



2018.3 月 Facebook 广告产品更新

1. 关于 Ads Manager 数据更新。

- 新增 “estimated” 或 “in development” 标签。

在广告管理工具里的一些数据指标会被加上 “estimated” 或 “in development” 的标签。这样的更新可以帮助广告主更好的了解数据计算的方式和使用方法。

① Estimated 标签

Estimated 数据是根据样本和模型来计算出来的预测数据。这类型的数据可以用来衡量一些难以准确量化的数据指标。当我们广告积累到的数据样本和信号都充足的时候，数据的预测会更准确。Estimated 数据和实时数据通过标签区分开来，可以帮助广告主更容易了解数据的来源，作出相应的决策。

举例：reach 就是一个 estimated metric，是一个预估的至少看到广告一次的人数的数据，估算方法是：系统分析看到广告多次的人数，去除重复次数，再加上看到单次广告的人数，得出结论，而系统会根据数据样本的历史记录来构建计算模型，并且得出估算的数据，这样类型的数据会被标注为 estimated。

② In-development 标签

In-development 的数据是新数据指标，因为数据的指标和模型都会根据平台的进步而更新，这类的数据不适合用于和历史数据进行对比，因为数据样本和模型有可能发生了改变。

2018 年 7 月份，将删除大约 20 个已被确定冗余，过时，不行或者不经常使用的指标。

- 广告管理工具和自定义栏的数据更新。

在广告管理工具和自定义栏的数据里，可以看到更新的内容，包括数据的估算模型和建议的使用方式。

2. 自定义受众群体的覆盖面估计可用性更新

2 月 26 开始，广告界面和 API 中的自定义受众群体覆盖面预估数据在做调整之后会再次被显示。

- 恢复之后的变化内容：

PapayaMobile Inc.

Beijing • Hongkong • Shenzhen • San Francisco • Bangalore



①被显示的自定义受众 size 会有微小的变化。

②同样的自定义受众列表在多个账户显示的覆盖预估值会有不同。

③自定义受众覆盖面最小预估值从之前的 20 提升到了至少 1000 个，低于 1000 人数将不会显示具体数字。

3. 移动信息流广告排名改进的推出和影响

• 从 3 月 5 号开始，News Feed 广告位中的排名竞争将做出改变。

在此之前，付费广告会与自然贴文一起竞争 newsfeed 中的广告位，在此之后，广告只会与其他广告竞争 newsfeed 里的位置，不会在与自然广告抢占排名，减少了广告的竞争性，这也使我们的拍卖能够更高效的为广告定价。目前这一功能已在 3 月 12 号 100%推出。

• 影响

在推出这一改变之后，有大概 10%的用户反馈，这样的改变可能会导致一些动态广告和应用安装广告系列的花费低于其全部预算，为了达到相同的支出水平，受影响的广告客户需要提高广告出价。