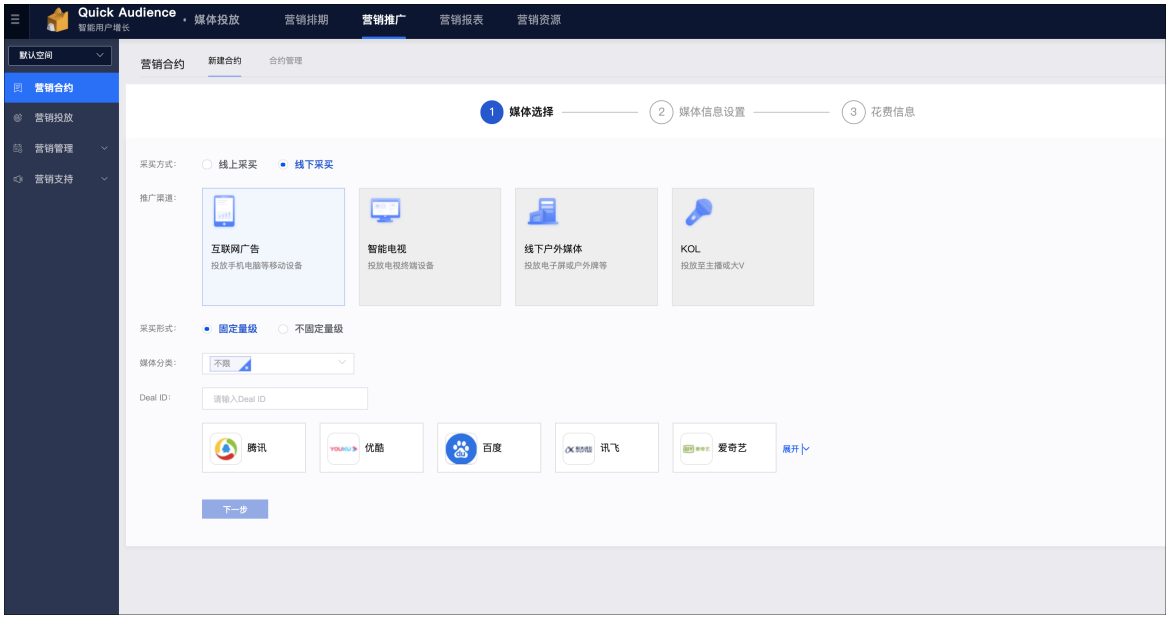
- 预计消耗总金额：媒体资源花费和媒体投放花费预估总金额。
- 媒体资源花费：线上合约所需扣除媒体资源充值包费用。
- 媒体投放花费：合约用于广告投放所需扣除媒体投放资源包费用。
- 可用媒体资源：媒体资源充值包剩余可用的金额。
- 可用媒体投放资源：媒体投放资源包剩余可用金额。

新建线下合约

创建线下合约，录入线下采买的媒体资源。

操作步骤：

1. 选择**媒体投放**>所在工作空间>**营销推广**>**营销合约**，进入**新建合约**页签。
2. 在媒体选择页面配置以下信息，然后单击**下一步**。

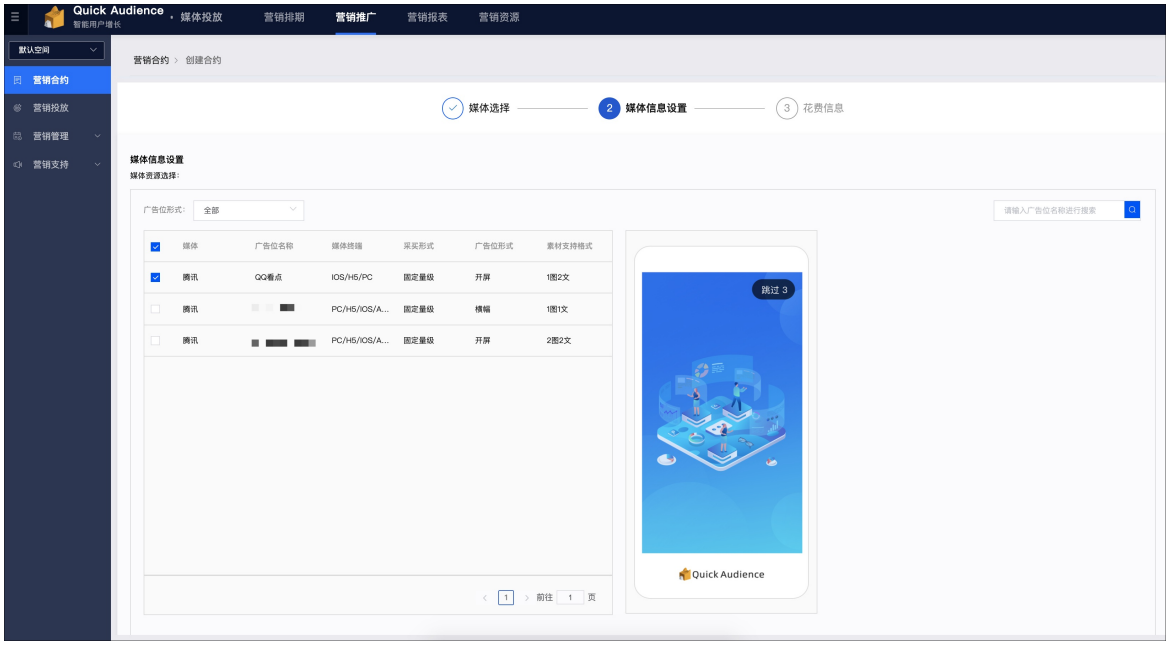


- 采买方式：选择**线下采买**。
- 推广渠道：目前只支持**互联网广告**。
- 采买形式：

- 固定量级：PDB（固定价格固定量级的采买）。
- 不固定量级：PD（固定价格不固定量级）。

- 媒体分类：根据所选择的推广渠道及采买形式筛选后的媒体显示该部分媒体所属的分类名称，默认选择**不限**，可选择其他分类，支持多选。
- Deal ID：输入采买流量后媒体侧提供的Deal ID信息。

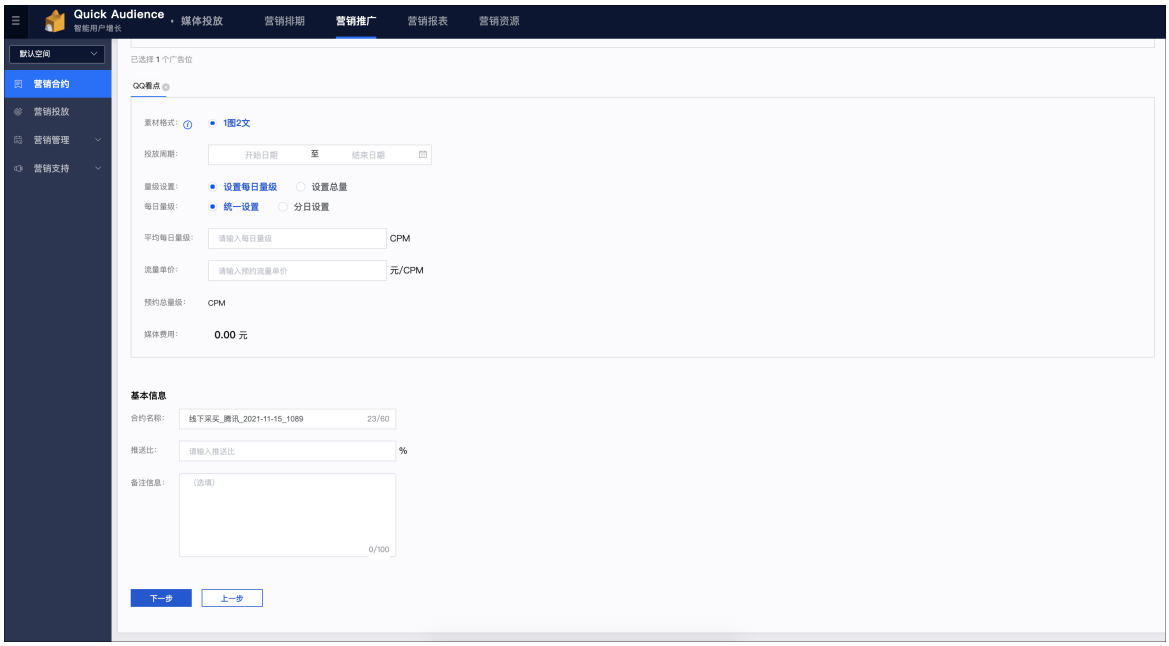
3. 在媒体信息设置页面配置以下信息，然后单击**下一步**。



- 媒体资源选择：从已选择的媒体下的广告位列表中，选择您需要的广告位。

  支持分别从媒体、广告位形式下拉框过滤指定媒体、广告位形式（开屏、原生信息流、视频贴片、横幅）。支持搜索广告位名称。

  单击广告位所在行时，右侧将显示广告位预览图。



- 广告位信息设置：选择多个广告位后，您可单击不同的tab页切换设置不同的广告位预约信息。

  您需要设置的内容包括：

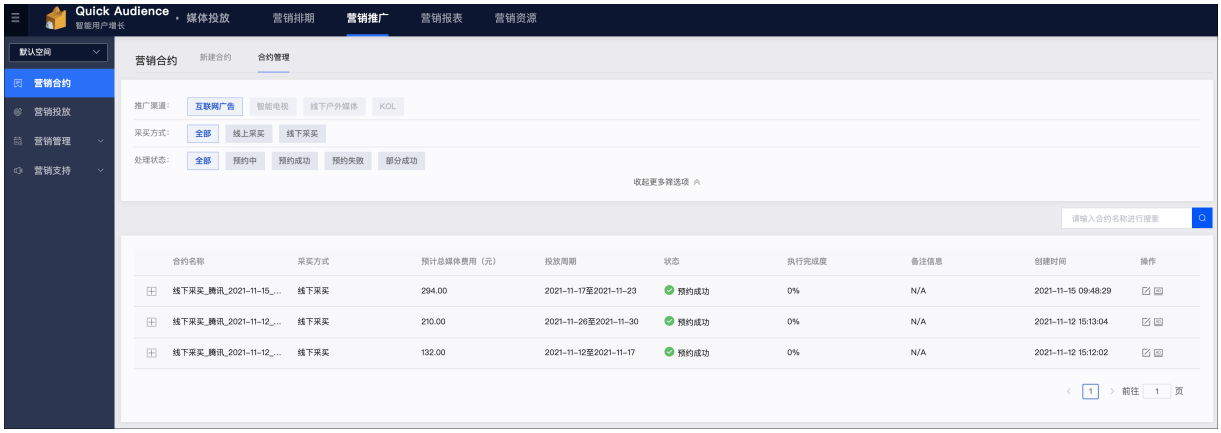
  - 素材格式：选择投放广告位的显示内容格式，例如1图1文、1图1视频。
  - 投放周期：设置所需预约流量对应的覆盖周期。
  - 量级设置：有两种方法：
    - 设置每日量级：设置投放周期中每一天的量级，可以统一设置或分日设置。
    - 设置总量：设置投放周期内量级总和。
  - 流量单价：根据实际采买流量信息进入填入每CPM售卖价
  - 预约总量级：显示投放周期内量级总和。
  - 媒体费用：显示当前广告位预计总媒体费用金额。
- 基本信息
  - 合约名称：系统默认生成，客户可修改。
  - 推送比：设置媒体推送流量比例，在固定量级的基础上要求媒体多推送一些流量，超出100%的部分可进行退量，需要您手动设置，要求大于等于100%。
  - 备注信息：可不填。

4. 在花费信息页面确认以下花费相关信息，然后单击**提交**，完成线上合约的创建。

- 预计消耗总金额：媒体资源花费和媒体投放花费预估总金额。
- 媒体资源花费：线下合约所需花费，仅供参考，不实际扣除媒体资源充值包费用。
- 媒体投放花费：合约用于广告投放所需扣除媒体投放资源包费用。
- 可用媒体投放资源：媒体投放资源包剩余可用金额。

管理合约

管理合约页签显示系统内已创建的所有营销合约，如下图所示。



您可以通过推广渠道、采买方式、处理状态筛选合约。支持搜索合约名称。

其中，处理状态包括：

- 预约中：合约创建成功未反馈结果。
- 部分成功：合约包含多个媒体，部分成功部分失败。
- 预约成功：合约包含的媒体全部预约成功。
- 预约失败：合约包含的媒体全部失败。

您可进行以下操作：

- 编辑：单击 图标，编辑合约。

  线上合约状态预约成功状态下不可编辑，其他状态可编辑预约失败的媒体及广告位信息，线下合约均可编辑。

- 广告投放：单击 图标后，引用当前广告合约进行广告投放，具体操作请参见营销投放。

- 展开：单击列表中某一行即可展开合约下的媒体和广告位信息，如下图所示。

12.4.2. 营销投放

利用合约中的媒体资源，进行广告投放。

前提条件

已创建合约，采买媒体资源，请参见营销合约。

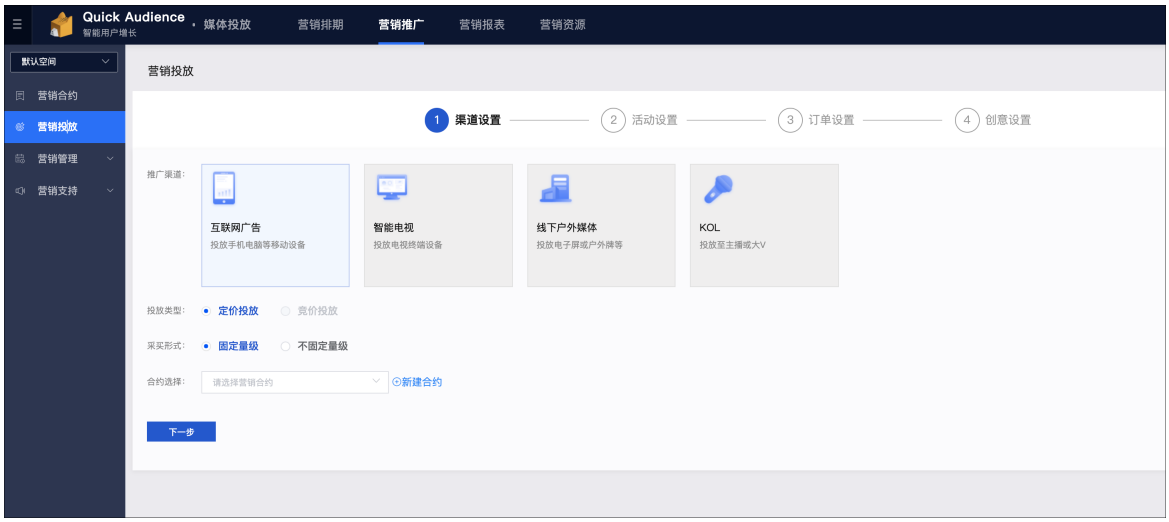
定价投放

定价投放是以固定价格使用媒体资源进行广告投放。

操作步骤：

1. 选择**媒体投放**>所在工作空间>**营销推广**>**营销投放**，进入配置页面。
2. 在渠道设置页面配置以下信息，然后单击**下一步**。

渠道设置指设置本次营销投放使用已创建的营销合约中包含的媒体资源。

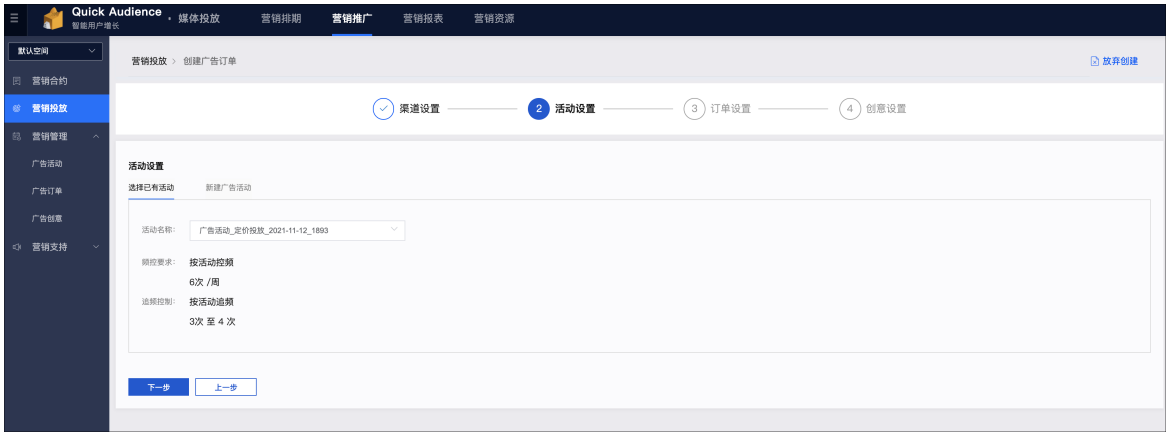


- 推广渠道：目前只支持**互联网广告**。
- 推广渠道：目前只支持**定价投放**。
- 采买形式：
  - 固定量级：PDB（固定价格固定量级的采买）。
  - 不固定量级：PD（固定价格不固定量级）。
- 合约选择：根据已选择的采买形式，选择一个在有效期内且状态为预约成功的营销合约。

  您也可以单击**新建合约**创建新的营销合约。
- 媒体及广告位选择：选择合约后，显示合约中的媒体及广告位。您需要选择要用于投放的媒体及广告位。默认选中所有媒体。

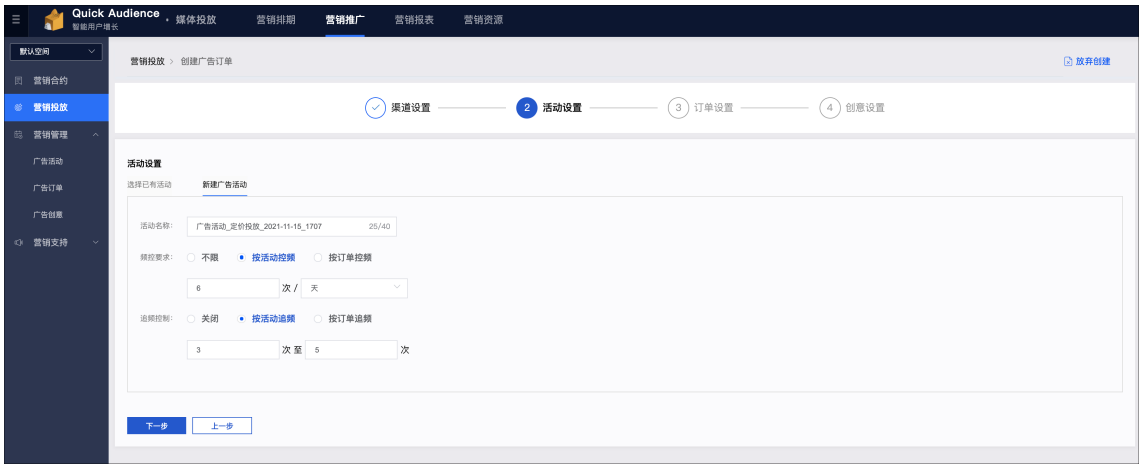
3. 在活动设置页面配置以下信息，然后单击**下一步**。

   活动设置指设置本次营销投放归属于某一个广告活动，即归属于一系列共享相同营销主题和预算的广告的集合。



- 选择已有活动：指定订单所属活动，选择一个已有的广告活动，下方将显示已选择的广告活动的频控要求、追频控制设置。

- 新建广告活动：创建新的广告活动，配置以下信息：



  - 频控要求：

    频控即频次控制，控制对同一个用户在指定时间周期内展示广告的次数上限。

    - 默认选择**不限**，即该活动及其广告订单不设置频控要求。
    - 按活动控频：在活动中设置频次要求，该活动的所有广告订单统一使用此频次要求。请设置要求的频次及周期，即对同一个用户在指定时间周期内展示的次数上限。
    - 按订单控频：该活动的每个订单单独设置频次要求，您需要下一步在订单设置页面进行设置。

  - 追频控制：

    追频是针对广告展示总次数未达到要求的用户追加投放，最终展示总次数达到指定范围。

    - 默认选择**关闭**，即该活动及其广告订单不进行追频。
    - 按活动追频：在活动中设置追频范围，该活动的所有广告订单统一使用此追频范围。请设置要求的追频范围，即追加投放，直至对同一个用户的展示总次数到达指定范围。
    - 按订单追频：该活动的每个订单单独设置追频范围，您需要下一步在订单设置页面进行设置。

4. 在订单设置页面配置以下信息，然后单击**下一步**。

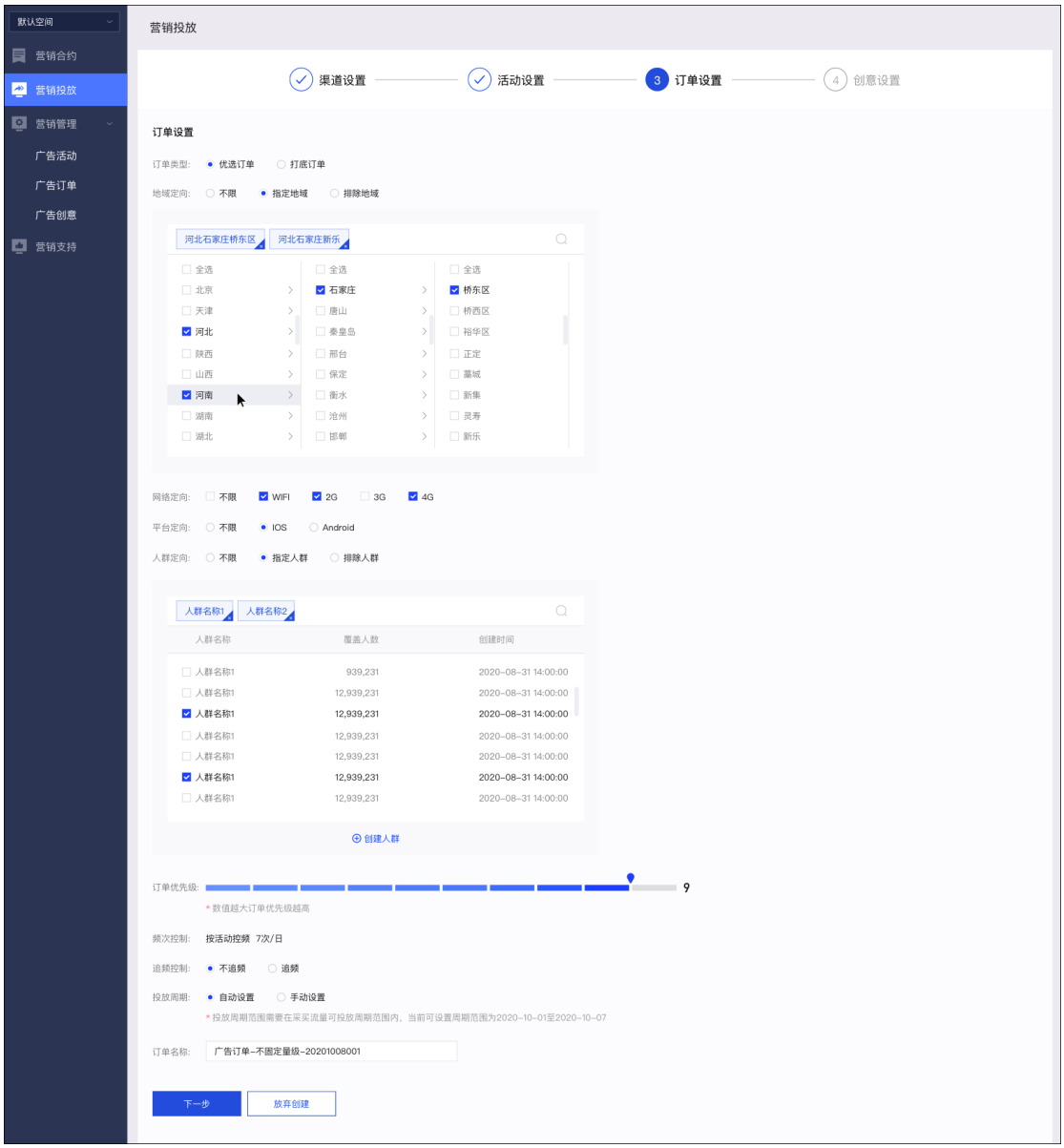
   订单设置指设置本次营销投放的定向条件、订单优先级等。

   - 对于采买形式已选择固定量级的：

     针对定价投放且固定量级的合约，支持两种订单类型：优选订单、打底订单。优选订单优先级高于打底订单，同一营销合约下同一媒体发送的流量优先由优选订单进行吃量，优选订单不要的量均进入打底订单，打底订单不包含任何定向条件且不受频次要求限制。

     请您选择订单类型：

- 若选择**优选订单**，后续配置如下图所示：



- 地域定向：设置广告针对指定地域进行曝光，或者曝光时排除特定地域。
- 网络定向：支持设置广告针对指定网络的受众进行曝光，可多选。
- 平台定向：支持设置广告针对指定平台的受众进行曝光。
- 人群定向：支持设置广告针对指定人群进行曝光，或者曝光时排除特定人群，可选的人群为用户洞察模块中的受众，支持多选。

  支持的受众ID类型和相应的加密类型（若您已对ID进行加密）包括：

  - 手机IMEI：原文、MD5加密、SHA1加密。
  - 手机IDFA：原文、MD5加密、SHA1加密。
  - MAC地址：原文、MD5加密、SHA1加密。
  - 手机OAID：原文、MD5加密。

- 订单优先级：控制同一营销合约下同一媒体的流量针对多个优选订单的优先级，数值越大优先级越高，越优先投放。
- 频次控制：

  根据当前订单所属活动的频次要求显示：

  - 如活动的频次要求为不限，则显示**不限**。
  - 如活动的频次要求为按活动控频，则显示活动设置的频次信息。
  - 如活动的频次要求为按订单控频，则请您自定义频次要求，设置方式请参见广告活动。
- 追频控制：

  根据当前订单所属活动的追频控制显示：

  - 如活动的追频控制为关闭，则显示**不追频**，不可修改。
  - 如活动的追频控制为按活动追频，则可以开启追频，追频范围自动使用活动设置的追频范围。
  - 如活动的追频控制为按订单追频，则可以开启追频，请您自定义追频范围，设置方式请参见广告活动。
- 投放周期：

  设置订单投放开始时间和结束时间，您可以选择自动设置或手动设置：

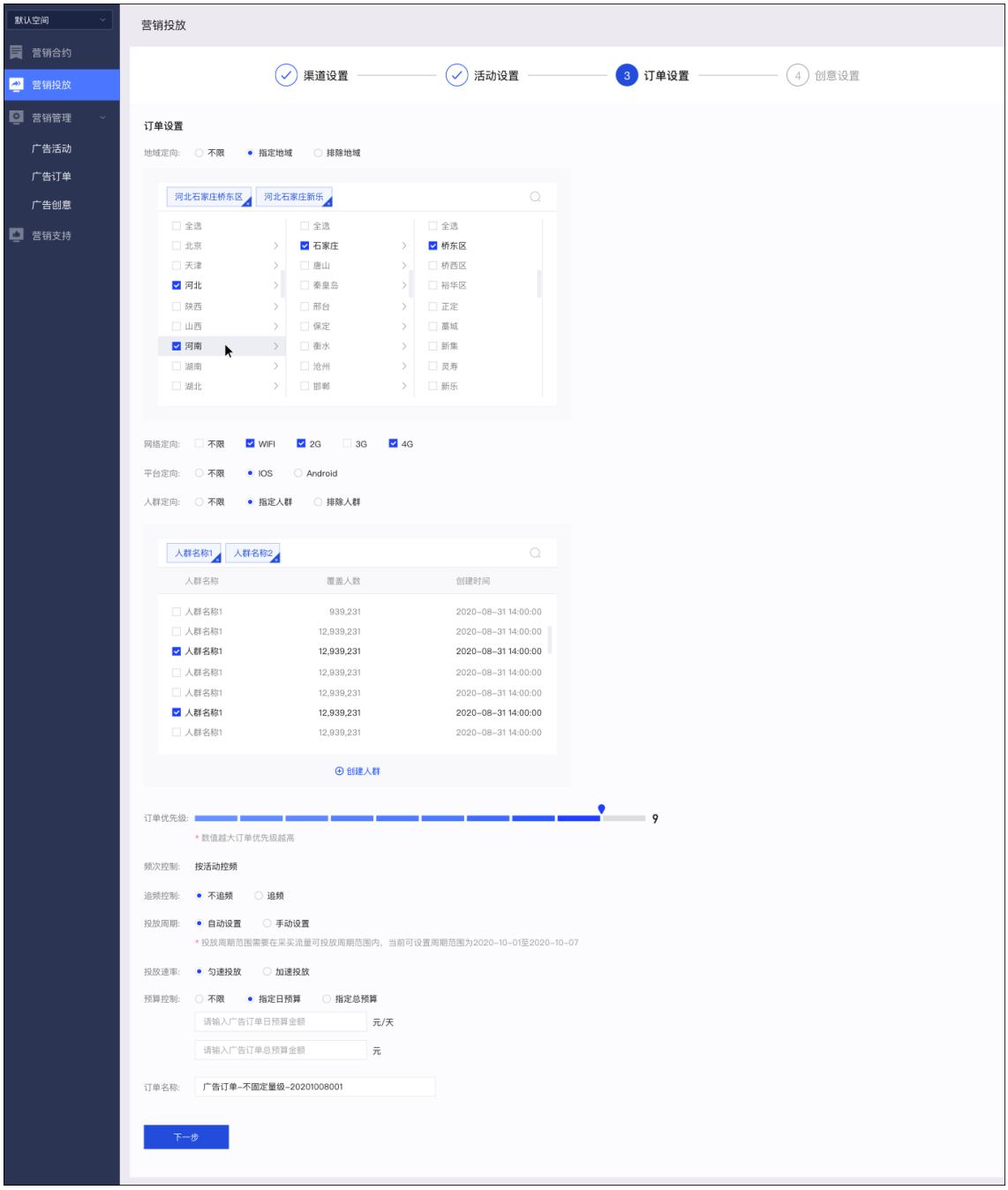
  - 自动设置：根据当前订单所选择广告位的最早可投放时间到最后的投放结束时间作为订单的投放周期
  - 手动设置：需要固定时间范围为所选择的广告位最早开始时间和最后的结束时间。
- 订单名称：系统默认生成，您可自定义修改。

- 若选择**打底订单**，后续配置如下图所示：

  - 订单名称：系统默认生成，您可自定义修改。

- 对于采买形式已选择不固定量级的：

不固定量级的合约因不涉及保量机制，根据实际消耗进行结算，因此订单类型不包含打底订单，所有订单都为优选订单。后续配置如下图所示：



- 地域定向：设置广告针对指定地域进行曝光，或者曝光时排除特定地域。
- 网络定向：支持设置广告针对指定网络的受众进行曝光，可多选。
- 平台定向：支持设置广告针对指定平台的受众进行曝光。

- 人群定向：支持设置广告针对指定人群进行曝光，或者曝光时排除特定人群，可选的人群为用户洞察模块中的受众，支持多选。

  支持的受众ID类型和相应的加密类型（若您已对ID进行加密）包括：

  - 手机IMEI：原文、MD5加密、SHA1加密。
  - 手机IDFA：原文、MD5加密、SHA1加密。
  - MAC地址：原文、MD5加密、SHA1加密。
  - 手机OAID：原文、MD5加密。
- 订单优先级：控制同一营销合约下同一媒体的流量针对多个优选订单的优先级，数值越大优先级越高，越优先投放。
- 频次控制：

  根据当前订单所属活动的频次要求显示：

  - 如活动的频次要求为不限，则显示**不限**。
  - 如活动的频次要求为按活动控频，则显示活动设置的频次信息。
  - 如活动的频次要求为按订单控频，则请您自定义频次要求，设置方式请参见广告活动。
- 追频控制：

  根据当前订单所属活动的追频控制显示：

  - 如活动的追频控制为关闭，则显示**不追频**，不可修改。
  - 如活动的追频控制为按活动追频，则可以开启追频，追频范围自动使用活动设置的追频范围。
  - 如活动的追频控制为按订单追频，则可以开启追频，请您自定义追频范围，设置方式请参见广告活动。
- 投放周期：

  设置订单投放开始时间和结束时间，您可以选择自动设置或手动设置：

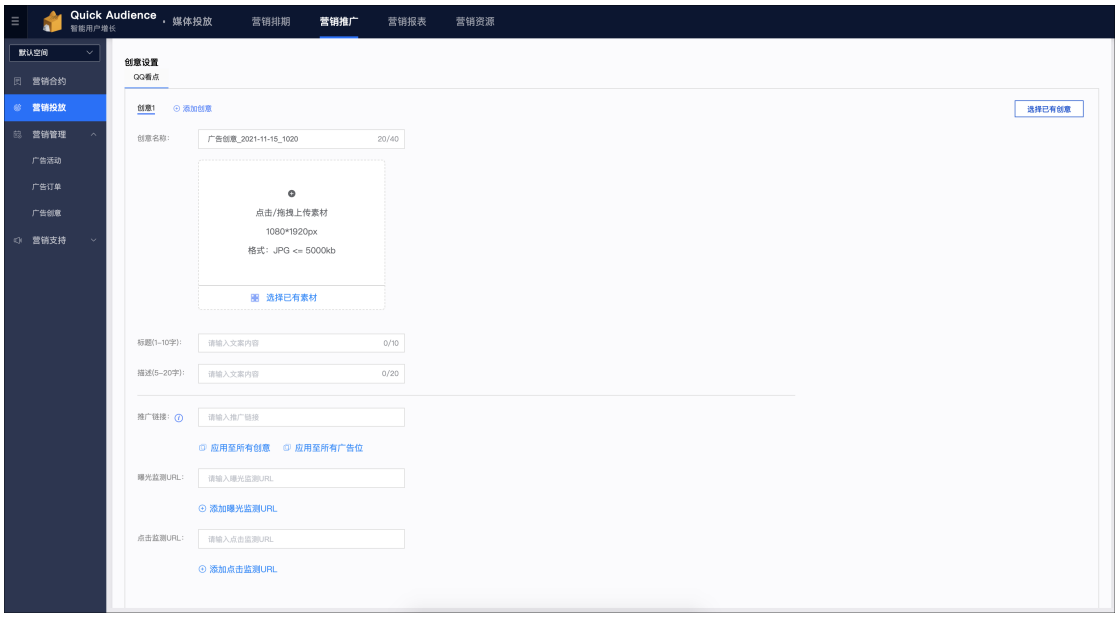
  - 自动设置：根据当前订单所选择广告位的最早可投放时间到最后的投放结束时间作为订单的投放周期
  - 手动设置：需要固定时间范围为所选择的广告位最早开始时间和最后的结束时间。
- 预算控制：默认不限，可以同时设置总预算和日预算，总预算必须大于日预算。
- 投放速率：
  - 匀速投放：设置的预算细分至小时级别的控制，使预算均匀的消耗。
  - 加速投放：广告根据所设置预算符合定向条件的情况下最大化的曝光完成消耗。
- 订单名称：系统默认生成，您可自定义修改。

5. 在创意设置页面配置以下信息。

   创意设置指设置本次营销投放显示在媒体终端的内容。

   > **说明**
   >
   > 创意由广告位所属的媒体进行审核，审核通过后才能实际向用户投放。

i. 为每个广告位设置创意，如下图所示。

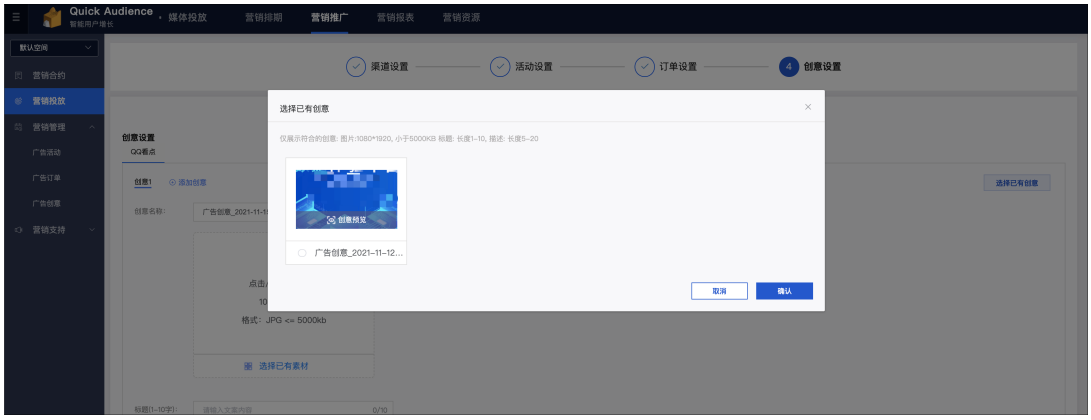


若本订单包含多个广告位，单击不同的tab页切换设置不同的广告位设置创意。

支持对一个广告位设置最多5条创意，通过单击**添加创意**进行添加，添加创意后支持移除。

设置创意：

- 选择已有创意：单击右上角**选择已有创意**后，在窗口中选择已有创意再次使用，如下图所示。



- 若不选择已有创意，而是配置新创意：
  - 创意名称：系统默认生成，您可自定义修改。
  - 上传素材，或选择已有素材
  - 标题
  - 描述
  - 推广链接：用户点击广告后进入的落地页地址，必填。单击**应用至所有创意**则将此推广链接自动应用至当前广告位下所有广告创意，单击**应用至所有广告位**则将此推广链接应用至所有广告位的所有创意内。
  - 曝光监测URL：选填，可添加多个，最多添加3个。
  - 点击监测URL：选填，可添加多个，最多添加3个。

ii. 为每个广告位指定位序，即指定创意对单一用户的展示次数及时间顺序。

a. 选择**不启用**或**启用**位序设置。

b. 为每个位序选择要展示的创意，设置展示频次。支持单击**添加位序**增加位序，最多支持5个位序，且创意的展示频次总和不得大于订单的频次上限（频次上限显示于位序列表上方）。当有多个位序时，支持单击**删除**减少位序。

6. 单击**创建订单**，完成营销投放。

后续操作

您可以针对在营销投放过程中生成的以下项目进行后续管理：

- 在活动设置页面配置的广告活动，可在广告活动中进行管理。
- 在创意设置页面配置的广告创意，可在广告创意中进行管理。
- 完成整个营销投放过程后，生成了一个广告订单，可在广告订单中进行管理。

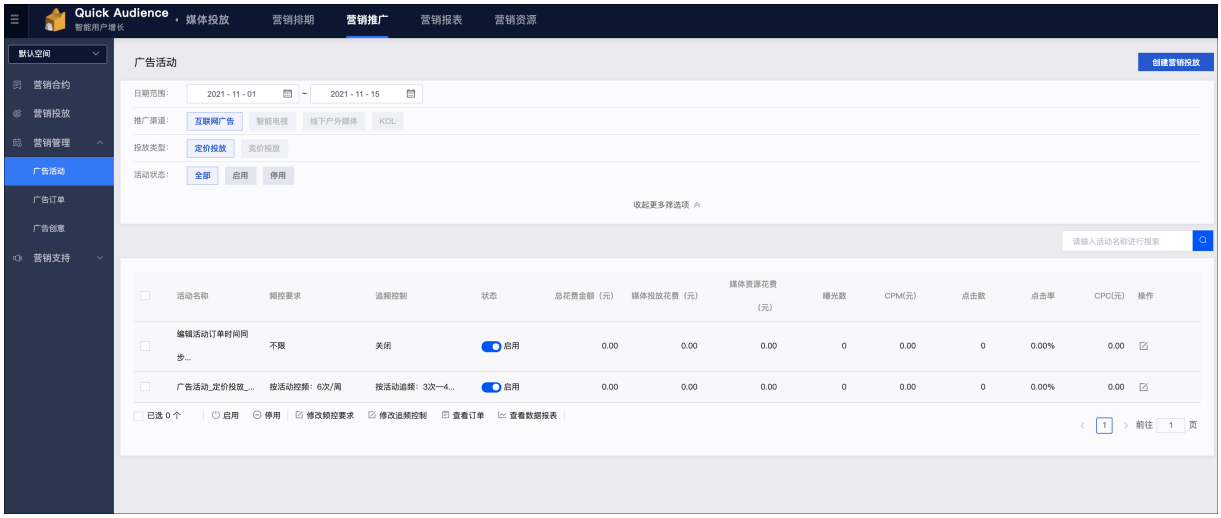
12.4.3. 营销管理

12.4.3.1. 广告活动

广告活动是一系列共享相同营销主题和预算的广告的集合，等同于广告订单组。

选择**媒体投放**>所在工作空间>**营销推广**>**营销管理**>**广告活动**，管理您在营销投放过程中创建的广告活动，页面如下图所示。

单击右上角**创建营销投放**，将跳转到营销投放页面。



1、筛选条件：

- 日期范围：默认选择为本月，您可自定义设置，用以控制广告活动数据统计周期范围，时间范围不得超出180天，不可选择未来。
- 推广渠道：当前仅支持互联网广告。
- 投放类型：当前仅支持定价投放。
- 活动状态：默认选择全部，可选择为启用、停用。
- 搜索框：支持搜索活动名称。

2、广告活动列表：

展示活动的名称（单击后可查看活动下的订单）、频控要求、追频控制、状态等配置信息，以及以下统计信息：

- 总花费金额
- 媒体投放花费
- 媒体资源花费
- 曝光数
- CPM
- 点击数
- 点击率
- CPC

支持以下操作：

- 单击活动名称，查看该活动下的广告订单。
- 启用/停用：通过状态一列的开关，控制广告活动的状态。
- 单击 ，对广告活动进行编辑。

3、快捷操作：

在下方的活动列表中选择广告活动后，可进行批量操作：

- 启用/停用：批量修改所选择活动的状态。

- 修改频控要求：在弹窗中修改所选择活动的频控要求，如下图所示。

  - 不限：活动及其广告订单不设置频控要求。
  - 按活动控频：在活动中设置频次要求，该活动的所有广告订单统一使用此频次要求。请设置要求的频次及周期。
  - 按订单控频：活动的每个订单单独设置频次要求，您需要另行对所选择活动下的所有订单设置频次要求。

- 修改追频控制：在弹窗中修改所选择活动的追频控制，如下图所示。

  - 关闭：活动及其广告订单不进行追频。
  - 按活动追频：在活动中设置追频范围，活动的所有广告订单统一使用此追频范围。请设置要求的追频范围。
  - 按订单追频：活动的每个订单单独设置追频范围，您需要另行对所选择活动下的所有订单设置追频范围。

