

数据和增长

一点基础和闲扯

Vodka

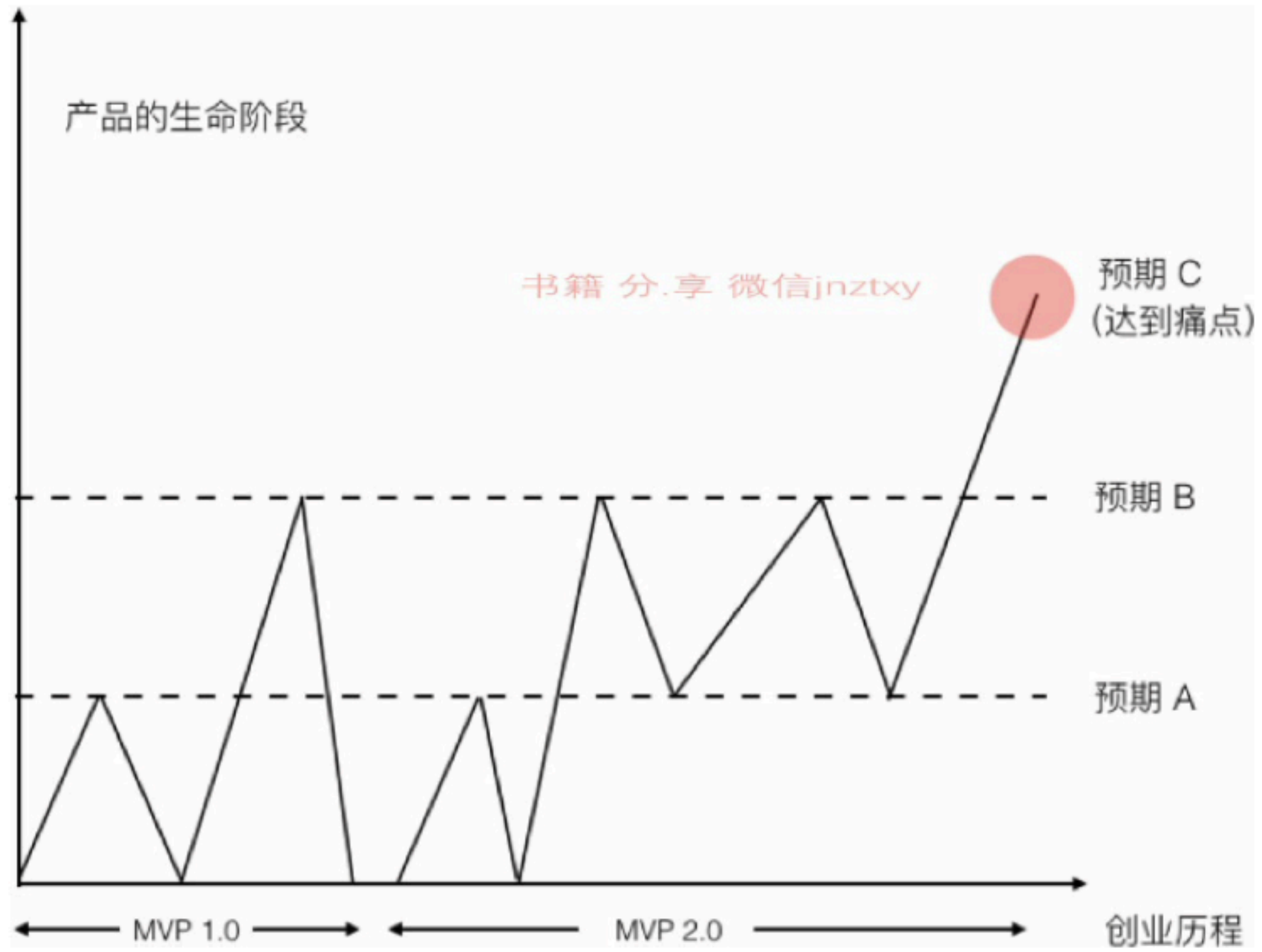


图3-4 一次创业历程

PMF

Aha Moment

Wow experience

涨了/跌了

为什么涨了/为什么跌了

AARRR -漏斗模型

Acquisition

Activation

Retention

Revenue

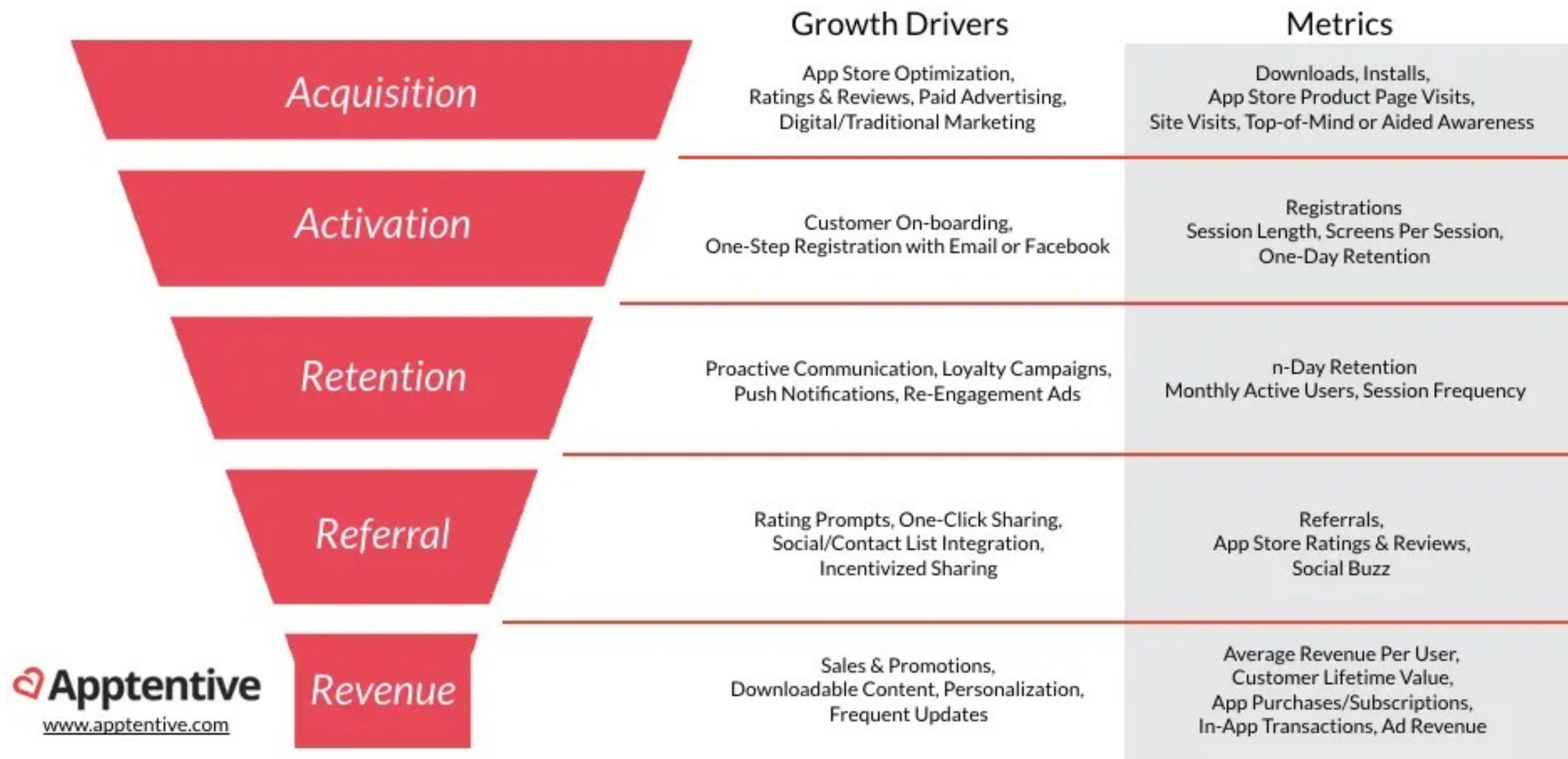
Referral

从每一个环节的损失入手

流量思维



The Mobile App Customer Purchase Funnel Cheat Sheet



RARRA

用户思维

Retention

Activation

Referral

Revenue

Acquisition



RARRA

- 提高留存，减少流失
- 完善Onboarding，让用户最快地get你的核心价值
- 有效的推荐系统：NPS、推荐奖励
- 提高用户终身价值的最好办法：延长用户生命周期
- 获客方面，更加细分用户群体，精准投放

北极星指标 OMTM

唯一关键指标

- 确立唯一关键指标有利于指引整个组织齐心协力做正确的事情（有点像OKR）
- 唯一关键指标应该是用户价值和商业目标的交集
- 定义增长飞轮，匹配OMTM



Product Led Growth

针对Saas

- 三个Aha

User level Aha: 比如，一个gitlab用户完成basic setup之后提交了第一行代码。他解决了一个问题，明白了产品价值。但是这只是开始。

Team-level Aha: 通常通过协作的方式。比如一个两三个人的小team开始用免费版。

Organization-level Aha: team 体会到了产品价值以后，需要复用到别的部门或者决策层。这时候需要让他们很清楚地了解paid version ROI是什么。

