



設立數據指標，驗證產品與設計策略

產品的北極星指標「加入購物車」為整體 Product Roadmap 的綜效指標

為了讓團隊執行的目標更明確，將其拆解更具體的先行產品指標

① 整合產品各項維度的指標，提醒自己與團隊要關注整體的健康發展，產品才算真正成功

② 建立 Dashboard（量化、質化並進），讓資訊在 CEO 及各部門間透明化，推展公司數據驅動的做事文化



- 加入購物車 (Aha Moment)
 - ATC%、ATC% by user
 - ATC 用戶數、ATC Item 數

產 品 國 際 P M

- 營收指標

- 產品轉換率

- 回購率



產品開發團隊 (Scrum)

- 用戶互動深度（PM、UED）
- 人均瀏覽時長、人均瀏覽頁數

- 用戶留存 (PM)
- 用度、年度活躍用戶數

- 用戶評價 (UED)
 - NPS
 - 各節點售後滿意度
 - iOS、Android 評分

Project | Annual | Very Buy Product Strategy

©2021 Weitseng. All Rights Reserved.

All Internet

UTC: 26, 16:00:00 (GMT+8)

ACN

2021-02-18-2021-03-14 (26天)

2-14(2)

Android

5.95%

Android

5.54%

iOS

3.04%



ACN: Display

2021-02-18-2021-03-14 (26天)

2-14(2)

Android

16.06%

iOS

2.67%



加入搜索的总数

2021-02-18-2021-03-14 (26天)

2-14(2)

Android

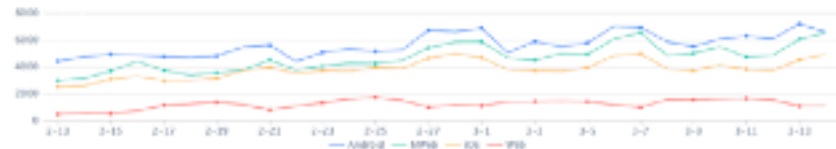
6,556

iOS

6,526

iOS

4,906



加入搜索的用户数

2021-02-18-2021-03-14 (26天)

2-14(2)

Android

2,976

Android

2,383

iOS

1,722



加入搜索的总数

2021-02-18-2021-03-14 (26天)

2-14(2)

Android

866

iOS

202

iOS

152







設立數據指標，驗證產品與設計策略

產品的北極星指標「加入購物車」為整體 Product Roadmap 的綜效指標

為了讓團隊執行的目標更明確，將其拆解更具體的先行產品指標

- ① 整合產品各項維度的指標，提醒自己與團隊要關注整體的健康發展，產品才算真正成功
- ② 建立 Dashboard（量化、質化並進），讓資訊在 CEO 及各部門間透明化，推展公司數據驅動的做事文化



策略核心指標（Owner）

- 加入購物車（Aha Moment）
 - ATC%、ATC% by user
 - ATC 用戶數、ATC Item 數

產品團隊（PM）

- 營收指標
 - 產品轉換率
 - 回購率

產品及開發團隊團隊（Scrum）

- 用戶互動深度（PM、UED）
 - 人均瀏覽時長、人均瀏覽頁數
- 用戶留存（PM）
 - 用度、年度活躍用戶數
- 用戶評價（UED）
 - NPS
 - 各節點售後滿意度
 - iOS、Android 評分



02

2020 VeryBuy 雙 11 節數位策略



往下滑了解詳情