

# 如何分析一款互联网产品

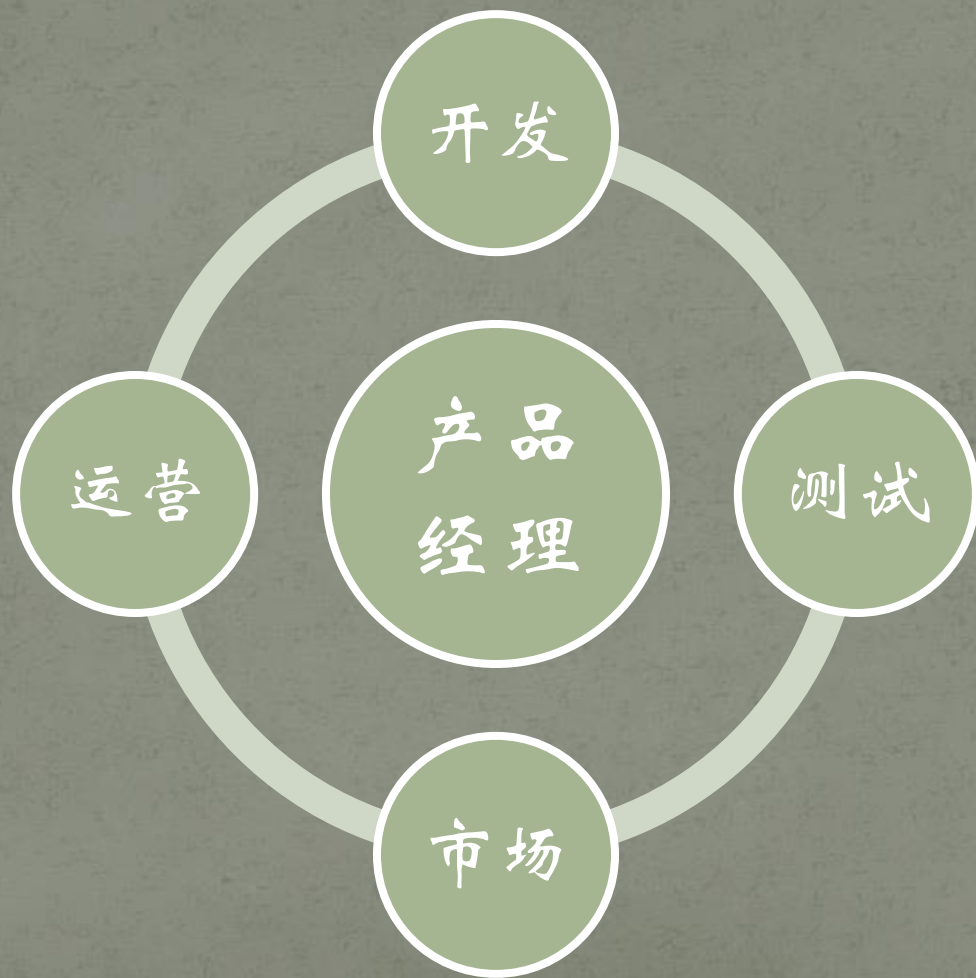
---

2016年9月20日 范耀武

# 目录

- 团队构成要素
- 产品经理职责
- 数据分析范围
- 大咖目前数据
- 2016年底目标
- 术语——KISS

# 团队构成





# 产品经理

- 1、清晰的产品定位

市场格局、竞品分析、如何形成自身的护城河——差

- 2、洞察用户心理

了解用户，知道如何吸引用户——中

- 3、良好的沟通能力

能够就设计、实现问题较好的与相关人员在心情愉悦的前提达成目标——良

- 4、较强的执行力

能够以身作则积极为产品的短板做出自己最大的努力

- 5、一定的欣赏能力

熟悉UI设计规范，能够就UI设计的产品指出其不足的地方

# 数据分析

- 用户获取

用户量、新增用户数

- 用户活跃与参与

日活跃用户数、月活跃用户数、活跃系数（日/月）、平均使用时长、功能使用率

- 用户留存率

次日留存率、7日留存率、30日留存率

- 用户转化

付费用户比例、首次付费时间、用户平均每月营收、付费用户平均每月营收

- 电商

销售额、客单价、购买转化率（购买数/访客数）

- UGC数据指标

访客数、停留时长、产出内容（点赞、评论、分享）

# 用户获取

## ● 用户量

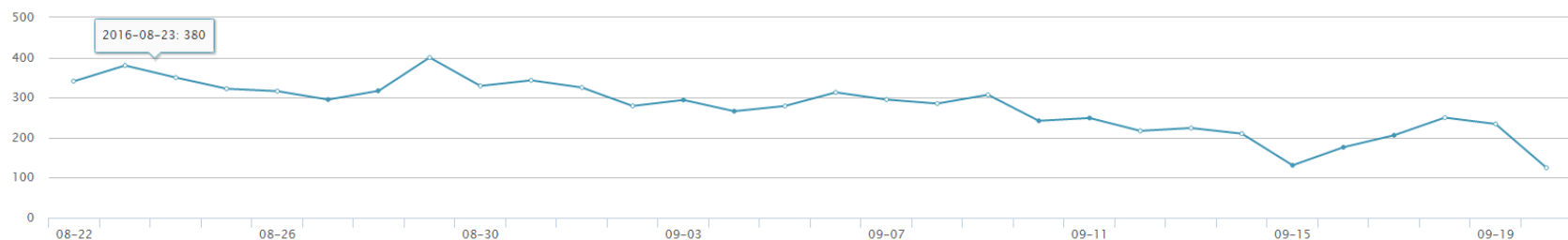
苹果用户：184889

安卓用户：75288

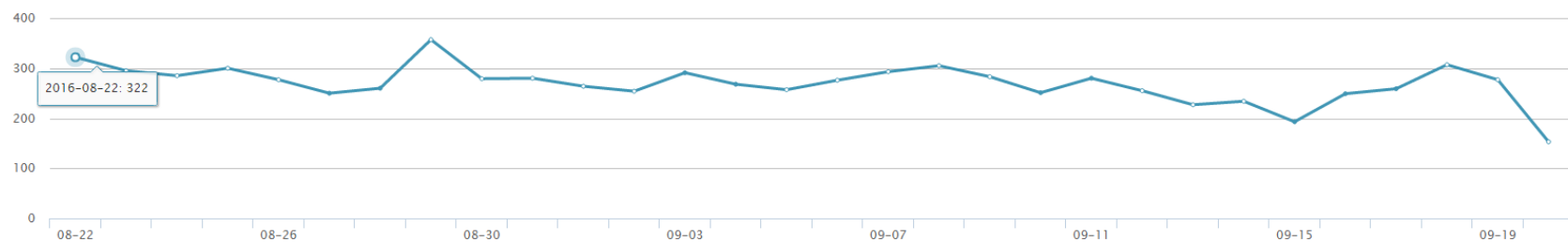
总用户数：26万

## ● 新增用户数

新增用户 活跃用户 启动次数 累计用户 活跃用户构成 次日留存率 平均单次使用时长 编辑指标



