



D to P — 始于数 归于人

CTR运作及样本中心

付晓东



以人为本 数据驱动



覆盖全国的完备抽样框



年度百万级样本执行网络



科学性理论创新研究



构建用户标签库



汇集线上、线下、Meter等各渠道数据资源，构建CTR用户标签库，打造全用户画像体系

全用户标签体系



全面用户认知



通过大小数据结合 建立完整用户认知

多维匹配 精准触达

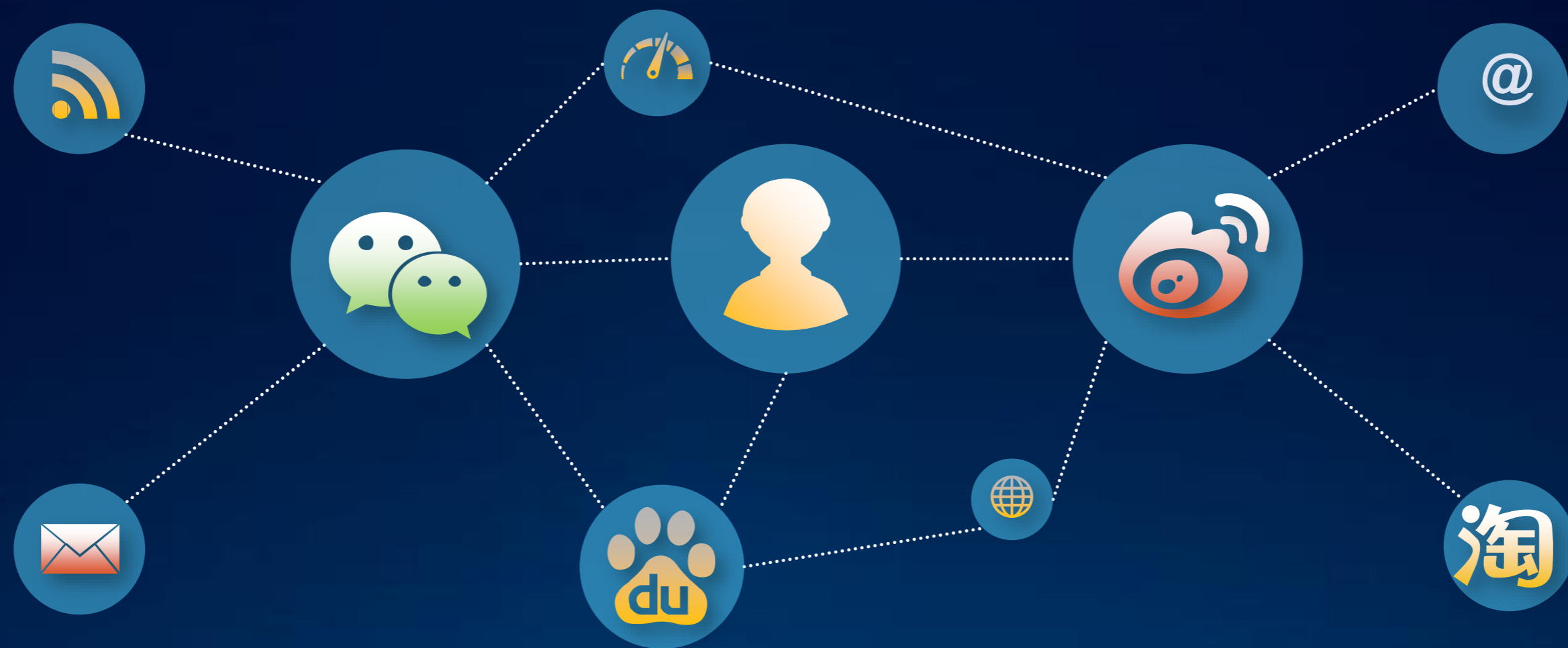


内外部数据结合，多维度筛选条件，向目标用户定向推送问卷

