

2/4/2024 | <https://help.adjust.com>

## 受众分群工具

### ⚠️ 重要提示:

我们的经典控制面板已于 **2024 年 3 月 29 日停用**。所有 Adjust 客户都应切换至 **受众** 来创建自定义用户列表。所有仍在使用受众分群工具的客户可以在 **2024 年 5 月 31 日** 之前继续访问该工具。要从 Adjust 受众访问受众分群工具，请选择 **+ 新受众** 按钮旁的 **前往经典受众分群工具** 并按照说明操作。

使用受众分群工具，您可直接在控制面板上创建、下载、分享自定义的用户列表。设置条件划分用户，然后创建群组列表，与您的合作伙伴共享，从而推进再营销、A/B测试等活动。

### 📈 增长方案:

受众分群工具作为 Adjust 增长解决方案提供。要为您的账户启用受众分群工具，请联系 [sales@adjust.com](mailto:sales@adjust.com)。

## 操作前须知

以下是您在操作前需要了解的内容。

### 适用条件

- 管理员和编辑员。

### 实用信息

- 受众分群工具中的用户数据不包含可用于识别个人身份的信息，符合隐私相关法律法规，且与 Adjust 的其他数据报告分开存储。
- 受众可覆盖 Adjust 跟踪的多个应用的用户

## 受众分群工具基础知识

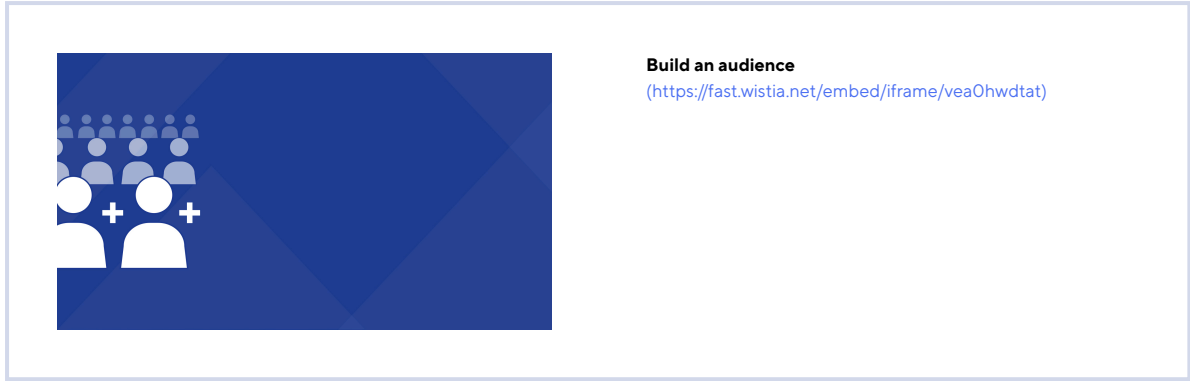
受众是自定义的用户列表，会根据设备类型、安装日期、应用活动情况等条件对用户进行划分。受众会实时更新，所以包含广告 ID 或推送标签的用户列表始终是最新的，您可以随时访问。

使用受众分群工具，您可以：

- 横跨所有应用对用户进行分群。
- 与渠道共享自定义用户列表。
- 进行 A/B 推广活动测试。
- 衡量渠道表现。
- 避免向多个渠道付费来定向同一用户群。

您最多可以将受众划分为 10 个群组。每个群组的用户不重叠，您可以自定义每个群组中的用户百分比。

## 创建受众



使用[此链接](#)  分享视频。如需创建受众，请按照以下步骤操作。

- 1 选择 **菜单**  
受众分群工具 > 创建受众  
(如果您已创建受众，请选择 **新的受众**)。
- 2 输入受众名称。
- 3 选择您的商店和 ID 类型。
- 4 选择一个或多个应用。
- 5 选择您要添加的条件，数量不限。请务必先确认每个条件(点击对勾)，再添加其他条件。
- 6 选择 **下一步**。
- 7 将您的受众划分为 1 至 10 个群组。您可以命名群组，自定义每个群组中的用户百分比。
- 8 选择 **创建**

太好了！您现在可以下载受众数据，或与渠道共享用户列表了。

### 提示:

查看右上角的用户图标，可以了解有多少用户符合您当前的受众条件。

## 编辑受众

在创建受众后，您可以对受众进行编辑。如果现有受众已经关联到了任何合作伙伴，您就需要先解除受众关联，然后才能进行编辑。在解除受众关联时，您也可以选择从任何已关联合作伙伴中清除所有受众历史记录。

要编辑受众，请按下列步骤操作：

- 1 选择 **菜单** > **受众分群工具**
- 2 选择受众旁的插入符号 (\*)，展开受众选项。
- 3 选择 **编辑**。
- 4 选择 **仅取消关联受众**，或 **取消关联并从(#)合作伙伴中清除所有受众历史记录**。

太好了！您现在可以编辑受众了。从这里起，操作步骤与[创建受众](#)的步骤完全相同。

#### 请注意:

您的受众将解除与所有合作伙伴的关联。如果在受众尚未被关联的情况下选择编辑受众，解除受众关联的弹窗就不会出现。

## 下载或分享受众

创建受众后，Adjust 会自动为每个受众群组生成一个 URL。您可以使用这些 URL 下载 (或允许您的合作伙伴下载) CSV 文件列表，其中包含每个群组中的所有用户。