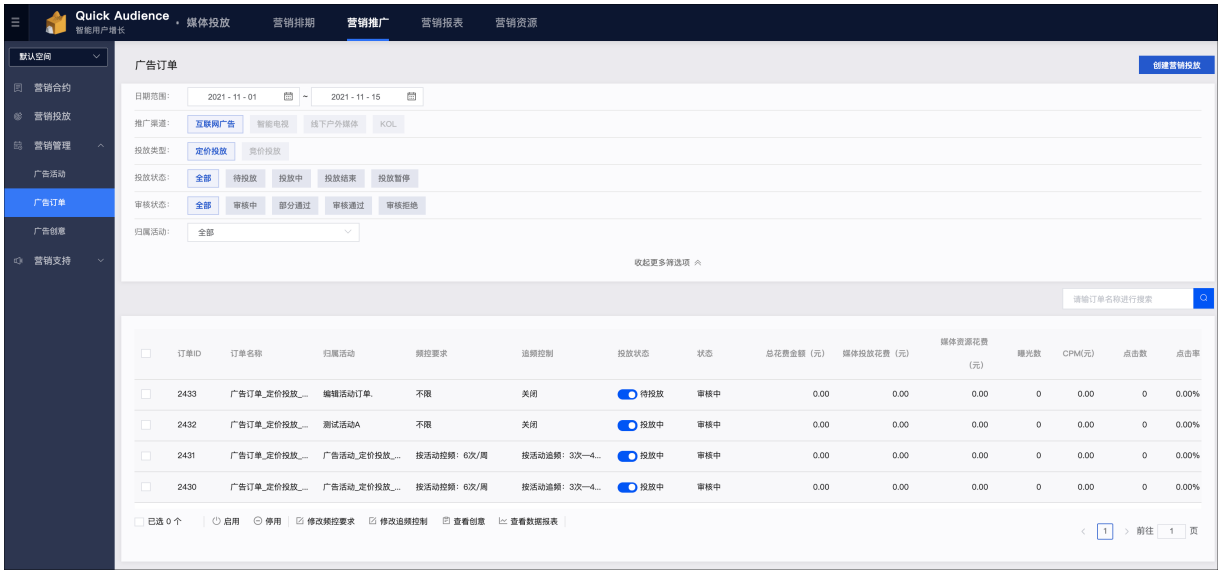
- 查看订单：单击后跳转到广告订单列表，自动筛选所选择广告活动下的广告订单。
- 查看数据报表：单击后跳转到数据报表页面，自动筛选所选择广告活动的数据报表。

12.4.3.2. 广告订单

一次营销投放即产生一个广告订单，订单中包含分配的媒体资源，以及定向条件及广告创意等设置。

选择**媒体投放**>所在工作空间>**营销推广**>**营销管理**>**广告订单**，管理您的营销投放广告订单，页面如下图所示。

单击右上角**创建营销投放**，将跳转到营销投放页面。



1、筛选条件：

- 日期范围：默认选择为本月，您可自定义设置，用以控制广告订单数据统计周期范围，时间范围不得超出180天，不可选择未来。
- 推广渠道：当前仅支持互联网广告。
- 投放类型：当前仅支持定价投放。
- 投放状态：投放状态根据广告订单投放周期显示，默认选择全部，可选择待投放、投放中、投放结束、暂停。
  - 待投放：广告订单未达到投放开始日期。
  - 投放中：广告订单在投放周期范围内。
  - 投放结束：广告订单到达投放结束日期。
  - 投放暂停：待投放或投放中的订单开关关闭后订单为暂停的状态。
- 审核状态：审核状态根据订单中广告创意的审核状态显示，默认选择全部，可选择审核中、部分通过、审核通过、审核拒绝。
  - 审核中：广告创意创建成功未反馈审核通过或拒绝即为审核中。
  - 审核通过：广告创意全部审核通过。
  - 部分通过：广告订单中创意部分通过部分拒绝。
  - 审核拒绝：广告订单中广告创意全部审核拒绝。
- 归属活动：默认选择全部，支持多选。
- 搜索框：支持搜索订单名称。

2、广告活动列表：

展示订单的ID、名称（单击后可查看订单下的创意）、归属活动、频控要求、追频控制、投放状态等配置信息，以及以下统计信息：

- 审核状态
- 总花费金额
- 媒体资源花费

- 媒体投放花费
- 曝光数
- CPM
- 点击数
- 点击率
- CPC

支持以下操作：

- 启用/停用：通过投放状态一列的开关，控制广告订单的状态。
- 单击 图标，对广告订单进行编辑。
- 单击 图标，查看广告订单详细信息。
  - 订单信息：展示订单设置。

- 创意信息：展示各广告位和对应的创意设置，以及创意的审核状态，若审核拒绝，将显示拒绝原因。多个广告位纵向排列展示，每个广告位的多条创意可进行横向切换展示。

> **说明**
>
> 创意的审核由广告位所属的媒体进行。

3、快捷操作：

在上方的订单列表中选择广告订单后，可进行批量操作：

- 启用、停用：批量修改所选择订单的状态。
- 修改频控要求：在弹窗中修改所选择订单的频控要求，如下图所示。

> **说明**
>
> 修改仅会对订单所属活动已设置为按订单控频的订单生效，不控频、按活动控频的活动下的订单仍使用活动的统一设置。

- 不限：订单不设置频控要求。
- 自定义：针对订单设置频次要求，请设置要求的频次及周期。

- 修改追频控制：在弹窗中修改所选择订单的追频控制，如下图所示。

> **说明**
>
> 修改仅会对订单所属活动已设置为按订单追频的订单生效，不追频、按活动追频的活动下的订单仍使用活动的统一设置。

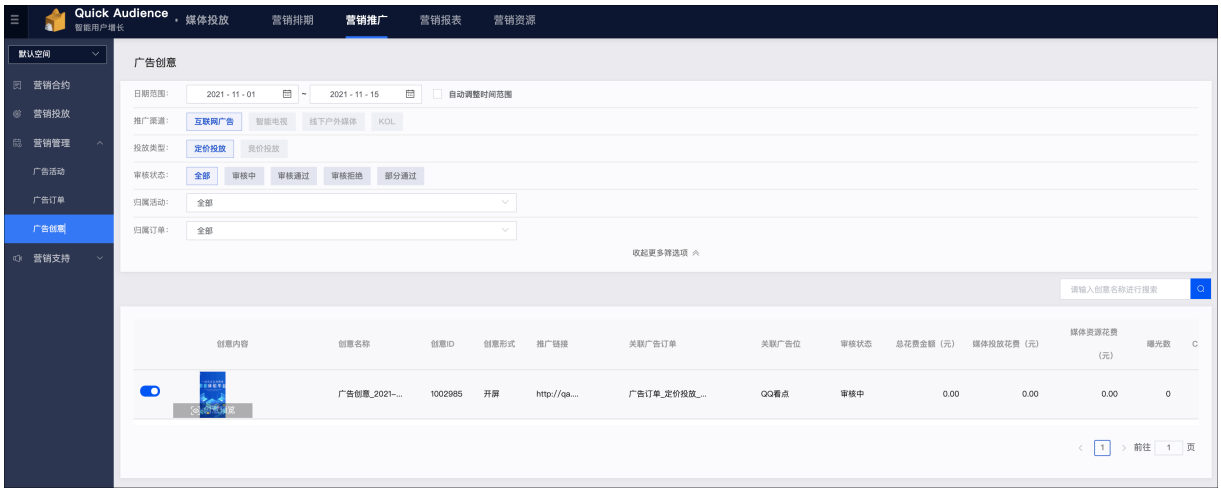
- 不追频：订单不追频。
- 追频：针对订单设置追频，请设置要求的追频范围。

- 查看创意：单击后跳转到广告创意列表，自动筛选所选择广告订单下的广告创意。
- 查看数据报表：单击后跳转到数据报表页面，自动筛选所选择广告订单的数据报表。

12.4.3.3. 广告创意

广告创意是广告显示在媒体终端的内容，营销投放流程已包含广告创意配置。

选择**媒体投放**>所在工作空间>**营销推广**>**营销管理**>**广告创意**，管理您在营销投放过程中创建的广告创意，页面如下图所示。



1、筛选条件：

- 日期范围：默认选择为本月，您可自定义设置，用以控制广告创意数据统计周期范围，时间范围不得超出180天，不可选择未来。
- 推广渠道：当前仅支持互联网广告。

- 投放类型：当前仅支持定价投放。
- 审核状态：
  - 审核中
  - 审核通过
  - 审核拒绝
  - 部分通过：创意推送到了多个媒体，部分通过部分拒绝。
- 归属活动：默认选择全部，支持多选。
- 归属订单：默认选择所选择广告活动下的全部，支持多选。
- 搜索框：支持搜索创意名称、创意ID。

2、广告创意列表：

展示创意的名称、ID、创意内容（单击缩略图可以预览图片、播放视频和音频）、创意形式、推广链接、关联广告订单、关联广告位等配置信息，以及以下统计信息：

- 审核状态
- 总花费金额
- 媒体投放花费
- 媒体资源花费
- 曝光数
- CPM
- 点击数
- 点击率
- CPC

支持以下操作：

- 启用/停用：通过行首的开关，控制广告创意的状态，停用后将不再投放。
- 单击 图标，对广告创意进行编辑。
- 单击 图标，在弹窗中查看广告创意配置及其审核状态，若审核拒绝，将显示拒绝原因。

> **说明**
>
> 创意的审核由广告位所属的媒体进行。

12.4.4. 营销支持

12.4.4.1. 素材管理

您可以在素材管理页面上传图片、视频、音频素材，进行统一管理，用于在营销投放时编辑广告创意。已上传的所有素材均在素材管理页面进行管理。

管理素材

选择**媒体投放**>所在工作空间>**营销支持**>**素材管理**，已上传的所有素材均在素材管理页面进行管理，如下图所示。

- 素材类型：默认选择全部，可筛选图片、视频、音频，仅支持单选。
- 素材列表：展示所有素材的详细信息。

  行首显示素材的缩略图及素材信息，单击缩略图可以预览图片、播放视频和音频。

- 单击 图标可删除当前素材。

> **说明**
>
> 不支持删除使用中的素材。

上传素材

素材要求：图片、视频或音频，格式不限，大小不得超出100MB。

单击右上角**上传素材**，按提示上传，最多支持同时上传10条素材，单击**保存**完成上传。

12.4.4.2. 资质管理

在投放广告前，请上传您的资质材料，提供给媒体进行审批。审批通过后，媒体才会执行您的广告订单。

基础资质

所有广告主都必须提供基础资质材料，包括：

- 营业执照主体名称
- 品牌名称
- 行业分类
- 品牌logo
- 营业执照
- 法人身份证（正反面）

> **说明**
>
> 基础资质材料上传后，除非系统审核不通过，否则不支持修改。请将材料准备齐全后再上传。

上传步骤：

1. 选择**媒体投放**>所在工作空间>**营销支持**>**资质管理**>**基础资质**。
2. 单击**添加资质**，在弹窗中上传资质材料，单击**提交审核**完成上传。

上传后，在提交到媒体进行审核前，系统将先对材料进行审核，可能显示以下三种状态：

- 审核中
- 审核通过：如下图所示。系统审核通过后，资质材料将被送审至媒体，媒体审核状态请参见资质送审。

- 审核拒绝：您需要根据显示的拒绝原因重新准备资料，按以上步骤再次上传。

补充资质

当**资质送审**页签显示媒体方审核拒绝并要求您补充资质材料时，请在**补充资质**页签上传对应的材料。

可补充的资质材料包括：

- （必填）公司联系人
- （必填）联系人电话
- （必填）联系地址
- 营业执照注册号
- （必填）公司网址
- （必填）ICP备案号

- （必填）组织机构资质
- 组织机构完税证明
- 公司ICP
- 网络文化经营许可证
- 其他自定义资质材料

上传步骤：

1. 选择**媒体投放**>所在工作空间>**营销支持**>**资质管理**>**补充资质**。

2. 若要上传自定义资质材料，单击**添加资质**。在弹窗中设置资质名称和格式（支持文本、图片格式），单击**确定**，如下图所示。添加的资质项目将加入资质材料列表。

3. 单击**添加资质**，在弹窗中上传资质材料，单击**提交审核**完成上传。

上传后，所有资质材料将被一同提交到媒体进行审核，媒体审核状态请参见资质送审。

资质送审

资质送审页签显示各媒体对资质材料的审核状态，如下图所示。

审核状态包括：

- 待送审
- 审核中
- 审核通过
- 审核拒绝：媒体方对您提交的资质材料审核拒绝，将在在“说明”一列描述对应的审核拒绝原因。请您参考原因补充资质材料。

12.5. 营销报表

12.5.1. 效果报表

效果报表用于查看广告投放后的执行效果。

选择**媒体投放**>所在工作空间>**营销报表**>**效果报表**，查看广告投放后的执行效果，数据包括：总花费金额、媒体资源花费、媒体投放花费、曝光数、CPM、点击数、点击率、CPC。

支持分账户、营销合约、广告活动、广告订单、媒体、广告位、广告创意统计，支持展示指定的项目的数据，并展示多个项目间的对比图表、项目占总体数据的占比图表。

支持分天、时段、周、月统计。

页面主要分为筛选条件、关键指标、分析图表、数据报表四个部分：

1、筛选条件：

- 日期范围：默认选择为本月，您可自定义设置，时间范围不得超出180天。
- 推广渠道：当前仅支持互联网广告。
- 投放类型：当前仅支持定价投放。
- 查看维度：定价投放支持的维度类型为账户、营销合约、广告活动、广告订单、媒体、广告位、广告创意，控制数据统计的维度类型，仅支持单选。

  选择后，在时间维度选项下方将出现对应的维度选择下拉框，默认选择全部，支持多选。若选择了具体维度项目，下方的数据图表将提供多个已选维度项目间的对比图表、已选维度项目占总体数据的占比图表。
- 时间维度：默认选择为分天查看，另可选择为分时段查看、分周查看、分月查看，控制数据的统计周期单位，分天查看即以天为单位，分周即以自然周为单位，分月查看即以自然月为单位。

2、关键指标：

显示所选择日期范围内的总花费金额、媒体资源花费、媒体投放花费、曝光数、CPM、点击数、点击率、CPC指标数据。

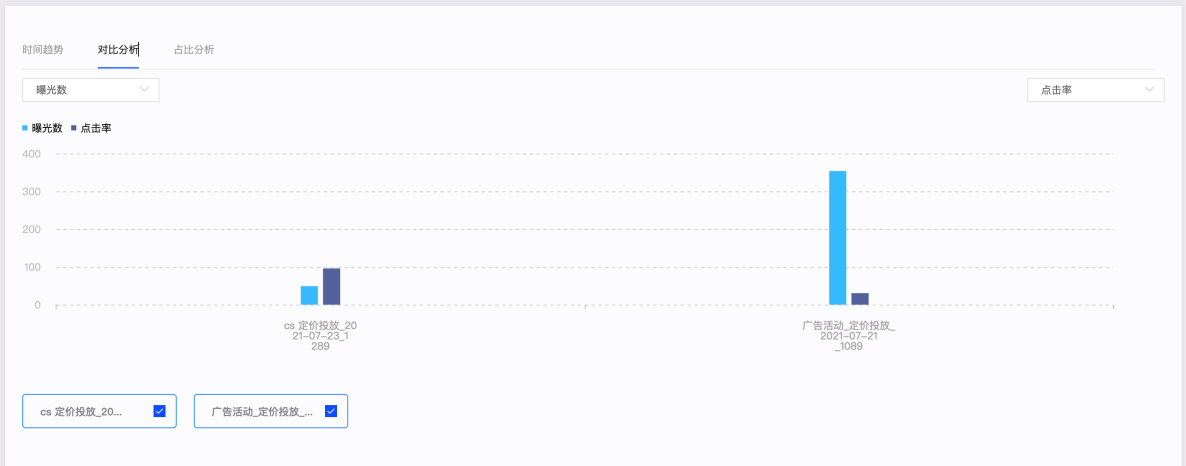
3、分析图表：

提供时间趋势、对比分析、占比分析三类图表：

- 时间趋势：从下拉框选择要查看的数据，下方展示已选维度项目数据、全部合计数据的时间趋势图。

  横轴按在筛选条件中选择的时间维度标注。

- 对比分析：从下拉框选择要查看的数据，查看多个已选维度项目的数据对比情况。



- 占比分析：从下拉框选择要查看的数据，查看已选维度项目数据占全部合计数据的百分比。

4、数据报表：

提供按维度类型查看或按日期查看的报表：

- 按维度类型查看：

  按在筛选条件中选择的查看维度，展示各维度项目的数据报表。

单击维度项目前的 ⊞ 图标，展开该维度项目下按在筛选条件中选择的时间维度统计的数据。

下图中的查看维度为账户，时间维度为时间段。

- 按日期查看：

  按在筛选条件中选择的时间维度，展示各时间的数据报表。

  单击时间前的 ⊞ 图标，展开该时间下按在筛选条件中选择的查看维度统计的数据。

  下图中的时间维度为时间段，查看维度为账户。

12.5.2. 人群报表

人群报表用于分析广告投放后的人群触达效果。

选择**媒体投放**>所在工作空间>**营销报表**>**人群报表**，查看广告投放后对受众的分析，分析受众的操作系统、设备型号、网络环境、地域分布，并统计按操作系统、设备型号、网络环境、地域划分后的总花费金额、媒体资源花费、媒体投放花费、曝光数、CPM、点击数、点击率、CPC数据。

支持分账户、营销合约、广告活动、广告订单、媒体、广告位、广告创意统计，支持展示对归属于已选项目的受众的分析图表、数据报表。

页面主要分为筛选条件、分析图表、数据报表三个部分：

1、筛选条件：

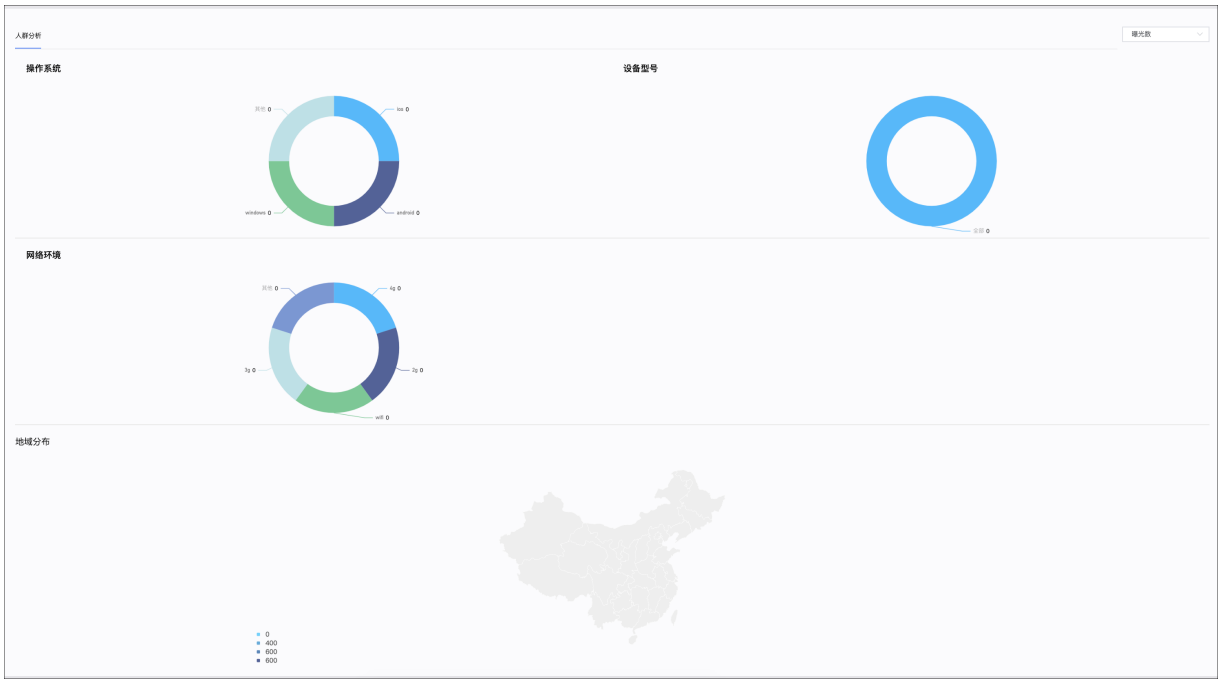
- 日期范围：默认选择为本月，您可自定义设置，时间范围不得超出180天。
- 推广渠道：当前仅支持互联网广告。
- 投放类型：当前仅支持定价投放。

- 查看维度：定价投放支持的维度类型为账户、营销合约、广告活动、广告订单、媒体、广告位、广告创意，控制数据统计的维度类型，仅支持单选。

  选择后，在时间维度选项下方将出现对应的维度选择下拉框，默认选择全部，支持多选。若选择了具体维度项目，下方的数据图表将展示对归属于已选项目的受众的分析图表。

2、分析图表：

提供受众的操作系统、设备型号、网络环境、地域分布图表。



3、数据报表：

统计按操作系统、设备型号、网络环境、地域划分后的总花费金额、媒体资源花费、媒体投放花费、曝光数、CPM、点击数、点击率、CPC数据。

省级地域分布 市级地域分布 操作系统 设备型号 网络环境

地域名称	总花费金额(元)	媒体资源花费(元)	媒体投放花费(元)	曝光数	CPM(元)	点击数	点击率	CPC(元)
北京	24,416.00	21,032.00	5220.56	31,110,144	44.10	24,932	4.10%	20.56
上海	33,426.00	28,392.00	3922.59	2,293,993	36.09	3,396	1.44%	31.10

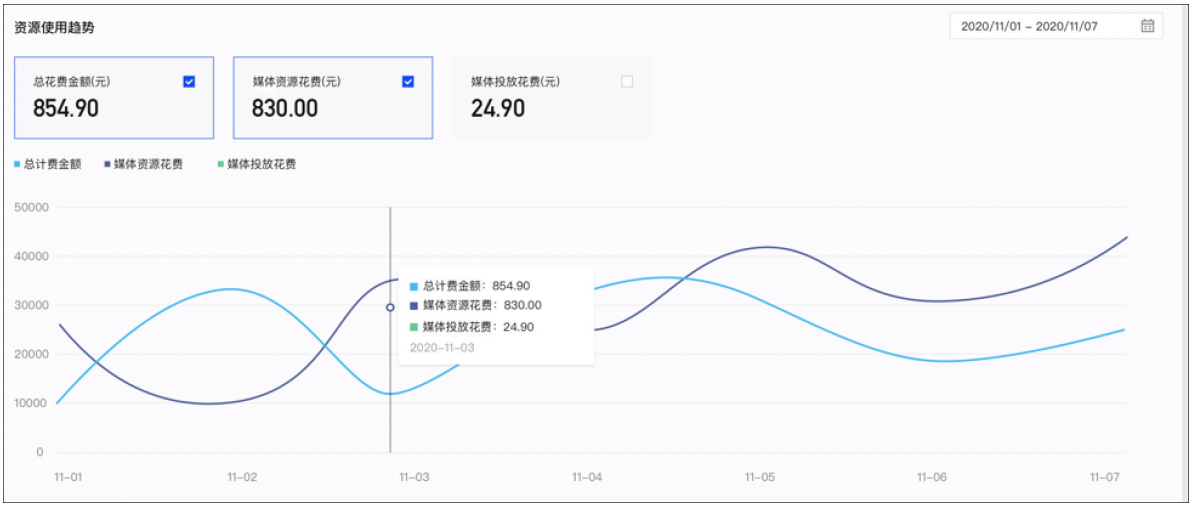
12.6. 营销资源

营销资源指媒体资源和媒体投放资源：

- 媒体资源：用于媒体流量购买，系统会跟进购买流量所需金额进行扣费。
- 媒体投放资源：用于广告投放，通过系统进行程序化广告投放，系统会收取对应的费用。

选择**媒体投放**>所在工作空间>**营销资源**，查看媒资源、媒体投放资源的购买和使用情况。

- 页面右侧提供**购买资源**按钮，单击后进入购买页面，请按提示购买资源。
- 媒体资源：用于线上采买流量，系统会跟据采买流量所需金额（取决于媒体流量单价和量级）进行扣费。
  - 剩余可用金额：账户目前可用于媒体资源费用消耗的金额。
  - 锁定金额：线上采买流量创建合约时会锁定对应的合约金额，根据最后合约处理状态实际扣费或解除锁定。
  - 总花费金额：历史至今媒体资源费用总消耗金额。
  - 累计充值金额：历史至今媒体资源费用总充值金额。
- 媒体投放资源：用于广告投放，通过系统进行程序化广告投放，系统会按比例收取投放服务费。
  - 剩余可用金额：账户目前可用于媒体投放费用消耗的金额。
  - 锁定金额：创建广告合约时会根据合约的总预算预先锁定对应的媒体投放费用，根据广告执行情况实际扣费或解除锁定。
  - 总花费金额：历史至今媒体投放费用总消耗金额。
  - 累计充值金额：历史至今媒体投放费用总充值金额。
- 资源使用趋势：查看指定时间范围内的资源消耗趋势图。



- 资源记录：查看资源消耗的详细记录。

时间	操作类型	业务类型	金额(元)	备注信息
2020-08-12 23:12:12	扣费	媒体投放	-204,342.00	【广告合约名称A】媒体费用扣款
2020-08-12 23:12:12	充值	媒体资源	+64,342.00	线上购买系统资源
2020-08-12 23:12:12	充值	媒体资源	+164,342.00	线上购买系统资源

13.媒体回流

13.1. 媒体回流概述

媒体回流支持将广告监测（含趣媒体投放监测）、腾讯广告Feedback的曝光点击等数据进行回流，并提供多维度的报表分析，评估广告投放效果；回流的广告标签数据能够进一步回流至用户洞察模块，实现精准营销。

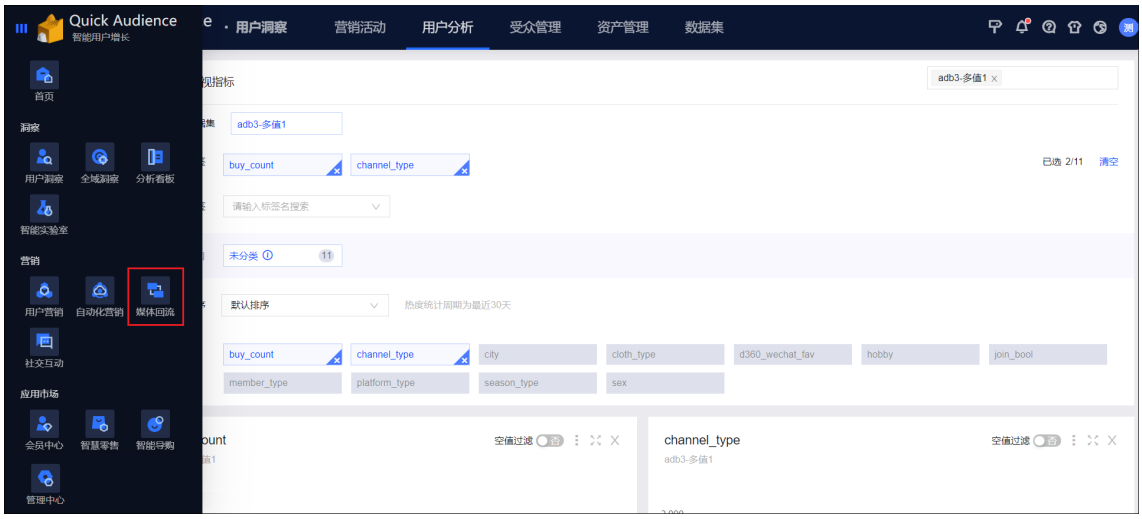
数据将回流到MaxCompute计算源中。您可以经由Dataphin做进一步的数据加工处理，进而同步到ADB数据源中，最后在Quick Audience用户洞察、用户营销模块进行分析应用，包括用户标签数据集创建和进一步的受众筛选、受众营销推送等。

> **说明**
>
> 该功能模块仅在购买Quick Audience标准版，且购买了媒体回流资源包时可用。

使用说明

- **使用条件**：
  - 使用媒体回流需要先完成资源包授权，并完成媒体回流资源包的购买。具体操作，请参见媒体回流资源包授权和购买。
  - 由于数据将回流到MaxCompute，需要已购买MaxCompute。
- **使用权限**：支持组织管理员、空间管理员，以及具有“媒体回流-分析师”角色的成员使用。
- **使用流程**：
  i. 完成数据回流到MaxCompute的数据输出配置，请参见数据输出配置。
  ii. 创建广告监测活动并将生成的监测链接添加到对应的广告订单中，或添加腾讯广告Feedback URL，请分别参见创建监测活动、腾讯广告数据。系统自动开始监测，将监测到的数据回流到MaxCompute。
  iii. 利用回流的数据进行报表分析，请分别参见广告监测数据、腾讯广告数据。
  iv. （可选）处理回流数据，并使用其进行分析应用：
    - 通过数据研发模块进行数据处理后同步到ADB（需要已联合购买Dataphin离线集成版），或自行通过其他方式处理并同步数据：
      a. 将MaxCompute添加为计算引擎源，将ADB添加为业务数据源。
      b. 在数据研发模块进行数据处理，形成多维度标签。
      c. 数据同步到ADB数据源中。
    - 通过用户洞察、用户营销模块进行分析应用：
      a. 将ADB添加为分析数据源。
      b. 使用ADB中的数据新建用户标签数据集。
      c. 从用户标签数据集筛选受众，参见标签筛选。
      d. 对受众进行受众推送、用户营销等应用。
- **使用入口**：

i. 鼠标滑过左上角☰图标调出导航栏浮层，从**营销**分组选择**媒体回流**，进入模块。



ii. 从左上角下拉框选择所在的工作空间。

功能特性

- **报表分析**：提供广告监测数据的查看，可根据监测站点、监测渠道、监测任务等维度查看广告监测的数据；仪表盘提供数据资源整体使用情况的查看，以及已使用条数、剩余条数的查看，以及整体监测数据总量获取的ID数和整体的数据增长趋势。
- **回流任务**：提供数据概览查看，广告监测任务数据回流任务的创建及查看。
- **数据资源**：提供资源购买和详细的数据明细查看，以及数据输出配置入口。

功能优势

- **广告监测数据回流**：通过添加监测链接、腾讯广告Feedback URL的形式，在外投广告时将监测到的数据回流。
- **自动化回流**：通过简单配置，自动将获取的监测数据回流至MaxCompute。
- **回流字段更详细**：回流的字段为原始的监测日志，粒度更细，便于深入分析，并可提供下载。
- **回流数据使用**：在Quick Audience数据研发模块，可直接操作Dataphin对MaxCompute中的回流数据进行加工处理，然后同步到ADB数据源中，用于在Quick Audience用户洞察模块进行用户标签数据集创建和进一步的受众筛选、受众营销推送等，实现精准营销。

13.2. 媒体回流资源包授权和购买

使用媒体回流功能创建任务前，需要先完成资源包授权操作，然后购买媒体回流资源包。未完成资源包授权时，无法购买资源包。

> **注意**
>
> 授权和购买均需要由购买Quick Audience的阿里云主账号进行。

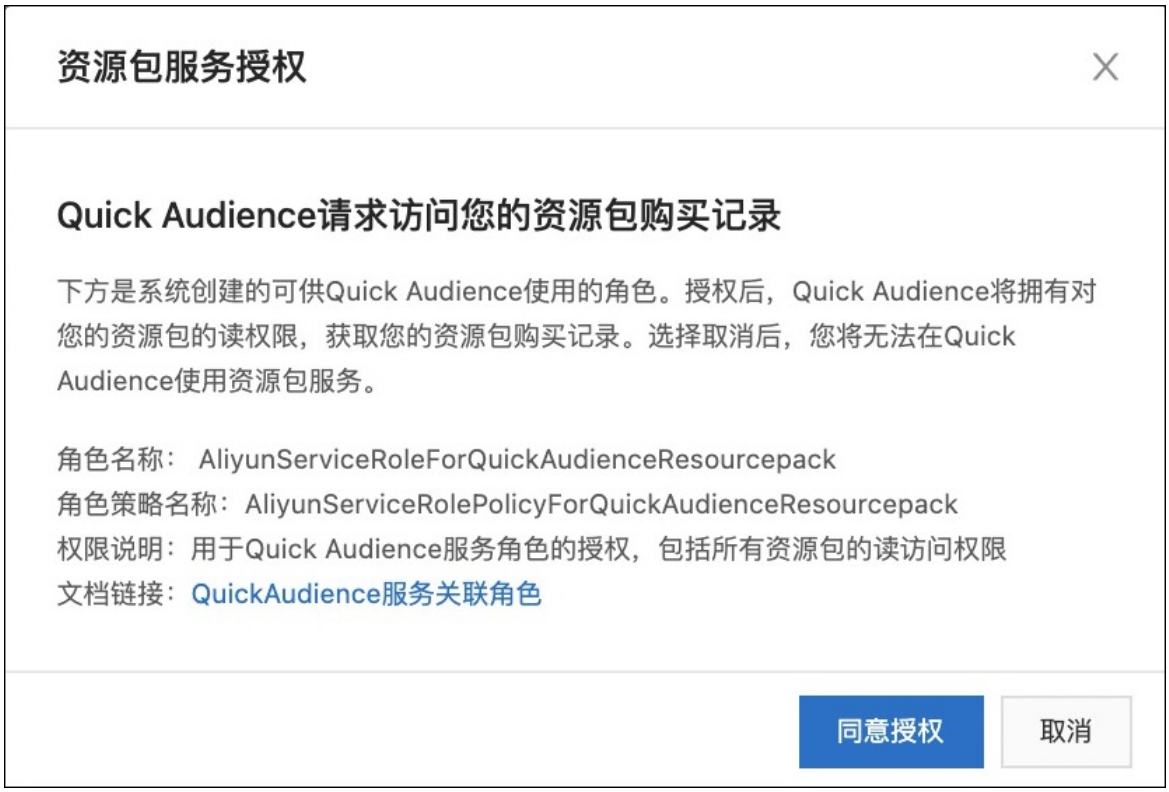
资源包授权

购买资源包前，需要进行资源包授权。

1. 主账号登录Quick Audience控制台，单击**资源包授权**。

> **说明**
>
> 资源包授权仅需要进行一次，即可对所有类型的资源包均生效。若您已进行过资源包授权，下图中的**资源包授权**按钮将隐藏。

2. 在弹出的对话框单击**同意授权**，完成授权操作，如下图所示。



授权后，Quick Audience系统可以获取和查看用户的资源包购买记录，参见QuickAudience服务关联角色（资源包授权）。

媒体回流资源包购买

1. 完成资源包授权后，继续使用主账号单击资源包购买链接，跳转到购买页面。
2. 选择**媒体回流**和资源包条数，该条数为回流的广告点击监测数据条数。单击**立即购买**进行购买。

> **说明**
>
> 请仔细阅读页面上对资源包售卖规则的说明。

13.3. 媒体回流支持的媒体类型

媒体回流支持的媒体类型及其回流字段等信息，请参见下表。

> **说明**
>
> 支持的媒体类型和回流字段受媒体侧的政策影响，将会不定期更新。

媒体名称	投放方式	常用点位	投放说明	回流方式	曝光回流	点击回流	回流字段	是否支持双监控链接
	媒体直投	闪屏、信息流	客户和媒体线下沟通，确定位置及投放时间，支持定向条件，定向条件会影响单价，不支持定向人群包，最后由B站做投放。是否支持回流ID需要客户跟媒体沟通，不支持openAPI回流效果数据。	广告监测	支持	支持	IMEI、IDFA、AAID、OAID、IP、UserAgent、操作系统、时间戳、创意ID、媒体名称、监测活动名称、城市、城市级别	是

媒体名称	投放方式	常用点位	投放说明	回流方式	曝光回流	点击回流	回流字段	是否支持双监控链接
哔哩哔哩	媒体竞价平台	信息流	必选广告平台，客户自助到平台后台创建投放订单、支持自定义人群包，支持openAPI上传，支持监测代码回流。	广告监测	支持	支持	IMEI、IDFA、AAID、OAID、IP、UserAgent、操作系统、时间戳、创意ID、媒体名称、监测活动名称、城市、城市级别	是
微博	程序化投放	信息流	使用趣媒体做投放，可支持直接回流；如果使用其他平台，数据在第三方DSP平台上，需要客户商务沟通确定是否可拿回deviceID；两个方式：（1）已经使用其他监测工具，支持一方数据上传到QA，（2）可以使用媒体回流的监测，回传ID。	广告监测	支持	支持	IMEI、IDFA、MAC、ANDROIDID、OAID、IP、UserAgent、操作系统、时间戳、活动ID、活动名称、订单ID、订单名称、创意ID、创意名称、媒体名称、广告位名称、城市、城市级别	是
	媒体竞价平台	信息流	UniDesk平台，粉丝头条和超级粉丝通需要通过UD投放，流数据到数据银行。	Unidesk	支持	支持	IMEI、IDFA、MAC、ANDROIDID、OAID、IP、UserAgent、操作系统、时间戳、活动ID、活动名称、订单ID、订单名称、创意ID、创意名称、媒体名称、广告位名称、城市、城市级别	是
	媒体直投	开屏、信息流	客户和媒体线下沟通，确定位置及投放时间，支持定向条件，定向条件会影响单价，不支持定向人群包，最后由抖音/头条做投放，不支持DeviceID回流。	广告监测	支持	支持	BDID、IP、Useragent、操作系统、时间戳、UserAgent、操作系统、媒体名称、监测活动名称、城市、城市级别	是

媒体名称	投放方式	常用点位	投放说明	回流方式	曝光回流	点击回流	回流字段	是否支持双监控链接
抖音/头条	媒体竞价平台（巨量广告可以回流，巨量千川无法回流）	开屏、信息流	巨量广告平台，客户自助到平台后台创建投放订单、支持自定义人群上传，支持openAPI上传人群，支持openAPI回流效果数据，支持监测代码回流DeviceID；两个方式：（1）已经使用其他监测工具，支持一方数据上传到QA，（2）可以使用媒体回流的监测，回传ID。	广告监测	支持	支持	IMEI、IDFA、ANDROIDID、OAID、IP、操作系统、时间戳、广告组ID、广告组名称、广告计划ID、广告计划名称、创意ID、广告投放位置	是

媒体名称	投放方式	常用点位	投放说明	回流方式	曝光回流	点击回流	回流字段	是否支持双监控链接
	程序化投放	开屏、信息流	使用趣媒体做投放，可支持直接回流；如果使用其他平台，数据在第三方DSP平台上，需要客户商务沟通确定是否可拿回deviceID。	广告监测	支持	支持	IMEI、IDFA、MAC、AndroidID、OAID、IP、UserAgent、操作系统、时间戳、活动ID、活动名称、订单ID、订单名称、创意ID、创意名称、媒体名称、广告位名称、城市、城市级别	是
快手	媒体直投	开屏、信息流	客户和媒体线下沟通，确定位置及投放时间，支持定向条件，定向条件会影响单价，不支持定向人群包，不支持openAPI回流效果类数据，最后由快手做投放，支持监测代码回流DeviceID。	广告监测	支持	支持	IMEI、IDFA、ANDROIDID、IP、UserAgent、操作系统、时间戳、媒体名称、监测活动名称、城市、城市级别	是
	媒体竞价平台	开屏、信息流	磁力引擎平台，客户自助到平台后台创建投放订单、支持自定义人群,支持openAPI上传人群，支持openAPI回流效果数据支持监测代码回流DeviceID。	广告监测	支持	支持	IMEI、IDFA、ANDROIDID、IP、UserAgent、操作系统、时间戳、广告组ID、创意ID、媒体名称、监测活动名称、城市、城市级别	是
	程序化投放	开屏、信息流	使用趣媒体做投放，可支持直接回流；如果使用其他平台，数据在第三方DSP平台上，需要客户商务沟通确定是否可拿回deviceID。	广告监测	支持	支持	IMEI、IDFA、MAC、AndroidID、OAID、IP、UserAgent、操作系统、时间戳、活动ID、活动名称、订单ID、订单名称、创意ID、创意名称、媒体名称、广告位名称、城市、城市级别	是

媒体名称	投放方式	常用点位	投放说明	回流方式	曝光回流	点击回流	回流字段	是否支持双监控链接
爱奇艺	媒体直投	贴片、开屏、巨幕、焦点图	客户和媒体线下沟通，确定位置及投放时间，支持定向条件，定向条件会影响单价，不支持定向人群包，不支持openAPI回流效果类数据，最后由爱奇艺投放，支持监测代码回流DeviceID。	广告监测	支持	支持	IMEI、IDFA、ANDROIDID、OAID、OPENUDID、IP、UserAgent、操作系统、时间戳、媒体名称、监测活动名称、城市、城市级别	否
	媒体竞价平台	贴片、开屏、巨幕、焦点图	爱奇艺奇麟平台，客户自助到平台后台创建投放订单、支持自定义人群上传，支持openAPI上传人群，支持openAPI回流效果数据，支持监测代码回流DeviceID。	广告监测	支持	支持	IMEI、IDFA、ANDROIDID、OAID、OPENUDID、IP、UserAgent、操作系统、时间戳、媒体名称、监测活动名称、城市、城市级别	否
	程序化投放	贴片、开屏、巨幕、焦点图	使用趣媒体做投放，可支持直接回流；如果使用其他平台，数据在第三方DSP平台上，需要客户商务沟通确定是否可拿回deviceID。	广告监测	支持	支持	IMEI、IDFA、MAC、AndroidID、OAID、IP、UserAgent、操作系统、时间戳、活动ID、活动名称、订单ID、订单名称、创意ID、创意名称、媒体名称、广告位名称、城市、城市级别	否

