

# 1 操作指南

## 1.1 快速了解 TE 系统

数数科技以“让数据价值触手可及”为使命，致力于从数据意识、数据方法、数据工具三个层面，帮助企业充分挖掘数据价值，实现数据驱动业务增长闭环，自主研发 TE 系统，快速构建一站式数据增长平台，您可以通过如下模块体验 TE 系统，每个模块的逻辑关系如图 1.1，TE 系统界面展示如图 1.2 说明。

- **数据**：对采集的数据进行接入、管理；
- **分析**：通过已封装的模型进行数据分析；
- **用户**：通过标签和分群对用户进行分层，深入洞察用户画像；
- **运营**：对用户进行个性化运营任务触达；
- **看板**：可视化查看数据分析结果；

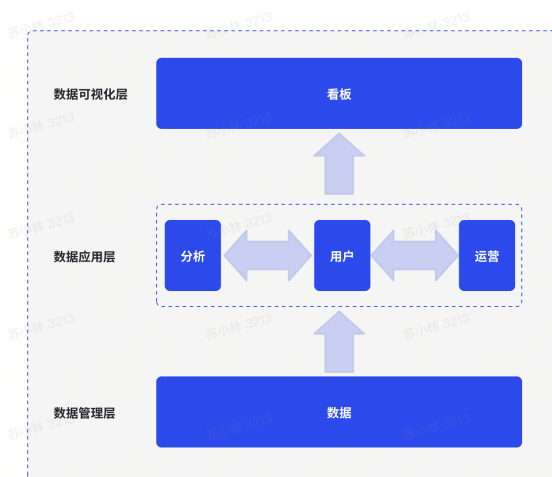


图1.1 模块之间关系说明

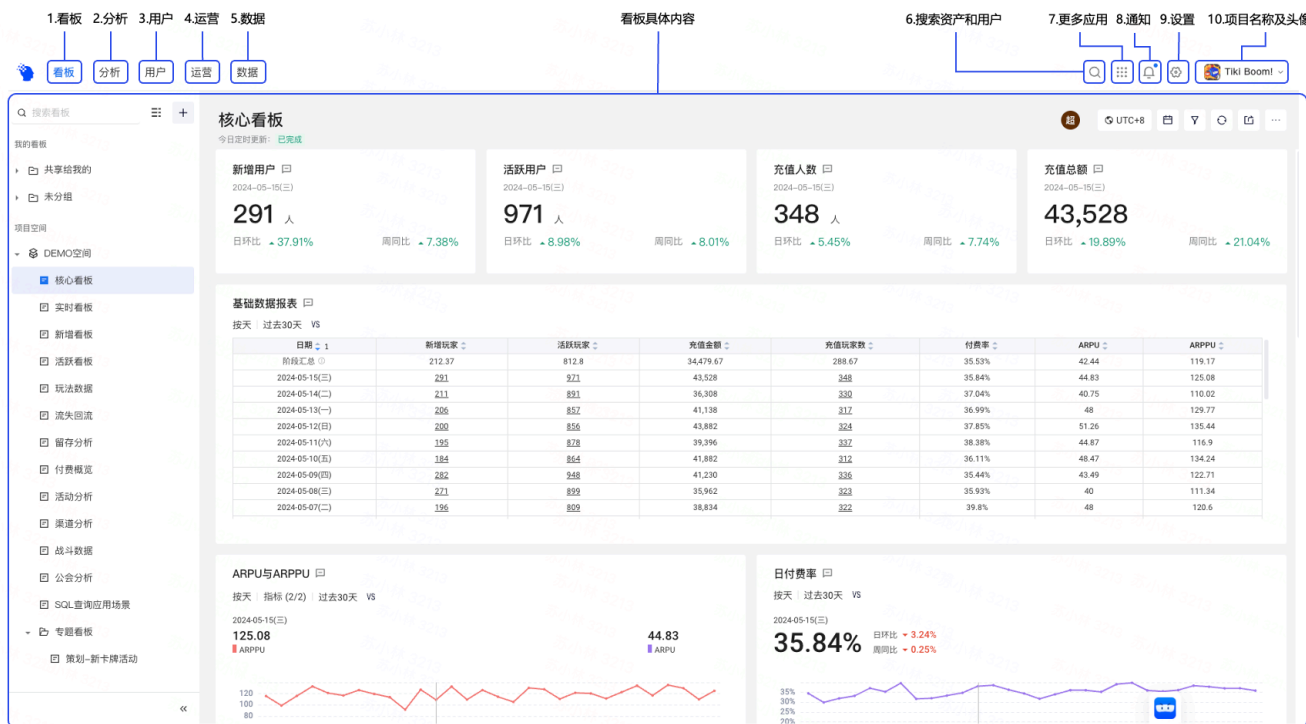


图 1.2 TE 系统界面展示

## 1.2 数据接入至 TE

TE 系统通过全端 SDK 接入游戏内玩家用户数据、行为数据、第三方数据（包括但不限于归因数据、媒体投放数据、广告变现数据等），数据经过相关处理，在底层数据模型为事件表（event 表）和用户表（user 表）。

### (1) 全端 SDK

TE 系统提供全端 SDK 将采集的数据转为 TE 系统需要的 JSON 格式并上报至 TE 系统，具体入口如图，点击左上角数据>数据接入，进入接入数据，数数提供了数种 SDK 满足数据接入需求，您可以根据游戏应用的客户端语言和服务端语言选择对应的 SDK 进行数据接入。

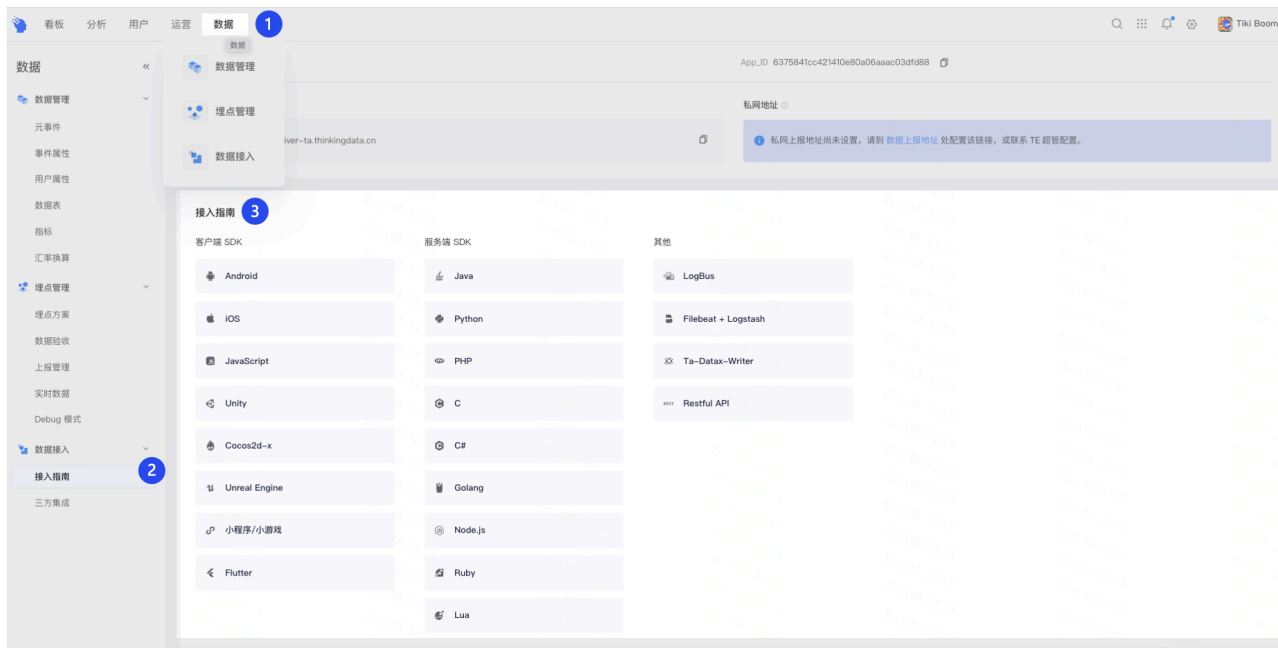


图 2.1 全端 SDK 说明

第三方数据接入范围、数据拉取范围及接入方式可参见文档，点击对应的渠道即可获得对接方法，同时接入过程中，数数技术支持人员会协助第三方数据接入 TE 系统：[合作伙伴集成-解决方案总览](#)，支持的部分平台截图如下：

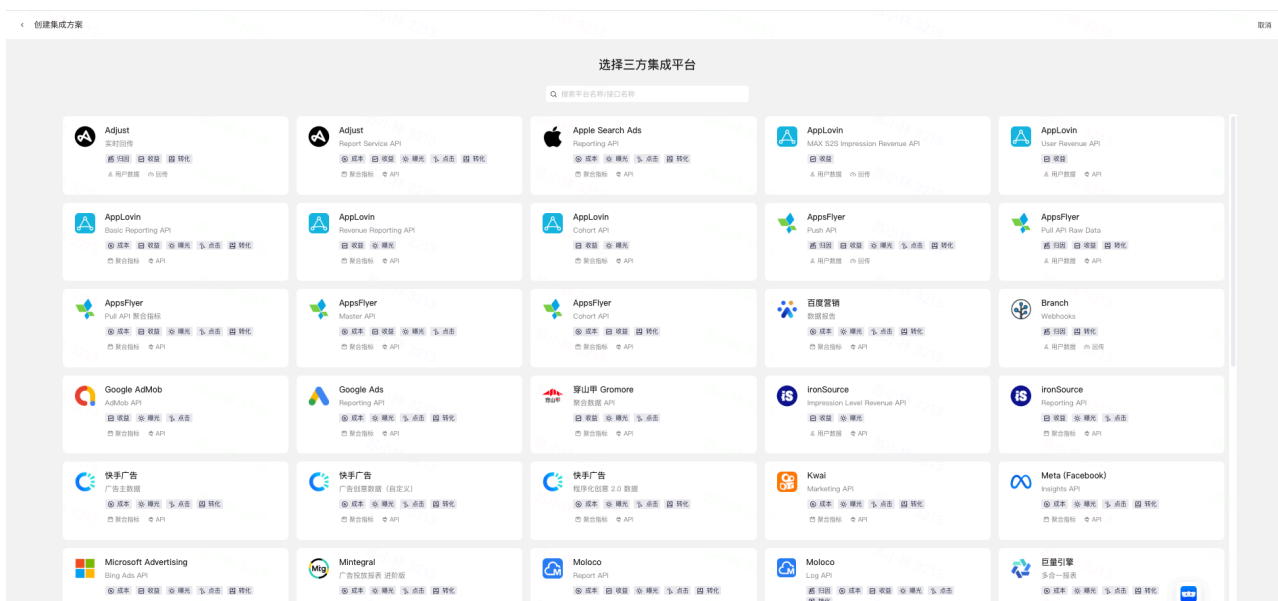


图 2.2 第三方集成平台

## (2) 底层数据

事件表（event 表）和用户表（user 表）的逻辑说明如图 2.2；数据样例如图 2.3，将某用户的购买行为事件转换为一条 JSON，内容包含了什么时间、购买了多少钻石等情况。

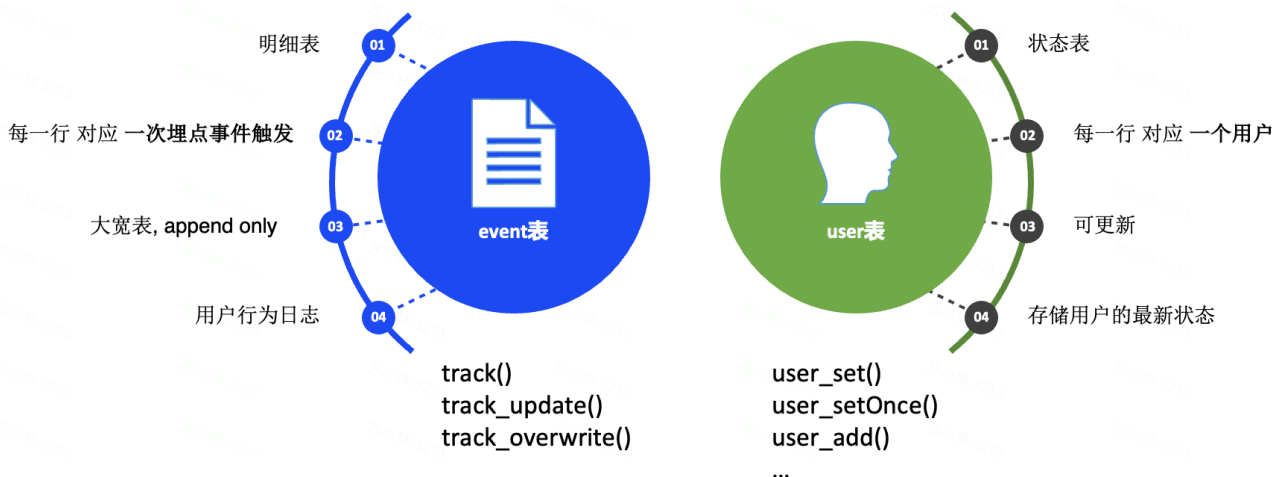


图 2.3 底层数据表说明

```

{
  "#distinct_id": "6D2D5876-3F62-5CDE-A7D7-98D4AE9F30B2",
  "#event_name": "purchase",
  "#time": "2023-09-22 11:39:49.416",
  "#type": "track",
  "#uuid": "B9053D0F-1A06-4EC0-864D-7395450859A6",
  "properties": {
    "#app_version": "1.6.1",
    "#bundle_id": "com.thinkingdata.bombman",
    "#carrier": "",
    "#data_source": "Native_SDK",
    "#device_id": "6D2D5876-3F62-5CDE-A7D7-98D4AE9F30B2",
    "#device_model": "iPad8,6",
    "#device_type": "iPad",
    "#disk": "124.8/228.3",
    "#fps": 26,
    "#install_time": "2023-03-13 19:44:19.685",
    "#lib": "Unity",
    "#lib_version": "2.6.0-beta.1",
    "#manufacturer": "Apple",
    "#network_type": "WIFI",
    "#os": "iOS",
    "#os_version": "16.5",
    "#ram": "1.8/16.0",
    "#screen_height": 834,
    "#screen_width": 1194,
    "#simulator": false,
    "#system_language": "zh",
    "#zone_offset": 8,
    "game_diamond": 1852,
    "game_hp": 608,
    "game_level": 2
  }
}
    
```