如需下载或分享受众数据，请按以下步骤操作。

- 1 选择 **菜单 > 受众分群工具**。
- 2 选择受众旁的插入符号 (\*)，展开受众选项。
- 3 选择 **详情**。
- 4 找到要下载或分享的群组，选择 **复制** (剪贴板图标) 来复制群组 URL。

全部完成！现在，您可以使用 Wget 等下载工具，以程序化方式抓取受众数据。

想与再营销合作伙伴分享自定义用户列表？您只需向合作伙伴发送群组 URL 即可。只要拥有链接，任何人都可以下载该群组的受众数据 (包括所有设备标识符)。

## 停止共享受众

要停止与合作伙伴共享受众，您需要重置群组 URL。该操作将用新的 URL 取代当前的群组 URL，仍使用原有 URL 的人员将无法再访问用户列表。

如需重置您的群组 URL，请按照下列步骤操作。

- 1 选择 **菜单 > 受众分群工具**。
- 2 选择受众旁的插入符号 (\*)，展开受众选项。
- 3 选择 **详情**。
- 4 选择需要更新群组旁边的 **设置** (齿轮图标)。
- 5 选择 **重置链接**。

重置群组 URL 后，您可以选择与其他渠道或合作伙伴共享新的链接。

#### 请注意:

如果您的群组已关联至合作伙伴 (例如 Meta)，则需要在重置群组 URL 后重新链接该合作伙伴。

## 条件

根据应用状态、归因类型等过滤条件筛选受众中的用户。例如，如果您希望受众中只包含来自中国或法国的自然用户，请将归因设为 **organic** (自然量)，将 **国家/地区** 设为 **China** (中国)和 **France** (法国)。您可以设置任意数量的条件或条件组合。

以下为可用的条件：

条件	适用条件
应用	必填条件
跟踪链接 (渠道层)	仅在选定单个应用时可用
事件	仅在选定单个应用时可用
事件数量	
国家/地区	
应用状态	使用卸载与重装跟踪功能时可用
卸载时间	应用状态为 Uninstalled (已卸载) 时可用
重装时间	应用状态为 Reinstalled (已重装) 时可用
设备类型	
安装时间	
上次会话	
上次事件时间	仅在选定单个应用时可用
归因	
收入事件	
总逗留时间	
总收入	当所有选定应用均使用同一货币时可用

受众中的每位用户都将满足您设置的所有条件。例如，如果您将 **应用状态** 设为 **Reinstalled** (已重装)，**收入事件** 设为 **More than 3** (大于 3)，那么您的受众将只包括已重装应用 **且** 触发了 3 个以上收入事件的用户。



**请注意：**

要进行编辑，请将光标悬停在任意条件上，选择 **编辑** (齿轮图标)。要删除条件，请选择 **删除** (垃圾桶图标)。

## 表达式

表达式系指条件的参数。您可以用下列表达式过滤受众数据：

表达式	注意事项
包括	受众中的每位用户都必须满足此特定条件。例如：如果事件包含 Purchase (购买)，那么您的受众就不会包含任何其他事件的数据。
排除	受众中无用户满足该特定条件。即无论其他条件如何，都会排除所有符合该排除条件的用户。示例：如果国家/地区为 Japan (日本)，但应用条件排除了 ExampleApp，那么您的受众将不包括日本的 ExampleApp 用户。
小于 / 大于 / 等于	<p>使用此类表达式，您可以设置数量条件。使用收入事件条件举例：</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Less than 3 (小于 3) - 仅包含触发了 0、1 或 2 个收入事件的用户</li> <li>• More than 3 (大于 3) - 仅包含触发 4 个或以上收入事件的用户</li> <li>• Exact 3 (等于 3) - 仅包含触发 3 个收入事件的用户</li> </ul>
早于 / 晚于	<p>使用此类表达式，您可以设置日期条件。使用安装时间条件举例：</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Before 2019-10-30 早于 2019-10-30 - 仅包含在 2019 年 10 月 29 日及之前进行安装的用户</li> <li>• Since 2019-10-30 (2019-10-30 之后) - 仅包含在 2019 年 10 月 31 日或之后安装应用的用户</li> </ul>

## 受众分群工具常见问题

### 受众 CSV 文件多久更新一次？

Adjust 的受众 CSV 会自动实时更新。也就是说，您 (或您的合作伙伴) 每次下载受众，其中都包含最新的用户列表。

### 我为什么不能为多个应用选择某些特定条件？


当您为受众选择应用时，Adjust 会提取一份列表，其中包括与该应用相关的所有跟踪码和事件。如果您选择多个应用，列表就会变得过大！所以，您只能为单一应用的受众选择跟踪链接和事件条件。

### 我的受众是否包含启用了 LAT 的用户？

不，受众中不包括启用限制广告跟踪 (LAT) 的设备。

从 Adjust SDK 2.1.0 (限 iOS) 和 Adjust SDK 3.3.5 (限安卓) 起，我们开始验证 LAT 设置。如果设备使用的应用版本中的 Adjust SDK 早于以上版本，则不会被包括在您的受众中。

## 在将受众导出至 Google Ads 时

在向 Google Ads 导出受众之前，请参阅 [Google 目标客户匹配政策](#) 。

我们只能导出 Google 目标客户匹配中包含 1 个 appID 的受众。包含 1 个以上应用 ID 的受众无法导出至 Google，因为对于每个受众 Google 只接受一款应用。