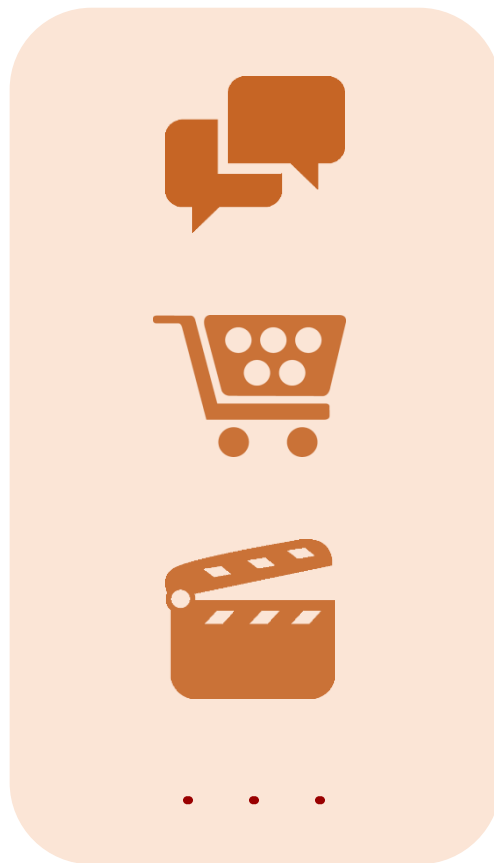
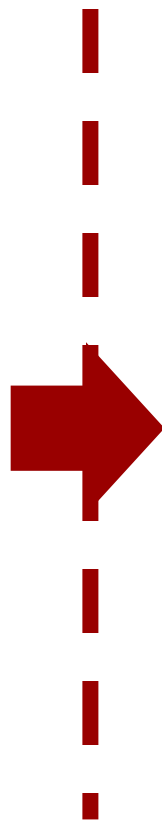


