



FitBit 用戶分析 應用於智慧手錶 行銷策略

01

定義問題

Define Business Problem

02

資料蒐集

Data Preparation

03

資料清理

Data Clean

04

資料分析

Data Analytics

05

可執行建議

Conclusion & Actionable
Insight

01

定義問題



背景描述

Bellabeat 是一家創立於 2013 年的高科技公司，專注於製造為女性設計的健康智能產品。公司目前正處於快速成長階段。旗下擁有三大產品系列：**Leaf**、**Time** 和 **Spring**。這些**智能產品**可以追蹤和收集使用者的活動數據，並與 Bellabeat app 連接，讓使用者更深入了解自己的健康狀況，例如習慣、睡眠品質等等。此外，Bellabeat 還提供**訂閱制會員制度**，根據使用者的生活習慣和目標，提供個人化的健康指南。

目前 Bellabeat 的產品在全球的實體店面、網路商城和其他網路零售通路均有販售。公司透過多種行銷渠道進行產品和行銷活動推廣，包括付費搜尋、社群媒體、YouTube 和 Google 廣告等。



定義問題

Bellabeat 想知道：

1. 目前競品關於用戶健康 & 產品使用的趨勢
2. 這些趨勢該如何套用在 Bellabeat 的產品設計、行銷策略上優化？

Stakeholders: **Bellabeat cofounder, Marketing team**

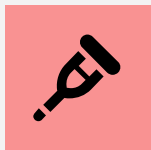
02

資料蒐集



資料來源

這份資料集是來自 FitBit 的公開數據，內容包含 33 位用戶的輸出資料：

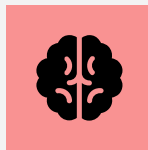


身體活動量

活動強度、時長
步數
移動距離
消耗卡路里

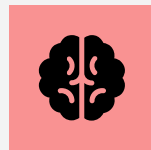


心率



睡眠

時間長度
次數
躺著時長



體重

身高
體重
BMI

03

資料清理



資料清理

移除整天沒動的紀錄

- 表示當天沒有使用裝置
- 以當日步數作為判斷標準, 若 0 則移除

04

資料分析



Recap

目前競品關於用戶健康 & 產品使用的趨勢

這些趨勢該如何套用在 Bellabeat 的產品設計、行銷策略上優化？

結果摘要：產品表現

FitBit 在 4/12 – 5/12 期間日成長呈現持續下降趨勢，其中表現不佳的兩個用戶區段：長期久坐、輕量活動

- FitBit 的日活躍裝置用戶數(DAU)持續下降。 - slide 15
- 長期久坐用戶數量浮動大，在 3 到 7 人的用戶數區間中變動。 - slide 17
- 使用兩個星期後出現用戶流失量增多，尤其是輕量活動用戶流失率最高，從原有 9 人流失剩 3 人的用戶數，共流失 66% 的用戶數。 - slide 18
- 強烈活動用戶幾乎沒有中斷使用，穩定保持在約 7 人的用戶數量。 - slide 19
- 有 40% 以上的用戶是 **power user**，這些用戶持續使用了一個月。 - slide 20

FitBit 需要專注於輕量活動用戶的留存，因為該區間佔總用戶比例的30.3%

結果摘要：產品功能

FitBit 主打四大功能沒有全部被使用，體重功能表現最差僅24.2%使用率

- slide 22

- **40% 的輕量活動用戶僅使用活動量功能**，未使用其他三項功能。 - slide 23
- **中量&強烈活動用戶在心律、體重功能都高於平均用戶使用率。** - slide 23
- 67% 的輕度使用者使用睡眠功能，但使用頻率較低，平均約 4 天紀錄一次。 - slide 24
- **62% 重度使用用戶未使用過心律功能。** - slide 24

