

用户留存分析

讲师：萨缪尔 Samuel



萨缪尔老师

网易数据分析教研负责人

前盛大游戏战略规划总监、前腾讯游戏商业智能中心Leader

上海交通大学高金硕士、《哈佛管理导师》外部导师

- 知乎大V：「萨缪尔」主要聚集与商业分析、行业与战略分析、Python数据分析等
- BAT互联网巨头商业洞察分析 & 咨询公司战略咨询背景
- 擅长行业趋势研究和战略管理咨询工具，为20多家上市公司提供战略发展决策建议

课程

亮点

1

留存分析的定义&原因

2

留存分析的流程&内容

3

案例&说明

留存分析的定义&原因

1

留存分析的定义

分析用户在哪些环节流失、为什么流失以及如何改善

什么是留存分析？

留存分析（或生存分析）是分析用户指标以了解客户流失的方式和原因的过程。留存分析是深入了解如何通过提高留存率和新用户获取率来维持有利可图的客户群的关键。

通过运行一致的留存分析，您将了解到：

为什么客户流失。

当客户更有可能离开时。

流失如何影响您的底线。

如何改进您的保留策略。

新增次日留存率 = 次日登陆用户 / 首日全部新增用户

新增三日留存率 = 第三日登录用户 / 首日全部新增用户

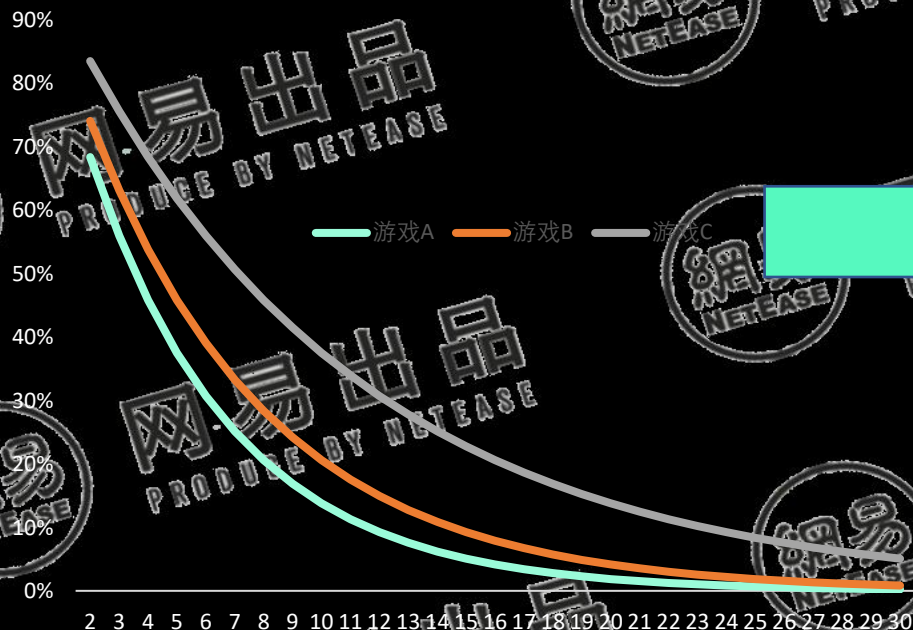
新增七日留存率 = 第七日登录用户 / 首日全部新增用户

为什么互联网企业都关注于用户留存分析？

假设某三款游戏的留存曲线符合指数分布，如下：

	游戏A	游戏B	游戏C
次日留存	68.4%	74.1%	83.5%
三日留存	56.0%	63.1%	75.6%
分布函数	$1.02 * \text{Exp}(-0.2x)$	$1.02 * \text{Exp}(-0.16x)$	$1.02 * \text{Exp}(-0.1x)$

假设每日新增用户为10000，30天后，游戏A、B、C分别有多少的活跃用户？



结果

游戏A：37605

游戏B：49610

游戏C：82927

收购是最弱的增长杠杆。我们怎么知道呢？我们研究了 512 家 SaaS 公司的杠杆——收购、保留和货币化。我们发现，在考虑每个增长杠杆的相同影响水平时，货币化和保留对收入的影响比收购高得多。

留存分析的流程&内容



游戏行业留存分析的流程与内容

1、新增用户留存现状分析

- 留存曲线：次日留存、三日留存、七日留存、14日留存、30日留存、登陆比、二阶登陆比
- 分渠道留存：IOS渠道 VS 安卓渠道、微信渠道 VS QQ渠道 VS 其他渠道
- 分用户标签留存：IP用户 VS 非IP用户、MMO用户 VS 非MMO用户