客户分析

推广渠道



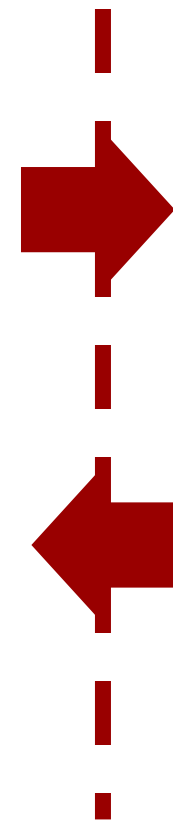
注册



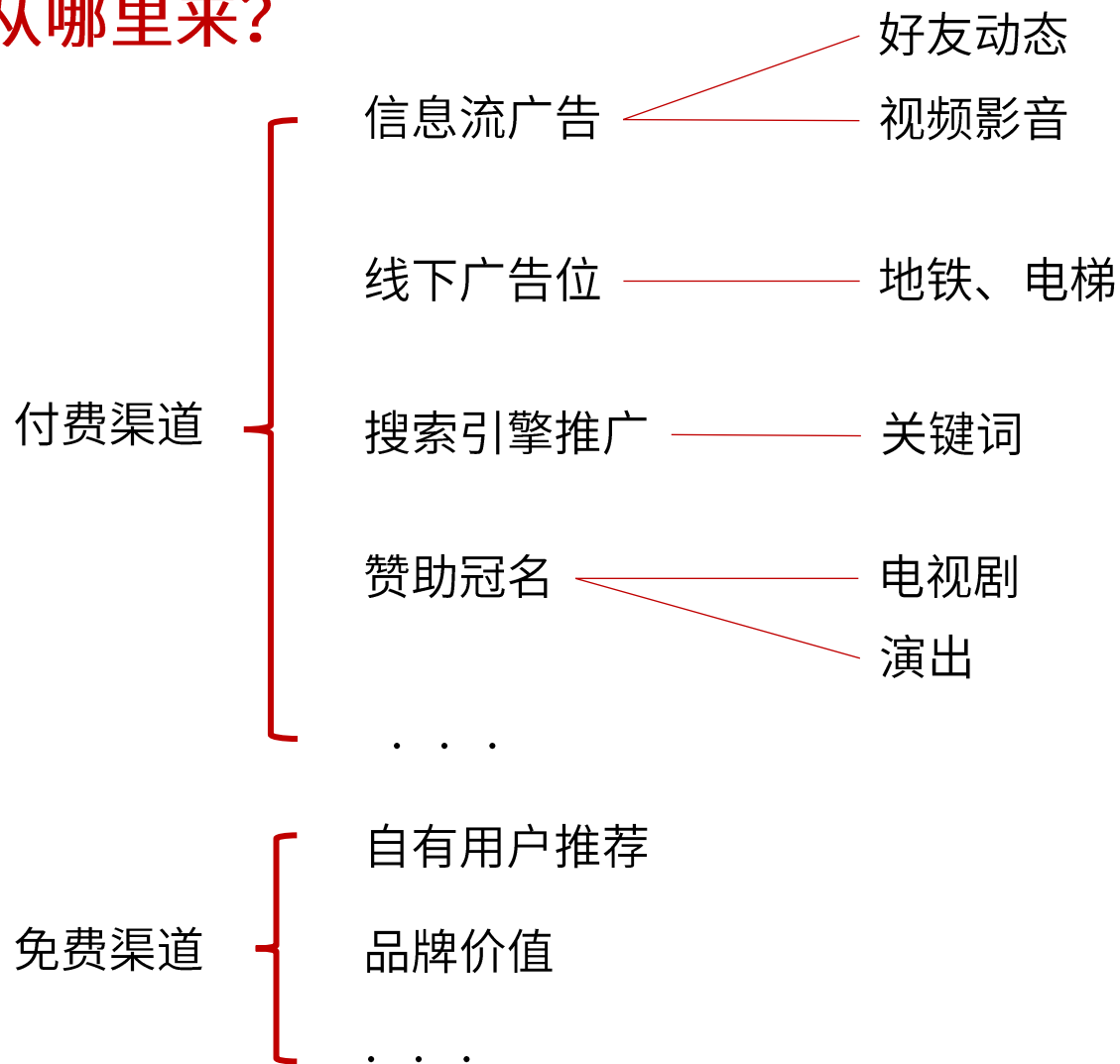
使用



离开



用户从哪里来？



哪个付费渠道效果好？



如何定义效果好？



渠道用户对目标平台的价值贡献

瞬时价值

用户量

UV、跳出率、注册用户数、
单个注册用户成本

长期价值

用户质量

活跃用户数、次日留存率、
复购用户数、单个复购用户成本

例1：平台X分别在微博和公众号上投放广告，每个渠道投入20万元，微博的收费标准20元/CPM，公众号的收费标准为10元/CPM，一周后广告量消耗完，捕获到的数据如下，微博渠道：广告点击次数10万，跳失5万次，注册成功2万人，公众号渠道：广告点击次数15万，跳失10万次，注册成功1万人，请统计下列指标评估两个渠道的表现？



