

进行快手广告推广后，广告主如何找到ROI好的用户？

产品名称	进行快手广告推广后，广告主如何找到ROI好的用户？
公司名称	广州点赞传媒科技有限公司
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	广州市黄埔区萝岗街道锐丰中心3栋
联系电话	15999978951 15999978951

产品详情

概念说明：

我们期待广告主能够给我们，让快手广告推广

产品形态:现阶段是一个ecpc的方式，干预精排的ecpm。

适用对象：

- 1.广告主投付费出价但是实际对付费用户的质量也做考核，想要ROI更好的用户
- 2.广告主投ROI出价但是起量困难，比较难投起来，转投其他出价但是又对ROI又诉求
- 3.广告主投其他类型出价但是也想要ROI好的用户

如何接入(如何表达质量分给我们)：

广告主已经回传用户真实的付费金额了，我们可以通过用户的付费的总金额来找到优质的人群。(广告主无需任何开发)

广告主可以辅助回传用户的质量分，单独回传质量分的同时也可以回传真实的付费金额，两个数据都需要告知我们。

举例说明：广告主回传质量分并带有判断。这个人是一个高价值用户给我们回传0.5的质量分。

对接要注意的问题

系统要使用付费金额折算成质量分的方式来对接，不要回传非真实的付费金额，这样会影响模型训练。付费金额折算方式，都需要广告主全量回传，这样模型训练的快

要单独测试广告主保障实验的效果和广告主的投放。真实的付费金额需要告知我们，我们

4.回传的质量分，质量分的分布比例看广告主自身的ROI考核

果没有的话需要单独告诉。付费金额需要确保数据的前链路回传了激活、唤端、表单三者之一，如

广告主可能关心的问题

1.是否可以赔付：赔付走ocpm统一赔付。

2.效果如何衡量：有严格的ab实验也支持客户通过vid参数观测效果

3.如何打分：根据客户自己的考核点来，测试期计算口径保持尽量稳定

4.适用范围：目前只对OCPX的售卖方式生效

5.有没有出价方式的限制：除ROI外的出价都可以用