媒体名称	投放方式	常用点位	投放说明	回流方式	曝光回流	点击回流	回流字段	是否支持双监控链接
芒果TV	媒体直投	贴片、暂停、开屏、信息流	客户和媒体线下沟通，确定位置及投放时间，支持定向条件，定向条件会影响单价，不支持定向人群包，不支持openAPI回流效果类数据，最后由芒果TV投放，支持监测代码回流DeviceID。	广告监测	支持	支持	IMEI、IDFA、IP、UserAgent、操作系统、时间戳、媒体名称、监测活动名称、城市、城市级别	是
	媒体竞价平台	贴片、暂停、开屏、信息流	芒果启明投放管理平台，客户自助到平台后台创建投放订单、支持自定义人群上传，支持openAPI上传人群，支持openAPI回流效果数据，支持监测代码回流DeviceID。	广告监测	支持	支持	IMEI、IDFA、IP、UserAgent、操作系统、时间戳、媒体名称、监测活动名称、城市、城市级别	是
	程序化投放	贴片、暂停、开屏、信息流	使用趣媒体做投放，可支持直接回流；如果使用其他平台，数据在第三方DSP平台上，需要客户商务沟通确定是否可拿回deviceID；两个方式：（1）已经使用其他监测工具，支持一方数据上传到QA，（2）可以使用媒体回流的监测，回传ID。	广告监测	支持	支持	IMEI、IDFA、MAC、AndroidID、OAID、IP、UserAgent、操作系统、时间戳、活动ID、活动名称、订单ID、订单名称、创意ID、创意名称、媒体名称、广告位名称、城市、城市级别	是

媒体名称	投放方式	常用点位	投放说明	回流方式	曝光回流	点击回流	回流字段	是否支持双监控链接
腾讯系	媒体竞价平台	贴片、开屏、信息流	腾讯广告（广告平台），客户自助到平台后台创建投放订单、支持自定义人群上传，支持openAPI上传人群，支持openAPI回流效果数据，不支持监测代码回流DeviceID，但可使用Feedback URL回流点击的DeviceID。	Feedback URL	-	支持	IMEI、IDFA、ANDROIDID、OAID、IP、UserAgent、操作系统、时间戳、推广计划ID、推广计划名称、广告ID、广告名称、创意ID、创意名称、广告位名称、城市、城市级别	是
	程序化投放	贴片、开屏、信息流	使用趣媒体做投放，可支持直接回流；如果使用其他平台，数据在第三方DSP平台上，需要客户商务沟通确定是否可拿回deviceID；两个方式：（1）已经使用其他监测工具，支持一方数据上传到QA，（2）可以使用媒体回流的监测，回传ID。	广告监测	支持	支持	IMEI、IDFA、MAC、AndroidID、OAID、IP、UserAgent、操作系统、时间戳、活动ID、活动名称、订单ID、订单名称、创意ID、创意名称、媒体名称、广告位名称、城市、城市级别	是
	媒体直投	开屏、焦点图、信息流	客户和媒体线下沟通，确定位置及投放时间，支持定向条件，定向条件会影响单价，不支持定向人群包，最后由网易投放，不支持openAPI回流效果类数据，支持通过监测代码回流DeviceID。	广告监测	支持	支持	IMEI、IDFA、ANDROIDID、IP、UserAgent、操作系统、时间戳、媒体名称、监测活动名称、城市、城市级别	是

媒体名称 网易云	投放方式	常用点位	投放说明	回流方式	曝光回流	点击回流	回流字段	是否支持双监控链接
	媒体竞价平台	开屏、焦点图、信息流	网易易效平台，客户自助到平台后台创建投放订单、支持自定义人群上传，支持openAPI上传人群，支持openAPI回流效果数据，支持监测代码回流点击的DeviceID。	广告监测	-	支持	IMEI、IDFA、ANDROIDID、IP、UserAgent、操作系统、时间戳、媒体名称、监测活动名称、城市、城市级别	是
	程序化投放	开屏、焦点图、信息流	使用趣媒体做投放，可支持直接回流；如果使用其他平台，数据在第三方DSP平台上，需要客户商务沟通确定是否可拿回deviceID；两个方式：（1）已经使用其他监测工具，支持一方数据上传到QA，（2）可以使用媒体回流的监测，回传ID-。	广告监测	支持	支持	IMEI、IDFA、MAC、AndroidID、OAID、IP、UserAgent、操作系统、时间戳、活动ID、活动名称、订单ID、订单名称、创意ID、创意名称、媒体名称、广告位名称、城市、城市级别	是
	媒体直投	开屏、贴片、信息流	客户和媒体线下沟通，确定位置及投放时间，支持定向条件，定向条件会影响单价，不支持定向人群包，不支持回流效果类数据，最后由喜马拉雅投放。	广告监测	支持	支持	IMEI、IDFA、ANDROIDID、IP、UserAgent、操作系统、时间戳、媒体名称、监测活动名称、城市、城市级别	是

喜媒体名称	投放方式	常用点位	投放说明	回流方式	曝光回流	点击回流	回流字段	是否支持双监控链接
	程序化投放	开屏、贴片、信息流	使用趣媒体做投放，可支持直接回流；如果使用其他平台，数据在第三方DSP平台上，需要客户商务沟通确定是否可拿回deviceID；两个方式：（1）已经使用其他监测工具，支持一方数据上传到QA，（2）可以使用媒体回流的监测，回传ID。	广告监测	支持	支持	IMEI、IDFA、MAC、AndroidID、OAID、IP、UserAgent、操作系统、时间戳、活动ID、活动名称、订单ID、订单名称、创意ID、创意名称、媒体名称、广告位名称、城市、城市级别	是
搜狐视频	媒体直投	贴片、开屏、焦点图、通栏	客户和媒体线下沟通，确定位置及投放时间，支持定向条件，定向条件会影响单价，不支持定向人群包，不支持openAPI回流效果类数据，最后由媒体方投放，支持监测代码回流DeviceID。	广告监测	支持	支持	IMEI、IDFA、ANDROIDID、IP、UserAgent、操作系统、时间戳、媒体名称、监测活动名称、城市、城市级别	是
	媒体竞价平台	贴片、开屏、焦点图、通栏	搜狐汇算,客户自助到平台后台创建投放订单、支持自定义人群上传，支持openAPI上传人群，支持openAPI回流效果数据，支持监测代码回流DeviceID。	广告监测	支持	支持	IMEI、IDFA、ANDROIDID、IP、UserAgent、操作系统、时间戳、媒体名称、监测活动名称、城市、城市级别	是

媒体名称	投放方式	常用点位	投放说明	回流方式	曝光回流	点击回流	回流字段	是否支持双监控链接
	程序化投放	贴片、开屏、焦点图、通栏	使用趣媒体做投放，可支持直接回流；如果使用其他平台，数据在第三方DSP平台上，需要客户商务沟通确定是否可拿回deviceID；两个方式：（1）已经使用其他监测工具，支持一方数据上传到QA，（2）可以使用媒体回流的监测，回传ID。	广告监测	支持	支持	IMEI、IDFA、MAC、AndroidID、OAID、IP、UserAgent、操作系统、时间戳、活动ID、活动名称、订单ID、订单名称、创意ID、创意名称、媒体名称、广告位名称、城市、城市级别	是
土豆视频	媒体直投	贴片、开屏、焦点图	客户和媒体线下沟通，确定位置及投放时间，支持定向条件，定向条件会影响单价，不支持定向人群包，不支持openAPI回流效果类数据，最后由媒体方投放，支持监测代码回流DeviceID。	广告监测	支持	支持	IMEI、IDFA、ANDROIDID、IP、UserAgent、操作系统、时间戳、媒体名称、监测活动名称、城市、城市级别	是
	媒体竞价平台	贴片、开屏、焦点图	-	广告监测	支持	支持	IMEI、IDFA、ANDROIDID、IP、UserAgent、操作系统、时间戳、媒体名称、监测活动名称、城市、城市级别	是

媒体名称	投放方式	常用点位	投放说明	回流方式	曝光回流	点击回流	回流字段	是否支持双监控链接
趣头条	媒体直投	开屏、信息流	客户和媒体线下沟通，确定位置及投放时间，支持定向条件，定向条件会影响单价，不支持定向人群包，不支持openAPI回流效果类数据，最后由媒体方投放，支持监测代码回流DeviceID。	广告监测	支持	支持	IMEI、IDFA、ANDROIDID、IP、UserAgent、操作系统、时间戳、媒体名称、监测活动名称、城市、城市级别	是
	媒体竞价平台	开屏、信息流	-	广告监测	支持	支持	IMEI、IDFA、ANDROIDID、IP、UserAgent、操作系统、时间戳、媒体名称、监测活动名称、城市、城市级别	是
	媒体直投	贴片、开屏、焦点图	客户和媒体线下沟通，确定位置及投放时间，支持定向条件，定向条件会影响单价，不支持定向人群包，不支持openAPI回流效果类数据，最后由媒体方投放，支持监测代码回流DeviceID。	广告监测	支持	支持	IMEI、IDFA、ANDROIDID、IP、UserAgent、操作系统、时间戳、媒体名称、监测活动名称、城市、城市级别	是

媒体名称	投放方式	常用点位	投放说明	回流方式	曝光回流	点击回流	回流字段	是否支持双监控链接
新浪视频	媒体竞价平台	贴片、开屏、焦点图	-	广告监测	支持	支持	IMEI、IDFA、ANDROIDID、IP、UserAgent、操作系统、时间戳、媒体名称、监测活动名称、城市、城市级别	是
斗鱼TV	媒体直投	贴片、开屏、焦点图	客户和媒体线下沟通，确定位置及投放时间，支持定向条件，定向条件会影响单价，不支持定向人群包，不支持openAPI回流效果类数据，最后由媒体方投放，支持监测代码回流DeviceID。	广告监测	支持	支持	IMEI、IDFA、ANDROIDID、IP、UserAgent、操作系统、时间戳、媒体名称、监测活动名称、城市、城市级别	是
	媒体竞价平台	贴片、开屏、焦点图	-	广告监测	支持	支持	IMEI、IDFA、ANDROIDID、IP、UserAgent、操作系统、时间戳、媒体名称、监测活动名称、城市、城市级别	是
	媒体直投	贴片、开屏、焦点图	客户和媒体线下沟通，确定位置及投放时间，支持定向条件，定向条件会影响单价，不支持定向人群包，不支持openAPI回流效果类数据，最后由媒体方投放，支持监测代码回流DeviceID。	广告监测	支持	支持	IMEI、IDFA、ANDROIDID、IP、UserAgent、操作系统、时间戳、媒体名称、监测活动名称、城市、城市级别	是

360媒体名称	投放方式	常用点位	投放说明	回流方式	曝光回流	点击回流	回流字段	是否支持双监控链接
	媒体竞价平台	贴片、开屏、焦点图	-	广告监测	支持	支持	IMEI、IDFA、ANDROIDID、OAID、IP、UserAgent、操作系统、时间戳、媒体名称、监测活动名称、城市、城市级别	是
91助手	媒体直投	贴片、开屏、焦点图	客户和媒体线下沟通，确定位置及投放时间，支持定向条件，定向条件会影响单价，不支持openAPI回流效果类数据，最后由媒体方投放，支持监测代码回流DeviceID。	广告监测	支持	支持	IMEI、IDFA、ANDROIDID、IP、UserAgent、操作系统、时间戳、媒体名称、监测活动名称、城市、城市级别	是
	媒体竞价平台	贴片、开屏、焦点图	-	广告监测	支持	支持	IMEI、IDFA、ANDROIDID、OAID、IP、UserAgent、操作系统、时间戳、媒体名称、监测活动名称、城市、城市级别	是

媒体名称	投放方式	常用点位	投放说明	回流方式	曝光回流	点击回流	回流字段	是否支持双监控链接
火山小视频	媒体直投	开屏、信息流	客户和媒体线下沟通，确定位置及投放时间，支持定向条件，定向条件会影响单价，不支持定向人群包，不支持openAPI回流效果类数据，最后由媒体方投放，支持监测代码回流DeviceID。	广告监测	支持	支持	IMEI、IDFA、ANDROIDID、IP、UserAgent、操作系统、时间戳、媒体名称、监测活动名称、城市、城市级别	是
	媒体竞价平台	开屏、信息流	-	广告监测	支持	支持	IMEI、IDFA、ANDROIDID、OAID、IP、UserAgent、操作系统、时间戳、媒体名称、监测活动名称、城市、城市级别	是
	程序化投放	开屏、信息流	使用趣媒体做投放，可支持直接回流；如果使用其他平台，数据在第三方DSP平台上，需要客户商务沟通确定是否可拿回deviceID；两个方式：（1）已经使用其他监测工具，支持一方数据上传到QA，（2）可以使用媒体回流的监测，回传ID。	广告监测	支持	支持	IMEI、IDFA、MAC、AndroidID、OAID、IP、UserAgent、操作系统、时间戳、活动ID、活动名称、订单ID、订单名称、创意ID、创意名称、媒体名称、广告位名称、城市、城市级别	是
	媒体直投	开屏、信息流	客户和媒体线下沟通，确定位置及投放时间，支持定向条件，定向条件会影响单价，不支持定向人群包，不支持openAPI回流效果类数据，最后由媒体方投放，支持监测代码回流DeviceID。	广告监测	支持	支持	IMEI、IDFA、ANDROIDID、IP、UserAgent、操作系统、时间戳、媒体名称、监测活动名称、城市、城市级别	是

媒体名称	投放方式	常用点位	投放说明	回流方式	曝光回流	点击回流	回流字段	是否支持双监控链接
视频								
	媒体竞价平台	开屏、信息流	-	广告监测	支持	支持	IMEI、IDFA、ANDROIDID、OAID、IP、UserAgent、操作系统、时间戳、媒体名称、监测活动名称、城市、城市级别	是
	程序化投放	开屏、信息流	使用趣媒体做投放，可支持直接回流；如果使用其他平台，数据在第三方DSP平台上，需要客户商务沟通确定是否可拿回deviceID；两个方式：（1）已经使用其他监测工具，支持一方数据上传到QA，（2）可以使用媒体回流的监测，回传ID。	广告监测	支持	支持	IMEI、IDFA、MAC、AndroidID、OAID、IP、UserAgent、操作系统、时间戳、活动ID、活动名称、订单ID、订单名称、创意ID、创意名称、媒体名称、广告位名称、城市、城市级别	是
PP助手	媒体直投	开屏、信息流	客户和媒体线下沟通，确定位置及投放时间，支持定向条件，定向条件会影响单价，不支持定向人群包，不支持openAPI回流效果类数据，最后由媒体方投放，支持监测代码回流DeviceID；两个方式：（1）已经使用其他监测工具，支持一方数据上传到QA，（2）可以使用媒体回流的监测，回传ID。	广告监测	支持	支持	IMEI、IDFA、ANDROIDID、IP、UserAgent、操作系统、时间戳、媒体名称、监测活动名称、城市、城市级别	是
	媒体竞价平台	开屏、信息流	-	广告监测	支持	支持	IMEI、IDFA、ANDROIDID、OAID、IP、UserAgent、操作系统、时间戳、媒体名称、监测活动名称、城市、城市级别	是

媒体名称	投放方式	常用点位	投放说明	回流方式	曝光回流	点击回流	回流字段	是否支持双监控链接
多玩游戏	媒体直投	开屏、信息流	客户和媒体线下沟通，确定位置及投放时间，支持定向条件，定向条件会影响单价，不支持定向人群包，不支持openAPI回流效果类数据，最后由媒体方投放，支持监测代码回流DeviceID。	广告监测	支持	支持	IMEI、IDFA、ANDROIDID、IP、UserAgent、操作系统、时间戳、媒体名称、监测活动名称、城市、城市级别	是
	媒体竞价平台	开屏、信息流	-	广告监测	支持	支持	IMEI、IDFA、ANDROIDID、OAID、IP、UserAgent、操作系统、时间戳、媒体名称、监测活动名称、城市、城市级别	是
陌陌原生广告平台	媒体直投	开屏、信息流	客户和媒体线下沟通，确定位置及投放时间，支持定向条件，定向条件会影响单价，不支持定向人群包，不支持openAPI回流效果类数据，最后由媒体方投放，支持监测代码回流DeviceID。	广告监测	支持	支持	IMEI、IDFA、ANDROIDID、IP、UserAgent、操作系统、时间戳、媒体名称、监测活动名称、城市、城市级别	是
	媒体竞价平台	开屏、信息流	-	广告监测	支持	支持	IMEI、IDFA、ANDROIDID、OAID、IP、UserAgent、操作系统、时间戳、媒体名称、监测活动名称、城市、城市级别	是

媒体名称	投放方式	常用点位	投放说明	回流方式	曝光回流	点击回流	回流字段	是否支持双监控链接
汇川（原UC）	媒体直投	开屏、信息流	客户和媒体线下沟通，确定位置及投放时间，支持定向条件，定向条件会影响单价，不支持定向人群包，不支持openAPI回流效果类数据，最后由媒体方投放，支持监测代码回流DeviceID。	广告监测	支持	支持	IMEI、IDFA、ANDROIDID、IP、UserAgent、操作系统、时间戳、媒体名称、监测活动名称、城市、城市级别	是
	媒体竞价平台	开屏、信息流	-	广告监测	支持	支持	IMEI、IDFA、ANDROIDID、OAID、IP、UserAgent、操作系统、时间戳、媒体名称、监测活动名称、城市、城市级别	是
搜狗搜索	媒体直投	开屏、信息流	客户和媒体线下沟通，确定位置及投放时间，支持定向条件，定向条件会影响单价，不支持定向人群包，不支持openAPI回流效果类数据，最后由媒体方投放，支持监测代码回流DeviceID。	广告监测	支持	支持	IMEI、IDFA、ANDROIDID、IP、UserAgent、操作系统、时间戳、媒体名称、监测活动名称、城市、城市级别	是
	媒体竞价平台	开屏、信息流	-	广告监测	支持	支持	IMEI、IDFA、ANDROIDID、OAID、IP、UserAgent、操作系统、时间戳、媒体名称、监测活动名称、城市、城市级别	是
	媒体直投	开屏、信息流	客户和媒体线下沟通，确定位置及投放时间，支持定向条件，定向条件会影响单价，不支持定向人群包，不支持openAPI回流效果类数据，最后由媒体方投放，支持监测代码回流DeviceID。	广告监测	不支持	不支持	-	是

媒体名称	投放方式	常用点位	投放说明	回流方式	曝光回流	点击回流	回流字段	是否支持双监控链接
奥图效果营销	媒体竞价平台	开屏、信息流	-	广告监测	不支持	不支持	-	是
	程序化投放	开屏、信息流	使用趣媒体做投放，可支持直接回流；如果使用其他平台，数据在第三方DSP平台上，需要客户商务沟通确定是否可拿回deviceID；两个方式：（1）已经使用其他监测工具，支持一方数据上传到QA，（2）可以使用媒体回流的监测，回传ID。	广告监测	支持	支持	IMEI、IDFA、MAC、AndroidID、OAID、IP、UserAgent、操作系统、时间戳、活动ID、活动名称、订单ID、订单名称、创意ID、创意名称、媒体名称、广告位名称、城市、城市级别	是
美柚	媒体直投	开屏、信息流	客户和媒体线下沟通，确定位置及投放时间，支持定向条件，定向条件会影响单价，不支持定向人群包，不支持openAPI回流效果类数据，最后由媒体方投放，支持监测代码回流DeviceID。	广告监测	支持	支持	IMEI、IDFA、ANDROIDID、IP、UserAgent、操作系统、时间戳、媒体名称、监测活动名称、城市、城市级别	是
	媒体竞价平台	开屏、信息流	-	广告监测	支持	支持	IMEI、IDFA、ANDROIDID、OAID、IP、UserAgent、操作系统、时间戳、媒体名称、监测活动名称、城市、城市级别	是

媒体名称	投放方式	常用点位	投放说明	回流方式	曝光回流	点击回流	回流字段	是否支持双监控链接
百度	媒体直投	开屏、信息流	客户和媒体线下沟通，确定位置及投放时间，支持定向条件，定向条件会影响单价，不支持定向人群包，不支持openAPI回流效果类数据，最后由媒体方投放，支持监测代码回流DeviceID。	广告监测	支持	支持	IMEI、IDFA、ANDROIDID、IP、UserAgent、操作系统、时间戳、媒体名称、监测活动名称、城市、城市级别	是
	媒体竞价平台	开屏、信息流	-	广告监测	支持	支持	IMEI、IDFA、操作系统、时间戳、媒体名称、监测活动名称、城市、城市级别	是
一点资讯	媒体直投	开屏、信息流	客户和媒体线下沟通，确定位置及投放时间，支持定向条件，定向条件会影响单价，不支持定向人群包，不支持openAPI回流效果类数据，最后由媒体方投放，支持监测代码回流DeviceID。	广告监测	支持	支持	IMEI、IDFA、ANDROIDID、IP、UserAgent、操作系统、时间戳、媒体名称、监测活动名称、城市、城市级别	是
	媒体竞价平台	开屏、信息流	-	广告监测	支持	支持	IMEI、IDFA、ANDROIDID、OAID、IP、UserAgent、操作系统、时间戳、媒体名称、监测活动名称、城市、城市级别	是

媒体名称	投放方式	常用点位	投放说明	回流方式	曝光回流	点击回流	回流字段	是否支持双监控链接
知乎	媒体直投	开屏、信息流	客户和媒体线下沟通，确定位置及投放时间，支持定向条件，定向条件会影响单价，不支持定向人群包，不支持openAPI回流效果类数据，最后由媒体方投放，支持监测代码回流DeviceID。	广告监测	支持	支持	IMEI、IDFA、ANDROIDID、IP、UserAgent、操作系统、时间戳、媒体名称、监测活动名称、城市、城市级别	是
	程序化投放	开屏、信息流	客户和媒体线下沟通，确定位置及投放时间，支持定向条件，定向条件会影响单价，不支持定向人群包，不支持openAPI回流效果类数据，最后由媒体方投放，支持监测代码回流DeviceID；两个方式：（1）已经使用其他监测工具，支持一方数据上传到QA，（2）可以使用媒体回流的监测，回传ID。	广告监测	支持	支持	IMEI、IDFA、MAC、AndroidID、OAID、IP、UserAgent、操作系统、时间戳、活动ID、活动名称、订单ID、订单名称、创意ID、创意名称、媒体名称、广告位名称、城市、城市级别	是
长虹OTT	媒体直投	开屏、信息流	客户和媒体线下沟通，确定位置及投放时间，最后由媒体方投放，支持监测代码回流设备ID。	广告监测	支持	无点击行为	MAC、IP、UserAgent、操作系统、时间戳	是
	程序化投放	开屏、信息流	客户和媒体线下沟通，确定位置及投放时间，最后由投放平台方完成投放，支持监测代码回流设备ID。	广告监测	支持	无点击行为	MAC、IP、UserAgent、操作系统、时间戳	是

媒体名称	投放方式	常用点位	投放说明	回流方式	曝光回流	点击回流	回流字段	是否支持双监控链接
TCL-OTT	媒体直投	开机	客户和媒体线下沟通，确定位置及投放时间，最后由媒体方投放，支持监测代码回流设备ID。	广告监测	支持	无点击行为	MAC、IP、UserAgent、操作系统、时间戳	是
	程序化投放	开机	客户和媒体线下沟通，确定位置及投放时间，最后由投放平台方完成投放，支持监测代码回流设备ID。	广告监测	支持	无点击行为	MAC、IP、UserAgent、操作系统、时间戳	是
海信-OTT	媒体直投	开机	客户和媒体线下沟通，确定位置及投放时间，最后由媒体方投放，支持监测代码回流设备ID。	广告监测	支持	无点击行为	MAC、IP、操作系统、时间戳	是
	程序化投放	开机	客户和媒体线下沟通，确定位置及投放时间，最后由投放平台方完成投放，支持监测代码回流设备ID。	广告监测	支持	无点击行为	MAC、IP、UserAgent、操作系统、时间戳	是
UC卧龙	媒体竞价平台	搜索	-	广告监测	支持	支持	deviceid、创意、时间戳、IP	是

媒体名称	投放方式	常用点位	投放说明	回流方式	曝光回流	点击回流	回流字段	是否支持双监控链接
oppo	媒体直投	锁屏	客户和媒体线下沟通，确定位置及投放时间，支持定向条件，定向条件会影响单价，不支持定向人群包，不支持openAPI回流效果类数据，最后由媒体方投放，支持监测代码回流DeviceID。	广告监测	支持	支持	IMEI、ANDROIDID、IP、UserAgent、操作系统、时间戳、媒体名称、监测活动名称、城市、城市级别	是
	程序化投放	锁屏	客户和媒体线下沟通，确定位置及投放时间，支持定向条件，定向条件会影响单价，不支持定向人群包，不支持openAPI回流效果类数据，最后由媒体方投放，支持监测代码回流DeviceID；两个方式：（1）已经使用其他监测工具，支持一方数据上传到QA，（2）可以使用媒体回流的监测，回传ID。	广告监测	支持	支持	IMEI、MAC、AndroidID、OAID、IP、UserAgent、操作系统、时间戳、活动ID、活动名称、订单ID、订单名称、创意ID、创意名称、媒体名称、广告位名称、城市、城市级别	是
soul	媒体直投	锁屏	客户和媒体线下沟通，确定位置及投放时间，支持定向条件，定向条件会影响单价，不支持定向人群包，不支持openAPI回流效果类数据，最后由媒体方投放，支持监测代码回流DeviceID。	广告监测	支持	支持	IMEI、IDFA、ANDROIDID、IP、UserAgent、操作系统、时间戳、媒体名称、监测活动名称、城市、城市级别	是
	程序化投放	锁屏	客户和媒体线下沟通，确定位置及投放时间，支持定向条件，定向条件会影响单价，不支持定向人群包，不支持openAPI回流效果类数据，最后由媒体方投放，支持监测代码回流DeviceID；两个方式：（1）已经使用其他监测工具，支持一方数据上传到QA，（2）可以使用媒体回流的监测，回传ID。	广告监测	支持	支持	IMEI、IDFA、MAC、AndroidID、OAID、IP、UserAgent、操作系统、时间戳、活动ID、活动名称、订单ID、订单名称、创意ID、创意名称、媒体名称、广告位名称、城市、城市级别	是

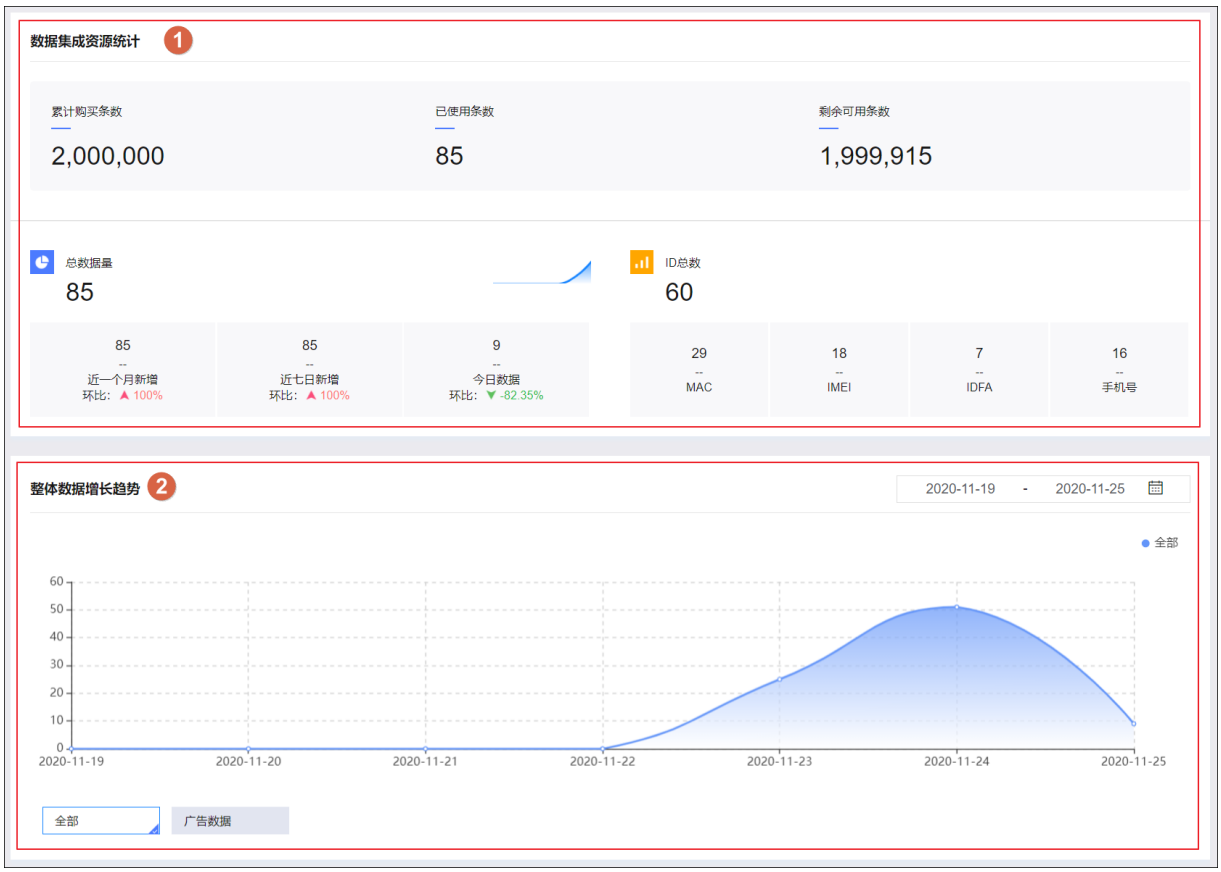
媒体名称	投放方式	常用点位	投放说明	回流方式	曝光回流	点击回流	回流字段	是否支持双监控链接
华为应用市场	媒体竞价平台	-	-	广告监测	支持	支持	OAID、广告任务ID、广告任务名称、投放应用ID、投放应用名称、渠道包ID、渠道包名称、定向包ID、定向包名称、推广资源类型、操作系统、时间戳、媒体名称、监测活动名称	是
	程序化投放	锁屏	客户和媒体线下沟通，确定位置及投放时间，支持定向条件，定向条件会影响单价，不支持定向人群包，不支持openAPI回流效果类数据，最后由媒体方投放，支持监测代码回流DeviceID；两个方式：（1）已经使用其他监测工具，支持一方数据上传到QA，（2）可以使用媒体回流的监测，回传ID。	广告监测	支持	支持	IMEI、MAC、AndroidID、OAID、IP、UserAgent、操作系统、时间戳、活动ID、活动名称、订单ID、订单名称、创意ID、创意名称、媒体名称、广告位名称、城市、城市级别	是
	媒体直投	锁屏	客户和媒体线下沟通，确定位置及投放时间，支持定向条件，定向条件会影响单价，不支持定向人群包，不支持openAPI回流效果类数据，最后由媒体方投放，支持监测代码回流DeviceID。	广告监测	支持	支持	IMEI、ANDROIDID、IP、UserAgent、操作系统、时间戳、媒体名称、监测活动名称、城市、城市级别	是

vivo 媒体名称	投放方式	常用点位	投放说明	回流方式	曝光回流	点击回流	回流字段	是否支持双监控链接
	程序化投放	锁屏	客户和媒体线下沟通，确定位置及投放时间，支持定向条件，定向条件会影响单价，不支持定向人群包，不支持openAPI回流效果类数据，最后由媒体方投放，支持监测代码回流DeviceID；两个方式：（1）已经使用其他监测工具，支持一方数据上传到QA，（2）可以使用媒体回流的监测，回传ID。	广告监测	支持	支持	IMEI、MAC、AndroidID、OAID、IP、UserAgent、操作系统、时间戳、活动ID、活动名称、订单ID、订单名称、创意ID、创意名称、媒体名称、广告位名称、城市、城市级别	是
下厨房	媒体直投	开屏、信息流	客户和媒体线下沟通，确定位置及投放时间，最后由媒体方投放，支持监测代码回流设备ID。	广告监测	支持	支持	IMEI、IDFA、ANDROIDID、OAID、IP、UserAgent、操作系统、时间戳、媒体名称、监测活动名称、城市、城市级别	是

13.4. 报表分析

13.4.1. 仪表盘

本功能模块支持用户查看数据集成资源使用情况，以及整体数据变化趋势。选择**媒体广告** > **媒体回流** > 所在工作空间 > **报表分析** > **仪表盘**，进入仪表盘页面。页面支持查看整个媒体回流的数据概况，包括**数据集成资源统计**和**整体数据增长趋势**，如下图所示。



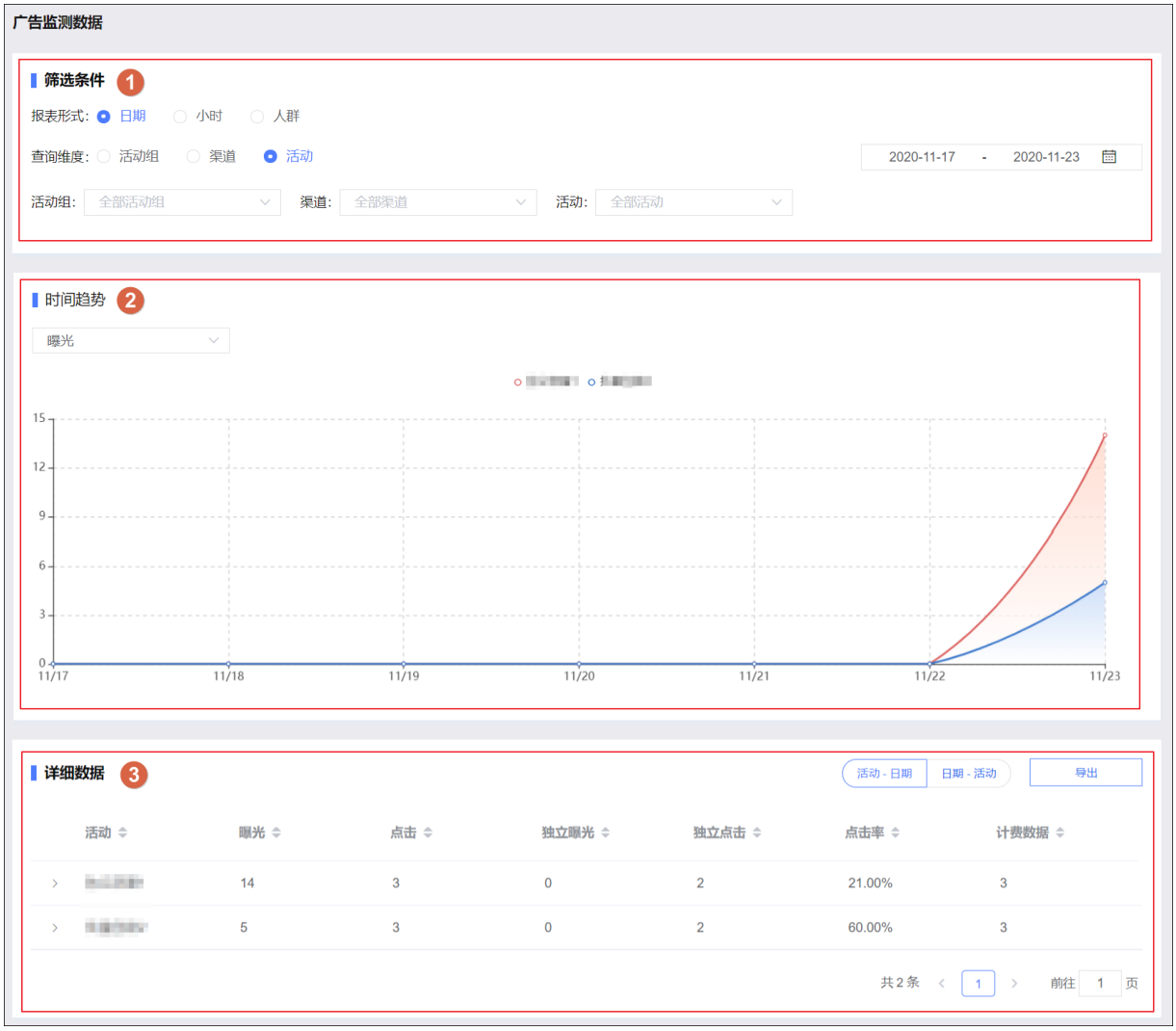
图中标注序号的区域为：

1. **数据集成资源统计**
   - 数据资源的累计购买条数、已使用条数、剩余可用条数。
   - 回流数据的总数据量、近一个月新增及环比变化、近七日新增及环比变化、今日数据及环比变化。
   - 回流数据中的ID总数，以及分别为MAC、IMEI、IDFA和手机号类型ID的数量。
2. **整体数据增长趋势**

   展示数据的时间趋势图，支持根据时间区间和监测类型进行筛选。

13.4.2. 广告监测数据

选择**媒体广告** > **媒体回流** > 所在工作空间 > **报表分析** > **广告监测数据**，进入广告监测数据页面。页面支持查看使用媒体回流监测返回的广告数据概况，如下图所示。



图中标注序号的区域为：

1. **筛选条件**
   i. **报表形式**：可选日期、小时、人群，对应不同的报表形式：
      a. 日期：报表形式为时间趋势图，横轴为日期。
      b. 小时：报表形式为时间趋势图，横轴为小时。
      c. 人群：报表形式为地域分布图、操作系统分布图。
   ii. **查询维度**：可选活动组、渠道、活动，三者为级联关系。选择后，默认展示全部活动组、渠道、活动的监测数据，也可从下拉列表选择单个或多个具体活动组、渠道、活动，筛选出对应监测数据。
   iii. **时间筛选**：默认为前7日（不含当日），最多可筛选连续的60天。
2. **报表**

   对于不同的**报表形式**，可从下拉列表选择不同的展示项目：

   - 时间趋势图：支持展示曝光、点击、独立曝光、独立点击、点击率。
   - 地域分布图、操作系统分布图：支持展示曝光、点击、独立曝光、独立点击。
3. **详细数据**

   展示所选**筛选条件**下的详细数据表。

- 当**报表形式**为日期或小时，**详细数据**区域右上角显示一对**报表形式-查询维度**、**查询维度-报表形式**按钮，当选择报表形式和查询维度后，按钮会变为相应的名称，例如，**活动组-日期**、**日期-活动组**：
  - 当选择**活动组-日期**时，详细数据表将首先按活动组显示统计数据，并在每行（每个活动组）前提供 › 箭头图标，单击即可展开该活动组中按日期的详细数据。
  - 当选择**日期-活动组**时，详细数据表将首先按日期显示统计数据，并在每行（每个日期）前提供 › 箭头图标，单击即可展开该日期中按活动组的详细数据。
- 当**报表形式**为人群时，**详细数据**区域右上角显示一对**省份**、**市级**按钮，用于切换详细数据表的统计粒度。
- **详细数据**区域右上角提供**导出**按钮，单击可将详细数据表文件导出至本地。

13.4.3. 腾讯广告数据

选择**媒体广告** > **媒体回流** > 所在工作空间 > **报表分析** > **腾讯广告数据**，进入腾讯广告数据页面。页面支持查看从腾讯广告平台返回的广告数据概况，如下图所示。

图中标注序号的区域为：

1. **筛选条件**
   - **报表形式**：可选日期、小时、人群，对应不同的报表形式：
     a. 日期：报表形式为时间趋势图，横轴为日期。
     b. 小时：报表形式为时间趋势图，横轴为小时。
     c. 人群：报表形式为地域分布图、操作系统分布图。
   - **查询维度**：支持广告名称。默认展示全部广告名称的监测数据，也可从下拉列表选择单个或多个具体广告名称，筛选出对应监测数据。
   - **时间筛选**：默认为前7日（不含当日），最多可筛选连续的60天。
2. **报表**

报表可从下拉列表选择展示项目，支持点击、独立点击。

3. **详细数据**

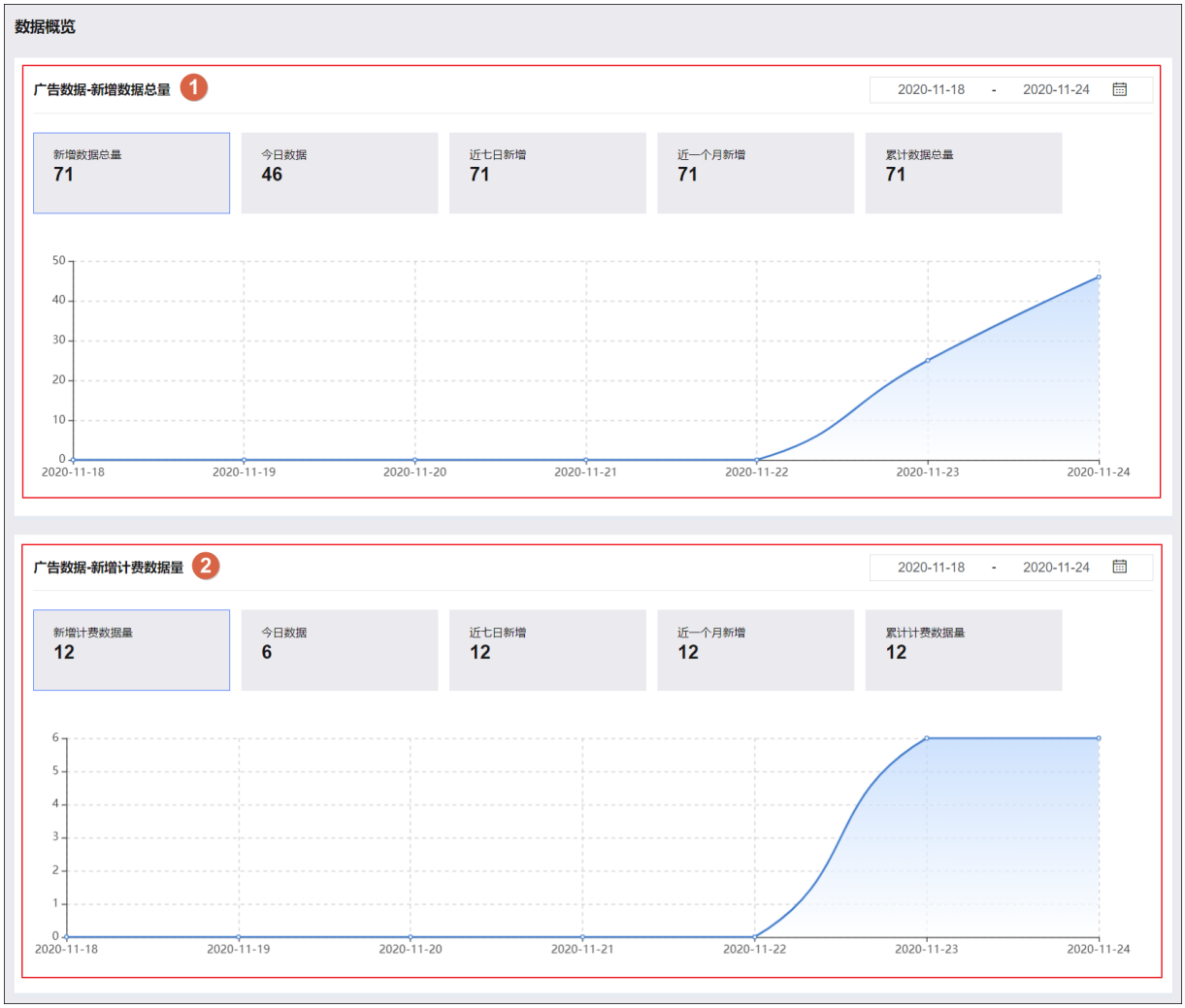
   展示所选**筛选条件**下的详细数据表。

   - 当**报表形式**为日期或小时，**详细数据**区域右上角显示一对**报表形式-查询维度**、**查询维度-报表形式**按钮，当选择报表形式和查询维度后，按钮会变为相应的名称，例如，**广告名称-日期**、**日期-广告名称**：
     - 当选择**广告名称-日期**时，详细数据表将首先按广告名称显示统计数据，并在每行（每个广告名称）前提供 > 箭头图标，单击即可展开该广告名称中按日期的详细数据。
     - 当选择**日期-广告名称**时，详细数据表将首先按日期显示统计数据，并在每行（每个日期）前提供 > 箭头图标，单击即可展开该日期中按广告名称的详细数据。
   - 当**报表形式**为人群时，**详细数据**区域右上角显示一对**省份**、**市级**按钮，用于切换详细数据表的统计粒度。
   - **详细数据**区域右上角提供**导出**按钮，单击可将详细数据表文件导出至本地。

