

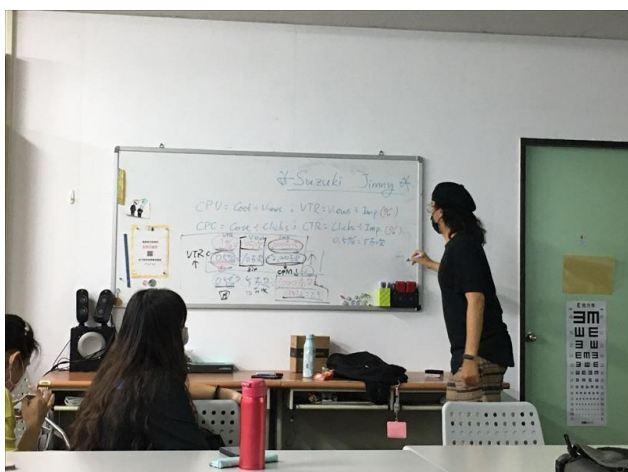


數據分析

時間：2021-10-02

地點：傳播館 Q206

在課堂上，小米老師跟學生們分享了廣告數據上都如何判讀與操作。數位媒體之所以能有更即時的互動、更精準的 TA、以及更完善的 CRM 操作，是因為有數據分析和不斷做流量優化。簡單來說，一個廣告成效好，在於它能符合商業目標、符合廣告展示的載體、商品符合受眾的輪廓、以及針對媒體數據進行對應的調整（媒體成效=目標 X 呈現 X 流量 X 優化）。之後，老師利用網購消費旅程解說流量優化的概念。從中，學生們理解到若沒有消費者在網頁下單，那就要在消費旅程裡往前一個步驟去做分析，看看是不是產品頁的流量不好；若是，那就再往前一步看是不是 landing page 退出率很高，以此類推找出原因。總結來說，學生們學習到如何增強流量、用什麼方式去達到目的（如目標是要讓 TA 了解產品，就利用點擊次數做衡量）。



業師授課



業師與學生們的交流



小組課堂作業討論



大合照