曝光次数=

微博渠道

1000万次

公众号渠道

2000万次



曝光点击率=

1%

0.75%



跳失率=

50%

66.7%

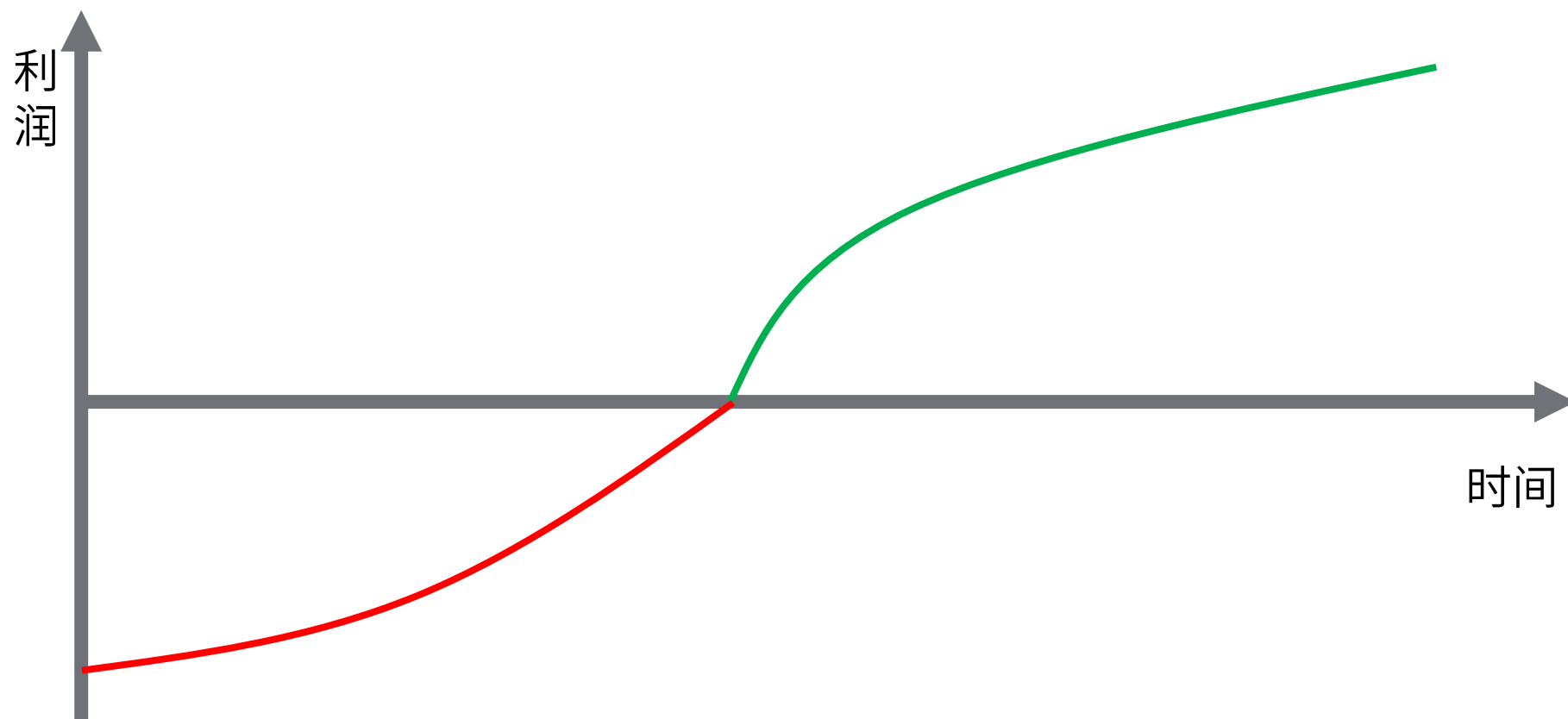


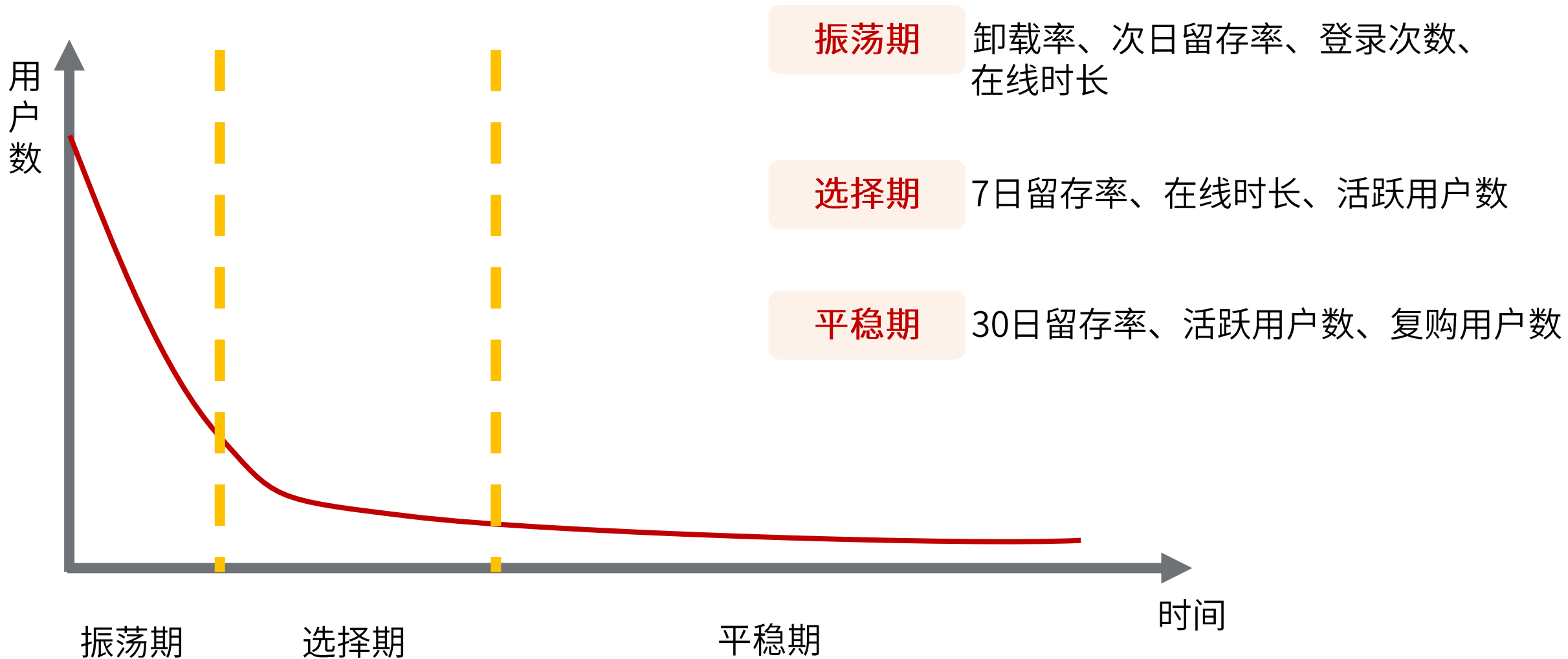
单个注册用户成本=