13.5. 回流任务

13.5.1. 数据概览

选择**媒体广告** > **媒体回流** > 所在工作空间 > **回流任务** > **数据概览**，进入数据概览页面。页面支持查看广告数据的新增数据总量和新增计费数据量，如下图所示。



图中标注序号的区域为：

1. **广告数据-新增数据总量**

   统计指定时间范围内的曝光和点击数据量的总和，展示时间趋势图，及新增数据总量、今日数据、近七日新增、近一个月新增和累计数据总量。

2. **广告数据-新增计费数据量**

   统计指定时间范围内的点击数据量，展示时间趋势图，及新增计费数据量、今日数据、近七日新增、近一个月新增和累计数据总量。

两种统计方式均支持**时间筛选**：默认为前7日（不含当日），最多可筛选连续的60天。

13.5.2. 广告监测数据

13.5.2.1. 创建监测活动

您需要先创建监测活动，生成监测链接，再在对应广告订单中添加监测链接，才能开始广告监测，获得监测数据。

创建监测活动的方式分为单个创建和批量创建，下面介绍单个创建。批量创建，请参见批量创建监测活动。

操作步骤：

1. 选择**媒体广告** > **媒体回流** > 所在工作空间 > **回流任务** > **广告监测数据**，单击**创建监测活动**。
2. 配置参数，如下表所示。

参数	说明
活动名称	输入活动名称，用于区分活动。
所属活动组	选择活动归属的活动组。 活动组用于分组管理活动，单击**创建活动组**，在弹出的对话框中输入活动组名称，单击**确定**，即可创建一个新的活动组。
是否跳转	选择监测的广告是否包含点击跳转。 如包含，请输入以http或https开头的跳转地址链接，单击**跳转**，可查看链接的跳转页面。
渠道名称	选择广告的推广渠道。
广告格式	选择广告的展现格式。
是否使用秒针监测	选择是否使用秒针监测。 若您已购买秒针监测服务，请输入相应的秒针曝光监测链接和秒针点击监测链接。 秒针监测将正常运行，监测数据仍然回流到秒针监测平台，请登录秒针监测平台进行后续操作。

3. 单击**确定**，完成监测活动创建，并默认开启。

系统将生成一个曝光监测链接、一个点击监测链。请在监测活动列表中单击**提取链接**或**批量导出链接**，将获得的曝光监测链接、点击监测链接加入对应广告订单中。

> **说明**
>
> 如使用了秒针监测，系统生成的曝光监测链接、点击监测链中将分别包含秒针曝光监测链接、秒针点击监测链接，以便实现秒针监测。此时，Quick Audience广告监测仍独立于秒针监测进行，但由于产生曝光、点击时将优先请求秒针曝光监测、秒针点击监测，因此回流到Quick Audience广告监测的数据会因网络原因有5%~10%左右的数据流失。

13.5.2.2. 批量创建监测活动

批量创建监测活动的操作与单个创建相似，不同的是，所属活动组、跳转链接、渠道名称、广告格式四个参数可同步至正在批量创建的所有监测活动。

操作步骤：

1. 选择**媒体广告** > **媒体回流** > 所在工作空间 > **回流任务** > **广告监测数据**，单击**批量创建监测活动**。

2. 单击**添加活动**，根据您的需要，增加要创建的活动数量。

3. 配置参数，参数说明请参见创建监测活动。

   对于所属活动组、跳转链接、渠道名称、广告格式，输入参数值后，可单击参数后的**同步至所有活动**，将参数值同步填写至正在批量创建的所有监测活动。

4. 单击**确定**，完成监测活动创建，并默认开启。

   系统将为每一个监测任务生成一个曝光监测链接、一个点击监测链。请在监测活动列表中单击**提取链接**或**批量导出链接**，将获得的曝光监测链接、点击监测链接加入对应广告订单中。

13.5.2.3. 监测活动管理

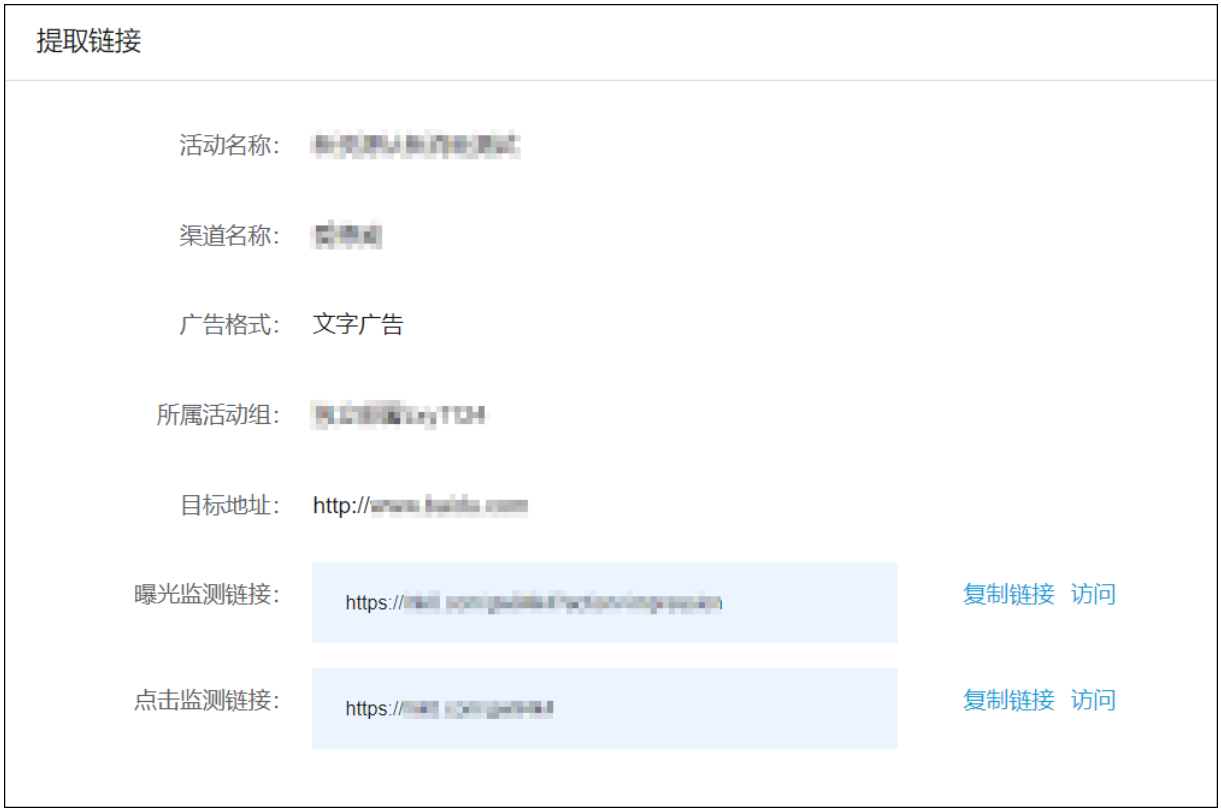
监测活动生成后，默认开启，系统将自动执行，您可进行管理。

监测活动列表显示监测活动的配置信息，以及曝光、点击、排重点击、任务状态等信息，如下图所示。

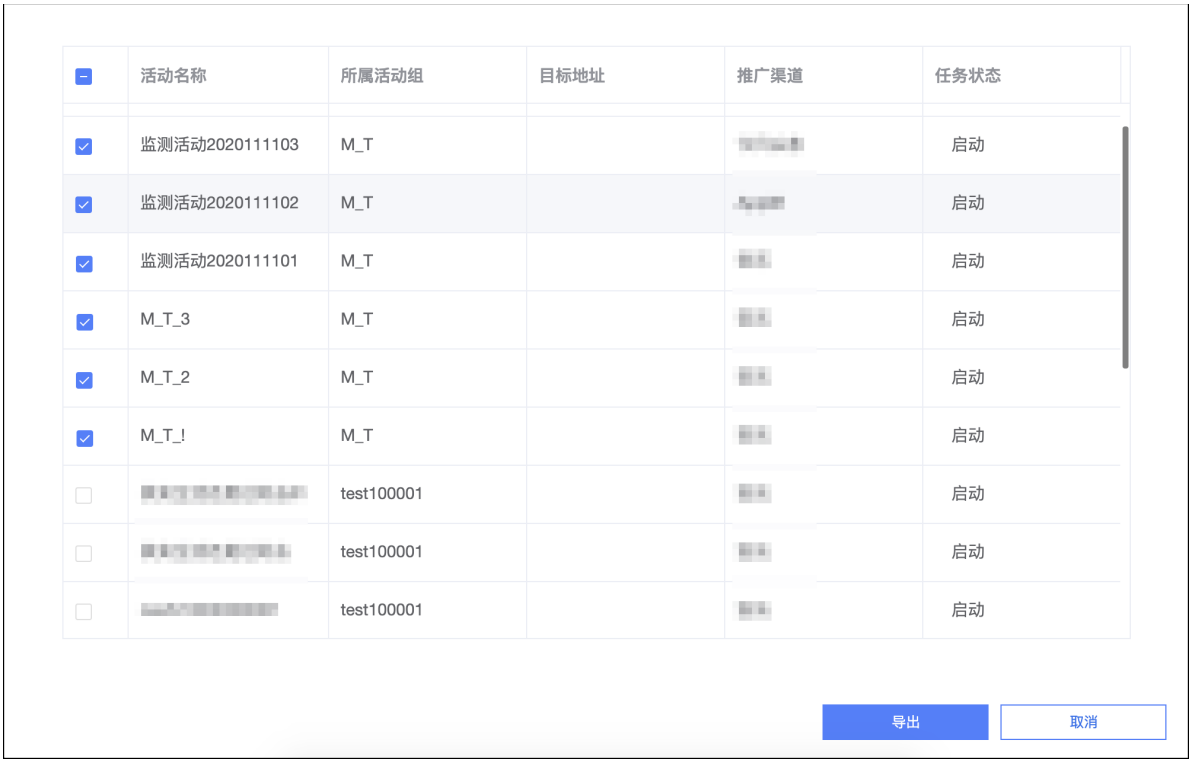
- **开关**：可将监测活动暂时关闭，待需要时重新开启。

> **说明**
>
> 资源不足时，监测活动将自动关闭，续费后需要手动开启。

- **编辑**：单击可修改监测活动配置。渠道名称、所属活动组不可修改。
- **提取链接**：单击可提取曝光监测链接、点击监测链接，如下图所示。可直接**复制链接**或者**访问**曝光监测链接、点击监测链接。



- **批量导出链接**：单击右上角**批量导出链接**，在弹窗中选择要导出链接的监测活动，单击**导出**，批量导出活动的曝光监测链接、点击监测链接。

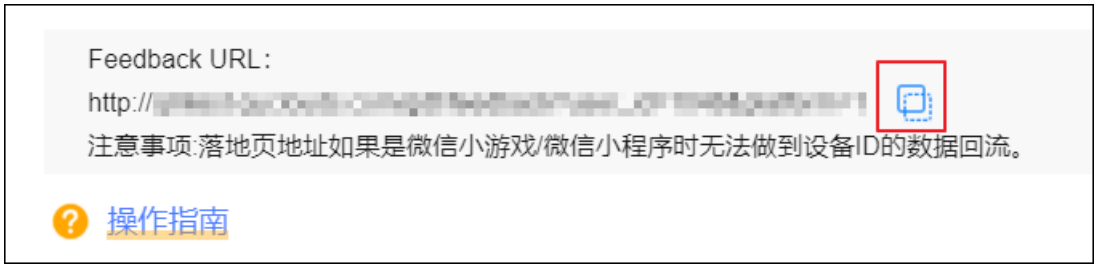


13.5.3. 腾讯广告数据

腾讯广告（原广点通+微信广告）无法通过第三方监测方式回流真实设备ID，需要通过配置Feedback URL的方式进行数据回流。

操作步骤：

1. 选择**媒体广告** > **媒体回流** > 所在工作空间 > **回流任务** > **腾讯广告数据**。
2. 单击 按钮，复制Feedback URL，如下图所示。



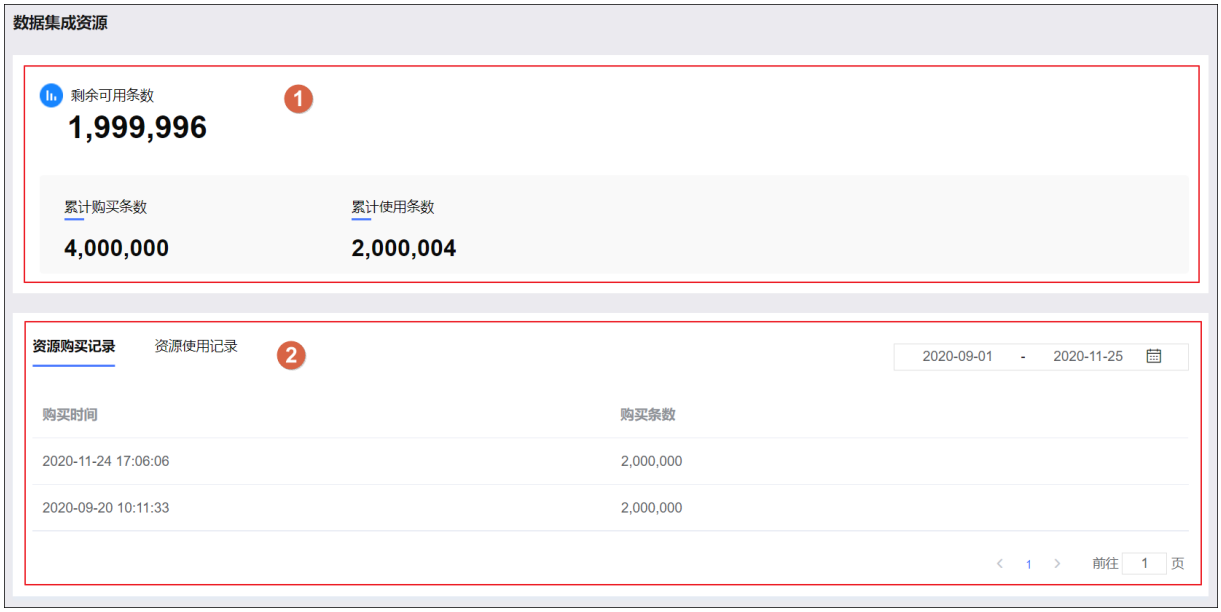
3. 登录腾讯广告投放管理平台。
4. 选择**工具** > **效果分析** > **点击监测**，单击**获取点击数据**。
5. 在弹出的对话框中配置参数，可选字段区域需要选中全部备选项，Feedback URL区域请粘贴第2步中复制的URL。其他参数的配置说明，请参见点击监测工具使用指引。最后单击**确定**。
6. 配置成功后，对话框进入联调界面。单击**确定**开始联调。
7. 联调成功后，任务列表中您创建的监测任务的转化状态默认为**未启用**。将开关开启，开始监测。

如下图所示，在Quick Audience控制台的**媒体回流** > **回流任务** > **腾讯广告数据**页面，您可查看当前账户下所有腾讯广告监测任务信息，包括任务名称、监测链接、数据量和数据项数。单击任务名称右侧的 按钮，可修改任务名称。

13.6. 数据资源

13.6.1. 数据集成资源

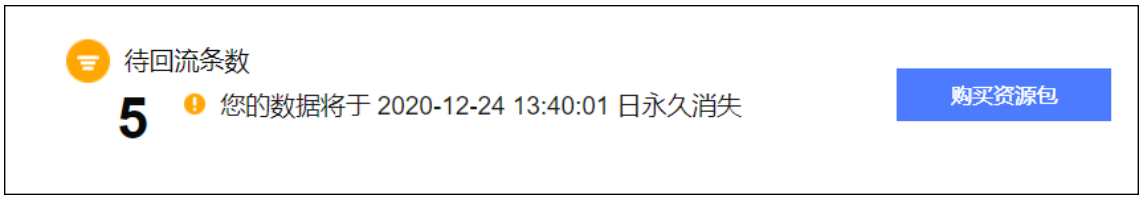
本功能提供数据资源的购买、使用的统计。您可以选择**媒体广告** > **媒体回流** > 所在工作空间 > **数据资源** > **数据集成资源**，进入数据集成资源页面。您可查看媒体回流资源包的使用情况，如下图所示。



图中标注序号的区域为：

1. **资源情况统计**
   - 剩余资源可用条数

     资源可用条数用尽后，系统会将获得的数据暂存，并在剩余资源可用条数右侧展示如下图所示的提示。请您及时购买资源包，购买后，暂存的数据将继续回流至MaxCompute；若未及时购买，暂存的数据将最多暂存30天，30天后数据将被清除。

     说明

     请使用购买Quick Audience的阿里云主账号购买媒体回流资源包，否则无法在Quick Audience中使用已购资源。

   - 累计购买条数
   - 累计使用条数
2. **资源购买记录**、**资源使用记录**
   - **资源购买记录**：查看指定时间范围内的主账号资源包购买记录。
   - **资源使用记录**：查看指定时间范围内的资源使用记录，包含产生使用记录当日的使用条数、剩余可用条数。

   两种记录均支持**时间筛选**：默认为近7日，最多筛选近90天数据。

13.6.2. 下载数据明细

您可以下载回流的监测数据明细。系统支持下载近一个月的点击数据明细。

操作步骤：

1. 选择**媒体广告** > **媒体回流** > 所在工作空间 > **数据资源** > **下载数据明细**，单击**创建下载任务**。
2. 在弹出的对话框中设置任务名称，选择要下载的点击数据明细的时间范围。下方将显示已选择的点击数据总量。

3. 单击**确定**。

   下载任务列表显示已创建的下载任务，等待系统处理。

4. 当任务状态显示为**处理成功**时，单击**下载**，将数据包下载至本地。

> **说明**
>
> - 下载得到的文件的后缀名为.tar.gz，解压后将得到明细的log文件。
> - 已**处理成功**的数据明细文件可多次下载。

13.6.3. 数据输出配置

进行广告监测活动前，需要进行数据输出配置，回流的数据将输出到MaxCompute。

操作步骤：

1. 选择**媒体广告** > **媒体回流** > 所在工作空间 > **数据资源** > **数据输出配置**，单击**编辑授权信息**。
2. 配置参数，如下表所示。

参数	说明
AccessKey ID	输入您的阿里云账号AccessKey ID。 使用主账号登录阿里云控制台，将鼠标移至右上角账号头像上，选择**AccessKey管理**，然后单击**查看Secret**，获取AccessKey ID、AccessKey Secret。
AccessKey Secret	输入您的阿里云账号AccessKey Secret。
MaxCompute英文项目名	输入数据将回流到的MaxCompute项目英文名称。 请将该MaxCompute项目设置为计算引擎源，以便后续在数据研发模块由Dataphin对广告回流数据进行处理和同步，参见计算引擎源。

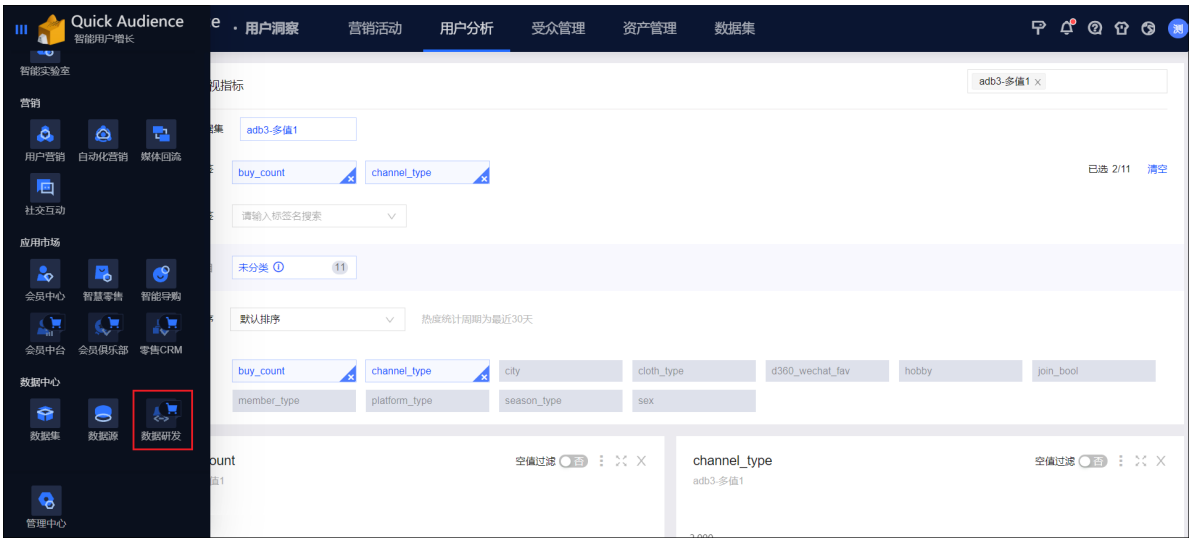
3. 单击**保存**，完成配置。

14.数据研发

14.1. 数据研发概述

数据研发模块分为研发以及运维两大部分。

- **使用条件**：该模块仅在Quick Audience标准版基础上联合购买Dataphin离线集成版时可用。购买后，需要购买者主账号登录Quick Audience（该账号默认为组织管理员），在配置管理中完成研发初始化后，方可使用数据研发模块功能，研发初始化请参见研发初始化。
- **使用权限**：仅支持购买者主账号，以及购买者主账号在研发初始化时选择的研发成员使用。
- **使用流程**：
  i. 添加若干业务数据源，用于连接企业一方的数据库，请参见业务数据源。
  ii. 绑定一个计算引擎源，为离线数据的处理提供计算及存储资源，请参见计算引擎源。
  iii. 进行数据研发，研发过程中，根据需要配置Shell、Python任务可以访问的IP地址或域名，请参见配置沙箱白名单。
- **使用入口**：鼠标滑过左上角☰图标调出导航栏浮层，从**数据中心**分组选择**数据研发**，进入模块。



研发

研发模块提供数据同步以及数据处理的能力。

- **数据同步**：致力于提供具有强大的数据预处理能力、丰富的异构数据源之间数据高速稳定的同步能力。支持通过简单的拖拽、配置并组装组件的方式，生成管道脚本。同时系统也支持对管道脚本进行运维配置，包括调度配置和管道配置。
- **数据处理**：致力于提供高效数据构建平台，通过编写代码的方式构建复杂的数据模型、构建同步任务和构建不同类型的任务。主要提供离线数据处理能力，用于执行数据研发过程中的离线计算任务，同时管理数据研发过程中使用的函数和文件。

运维

运维模块基于数据同步以及数据处理生成的代码任务进行调度与运维管控，运维模块包括任务运维以及实例运维两个部分。

- **任务运维**：任务是指可以被生产环境调度的运行对象。即您在开发环境中提交、发布上线的代码或脚本通过周期、手动触发的方式在生产环境运行。任务又称为节点，Quick Audience在调度运维中将节点分为两种：
  - **离线周期任务**：这类节点会配置调度周期，作业调度系统会周期性地调度这类节点，每次节点被调度时都会生成对应的周期实例。
  - **离线手动任务**：这类节点不会被系统自动触发，您可以根据需要自己手动运行对应的节点，每次运行手动节点会生成对应的手动实例。
- **实例运维**：节点每运行一次生成一个实例。实例有三种不同的生成方式：
  - **离线周期实例**：周期节点自动被系统调度触发生成，具有周期性。
  - **离线补数据实例**：对节点进行补数据操作时产生。
  - **离线手动实例**：运行手动节点生成。

14.2. 研发

14.2.1. 数据同步

数据同步通过开发离线管道脚本的方式实现数据同步。您需要进行管道脚本文件夹管理，离线管道脚本开发，最后上传管道脚本完成数据同步任务创建。

管理管道脚本文件夹

包含以下操作：

- **新建文件夹**

  进入研发模块，单击脚本后的图标，在新建文件夹的弹窗中填写文件夹的名称以及选择目录，默认**离线管道**为根目录，单击**确认**即完成文件夹的创建。

  您也可以执行以下操作，为该文件夹创建子文件夹：

  i. 鼠标悬停至文件夹上，单击图标。

  ii. 在输入框中，输入新建子文件夹的名称。

  iii. 按下Enter键或单击非输入框中区域。

- **重命名文件夹**

  i. 在**数据同步**页面，鼠标悬停至需要重命名文件夹后的⋮图标，单击**重命名**。

  ii. 在输入框中，输入文件夹的名称。

  iii. 按下Enter键或单击非输入框中区域。

- **删除文件夹**

  在**数据同步**页面，鼠标悬停至需删除文件夹后的⋮图标，单击**删除**。

> 说明
>
> 仅不包含子节点的文件夹支持删除。

开发管道脚本

管道脚本开发及管理，请参见配置离线单条管道等文档。

上传管道脚本

1. 在**数据同步**页面，单击**脚本**后的图标。
2. 在**上传创建管道开发脚本**对话框中，配置参数。

参数	描述
上传文件	选择您需要上传的JSON文件。
管道名称	填写管道名称。管道名称由字母、数字、下划线（_）组合而成，不超过64个字符。
调度类型	选择调度类型。系统支持的调度类型包括： ○ **周期性节点**：任务会参与生成环境的调度。需要配置调度参数，请参见配置调度参数步骤三。 ○ **手动节点**：需要手动触发任务的运行。

参数	描述
描述	填写管道的简单描述。
选择目录	选择管道脚本的目录。系统默认选择**离线管道**。

3. 单击**确定**。
4. 保存、提交和发布管道脚本。
   i. 单击页面右上方的图标，保存管道脚本。
   ii. 单击页面右上方的图标，提交管道脚本。
   iii. （可选）发布管道脚本至生产环境，提交成功的管道脚本即可进入生产环境。

14.2.2. 数据处理

您可以通过离线数据处理模块构建离线数据处理计算任务，离线计算任务的研发以及运维，具体的流程请参见以下步骤进行构建。

流程

1. 创建资源，详情请参见新建资源。
2. 创建离线计算函数，详情请参见新建用户自定义函数。
3. 创建离线计算任务，详情请参见新建离线计算任务。
4. 配置离线计算任务的调度参数，详情请参见调度配置。

> **说明**
> 如果离线计算任务的调度类型为手动节点，则不需要配置调度参数。

5. 运维离线计算任务，详情请参见运维。

14.3. 运维

运维调度基于策略对管道脚本、离线脚本生成的代码任务进行调度与运维管控。运维调度包括**任务运维**与**实例运维**两部分。

1. **任务运维**：包括周期任务以及手动任务两个部分，请参见任务运维。
2. **实例运维**：包括离线周期实例、离线手动实例以及离线补数据实例，请参见实例运维。

15.分析看板

15.1. 分析看板概述

分析看板支持将阿里云智能分析套件Quick BI生成的报表嵌入到Quick Audience进行展示，针对相关数据通过报表进行可视化分析，辅助对营销数据的分析洞察。

在报表分析的过程中，支持通过圈选报表中的图形，将对应的人群圈选为受众。生成的受众将加入Quick Audience用户洞察模块进行管理，支持对这部分人群进行营销投放、推送等，帮助营销人员实现“计划-分析-圈人-触达-复盘-再圈人”的链路闭环。

> 说明
>
> - 基础版不支持分析看板功能。
> - 仅当Quick BI报表的数据源也是Quick Audience工作空间使用的数据源（含组织数据源、空间数据源）时，支持圈选受众功能。
> - Quick Audience界面和文档中的“报表”概念，对应Quick BI界面和文档中的“仪表板”概念。一个报表包含若干数据图表以及查询等控件，按照设置好的布局进行展示。

使用说明

- **使用条件**：购买Quick BI专业版，并在Quick BI完成报表制作和发布。Quick BI购买及使用说明，请参见Quick BI用户指南。
- **使用权限**：
  - 支持Quick Audience组织管理员、空间管理员和具有“分析看板-自定义菜单”权限的自定义角色成员进行创建菜单和报表嵌入。
  - 支持组织管理员、空间管理员、开发者、分析师，以及具有“分析看板-业务洞察”权限的自定义角色成员查看报表菜单，但仅允许菜单创建者、已授权账号及组织管理员、空间管理员查看具体菜单嵌入的报表，以及管理菜单。若要从报表圈选受众，则用户角色同时还需要“用户洞察-受众管理-受众管理-受众列表”权限。
- **使用流程**：
  i. Quick Audience组织管理员进行Quick BI授权配置，请参见Quick BI授权配置。

  > 注意
  >
  > 完成Quick BI授权配置后，界面才开放分析看板模块入口。

  ii. 在Quick BI侧进行以下配置，请参见Quick BI嵌入配置。
     a. Quick BI管理员进行报表嵌入到Quick Audience的嵌入渠道配置。
     b. Quick BI工作空间成员为需要嵌入的报表开通嵌入。
     c. 若要支持在报表中圈选受众，Quick BI工作空间成员需要为报表开启生成受众开关，并为各图表设置生成受众时可导出到Quick Audience的ID字段。
     d. （可选）Quick BI工作空间成员进行报表嵌入配置，指定将报表嵌入到哪里。

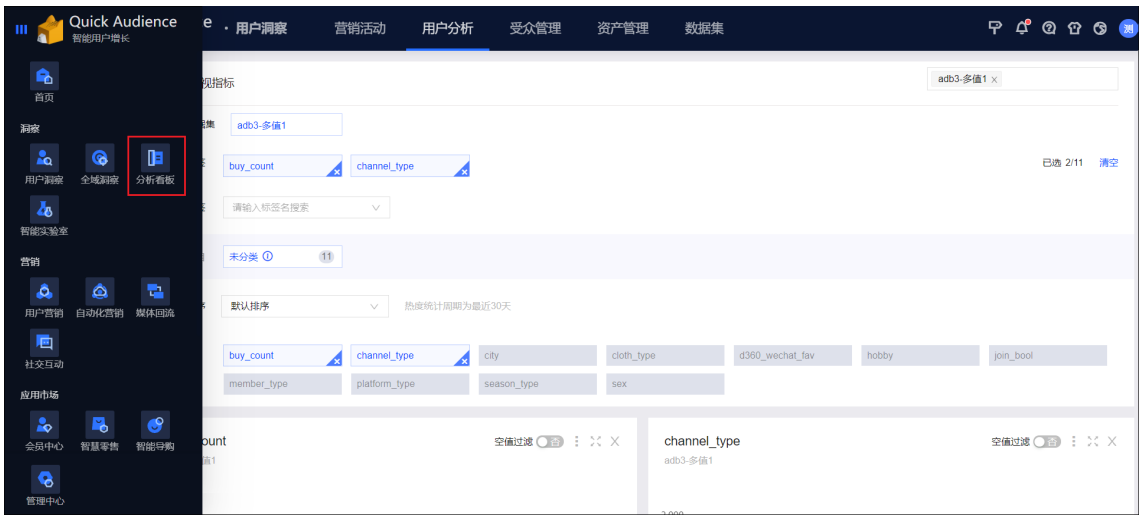
  iii. Quick Audience组织管理员将已开通嵌入的报表授权给各工作空间，请参见报表授权。

iv. 在Quick Audience工作空间自定义报表展示菜单，向菜单嵌入报表，并向指定账号授予查看报表权限，请参见菜单配置和报表嵌入。

v. Quick Audience已授权账号在空间内查看报表，在报表中圈选受众，请参见查看报表。

- **使用入口：**

i. 鼠标滑过左上角☰图标调出导航栏浮层，从**洞察**分组选择**分析看板**，进入模块。



ii. 从左上角下拉框选择所在的工作空间。

15.2. Quick BI嵌入、圈选受众配置

您需要在Quick BI进行报表嵌入Quick Audience的嵌入渠道配置，然后为需要嵌入的报表开通嵌入。若要支持在报表中圈选受众，您需要进行圈选受众配置。此外，报表开通嵌入后，您还可以从Quick BI进行报表嵌入配置。

嵌入渠道配置

Quick BI管理员需要进行嵌入渠道配置，否则不能进行后续操作。

操作步骤：

1. 登录Quick BI控制台。
2. 选择**开发者中心** > **嵌入渠道**，单击**新增渠道**。

3. 配置参数，如下表所示。

参数	说明
渠道名称	输入渠道名称。 建议填写为Quick Audience，当您在多个地域购买了Quick Audience时，建议填写为Quick Audience（地域名称），以示区别。 该名称将显示于从Quick BI进行报表嵌入配置的弹窗中。
渠道备注	输入渠道备注。
渠道配置URL	输入渠道配置URL，进行报表嵌入配置时，将跳转到该URL。 Quick Audience渠道配置URL的格式为： `https://Quick Audience域名/analysisInsight/customMenu/menuSet` 对于公共云Quick Audience，域名为： ○ 张家口地域：`quicka.aliyun.com` ○ 深圳地域：`quicka-shenzhen.aliyun.com` ○ 上海地域：`quicka-shanghai.aliyun.com`

4. 单击**确定**，保存配置。

报表开通嵌入

报表发布后，在将报表嵌入到Quick Audience前，Quick BI工作空间成员需要为要嵌入的报表开通嵌入。

操作步骤：

1. 登录Quick BI控制台。
2. 选择**工作空间** > **仪表板**，进入仪表板列表。
3. 右键单击要嵌入的报表，然后选择**嵌入**；或在报表所在行单击 ⋮ 图标，然后选择**嵌入**。
4. 在弹窗中单击**请开通嵌入**，如下图所示。

开通后，界面将提示开通成功，并弹出如下图所示的弹窗。您可以单击对应的**去配置**，为该报表进行嵌入配置，后续操作，请参见下面的报表嵌入配置。

圈选受众配置

若要支持在报表中圈选受众，Quick BI工作空间成员需要为报表开启生成受众开关，并为各图表设置生成受众时可导出到Quick Audience的ID字段。

> **说明**
>
> - 仅当Quick BI报表的数据源也是Quick Audience工作空间使用的数据源（含组织数据源、空间数据源）时，支持圈选受众功能。
> - 支持圈选受众的图表类型包括：
> - 趋势类图表：线图、面积图、堆积面积图、百分比堆积面积图、组合图
> - 比较类图表：柱图、堆积柱形图、百分比堆积柱形图、条形图、堆积条形图、百分比堆积条形图
> - 关系类图表：散点图、气泡图

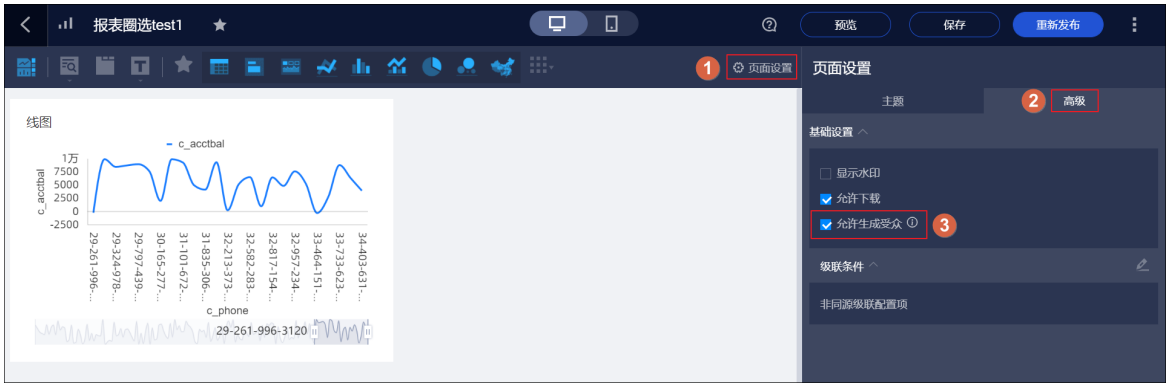
操作步骤：

1. 登录Quick BI控制台。

2. 选择**工作空间 > 仪表板**，进入仪表板列表。

3. 单击要嵌入的报表名称，或在报表所在行单击图标，进入编辑页面。

4. 在**页面设置>高级**中，选择**允许生成受众**。



5. 单击选中需要支持圈选的图表，在**图表设计>高级**中，单击图标。

6. 在弹窗中，选择字段作为可导出到Quick Audience的受众ID字段，选择该ID字段是否已被加密，如已被加密，请选择相应的加密方式，可选择MD5、SHA256、AES。单击**确定**保存配置。

   支持设置多个可导出的ID字段，至少设置一个。

7. **保存**配置，或**发布**仪表板。

报表嵌入配置

为报表开通嵌入后，若您是Quick Audience组织管理员或空间管理员，则可以从Quick BI跳转到Quick Audience为报表继续进行嵌入配置；也可以在Quick Audience嵌入报表。

若您从Quick BI跳转到Quick Audience进行嵌入配置，在配置时，您可以直接将报表嵌入到已有菜单，也可以新建一个菜单进行嵌入，或仅将报表分配给指定空间而不嵌入到菜单。

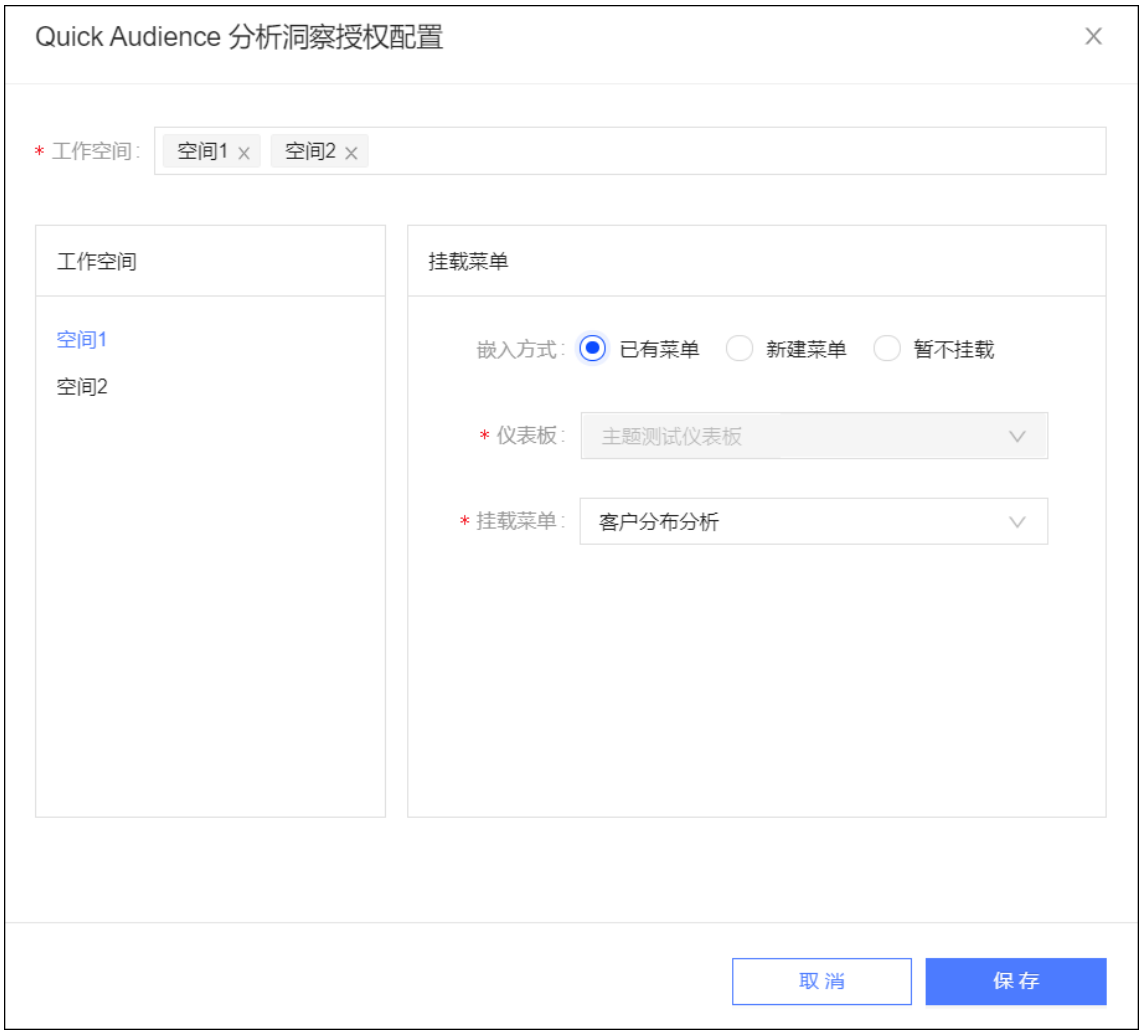
菜单是在QuickAudience查看报表时，左侧导航栏显示的层级结构，支持两级菜单。

操作步骤：

1. 登录Quick BI控制台。
2. 选择**工作空间** > **仪表板**，进入仪表板列表。
3. 右键单击要嵌入的报表，然后选择**嵌入**；或在报表所在行单击 ⋮ 图标，然后选择**嵌入**。
4. 如下图所示，在弹窗中单击对应的**去配置**，跳转到报表嵌入配置界面。