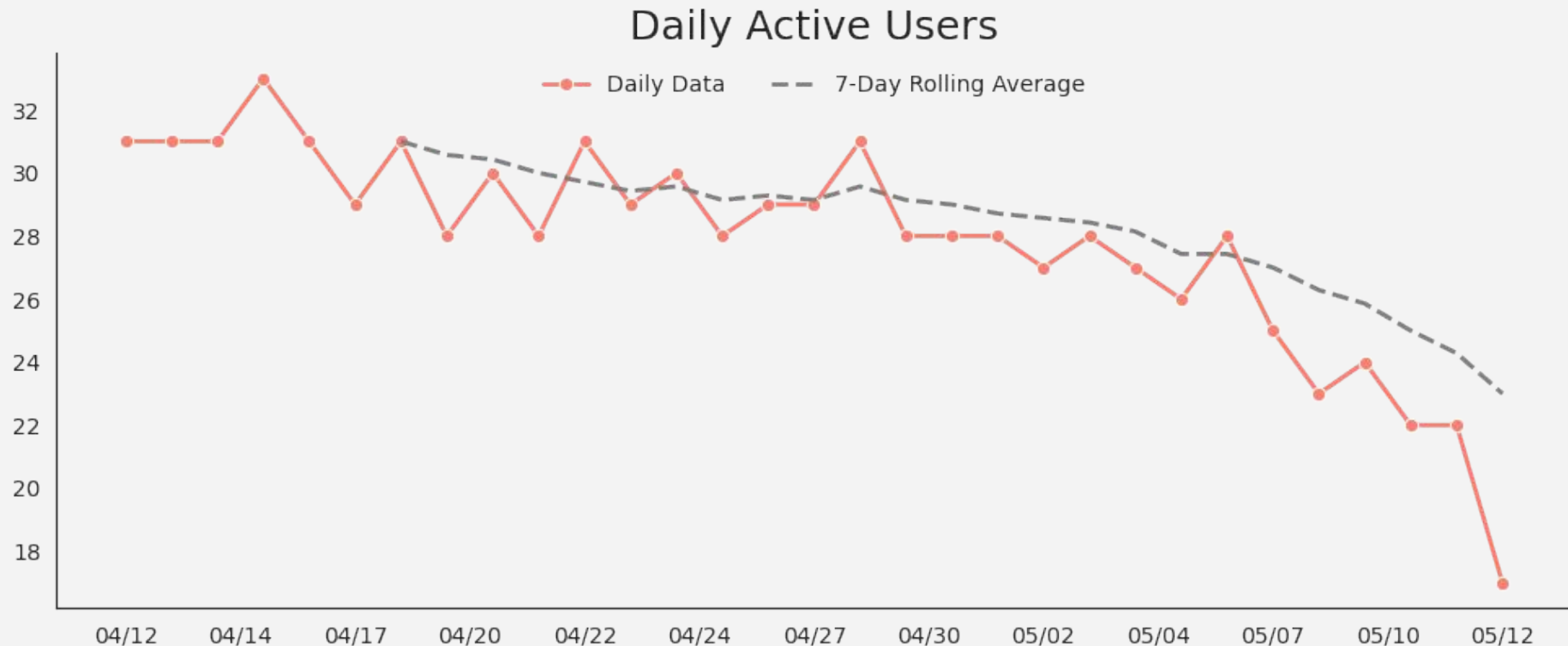
結果摘要：用戶健康趨勢

多數用戶活動量 & 睡眠時長未達健康標準

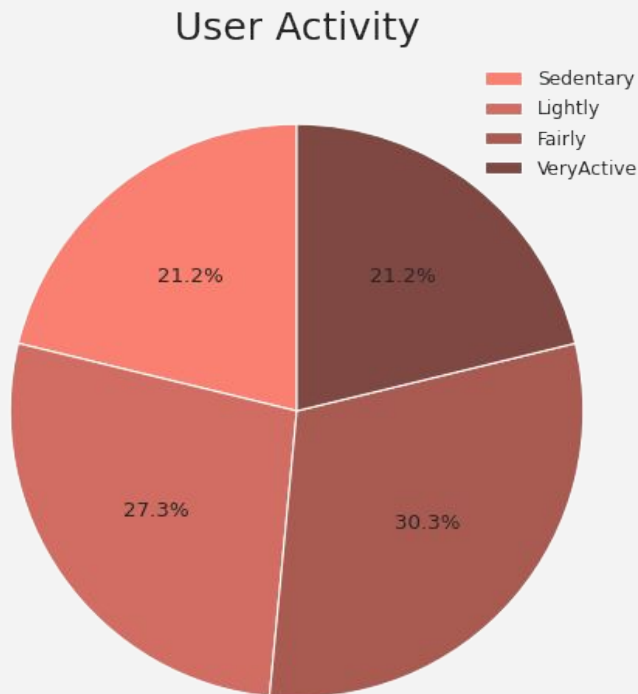
- slide 25

- 用戶平均每日步數 8319 步，其中 **79%** 的用戶未達健康 **10,000** 步標準。 - slide 25
- 用戶平均有 **80 %** 的時間都處於久坐狀態。 - slide 25
- 用戶的活動量在 **週三、週六** 較大。 - slide 26
- 用戶最常在 **12:00 - 14:00 & 17:00 - 19:00** 區間活動。 - slide 27
- 54.2% 用戶未達睡足建議睡眠時間。 - slide 25