10元

20元

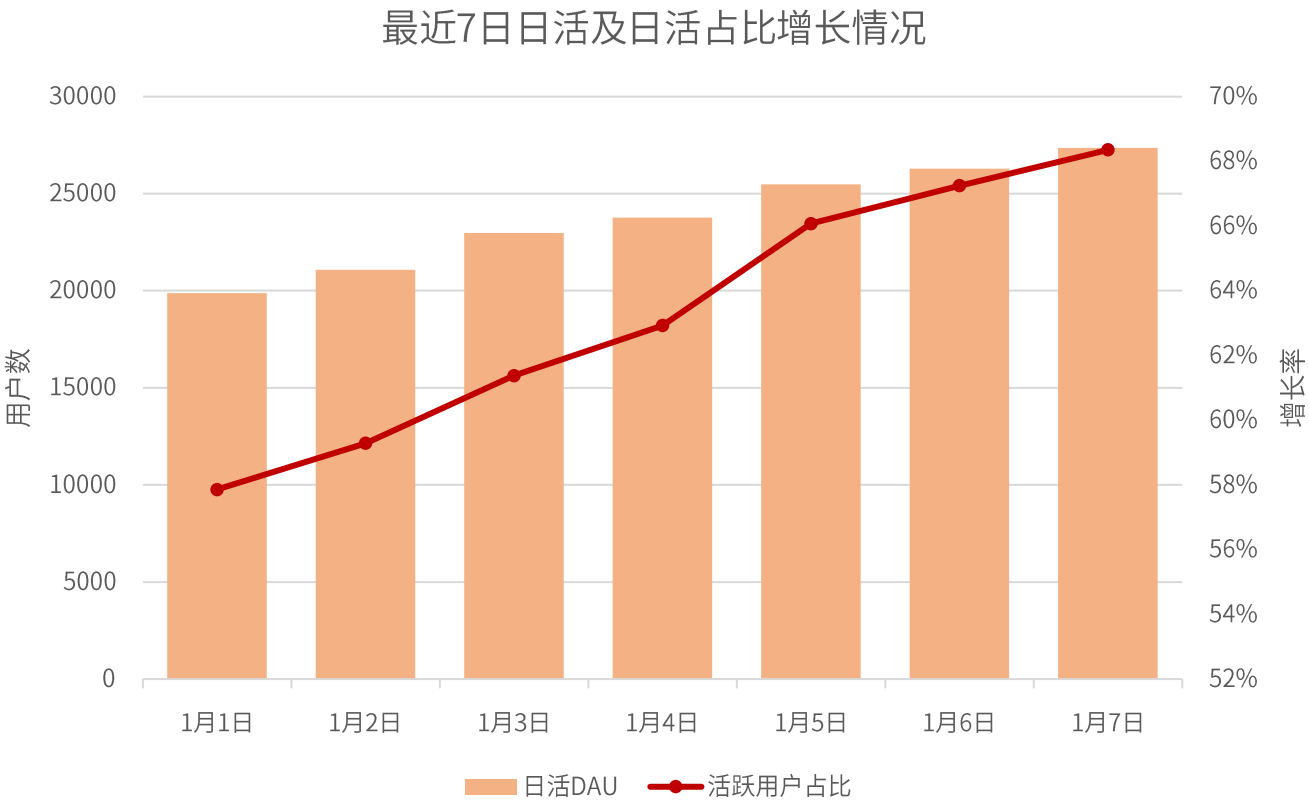
留存用户： 用户注册后开始接触产品，使用产品且未离开的用户





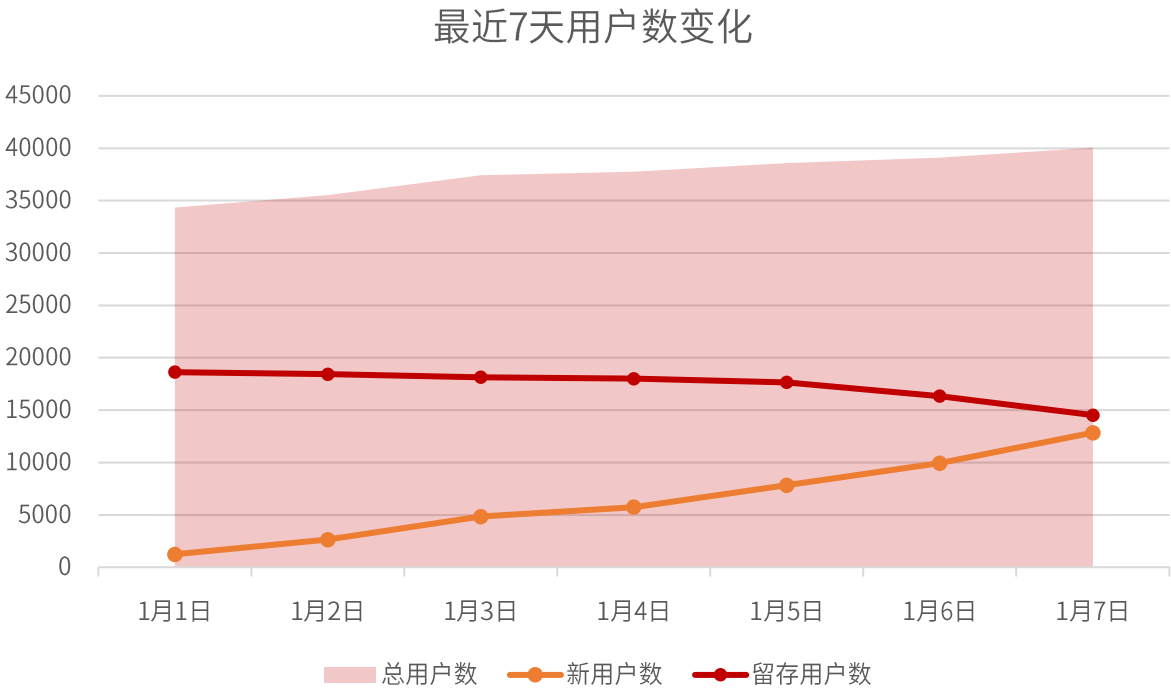
例1：假设用户打开APP定义为活跃用户，下表为最近7天的活跃用户，请给出你的分析思考？