Product Led Growth

针对Saas

- 争取行业KOL合作 -> 以高价值用户的留存为目的
- 厚积薄发

埋点

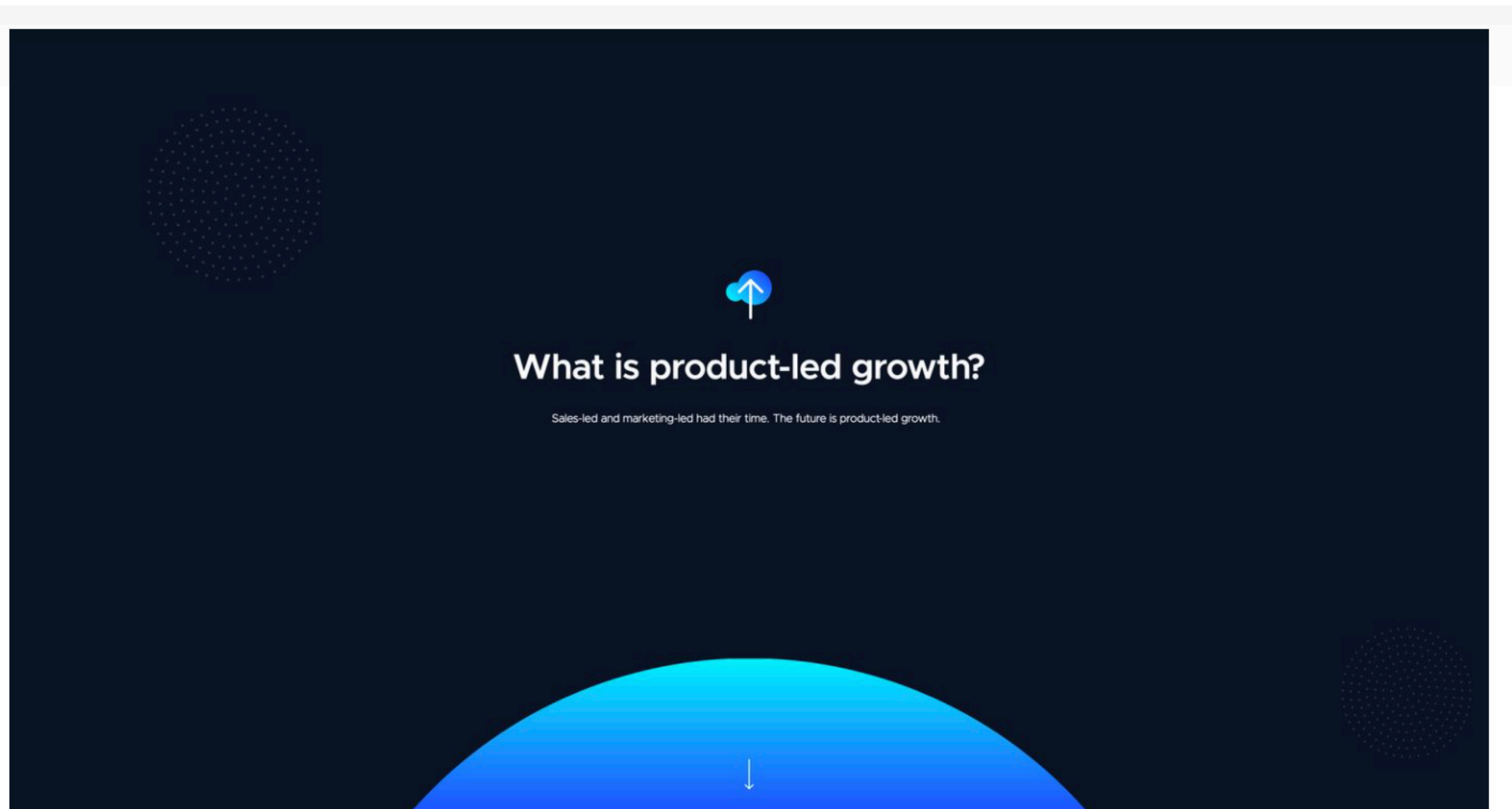
- 基本思路，按照AARRR模型去做漏斗
- 挖深一点，按照业务流程去做漏斗
- 再深一点，和团队达成一致的目标，针对目标去做漏斗

增长产品

为什么会有增长团队和增长产品经理

- 拼多多
- 99元机票盲盒
 - 关键点？不确定因素（随机目的地+随机时间）
 - 99元且可退换？降低成本，提高活跃留存
 - 引爆话题？隐藏款机票（双人，头等）
 - 用户细分？抖音传播-快速爆炸，微博传播-长期稳定
 - 厚积薄发 保持产品迭代

推荐阅读



【PLG基础 1/4】什么是PLG（product-led growth）？



闫石

