绝密绝密绝密绝密%^&\*(%……&\*（（……&\*（¥¥¥¥¥88881111

BBAAD9C20180234D78C2C4ACE810B900B2B9B20D103C8BE0A5D98933B1032B76EB49BB3811C16B0327192708C8467CE678F9212A41D06B41EBBFC04E1D1E24DE25D1FDEDE32566B7A4ABDA87602F4D914E0DEBE17348018508D711904164DC58DB9626989D3

基础的消费者资产模型基础上，进行消费者运营诊断分析，通过与历史或者同类达人的比较，洞察私域人群的健康度，定位主要的问题目标人群，并针对目标人群进行洞察分析，按照从一级类目出发，下钻到二级类目，再到二级类目下的店铺，品牌，价格段偏好进行分析，聚焦细分市场，在细分市场内，利用算法打分做选品推荐，最终以选品结合投放撬动这波人群，提升人群的活跃度和价值。

**分析诊断定位人群与细分市场8888  
洞察分析，定位聚焦细分市场**

类目洞察：对于目标一级类目下的所有叶子类目，参考机构侧的调研反馈结果以及历史的数据经验，定义需求、流量、交易、增长四个方向的考核指标，来评估一个叶子类目的热点与趋势情况，并基于过去一段时间各叶子类目在这四个维度上的表现，挖掘出趋势叶子类目

热点趋势标签挖掘：对于部分类目，叶子类目还是一个相对不聚焦的细分市场，所以我们利用商品标签资产要素，将商品聚合到叶子类目\*标签粒度的细分市场，再整体评估该细分市场的规模（支付金额，访客数）、增长（同环比涨幅）和支付转化率等方面的情况，筛选出符合需求的货品标签，聚焦到更细分的商品备选池

池子大了，才能接纳更多的水。

体现在APP产品视角就是修内功，从各个细节(供给、承接、物流等视角)提升用户体验和满意度

不管是水库，小河小溪，还是大江大海，都需要活水的不断注入，才能保持长久不衰。

体现在APP产品上，就是加强拉新/召回，一方面通过广告外投、裂变助力等渠道进行拉新引流，另一方面通过对流失用户的召回(生态可持续发展)

让水的流出减少，进水增多，保障水池内储水量是逐步上升的。

这个方法看起来简单，但落地起来反而是最难的，有形的出水口可以堵上或者把口子缩小。但对于一个APP而言，一个用户的生命周期不可能会无限期拉长，总是存在一定比例的流失(自然/非自然因素)。如果APP没有做好大量用户承接的准备，冒然增加进水，出现'决堤'的情况，出水流失反而更严重。

我们能做的分析/深挖引起用户流失的真实原因(如外卖场景下，供给不满意，下单不顺畅，物流超时，提前送达，外卖破损等等)，去优化功能、产品体验、送外卖流程中可能存在的问题，提升用户的满意度，减少这些因素造成的用户流失。

前端自动化-交付更高效率与高质量：如何让前端技术体系更加自动化，进一步释放前端生产力，持续提升体系化程度和升级新基建来支持新交付，提升前端的架构支撑能力。

前端旧工程的研发能力模型升级：旧工程的改造。

建设覆盖前端领域的研发度量体系：如何定度量指标，补齐前端领域、衡量一个平台的交互体验等

基础的消费者资产模型基础上，进行消费者运营诊断分析，通过与历史或者同类达人的比较，洞察私域人群的健康度，定位主要的问题目标人群，并针对目标人群进行洞察分析，按照从一级类目出发，下钻到二级类目，再到二级类目下的店铺，品牌，价格段偏好进行分析，聚焦细分市场，在细分市场内，利用算法打分做选品推荐，最终以选品结合投放撬动这波人群，提升人群的活跃度和价值。

**分析诊断定位人群与细分市场  
洞察分析，定位聚焦细分市场**

类目洞察：对于目标一级类目下的所有叶子类目，参考机构侧的调研反馈结果以及历史的数据经验，定义需求、流量、交易、增长四个方向的考核指标，来评估一个叶子类目的热点与趋势情况，并基于过去一段时间各叶子类目在这四个维度上的表现，挖掘出趋势叶子类目

热点趋势标签挖掘：对于部分类目，叶子类目还是一个相对不聚焦的细分市场，所以我们利用商品标签资产要素，将商品聚合到叶子类目\*标签粒度的细分市场，再整体评估该细分市场的规模（支付金额，访客数）、增长（同环比涨幅）和支付转化率等方面的情况，筛选出符合需求的货品标签，聚焦到更细分的商品备选池

池子大了，才能接纳更多的水。

体现在APP产品视角就是修内功，从各个细节(供给、承接、物流等视角)提升用户体验和满意度

不管是水库，小河小溪，还是大江大海，都需要活水的不断注入，才能保持长久不衰。

体现在APP产品上，就是加强拉新/召回，一方面通过广告外投、裂变助力等渠道进行拉新引流，另一方面通过对流失用户的召回(生态可持续发展)

让水的流出减少，进水增多，保障水池内储水量是逐步上升的。

这个方法看起来简单，但落地起来反而是最难的，有形的出水口可以堵上或者把口子缩小。但对于一个APP而言，一个用户的生命周期不可能会无限期拉长，总是存在一定比例的流失(自然/非自然因素)。如果APP没有做好大量用户承接的准备，冒然增加进水，出现'决堤'的情况，出水流失反而更严重。

我们能做的分析/深挖引起用户流失的真实原因(如外卖场景下，供给不满意，下单不顺畅，物流超时，提前送达，外卖破损等等)，去优化功能、产品体验、送外卖流程中可能存在的问题，提升用户的满意度，减少这些因素造成的用户流失。

前端自动化-交付更高效率与高质量：如何让前端技术体系更加自动化，进一步释放前端生产力，持续提升体系化程度和升级新基建来支持新交付，提升前端的架构支撑能力。

前端旧工程的研发能力模型升级：旧工程的改造。

建设覆盖前端领域的研发度量体系：如何定度量指标，补齐前端领域、衡量一个平台的交互体验等