| 日期 | 总用户数 | 日活DAU |
|------|-------|-------|
| 1月1日 | 34345 | 19872 |
| 1月2日 | 35543 | 21073 |
| 1月3日 | 37432 | 22974 |
| 1月4日 | 37756 | 23758 |
| 1月5日 | 38569 | 25483 |
| 1月6日 | 39087 | 26284 |
| 1月7日 | 40035 | 27364 |



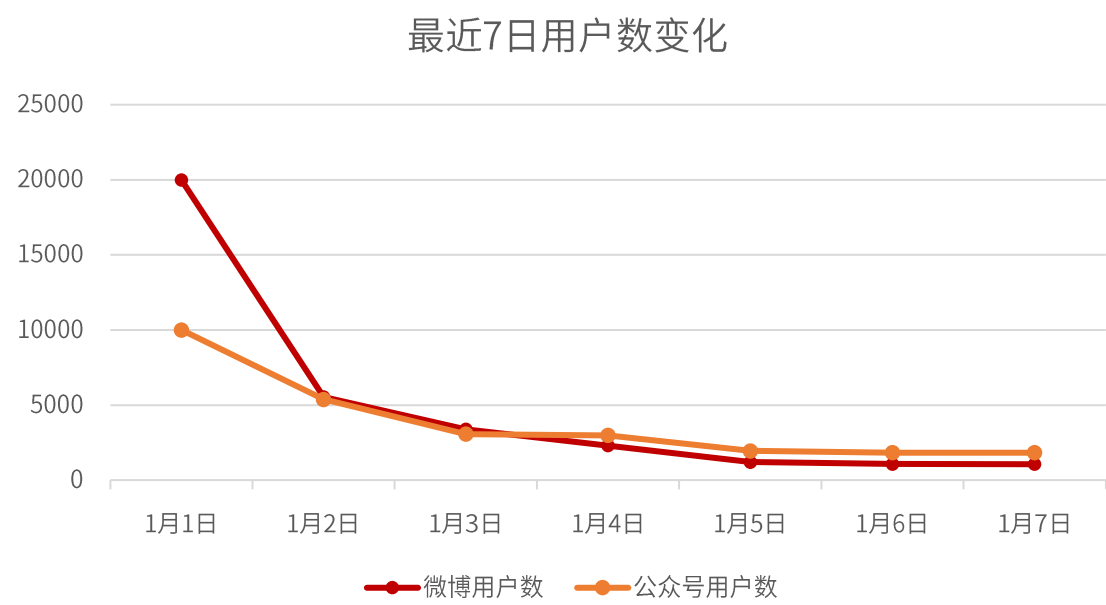
例2：假设用户在指定日期再次打开APP定义为留存用户，用户第一次打开APP为新用户，下表在案例1的基础上统计出留存用户数，请给出你的分析思考？