高效触达系统



资源合作



整合域内外优质媒体 打造全覆盖媒体矩阵

应用场景



节目满意度
研究



游戏用户
研究



广告效果
研究



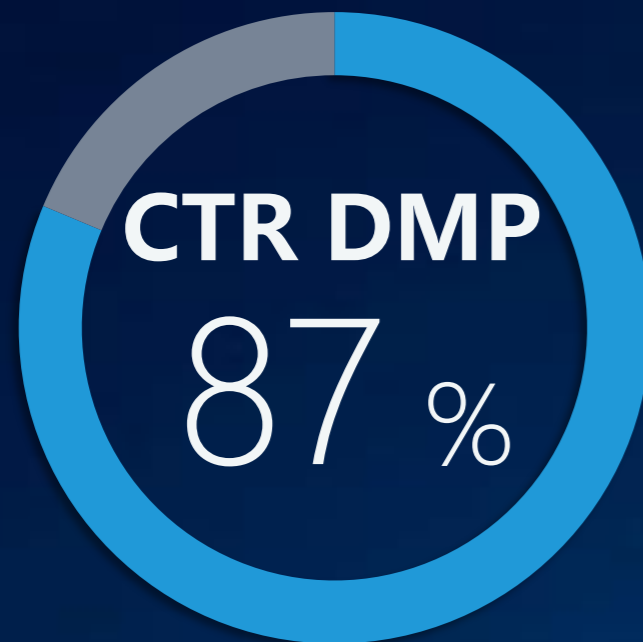
产品爆款
研究



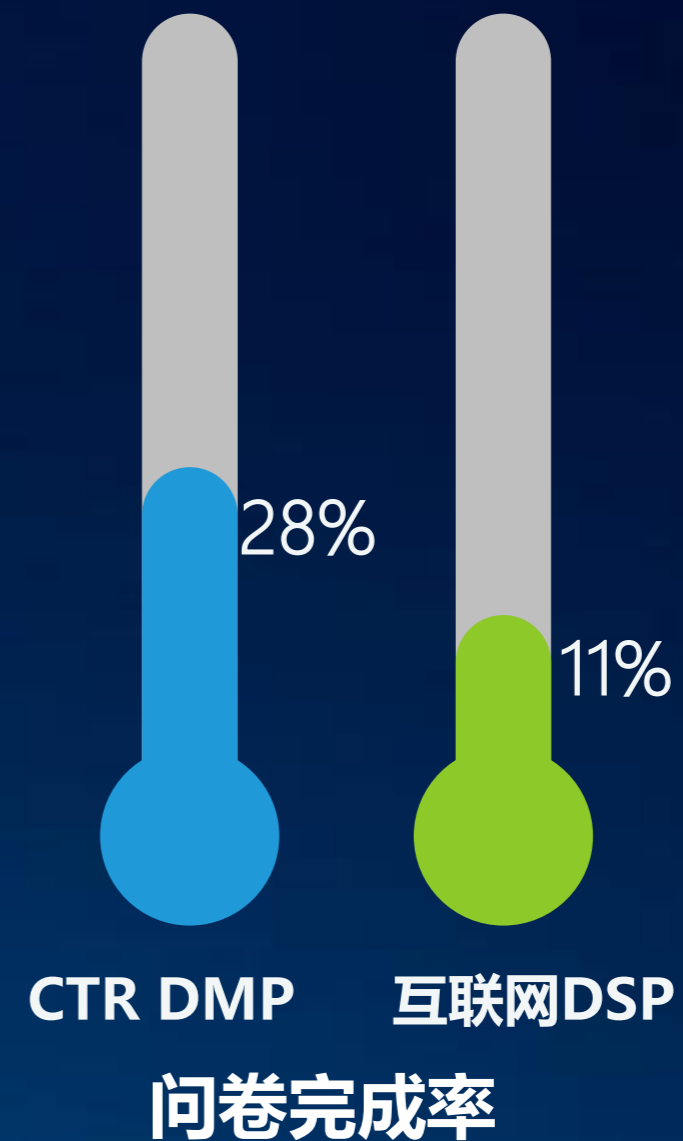
产品投放
测试

实证研究

- 人群要求：一般大众人群
- 城市要求：北上广
- 问卷长度：5-10分钟



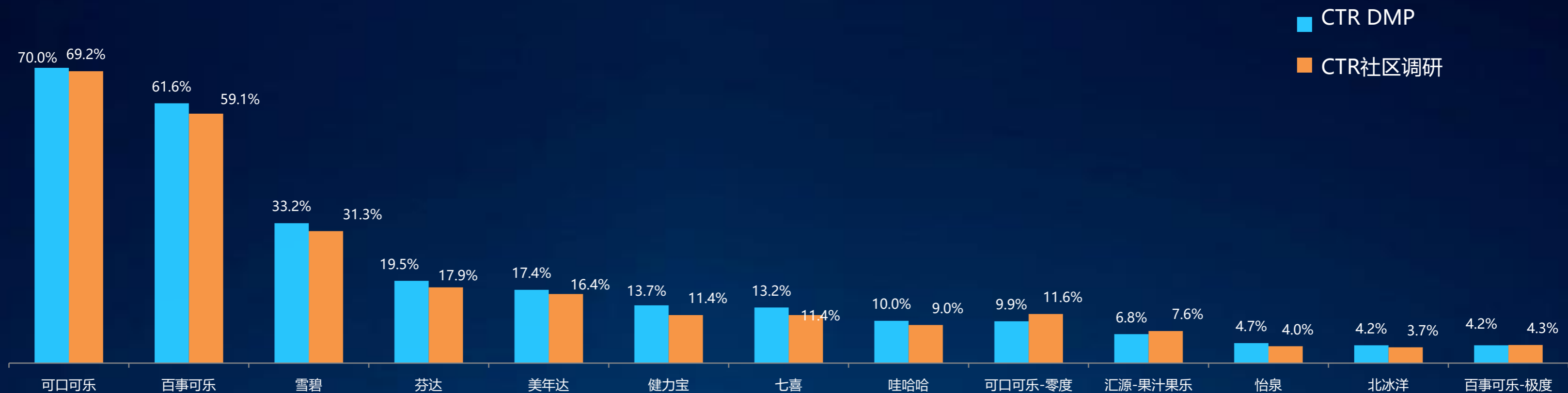