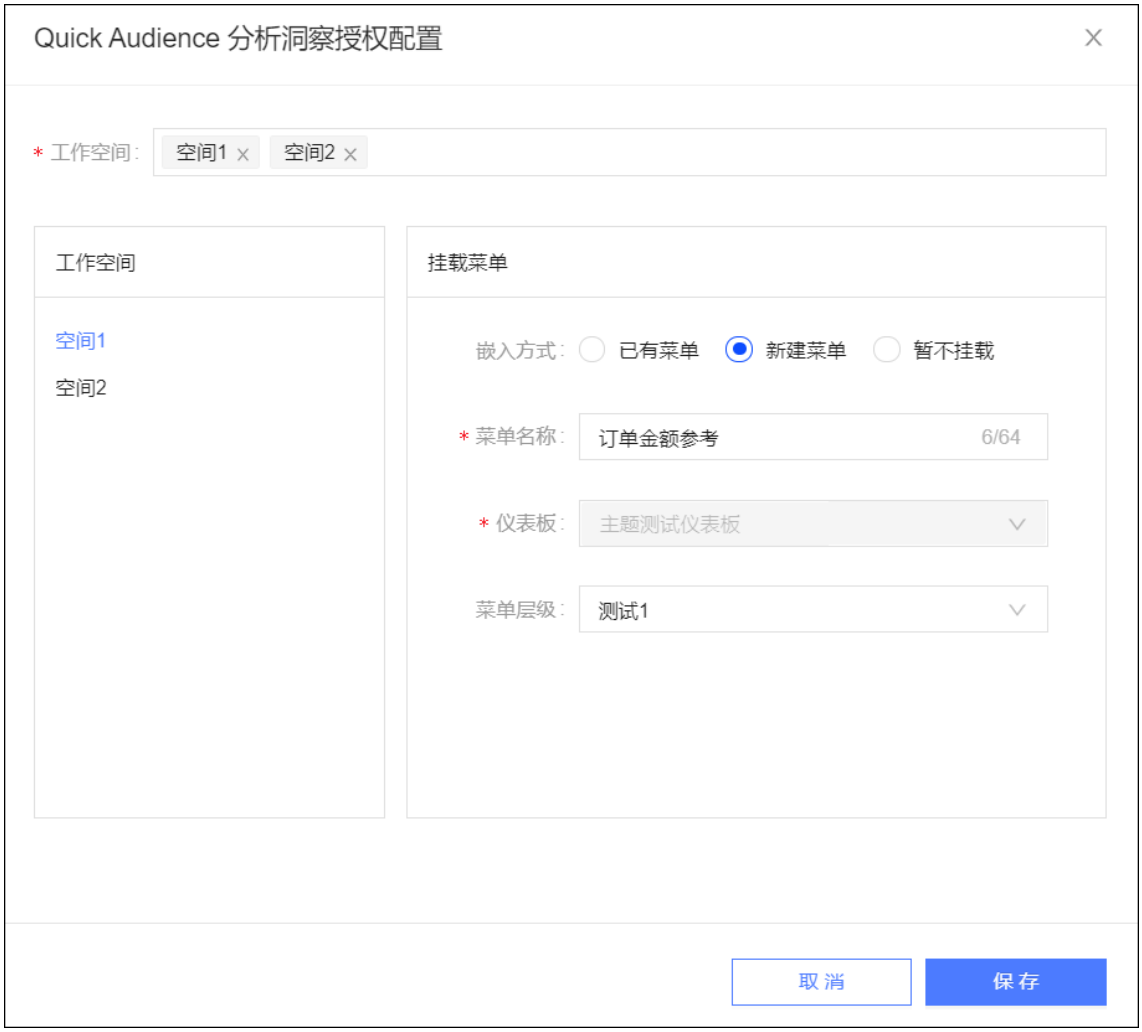
5. 在弹窗中选择空间，可多选。选中的空间显示在左侧的空间列表中，单击列表中的空间，在右侧进行具体配置。

- 将报表挂载到已有菜单：选择**已有菜单**，从下拉框选择要挂载到的菜单。



- 新建一个菜单进行挂载：选择**新建菜单**，输入要新建的菜单名称。若要新建二级菜单，则从下拉框选择一个已有菜单作为上级菜单；若要新建一级菜单，则不选择。

> **说明**
>
> 选择已有菜单时，若该菜单已嵌入报表，将仅展示新嵌入的报表。



- 仅将报表分配给指定空间：选择**暂不挂载**。

6. 完成对所有已选空间的配置后，单击**保存**，保存配置。

后续在Quick Audience嵌入报表或向指定账号授予查看报表权限操作，请参见自定义菜单、嵌入、授权。

15.3. 菜单配置和报表嵌入

由Quick Audience组织管理员、空间管理员和具有“分析看板-自定义菜单”权限的自定义角色成员自定义菜单，向Quick Audience分析看板模块的菜单嵌入Quick BI报表，并向指定Quick Audience账号授予查看报表和管理菜单权限。

自定义菜单、嵌入

菜单是在**业务洞察**页面查看报表时，左侧导航栏显示的层级结构，一条菜单可以挂载一个Quick BI报表，如下图所示。支持两级菜单，两级菜单下均可以嵌入报表。

自定义报表展示菜单，向菜单嵌入报表的操作可以同时进行，操作步骤如下：

1. 选择**分析看板** > 所在工作空间 > **自定义菜单**，进入配置页面。

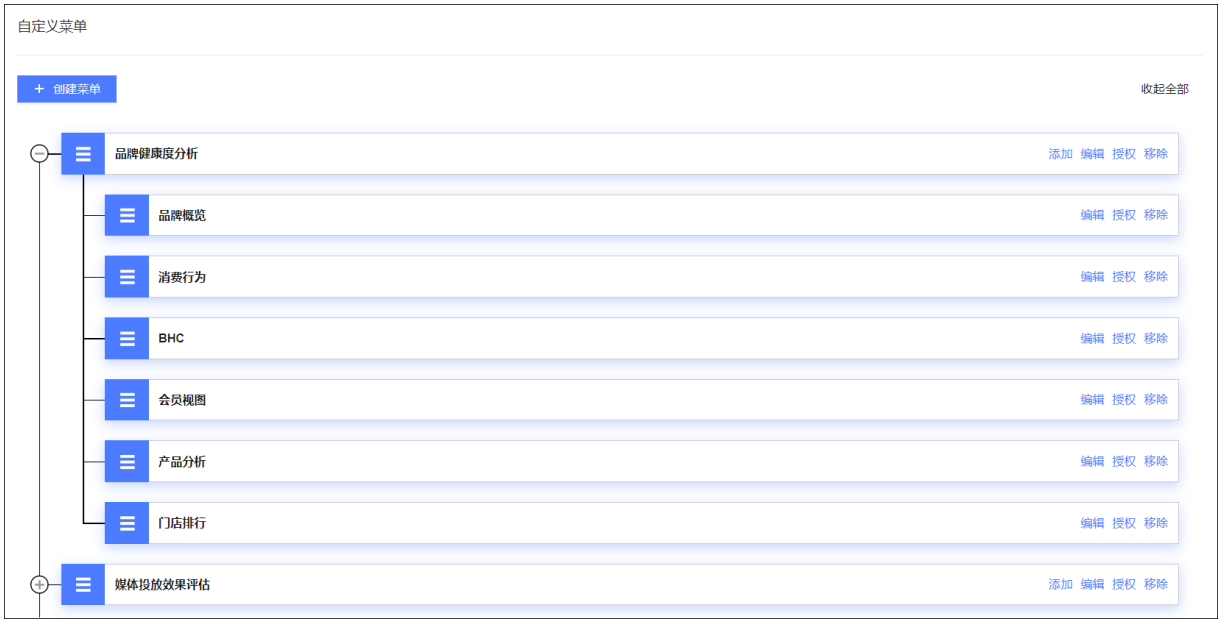
2. 针对要添加的菜单级别，进行以下操作：
   - 添加一级菜单：单击**创建菜单**。
   - 添加二级菜单：单击上级菜单对应的**添加**。
3. 在弹出的对话框中输入菜单名称，选择报表。

> **说明**
>
> - 待嵌入的报表需要已发布，并已开通嵌入，请参见Quick BI中的嵌入操作；然后需要由组织管理员分配到工作空间，请参见报表授权。
> - 您可以不选择报表，则该菜单暂时不嵌入报表。可在后续编辑时嵌入。

4. 单击**保存**。

管理菜单

创建菜单后，单击右上角**展开全部**，页面展示已配置的完整菜单层级结构，或单击一级菜单前的⊕图标展开其二级菜单，如下图所示。



您可对菜单进行以下操作：

- 移动：按住菜单的☰图标，将该菜单拖拽到新的位置。
- 编辑：单击**编辑**，可修改菜单名称，选择要嵌入的报表。

> **说明**
>
> 若多个报表先后嵌入同一个菜单，仅展示最后嵌入的报表。

- 授权：单击**授权**，向指定账号授予查看报表权限，请参见下面的授权。
- 移除：单击**移除**，确认后移除该菜单。

> **说明**
>
> 有下级菜单的一级菜单不支持移除。

授权

自定义菜单，并向菜单嵌入报表后，可以向指定Quick Audience账号授权，使其可以查看报表并管理菜单。

操作步骤：

1. 选择**分析看板** > 所在工作空间 > **自定义菜单**，进入配置页面。
2. 单击菜单对应的**授权**。
3. 在弹窗中，默认已选择进入时的菜单，您也可以选择其他菜单，支持全选。

4. 选择**授权方式**：支持**按用户**和**按用户组**。

> **说明**
>
> 两种授权方式相互排斥，仅可选其中一种进行授权。若已按一种方式授权，再次授权时选择另一种方式，则使用旧授权方式的授权将解除，仅生效使用新授权方式的授权。

下方显示已选菜单的已授权用户账号/用户组。

> **说明**
>
> 若选择多个菜单，下方显示多个菜单均已授权的账号/用户组。

5. 解除授权：单击账号/用户组对应的**移除**，即可解除对该账号/用户组的授权，立即生效。
6. 授权：选择要授权的账号/用户组，可多选，单击**确定**完成授权。

> **说明**
>
> 已授权用户仅有当前菜单的查看报表及管理菜单权限，无上级菜单或下级菜单的同等权限。

15.4. 查看报表、圈选受众

自定义菜单、挂载报表、账号授权完成后，菜单创建者、被授权的账号及Quick Audience组织管理员、空间管理员即可查看从Quick BI嵌入Quick Audience的报表。若Quick BI侧已做相应配置，则Quick Audience还支持在查看报表时圈选受众。

查看报表

查看嵌入Quick Audience的报表，操作步骤：

1. 选择**分析看板** > 所在工作空间 > **业务洞察**，页面左侧导航栏显示菜单层级结构。

2. 从左侧导航栏选择一个菜单，页面将展示相应的报表。

> **说明**
>
> 若鼠标移动到菜单上时显示，表明该菜单未嵌入报表，或您未被授权查看。

圈选受众

支持在从Quick BI嵌入Quick Audience的图表中圈选受众。

说明

- 支持圈选受众的前提是：
  - Quick BI已为嵌入的报表开启生成受众开关，并已为图表设置生成受众时可导出到Quick Audience的ID字段，具体操作请参见圈选受众配置。
  - Quick BI报表的数据源必须也是Quick Audience工作空间使用的数据源（含组织数据源、空间数据源），否则，保存受众时将报错。
- 支持圈选受众的图表类型包括：
  - 趋势类图表：线图、面积图、堆积面积图、百分比堆积面积图、组合图
  - 比较类图表：柱图、堆积柱形图、百分比堆积柱形图、条形图、堆积条形图、百分比堆积条形图
  - 关系类图表：散点图、气泡图

在嵌入Quick Audience的报表中圈选受众，操作步骤：

1. 选择**分析看板** > 所在工作空间 > **业务洞察**。
2. 从左侧导航栏选择一个菜单，打开报表，如下图所示。

3. 在图表中，按住鼠标左键拖动鼠标，圈选需要保存为受众的图形，如下图所示。

4. 圈入需要的图形后，松开鼠标左键，出现如下图所示的弹窗，选择**生成受众包**。

5. 输入受众名称，选择要导出到Quick Audience的受众ID字段，单击**确定**。

页面将跳转到Quick Audience受众管理页面，此类受众的人群来源显示为**分析洞察报表**，如下图所示。您可以对其进行推送、更新、下载、进入应用等操作，操作方法请参见受众基本功能、受众推送功能。此外，您还可以在用户营销模块中针对不同ID类型的受众创建不同的营销任务，请参见用户营销文档。

16.管理中心

16.1. 标准版管理中心

16.1.1. 组织与工作空间概述

标准版中，Quick Audience操作范围分为组织、工作空间两个层面。

组织与工作空间说明

一个组织可以包含多个工作空间，每个工作空间的数据是隔离的。添加进组织的每个用户至少归属于一个工作空间，组织管理员拥有所有的工作空间权限。

请根据您的业务需求使用工作空间：

- 若您的集团拥有多个品牌，多品牌之间需要进行数据隔离，建议使用多个工作空间分别对应不同品牌。如果不同品牌的数据来源是同一张表，需要由集团人员在组织层面进行表权限管控，向各工作空间授予品牌对应的表权限，实现不同的工作空间可见不同的原始表数据。同时各空间也一定的操作自主性，可以进行空间人员的运营管控，可使用集团授权的数据进行分析，也可以绑定品牌自有数据源进行数据分析。
- 若您无品牌数据隔离场景，则无需划分多个工作空间，仅在默认空间内操作即可。

系统角色定义

组织和工作空间中的角色权限如下表所示。

角色	角色作用范围	角色权限定义	是否可编辑
组织管理员	整个组织	1、系统默认角色，系统最高权限，可分配给多人，不可为空 2、功能权限：创建管理空间、添加成员及授予成员空间角色、配置系统级接口、数据源数据权限管控（包括表到工作空间使用授权、表的行级/列级权限授权） 3、数据层面：拥有全组织所有空间的数据权限	不可编辑
空间管理员	工作空间	1、系统默认角色，工作空间里最高权限，对本空间有管理权限，可分配给多人，可为空 2、空间管理员不一定是组织管理员，组织管理员默认一定是空间管理员 3、功能权限：添加空间成员，编辑管理该空间的角色和用户组，新建空间数据源 4、数据权限：拥有当前工作空间内所有数据权限	不可编辑
开发者	工作空间	1、系统默认角色，可分配给多人，可为空 2、功能权限：无空间管理权限（如空间系统配置、空间成员管理）、不可添加空间数据源 3、数据权限：仅可查看管理当前空间内自己创建的或被授权的资源	可编辑修改
分析师	工作空间	1、系统默认角色，可分配给多人，可为空 2、功能权限：无空间管理权限，默认无数据集/数据源权限 3、数据权限：仅可查看管理当前空间内自己创建的或被授权的资源	可编辑修改
其他空间角色	工作空间	1、由空间管理员自定义设置，仅限当前空间生效，可为空 2、功能权限：不可添加空间数据源，其他功能自定义设置 3、数据权限：仅可查看管理当前空间内自己创建的或被授权的资源	可编辑修改

业务对接参考：

- 组织管理员：对应集团数据同学，基于底层数据表按照工作空间进行数据权限的授权管控，实现指定空间看到指定的几张数据表或者表中的特定行、特定列。相关操作，请参见授权组织数据源。
- 空间管理员：对应品牌/运营组织的数据/运营管理同学，完成空间系统配置，可基于数据集进行数据权限进一步的管控，实现同一空间内指定用户看到指定数据。相关操作，请参见数据集权限设置。

- 开发者/分析师/其他空间角色：对应一个品牌/运营组织的运营同学，不同账号之间数据隔离，功能操作范围可由空间管理员自定义，实现不同用户可使用不同功能模块。角色定义，请参见空间角色管理。

升级系统变更说明

在组织由不划分工作空间到划分工作空间的升级过程中，发生了以下变更：

- 组织层面：
  - 管理员：原有的管理员都变更为组织管理员，若需缩小权限范围，可由组织管理员在**组织管理>组织成员管理**页面更改角色，参见管理组织成员。
  - 数据源：原有的数据源全部升级为组织数据源，默认空间拥有所有组织数据源的所有表权限，若需更改权限，可由组织管理员在**组织管理>数据源表授权**页面更改授权，参见授权组织数据源。
- 工作空间层面：
  - 除组织管理员以外的所有用户都划分到默认空间，原有的角色、用户组设置不变。
  - 原有的所有作品自动转移至默认空间下。

16.1.2. 组织管理

16.1.2.1. 组织管理概述

在标准版中，由组织管理员进行组织管理，包括：

- 组织初始化：还未创建组织时，请输入组织名称，单击**创建**，完成组织初始化。
- 组织成员管理：添加、管理组织成员，设置组织管理员，将组织成员加入空间，并设置其在空间中的角色，将用户从组织移除。
- 工作空间管理：创建、编辑工作空间，设置默认空间，管理空间成员，删除空间。
- 接口管理：配置阿里云短信和邮件接口、第三方短信和邮件接口、回流数据源、QuickBI授权、沙箱白名单、数据采集接口、PUSH接口，开通阿里云短信公众号。
- 数据授权：
  - 组织数据源管理：添加组织数据源，并将使用权限授权给空间。
  - 报表授权：将Quick BI中已开通嵌入的报表授权给空间。
- 组织系统配置：获取组织的AccessKey，配置数据采集服务、AES密钥。
- 研发初始化：联合购买Dataphin集成版后，配置数据研发模块的账号AccessKey、计算引擎，选择研发成员。

组织、工作空间说明

一个阿里云主账号购买标准版Quick Audience后，默认作为组织管理员，进行组织初始化，创建一个组织。

组织下可创建多个工作空间。

工作空间简称“空间”，常常对应于细分品牌或部门。组织成员需要加入空间，成为空间成员，在空间中进行与该品牌或部门相关的用户洞察、用户营销等业务操作。

一个组织成员可加入多个空间。

空间成员根据其角色的不同，在空间中具有不同的权限。其中，空间管理员（管理员）拥有空间中的所有权限，可进行空间配置管理。空间角色具体权限和管理操作，请参见空间角色管理。

> **注意**
>
> 组织管理员自动加入所有空间，并且拥有与空间管理员同等的权限，可以代替空间管理员进行空间配置管理，也可以进行业务操作。当某个空间未设置空间管理员时，请组织管理员完成相应的空间管理。

组织管理流程

推荐组织管理员按以下流程进行管理：

1. 组织初始化。
2. 创建空间，设置默认空间。
3. 进行空间角色管理，设置默认角色。也可由空间管理员进行，请参见空间角色管理。
4. 添加组织成员，分两种方式：
   - 单个添加组织成员，并将其加入指定空间，授予指定角色。
   - 批量添加组织成员，授予默认空间的默认角色。

   或由空间管理员添加空间成员，参见空间成员管理。
5. 根据业务需求，进行接口管理、组织数据源管理、报表授权、组织系统配置、研发初始化、空间用户组管理、空间系统配置。

   其中，空间用户组管理、空间系统配置也可由空间管理员进行，请参见空间用户组管理、空间系统配置。

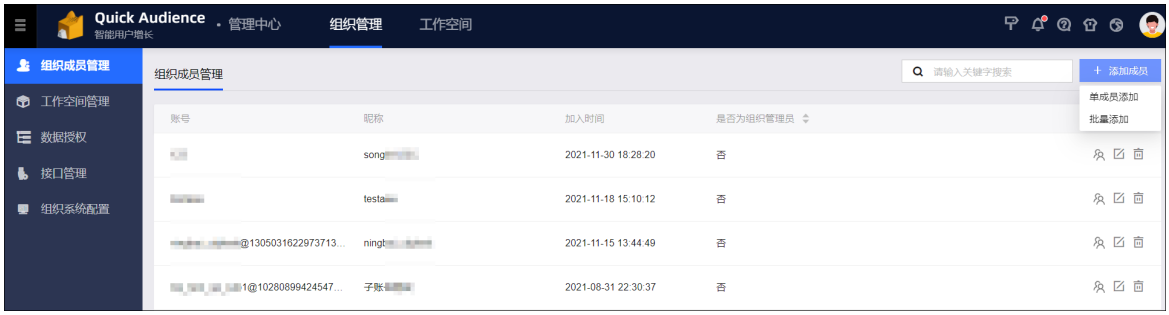
16.1.2.2. 组织成员管理

当您需要多个运营成员操作控制台时，需要使用组织成员管理的功能。组织成员管理包括添加、管理组织成员，设置组织管理员，将组织成员加入空间，并设置其在空间中的角色，将用户从组织移除。

单个添加组织成员

单个添加组织成员时，可设置其是否为组织管理员。若不设置为组织管理员，则至少将其加入一个空间。

1. 选择☰>**管理中心>组织管理>组织成员管理**。



2. 单击右上角**添加成员>单成员添加**。
3. 在弹窗中输入阿里云账号、用户昵称。

> **说明**
>
> 昵称必须在组织中唯一，可与账号相同，若账号包含@，建议使用@之前的字符（不含@）。

4. 设置其是否为组织管理员，若为组织管理员，则自动加入所有空间，如下图所示。

5. 若不为组织管理员，则至少将其加入一个空间，并选择角色。角色可多选，该成员同时拥有多个角色的权限。

   单击**添加角色**，可增加一行空间和角色，该成员多加入一个空间。单击**移除**，可移除对应的空间和角色。

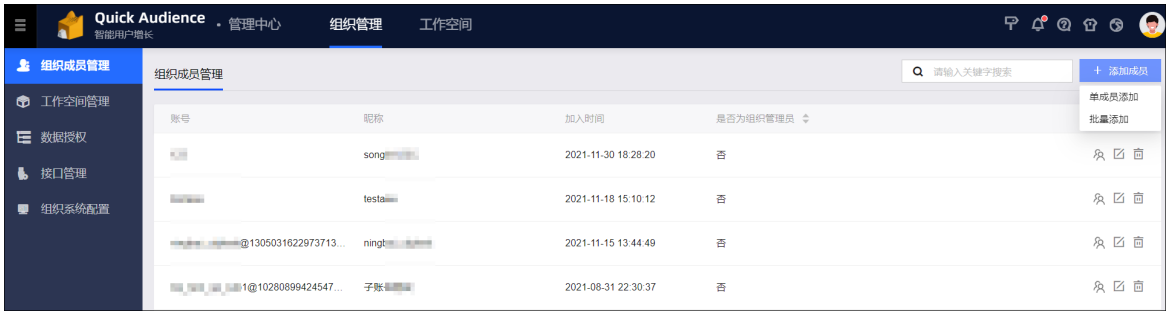
   非管理员

6. 单击**确定**完成添加。

批量添加组织成员

批量添加组织成员时，添加的成员自动获得默认空间的默认角色。默认空间、默认角色设置，请参见工作空间管理、空间角色管理。

1. 选择 >**管理中心>组织管理>组织成员管理**。



2. 单击右上角**添加成员>批量添加**。
3. 在弹窗中上传包含要添加的成员账号、昵称的Excel文件。文件模板可单击**获取批量添加组织成员信息模版**获取。

> **说明**
>
> 昵称支持中文、英文、数字和下划线（_），不允许为纯数字，长度限制1~32个字符，必须在组织中唯一，可与账号相同，若账号包含@，建议使用@之前的字符（不含@）。

4. 单击**确定**完成添加。

管理组织成员

添加组织成员后，成员展示在组织成员列表中，显示其昵称、是否为组织管理员等信息，如下图所示。

> **说明**
>
> 若您未为账号设置昵称，系统将默认以账号作为昵称，若账号包含@，则以@之前的字符（不含@）作为昵称。

您可以对成员进行以下管理操作：

- 查看工作空间：单击 图标，在弹窗中查看该成员已加入的空间和相应的角色。对于组织管理员，已自动加入所有空间。
- 编辑：单击 图标，在弹窗中修改该成员加入的空间和角色，或设置其是否为组织管理员，具体操作与单个添加组织成员时相同。

说明

如下图所示，当原组织管理员用户解除组织管理员角色时，需要将其加入至少一个空间并设置其在空间内的角色，授予相应的权限，已在该空间内创建的作品仍归其所有。对于其他不再加入的空间，将回收所有权限，若已在空间内创建作品，则将作品所有权转移给购买Quick Audience的阿里云主账号。

- 移除：单击 图标，在弹窗中为每个空间选择空间中的另一成员作为该成员作品的受让人，单击**确定**。

  该成员从组织移除，其作品所有权转移给受让人。

16.1.2.3. 工作空间管理

当您的业务存在需要使用多个工作空间时，您会使用到工作空间管理的功能。工作空间管理包括创建、编辑工作空间，设置默认空间，管理空间成员，删除空间。

创建空间

1. 选择 >**管理中心>组织管理>工作空间管理**。

2. 单击右上角**新建空间**。

3. 在弹窗中输入空间名称和说明，单击**确定**完成创建。

管理工作空间

新建的空间在工作空间列表中展示，如下图所示。

您可以对空间进行以下操作：

- 编辑：单击 图标，在弹窗中修改空间名称或说明，单击**确定**。
- 成员管理：单击 图标，跳转到改空间的空间成员管理页面，具体操作请参见空间成员管理。
- 设为默认空间：默认空间是在批量添加组织成员时，成员默认加入的空间，默认空间后显示 标志以示区别。组织初始化时，系统创建了一个名为“默认空间”的默认空间，您也可以将默认空间更换为其他空间。单击 图标，将默认空间更换为对应空间。
- 删除：单击 图标，删除空间，具体操作请参见下面的删除工作空间。

删除工作空间

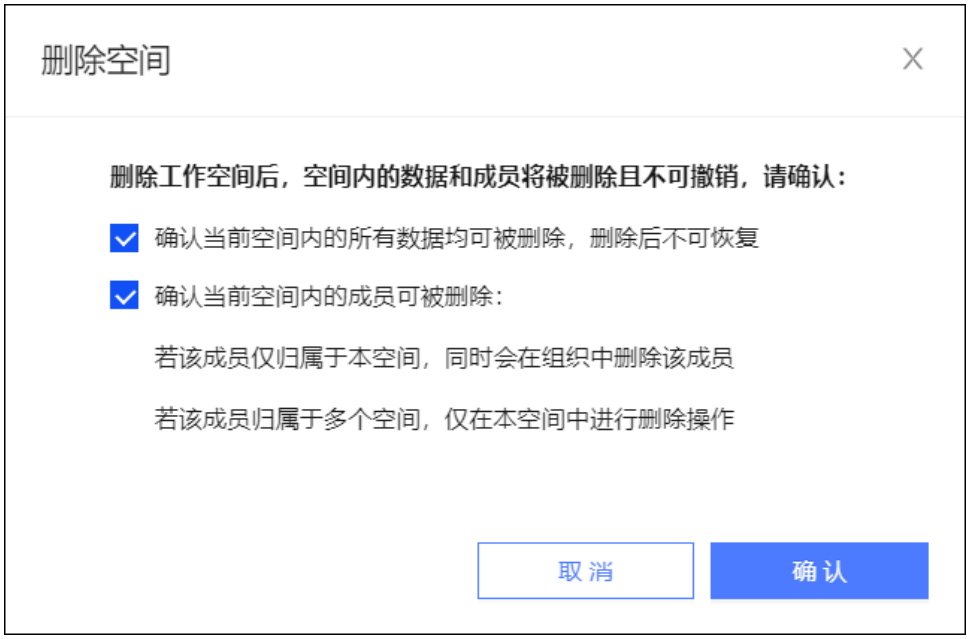
当您不再需要某个空间和空间中的数据和成员时，可以删除该空间。

> **说明**
>
> 当组织中只有一个空间时，该空间不可删除。

1. 单击 图标。
2. 在弹窗中单击**确认**。

3. 弹窗提示空间中的数据和成员将随空间删除，勾选后单击**确认**，完成删除空间。

> **注意**
>
> 若某个成员仅属于该空间，则该成员将从组织移除。



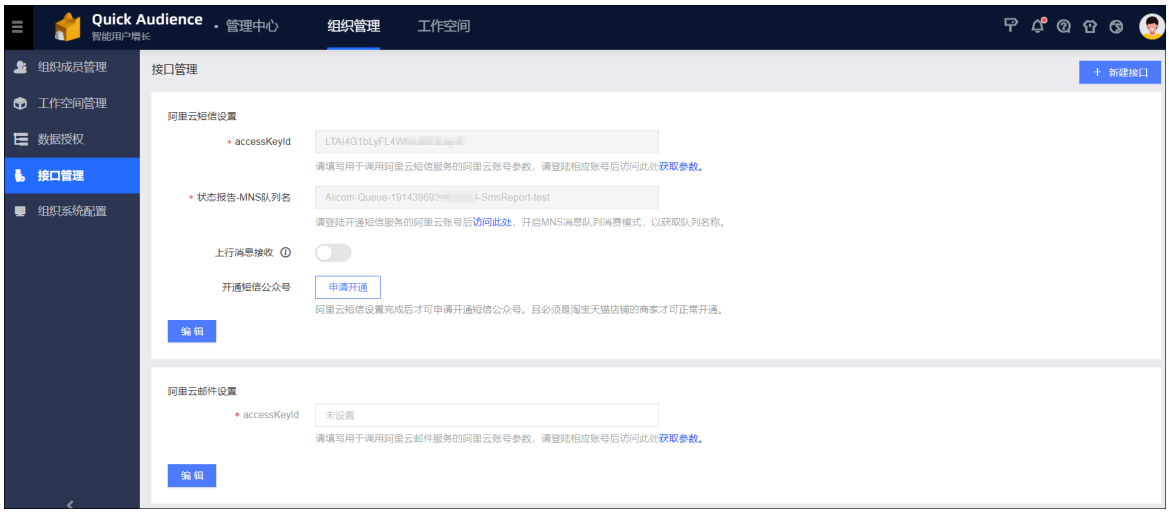
16.1.2.4. 接口管理

16.1.2.4.1. 配置阿里云短信邮件接口

配置阿里云短信、邮件接口，以便在用户营销模块中使用阿里云短信、邮件发送服务。需要主账号已开通阿里云短信、邮件发送服务。

操作步骤：

1. 选择☰>**管理中心>组织管理>接口管理**。



2. **阿里云短信设置**：单击**编辑**，输入accessKeyId、accessKeySecret和状态报告-MNS队列名；若需要接收用户回复的短信，则开启**上行消息接收**开关，输入上行消息-MNS队列名，选择上行消息回流数据源。单击**保存**完成配置。

- accessKeyId、accessKeySecret：可以登录使用阿里云短信服务的主账号后，单击**获取参数**，跳转到相应页面获取，请参见获取AccessKey。

- 状态报告-MNS队列名、上行消息-MNS队列名：可以登录开通阿里云短信服务的主账号后，单击**访问此处**，跳转到相应页面获取，如下图所示。

- 上行消息回流数据源：用于存储收到的用户回复的短信，仅支持ADB3.0和ADB PG类型的组织数据源。
- 开通短信公众号：完成阿里云短信接口配置后，不论是否开启上行消息接收，均支持申请开通短信公众号功能。具体操作，请参见开通短信公众号。

3. **阿里云邮件设置**：单击**编辑**，输入accessKeyId和accessKeySecret。单击**保存**完成配置。

- accessKeyId、accessKeySecret：可以登录使用阿里云邮件服务的主账号后，单击**获取参数**，跳转到相应页面获取，请参见获取AccessKey。

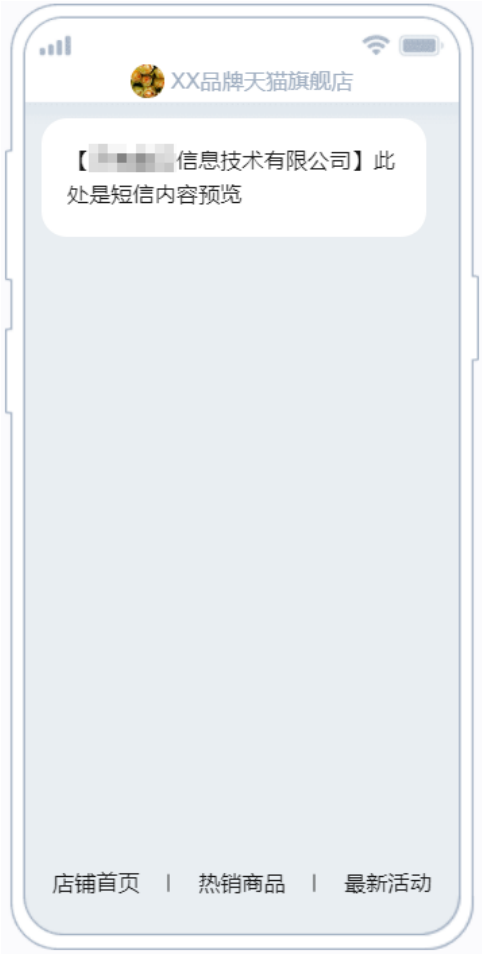
16.1.2.4.2. 开通短信公众号

完成阿里云短信接口配置后，若您是淘宝或天猫店铺的商家，可以申请开通短信公众号功能，在发送推广短信时附带店铺信息、菜单、链接等。

操作步骤：

1. 选择☰>**管理中心>组织管理>接口管理**。

2. 在**阿里云短信设置**区域单击**申请开通**，进入申请短信公众号页面，配置以下参数：
   - **店铺信息**：将显示在短信界面抬头，如下图所示，配置页面右侧的预览将展示您配置的具体样式。
     a. **店铺名称**：最多输入15个字符。
     b. **短信签名**：只能添加短信平台已过审的签名。
     c. **Logo上传**：支持400*400像素，白底的PNG文件。



   - **菜单信息**：将显示在短信界面下方，如上图所示，配置页面右侧的预览将展示您配置的具体样式。
     a. **左菜单文案**：下拉框可选**店铺首页**。

b. **左菜单链接**：只能录入taobao.com、tmall.com、tb.cn这三个域名下的网址，可直接复制店铺首页链接，且最多支持108个字符。

c. **中菜单文案**：下拉框可选**热销商品**、**精选商品**。

d. **中菜单链接**：只能录入taobao.com、tmall.com、tb.cn这三个域名下的网址，可直接复制宝贝链接，且最多支持108个字符。

e. **右菜单文案**：下拉框可选**会员中心**、**入会有礼**、**新品推荐**、**最新活动**、**店铺微淘**。

f. **右菜单链接**：只能录入taobao.com、tmall.com、tb.cn这三个域名下的网址，且最多支持108个字符。

- **联络人信息**：用于审批申请。

  a. **姓名**：输入姓名，最多输入15个字符。

  b. **电话**：输入电话号码，然后单击**发送验证**。

  c. **验证码**：输入收到的验证码。

  d. **邮箱**：输入邮箱，最多输入108个字符。

  e. **阿里云账号**：输入阿里云账号，最多输入108个字符。

3. 完善所有信息后，单击**提交**。

   申请将由专人进行审批。成功开通后，您使用阿里云短信服务发送的推广短信将带有短信公众号样式（仅适用于华为、小米、vivo、oppo等安卓手机）。

16.1.2.4.3. 配置回流数据源

配置从微信、社交互动模块、全域会员模块回流到Quick Audience的数据的存储位置。

操作步骤：

1. 选择☰>**管理中心**>**组织管理**>**接口管理**。

2. **回流数据源设置**：单击**编辑**，设置回流数据源，然后单击**保存**。

- **微信回流数据源**：用于存储回流的微信营销粉丝数据，支持任意类型的组织数据源。

  > **说明**
  >
  > 微信营销粉丝数据原本存储在默认的数据源中，如更换数据源，粉丝列表中的数据将暂时无法显示，直到次日上午8:00在新的数据源完成回流数据更新。

- **社交互动回流数据源**：用于存储回流的社交互动模块数据，仅支持ADB3.0和ADB PG类型的组织数据源。

  > **说明**
  >
  > - 社交互动模块数据将在T+1天后回流到该数据源。
  > - 每个工作空间仅能看到当前空间内的社交互动数据，各空间的数据隔离。

- **全域会员回流数据源**：用于存储回流的全域会员模块数据，仅支持ADB3.0和ADB PG类型的组织数据源。

  > **说明**
  >
  > - 全域会员模块数据将在T+1天后回流到该数据源。
  > - 每个工作空间仅能看到当前空间内的全域会员数据，各空间的数据隔离。

16.1.2.4.4. Quick BI授权配置

使用分析看板功能前，需要进行Quick BI授权配置。配置后，界面才会开放分析看板模块入口。

操作步骤：

1. 选择☰>**管理中心>组织管理>接口管理**，单击**Quick BI授权配置**区域的**编辑**。

2. 配置参数，如下表所示。

参数	说明
Quick BI域名	输入Quick BI域名。 对于公共云Quick BI，域名为：`https://bi.aliyun.com`。
Quick BI AccessKey ID	输入用于调用Quick BI的AccessKey ID。 Quick BI管理员账号登录Quick BI后，单击下图中的**获取参数**，可跳转到Quick BI的**配置面板** > **组织管理** > **识别码**页面获取AccessKey ID、AccessKey Secret。
Quick BI AccessKey Secret	输入用于调用Quick BI的AccessKey Secret。

3. 单击**保存**。

   系统将进行连通性测试，通过测试后，自动保存当前配置。若不通过，将弹窗提示测试失败，请修改配置。

   您也可以单击**测试连通性**，单独进行连通性测试。系统将弹窗提示测试结果，但不保存配置。

16.1.2.4.5. 配置沙箱白名单

购买Dataphin离线集成版后，在使用数据研发模块的过程中，研发成员可以根据需要配置Shell、Python任务可以访问的IP地址或域名，即配置沙箱白名单。

操作步骤：

1. 选择☰>**管理中心>组织管理>接口管理**，单击**沙箱白名单**区域的**新建**。

2. 如下图所示，填写需要加入沙箱白名单的访问地址和端口。单击✓保存设置。

当Shell、Python任务不再需要访问某个IP地址或域名时，可以单击对应的🗑，将其从沙箱白名单移除。

16.1.2.4.6. 新建第三方短信邮件平台接口

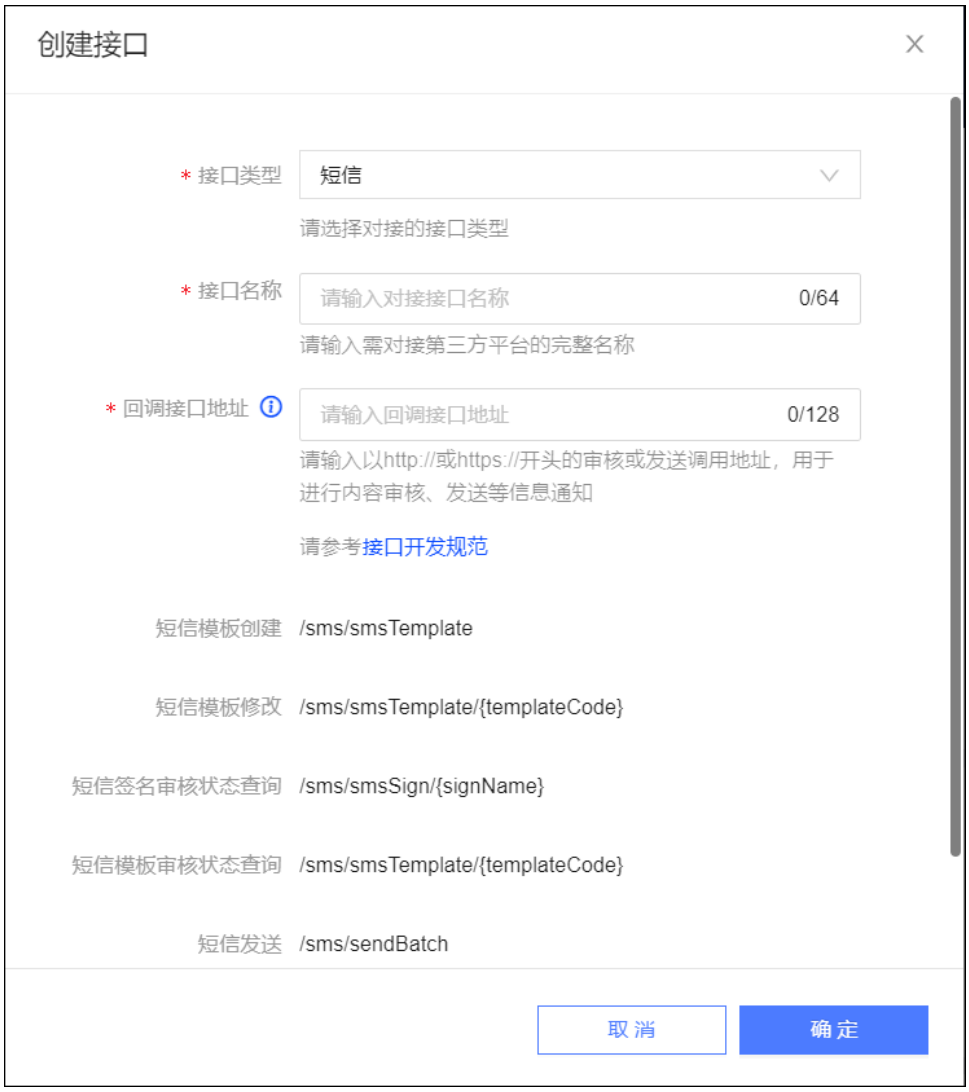
配置第三方短信、邮件接口，以便在用户营销模块中使用第三方短信、邮件发送服务。

操作步骤：

1. 选择☰>**管理中心>组织管理>接口管理**，单击右上角**创建接口>新建接口**。

2. 在弹出的对话框中，配置以下参数：

- 第三方短信接口参数：



参数	说明
接口类型	选择**短信**。
接口名称	输入第三方短信平台的完整名称。
回调接口地址	输入以http://或https://开头的审核或发送调用地址，用于QA调取短信模板和签名审核、内容发送通知、获取审核状态等。 接口请按照规范开发，请参见三方短信邮件平台接口开发规范。

- 第三方邮件接口参数：

参数	说明
接口类型	选择**邮件**。
接口名称	输入第三方邮件平台的完整名称。
回调接口地址	输入以http://或https://开头的审核或发送调用地址，用于QA调取邮件模板审核、内容发送通知、获取审核状态等。 接口请按照规范开发，请参见三方短信邮件平台接口开发规范。
是否审核	选择邮件模板是否需经过审核。

3. 单击**确定**保存配置。

新的第三方短信邮件接口将展示在接口管理页面，您可以进行编辑和删除，如下图所示。

16.1.2.4.7. 第三方短信邮件平台接口规范

为了在用户营销模块使用将第三方短信邮件平台，当您进行第三方短信邮件平台开发时，需要遵守下面的各功能模块接口规范。

添加邮件模板接口

接口描述	添加邮件模板			
URL	${prefix}/email/emailTemplate			
请求方式	post			
请求类型	application/json			
返回类型	*/*			
参数名	**数据类型**	**参数类型**	**是否必填**	**说明**