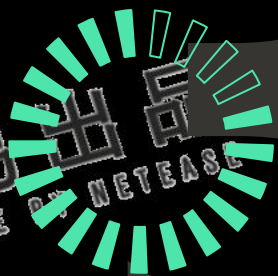
2、选择合适的渠道、标签投放

- 计算不同渠道、用户标签情况下的获客成本CAC
- 结合留存数据选择最合适的投放渠道和标签

3、活跃用户留存分析

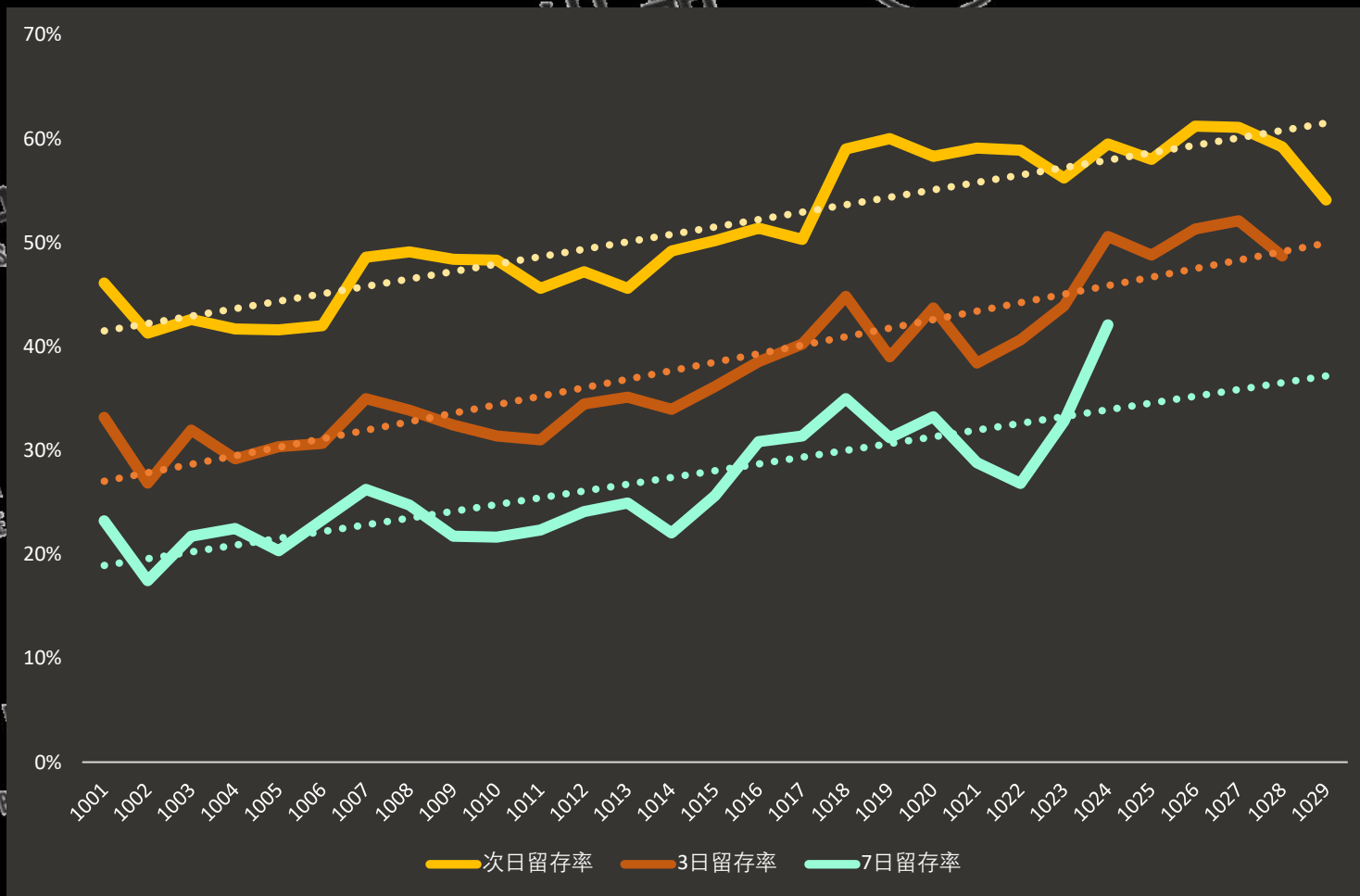
- 今日活跃用户次日登录的比例
- 卡点分析、内容分析

案例&说明



实战案例：留存曲线分析，寻找机会点和改进点

某MMO游戏上线30日留存曲线图



课程

总结

1

留存分析的**定义&原因**

2

留存分析的**流程&内容**

3

留存曲线分析，寻找机会点和改进点