图 2.4 上报数据样例

### 1.3 分析：四步上手做分析

分析包含通用模型和场景分析，通用模型有 9 种模型，分别为事件分析、留存分析、漏斗分析、间隔分析、分布分析、路径分析、属性分析、归因分析、SQL 查询；场景分析有排行榜、热力地图 2 种模型，可以根据分析的需求不同选择不同的模型，通过四步做分析，分别是：

- 步骤 1：指标拆解并选择模型
- 步骤 2 选择待分析的事件
- 步骤 3 设置查看条件
- 步骤 4 保存报表

下面我们通过 2 个场景进行功能体验。

### 1.3.1 场景 1：新增用户的付费金额、在关卡中战斗胜率

#### 步骤 1 指标拆解并选择模型

根据场景需求拆解指标如下，根据指标口径在事件分析模型中选择分析指标

- 新增用户：发生了用户注册行为的用户数
- 付费金额：发生了付费行为，统计付费金额-总和；
- 战斗胜率= $(\text{战斗胜利}-\text{总次数}) / (\text{战斗事件}-\text{总次数}) * 100\%$

根据指标需要计算总和和比率选择事件分析模型，点击左上角的分析>事件分析，进入事件分析模型。

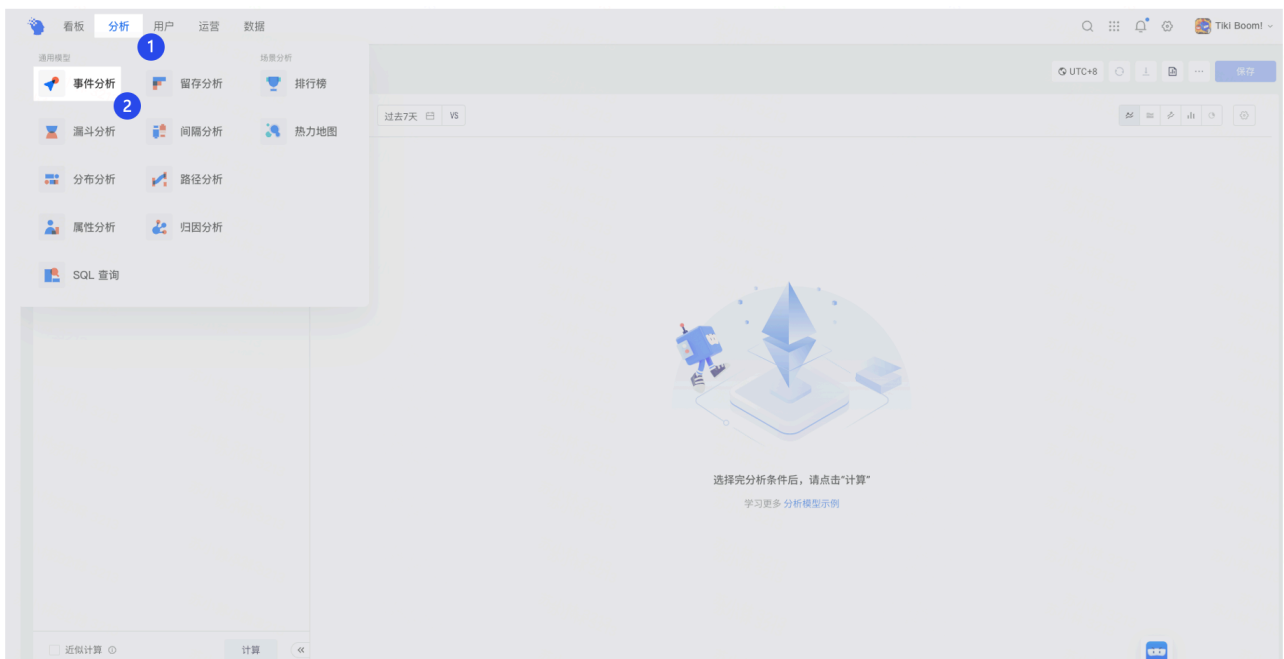


图 3.1 进入事件分析

#### 步骤 2 选择待分析的事件

新增用户数，事件框选择用户注册>触发用户，修改指标名称为“新增用户”；

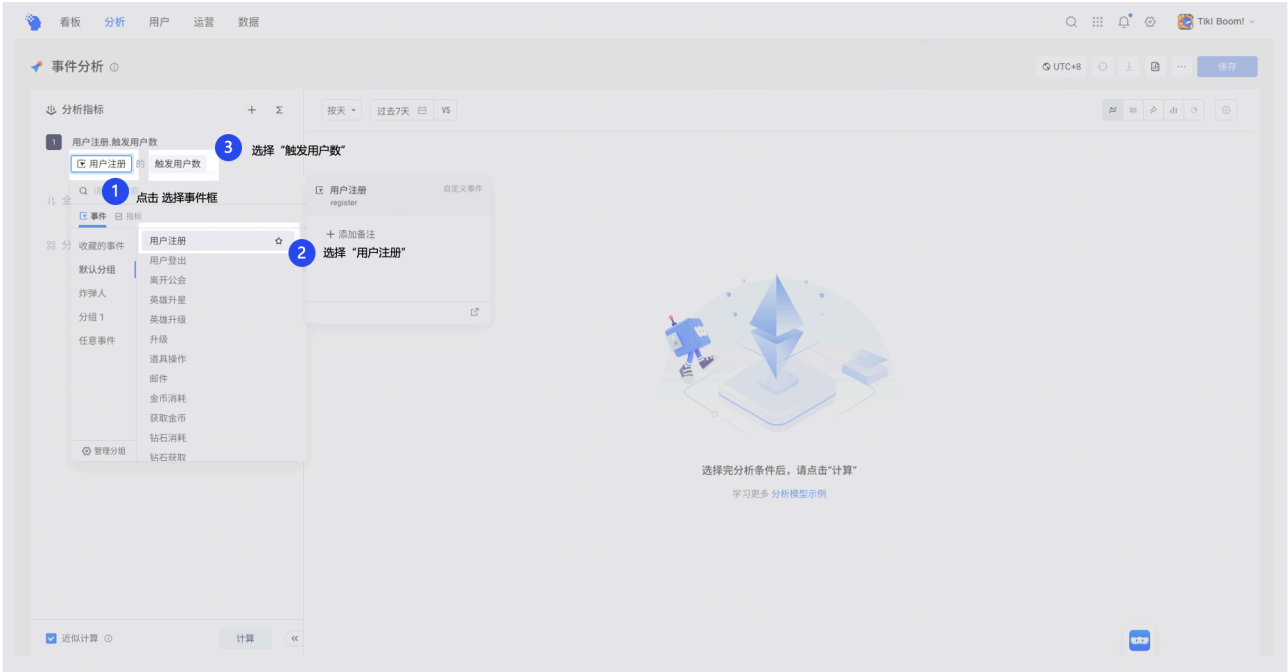


图 3.2 创建新增用户数指标

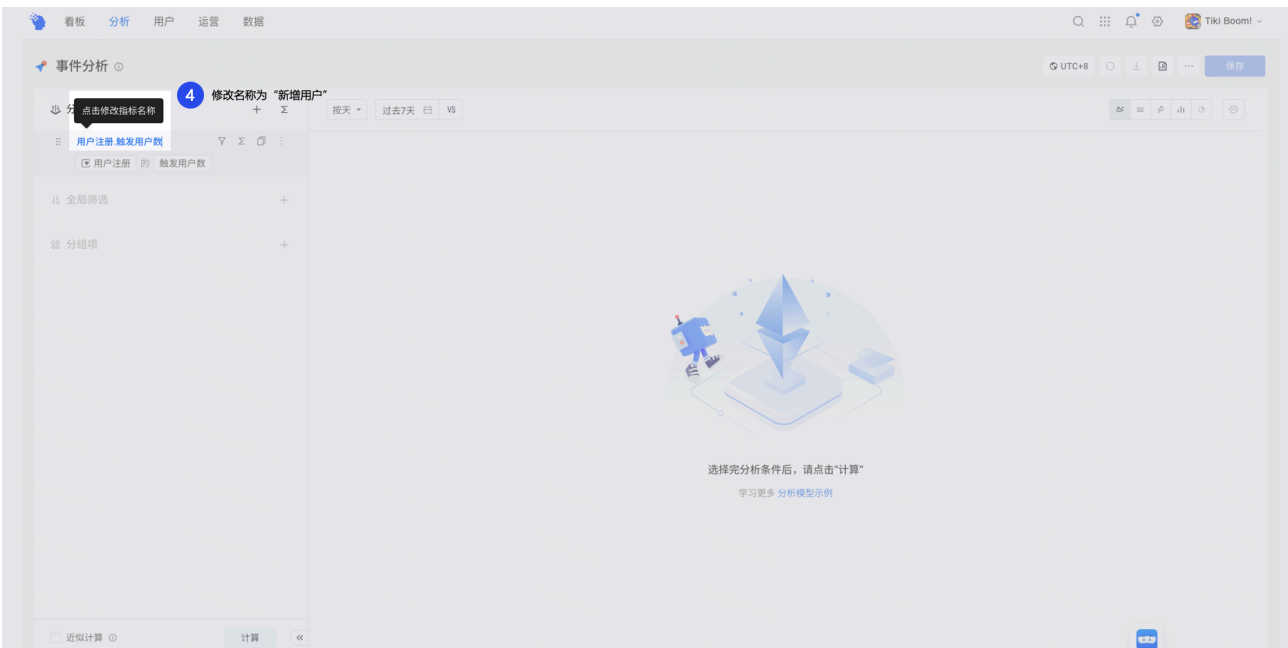


图 3.3 修改指标名称为“新增用户”

付费金额，点击分析指标右侧的“+”增加分析指标，事件框选择付费事件>付费金额>总和，修改指标名称为“付费金额”，具体操作如图；

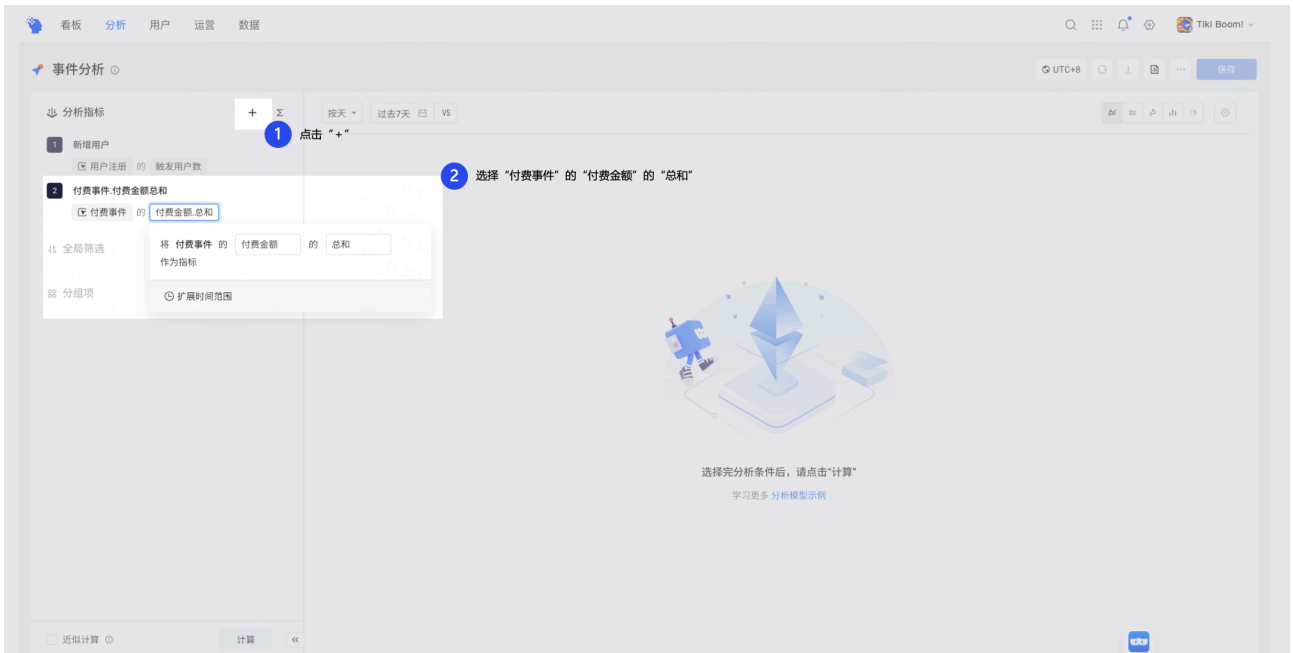


图 3.4 配置付费金额

**战斗胜率**，点击分析指标右侧的“+”增加分析指标，点击“ $\Sigma$ ”切换为自定义公式得到比率类指标，公式支持四则运算，切换为自定义公式后，可以通过系统界面或键盘选择分子为“战斗胜利”的“总次数”，分母为“战斗事件”的“总次数”，数据格式为“百分比”，修改指标名称为“战斗胜率，具体操作如图：