1.model	object:AddEmailTemplateModel	body	是	模板信息。
1.1.remark	string		是	模板申请说明。请在申请说明中描述您的业务使用场景，长度为1~100个字符。
1.2.senderName	string		是	发送人名称。
1.3.templateContent	string		是	模板内容，限制28KB。
1.4.templateName	string		是	模板名称，长度为1~30个字符。
1.5.templateSubject	string		是	模板标题。

状态码	描述	说明
200	OK	请求成功。
201	Created	请求成功，并且创建了资源。
401	Unauthorized	请求未经授权。
403	Forbidden	请求被拒绝。
404	Not Found	请求的资源不存在。

返回属性名	类型	说明
1.platformName	string	服务方名称，与接口配置时填写的接口名称一致。
2.code	string	请求状态码。

3.message	string	状态码描述。
4.requestId	string	请求ID。
5.templateCode	string	模板code，用于查看模板申请状态和结果。
示例		
请求参数	-d '{"remark":"string","senderName":"string","templateContent":"string","templateName":"string","templateSubject":"string"}'	
返回值	{"platformName":"string","code":"string","templateCode":"string","message":"string","requestId":"string"}	

修改邮件模板接口

接口描述	修改邮件模板			
URL	${prefix}/email/emailTemplate/{templateCode}			
请求方式	put			
请求类型	application/json			
返回类型	*/*			
参数名	**数据类型**	**参数类型**	**是否必填**	**说明**
1.model	object:UpdateEmailTemplateModel	body	是	模板信息。
1.1.remark	string		否	模板申请说明。请在申请说明中描述您的业务使用场景，长度为1~100个字符。
1.2.senderName	string		否	发送人名称

1.3.templateContent	string		否	模板内容，限制28KB。
1.4.templateName	string		否	模板名称，长度为1~30个字符。
1.5.templateSubject	string		否	模板标题。
状态码	**描述**		**说明**	
200	OK		请求成功。	
201	Created		请求成功，并且创建了资源。	
401	Unauthorized		请求未经授权。	
403	Forbidden		请求被拒绝。	
404	Not Found		请求的资源不存在。	
返回属性名	**类型**		**说明**	
1.platformName	string		服务方名称，与接口配置时填写的接口名称一致。	
2.code	string		请求状态码。	
3.message	string		状态码描述。	
4.requestId	string		请求ID。	
5.templateCode	string		模板code，用于查看模板申请状态和结果	
示例				

请求参数	-d '{"remark":"string","senderName":"string","templateContent":"string","templateName":"string","templateSubject":"string"}'
返回值	{"platformName":"string","code":"string","templateCode":"string","message":"string","requestId":"string"}

邮件模板审核状态查询接口

接口描述	邮件模板审核状态查询			
URL	${prefix}/email/emailTemplate/{templateCode}			
请求方式	get			
请求类型	application/json			
返回类型	*/*			
参数名	**数据类型**	**参数类型**	**是否必填**	**说明**
1.templateCode	string	path	是	模板code。
状态码	**描述**		**说明**	
200	OK		请求成功。	
401	Unauthorized		请求未经授权。	
403	Forbidden		请求被拒绝。	
404	Not Found		请求的资源不存在。	
返回属性名	**类型**		**说明**	
1.platformName	string		服务方名称，与接口配置时填写的接口名称一致。	

2.code	string	请求状态码。
3.createDate	string	模板的创建日期和时间，如：2019-01-08 16:44:13。
4.message	string	状态码描述。
5.reason	string	审核备注。如果审核状态为审核通过或审核中，参数Reason显示为“无审核备注”；如果审核状态为审核未通过，参数Reason显示审核的具体原因。
6.requestId	string	请求ID。
7.templateCode	string	模板code。
8.templateContent	string	模板内容。
9.templateName	string	模板名称。
10.templateStatus	integer(int32)	模板审核状态。0：审核中，1：审核通过，2：审核失败，请在返回参数Reason中查看审核失败原因。
示例		
请求参数	无示例	
返回值	{"templateStatus":0,"reason":"string","code":"string","templateName":"string","requestId":"string","templateContent":"string","platformName":"string","templateCode":"string","message":"string","createDate":"string"}	

邮件发送接口

接口描述	大量邮件发送
URL	${prefix}/email/sendBatch

请求方式	post			
请求类型	application/json			
返回类型	*/*			
参数名	**数据类型**	**参数类型**	**是否必填**	**说明**
1.model	object:SendBatchEmailModel	body	是	邮件发送请求参数。
1.1.accountName	string		是	发信地址。
1.2.addressType	string		是	地址类型。0：为随机账号，1：为发信地址。
1.3.clickTrace	string		否	0（默认）：为关闭数据跟踪功能，1：为打开数据跟踪功能。
1.4.fromAlias	string		否	发信人昵称，长度为1~15个字符。例如：发信人昵称设置为”小红”，发信地址为test@example.com，收信人看到的发信地址为"小红"<test@example.com>。
1.5.subject	string		否	邮件主题。

1.6.htmlBody	string		否	邮件html正文，限制28KB。
1.7.limit	integer(int64)		否	发送人数限制。
1.8.outId	string		否	外部流水扩展字段。
1.9.receiversUrl	string		是	在OSS上传的收件人地址文件的URL。
1.10.templateCode	string		否	已创建且通过审核的模板code。fromAlias、subject、htmlBody作为需要同时传入的一组三个参数，若您传入这组参数，则可以不传入templateCode；若您传入templateCode，则可以不传入这组参数。若同时传入四个参数，则以fromAlias、subject、htmlBody为准。

状态码	描述	说明
200	OK	请求成功。
201	Created	请求成功，并且创建了资源。
401	Unauthorized	请求未经授权。

403	Forbidden	请求被拒绝。
404	Not Found	请求的资源不存在。
返回属性名	**类型**	**说明**
1.bizId	string	发送回执ID。
2.platformName	string	服务方名称，与接口配置时填写的接口名称一致。
3.code	string	请求状态码。
4.message	string	状态码描述。
5.requestId	string	请求ID。
示例		
请求参数	-d '{"accountName":"string","addressType":"string","clickTrace":"string","fromAlias":"string","htmlBody":"string","limit":0,"outId":"string","receiversUrl":"string","subject":"string","templateCode":"string"}'	
返回值	{"bizId":"string","platformName":"string","code":"string","message":"string","requestId":"string"}	

邮件发送明细查询接口

接口描述	邮件发送明细查询
URL	${prefix}/email/sendDetails
请求方式	post
请求类型	application/json
返回类型	*/*

参数名	数据类型	参数类型	是否必填	说明
1.model	object:QuerySendDetailModel	body	是	邮件发送明细查询请求参数。
1.1.outId	string		是	外部流水扩展字段。
1.2.currentPage	integer(int64)		是	分页查看发送记录，指定发送记录的当前页码。
1.3.pageSize	integer(int64)		是	分页查看发送记录，指定每页显示的短信记录数量。取值范围为1~1000。
1.4.startDate	string		是	起始时间，与结束时间的跨度不能超出30天，格式yyyy-MM-dd HH:mm。
1.5.endDate	string		是	结束时间，与起始时间的跨度不能超出30天，格式yyyy-MM-dd HH:mm。

状态码	描述	说明
200	OK	请求成功。
201	Created	请求成功，并且创建了资源。
401	Unauthorized	请求未经授权。
403	Forbidden	请求被拒绝。
404	Not Found	请求的资源不存在。

返回属性名	类型	说明

1.platformName	string	服务方名称，与接口配置时填写的接口名称一致。
2.code	string	请求状态码。
3.message	string	状态码描述。
4.requestId	string	请求ID。
5.sendDetailDTOs	array:EmailSendDetailDTO	发送明细。
5.1.accountName	string	发信地址。
5.2.code	string	投递错误码。
5.3.message	string	投递错误码描述。
5.4.outId	string	外部流水扩展字段。
5.5.receiveTime	string	接收日期和时间，10位时间戳。
5.6.status	integer(int32)	投递状态。
5.7.toAddress	string	收信地址。
6.totalCount	integer(int32)	发送总条数。
示例		
请求参数	-d '{"outId":"string","currentPage":0,"pageSize":0,"startDate":"string","endDate":"string"}'	
返回值	{"platformName":"string","code":"string","message":"string","totalCount":0,"requestId":"string","sendDetailDTOs":[{"accountName":"string","code":"string","message":"string","outId":"string","receiveDate":"string","status":0,"toAddress":"string"}]}	

邮件发件箱地址查询接口

接口描述	邮件发件箱地址查询			
URL	${prefix}/email/thirdSender			
请求方式	get			
请求类型	application/json			
返回类型	*/*			
参数名	**数据类型**	**参数类型**	**是否必填**	**说明**
1.address	string	query	是	发件箱地址。
状态码	**描述**		**说明**	
200	OK		请求成功。	
401	Unauthorized		请求未经授权。	
403	Forbidden		请求被拒绝。	
404	Not Found		请求的资源不存在。	
返回属性名	**类型**		**说明**	
1.accountName	string		发信地址。	
2.accountStatus	integer(int32)		账号状态。冻结：1，正常：0。	
3.platformName	string		服务方名称，与接口配置时填写的接口名称一致。	
4.code	string		请求状态码。	

5.createDate	string	创建日期和时间，如：2019-01-08 16:44:13。
6.mailAddressId	string	发信地址ID。
7.message	string	状态码描述。
8.requestId	string	请求ID。
示例		
请求参数	address={email}	
返回值	{"accountStatus":0,"code":"string","accountName":"string","requestId":"string","platformName":"string","message":"string","mailAddressId":"string","createDate":"string"}	

短信模板审核接口

接口描述	短信模板审核			
URL	${prefix}/sms/smsTemplate			
请求方式	post			
请求类型	application/json			
返回类型	*/*			
参数名	**数据类型**	**参数类型**	**是否必填**	**说明**
1.model	object:AddSmsTemplateModel		是	模板信息。
1.1.remark	string		是	短信模板申请说明。请在申请说明中描述您的业务使用场景，长度为1~100个字符。

1.2.templateContent	string	body	是	模板内容，长度为1~500个字符。
1.3.templateName	string		是	模板名称，长度为1~30个字符。
1.4.templateSubject	string		否	模板主题，长度为1~20个字符。
1.5.templateType	integer(int32)		是	短信类型。0：验证码，1：短信通知，2：推广短信，3：国际/港澳台消息。

状态码	描述	说明
200	OK	请求成功。
201	Created	请求成功，并且创建了资源。
401	Unauthorized	请求未经授权。
403	Forbidden	请求被拒绝。
404	Not Found	请求的资源不存在。

返回属性名	类型	说明
1.platformName	string	短信服务方名称，与接口配置时填写的接口名称一致。
2.code	string	请求状态码。
3.message	string	状态码描述。
4.requestId	string	请求ID。

5.templateCode	string	短信模板code，用于查看模板申请状态和结果。
示例		
请求参数	-d '{"remark":"string","templateContent":"string","templateName":"string","templateSubject":"string","templateType":0}'	
返回值	{"platformName":"string","code":"string","templateCode":"string","message":"string","requestId":"string"}	

短信模板修改接口

接口描述	短信模板修改			
URL	${prefix}/sms/smsTemplate/{templateCode}			
请求方式	put			
请求类型	application/json			
返回类型	*/*			
参数名	**数据类型**	**参数类型**	**是否必填**	**说明**
1.model	object:UpdateSmsTemplateModel	body	是	模板信息。
1.1.remark	string		否	短信模板申请说明。请在申请说明中描述您的业务使用场景，长度为1~100个字符。
1.2.templateContent	string		否	模板内容，长度为1~500个字符。
1.3.templateName	string		否	模板名称，长度为1~30个字符。

1.4.templateSubject	string		否	模板主题，长度为1~20个字符。
1.5.templateType	integer(int32)		否	短信类型。0：验证码，1：短信通知，2：推广短信，3：国际/港澳台消息。

状态码	描述	说明
200	OK	请求成功。
201	Created	请求成功，并且创建了资源。
401	Unauthorized	请求未经授权。
403	Forbidden	请求被拒绝。
404	Not Found	请求的资源不存在。

返回属性名	类型	说明
1.platformName	string	短信服务方名称，与接口配置时填写的接口名称一致
2.code	string	请求状态码。
3.message	string	状态码描述。
4.requestId	string	请求ID。
5.templateCode	string	短信模板code，用于查看模板申请状态和结果。

示例

请求参数	-d '{"remark":"string","templateContent":"string","templateName":"string","templateSubject":"string","templateType":0}'
返回值	{"platformName":"string","code":"string","templateCode":"string","message":"string","requestId":"string"}

短信签名审核状态查询接口

接口描述	短信签名审核状态查询			
URL	${prefix}/sms/smsSign/{signName}			
请求方式	get			
请求类型	application/json			
返回类型	*/*			
参数名	**数据类型**	**参数类型**	**是否必填**	**说明**
1.signName	string	path	是	短信签名。
状态码	**描述**		**说明**	
200	OK		请求成功。	
401	Unauthorized		请求未经授权。	
403	Forbidden		请求被拒绝。	
404	Not Found		请求的资源不存在。	
返回属性名	**类型**		**说明**	
1.platformName	string		短信服务方名称，与接口配置时填写的接口名称一致。	

2.code	string	请求状态码。
3.createDate	string	短信签名的创建日期和时间，如：2019-01-08 16:44:13。
4.message	string	状态码描述。
5.reason	string	审核备注。如果审核状态为审核通过或审核中，参数Reason显示为“无审核备注”；如果审核状态为审核未通过，参数Reason显示审核的具体原因。
6.requestId	string	请求ID。
7.signName	string	短信签名。
8.signStatus	integer(int32)	签名审核状态。0：审核中，1：审核通过，审核失败，请在返回参数Reason中查看审核失败原因。
示例		
请求参数	无示例	
返回值	{"reason":"string","code":"string","signName":"string","requestId":"string","signStatus":0,"platformName":"string","message":"string","createDate":"string"}	

短信模板审核状态查询接口

接口描述	短信模板审核状态查询
URL	${prefix}/sms/smsTemplate/{templateCode}
请求方式	get
请求类型	application/json
返回类型	*/*

参数名	数据类型	参数类型	是否必填	说明
1.templateCode	string	path	是	模板code。

状态码	描述	说明
200	OK	请求成功。
401	Unauthorized	请求未经授权。
403	Forbidden	请求被拒绝。
404	Not Found	请求的资源不存在。

返回属性名	类型	说明
1.platformName	string	服务方名称，与接口配置时填写的接口名称一致。
2.code	string	请求状态码。
3.createDate	string	模板的创建日期和时间，如：2019-01-08 16:44:13。
4.message	string	状态码描述。
5.reason	string	审核备注。如果审核状态为审核通过或审核中，参数Reason显示为“无审核备注”；如果审核状态为审核未通过，参数Reason显示审核的具体原因。
6.requestId	string	请求ID。
7.templateCode	string	模板code。
8.templateContent	string	模板内容。

9.templateName	string	模板名称。
10.templateStatus	integer(int32)	模板审核状态。0：审核中，1：审核通过，2：审核失败，请在返回参数Reason中查看审核失败原因。
11.templateType	integer(int32)	短信模板类型。0：验证码，1：短信通知，2：推广短信，3：国际/港澳台消息。
示例		
请求参数	无示例	
返回值	{"templateStatus":0,"templateType":0,"reason":"string","code":"string","templateName":"string","requestId":"string","templateContent":"string","platformName":"string","templateCode":"string","message":"string","createDate":"string"}	

短信发送接口

接口描述	大量短信发送			
URL	${prefix}/sms/sendBatch			
请求方式	post			
请求类型	application/json			
返回类型	*/*			
参数名	**数据类型**	**参数类型**	**是否必填**	**说明**
1.model	object:SendBatchSmsModel		是	短信发送请求参数。
1.1.limit	integer(int64)		否	发送人数限制。
1.2.outId	string		是	外部流水扩展字段。

1.3.phoneOssUrl	string	body	是	接收短信的手机号码文件所在的oss路径。文件格式txt。国内短信：11位手机号码，例如159********；国际/港澳台消息：国际区号+号码，例如85200******。每个号码一行。
1.4.signName	string		是	短信签名名称。
1.5.templateCode	string		是	模板code。
1.6.templateParam	string		否	短信模板变量对应的实际值，JSON格式。

状态码	描述	说明
200	OK	请求成功。
201	Created	请求成功，并且创建了资源。
401	Unauthorized	请求未经授权。
403	Forbidden	请求被拒绝。
404	Not Found	请求的资源不存在。

返回属性名	类型	说明
1.bizId	string	发送回执ID。
2.platformName	string	服务方名称，与接口配置时填写的接口名称一致。
3.code	string	请求状态码。

4.message	string	状态码描述。
5.requestId	string	请求ID。
示例		
请求参数	-d '{"limit":0,"outId":"string","phoneOssUrl":"string","signName":"string","templateCode":"string","templateParam":"string"}'	
返回值	{"bizId":"string","platformName":"string","code":"string","message":"string","requestId":"string"}	

短信发送明细查询接口

接口描述	短信发送明细查询			
URL	${prefix}/sms/sendDetails			
请求方式	post			
请求类型	application/json			
返回类型	*/*			
参数名	**数据类型**	**参数类型**	**是否必填**	**说明**
1.model	object:QuerySendDetailModel		是	短信发送明细查询请求参数。
1.1.outId	string		是	外部流水扩展字段。
1.2.currentPage	integer(int64)		是	分页查看发送记录，指定发送记录的当前页码。

1.3.pageSize	integer(int64)	body	是	分页查看发送记录，指定每页显示的短信记录数量。取值范围为1~1000。
1.4.startDate	string		是	起始时间，与结束时间的跨度不能超出30天，格式yyyy-MM-dd HH:mm。
1.5.endDate	string		是	结束时间，与起始时间的跨度不能超出30天，格式yyyy-MM-dd HH:mm。

状态码	描述	说明
200	OK	请求成功。
201	Created	请求成功，并且创建了资源。
401	Unauthorized	请求未经授权。
403	Forbidden	请求被拒绝。
404	Not Found	请求的资源不存在。

返回属性名	类型	说明
1.platformName	string	短信服务方名称，与接口配置时填写的接口名称一致
2.code	string	请求状态码。
3.message	string	状态码描述。
4.requestId	string	请求ID。

5.sendDetailDTOs	array:SmsSendDetailDTO	短信发送明细。
5.1.content	string	短信内容。
5.2.errCode	string	运营商短信状态码。短信发送成功：DELIVERED。短信发送失败：给出错误码。
5.3.outId	string	外部流水扩展字段。
5.4.phoneNum	string	接收短信的手机号码。
5.5.receiveDate	string	短信接收日期和时间。
5.6.sendDate	string	短信发送日期和时间。
5.7.sendStatus	integer(int64)	短信发送状态。1：发送失败，2：发送成功。
5.8.templateCode	string	短信模板ID。
6.totalCount	integer(int32)	短信发送总条数。
示例		
请求参数	-d '{"outId":"string","currentPage":0,"pageSize":0,"sendDate":"string"}'	
返回值	{"platformName":"string","code":"string","message":"string","totalCount":0,"requestId":"string","sendDetailDTOs":[{"content":"string","errCode":"string","outId":"string","phoneNum":"string","receiveDate":"string","sendDate":"string","sendStatus":0,"templateCode":"string"}]}	

16.1.2.4.8. 新建数据采集接口

Quick Audience对接阿里云用户行为洞察分析平台Quick Tracking，支持将从App、小程序、Web页面采集到的数据同步到指定的Quick Audience数据源，以便对这些用户数据进行进一步的分析运营，同时，支持将采集到的用户行为作为触发自动化营销任务的行为事件。

使用数据采集服务的流程如下：

1. 购买数据采集功能包。

2. 配置数据采集渠道（App、小程序、Web）接口，并获取AccessKey，具体操作请参见下文。
3. 获取Quick Tracking的SDK，并使用上一步中获得的AccessKey进行数据采集程序的开发与部署。SDK和程序开发规范，请参见Quick Tracking开发文档。
4. 配置回流数据同步服务、采集日志同步服务，请参见组织系统配置。
5. 采集到的用户行为数据经加工后，回流至上一步中配置的数据源。
6. 在用户洞察模块使用对应数据源新建行为数据集，通过行为筛选创建二次营销的受众，形成投放运营的闭环。

   或者将采集到的用户行为配置为事件，用于触发自动化营销任务。

新建接口

为数据采集渠道配置接口。为不同平台开发的相同功能的应用可以配置为同一个渠道，例如微信、支付宝上的同一个小程序，安卓、iOS平台的同一个App；不同网络域名加载的同一个Web页面，也可以配置为同一个渠道。

操作步骤：

1. 选择☰>**管理中心>组织管理>接口管理**，单击右上角**创建接口>新建APP接口**。

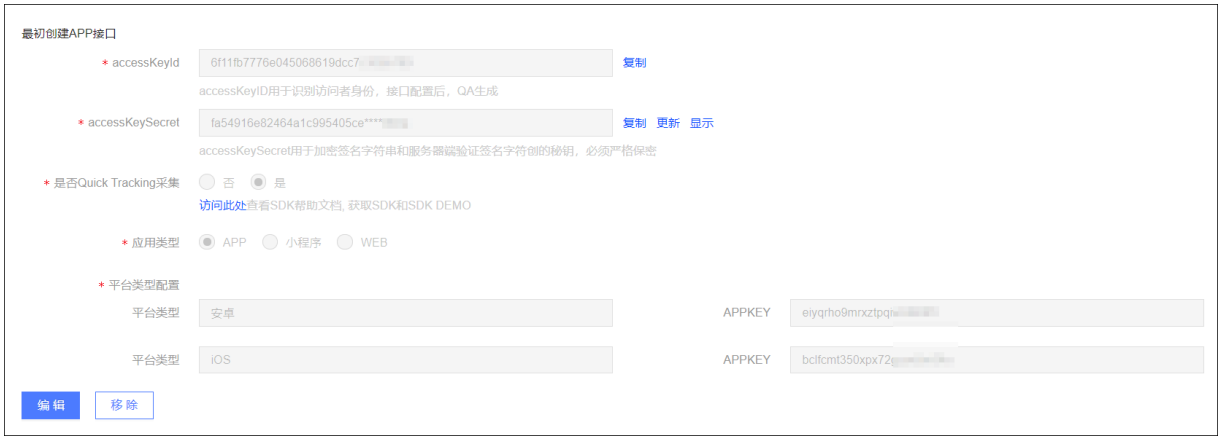
2. 配置参数，如下表所示。

参数	说明
渠道名称	输入采集数据的渠道名称。
是否Quick Tracking采集	选择**是**。
应用类型	选择**APP**、**小程序**或**WEB**。
平台类型配置	对于APP和小程序，选择相应的平台类型，例如：安卓、iOS、微信小程序、支付宝小程序。 单击**新建平台配置**，可增加一行平台类型。
网络域名	对于WEB，输入相应的以http或https开头的完整网络域名。 单击**新建平台配置**，可增加一行网络域名。

3. 单击**确定**完成配置。

获取AccessKey、接口管理

数据采集接口添加成功后，**接口管理**页面会新增一条记录，如下图所示。您需要从记录中获取AccessKey、APPKEY，用于数据采集程序鉴权。



- **AccessKeyId**：支持查看、复制。
- **AccessKeySecret**：支持查看、复制、更新。

> **说明**
>
> 更新后，原AccessKeySecret失效，请同步新的AccessKeySecret到您的数据采集程序中。

- 单击**编辑**，可修改接口配置，应用类型不可修改。
- 不再使用该接口时，单击**移除**，可删除接口。

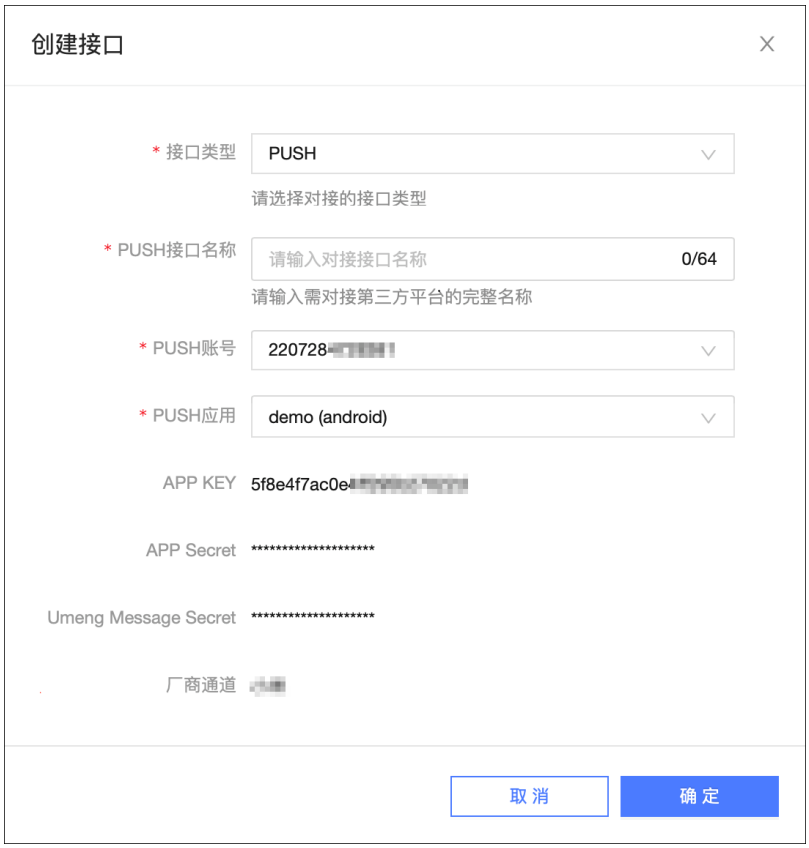
16.1.2.4.9. 新建PUSH接口

PUSH应用接口用于PUSH营销任务。PUSH账号下的每个PUSH应用都对应一个接口。本文介绍创建PUSH接口的方法。

操作步骤：

1. 选择☰>**管理中心>组织管理>接口管理**，单击右上角**创建接口>新建接口**。

2. 在弹出的对话框中，配置以下参数：



参数	说明
接口类型	选择**PUSH**。
PUSH接口名称	设置接口名称，例如：友盟PUSH接口。
PUSH账号	选择用于配置PUSH接口的友盟账号。 友盟账号请在任意空间的**用户营销>账号配置>账号管理**页面，单击**账号授权**进行添加，参见账号授权。
PUSH应用	选择账号下的应用。也可以单击**请前往友盟账号中创建应用**，跳转到友盟添加新的应用，再回到本页面选择应用。

完成配置参数后，对话框下方将自动获取APP Key、APP Secret等信息。

3. 单击**确定**，保存配置。

新的PUSH接口将展示在接口管理页面，您可以进行编辑和删除，如下图所示。

16.1.2.5. 数据授权

16.1.2.5.1. 数据源表授权

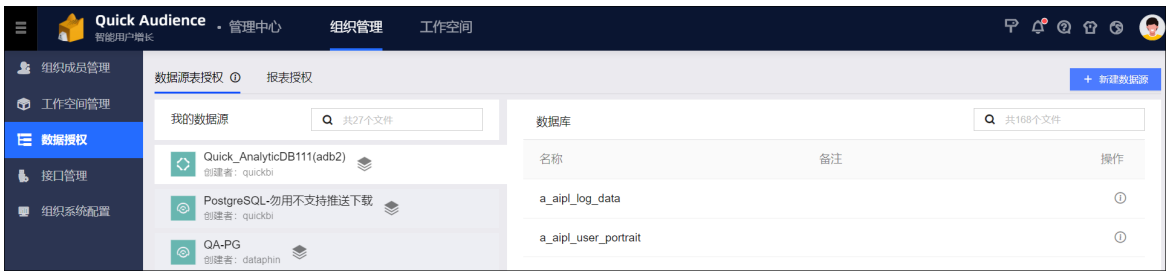
添加组织数据源，然后将数据源中的表授权给空间。

根据使用范围，数据源分为：

- 组织数据源：组织管理员在组织中添加的数据源，在空间使用组织数据源前，需要组织管理员向空间授权。
- 空间数据源：空间管理员、组织管理员在空间中添加的数据源，仅能在该空间中使用，使用前无需授权，请参见数据源（即分析数据源）。

添加组织数据源

1. 选择☰>**管理中心>组织管理>数据授权**，进入**数据源表授权**页面。



2. 单击右上角**新建数据源**。
3. 在弹窗中选择数据源类型，进行参数配置，具体操作与配置空间数据源时相同，请参见数据源（即分析数据源）。

添加组织数据源后，需要向空间授权，空间才能使用组织数据源的数据进行分析，请参见授权组织数据源。

管理数据源

组织管理员可同时管理组织数据源和空间数据源。空间数据源是在空间中添加的数据源。

在**数据源表授权**页面，左侧列表展示组织数据源和所有空间的空间数据源。组织数据源会在数据源名称后显示符号，以示与空间数据源的区别，如下图所示。

- 查看详情：单击数据源名称，右侧显示数据库中的数据表列表，可单击图标查看表的字段信息。
- 编辑：单击图标，可编辑数据源参数，编辑操作与添加时相同，请参见数据源（即分析数据源）。
- 移除：单击图标，确认后将数据源移除。

> **说明**
>
> 若有基于该数据源的数据集，则无法删除该数据源。请先删除数据集后再删除数据源。

- 授权：单击图标，将组织数据源授权给空间使用，具体操作请参见下面的授权组织数据源。

授权组织数据源

将组织数据源授权给空间后，空间才能使用该数据源创建数据集。授权方式分为三种：

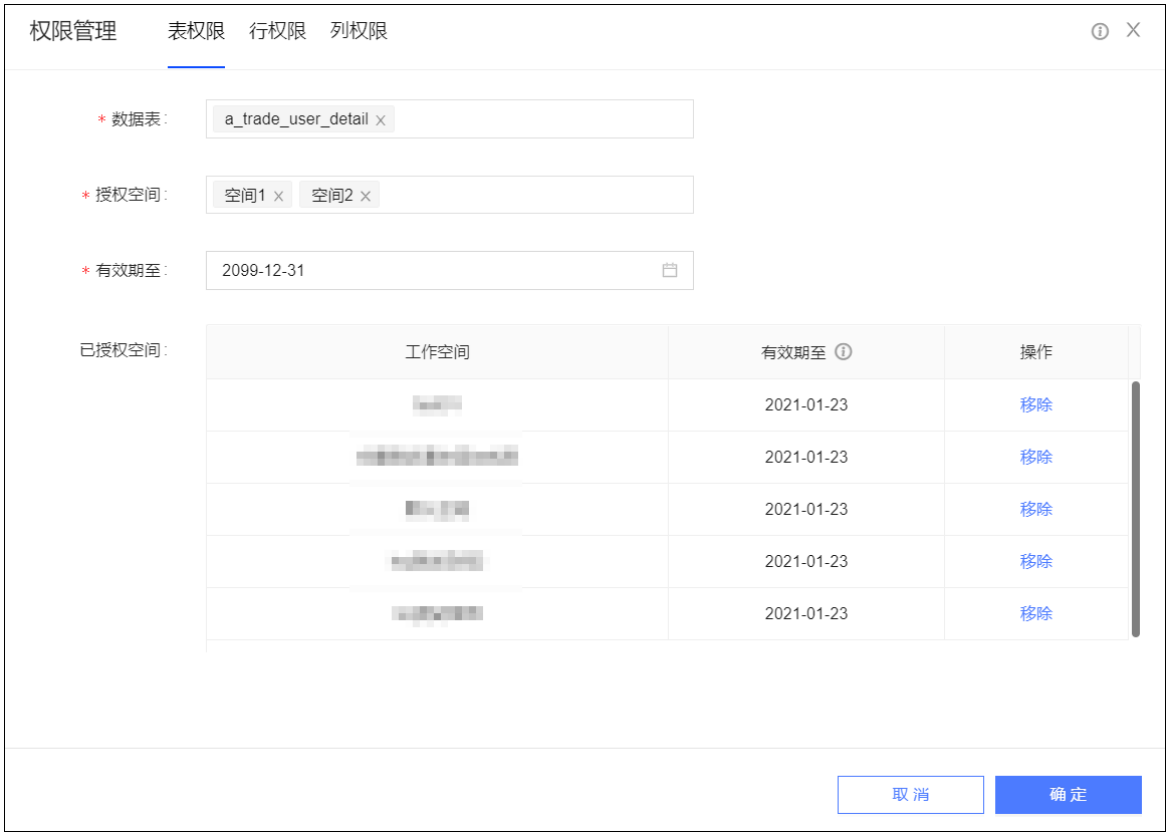
- 表权限：将整个表授权给空间。
- 行权限：将表中的行通过指定字段的值进行筛选后授权给空间。若指定多个字段，则被授权的行同时满足多个字段的取值要求。
- 列权限：将表的指定字段授权给空间。

三种授权方式的关系说明：

- 若表对一个空间同时授权表权限和行权限，或对一个空间同时授权表权限和列权限，则该空间可使用指定行或指定列，但不能使用整个表。
- 若表对一个空间同时授权行权限和列权限，则该空间仅拥有指定行与指定列交叉部分的权限。
- 若某空间已获得表权限，该表开启行权限或列权限后，若未向该空间授权行权限或列权限，则该空间对表的所有数据均不可见。

表权限授权、解除授权

1. 单击图标，在弹窗中选择**表权限**。



2. 选择数据表，下方显示该表已授权的空间和有效期。

> **说明**
>
> - 若选择**所有**，则授权后空间对该数据源的所有数据表都有权限，包括未来增加的数据表。
> - 若选择多个数据表，下方显示多个表均已授权的空间，有效期为空表示多个表的有效期不同，请分表查看具体有效期。

3. 解除授权：单击空间对应的**移除**即可解除对该空间的授权，立即生效。
4. 授权：选择要授权的空间，可多选，设置有效期，单击**确定**完成授权。

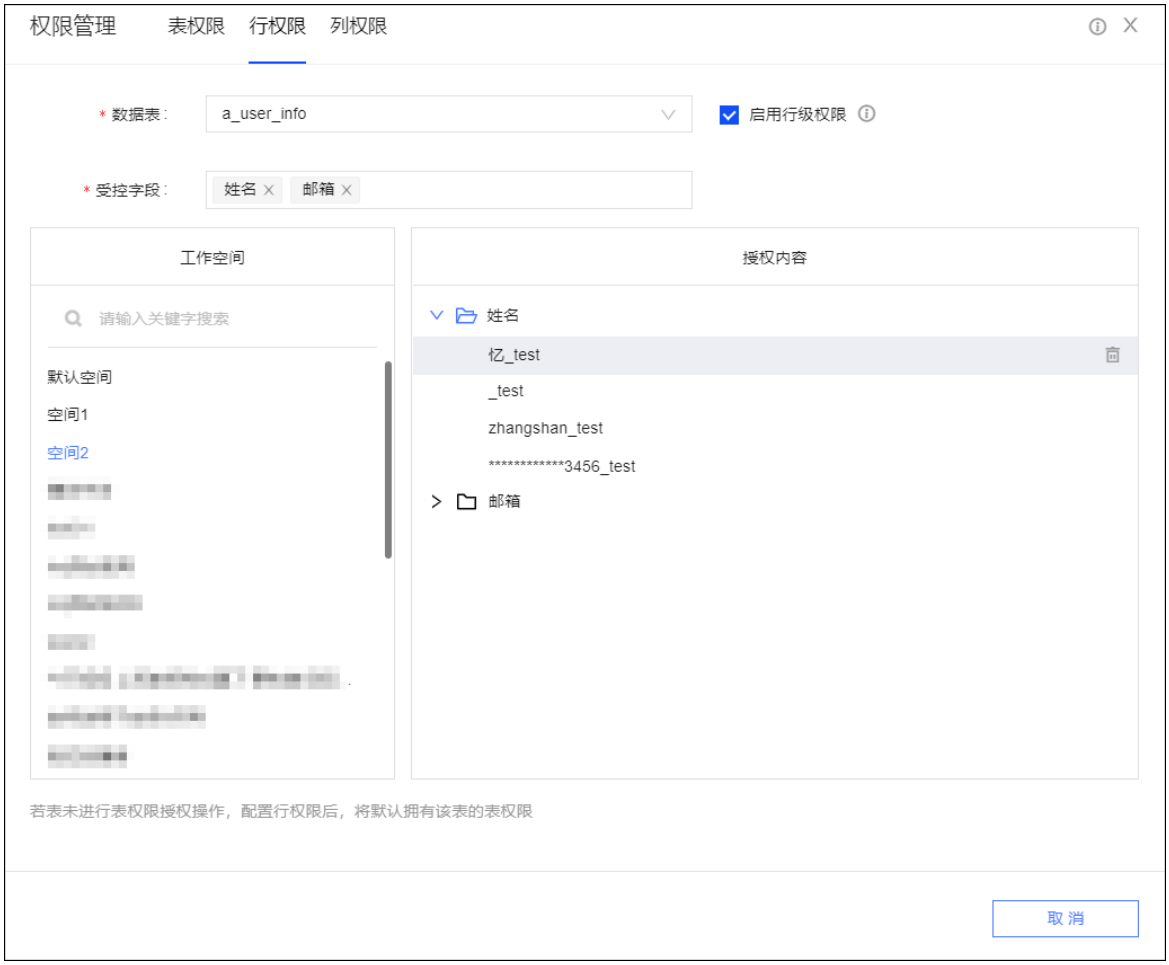
行权限授权、解除授权

1. 单击图标，在弹窗中选择**行权限**。
2. 选择数据表，勾选**启用行级权限**，开启行级权限。
3. 选择受控字段，可多选。

说明

- 若选择多个受控字段，则被授权的行同时满足多个字段的取值要求。
- 选择的受控字段将对所有空间有效，即不能对不同空间设置不同的受控字段。如果某个空间不需要通过某个受控字段筛选行，则需要在第6步授权操作中对该受控字段的值选择**所有**。
- 受控字段的增减将影响所有空间，立即生效。若移除受控字段，所有空间内该字段的指定值会被清除；若增加受控字段，请为所有需要行权限的空间设置该字段的授权值，否则该字段无授权值，不能取到任何一行。
- 不能选择日期字段，即不能通过日期指定要授权的行。

4. 选择空间，在右侧单击受控字段前的 > 图标，下拉列表显示已授权的值，如下图所示。



5. 解除授权：如上图所示，鼠标移动到已授权的值上方，单击右侧的 图标，可移除该值，立即生效。

   当所有值都移除时，空间无任何行的权限。

6. 授权：单击受控字段，右侧列表显示该字段的所有值，选择要授权的值，单击**添加**，加入已授权的值列表，空间获得对应的行权限，立即生效。

> **说明**
>
> 若选择**所有**，单击**添加**后，空间对该字段的所有值都有权限，包括未来增加的字段值，即空间获得的行权限将不受该字段限制。

列权限授权、解除授权

1. 单击 图标，在弹窗中选择**列权限**。
2. 选择数据表，勾选**启用列级权限**，开启列级权限。

3. 选择空间，中间显示已授权的字段，右侧显示所有字段。

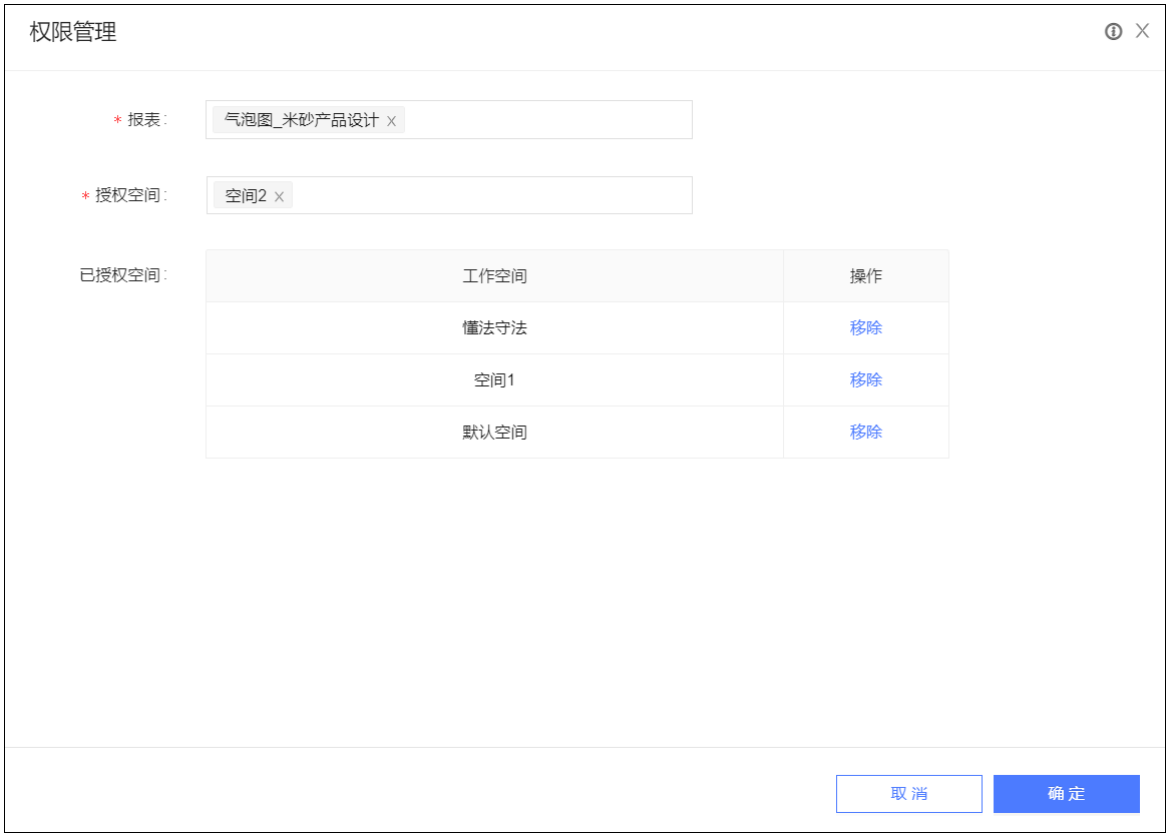
4. 解除授权：如上图所示，鼠标移动到已授权的字段上方，单击右侧的 图标，可移除该字段，立即生效。
5. 授权：如上图所示，在右侧选择要授权的字段，单击**添加**，加入已授权的字段列表，空间获得对应的列权限，立即生效。若选择**所有**，单击**添加**后，空间获得所有列权限。