| 日期 | 总用户数 | 日活DAU | 新用户数 | 留存用户数 |
|------|-------|-------|-------|-------|
| 1月1日 | 34345 | 19872 | 1239 | 18633 |
| 1月2日 | 35543 | 21073 | 2639 | 18434 |
| 1月3日 | 37432 | 22974 | 4839 | 18135 |
| 1月4日 | 37756 | 23758 | 5749 | 18009 |
| 1月5日 | 38569 | 25483 | 7827 | 17656 |
| 1月6日 | 39087 | 26284 | 9937 | 16347 |
| 1月7日 | 40035 | 27364 | 12840 | 14524 |



例3：平台X在1月1日通过微博渠道获取2万新用户，公众号渠道获取1万用户，这两批用户在相同的运营策略下呈现不同的表现，两个渠道的活跃用户数如下表（假设用户打开APP定义为活跃用户），请评估两个渠道的用户表现？

| 日期 | 微博用户数 | 公众号用户数 |
|------|-------|--------|
| 1月1日 | 20000 | 10000 |
| 1月2日 | 5543 | 5376 |
| 1月3日 | 3389 | 3072 |
| 1月4日 | 2297 | 2987 |
| 1月5日 | 1199 | 1954 |
| 1月6日 | 1074 | 1829 |
| 1月7日 | 1070 | 1831 |



流失定义：无明确定义，如用户30天内未发生购买行为；如用户卸载了APP；如最近2个月用户未登录



面向用户

短期易耗品：粮油、话费

中期消耗品：锅具、服装、化妆品

长期消耗品：冰箱、橱柜、会员服务

面向企业

单次项目：数据库搭建、硬件采购

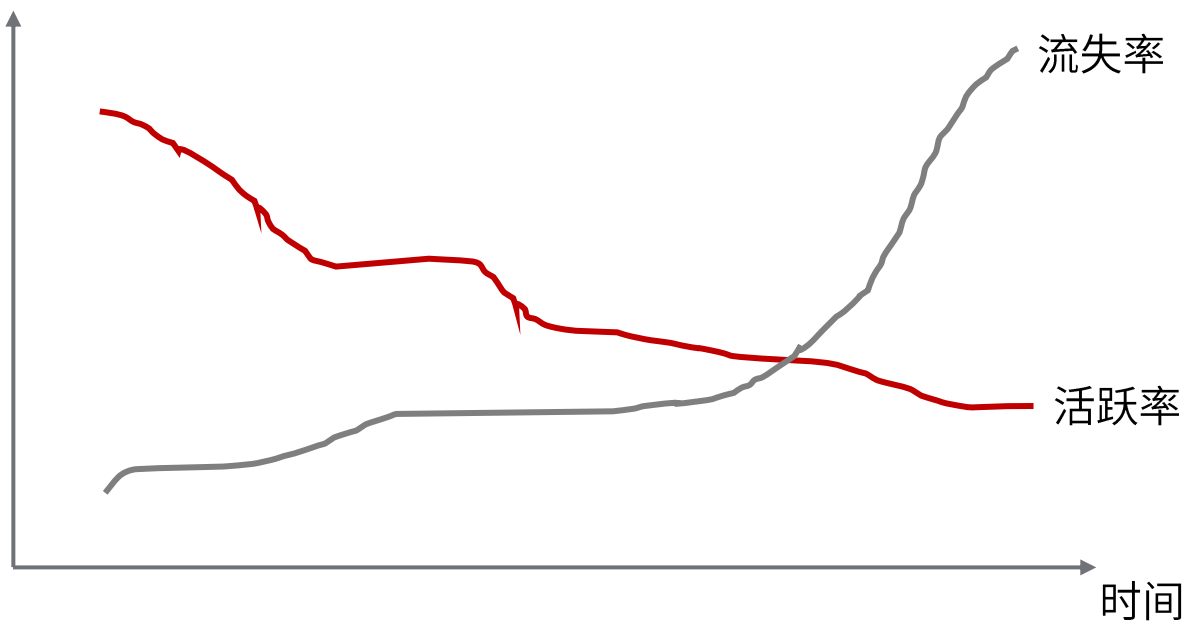
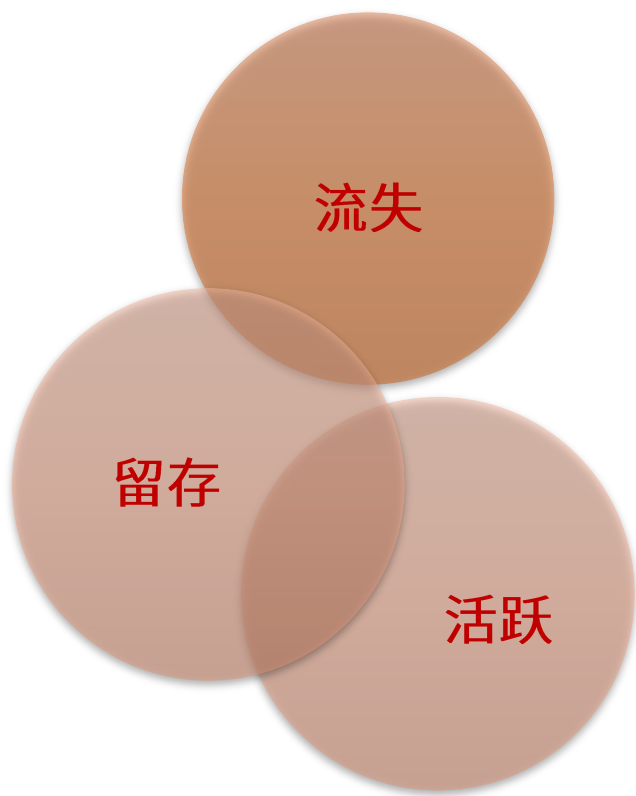
持续项目：数据库维护、云服务