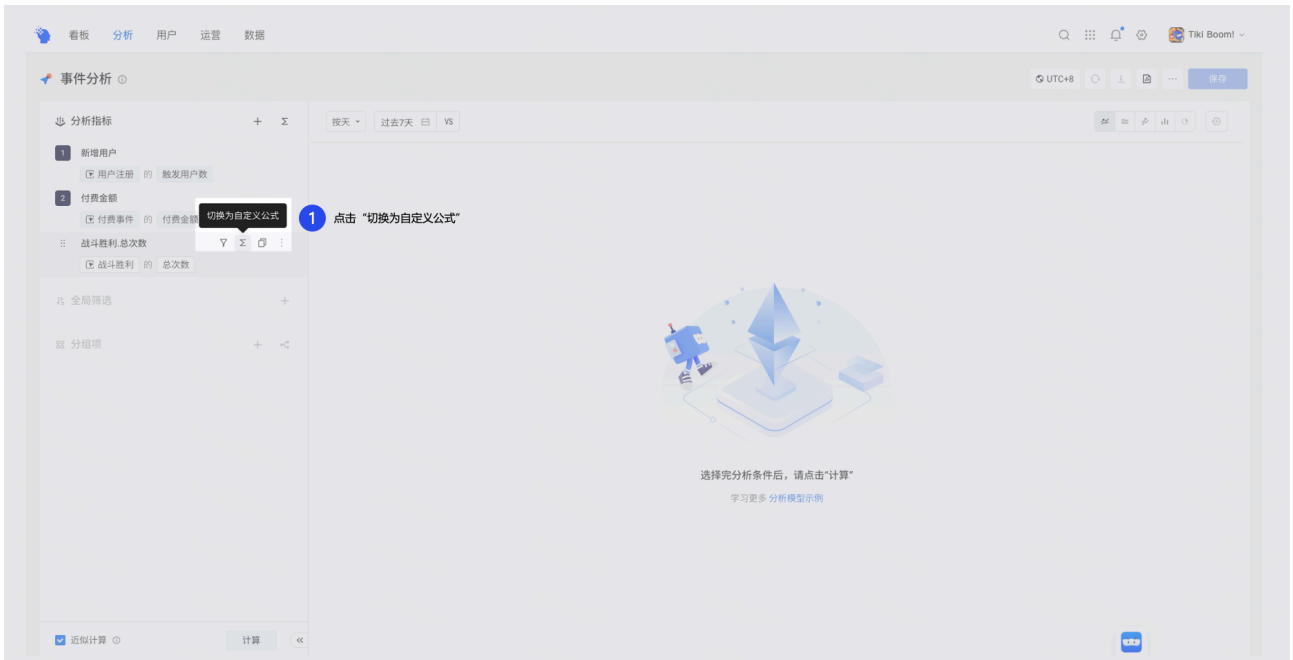


图 3.5 切换公式模式

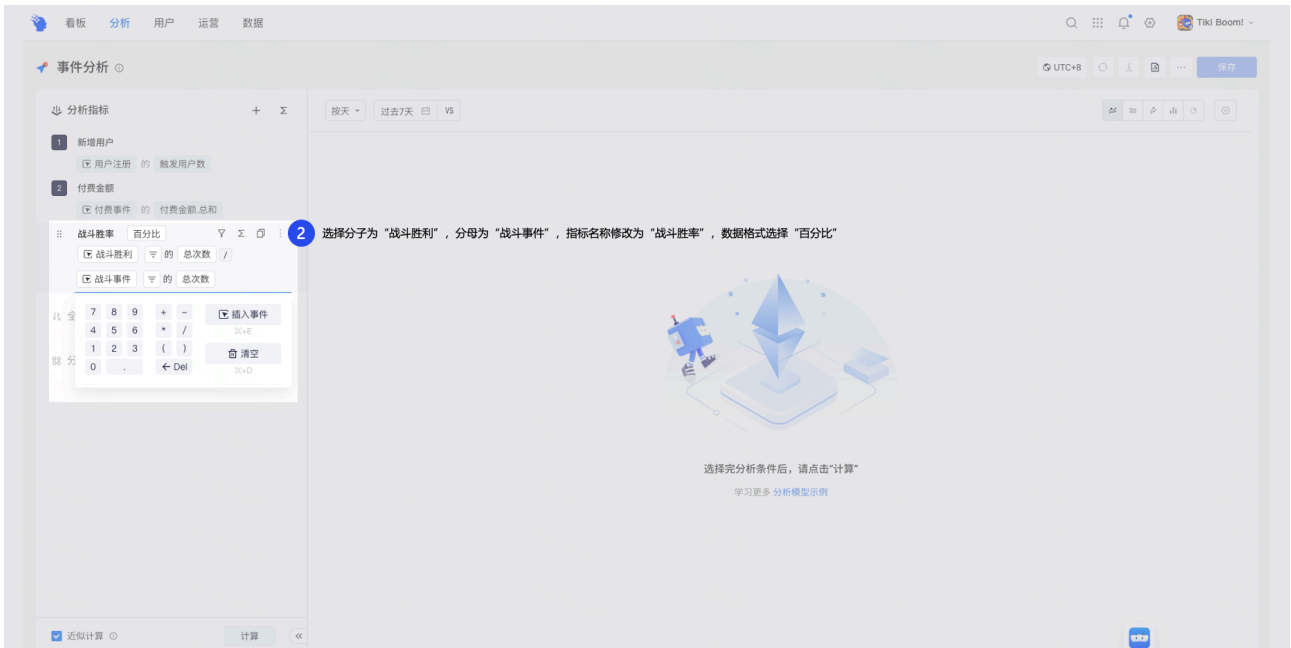


图 3.6 计算战斗胜率

点击**计算**，可以得到计算结果，其中战斗胜率是百分比，折线图靠近 y 轴=0 的，趋势不明显，我们可以点击⚙️>**指标显示设置**>**战斗胜率-次轴展示**，点击开启后>**应用**，点击“》”收起指标显示设置，可以更清晰的洞察战斗胜率的变化趋势，具体如图：

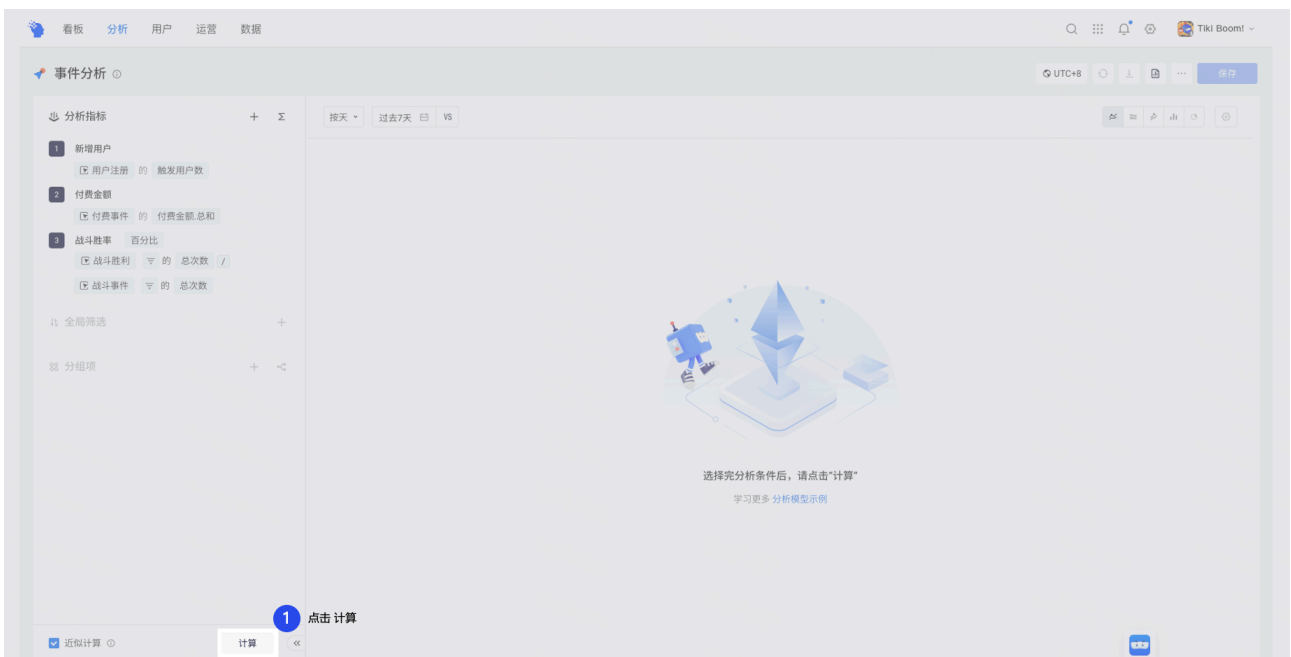
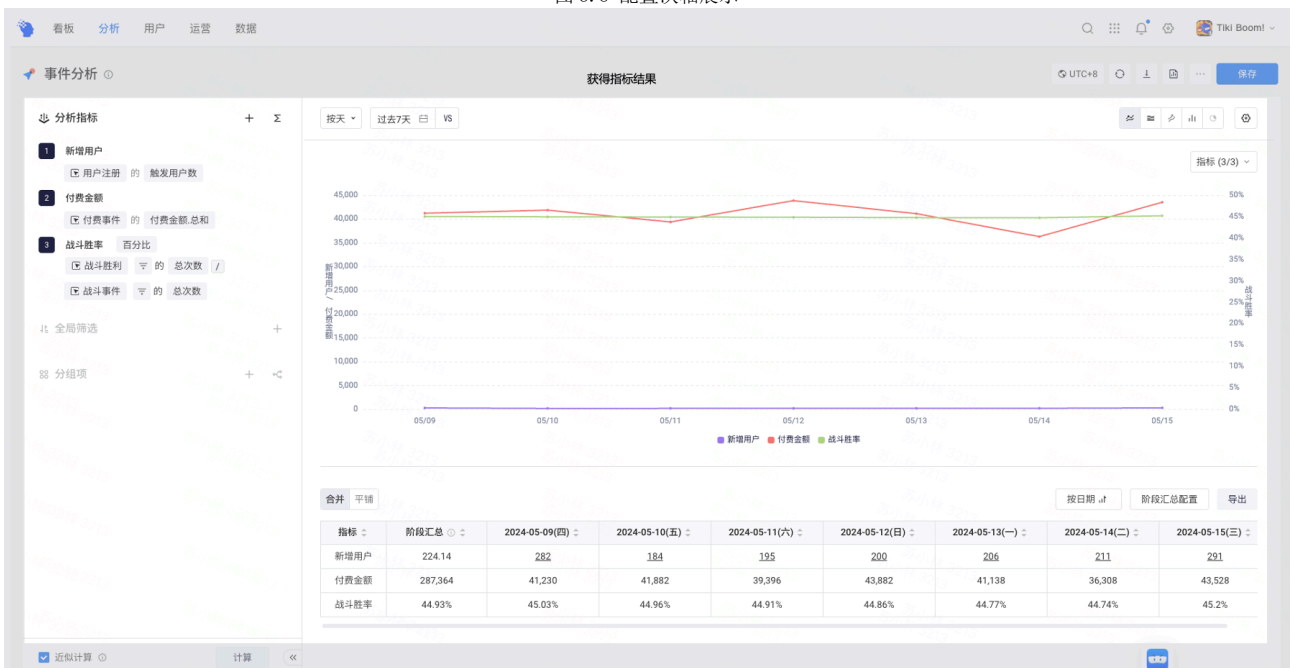
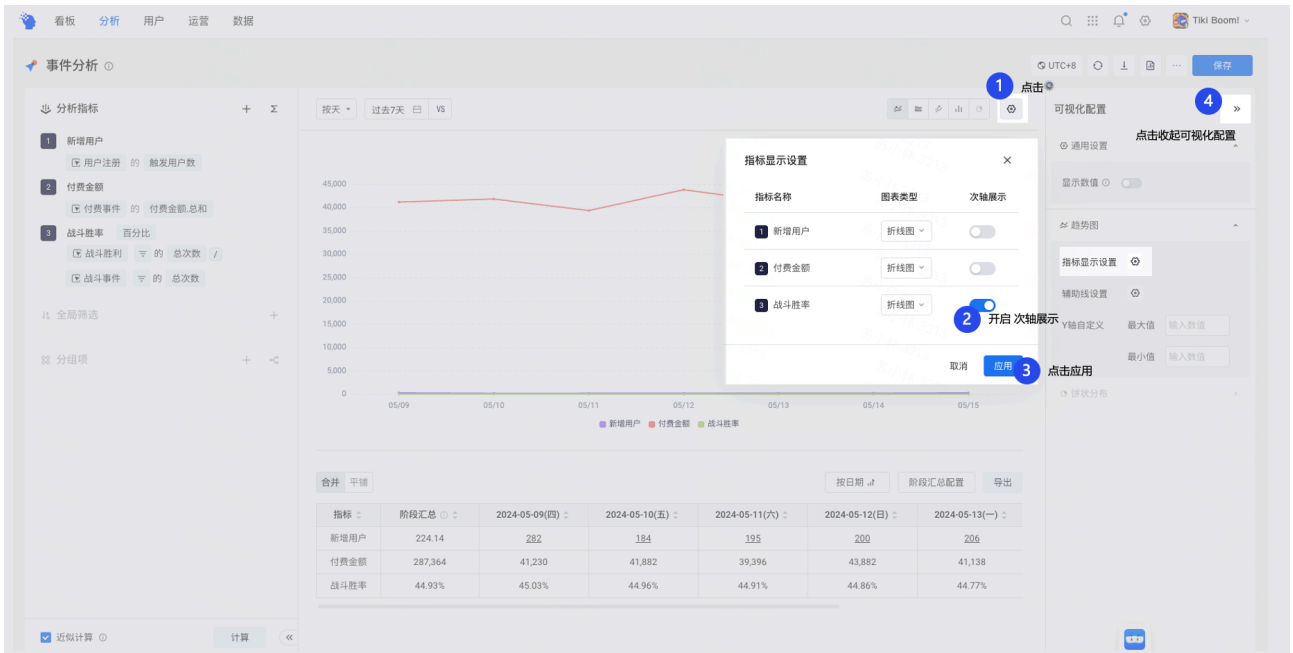


