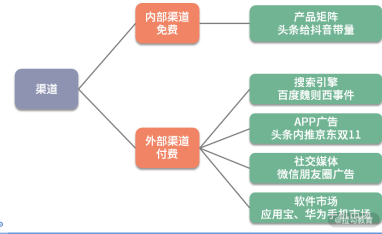


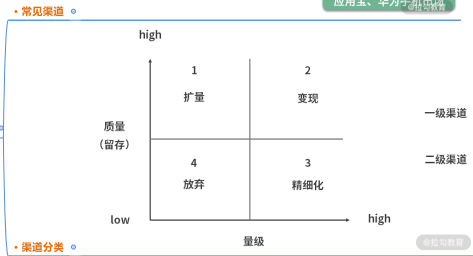
11 | 流量分析：如何分析数据的波动？

1. 背景

- 指标体系和报表建好后，分析师每天都要看数据，这就是流量分析；
- 这里流量指广义的流量，不单单是日活！



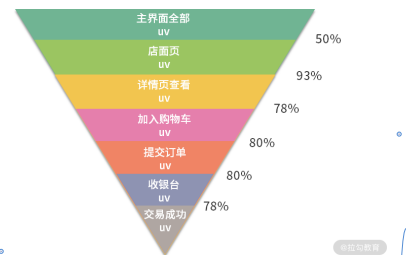
2.1. 常见渠道及渠道分类



2.2. 渠道推广的整个过程

2.3. 渠道的关键指标及分析方法

- 关键指标
 - 前期看 有效用户数、次留
 - 中期看次日、7 日、30 日留存
 - 后期看ROI
 - 分析方法
 - 趋势分析
 - 对比分析
 - 作弊分析
- PS: 这里有效指有主动行为的用户!
- PS: 及时把ROI小于1的渠道砍掉!



3. 转化与价值分析

3.1. 漏斗分析

- 用户基础属性
 - 手机品牌
 - 地域
 - imei 特征等
- 行为属性
 - 入口
 - 时段
 - 用户活跃度
 - 用户标签等

3.2. 功能模块分析 (常规分析、价值分析)

- 3.2.1. 常规分析
 - 渗透率 (使用某功能用户在大盘的占比)
 - 功能留存率 = 第一天使用该功能同时第二天也使用该功能的用户数 / 第一天使用该功能的用户数
 - 大盘留存率 = 第一天使用该功能同时第二天是大盘用户的用户数 / 第一天使用该功能用户数
- 3.2.2. 价值分析
 - 功能核心 (指具备某种行为的) 用户数
 - 功能 A 对大盘留存的提升贡献 = 功能A渗透率 * 功能A的大盘留存率提升数 (使用过A功能的用户次留 - 对照组次留)
 - 功能对大盘贡献度
 - 功能带来的收入对比 = 收入数 / 该功能前的用户数

4. 流量波动逻辑性分析

- 4.1. 日活
 - 4.1.1. 外部影响
 - 常识
 - 外部事件
 - 竞品策略
 - 4.1.2. 内部影响
 - 数据统计
 - 用户基础属性
 - 用户行为属性
- 4.2. 留存
 - 4.2.1. 新用户留存
 - 渠道
 - 渠道推广过程
 - 4.2.2. 老用户留存
 - 核心功能 (功能A + 功能B + 功能C) 用户留存
 - 非核心非功能用户留存

* 一定要有耐心和逻辑严谨!!!