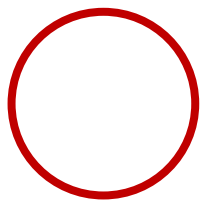
广义理解：

流失 对平台失去兴趣的用户

留存 依然使用平台的用户

活跃 喜欢使用平台的用户



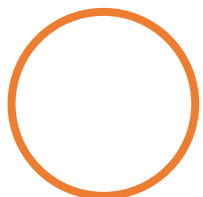


挽留每一个流失用户

发优惠券

降价促销

送赠品

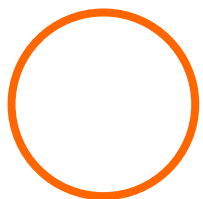


分析每一个流失原因

工作量大

难以触达用户

无代表性

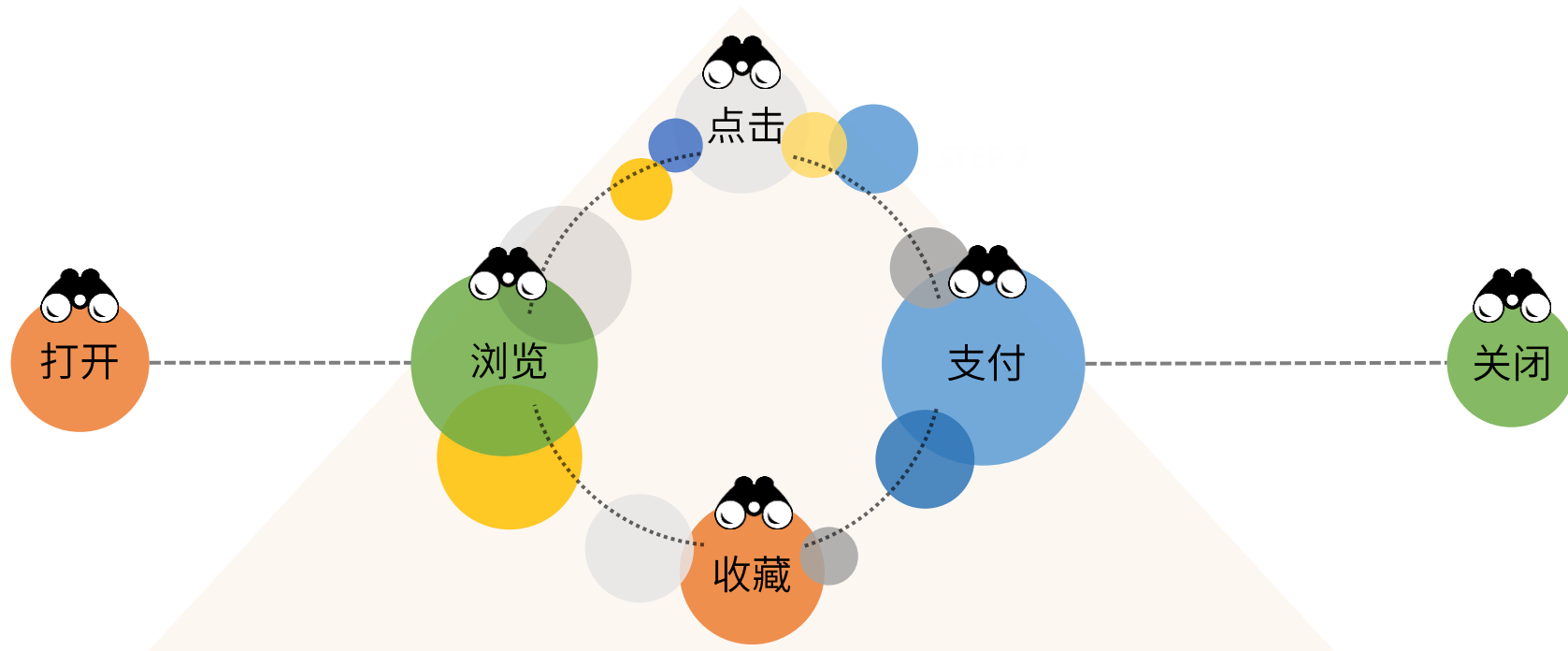


仅根据流失率指标判断

流失滞后

无法挽留

用户行为：业务场景下，用户和产品接触过程中的行为描述



浏览页面数

浏览时长

登录次数

收藏商品数

收藏并购买次数

加购物车次数

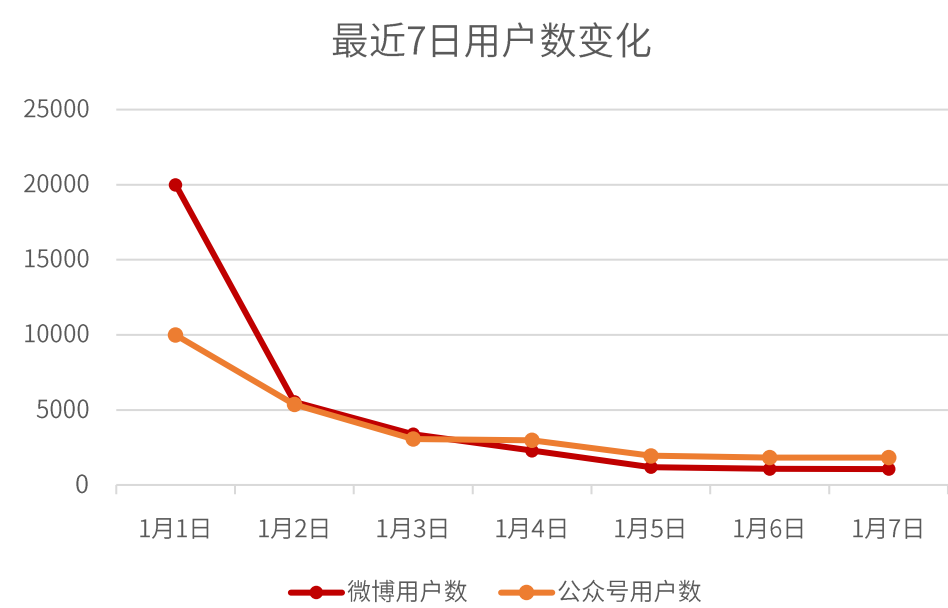
支付金额

支付间隔天数

分享商品次数

...

例1：平台X为内容分享平台，两个渠道新用户的留存率在5日后趋于稳定，由于新用户获取成本高，希望提升运营及产品留存率。现获取用户首日的行为指标数据，请对比留存用户和未再次使用用户的行为差异，并给出运营、产品改进建议？



| 指标 | 留存 | 未再次使用 |
|-------|-----|-------|
| 浏览时长 | 33m | 34m |
| 关注博主数 | 13 | 2 |
| 关注领域数 | 4 | 0 |
| 访问次数 | 3 | 1 |
| 购买次数 | 0 | 0 |
| 观看视频数 | 27 | 20 |
| 观看领域数 | 4 | 8 |