16.1.2.5.2. 报表授权

为了使用分析看板模块，需要将Quick BI中已开通嵌入的报表授权给空间，然后空间才能挂载报表。

1. 选择 >**管理中心**>**组织管理**>**数据授权**，单击**报表授权**页签。

2. 列表展示Quick BI中已开通嵌入的报表，单击报表对应的 图标，弹窗中展示已授权的空间。



3. 解除授权：单击空间对应的**移除**，即可解除该空间对该报表的权限，立即生效。
4. 授权：选择要授权的空间，可多选，单击**确定**完成授权。

16.1.2.6. 组织系统配置

组织系统配置包含获取组织租户ID，设置数据采集服务，设置AES密钥。

1. 选择 **>管理中心>组织管理>组织系统配置**。

2. **组织租户ID**：单击 可以查看您的组织租户ID。组织租户ID是您的组织在Quick Audience中的唯一标识，可在使用Quick Audience提供的部分接口时用于鉴权。

3. **采集服务设置**：购买数据采集功能包后，可开启回流数据同步服务（默认关闭），将加工后的行为数据同步至ADB3.0数据库；开启采集日志同步服务（默认关闭），将数据采集日志同步至MaxCompute项目。

单击**编辑**，进行以下配置，单击**保存**完成设置。

> **说明**
>
> 采集数据同步服务、采集日志同步服务可以不同时开启。

- 开启并配置采集数据同步服务。
  - 开启**采集数据同步服务**开关。
  - 选择同步到的数据库，支持ADB3.0。
  - 自定义数据同步到的表名后缀。仅初始化时支持自定义，一旦保存，不可修改，否则影响行为数据的同步。
  - 右侧显示采集数据**最近一次成功同步时间**，下方显示相应的**维表表名**（根据同步到ADB的行为数据自动加工的行为维表）。
  - 设置**数据存储周期**。

    > **说明**
    >
    > - 若存储周期由大改小，例如由60天修改为45天，则次日同步时，会将最老的16天数据删除。
    > - 若同步出错，将在消息中心显示报警信息，请参见日志同步报警。

- 开启并配置采集日志同步服务。日志格式说明，请参见实时日志。
  - 开启**采集日志同步服务**开关。

- 填写用于访问MaxCompute的AccessKey ID、AccessKey Secret和MaxCompute英文项目名。AccessKey信息可通过主账号登录RAM控制台获取。

4. **AES密钥设置**：输入16字符的AES密钥，单击**保存**完成设置。

   密钥请向您方进行AES加密操作的开发人员获取，AES加密操作说明，请参见下面的AES加密函数。

   在数据集或受众推送到数据银行或进行广告营销时，若ID字段已被AES加密，将使用AES密钥进行解密。

AES加密函数

AES是一种常用的对称加密算法，使用同一个密钥进行加密、解密。

当ID字段储存在MaxCompute、ADB3.0、MySQL时，您可以使用以下AES加解密函数对ID进行AES加解密。

> **注意**
>
> - Quick Audience仅支持16字符长度的密钥，字符可为0~9、A~F（或a~f）。
> - 仅支持唯一密钥，请妥善保管该密钥。不支持变更密钥，否则可能导致部分数据无法解密。
> - 除MaxCompute、ADB3.0、MySQL外，其他类型数据库是否提供AES加解密函数，请参考相应数据库官方说明。

MaxCompute

进行AES加解密之前，需要下载AES加解密函数代码包，然后在MaxCompute命令行客户端中执行如下语句注册代码包中的自定义函数：

```
add jar crypt-1.0-SNAPSHOT.jar as crypt.jar;
create function qa_aes_encrypt as 'com.aliyun.quicka.crypt.AESEncrypt' using 'crypt.jar
';
create function qa_aes_decrypt as 'com.aliyun.quicka.crypt.AESDecrypt' using 'crypt.jar
';
```

AES加解密示例：

```
# 加密
中国
并转为base64，
xxxxxxxxxxxxxxxx
为密钥
select qa_aes_encrypt('中国', 'xxxxxxxxxxxxxxxx');
# 结果：
CjUlHjFp8lEUOfQ4k5eCpA==

# 解密
CjUlHjFp8lEUOfQ4k5eCpA==
，
xxxxxxxxxxxxxxxx
为同一个密钥
select qa_aes_decrypt('CjUlHjFp8lEUOfQ4k5eCpA==','xxxxxxxxxxxxxxxx');
# 结果：
中国
```

ADB3.0

ADB3.0已提供AES加解密函数，您直接使用即可。

AES加解密示例：

```
# 加密
中国
并转为base64，
xxxxxxxxxxxxxxxx
为密钥
select TO_BASE64(aes_encrypt(CAST('中国' AS VARBINARY), 'xxxxxxxxxxxxxxxx'))
# 结果：
CjUlHjFp8lEUOfQ4k5eCpA==

# 解密
CjUlHjFp8lEUOfQ4k5eCpA==
，
xxxxxxxxxxxxxxxx
为同一个密钥
 select aes_decrypt(FROM_BASE64('CjUlHjFp8lEUOfQ4k5eCpA==‘), 'xxxxxxxxxxxxxxxx')
# 结果：
中国
```

MySQL

MySQL已提供AES加解密函数，您直接使用即可。

AES加解密示例：

```
# 加密
中国
'并转为base64,
xxxxxxxxxxxxxxxx
为密钥
select TO_BASE64(AES_ENCRYPT('中国', 'xxxxxxxxxxxxxxxx'));
# 结果:
CjUlHjFp8lEUOfQ4k5eCpA==

# 解密
CjUlHjFp8lEUOfQ4k5eCpA==
,
xxxxxxxxxxxxxxxx
为同一个密钥
select AES_DECRYPT(FROM_BASE64('CjUlHjFp8lEUOfQ4k5eCpA=='),'xxxxxxxxxxxxxxxx')
# 结果:
中国
```

16.1.2.7. 研发初始化

联合购买Dataphin离线集成版后，需由购买者主账号进行研发初始化，包括配置购买者主账号的AK、计算引擎信息和选择研发成员。完成研发初始化后，购买者主账号和研发成员才能使用数据研发模块相关功能。

1. 选择☰>**管理中心>组织管理>研发初始化**，进入AK配置页面。

   若还未进行研发初始化配置，选择**数据研发**模块时，页面也将跳转至AK配置页面。

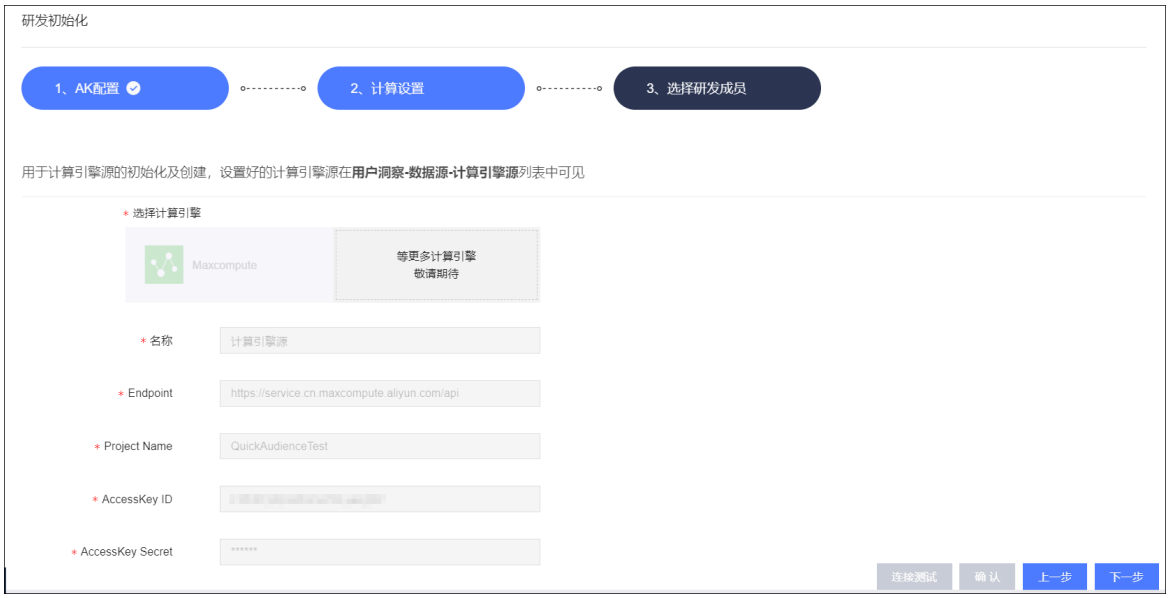
2. 进行AK配置，如下图所示。

   i. 单击页面右下角的**编辑**。填写购买者主账号名称、该账号的AccessKey ID和AccessKey Secret。AK信息可以通过使用该账号登录RAM控制台获取。

   ii. 单击**保存**。

   iii. 单击**下一步**，进入计算设置页面。

3. 进行计算配置，如下图所示。



i. 支持的计算引擎固定为MaxCompute，相应的Endpoint固定为MaxCompute的Endpoint，无需您手工配置。

ii. 填写计算引擎名称、MaxCompute项目英文名称、用于访问MaxCompute的AccessKey ID和AccessKey Secret。AK信息可以通过使用有访问权限的账号登录RAM控制台获取。

iii. 单击**连接测试**，若提示连接失败，请修改上一步中填写的参数。

iv. 连接测试成功后，单击**确认**，保存当前配置。

v. 单击**下一步**，进入选择研发成员页面。

4. 选择研发成员，如下图所示。

i. 选择组织成员账号作为研发成员，可多选。

> 说明
>
> - 可选的研发成员账号为购买者主账号的RAM账号。若无可选账号，购买者主账号可在RAM控制台中创建RAM账号，然后将其加入Quick Audience组织。
> - 添加研发成员后，支持移除。

ii. 单击**完成**，保存配置。

16.1.3. 工作空间管理

16.1.3.1. 工作空间管理概述

在标准版中，工作空间是一个独立的业务空间，常用于集团下单一品牌的数据管理和用户运营，工作空间由空间管理员、组织管理员进行管理，包括：

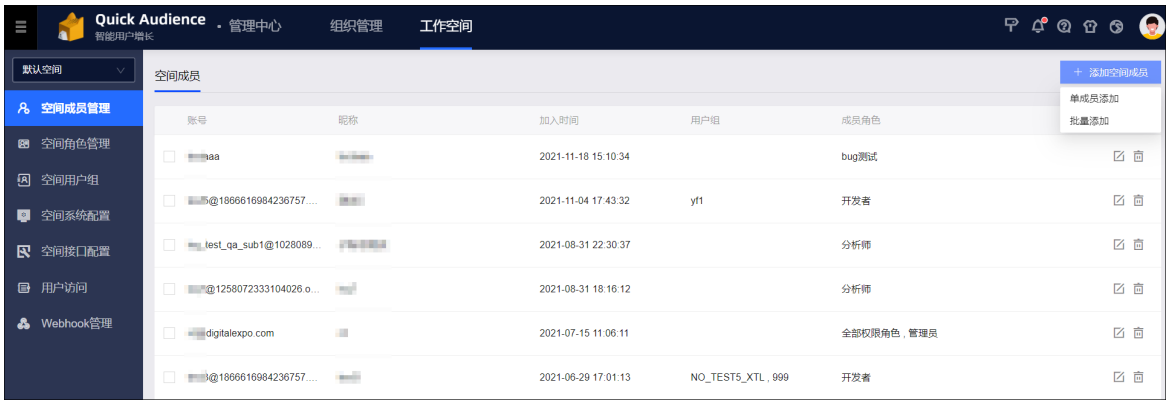
- 空间成员管理：添加、管理空间成员，并为成员设置空间角色，使得成员有权限在空间中进行相应的操作。
- 空间角色管理：添加、管理空间中的角色，添加、管理属于角色的空间成员。
- 空间用户组管理：设置空间用户组，用于数据集批量用户授权。
- 空间系统配置：进行仅对空间生效的系统配置，包括：
  - AIPL模型、RFM模型的自动更新时间设置，以及受众更新并发设置。
  - 推送到数据银行的用户标签数据集和受众的最大并发数设置，推送到达摩盘的受众的最大并发数设置，以及推送到Kafka的受众的最大并发数设置。
- 空间接口配置：新建Kafka推送接口，以及管理Kafka、数据银行、达摩盘推送接口。
- 用户访问：
  - 用户访问统计：空间成员使用用户洞察和用户营销模块的访问天数、页面点击数，创建数据集、受众，推送到数据银行、达摩盘、Kafka，私有化、广告营销任务发送等的次数统计数据，支持导出。
  - 用户下载明细：空间成员下载受众的明细记录，支持导出。
- Webhook管理：配置webhook，通过webhook对接您的一方系统（如CRM），实现在Quick Audience控制台通过一方CRM系统向受众发送优惠券等。

16.1.3.2. 空间成员管理

组织管理员、空间管理员添加、管理空间成员，并为成员设置空间角色，使得成员有权限在空间中进行相应的操作。

单个添加空间成员

1. 选择☰>**管理中心**>**工作空间**>所在工作空间>**空间成员管理**。



2. 单击右上角**添加空间成员**>**单成员添加**。
3. 在弹窗中选择组织成员账号，或直接输入未加入组织的阿里云账号，输入用户昵称，选择要授予该成员的空间角色。角色可多选，该成员同时拥有多个角色的权限。

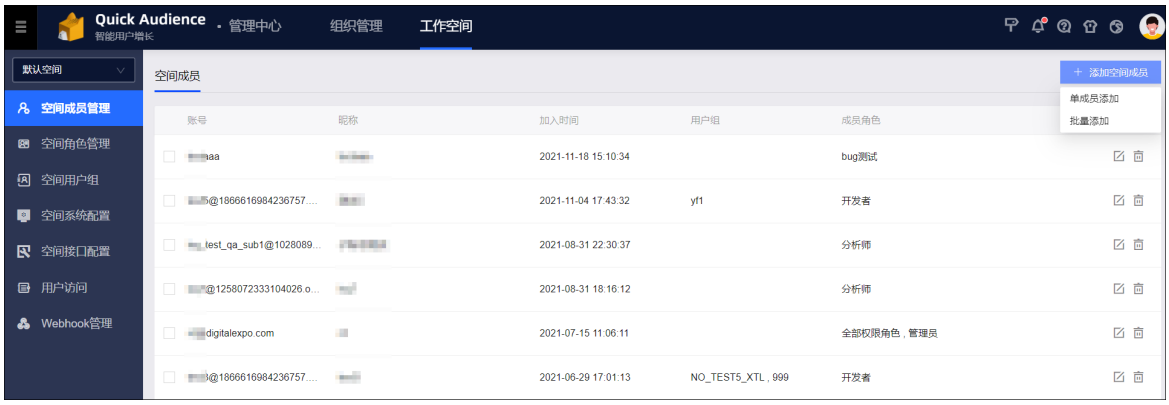
> **说明**
>
> 昵称必须在组织中唯一，可与账号相同，若账号包含@，建议使用@之前的字符（不含@）。

4. 单击**确定**完成添加。

批量添加空间成员

批量添加空间成员时，添加的成员自动获得空间默认角色。空间默认角色设置，请参见空间角色管理。

1. 选择☰>**管理中心**>**工作空间**>所在工作空间>**空间成员管理**。



2. 单击右上角**添加空间成员**>**批量添加**。
3. 在弹窗中上传包含要添加的成员账号、昵称的Excel文件。账号可以是组织已有的账号，或未加入组织的账号。文件模板可单击**获取批量添加组织成员信息模版**获取。

> **说明**
>
> 昵称支持中文、英文、数字和下划线（_），不允许为纯数字，长度限制1~32个字符，必须在组织中唯一，可与账号相同，若账号包含@，建议使用@之前的字符（不含@）。

4. 单击**确定**完成添加。

管理空间成员

添加空间成员后，成员展示在空间成员列表中，显示其昵称、用户组、角色等信息，如下图所示。

> **说明**
>
> 若您未为账号设置昵称，系统将默认以账号作为昵称，若账号包含@，则以@之前的字符（不含@）作为昵称。

您可以对成员进行以下管理操作：

> **说明**
>
> 组织管理员具有所有空间的最高权限，默认作为空间成员展示在列表中，但无法对其进行任何管理。

- 编辑：单击图标，在弹窗中为成员修改昵称，添加、移除角色，单击**确定**。

- 移除：单击图标，在弹窗中选择空间中的另一成员作为该成员作品的受让人，单击**确定**。该成员从空间移除，其作品的所有权转移给受让人。

若成员仅属于该空间，将同时从组织移除该成员。

- 角色设置：勾选或全选成员，单击**角色设置**，在弹窗中选择角色，单击**确定**，批量将角色添加到成员。

  每选择一个角色，会将各成员的权限和所选角色分别做比较，若某成员已有该角色的全部权限，将提示是否确定为该成员添加该角色。单击**取消添加**，则该成员不添加该角色，其他成员正常添加该角色；单击**继续添加**，所选成员都添加该角色。

- 角色回收：勾选或全选成员，单击**角色回收**，在弹窗中选择角色，单击**确定**，批量将角色从成员回收。

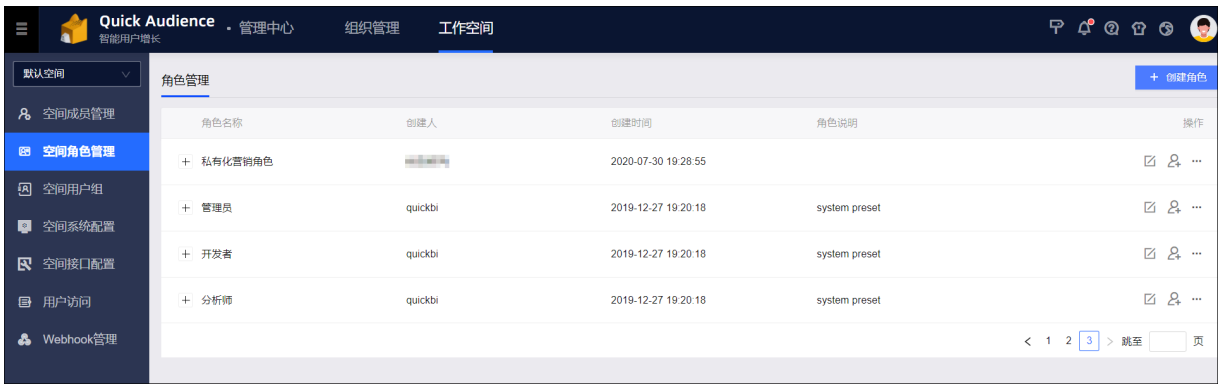
  若成员包含选中的角色，则回收；若成员不包含选中角色，或仅剩最后一个角色，则不回收。

16.1.3.3. 空间角色管理

空间角色管理包括添加、管理空间中的角色，添加、管理属于角色的空间成员。

空间角色说明

选择☰>**管理中心**>**工作空间**>所在工作空间>**空间角色管理**，空间中的角色列表如下图所示。单击角色名前的 ＋ 图标可以展开角色的权限列表。



列表角色说明中的system preset表示预定义角色。

空间创建后，已预定义三种角色：管理员、开发者、分析师。管理员即空间管理员，拥有当前空间的所有权限，可进行空间配置管理。此外，在使用业务模块时，这三种角色具体权限区别为：

模块/功能		管理员	开发者	分析师
用户洞察	数据源	添加、管理数据源。	查看数据源。	无
	数据集	创建数据集。 管理、使用自己和他人创建的数据集。	创建数据集。 管理、使用自己创建的数据集，或被授予其他数据集的使用或管理权限。	不支持创建数据集。 需要被授予数据集的使用或管理权限。
	资产管理	对空间内所有标签进行标签管理。	无	无
	营销活动	使用营销活动模块，有新建活动和管理所有活动的权限。	无	无
用户营销-自动化营销	事件管理	创建、管理事件。	创建、管理事件。	无
数据银行账号绑定		提交绑定申请。 审批绑定申请。	提交绑定申请。	提交绑定申请。

模块/功能	管理员	开发者	分析师
复购预测 货品推荐 社交互动 会员中心 智能导购 智慧零售 媒体投放 媒体回流	有所有权限。	无	无
分析看板	进行自定义菜单和报表嵌入。 查看报表菜单，查看、管理菜单中嵌入的报表。	查看报表菜单，但菜单中嵌入的报表仅允许被授权账号进行查看和管理。	查看报表菜单，但菜单中嵌入的报表仅允许被授权账号进行查看和管理。

购买某些功能后，将增加对应的角色或权限：

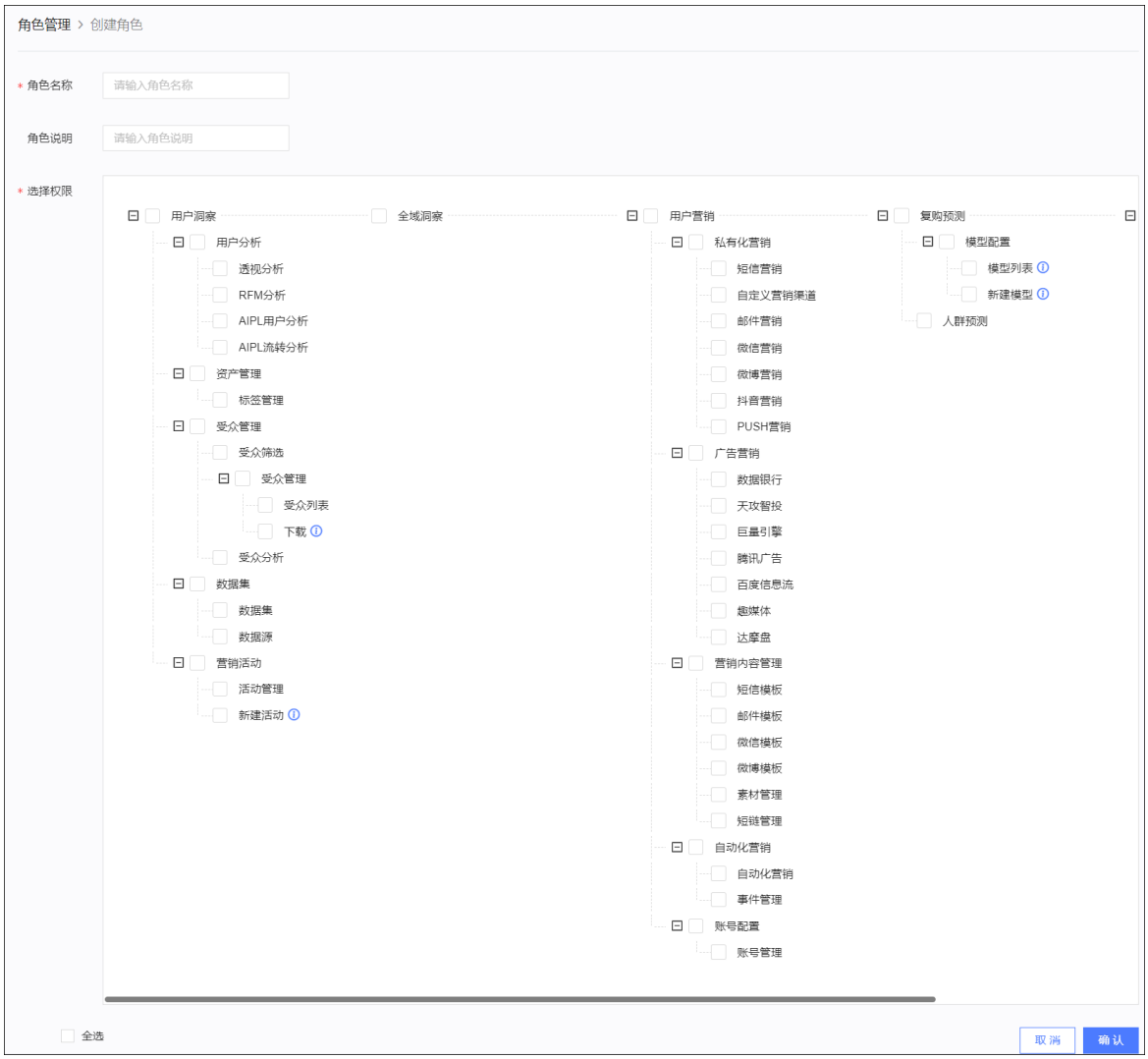
- 购买媒体回流、社交互动功能包等之后，将增加对应的预定义角色，具体权限请在角色列表单击角色名前的 + 图标查看。同时管理员也将拥有新增模块的所有权限。
- 购买Dataphin离线集成版后，购买者主账号以及其选择的研发成员将拥有数据研发模块的所有权限，请参见研发初始化。

此外，您还可以创建新的角色，请参见下面的创建角色。

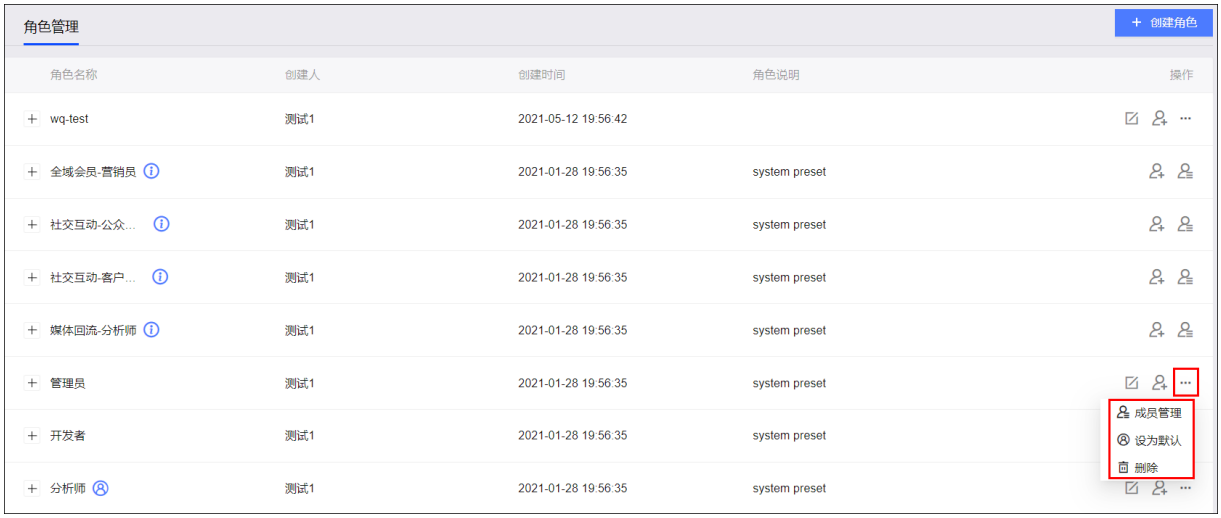
创建角色

1. 选择☰>**管理中心**>**工作空间**>所在工作空间>**空间角色管理**。
2. 单击右上角**创建角色**。

3. 在创建角色页面中，输入角色名称、说明，选择角色的权限，单击**确认**完成创建。



管理空间角色



如上图所示，您可以在角色列表对角色进行以下操作：

说明

- 管理员角色不可编辑或删除。
- 对于媒体回流、社交互动角色，您仅能添加成员、进行成员管理。

- 编辑：单击 图标，修改角色名称、说明、权限，单击**确认**。
- 添加成员：单击 图标，在弹窗中选择空间成员账号，可多选，单击**确定**，将该角色赋予空间成员。

- 成员管理：单击 图标或单击**成员管理**，在弹窗中查看该角色已有的成员，单击**移除**可从角色中移除成员。

说明

- 当成员在该空间中仅有一个角色时，不能从角色中移除该成员，即一个成员在空间中必须至少拥有一个角色。
- 任何角色（含管理员角色）均可无所属成员。
- 虽然组织管理员在空间中拥有与空间管理员同等的权限，但不属于空间管理员角色。

- 设为默认：默认角色是在批量添加空间成员时，成员默认赋予的角色，默认角色后显示 标志以示区别，初始的默认角色为分析师。单击**设为默认**，将默认角色更换为该角色。
- 删除：当角色下不包含成员，且不再需要该角色时，可单击**删除**，将角色从空间删除。

16.1.3.4. 空间用户组管理

用户组是对用户进行分组，可用于数据集批量用户授权。

创建用户组

1. 选择 >**管理中心**>**工作空间**>所在工作空间>**空间用户组**。

2. 单击右上角**新建用户组**。

3. 在弹窗中输入用户组名称，选择要加入用户组的空间成员，可多选，单击**确定**。

> **说明**
>
> 一个用户可以加入多个用户组。

管理用户组

用户组创建后，您可在列表中进行管理。如下图所示，单击左侧用户组名称，右侧展示用户组内成员列表。

您可以对用户组和组内成员进行以下操作：

- 添加成员：单击 图标，在弹窗中选择要加入用户组的空间成员，可多选，单击**确定**保存。

- 编辑用户组：单击 图标，在弹窗中修改用户组名称，单击**确定**保存。
- 删除用户组：当用户组中不包含成员，且不再需要该用户组时，可单击 图标，确认后删除该用户组。
- 移除成员：单击成员对应的 图标，确认后将该成员从用户组移除。

16.1.3.5. 空间系统配置

空间管理员可以进行以下系统配置：

- AIPL模型、RFM模型的自动更新时间设置，以及更新并发设置。
- 数据银行推送任务最大并发数设置、达摩盘推送任务最大并发数设置、Kafka推送任务最大并发数设置。

操作步骤：

1. 选择 >**管理中心**>**工作空间**>所在工作空间>**空间系统配置**，进入配置页面。

2. **更新设置**：分别设置AIPL模型、RFM模型的自动更新时间，进行更新并发设置，单击**保存**完成设置。

- 设置AIPL模型、RFM模型自动更新时间后，空间内所有AIPL模型、RFM模型都将每天在该时间开始自动更新。
- 为防止受众自动周期更新、自定义标签数据集批量更新自定义标签任务因并发数过多而执行失败，系统默认更新最大并发数为3。您可以将最大并发数设置为1~10的整数。不建议关闭更新并发设置。

> **说明**
>
> 该更新并发数为空间内的所有受众自动周期更新、自定义标签数据集批量更新自定义标签的并发数总和，不论由哪个用户发起。

3. **推送设置**：为防止推送任务因并发数过多而执行失败，分别开启数据银行、达摩盘、Kafka推送的并发设置，并设置最大并发数，设置范围为1~5的整数，单击**保存**完成设置。

> **说明**
>
> 并发设置将对空间内所有对应类型的任务生效，不论由哪个用户发起。

16.1.3.6. 空间接口配置

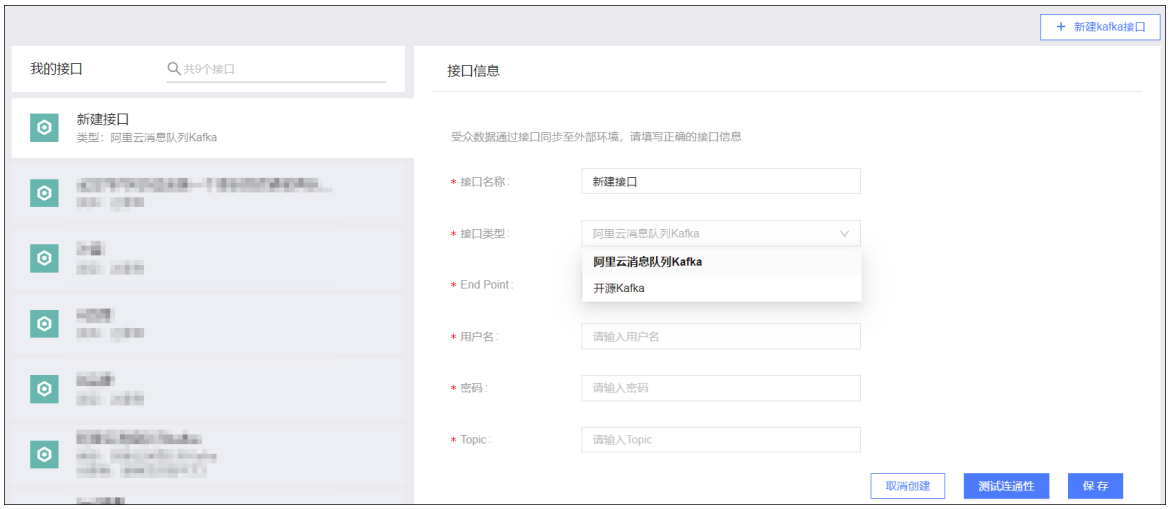
空间管理员可以新建Kafka推送接口，以及管理Kafka、数据银行、达摩盘推送接口。

新建Kafka接口

操作步骤：

1. 选择☰>**管理中心**>**工作空间**>所在工作空间>**空间接口配置**，进入配置页面。

2. 单击右上角**新建kafka接口**。
3. 如下图所示，配置接口信息。



参数	说明
接口名称	填写接口显示名称。
接口类型	选择**阿里云消息队列Kafka**或**开源Kafka**。 **说明** 阿里云消息队列Kafka的End Point等信息可以从其实例详情页面获取。

参数	说明
End Point	填写接收消息的终端地址。
用户名	填写接口的用户名。
密码	填写接口的密码。
Topic	填写项目显示名称。

4. 单击**测试连通性**，提示连接成功后单击**保存**完成配置。

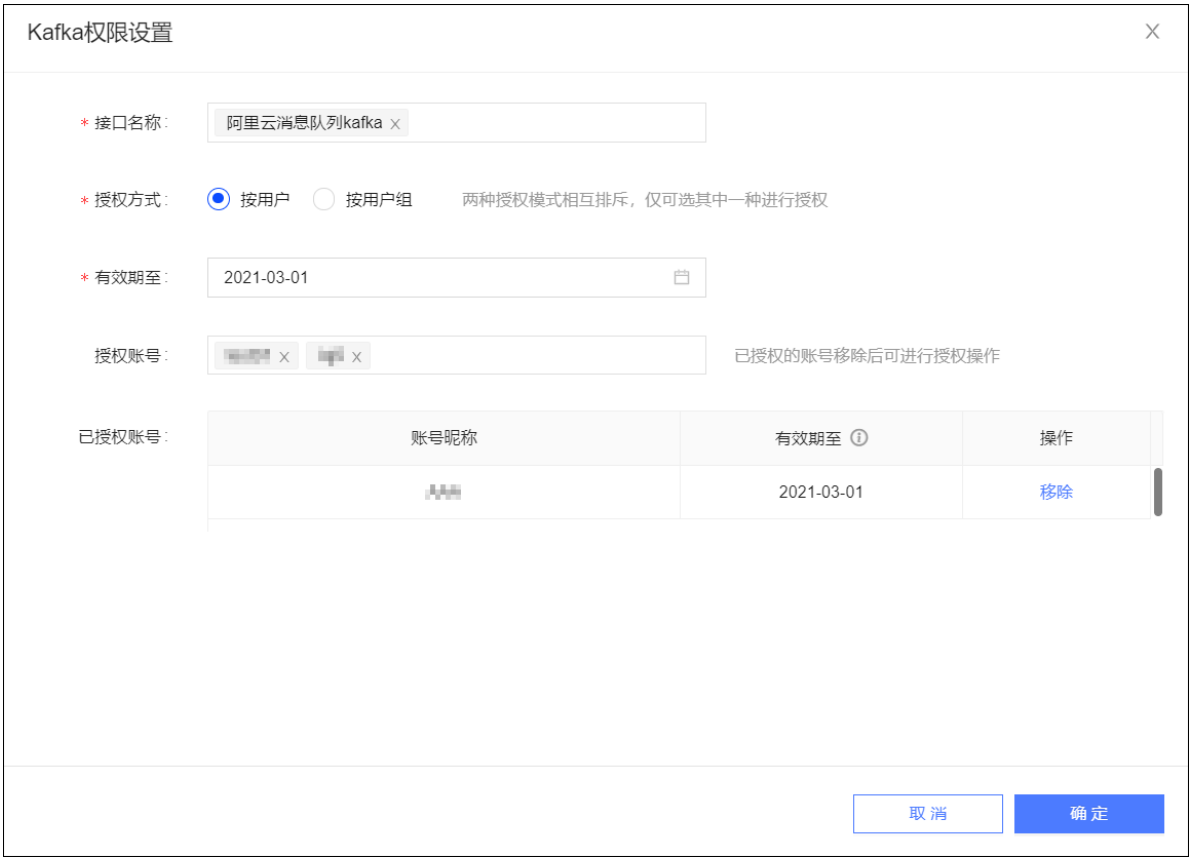
管理接口

页面显示Kafka、数据银行、达摩盘接口，单击接口名称，可以查看接口信息。数据银行、达摩盘接口的配置操作，请分别参见绑定数据银行、绑定达摩盘。

对于Kafka接口，您可以进行以下操作：

- 授权：将鼠标移动至接口名称上，单击出现的 图标，在弹窗中向其他用户授权使用该Kafka接口。

> **说明**
>
> 若不授权，则仅管理员可使用该接口进行推送。



- 移除：将鼠标移动至接口名上，单击出现的 图标，确认后移除该接口。

16.1.3.7. 用户访问

用户访问展示用户使用用户洞察和用户营销模块的关键指标统计数据，以及用户下载受众的明细记录。

用户访问统计

选择 >**管理中心**>**工作空间**>所在工作空间>**用户访问**>**用户访问统计**，页面如下图所示。

页面展示空间成员使用用户洞察和用户营销模块的访问天数、页面点击数，创建数据集、受众，推送到数据银行、Kafka、达摩盘，私有化、广告营销任务发送等的次数统计数据。

默认展示当月所有账号的访问统计数据。数据均不含当日，每日早2点计算更新数据。

您可以进行以下操作：

- 指定统计月份：在页面左上角选择统计月份，查看该月份的访问统计数据。
- 指定账号：从下拉列表选择一个空间成员，查看该成员的访问统计数据。
- 导出：单击**导出**，导出当前查询条件下的访问统计数据。
- 排序：单击统计指标后的 图标，将按该指标进行正序或倒序排序。

用户下载明细

选择 >**管理中心**>**工作空间**>所在工作空间>**用户访问**>**用户下载明细**，页面如下图所示。

页面展示空间成员下载受众的明细记录。

默认展示当月所有账号下载受众的明细记录。您可以进行以下操作：

- 指定统计月份：在页面左上角选择统计月份，查看该月份的受众下载明细。
- 指定账号：从下拉列表选择一个空间成员，查看该成员的受众下载明细。
- 导出：单击**导出**，导出当前查询条件下的受众下载明细。

16.1.3.8. Webhook管理

管理员可以配置webhook，以便通过webhook对接您的一方系统（如CRM），实现在Quick Audience控制台通过一方系统向受众发送优惠券等。上述渠道称为自定义渠道，私有化营销、自动化营销模块均支持自定义渠道。

操作流程如下：

1. 针对您的一方系统完成webhook接入开发，请参见webhook接入文档。
2. 管理员新建webhook，对接一方系统，请参见新建webhook。
3. 管理员测试发送，确保能发送成功，请参见测试发送。
4. 管理员向需要使用webhook进行自定义渠道营销的用户同时授予以下两种权限：
   - 授予该webhook的使用权限，请参见授权。

- 通过创建含“用户营销-私有化营销-自定义营销渠道”权限的角色，授予自定义渠道的使用权限，请参见空间角色管理。

5. 管理员、已授权用户在私有化营销模块创建自定义渠道任务，或在自动化营销模块配置自定义组件，调用一方系统向受众进行营销，具体操作，请分别参见自定义渠道营销、营销动作-自定义组件。

新建webhook

操作步骤：

1. 选择☰>**管理中心**>**工作空间**>所在工作空间>**Webhook管理**，进入管理页面。

2. 单击右上角**新建webhook**。
3. 在弹窗中配置参数，如下表所示。

参数	说明
webhook名称	输入webhook名称。
鉴权方式	选择鉴权方式： ○ 无：不进行鉴权。 ○ 密钥：通过验证密钥进行鉴权，需要在下方输入密钥。
请求地址	输入要接收消息推送的接口地址，必须是以http或https开头的完整地址。 建议使用HTTPS协议，以提高信息传输的安全性。
发送ID类型	选择允许发送的ID类型，可多选。但在创建任务时，每个任务仅可选择发送一种ID。 支持当前受众的所有ID类型：OneID、UnionID、手机号码、电子邮箱、淘宝ID、淘宝昵称、支付宝ID、微博ID、手机IMEI、手机IDFA、手机IMSI、手机OAID、MAC地址、OpenID。

参数	说明
webhook参数	您可以定义webhook参数，在使用该webhook创建不同的营销任务时，可以灵活定义这些参数的值。例如：一方系统设置的发送内容为“在{date}进行折扣活动”，{date}即为一个参数，在创建营销任务时，需要指定为具体日期。 ○ 参数名称 ○ 显示名称：显示在营销任务创建页面上的参数名称。 ○ 参数类型 单击**添加模版参数**，可以增加一组webhook参数。
是否开启回执设置	选择是否开启回执设置，使一方系统能够通过上报回执将发送结果返回Quick Audience，显示在营销任务详情页面。 若开启，您需要设置： ○ 数据回收周期：超过该周期后，Quick Audience将不再接收发送结果。 ○ 状态code、状态值：回执中，状态code为发送结果代码，如：200；状态值为对应的发送结果，如：成功。 状态code、状态值可能有多对，单击**新增状态**，可以增加一对。