图 3.7 计算结果



### 步骤 3 设置查看条件

您如果想看第 1 关的付费及战斗胜率，您可以点击全局筛选旁边的“+”>关卡进度，等于 1>计算，获得计算结果如图；

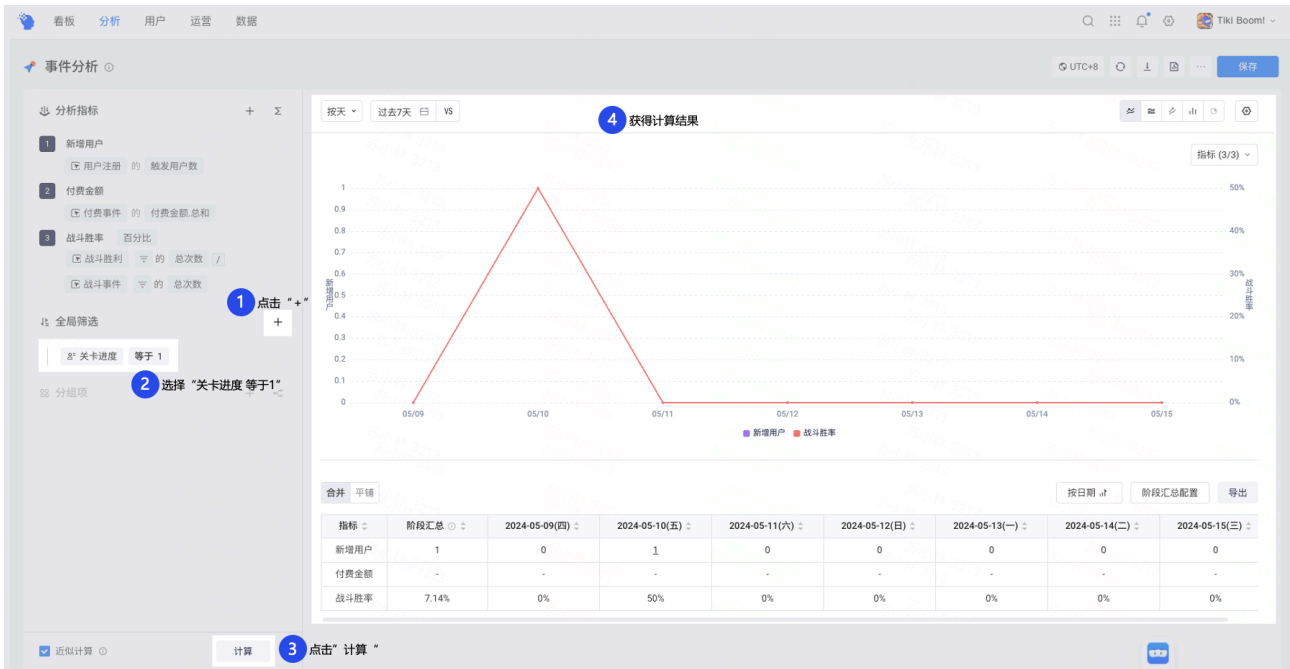


图 3.10 筛选关卡进度等于 1

如果您是想分析每个关卡的付费及战斗胜率情况，可以点击分组项旁边的“+”>关卡进度 等于 1>计算，获得计算结果，具体操作如图；

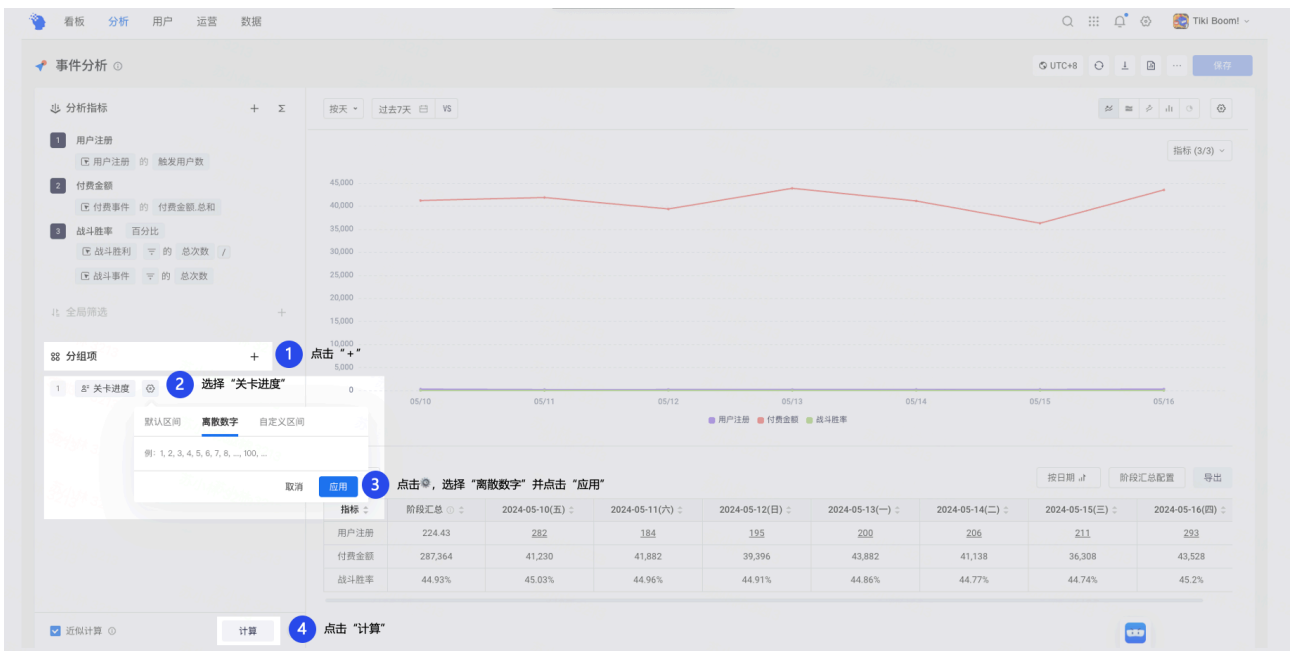


图 3.11 每个关卡的付费及战斗胜率情况

### 步骤 4 保存报表

如果需要经常查看这些指标，可以保存报表，点击保存>编写报表名称>选择保存位置为“快速体验 TE 系统”>点击去看板查看>跳转报表存放位置，具体操作参见图；



图 3.12 保存报表



图 3.13 报表保存位置

💡 适用场景，事件分析是最基础的模型，可以计算一段时间内用户发生特定行为的聚合指标、指标变化趋势，如用户的 DAU、付费人次/次数/付费金额、战斗胜率、爬塔人数等。

## 1.3.2 场景 2：用户留存分析

### 步骤 1 指标拆解并选择模型

如果希望分析新用户是否持续在游戏内，可以进行留存分析，可以拆解指标为：

- 新增用户留存：发生用户注册，又回到游戏内进行登录的留存情况
- 活动留存：参加了活动的用户，再次回到游戏的情况分析，可以查看不同活动的留存情况，评估活动促活的效果；
- LTV、ROI：计算 LTV 和 ROI 的情况

根据指标需要计算留存、流失等选择留存分析模型，点击左上角的分析>留存分析，进入留存分析模型，如果需要把报表保存经常查看，可以在报表右上角点击+>新建报表>留存分析，进入留存分析模型；



图 3.14 直接创建留存分析



图 3.15 在报表中创建留存分析

### 步骤 2 选择待分析的事件

留存分析模型，分析指标有初始事件和回访事件，初始事件表示用户最开始完成了什么行为在该指标中选择代表“新增”的事件，回访事件表示用户后续完成了什么行为在该指标中选择代表“活跃”的事件，可以按照如下进行指标配置。

**新增用户留存**，对用户进行分析>初始事件>选择用户注册>回访事件>选择用户登录>计算>保存，可以秒级查看当前新增用户留存情况，具体操作如下：



图 3.16 配置新增留存

活动留存，对用户进行分析>初始事件>选择参加活动>回访事件>选择用户登录>计算，可以查看活动留存情况，具体操作如下；



图 3.17 活动留存

### 步骤 3 设置查看条件

不同活动留存率：如果想比对不同活动对活跃的促进情况，可以点击分组项旁边旁边的“+”>活动类型>计算>点击“+”，查看每种活动类型的活动留存情况，具体操作如图：

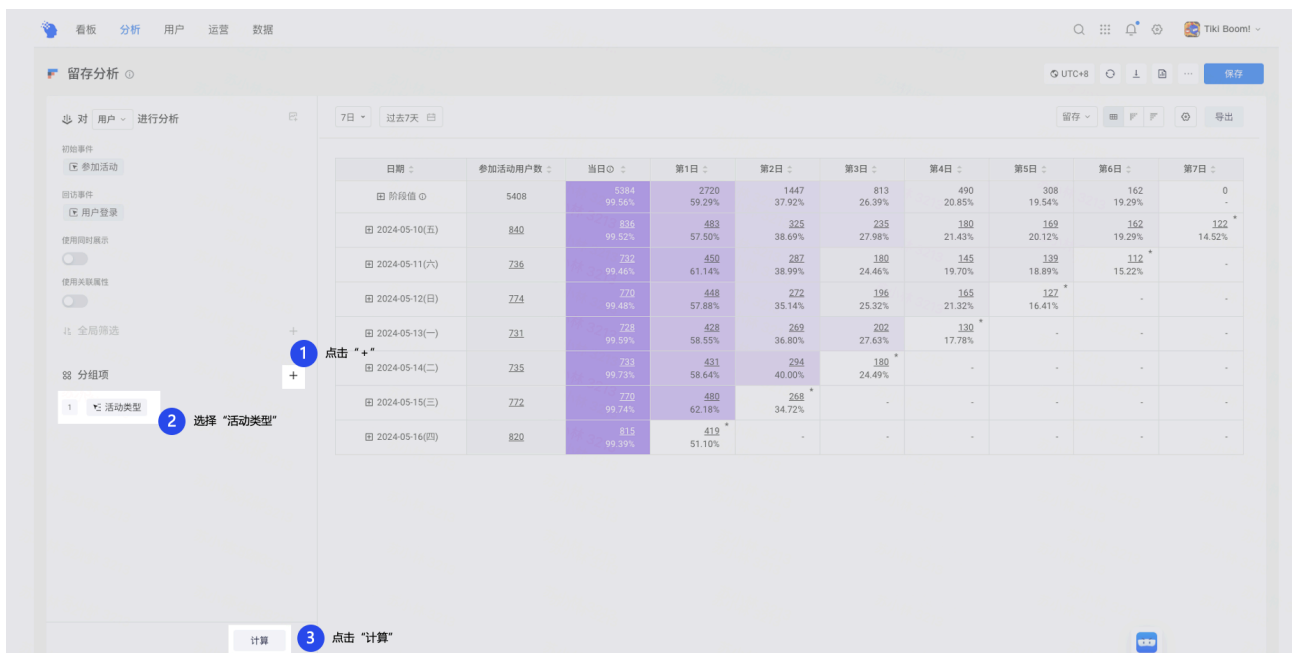


图 3.18 配置活动类型

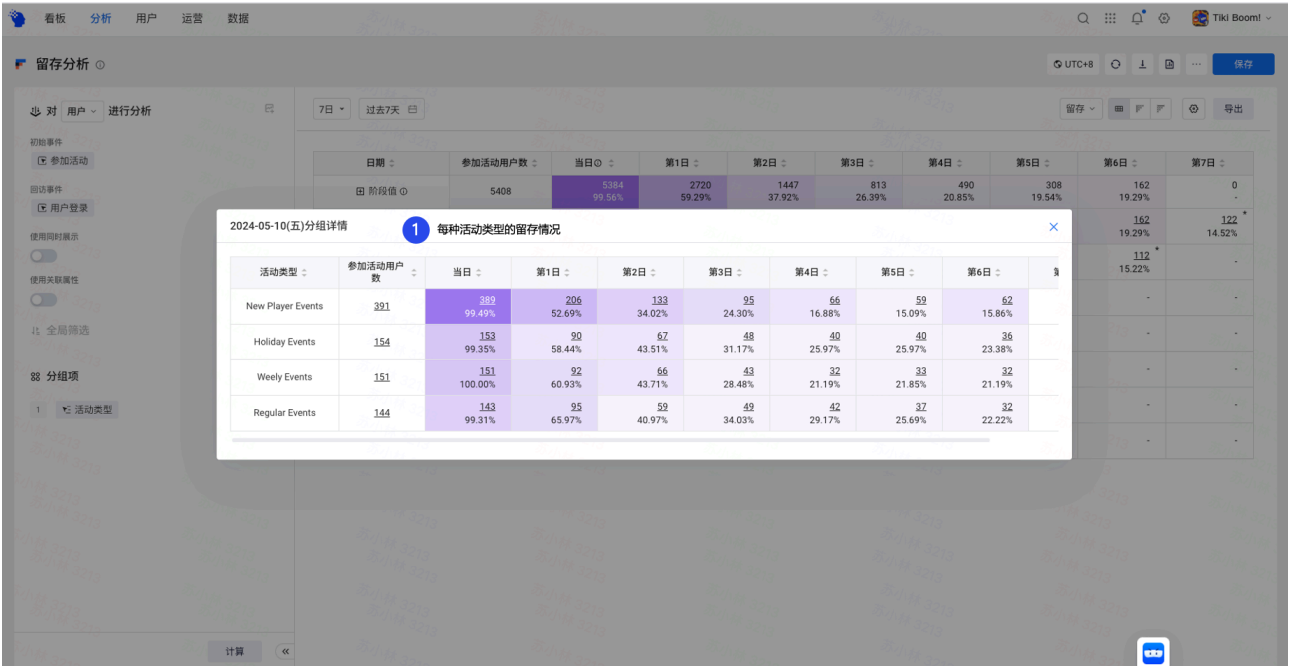


图 3.19 每种活动类型留存情况

### 步骤 4 保存报表

配置的新增用户留存、活动留存都可以保存到看板，方便经常查看，具体操作以新增用户留存为例，如图；

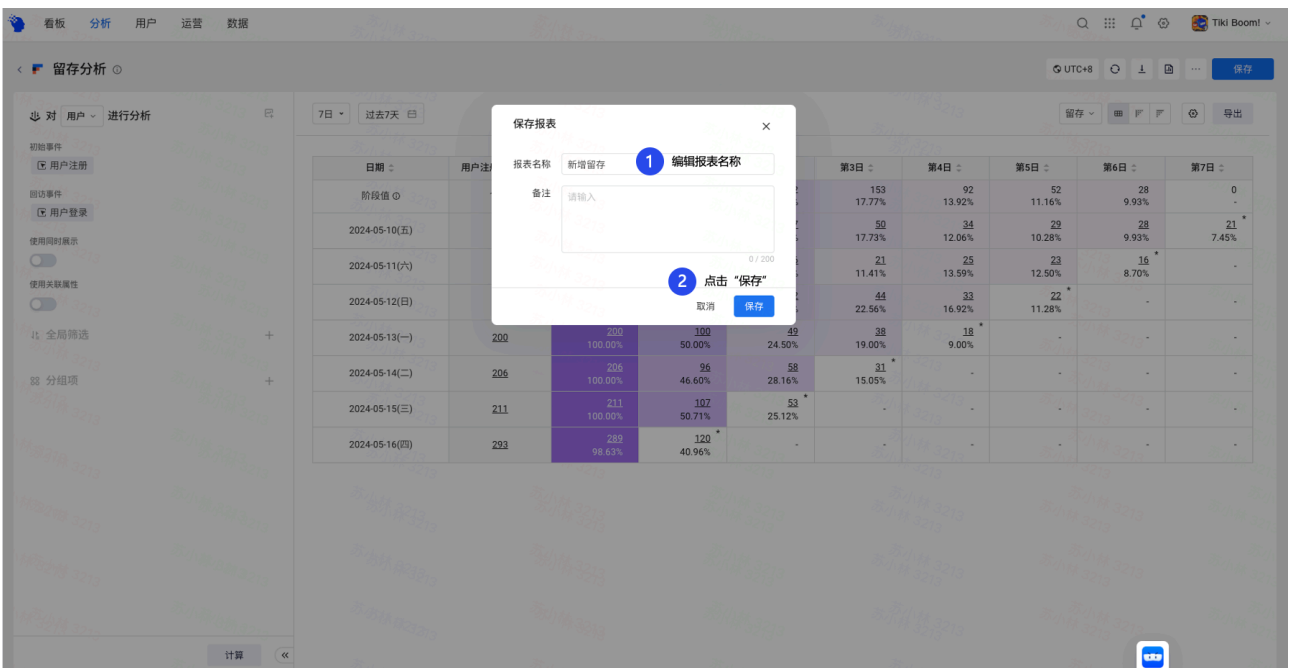


图 3.20 保持新增用户留存报表

💡 适用场景，留存分析模型通过设置初始事件和回访事件快速得到新增用户或活跃用户的次留、三留、七留等，同时可以拓展分析活动促活留存、玩法粘性等，通过“同时展示”计算 LT/LTV/ROI 等。