4/12 - 5/12 期間 DAU 成長呈現持續下降趨勢



以活動量作為用戶分群

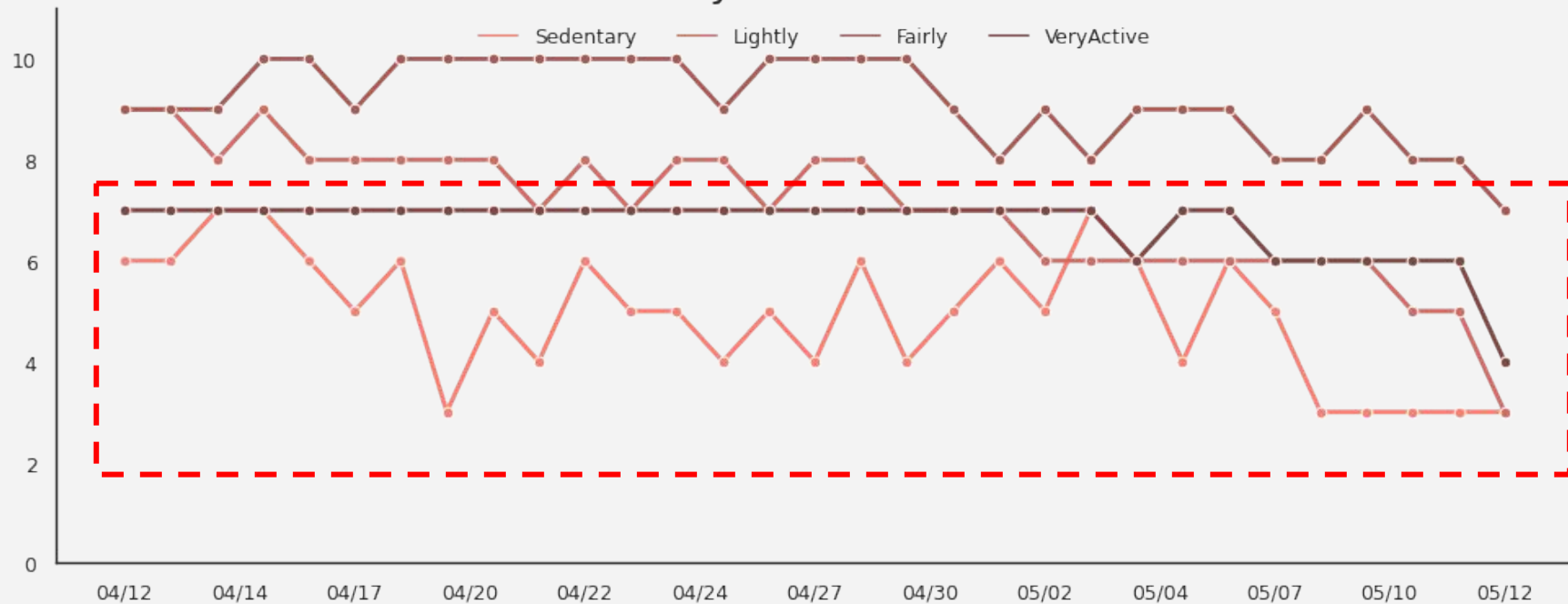


平均每日步數區分

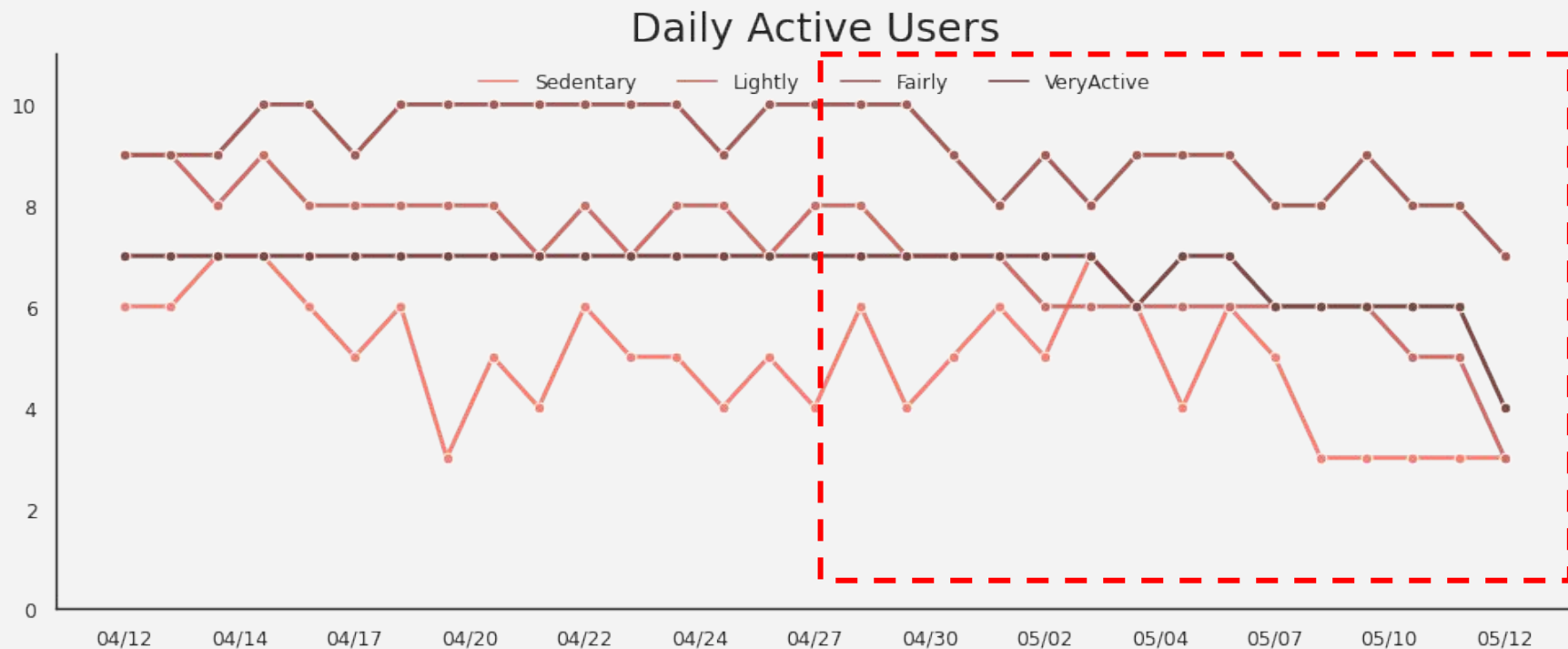
- 久坐: < 5,000 步
- 輕量: 5,000 – 7,500 步
- 中量: 7,500 – 10,000 步
- 強烈: > 10,000 步

