



CTR调研方法创新和探索

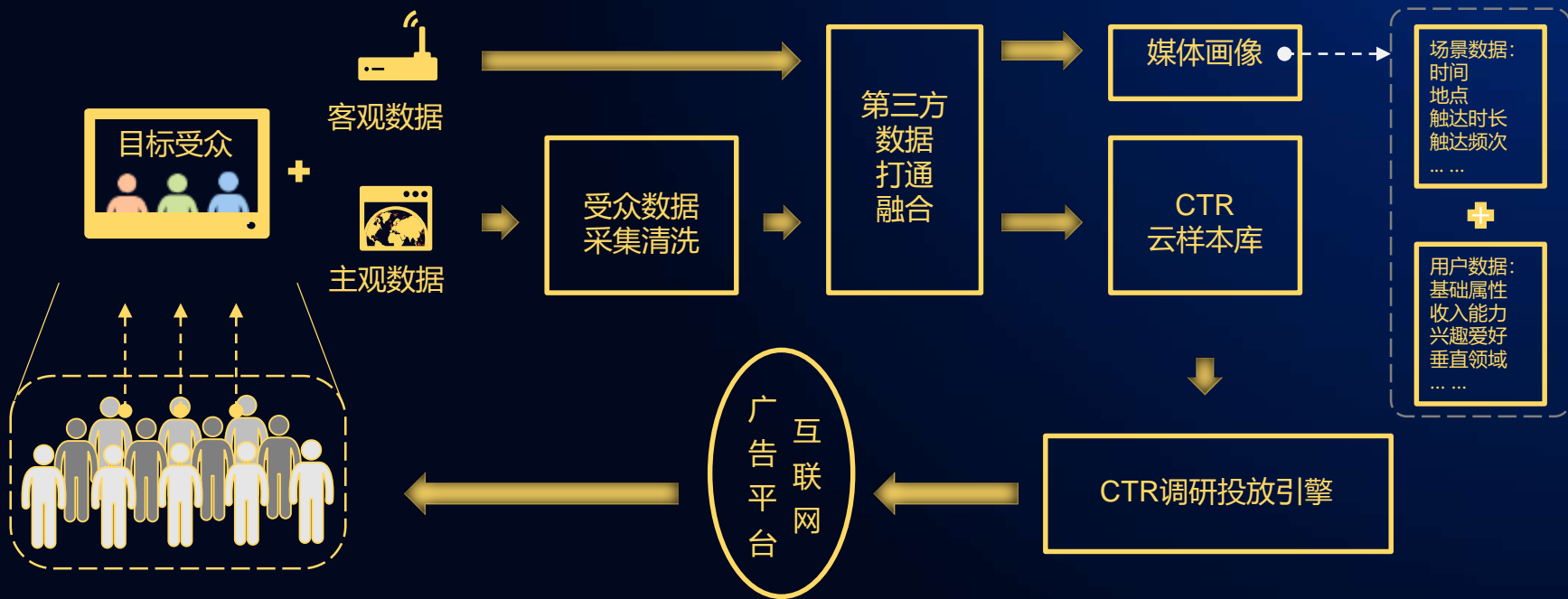
CTR运作及样本中心
付晓东



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

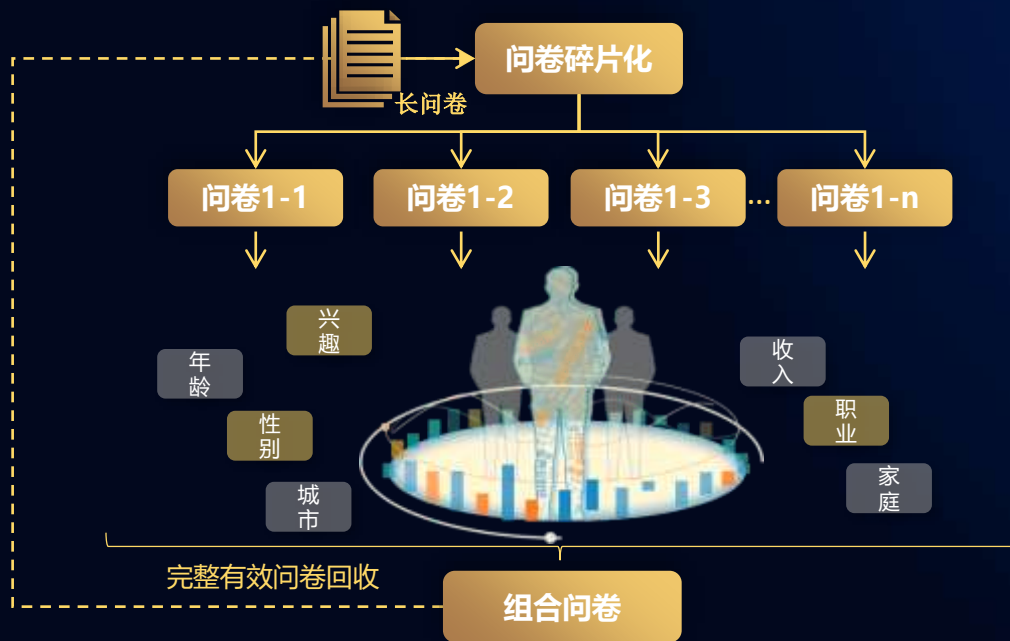


25%



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

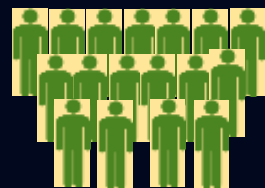
针对评估现状与运作标准委员会
成员协商可行性的完善策略



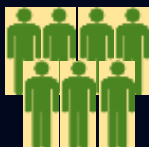
规范实施

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



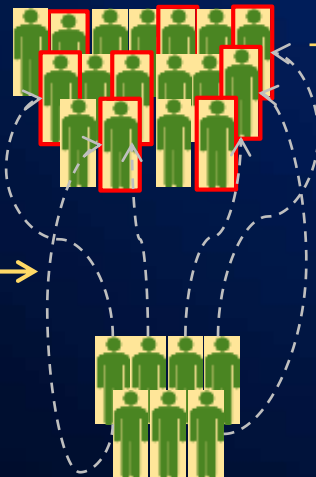
大数据调研



CTR在线社区

倾向得分匹配
决策树样本匹配
贝叶斯网络样本匹配
随机森林模型.....

大数据调研样本匹配



CTR在线社区

目标受众

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!