

08 | 游戏：游戏行业的 ROI 和付费率是怎么算的？

1. 背景

1.1. 游戏行业用户两级分化很严重：
要么快速流失；要么玩的很久

2. 指标口径

2.1. 常规指标

2.1.1. DAU、WAU、MAU • 反映 用户规模

2.1.2. 留存率 • 分为 次留、7留、30留存率；
反映产品的联系程度

2.1.3. 渗透率 • 反映该产品中每一模块的使用程度

2.1.4. 转化率 • 反映 某个连贯的路径程度

2.2. 商业化指标

2.2.1. ARPU • 付费金额（指 成单金额GVM）/ 活跃人数
• 一段时间内的用户平均收入

2.2.2. CPM、CPC • $CPM = (\text{广告投入总额} / \text{所投广告的展示数}) \times 1000$
• 代表千次曝光成本

2.2.2. CPC • $CPC = \text{广告投入总额} / \text{所投广告带来的点击用户数}$
• 每个点击用户的成本

2.2.3. ROI • 收入 / 支出 = $ARPU \times \text{用户数} / \text{所有支出}$
• 投资回报率

3. 用户流失分析

3.1. 如何合理定义流失用户

• 用户回流率 = $\text{回流用户数} / \text{流失用户数} = \text{某个周期内的流失用户数在周期结束后又回来了} / \text{某个周期内的流失用户数}$

• 回流率趋于稳定的周期即 流失周期

3.2. 分析之套路法：

• 看用户流失前一步在干什么，是什么导致用户流失

3.3. 分析之差异法：

• 深入的玩游戏并和其他玩家交流

4. 用户付费分析

4.1. 以付费金额分布和付费模块为切入点

4.2. 根据 1 确定未来重点是在高、中、低哪个群体

4.3. 进行 A/B 测试，并每天看收入情况