長期久坐用戶數量浮動大

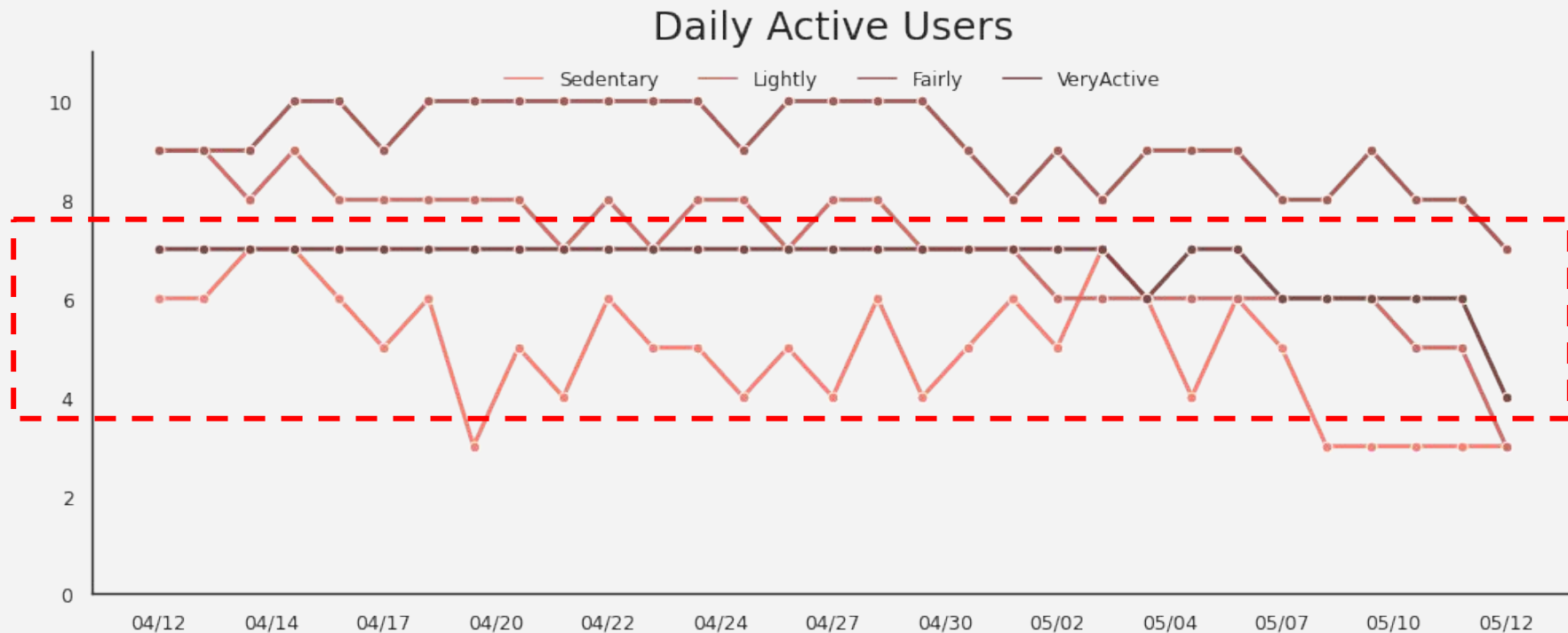
Daily Active Users



兩週後大部分用戶數都開始減少，尤其是輕度用戶流失最快

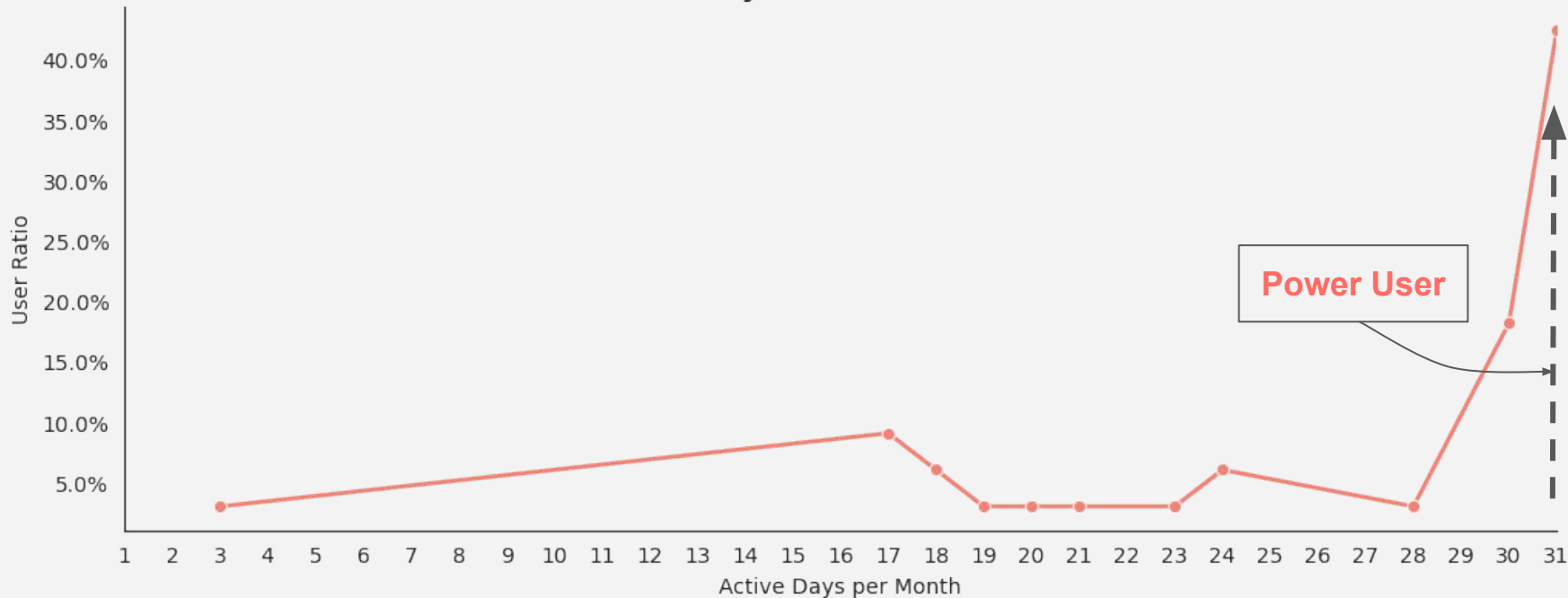


強烈活動用戶幾乎沒有中斷使用，穩定保持在約 7 人的用戶數量

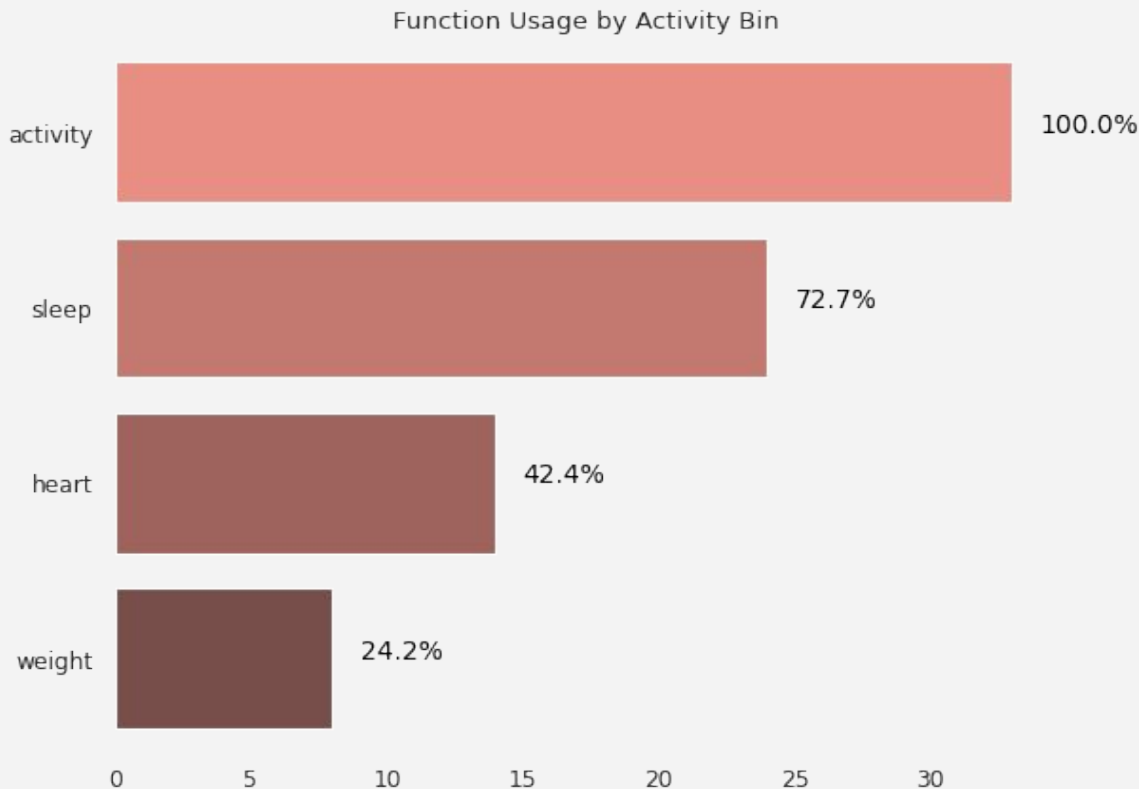


4/12 - 5/12 期間有 40% 的 Power User

Daily Active Users



功能沒有全被使用，體重功能僅24.2%使用率



