

01 / 30-DAY ILLUSTRATION

看清消耗，也看清转化路径。

全部数值为模拟数据，用于说明报告结构。非客户成绩，不构成投放预测。

模拟广告消耗 MYR 3,000	展示量 210,000	链接点击 4,800	CTR 2.29%
CPC MYR 0.63	页面访问 4,400	注册人数 450	首次入金 FTD 90

注册 CPA = MYR 6.67；FTD CPA = MYR 33.33。广告消耗仅含模拟媒体费用，不含管理费、素材费或账户费用。未提供收入，因此不计算 ROAS。

02 / WEEKLY VIEW

按周查看趋势，再决定测试动作。

周期	媒体消耗	展示	链接点击	注册	FTD
第1周	MYR 750	45,000	900	90	18
第2周	MYR 750	50,000	1,100	105	21
第3周	MYR 750	55,000	1,300	120	24
第4周	MYR 750	60,000	1,500	135	27

模拟 FTD 趋势



03 / SHARED DEFINITIONS

口径先一致，报告才有意义。

媒体指标

展示、链接点击与消耗以对应平台的可取得导出为来源。CTR = 点击 ÷ 展示；CPC = 媒体消耗 ÷ 点击。

业务转化

FTD指该周期内符合约定口径的首次入金用户；注册与FTD来自客户业务系统或Affiliate数据，并按用户去重。

归因与可核对性

页面访问来自约定追踪。投放前确认时区、归因窗口、链接参数及数据来源；平台与业务系统差异单独说明。

复盘建议示范

模拟数据中点击及FTD逐周增加。下一轮可测试开场、CTA和页面信息；真实项目需排除追踪与重复用户差异后再判断。

收入缺失时 ROAS 显示“未提供收入”。缺失的注册或FTD数据不以零代替，标为“未提供”；不承诺固定获客成本、审核或结果。