



CTR调研方法创新和探索

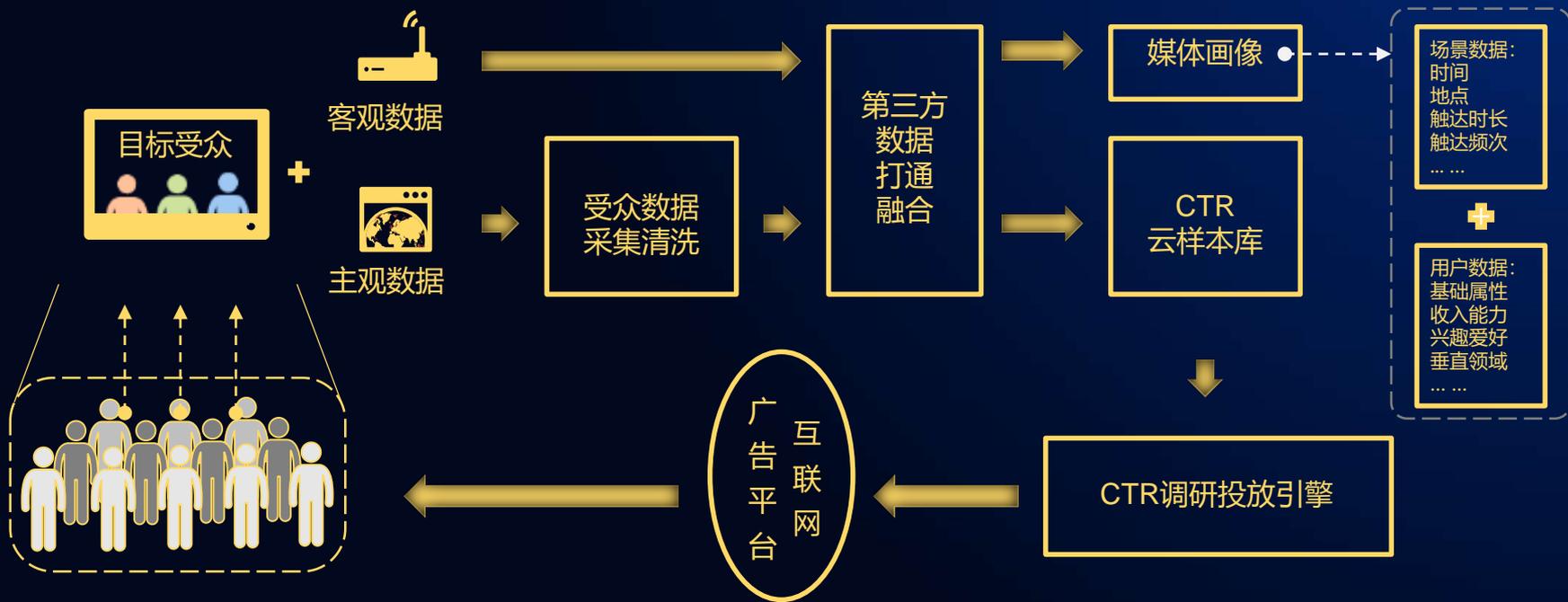
CTR运作及样本中心
付晓东



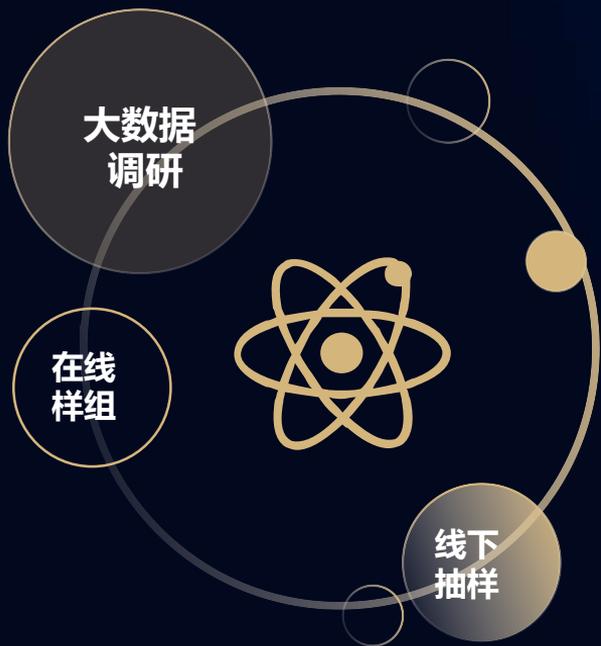
数据驱动 以人为本



CTR用户数据洞察引擎



理论基础



- CTR拥有中国最大的市场调查网络，覆盖全国范围的完备抽样框，年度百万级样本量线下执行
- **CTR 在线社区**严格对标全国网民总体结构，人群属性标签完善，拥有200多万的在线可访用户规模
- **新型调研方法**以CTR人群抽样框和在线样组完备的样本信息为依托，结合大数据平台用户画像，保障样本代表性，实现精准抽样