城市触达准确度



➤ 通过CTR自有DMP调研定位更精准，甄别少质量优

实证研究

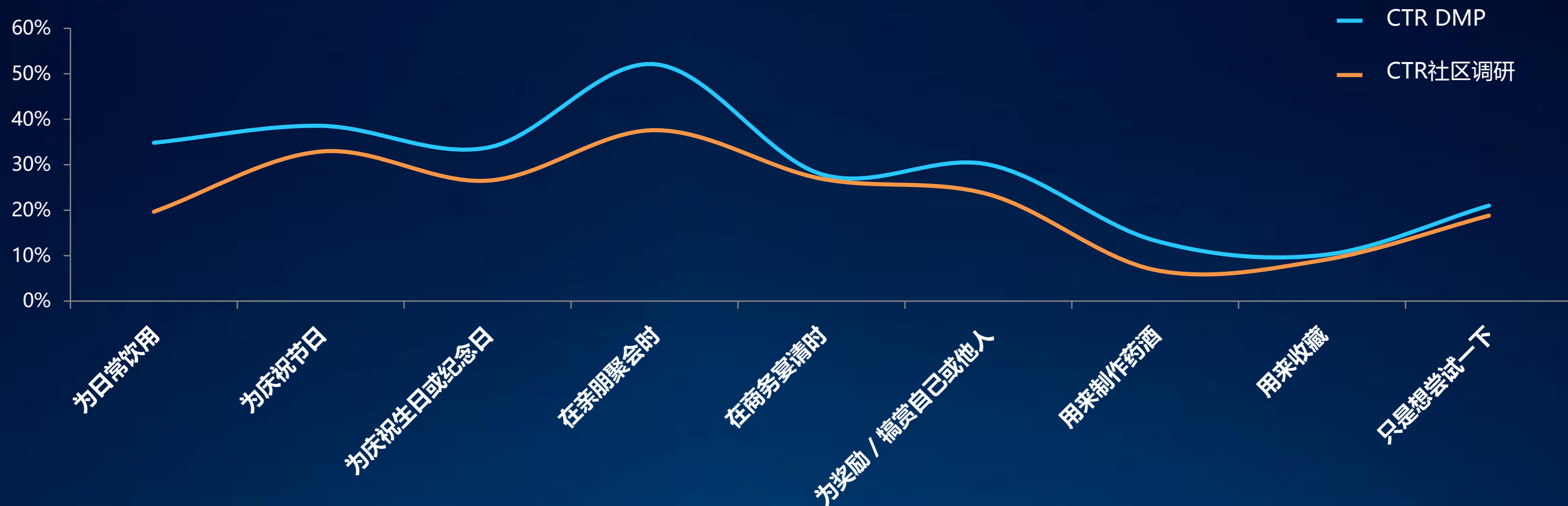
案例：各品牌饮料的市场渗透率研究



➤ 对各品牌进行T检验，通过显著性检验的品牌占比95%，两渠道数据不存在显著差异

实证研究

案例：白酒购买场景研究



➤ 检验发现皮尔逊相关系数达**0.928**，两渠道数据趋势一致，高度相关。

问卷分割研究

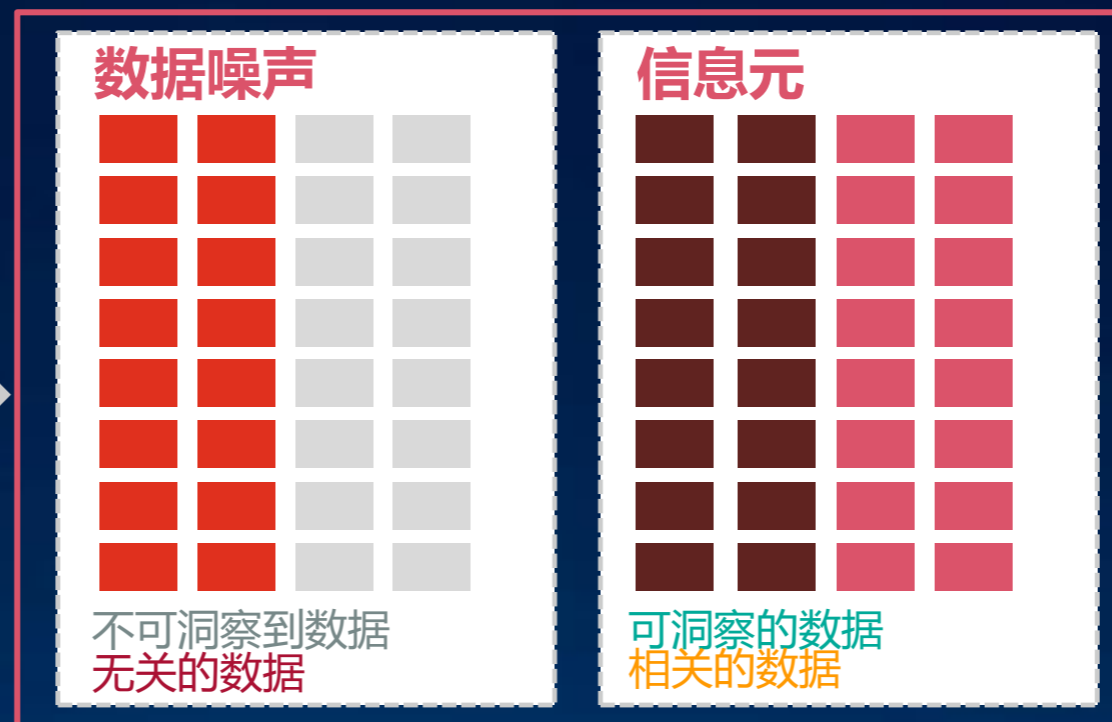