比較重度 & 輕度使用者的差異

- 67% 的輕度使用者使用睡眠功能，但使用頻率較低，平均約 4 天紀錄一次
- 重度使用者中，62% 用戶未使用過心律功能

功能	動作採用率 (%使用者進行該動作)	
	重度使用者	輕度使用者
活動量	100%	100%
睡眠	76%	67%
心律	38%	50%
體重	33%	8%

功能	動作執行次數 (動作次數/使用者)	
	重度使用者	輕度使用者
活動量	30.6	18.4
睡眠	21.3	8.6
心律	27.1	19.5
體重	9.43	1

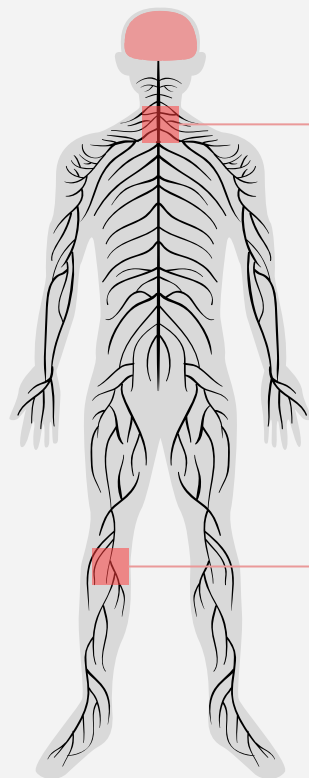
比較不同活動的使用者差異

- 40% 的輕量活動區段的用戶未使用其他三項功能(睡眠、心律、體重)
- 中量&強烈活動區段的用戶在心律、體重功能都高於平均用戶使用率

功能	動作採用率 (%使用者進行該動作)			
	強烈活動者	中量活動者	輕量活動者	長期久坐
活動量	100%	100%	100%	100%
睡眠	71.5%	90%	33%	100%
心律	57.2%	60%	11%	42.9%
體重	29%	40%	11%	14%

功能	動作執行次數 (動作次數/使用者)			
	強烈活動者	中量活動者	輕量活動者	長期久坐
活動量	29.7	28.4	24.2	21.9
睡眠	16.2	23.1	19.3	9
心律	29	27	4	17.3
體重	13	9.5	2	1