其他模型：

- **漏斗分析**：可以按顺序完成指定步骤的用户数及比例，分析用户的每一步的转化和流失情况，如新手引导跳出点、关卡驻留情况，发现潜在问题；
- **间隔分析**：分析具有因果关系行为的转化时长、如注册到首次付费的耗时中位数、关卡升级/建筑升级耗时情况；
- **分布分析**：按次数、天数等分析每个用户的累计充值金额情况及每个区间用户占比情况，从整体查看分布；
- **路径分析**：探索性分析用户的行为路径偏好或流失节点，如用户每天登录后最先参加哪种活动等；
- **属性分析**：分析不同属性的人群占比，如当前每个等级的用户数等；
- **归因分析**：探索资源位对目标事件的贡献值，衡量资源的投入产出，优化资源投放；
- **排行榜**：按指标值进行排名，如关卡难度排行榜、付费金额排行榜、英雄榜单排行榜等；
- **热力地图**：针对游戏地图分析玩家的行为偏好，如活动区域偏好、交战区域偏好、出生/降落地偏好等；
- **SQL 查询**：通过 SQL 直接进行分析，可以基于 SQL 结果进行可视化展示；

### 1.3.3 场景 3：用户的 LTV 及 ROI

数数科技具有丰富的游戏服务经验，从数据采集、埋点方案设计、指标体系等做了总结，并沉淀到 TE 系统中，如 LTV 和 ROI 可以通过模板中心，快速创建使用，具体操作以 LTV 为例。

LTV，点击更多应用>点击模板中心>输入 ltv>点击 LTV>配置初始事件为用户注册，回访事件为付费事件、付费金额>点击预览报表>点击可视化配置>打开只看同时展示数据>点击“》”收起可视化配置，获得 LTV 结果，具体操作如图：

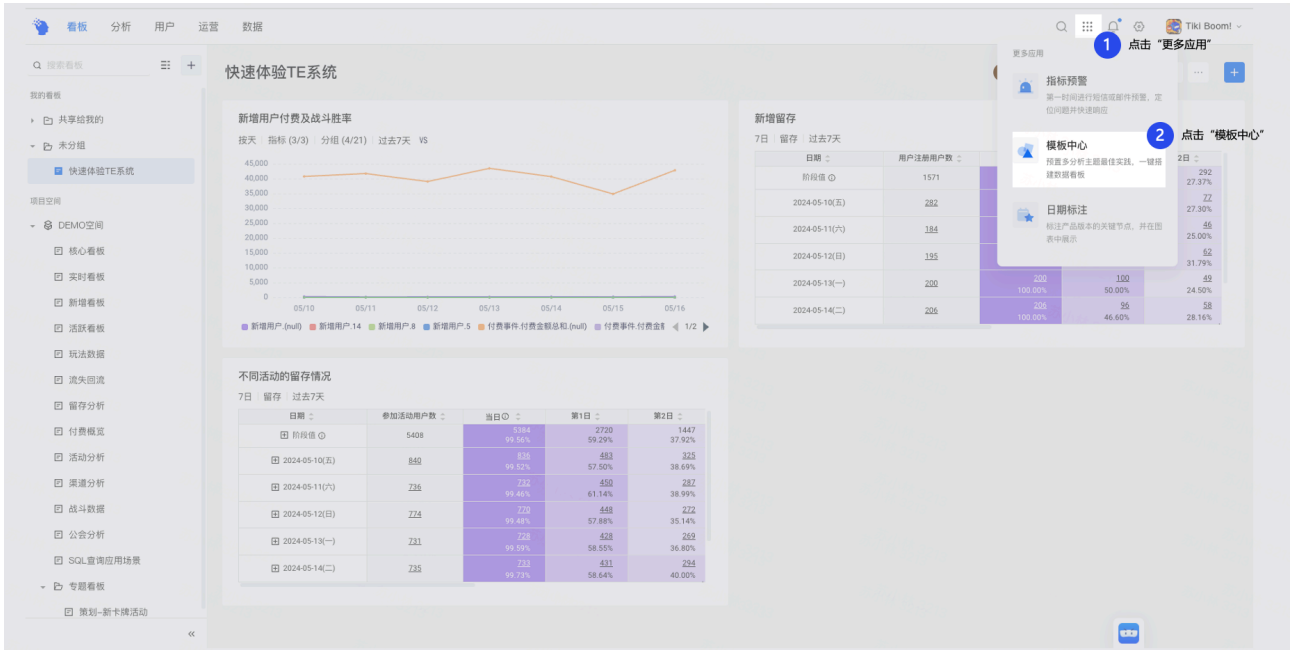


图 3.21 进入模板中心

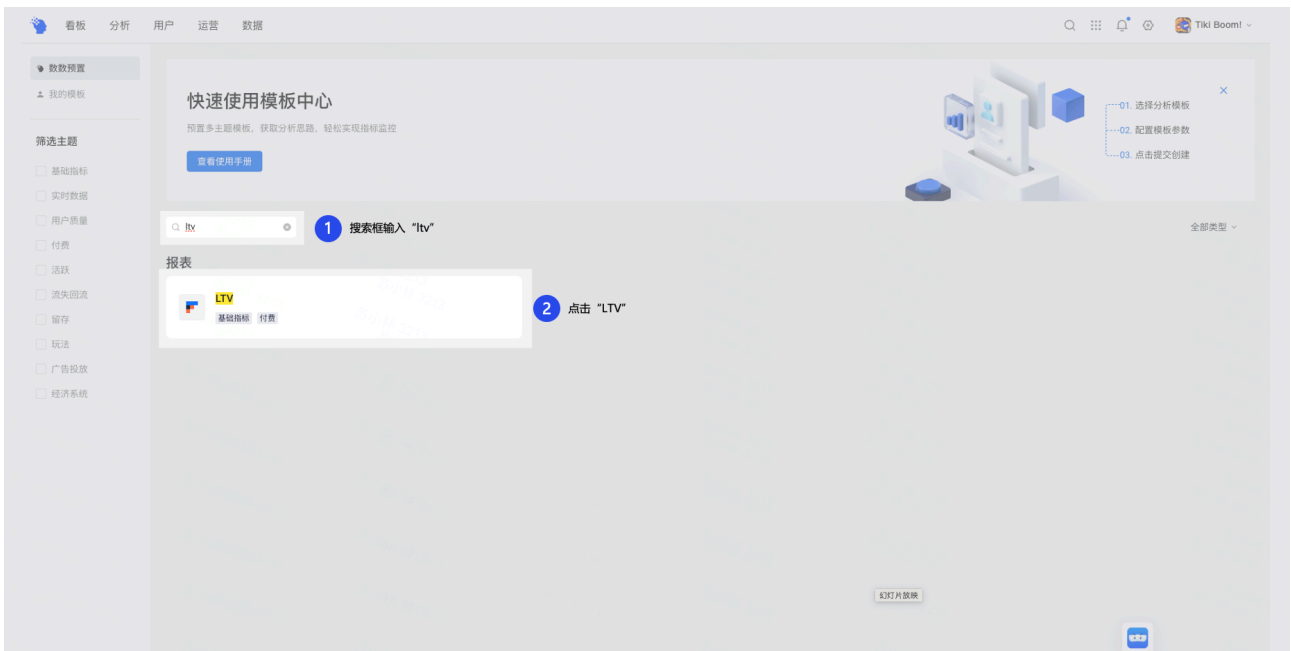


图 3.22 搜索 LTV





图 3.25 获得 LTV

💡 适用场景，模板中心是数数分析师根据行业常见业务场景沉淀的最佳实践，可以快速配置看板或指标，您也可以自建模板沉淀企业内部经验。

## 1.4 看板：聚合具有相同主题的报表

通过模型创建的报表都可以存到看板中，为更好的管理和使用报表，可以根据报表不同的主题或不同的业务场景放到不同的看板，如果项目组内都需要使用看板，可以选择共享，点击共享>输入共享账号，给其权限为查看或协作>点击应用；

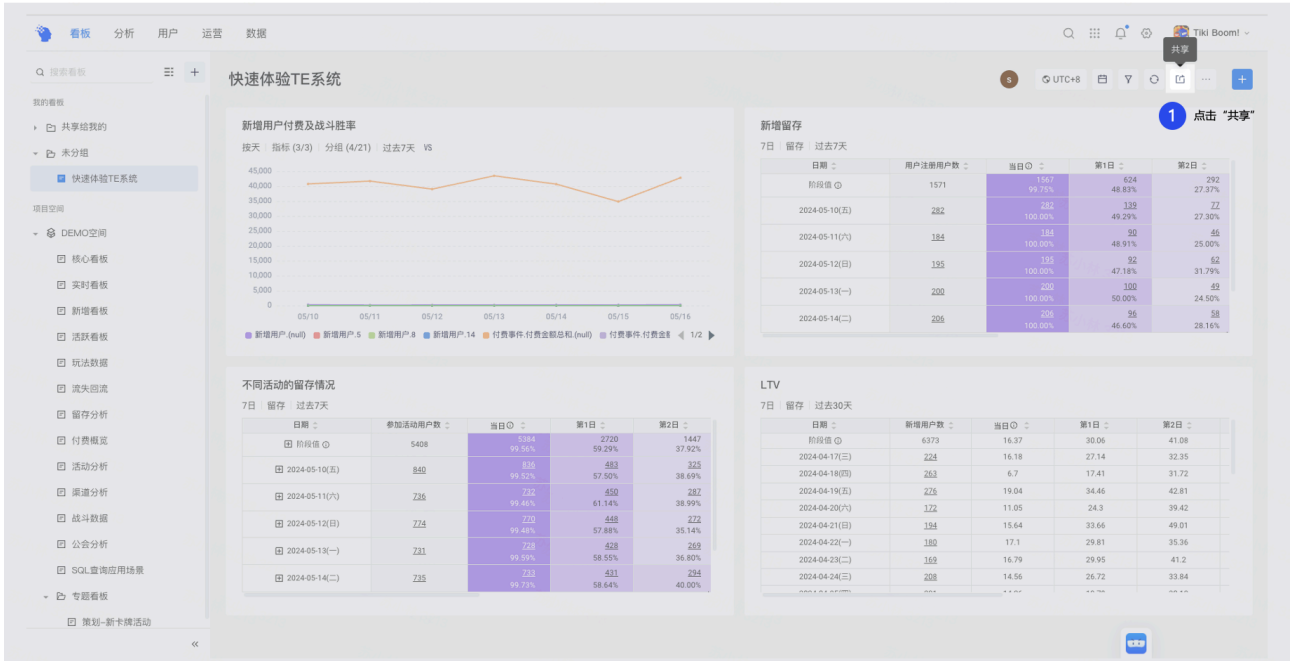


图 4.1 点击共享

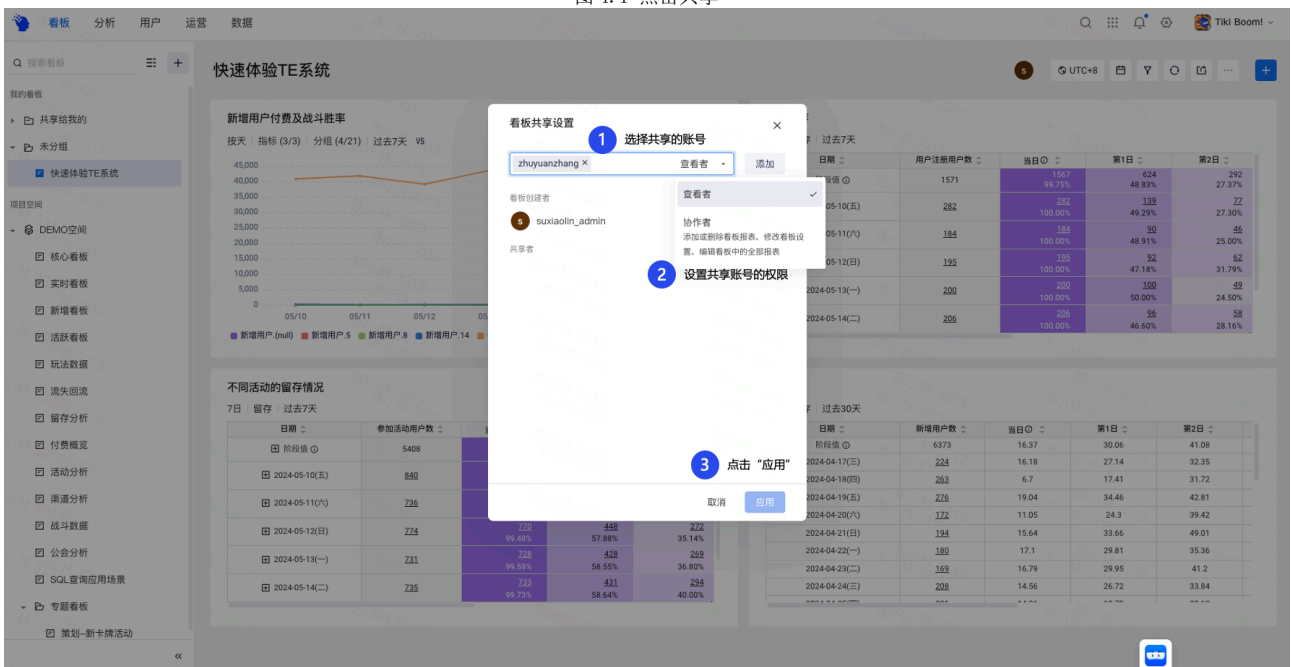


图 4.2 分配共享权限

看板更多更多功能等您解锁，具体有：

- 看板归属人员：查看看板创建人及协作者等信息；
- 时区设置：可以将看板内的报表统一偏移到一个时区查看数据，默认是 UTC+8；

- 时间筛选：对看板内的报表统一圈选时间范围进行查看数据，如只看最近30天的数据；
- 条件筛选：可以将看板内的报表统一设置条件筛选查看，如只看来源渠道为 appstore 的数据或者具有某种标签的用户数据；
- 看板刷新：点击该按钮对数据进行重新计算；
- 共享：将看板分享给其他人员，可以查看或协作；
- 更多：可以设置看板、看板推送、演示模式、下载数据、导出 PDF、保存为模板；
- 添加内容：新建报表、已存报表、便签、页面筛选；