1. 数据碎片



- 可洞察的数据
- 不可洞察到数据
- 相关的数据
- 无关的数据

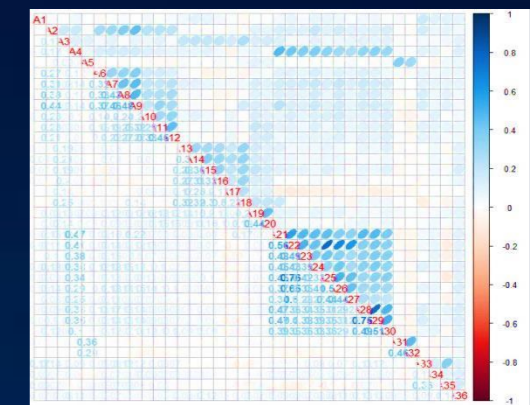
索引
分类

2. 元数据标签



搜索

3. 数据洞察

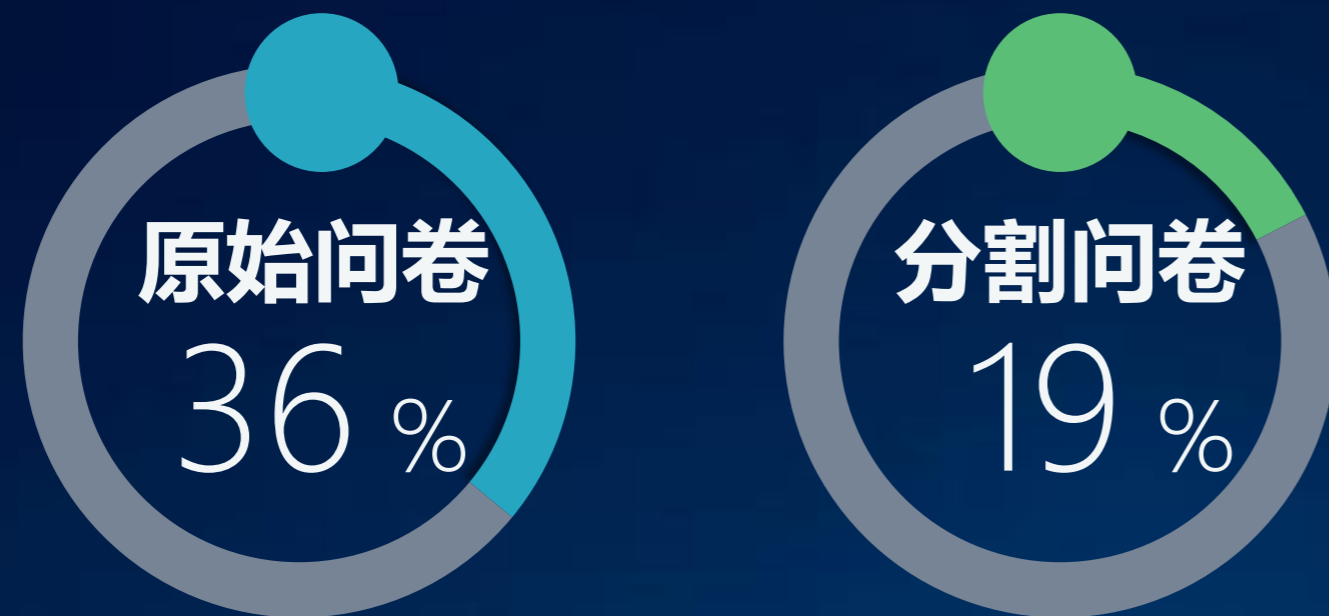


分析与可视化

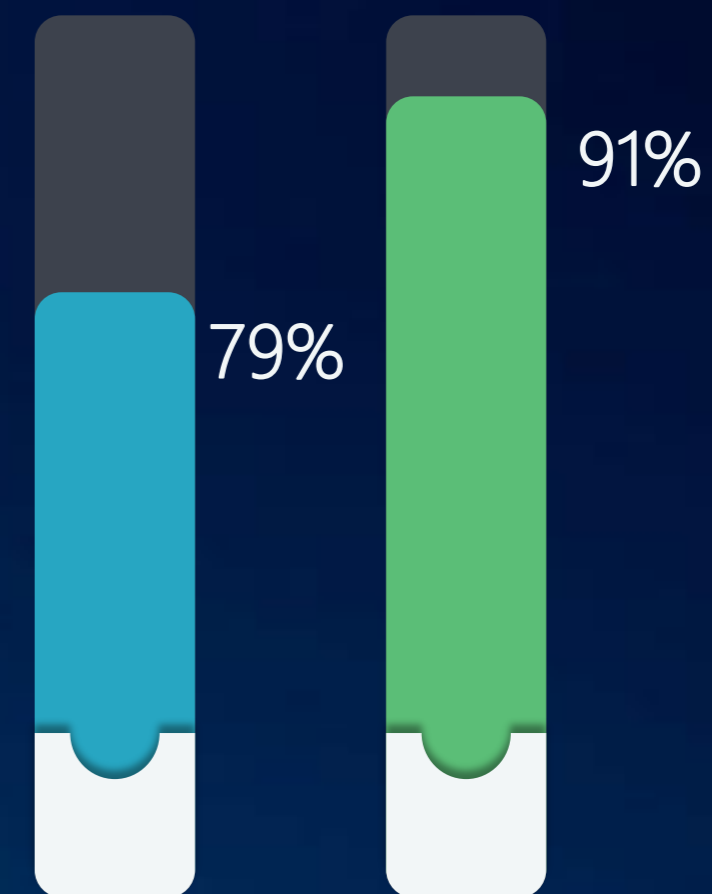
保持原始问卷内部结构、逻辑关系的前提下，利用聚类算法将的问卷分割为若干份短问卷

实证研究