多數用戶未達健康標準



Avg. 睡眠時間

- 7 hr
- In bed but not asleep 39 min

54.6%

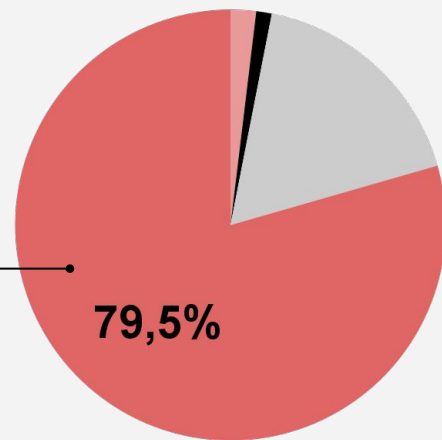
睡眠不足 7 小時

Avg. 步數

- 8319 步
- 平均移動 5.98 km

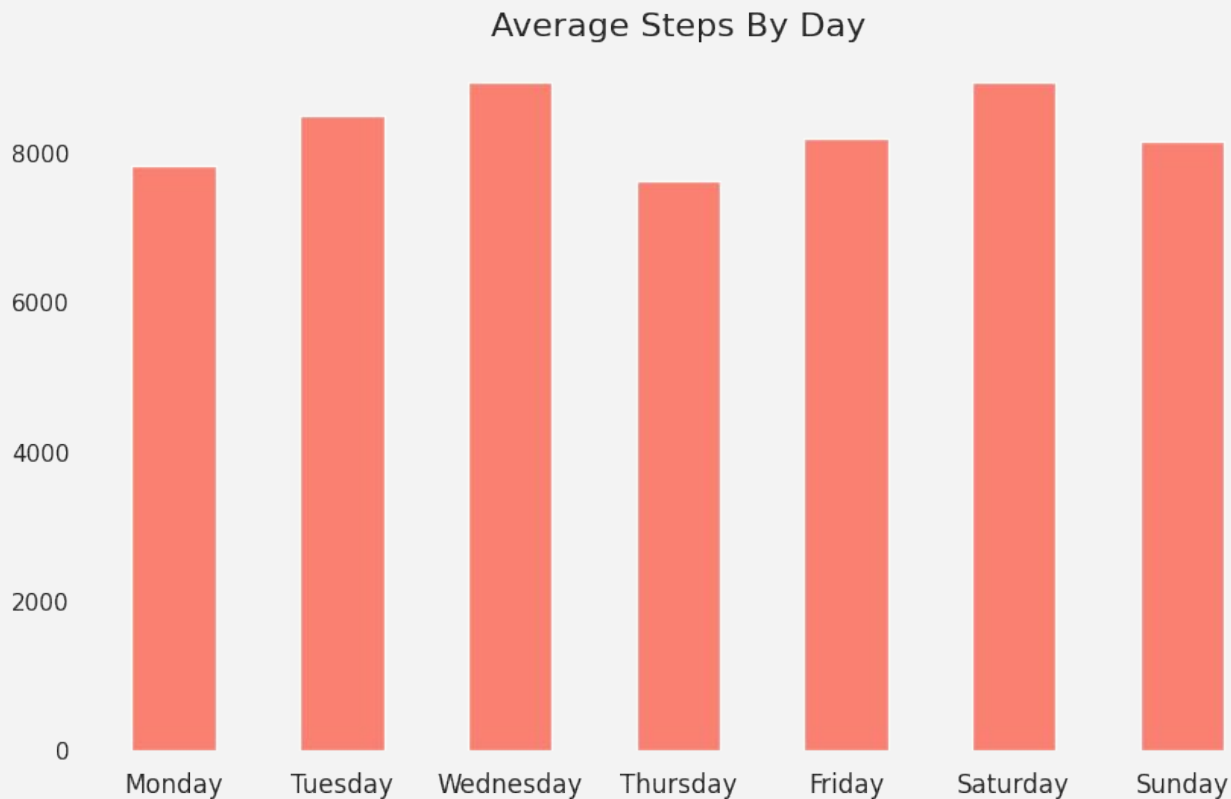
79%

未達每日健康
10,000 步數

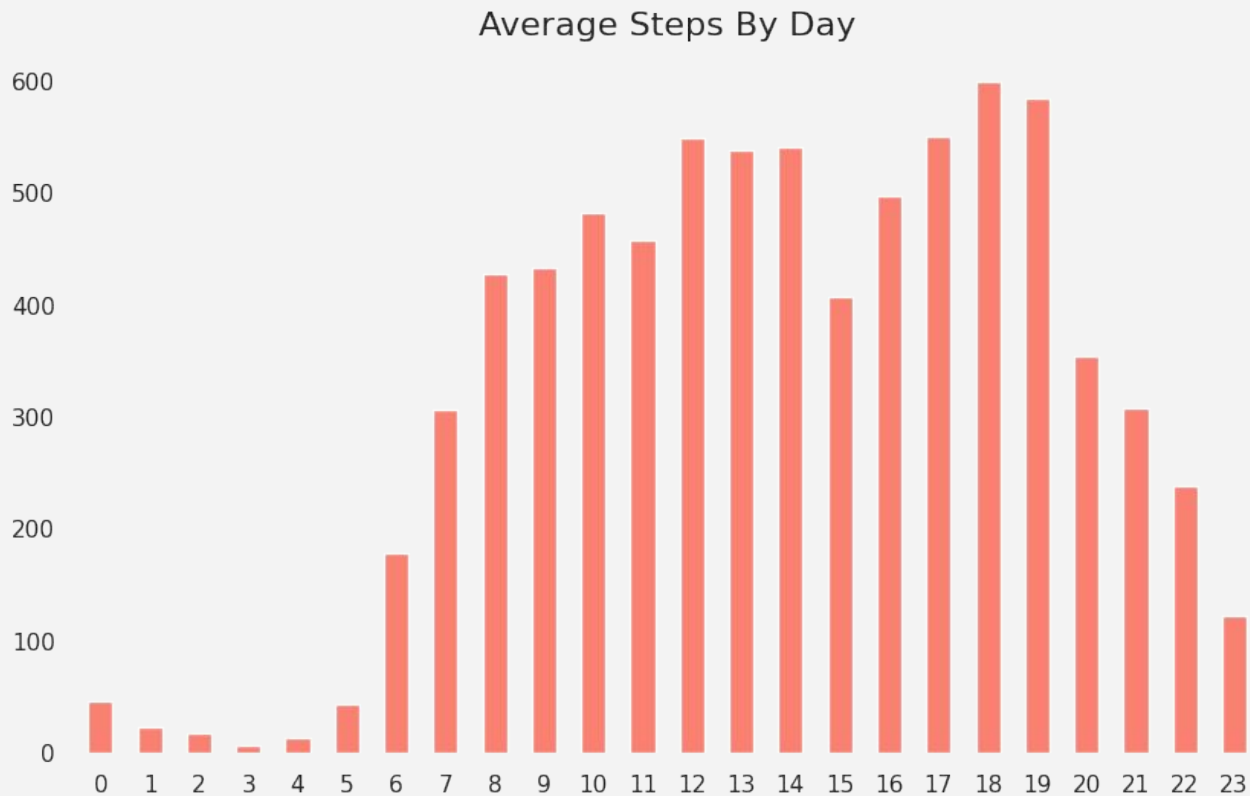


● Very Active ● Fairly Active
● Lightly Active ● Sedentary

用戶的活動量在週三、週六較大



用戶最常在 12:00-14:00 & 17:00-19:00 活動



05

可執行結論

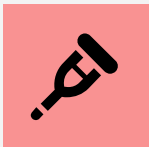


不只是 Sports Tracker

Supporting

- 輕量活動用戶大量流失率高
- 40%輕度用戶未完成使用產品功能

● 提供用戶價值



內容行銷

- 提供「健康」或「運動」相關的影片或部落格，同時行銷 Bellabeat 的 APP 能為用戶提供相關健康洞見。
- Ex. 久坐可能造成相關的疾病、提高 每日步數 的 tips。
- Ex. 向重度使用者推廣「心率」功能

增加互動

Supporting