新增用户 活跃用户 启动次数 累计用户 编辑指标



# 用户活跃与参与

应用概要 ①

累计用户  
184893

过去7天活跃用户  
16569

-14.3%

过去30天活跃用户  
38832

-3.5%

过去7天平均日使用时长  
00:14:12

-6.0%

总错误率  
0.2560%

按版本查询

整体趋势 订阅

2016-08-22 - 2016-09-20

新增用户 活跃用户 启动次数 累计用户 活跃用户构成 次日留存率 平均单次使用时长 编辑指标



应用概要 ①

累计用户  
75291

过去7天活跃用户  
12331

-1.2%

过去30天活跃用户  
25874

+2.4%

过去7天平均日使用时长  
00:19:45

-9.9%

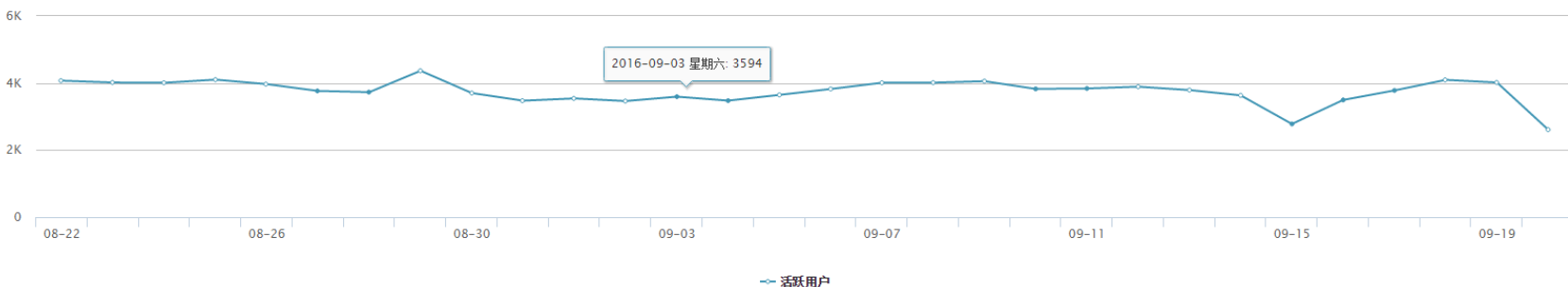
总错误率  
0.8358%

按版本查询

整体趋势 订阅

2016-08-22 - 2016-09-20

新增用户 活跃用户 启动次数 累计用户 编辑指标





# 用户留存

优秀的APP留存率参考值：4-2-1，即次日留存率达到40%，一周留存率达到20%，一个月的留存率达到10%

留存用户 ②

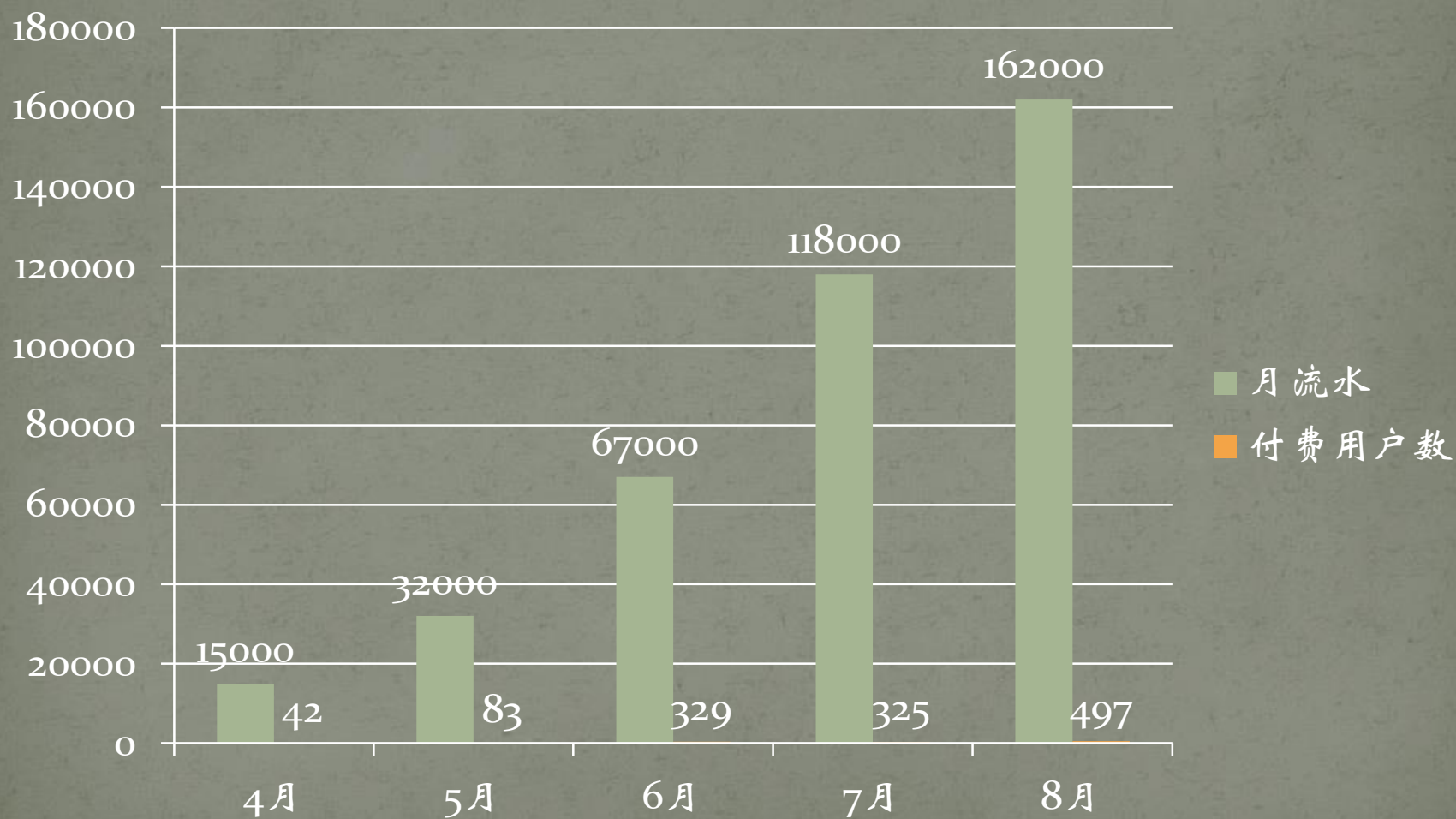
首次使用时间	新增用户	留存率					
		1天后	2天后	3天后	4天后	5天后	6天后
2016-09-14	210	28.1 %	28.1 %	40 %	28.6 %	30 %	