问卷优化

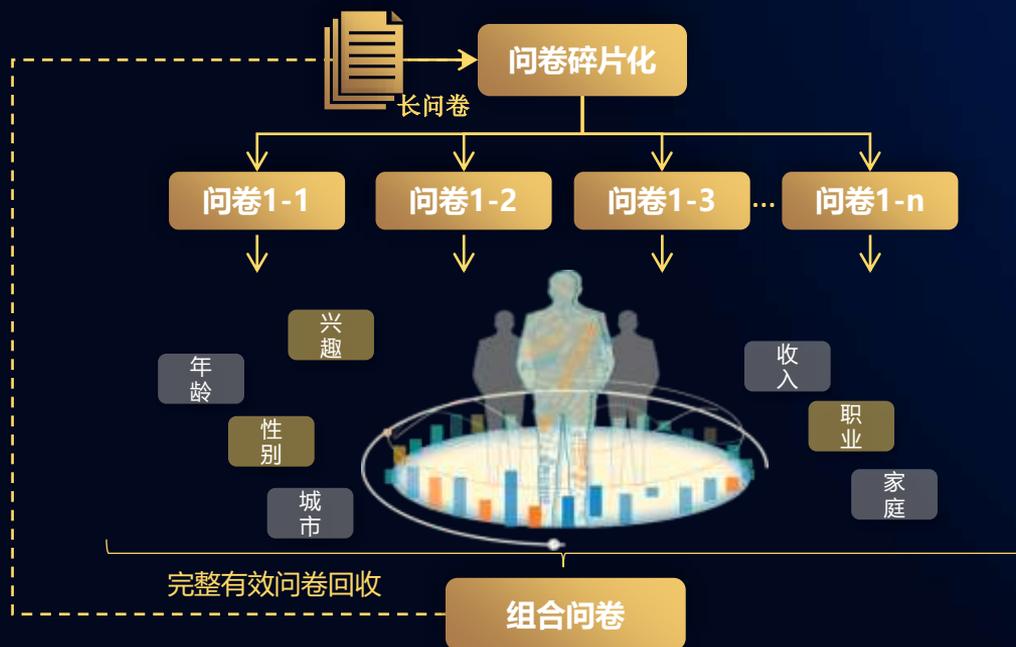


25%



问卷场景化：丰富的问卷场景化模板，趣味触选体验，使用户保持良好参与意愿

问卷优化



- 同源样本多渠道多频率触达
- 相似画像样本群有效触达

精准触达



- 对社区网站、移动调研通、ONEAPP众拍、微信公众号等不同来源真实用户数据分析筛选
- 通过对200万+用户的问卷数据、CATI数据、Meter数据进行建模，构建CTR用户标签库



精准触达



精准触达

人群定向

人口属性（性别、年龄等）、地域分布、个人关注、购买倾向等维度定向目标人群



频次控制

跨媒体频次控制，避免过度重复曝光造成的广告预算浪费现象



媒体定向

根据投放数据筛选效果好的媒体资源，设置定向到该媒体列表的白名单策略



时段定向

根据不同行业或产品的时间性消费特点设置具体的投放时间段，提升单位时间内的投放价值



媒体聚合



整合域内外优质媒体

打造全覆盖媒体矩阵

CTR质量管理体系

ISO9001

2003年3月首次获得
ISO9001质量管理体系
国际认证

ISO20252

项目执行严格参照符合
ISO20252各项服务要
求

科学化理论研究

与一流院校合作开展理论
应用创新研究，多次获得
行业创新研究奖项



科学的问卷设计



有效的技术控制



答题态度控制



真实度验证



数据复核

CTR个人信息安全规范

业务梳理

从运作体系出发，梳理业务流程的个人信息安全现状

构建规范

开展《CTR个人信息安全规范》编制工作，建立更加严格的信息管理制度



标准引进

对《个人信息安全规范》
国标进行培训与解读



完善策略

针对评估现状与运作标准委员会
成员协商可行性的完善策略



规范实施

成立个人信息保护工作小组，与
质管内审部共同推动落实情况

数据融合



数据融合

从“数据”到“人”，“客观数据+主观态度”的融合



应用方向



- 定量类研究项目基本均适用
- 新兴研究类型基本均可支持

应用场景模型



价值分析

覆盖范围广

实现有效用户触达，覆盖
一线至五线城市

精准度高

互联网用户属性标签精准
辨识与抽样



360°全相

大小数据结合，赋能研究建
立完整用户认知



谢谢!