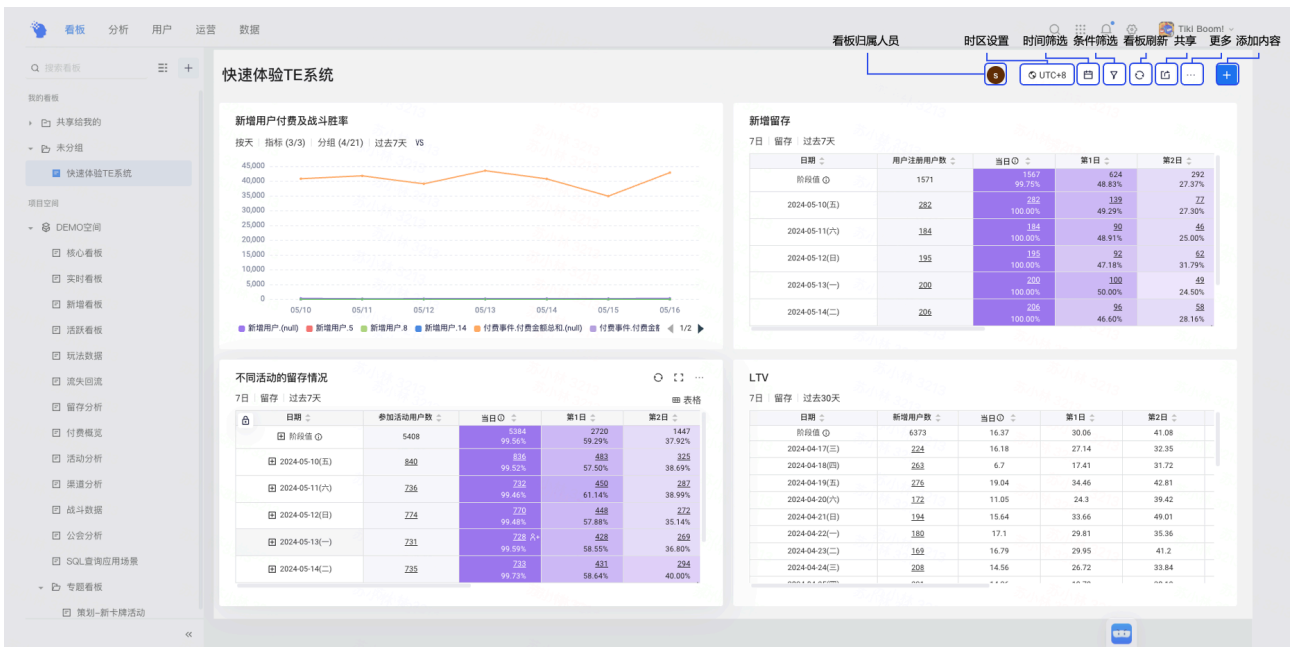


图 4.3 看板界面说明

## 1.5 用户：深入洞察用户

### 1.5.1 场景 4：流失用户分析

在新增留存报表中，我们会发现次留在 50%左右，三留在 20%左右，会有不少用户流失，为进一步分析流失原因，您可以通过建立用户分群，将流失用户进行圈选并分析流失节点、流失后是否再登录等；

#### (1) 查看单个流失用户

留存分析中，切换为**流失**>点击**5月17日 流失的143人**>点击**第一个账号ID**进入该账号的**用户行为序列**，可以查看该用户的基本信息、是否为流失用户、在游戏内具体行为分析，即可以可视化查看每一位用户的用户，具体如图：

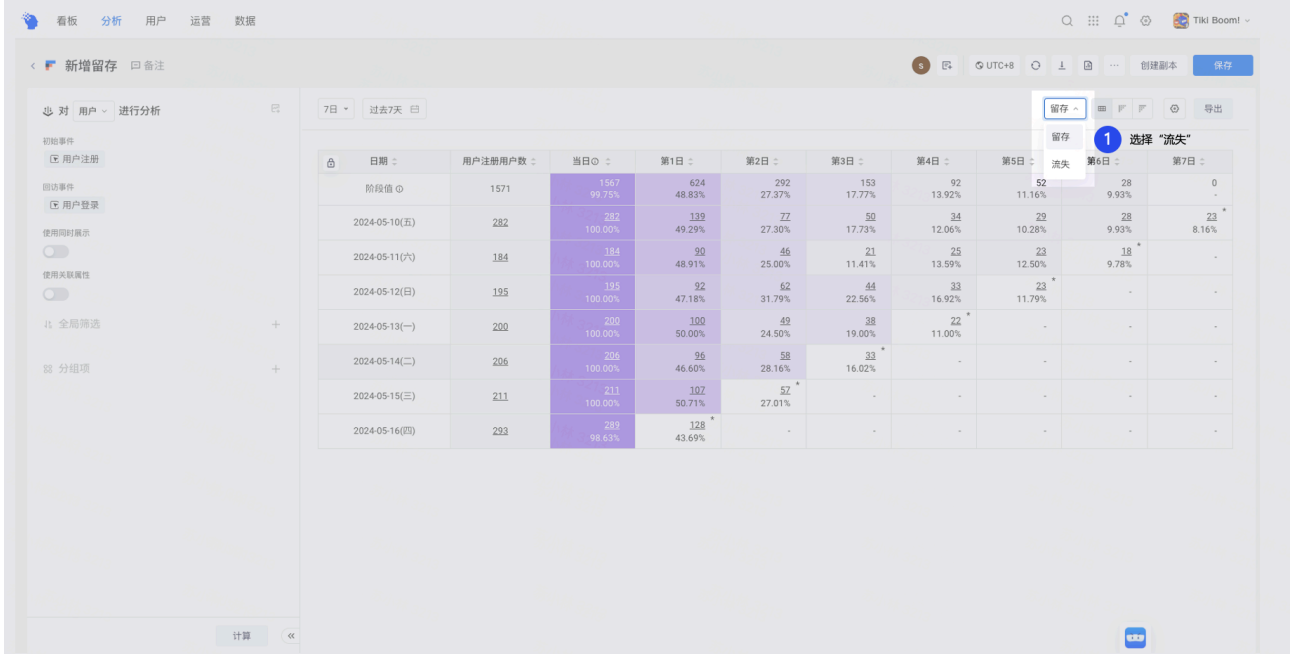


图 5.1 切换为流失

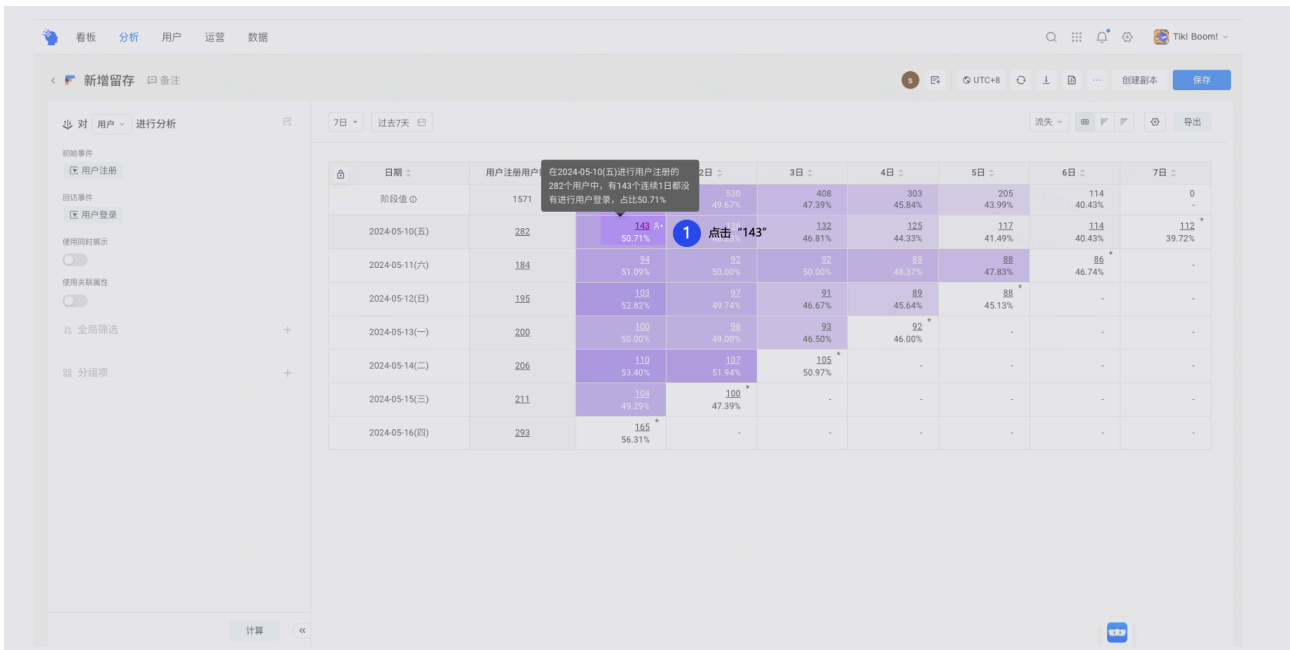


图 5.2 进入用户列表

| 账户ID                                  | 访客ID                                  | 余额 | 积分 | address | 苹果推送token | 出生日期 | 玩家生日 | 来源Campaign | 注册渠道 | character_array | chrome_proxy |
|---------------------------------------|---------------------------------------|----|----|---------|-----------|------|------|------------|------|-----------------|--------------|
| e44a28b-1ff2-4291-b426-ddc11d6ccaea   | 84dc390f-eea1f-4b68-aa91-76c6b6bd163c | -  | -  | -       | -         | -    | -    | -          | -    | -               | -            |
| 2ff2b1a8-3e84-4bb9-9be6-f104a57d3840  | f65a2027-753a-45da-a033-6cd9f4bfc8c   | -  | -  | -       | -         | -    | -    | -          | -    | -               | -            |
| 65e8d19a-fa9c-4454-b61c-043910b038b0  | e7ff0136-03f7-4cdd-8777-b6b19d5a7475  | -  | -  | -       | -         | -    | -    | -          | -    | -               | -            |
| 3153e59a-d34e-47e0-8469-2a80afd6e02e  | 11679ccb-38bd-4ba2-a7d9-f6d0c4ec8ecc  | -  | -  | -       | -         | -    | -    | -          | -    | -               | -            |
| c780554b-c0db-428a-b411-0f85ea79a11a  | b439aa90-753b-41e8-902d-acc64b46e9f5  | -  | -  | -       | -         | -    | -    | -          | -    | -               | -            |
| 087b0f8e-6b9b-41e0-9738-517783ef18cc  | f8f9b170-10fe-495f-8fd5-1b163c501f37  | -  | -  | -       | -         | -    | -    | -          | -    | -               | -            |
| 0e67478b-1d64-4442-801d-39f52a2735e5  | 5e382a77-ee45-4c34-907b-74f0b722ad8a  | -  | -  | -       | -         | -    | -    | -          | -    | -               | -            |
| f280a90e-27ac-4c9e-8c75-4590f976baad  | 2e5e3134-2db8-4433-81e5-cf2e09fa501f  | -  | -  | -       | -         | -    | -    | -          | -    | -               | -            |
| f451a937d11-45e4-b2fb-4ed32b735b64    | 22d308b8-945c-42f0-bfa5-314f41cc8b0c  | -  | -  | -       | -         | -    | -    | -          | -    | -               | -            |
| 0754016a-eb73-4f65-a025-5722ac5f4afc  | b0aa26d5-39e1-4869-ad73-bca88ebce13a  | -  | -  | -       | -         | -    | -    | -          | -    | -               | -            |
| a91c168e-6aa8-4719-a0c7-a7d289f13ab63 | 6dcaffe-4c02-47a7-892c-c7e4a11cb29d   | -  | -  | -       | -         | -    | -    | -          | -    | -               | -            |
| 4578c303-ae8a-4425-a0a3-0fca150db282  | cea5c69c-f56d-4b92-8754-5a8e56dd476b  | -  | -  | -       | -         | -    | -    | -          | -    | -               | -            |
| 0068a214-a310-4067-81ff-48d54f515c54  | f037d6dc-a5ea-4e32-b9f9-b7bbe162b93a  | -  | -  | -       | -         | -    | -    | -          | -    | -               | -            |
| 350fe192-ff05-46d3-8e44-cb9a5fb787e   | aea5b0b7-0eee-4488-94d8-58bb0a338820  | -  | -  | -       | -         | -    | -    | -          | -    | -               | -            |
| fb5e82f-f266-4e24-9b1f-d6de3ed49b03   | 7c8babb1-6984-40ec-ba0a-9cb388648670  | -  | -  | -       | -         | -    | -    | -          | -    | -               | -            |
| 2ac9db67-3c57-4c9d-b40d-e0bc8e336603  | 69823144-cb4b-4628-81b7-5af37c57daa3  | -  | -  | -       | -         | -    | -    | -          | -    | -               | -            |
| 1da29a63-d7f0-4ffe-b0d6-2d565ab60793  | b6eb911f-c9e7-4b23-a577-455c4a229803  | -  | -  | -       | -         | -    | -    | -          | -    | -               | -            |
| b70dcae0-92f5-4ca5-bc8a-4660555358a7  | 974c0bdc-3192-4731-b8de-70427848c29d  | -  | -  | -       | -         | -    | -    | -          | -    | -               | -            |