2016-09-15	131	31.3 %	42.7 %	27.5 %	31.3 %		
2016-09-16	176	50.6 %	40.9 %	31.3 %			
2016-09-17	206	47.6 %	34.5 %				
2016-09-18	250	49.2 %					

留存用户 ②

首次使用时间	新增用户	留存率					
		1天后	2天后	3天后	4天后	5天后	6天后
2016-09-14	234	34.2 %	28.2 %	20.5 %	21.8 %	20.1 %	
2016-09-15	193	34.7 %	24.9 %	18.1 %	18.1 %		
2016-09-16	249	39 %	30.9 %	24.9 %			
2016-09-17	259	37.5 %	32.4 %				
2016-09-18	307	42.7 %					



# 销售额



# 客单价

	月份 ▼	月销量 ▼	月单量 ▼	客单价 ▼	
1	201604	14906	72	207	
2	201605	31070	217	143	
3	201606	65200	527	124	
4	201607	107254	589	182	
5	201608	148864	686	217	
6	201609	77476	412	188	

# 2016 目标

- 用户量 目前26万，年底突破35万
- 日活跃 目前1万左右，年底突破2万
- 月销量，年底突破50万

# KISS

- Keep it Simple and Stupid

KISS 原则是用户体验的高层境界，简单地理解这句话，就是要把一个产品做得连白痴都会用，因而也被称为“懒人原则”。换句话说来，“简单就是美”。