4. 单击**消息格式预览**，下方将根据已配置的参数展示消息体格式。
5. 单击**确定**，完成配置。

测试发送

使用webhook进行自定义渠道营销前，您需要测试发送，确保其可用性。

> **说明**
> 您也可以在创建营销任务时测试发送，请参见创建自定义渠道任务、营销动作-自定义组件。

操作步骤：

1. 单击图标。
2. 在弹窗中选择要测试发送的ID类型，输入测试ID、webhook参数值。

> **说明**
> 一次仅能测试一种ID类型。测试营销任务需要发送的ID类型即可。

3. 单击**确定**，系统将通过webhook调用一方系统向测试ID发送消息。

   弹窗将显示测试发送是否成功。

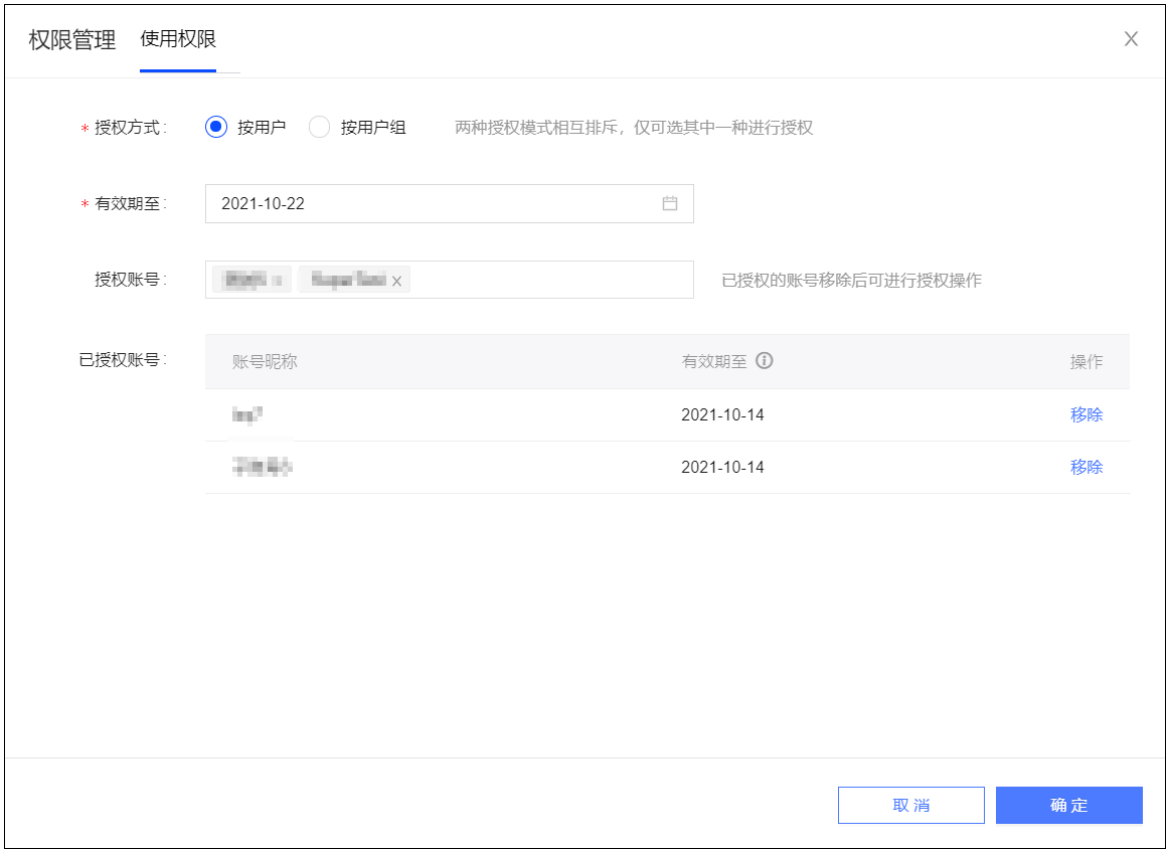
   - 测试发送成功：请检查一方系统是否收到了webhook请求，测试ID是否收到消息。若未收到，请单击弹窗中的**下载日志**，排查原因。
   - 测试发送失败：请单击弹窗中的**下载日志**，排查原因。

授权

管理员以外的空间成员，若需要使用webhook创建营销任务，必须先由管理员授予该webhook的使用权限，并加入带有“用户营销-私有化营销-自定义营销渠道”权限的自定义角色。

授权操作步骤：

1. 单击**...>授权**，进入授权页面，如下图所示。



2. 选择**授权方式**：支持**按用户**和**按用户组**。

> **说明**
>
> 两种授权方式相互排斥，仅可选其中一种进行授权。若已按一种方式授权，再次授权时选择另一种方式，则使用旧授权方式的授权将解除，仅生效使用新授权方式的授权。

下方显示已授权用户账号/用户组，以及授权有效期。

3. 解除授权：单击账号/用户组对应的**移除**，即可解除对该账号/用户组的授权，立即生效。
4. 授权：选择要授权的账号/用户组，可多选，设置有效期，单击**确定**完成授权。

关闭/开启

webhook创建后，默认为开启状态，此时可测试、使用webhook；若需要编辑、删除webhook，必须先关闭webhook。

通过右侧的开关，您可以关闭、开启webhook。

编辑

在关闭webhook后，您可以对其进行编辑。

单击图标，进入编辑界面，后续操作与创建时相同。

说明

- 不支持编辑开启状态的webhook，请先关闭。
- 若编辑前已开启回执设置，则不支持修改或删除已配置的状态code、状态值。

复制

单击 ...>**复制**，进入新的配置页面，已默认填写与原webhook相同的配置项，支持修改，单击**确定**完成复制。

复制生成的新webhook，默认为关闭状态，需要手动开启，才能测试、使用。

删除

在关闭webhook后，若该webhook未被用于任何营销任务，您可以删除该webhook。

单击 ...>**删除**，确认后即删除该webhook。

webhook接入文档

webhook接入开发包括以下几个方面，请参考我们给出的消息格式和样例进行开发。

HTTP Endpoint Server

为了与Quick Audience的webhook对接，您需要开发一个HTTP Server。注意是Post请求。Quick Audience发起的webhook请求和接入方回执请求约定如下通用参数，为必传项。

URL参数	含义	示例
timestamp	秒级时间戳	1631865523
nonce	32位随机字符串	2e6eceb5737b473284c930c8ef79090e

请求URL示例：

```
{webhook配置的url}?timestamp=1631865523&nonce=2e6eceb5737b473284c930c8ef79090e
```

Header	含义	说明
X-QA-Hmac-Signature	鉴权签名	开启鉴权时使用，鉴权方式见下文。 未开启鉴权时，该Header填空字符串""。

鉴权方式

通过密钥进行鉴权。webhook配置时开启鉴权，用户填写密钥。

Quick Audience内部会根据用户填写的密钥与URL请求参数timestamp和nonce进行HmacSHA256Hex签名并生成signature，并将此signature通过Request Header传递过去来做鉴权。您的服务接受到请求后，同样根据URL参数与webhook通道配置的密钥进行HmacSHA256Hex算法加密。如果计算的值与从Request Header中传过来的signature相同，则可以确定是此请求是从Quick Audience中发送的。上报回执时同理。

参数	含义	示例
key	webhook配置的密钥	123456789

签名算法示例：

```
public String makeSignature(String key, String timestamp, String nonce) {
   String str = generateStr(key, timestamp, nonce);
    return HmacUtils.hmacSha256Hex(key, str.replaceAll("\\s+", ""));
}

/**
 * 签名待处理的字符串拼接
 */
public static String generateStr(String key, String timestamp, String nonce){
    String[] array = new String[] { key, timestamp, nonce};
    StringBuffer sb = new StringBuffer();
    // 字符串排序
    Arrays.sort(array);
    for (int i = 0; i < 3; i++) {
        sb.append(array[i]);
    }
    return sb.toString();
}
```

Webhook Request

请求为Quick Audience向接入方发起的HTTP Post请求。Request Body是单用户的触发请求信息，对于任何类型的数据（如整数、字符串、文本变量等类型），在发送请求时，将所有的字段全部转为字符串进行处理。

字段名	字段类型	说明
user_profile	Map<String,String>	KV类型，target_type的value值表示ID类型，支持ID类型见下文，为大写；target_id的value值表示具体目标ID值。
params	Map<String,Object>	KV类型，具体KV为webhook配置时指定的。当文本类型中有变量时，变量格式为${name}。params参数会用具体的变量值填充vars字段，见示例。
callback_params	Map<String,String>	为Quick Audience请求参数，需在上报回执时原样带回。

Post Body结构示例：

```
{
    "user_profile":{
        "target_type":"OPEN_ID",
        "target_id":"1917810"
    },
    "params":{
        "define_item1":"优惠券ID",
        "define_item2":"优惠券内容啊用户所在的地址是${name}性别是${sex}",
        "vars":{
            "name":"北京",
            "sex":"女"
        }
    },
    "callback_params":{
        "task_id":"1234455sseeddedd1234455sseeddedd",
        "webhook_id":"13312313",
        "send_time":"1625037472000"
    }
}
```

支持的ID类型：

ID类型	含义
ONEID	OneID
EMAIL	邮箱地址
MOBILE	手机号
TAOBAO_ID	淘宝ID
TAOBAO_NICK	淘宝昵称
IMEI	手机IMEI
IMSI	手机IMSI
IDFA	手机IDFA
MAC_ORG	MAC地址

WEIBO_ID_ORG	微博ID
ALIPAY_ID	支付宝ID
UNION_ID	微信UnionID
OAID	OAID
OPEN_ID	微信OpenID

接入方收到请求后，向Quick Audience返回响应消息。

响应体格式：

```
{
 "code":"OK",        //请求状态码：返回OK代表请求成功，必须为大写；返回其他为错误码，接入方自定义。
  "message":"",      //状态码描述，非必填。
  "requestId":""      //请求ID，接入方自定义。
}
```

回执上报

接入方执行营销任务后，向Quick Audience上报回执，反馈营销消息的发送结果。

HTTP请求URL：

```
http://${region域名}/restapi/thirdservice/webhook/receiveWebHookCallBack?timestamp=1631865523&nonce=2e6eceb5737b473284c930c8ef79090e
```

Post Body：为List，多个用户的回执信息合并在一起。

字段	类型	说明
msg_id	String	32位消息唯一ID，为接入方生成。
status	String	结果状态，即webhook配置中定义的状态code，如200。
cst_id	String	触达的用户ID，为user_profile.target_id。
send_time	String	毫秒级时间戳。
callback_params	Map<String,String>	webhook请求时携带的callback_params。

回执消息示例：

```
[{
    "msg_id":"236eceb5737b473284c930c8ef79090e",
    "status":"200",
    "cst_id":"1917810",
    "send_time":"1625037473000"
    "callback_params":{
        "task_id":"2e6eceb5737b473284c930c8ef79090e",
        "webhook_id":"13312313",
        "send_time":"1625037472000"
    }
}]
```

16.2. 基础版管理中心

16.2.1. 空间成员管理

基础版中，针对同一个购买Quick Audience的组织，系统仅提供唯一一个工作空间，即默认空间。组织内所有Quick Audience用户均需要加入该工作空间，成为空间成员。

空间成员管理包括添加、管理空间成员，并设置其在空间中的角色，将用户从空间移除。

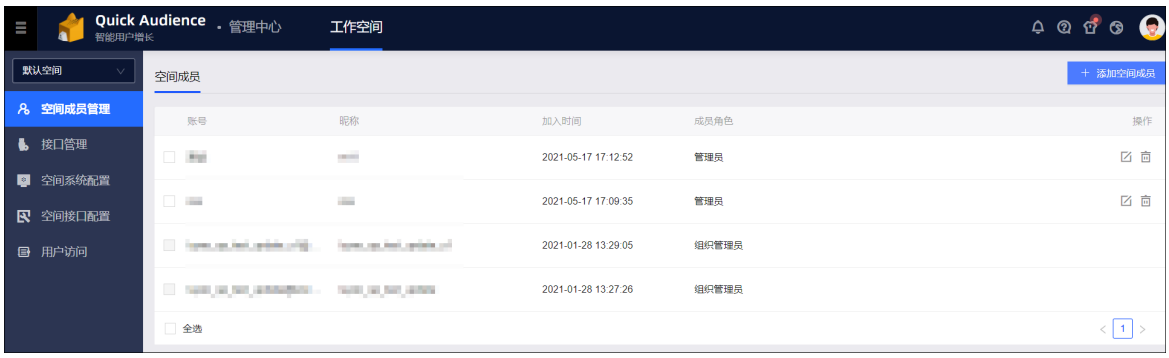
可选角色有管理员、开发者、分析师，他们在使用用户洞察模块时的权限有以下区别：

- 管理员：可以添加数据源，管理、使用自己和他人创建的数据集，对空间内所有标签进行标签管理。
- 开发者：可以管理、使用自己创建的数据集，或被授予其他数据集的使用或管理权限。
- 分析师：不支持分析师创建数据集，需要其他用户为其授予数据集的使用或管理权限。

单个添加空间成员

操作步骤：

1. 选择☰>**管理中心>工作空间>空间成员管理**。



2. 单击右上角**添加空间成员>单成员添加**。
3. 在弹窗中输入阿里云账号、用户昵称，选择要授予该成员的空间角色。角色可多选，该成员同时拥有多个角色的权限。

> **说明**
>
> 昵称必须在空间中唯一，可与账号相同，若账号包含@，建议使用@之前的字符（不含@）。

4. 单击**确定**完成添加。

批量添加空间成员

批量添加空间成员时，添加的成员自动获得分析师角色。

1. 选择☰>**管理中心**>**工作空间**>**空间成员管理**。
2. 单击右上角**添加空间成员**>**批量添加**。
3. 在弹窗中上传包含要添加的成员账号、昵称的Excel文件。文件模板可单击**获取批量添加组织成员信息模版**获取。

> **说明**
>
> 昵称支持中文、英文、数字和下划线（_），不允许为纯数字，长度限制1~32个字符，必须在空间中唯一，可与账号相同，若账号包含@，建议使用@之前的字符（不含@）。

4. 单击**确定**完成添加。

管理空间成员

添加空间成员后，成员展示在空间成员列表中，显示其昵称、用户组、角色等信息，如下图所示。

> **说明**
>
> 若您未为账号设置昵称，系统将默认以账号作为昵称，若账号包含@，则以@之前的字符（不含@）作为昵称。

您可以对成员进行以下管理操作：

> **说明**
>
> 组织管理员是系统初始化时定义的管理员用户，具有所有操作的权限，默认作为空间成员展示在列表中，但无法对其进行任何管理。

- 编辑：单击 图标，在弹窗中为成员修改昵称，添加、移除角色，单击**确定**。

- 移除：单击 图标，在弹窗中选择空间中的另一成员作为该成员作品的受让人，单击**确定**。该成员从空间移除，其作品的所有权转移给受让人。

- 角色设置：勾选或全选成员，单击**角色设置**，在弹窗中选择角色，单击**确定**，批量将角色添加到成员。

每选择一个角色，会将各成员的权限和所选角色分别做比较，若某成员已有该角色的全部权限，将提示是否确定为该成员添加该角色。单击**取消添加**，则该成员不添加该角色，其他成员正常添加该角色；单击**继续添加**，所选成员都添加该角色。

- 角色回收：勾选或全选成员，单击**角色回收**，在弹窗中选择角色，单击**确定**，批量将角色从成员回收。

  若成员包含选中的角色，则回收；若成员不包含选中角色，或仅剩最后一个角色，则不回收。

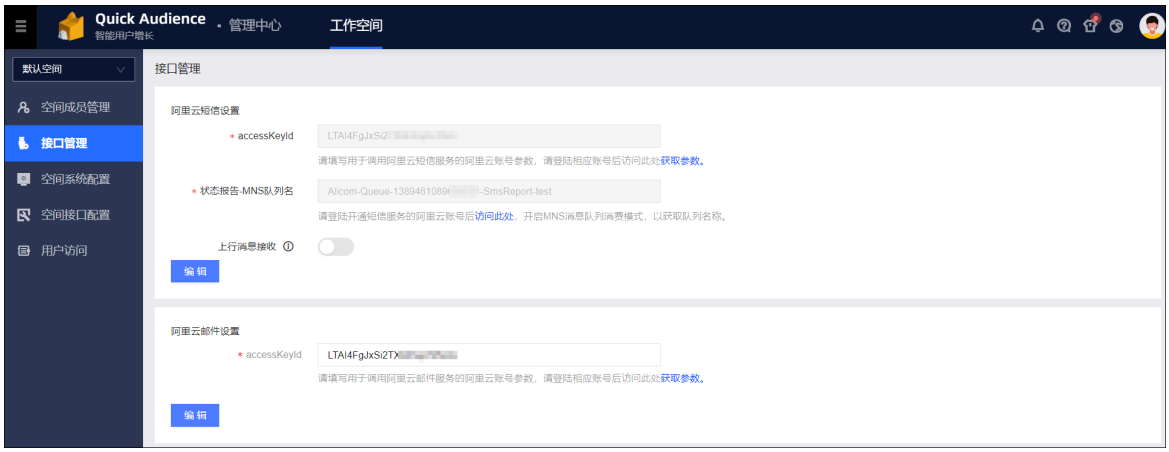
16.2.2. 接口管理

16.2.2.1. 配置阿里云短信邮件接口

配置阿里云短信、邮件接口，以便在用户营销模块中使用阿里云短信、邮件发送服务。需要主账号已开通阿里云短信、邮件发送服务。

操作步骤：

1. 选择☰>**管理中心>工作空间>接口管理**。



2. **阿里云短信设置**：单击**编辑**，输入accessKeyId、accessKeySecret和状态报告-MNS队列名；若需要接收用户回复的短信，则开启**上行消息接收**开关，输入上行消息-MNS队列名，选择上行消息回流数据源。单击**保存**完成配置。

- accessKeyId、accessKeySecret：可以登录使用阿里云短信服务的主账号后，单击**获取参数**，跳转到相应页面获取，请参见获取AccessKey。

- 状态报告-MNS队列名、上行消息-MNS队列名：可以登录开通阿里云短信服务的主账号后，单击**访问此处**，跳转到相应页面获取，如下图所示。

- 上行消息回流数据源：用于存储收到的用户回复的短信，仅支持ADB3.0和ADB PG类型的组织数据源。

3. **阿里云邮件设置**：单击**编辑**，输入accessKeyId和accessKeySecret。单击**保存**完成配置。

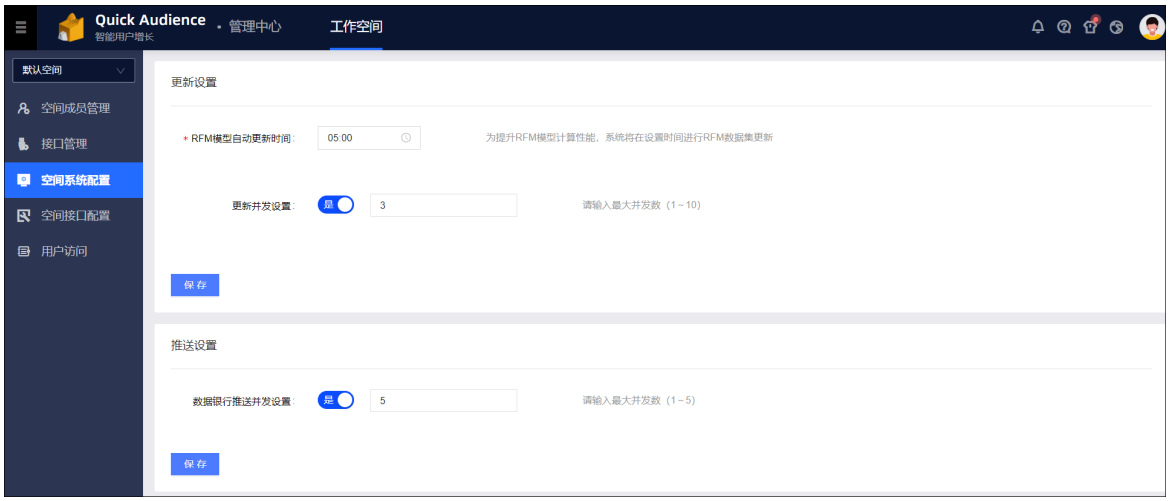
- accessKeyId、accessKeySecret：可以登录使用阿里云邮件服务的主账号后，单击**获取参数**，跳转到相应页面获取，请参见获取AccessKey。

16.2.3. 空间系统配置

基础版中，空间配置管理包括更新设置（RFM模型自动更新时间设置、更新并发设置）、数据银行推送并发设置。

操作步骤：

1. 选择☰>**管理中心**>**工作空间**>**空间系统配置**。



2. **更新设置**：设置RFM模型自动更新时间，进行更新并发设置，单击**保存**完成设置。
   - 设置RFM模型自动更新时间后，空间内所有RFM模型都将每天在该时间开始自动更新。
   - 为防止受众自动周期更新任务因并发数过多而执行失败，系统默认更新最大并发数为3。您可以将最大并发数设置为1~10的整数。不建议关闭更新并发设置。
3. **推送设置**：为防止推送任务因并发数过多而执行失败，开启数据银行推送并发设置，并设置最大并发数，设置范围为1~5的整数，单击**保存**完成设置。

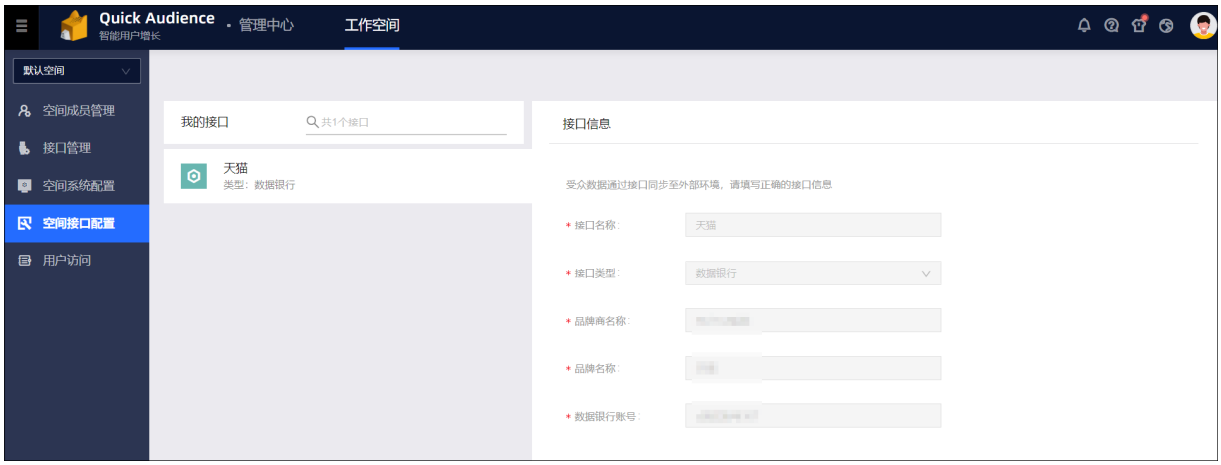
   数据银行推送并发设置将对空间内所有推送用户标签数据集或受众到数据银行的任务生效，不论由哪个用户发起。

16.2.4. 空间接口配置

基础版中，若已配置数据银行推送接口，您可以在此查看接口信息。数据银行接口的配置操作，请参见绑定数据银行。

> **说明**
>
> 仅全域天攻试用基础版支持数据银行推送，可配置数据银行接口。

选择☰>**管理中心>工作空间>空间接口配置**，单击接口名称，即可查看接口信息，如下图所示。



16.2.5. 用户访问

用户访问展示用户使用用户洞察和用户营销模块的关键指标统计数据，以及用户下载受众的明细记录。

用户访问统计

选择☰>**管理中心>工作空间>用户访问>用户访问统计**，页面如下图所示。

页面展示空间成员使用用户洞察和用户营销模块的访问天数、页面点击数，创建数据集、受众，推送到数据银行，私有化、广告营销任务发送等的次数统计数据。

默认展示当月所有账号的访问统计数据。数据均不含当日，每日早2点计算更新数据。

您可以进行以下操作：

- 指定统计月份：在页面左上角选择统计月份，查看该月份的访问统计数据。
- 指定账号：从下拉列表选择一个空间成员，查看该成员的访问统计数据。
- 导出：单击**导出**，导出当前查询条件下的访问统计数据。
- 排序：单击统计指标后的 ⇕ 图标，将按该指标进行正序或倒序排序。

用户下载明细

选择☰>**管理中心>工作空间>用户访问>用户下载明细**，页面如下图所示。

页面展示空间成员下载受众的明细记录。

默认展示当月所有账号下载受众的明细记录。您可以进行以下操作：

- 指定统计月份：在页面左上角选择统计月份，查看该月份的受众下载明细。
- 指定账号：从下拉列表选择一个空间成员，查看该成员的受众下载明细。
- 导出：单击**导出**，导出当前查询条件下的受众下载明细。

17.常见问题

17.1. 常见问题列表

我们将对以下使用中的常见问题进行解答。

账号、登录常见问题

- Quick Audience推荐使用哪些浏览器？
- 如何向其他账号授权使用Quick Audience？
- 为什么我输入了正确的账号密码，仍提示登录名或登录密码不正确？

用户洞察常见问题

- 数据集列表中的那些图标代表什么含义？
- 如何使用他人创建的数据集进行数据分析？
- 除了受众筛选，还有哪些受众生成方式？
- 受众列表中的那些图标代表什么含义？
- 如何同步数据源中的最新数据？
- 哪些原因会导致数据集、受众更新失败？
- 推送到数据银行、达摩盘提供ID加密类型选项，Quick Audience有加密功能吗？
- 数据集页面有的数据集不是我创建的，怎么回事？

用户营销常见问题

- 私有化营销与广告营销这两种类型有什么区别？
- 天弓智投、巨量引擎等推送任务提供AES加密开关，Quick Audience有加密功能吗？
- 短信营销中的推广短信与短信通知有什么区别？
- 创建短信、邮件营销任务时，选择模板后修改了模板内容，新的内容要审核吗？
- 对于短信、邮件营销任务，模板审核会不会影响发送短信、邮件的时间？
- 自动化营销有没有可供参考的案例？

媒体回流常见问题

- 怎么使用媒体回流得到的广告数据？
- 媒体回流的报表数据是实时的吗？

分析洞察常见问题

- 在业务洞察页面打不开报表怎么办？

17.2. 账号、登录常见问题

本文汇总了账号、登录相关的常见问题。

Quick Audience推荐使用哪些浏览器？

推荐使用Chrome浏览器60及以上版本，以便完美支持Quick Audience各功能。

如何向其他账号授权使用Quick Audience？

无论是主账号，还是RAM账号（即子账号，不要求属于购买Quick Audience的主账号），均可被授权使用Quick Audience。

- 对于标准版，账号被添加进工作空间成为空间成员，并被赋予空间角色，即可在该工作空间，在角色权限范围内使用Quick Audience。

  授权操作可由组织管理员、空间管理员进行，请参见组织成员管理、空间成员管理。

- 对于基础版，组织内仅有唯一的工作空间——默认空间，账号被添加进默认空间成为空间成员，并被赋予角色，即可在角色权限范围内使用Quick Audience。

  授权操作可由管理员进行，请参见空间成员管理。

为什么我输入了正确的账号密码，仍提示登录名或登录密码不正确？

若您在登录页面输入账号密码后，提示登录名或登录密码不正确，请：

1. 再次尝试登录，确保您正确输入。
2. 如果您的账号格式是*<用户名>@<默认域名>*或*<用户名>@<企业别名>*，则该账号为RAM账号，需要从RAM用户登录入口登录，并且在输入账号时确保输入带有@符号后所有字符的完整账号。
3. 如忘记账号、密码，可以单击**忘记密码**、**忘记会员名**尝试找回。

17.3. 用户洞察常见问题

本文汇总了用户洞察相关的常见问题。

数据集列表中的那些图标代表什么含义？

数据集列表按数据集更新时间排序，如下图所示。

名称	种类	创建者	创建时间	更新时间	数据源	操作
adb3标签权限测试 behavior_fact_table_for_test1	用户标签数据集	测试1	2021-03-26 14:51:21	2021-04-14 15:10:22	adb3.0	
test_delete_c8 df_user_youqi_copy8	AIPL模型	测试1	2021-04-09 10:13:33	2021-04-13 18:04:46	yqADB3.0	
aiplbehavior behavior_fact_table_for_test1	行为数据集	测试1	2021-04-09 14:55:28	2021-04-09 14:55:28	pg	
songlei-test a_trade_user_detail	RFM模型	测试1	2021-04-04 11:52:17	2021-04-04 11:52:17	ADB2	
测试标签数据集3333 feijun001	商品标签数据集	测试1	2021-04-02 18:52:24	2021-04-02 19:22:18	adb3.0	

数据集列表中的常见图标有：

- ：默认数据集图标，分析和筛选页面将默认使用该数据集。
- ：数据集计算或更新失败时，将显示该图标，鼠标移动到图标上，将显示失败原因。
- ：已设置自动更新的数据集显示该图标，鼠标移动到图标上，将显示更新方式。
- ：在数据集自动更新后，如发生数据集中的字段被删除的情况，将显示该图标，鼠标移动到图标上，将显示被删除的字段。

此外，数据集名称下方为该数据集来源的数据表名称，数据表所在的数据源显示在数据源一列。数据集的配置详情，可单击数据集名称进入详情页面查看。

如何使用他人创建的数据集进行数据分析？

除管理员、数据集创建者外，其他用户需要使用数据集时，均需要相应的授权。

授权类型有：

- 管理权限：被授予管理权限的用户，可对数据集进行管理和使用，包括编辑数据集，对数据集进行用户分析，在数据集中筛选生成新的受众等。
- 使用权限：拥有数据集使用权限的用户，仅可使用数据集，不可对数据集进行管理。使用数据集包括对数据集进行用户分析，在数据集中筛选生成新的受众等，不包括编辑数据集等对数据集本身的管理操作。
- 行级权限：数据集启用行级权限控制后，只有被授权的用户可使用通过指定字段的值筛选后的行。若指定多个字段，则被授权的行同时满足多个字段的取值要求。

授权操作需要由管理员、数据集创建者或被授权数据集（除行为数据集外）管理权限的用户完成，请分别参见管理权限设置、使用权限设置、行级权限设置。

除了受众筛选，还有哪些受众生成方式？

除受众筛选功能外，还支持：

- 通过受众交并功能，利用已有受众进行交、并、差计算，生成新受众，请参见受众交并。
- 通过复制受众功能，获得与原受众相同的新受众，请参见复制受众。
- 通过上传受众功能，将CSV或TXT格式的用户ID列表上传为受众，请参见上传受众。
- 通过从数据源读取用户ID数据表，生成受众，请参见从数据源创建受众。
- 在进行用户分析时，可以将分析图表中的部分图形所代表的人群创建为新的受众或者添加至已有受众，请参见用户分析。
- 在执行非自动化的短信营销、邮件营销、PUSH营销任务后的7天内，在任务详情页面，可以将指定发送结果的用户生成为受众，请参见短信营销任务管理、邮件营销任务管理、PUSH营销任务管理。
- 在特定人群触发的自动化营销任务中使用生成受众组件，可以将上游传递的人群生成为受众，请参见营销动作-生成受众组件。
- 在成功执行复购预测任务、货品推荐任务后，可以分别将获得了您期望的复购预测结果或商品匹配度结果的用户保存为受众，请参见复购预测、货品推荐。
- 在查看分析报表时，通过圈选报表中的图形，将对应的人群圈选为受众，请参见分析看板。

受众列表中的那些图标代表什么含义？

受众列表按受众更新时间排序，如下图所示。

名称	关联子活动	人群来源	人群规模	创建时间	更新时间	创建者	执行状态	操作
limai_rfm_test_1 new	wq_test 3	受众交并	2,371	2021-06-28 20:51:16	2021-06-28 20:52:42	测试1	执行成功	
行为筛选	test002 2	行为筛选	2	2021-06-28 20:35:26	2021-06-28 20:36:31	测试1	执行成功	
受众透视分析	test002	标签筛选	15,033	2021-06-28 20:34:00	2021-06-28 20:35:10	测试1	执行成功	
周期生_20210628_1624866784	-	手动上传	1	2021-06-28 15:53:04	2021-06-28 15:54:13	测试1	执行成功	
多选	子活动 2	手动上传	0	2021-06-28 10:01:11	2021-06-28 10:01:12	测试1	执行失败	

受众列表中的常见图标有：

- new：表示新受众，受众创建后24小时内带有该图标。
- ＋：表示受众更新时生成了快照，单击图标展开快照列表。
- 7：表示有多个关联子活动，鼠标悬停将显示所有关联子活动。
- ：对于人群来源为受众筛选、受众交并、分析洞察报表的受众，鼠标移动到图标上，将显示受众筛选的筛选条件、计算方式（来源数据集名称请在编辑页面查看），受众交并的来源受众、计算方式，或从分析洞察报表圈选生成的受众的来源表、数据源和查看SQL语句按钮。
- ：已设置自动更新的受众显示该图标，鼠标移动到图标上，将显示更新方式。
- ：受众计算或更新失败时，将显示该图标，鼠标移动到图标上，将显示失败原因。
- ：受众计算或更新成功时，将显示该图标。
- ：已设置空间的更新并发数，超过限制的受众在排队等待更新，显示待执行图标。

如何同步数据源中的最新数据？

数据集、受众创建后，如数据源中的数据已更新，您可以通过更新数据集、受众将最新数据同步到Quick Audience，否则用户分析、受众分析时只能使用滞后的数据，分析结果可能不能反映用户当前情况。

- 更新数据集：
  - 用户标签数据集、商品标签数据集、RFM模型、AIPL模型均支持手动更新、周期更新，更新操作请分别参见管理用户标签数据集、管理商品标签数据集、管理RFM模型、管理AIPL模型。
  - 行为数据集不支持更新。
- 更新受众：
  - 受众支持手动更新、周期更新，更新操作请参见更新与快照。

> **说明**
>
> 由于更新受众时，不会自动触发其来源数据集的更新，因此您需要先更新数据集，数据集更新完成后再更新受众，才能成功将数据源中的最新数据同步到受众。

哪些原因会导致数据集、受众更新失败？

数据集、受众更新失败时，将显示失败图标，请将鼠标移动到图标上方查看具体失败原因。

常见失败原因包括：

- 无相应数据的权限，可能是组织数据源的数据源表授权设置发生了变更，特别是数据表启用行级权限控制后，需要给所有工作空间针对全部受控字段设置授权值，否则工作空间取不到数据。请组织管理员检查授权情况，参见授权组织数据源。
- 底层数据表不存在，可能是数据表被重命名、删除。请检查底层数据表。

- 数据源的密码发生了变更，但新密码未更新到Quick Audience的数据源配置中，此时基于该数据源的所有数据集、受众更新都将失败。请组织管理员更新组织数据源的密码，空间管理员更新空间数据源的密码。
- 执行SQL出错。原因可能是资源被占导致执行失败，建议稍后重试。

推送到数据银行、达摩盘等时提供ID加密类型选项，Quick Audience有加密功能吗？

在推送到数据银行、达摩盘等时选择ID加密方式：MD5、SHA256、AES、未加密，是选择您表中存储的ID字段是否已加密，若已加密，选择相应的加密方式，以便后续使用ID字段。具体说明，请参见相应操作文档。

Quick Audience不提供加密功能。如您需要对ID加密，请您自行选择不同加密方式对应的加密工具，或使用自定义函数进行加密。AES加密的自定义函数，请参见AES加密函数。

数据集页面有的数据集不是我创建的，怎么回事？

用户首次使用Quick Audience社交互动、全域会员等模块时，系统将在数分钟内：

- 获得社交互动、全域会员模块的回流数据，数据表存储在配置回流数据源时配置的社交互动回流数据源、全域会员回流数据源中。
- 在默认空间创建相应的“社交互动_*XXX*”、“全域会员_*XXX*”等数据集，创建者显示为“API同步”。

这些数据表、数据集将从每日0时开始自动更新。您可以对数据集进行用户分析、受众筛选、推送，但请勿随意编辑、重命名、移动、删除。

17.4. 用户营销常见问题

本文汇总了用户营销相关的常见问题。

私有化营销与广告营销这两种类型有什么区别？

私有化营销、广告营销均为Quick Audience提供的用户营销手段，其中：

- 私有化营销：支持通过短信、邮件、PUSH、微博、微信、抖音等渠道发送内容。

  Quick Audience执行相应营销任务时，营销内容将触达指定受众或微博、微信、抖音粉丝，并支持营销效果分析。
- 广告营销：支持将受众推送到数据银行、达摩盘，或天攻智投、巨量引擎、腾讯广告、百度信息流、趣媒体等广告平台。

  Quick Audience执行受众推送任务后，相应数据银行、达摩盘或广告平台将接收受众信息。

  如果您希望向这些受众进行广告营销，则需要在相应的广告平台创建广告订单。广告平台向这些受众进行广告营销时，Quick Audience支持分析其营销效果。

天弓智投、巨量引擎等推送任务提供AES加密开关，Quick Audience有加密功能吗？

在受众推送到天弓智投、巨量引擎等渠道时，您需要选择您的受众ID是否已进行AES加密。若受众ID已AES加密，系统将在推送前进行解密，便于渠道使用解密后的受众ID。

Quick Audience不提供加密功能。如您需要对ID加密，请您使用自定义函数进行加密。AES加密的自定义函数，请参见AES加密函数。

短信营销中的推广短信与短信通知有什么区别？

推广短信和短信通知都是Quick Audience支持的短信营销类型。它们的共同点为：

- 均为文本类型的短信，支持插入变量或短链接，短链接可含短参。
- 均支持通过阿里云短信平台、第三方短信平台发送。

它们的区别为：

- 推广短信仅支持插入一个变量或短链接，而短信通知不限制数量。
- 审核标准不同，例如：短信通知不支持发送营销内容，请参见阿里云短信模板规范、第三方短信平台模板规范。
- 计费标准不同，具体费用请参考阿里云短信定价、第三方短信平台定价。

创建短信、邮件营销任务时，选择模板后修改了模板内容，新的内容要审核吗？

若您在创建短信、邮件营销任务页面选择模板并修改内容，系统将为新的内容创建一个新模板，模板名称为当前任务名称。

新模板需要重新审核，审核通过后才能发送。您可以在相应的模板列表中管理新模板。

对于短信、邮件营销任务，模板审核会不会影响发送短信、邮件的时间？

短信、邮件发送前模板必须通过审核，具体规则如下：

- 对于即时发送的短信、邮件营销任务，模板审核通过后立即发送。
- 对于定时发送的短信营销任务，不支持使用审核中的模板，不支持修改模板，仅支持使用已通过审核的模板。
- 对于定时发送的邮件营销任务，由于审核较迅速，支持使用审核中的模板，支持修改模板，模板审核通过后，在设定的时间发送。

自动化营销有没有可供参考的案例？

我们提供了多种自动化营销案例，覆盖转化、促活、沉睡激活三个方面。

在自动化营销任务列表单击右上角的**案例介绍**，即可进入案例。

17.5. 媒体回流常见问题

本文汇总了媒体回流模块相关的常见问题。

怎么使用媒体回流得到的广告数据？

回流数据存储在数据输出配置中的MaxCompute项目中。您可以对其做进一步的数据加工处理，然后同步到ADB数据源中，最后在Quick Audience进行分析应用，包括用户标签数据集创建和进一步的受众筛选、受众营销推送等，实现精准营销。

1. 通过Quick Audience数据研发模块对MaxCompute项目中的数据进行处理后同步到ADB（需要已联合购买Dataphin离线集成版），或使用Dataphin完成同等操作。
   i. 将MaxCompute添加为计算引擎源，将ADB添加为业务数据源。
   ii. 进行数据处理，形成多维度标签。
   iii. 数据同步到ADB数据源中，便于后续在Quick Audience进行分析。
2. 通过Quick Audience用户洞察、用户营销模块进行分析应用：
   i. 将ADB添加为分析数据源。

ii. 使用ADB中的数据新建用户标签数据集。

iii. 从用户标签数据集筛选受众，参见标签筛选。

iv. 利用受众进行受众推送、用户营销等应用。

媒体回流的报表数据是实时的吗？

不是，会有若干分钟延迟。

17.6. 分析看板常见问题

本文汇总了分析看板模块相关的常见问题。

在业务洞察页面打不开报表怎么办？

进入**业务洞察**页面时，若页面不显示已嵌入的Quick BI报表，可能是因为浏览器拦截了第三方Cookie。

此时，您可以尝试修改浏览器的设置，以Chrome浏览器为例，在**设置>隐私设置和安全性>Cookie及其他网站数据**页面，选择**允许所有Cookie**，再刷新**业务洞察**页面。

18.相关服务

18.1. QuickAudience服务关联角色（资源包授权）

本文为您介绍QuickAudience服务关联角色AliyunServiceRoleForQuickAudienceResourcepackIntegration应用场景，以及如何删除服务关联角色。

背景信息

QuickAudience服务关联角色AliyunServiceRoleForQuickAudienceResourcepackIntegration是在某些情况下，为了完成QuickAudience自身的某个功能，需要获取其他云服务的访问权限，而提供的RAM角色。更多关于服务关联角色的信息请参见服务关联角色。

应用场景

QuickAudience与媒体回流资源包、品牌高潜预测资源包、商品匹配推荐资源包联合售卖时，为了正常使用资源包，需要在QuickAudience获取用户的资源包购买记录，因此通过该服务关联角色进行功能授权。

AliyunServiceRoleForQuickAudienceResourcepackIntegration介绍

角色名称：AliyunServiceRoleForQuickAudienceResourcepackIntegration

角色权限策略：AliyunServiceRolePolicyForQuickAudienceResourcepackIntegration

权限说明：

```
{
      "Effect": "Allow",
      "Action": [
        "BssOpenApi: QueryResourcePackageInstances"
      ],
      "Resource": "*"
    }
```

删除服务关联角色

如果您需要删除AliyunServiceRoleForQuickAudienceResourcepackIntegration，具体操作请参见删除服务关联角色。

18.2. QuickAudience 服务关联角色（ADB授权）

本文为您介绍QuickAudience服务关联角色（AliyunServiceRoleForQuickAudienceAdsIntegration）的应用场景以及如何删除服务关联角色。

背景信息

QuickAudience服务关联角色（AliyunServiceRoleForQuickAudienceAdsIntegration）是在某些情况下，为了完成QuickAudience自身的某个功能，需要获取其他云服务的访问权限，而提供的RAM角色。更多关于服务关联角色的信息请参见服务关联角色。

应用场景

QuickAudience和AnalyticDB for MySQL 3.0联合售卖场景下，QuickAudience将自动完成数据源的创建，该功能实现需要获取在ADB授权（包括创建用户、数据库、编辑白名单等功能授权）。

AliyunServiceRoleForQuickAudienceAdsIntegration介绍

角色名称：AliyunServiceRoleForQuickAudienceAdsIntegration

角色权限策略：AliyunServiceRoleForQuickAudienceAdsIntegration

权限说明：

```
{
      "Effect": "Allow",
      "Action": [
        "adb:DescribeDBClusterAccessWhiteList",
        "adb:ModifyDBClusterAccessWhiteList",
        "adb:CreateAccount"
      ],
      "Resource": "*"
    }
```

删除服务关联角色

如果您需要删除AliyunServiceRoleForQuickAudienceAdsIntegration（服务关联角色），具体操作请参见删除服务关联角色。