图 5.3 用户列表

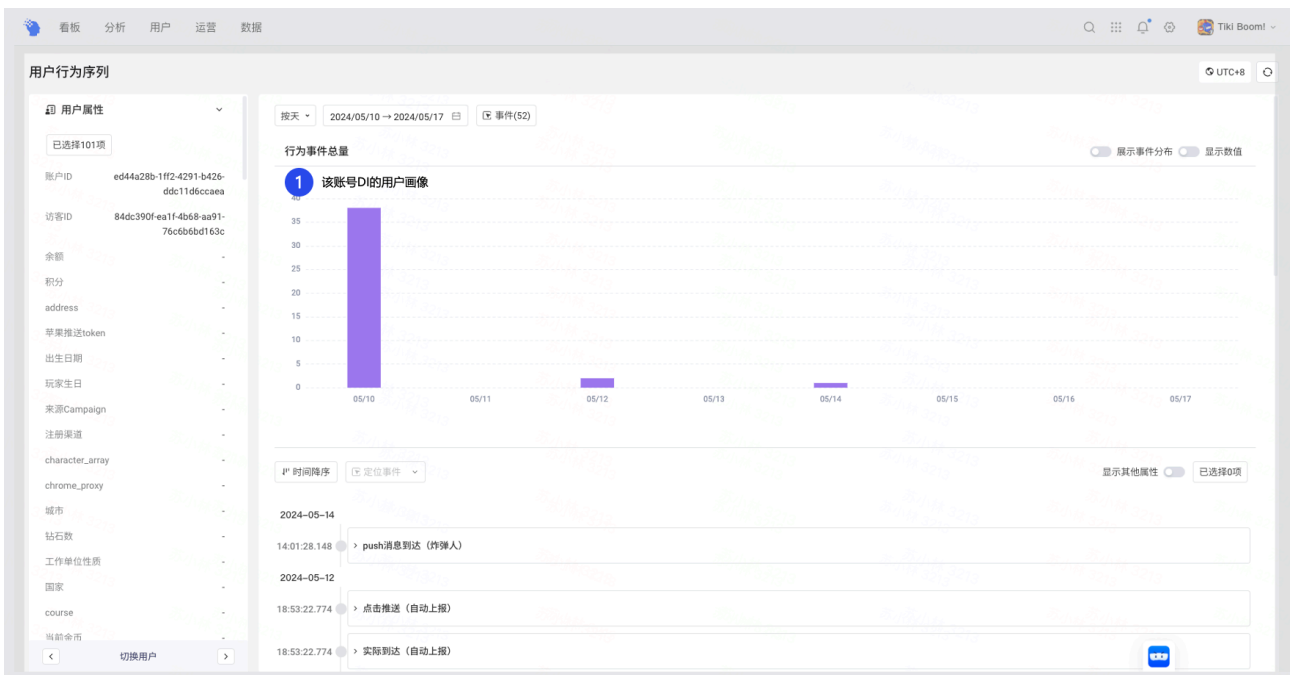


图 5.4 进入用户行为序列

## (2) 圈定流失用户分群

由于流失的人群较多，可以对流失用户进行分群分析共性，点击“+”>输入分群名称为0517 首日流失用户：

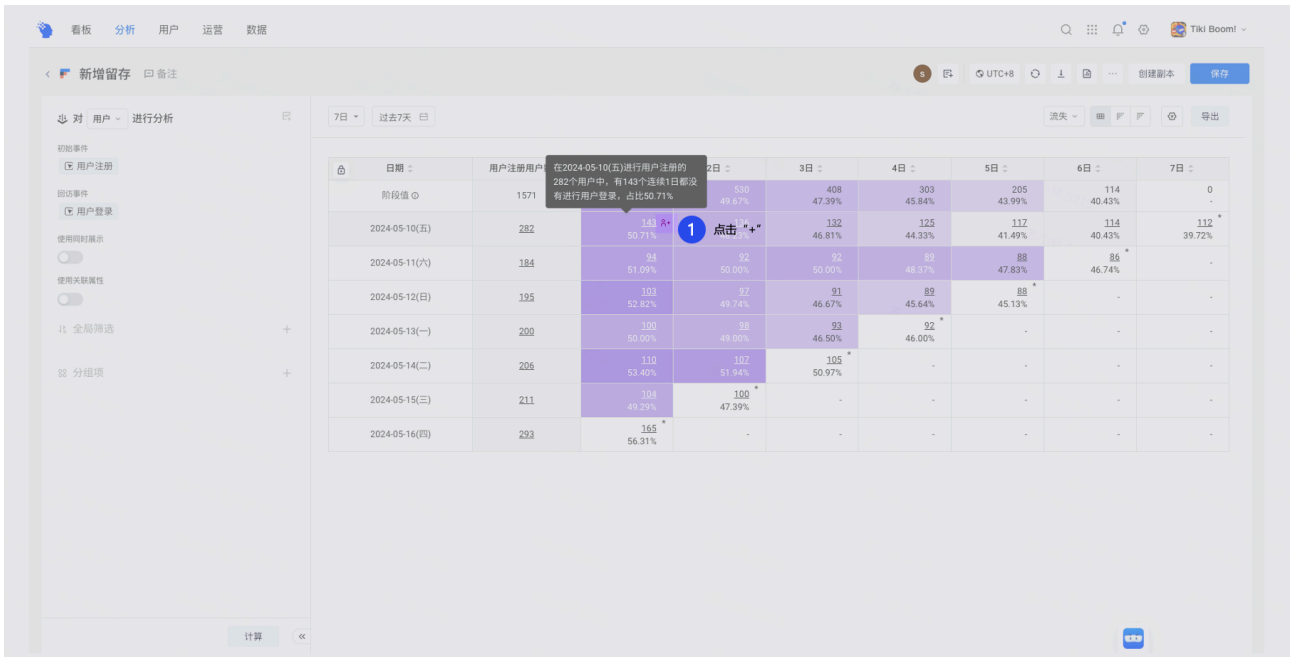


图 5. 选定流失用户

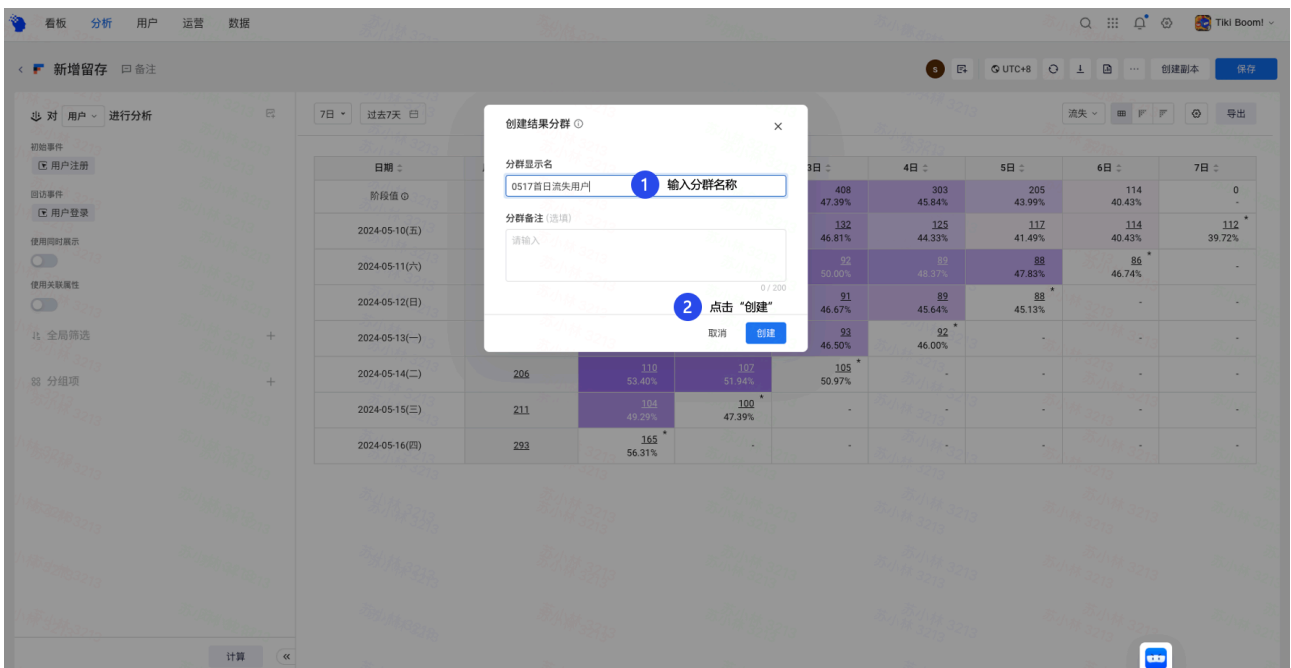


图 5.6 创建分群

### (3) 交叉分析-流失用户带入新增付费分析

打开已存报表新增用户付费及战斗胜率>全局筛选 选择 0517 首日流失用户 属于分群>点击计算>点击保存, 具体操作如图;



图 5.7 分析流失用户付费情况

#### (4) 分析流失用户的末次核心行为

为了更深入分析用户流失的节点，我们可以对用户最后的核心行为进行分析，看看是否存在流失共性，从而看是否需要调整产品设计。因此，我们需要先定义出核心行为，再利用首末次标签创建用户末次参与的核心行为，最后通过属性分析对用户末次核心行为进行定量查看。

**确定核心行为：** 点击数据>点击虚拟事件>进入虚拟事件创建页面，可以根据业务实际情况选择，此处选择“开始战斗”、“参与竞技场”、“参加活动”、“爬塔玩法”为核心行为，并设置显示名>点击保存。



图 5.8 创建“核心行为”



图 5.9 “核心行为”创建成功

**创建用户末次核心行为的标签：**确定核心行为后，我们想了解用户最后的核心行为都是哪些，则需要通过用户标签的首末次标签实现，点击用户>点击用户标签>点击“+创建标签”>选择首末次标签，进入标签配置>选择用户“末次”完成“核心事件”的“事件名称”，并设置更新机制及标签名为“末次核心行为”。



图 5.10 进入“用户标签”



图 5.11 创建标签



图 5.12 选择“首末次标签”

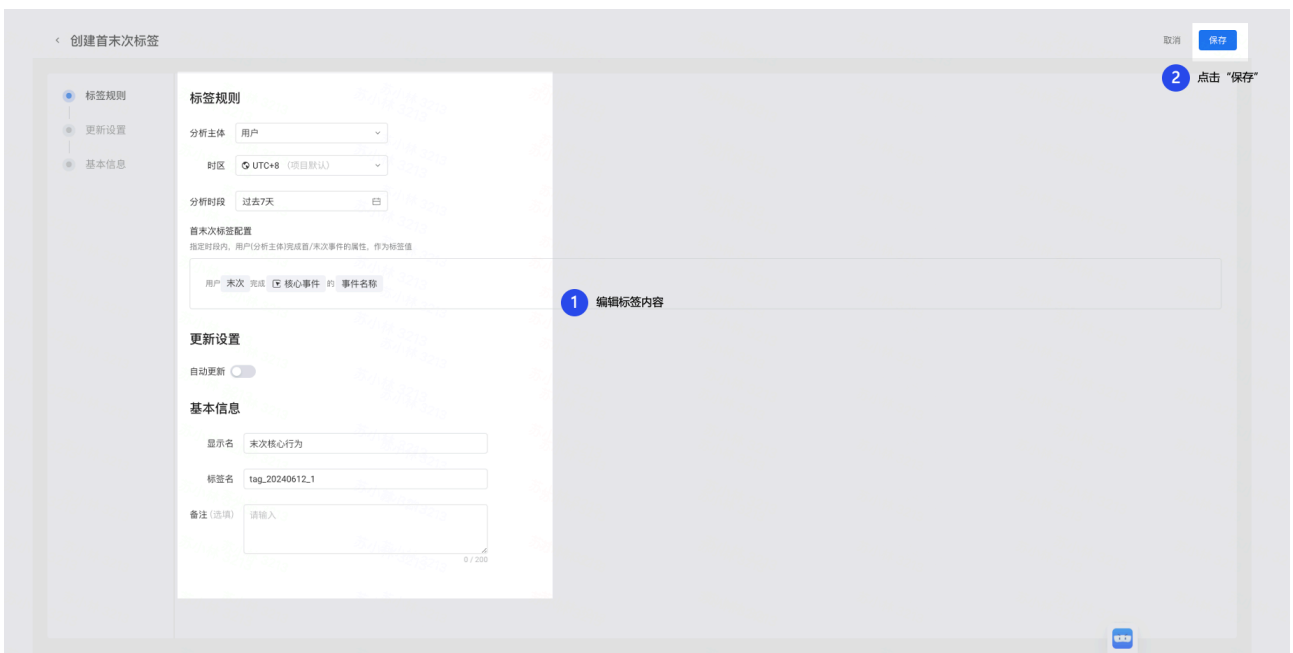


图 5.13 创建“用户末次核心行为”标签

**分析流失用户的末次行为分布情况：**标签创建后，进一步对流失用户进行分析，可以点击分析中属性分析>全局筛选为“0517 首日流失用户”>属于分群>按“末次核心行为”进行分组，可以看到最后的末次行为 top2 分别为开始战斗、参加活动，进而带入到实际的产品逻辑中进入深入分析。

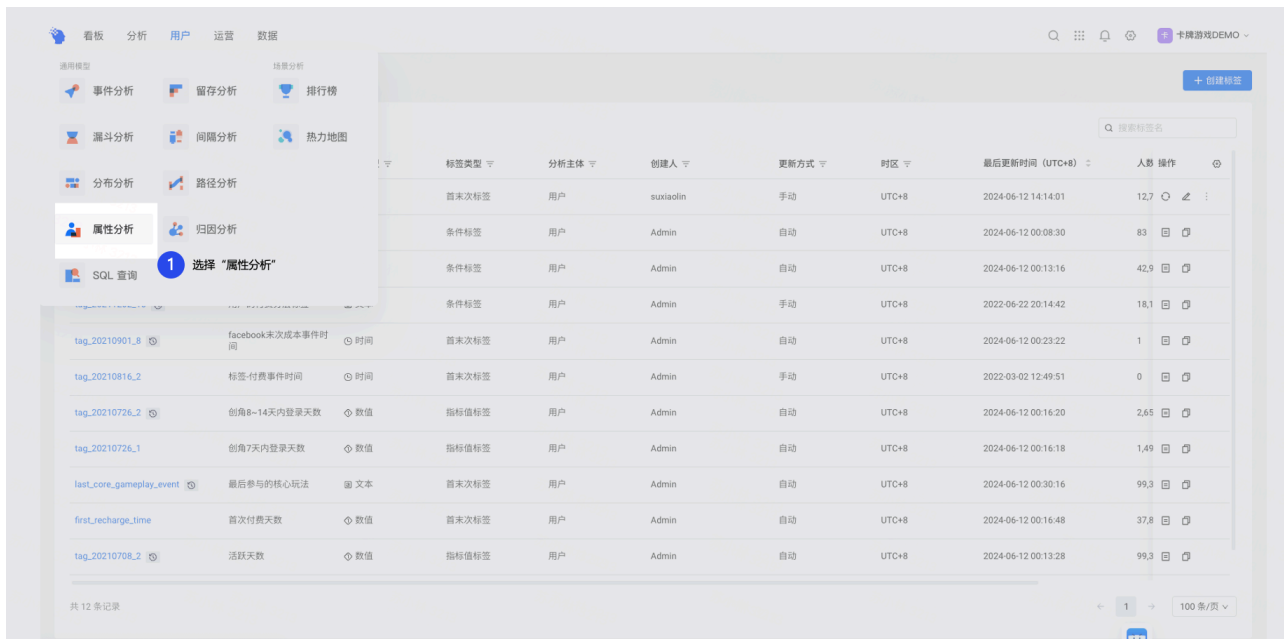


图 5.14 选择“属性分析”模型



图 5.15 配置指标并保存

### 💡 用户标签适用场景

(1) **条件标签**: 根据用户做过或依次做过的行为进行用户打标签，应用场景有用户活跃度、付费情况进行用户分层等；

(2) **首次/末次标签**: 根据用户行为首次或末次指定事件属性值作为标签标记，应用场景有破冰付费偏好、流失前末次行为等；

(3) **指标值标签**: 根据用户某个时间范围事件属性做聚合运算, 对用户打标签, 应用场景有累计在线时长、战斗胜率等;