- 原始问卷时长：30分钟
- 分割问卷时长：5-10分钟



问卷填答中途弃答率



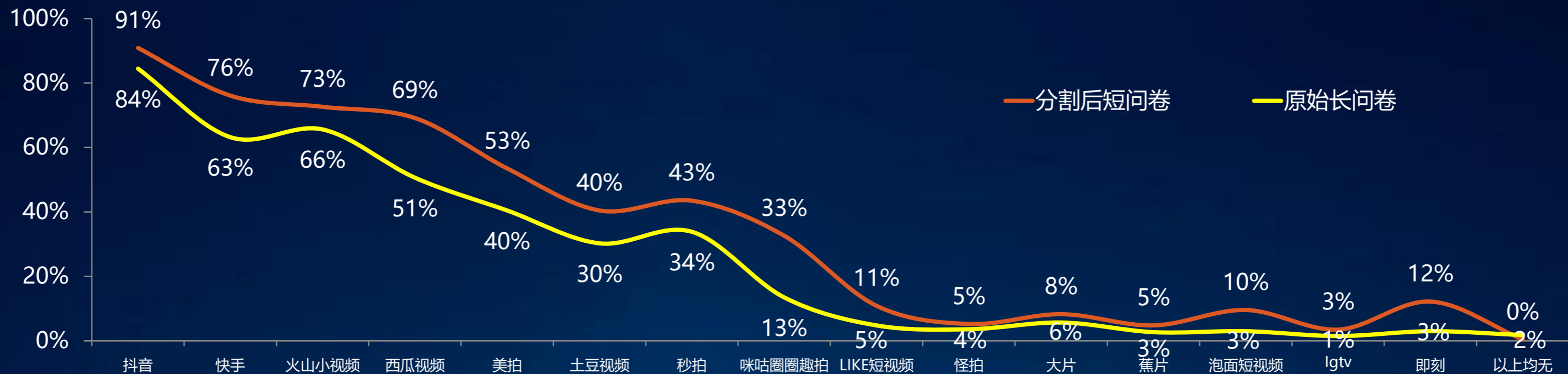
原始问卷

分割问卷

成功填答率

实证研究

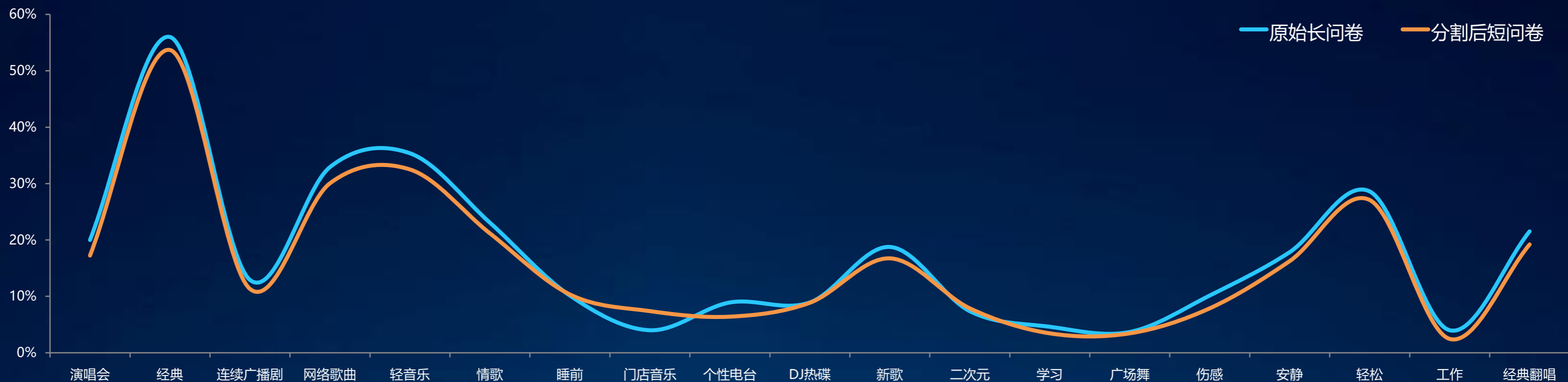
案例：对短视频APP的问卷调查



研究发现：分割后短问卷的选择比例**显著高于**长问卷中的选择比例，用户答题态度明显较为认真，数据质量高于分割前长问卷数据质量。

实证研究

案例：音乐受众研究



研究发现：通过对原始长问卷和分割后短问卷数据进行严格的T检验和卡方检验，发现分割前后的合格数据一致性超过**90%**，两者显著差异率不足**10%**，数据高度一致。

CTR个人信息安全规范

国内法规

严格遵守国家安全法要求，
维护个人信息安全制度

CTR运作标准委员会

公司成立个人信息保护小组，建立严格的信息管理制度



国际标准

深入解读欧盟数据安全要求，
关注最新数据与隐私保护规则



国标规范

依照国标个人信息安全要求，
梳理业务流程规范实施





始于数 归于人

以用户为核心，提供真实洞察数据



THANKS!