(4) **ID 标签**: 通过 Excel 导入外部标签;

(5) **SQL 标签**: 自定义标签逻辑;

## 1.6 运营：三步上手做运营

### 1.6.1 场景 5：流失用户发放礼包进行召回

面对流失的用户, 我们通过一些分析, 发现用户是付费用户, 希望能把用户进行召回, 我们则可以通过运营进行流失用户召回, 提高回流。具体如下:

#### 步骤 1 创建礼包召回任务

为了把流失用户找回, 我们可以点击运营中**运营任务**>**进入任务配置**, 可以设置推送时机, 可以选择**定时-重复**>**设置目标用户**, 选择有付费的用户, 最近 14 天没有登录>打开疲劳控制, 避免多次打扰用户>设置推送内容为“折扣券到账通知.....”>设置本次推送目标为在 1 天内登录 APP, 次目标为在 7 天内至少有 1 次付费>设置指标为参加活动。



图 6.1 点击“运营任务”



图 6.2 设置“推送时机”



图 6.3 设置“目标用户”

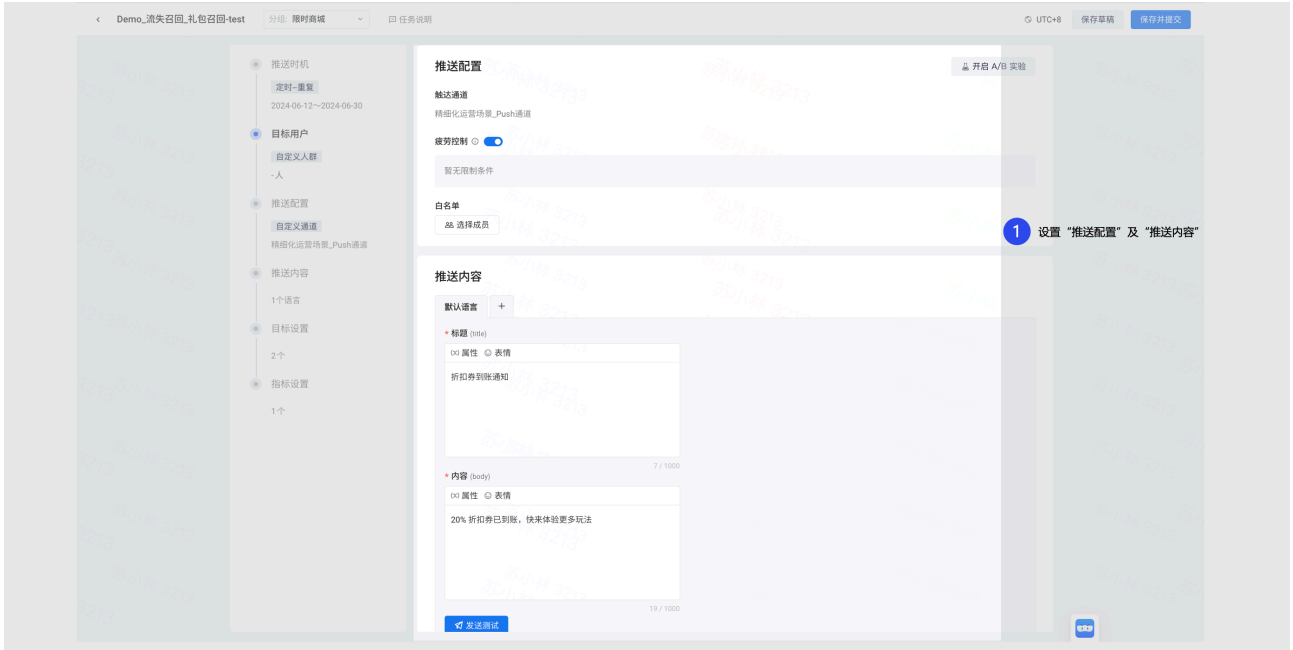


图 6.4 设置“推送配置”和“推送内容”



图 6.5 配置“目标设置”



图 6.6 配置“指标设置”

## 步骤 2 审批运营任务

已创建好的运营任务，需要经过审批才会做任务执行，当审批通过后运营任务进入“进行中”，会根据设置的推送时机进行任务执行。



图 6.7 点击“审批”



图 6.8 点击“通过”

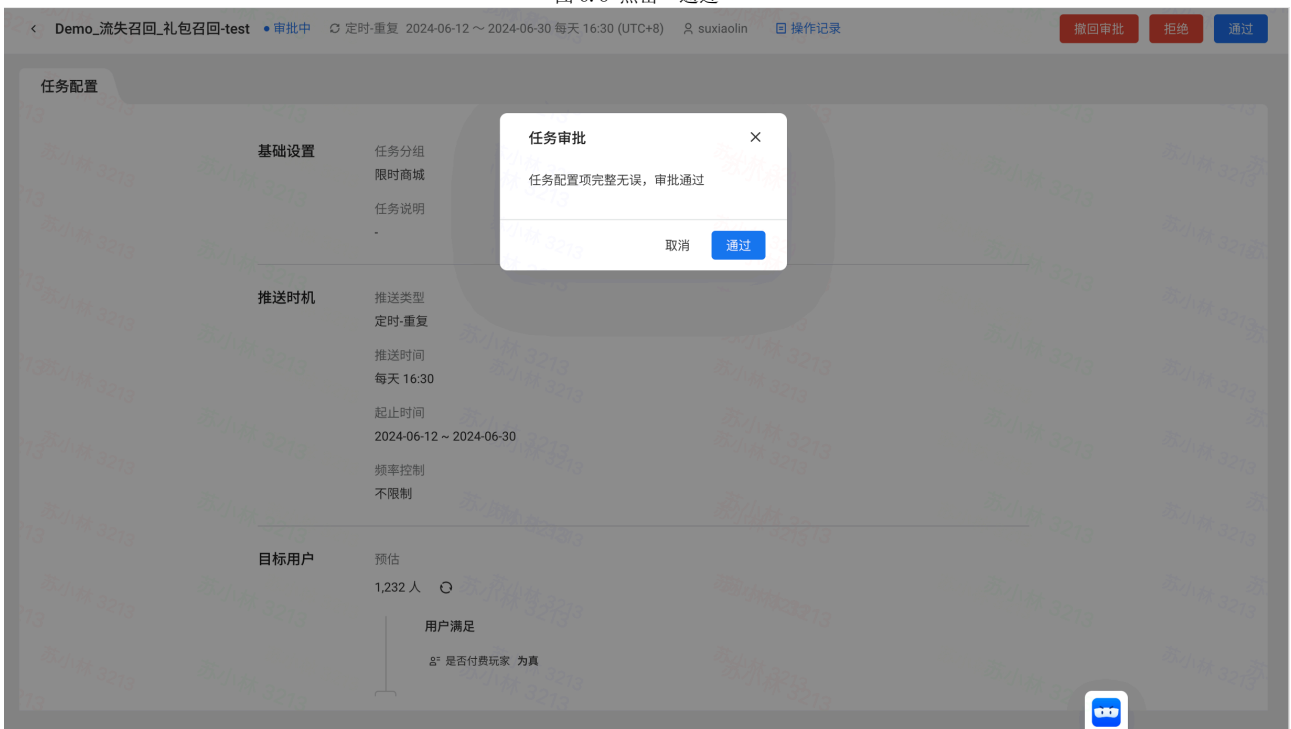


图 6.9 审批二次确定

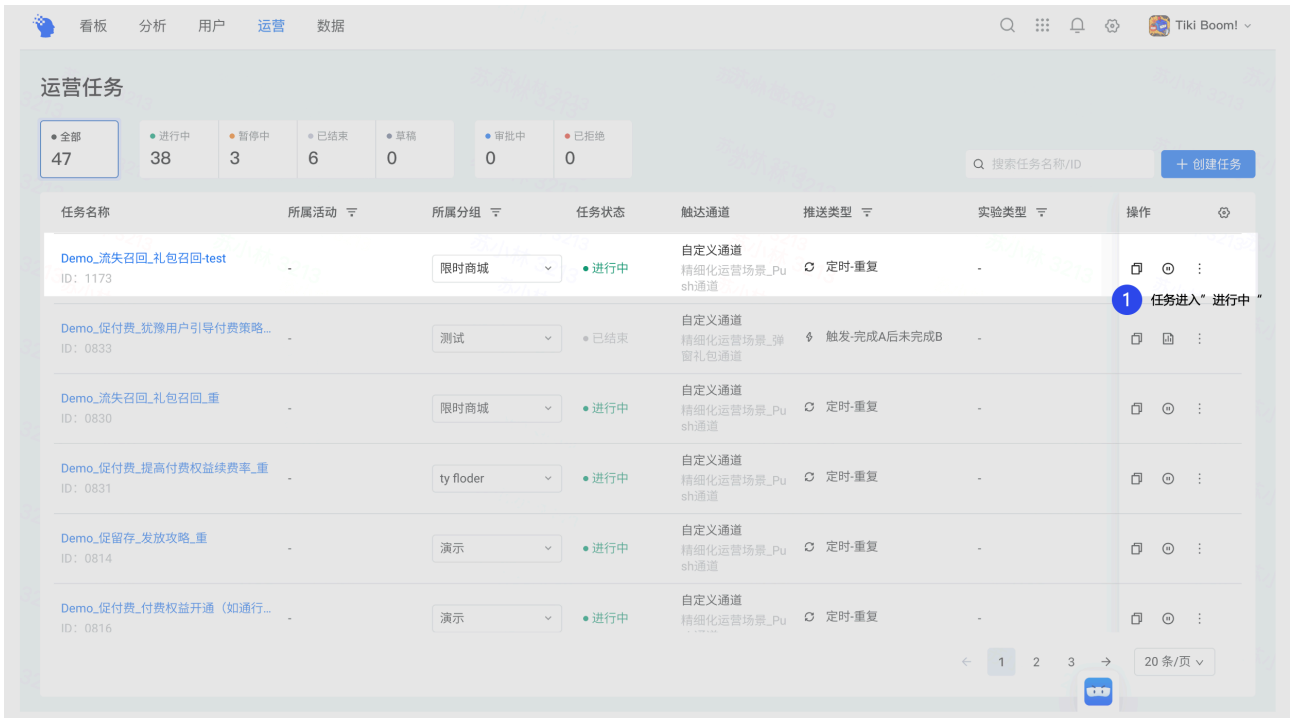


图 6.10 审批完成

### 步骤 3 运营效果数据分析

为了持续分析用户情况，我们可以把推送的用户带入到分析模型中做分析，点击“事件分析”进入分析中>分析用户礼包获取情况，做到运营到分析的闭环分析。



图 6.11 运营效果

| 显示名                  | 分析主体 | 创建人        | 用户人数  | 数据更新时间              | 分析可见                                | 操作                                 |
|----------------------|------|------------|-------|---------------------|-------------------------------------|------------------------------------|
| 5月6日点击推送用户           | 用户   | xwj-demo   | 220   | 2024-05-30 15:47:02 | <input checked="" type="checkbox"/> | 1 点击“事件分析”<br>事件分析<br>留存分析<br>漏斗分析 |
| 没有转化用户               | 用户   | 祝运祯doctor  | 1,191 | 2024-05-11 10:23:06 | <input checked="" type="checkbox"/> |                                    |
| 测试1425633            | 用户   | sunchen    | 692   | 2024-05-07 15:51:35 | <input checked="" type="checkbox"/> |                                    |
| 未到达人群1234            | 用户   | 祝运祯doctor  | 689   | 2024-04-23 14:31:42 | <input checked="" type="checkbox"/> |                                    |
| 未点击用户                | 用户   | 祝运祯doctor  | 369   | 2024-04-17 13:50:21 | <input checked="" type="checkbox"/> |                                    |
| 未到达人数                | 用户   | yuqingqing | 151   | 2024-04-09 14:21:23 | <input checked="" type="checkbox"/> |                                    |
| 111112               | 用户   | yuqingqing | 151   | 2024-04-09 11:33:43 | <input checked="" type="checkbox"/> |                                    |
| 未点击push土豪用户          | 用户   | 祝运祯doctor  | 1,225 | 2024-04-02 14:26:17 | <input checked="" type="checkbox"/> |                                    |
| 2024-2-27-9-27回流复购用户 | 用户   | 速语         | 1,214 | 2024-03-27 18:35:03 | <input checked="" type="checkbox"/> |                                    |
| test333              | 用户   | sunyang    | 213   | 2024-03-15 10:53:45 | <input checked="" type="checkbox"/> |                                    |
| churn112333          | 用户   | sunchen    | 366   | 2024-02-20 10:23:02 | <input checked="" type="checkbox"/> |                                    |
| 未到达人群234             | 用户   | 祝运祯doctor  | 708   | 2023-12-29 11:36:01 | <input checked="" type="checkbox"/> |                                    |
| 礼包找回失败               | 用户   | Kris demo  | 364   | 2023-12-27 16:00:04 | <input checked="" type="checkbox"/> |                                    |

图 6.12 带入分析模型



图 6.13 分析礼包获取情况

💡 运营相关功能介绍:

- (1) 工作台: 全局监控运营任务时间排期、推送效果、活跃指标查看;
- (2) 运营活动: 基于相同运营目标的多个运营任务的组合, 可以批量创建运营任务, 可以按活动类型分有充值类、活跃类;

(3) 运营任务：设置具体的运营计划，包含推送的时机、推送的目标、推送的内容、触达用户的方式、运营目标等设置，能精准的圈出用户，在合适的时间合适的方式去触达用户，提供喜欢的内容，进而提升用户活跃或付费率等；

(4) 运营设置：对通道、疲劳控制、审批设置、白名单管理进行管理；