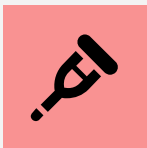
- 後期用戶流失率高

透過持續接觸和個人化
提升黏著度



個人化 App 提醒

- 口語化的 App 通知, Ex: 你已經達到每日步數 50% 目標了！
- 在 **12:00 - 14:00 & 17:00 - 19:00** 發送通知的成效會更高
- 根據時段提供合適的運動建議, Ex: 平日建議快速 10 分鐘運動、假日建議激烈的拳擊訓練



設計遊戲化功能

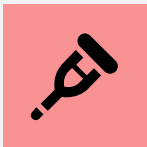
- Ex. 每日打卡獎勵機制

產品優化

Supporting

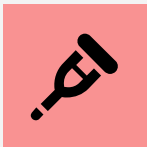
- 40%以上的用戶是 power user, 這些用戶持續使用了一個月

——● 持續優化產品, 鞏固忠誠度



優化功能

- 設計不同活動量需求的體重、心律版本
- Ex: 追蹤增重/減重目標、追蹤運動最大心率 / 日常心率
- 助眠相關功能, Ex: 冥想



開發支線

- 開發 every wear 系列, 讓使用者日常穿戴更加舒適



Thanks for Listening

CREDITS: This presentation template was created by Slidesgo, including icons by Flaticon, and infographics & images by Freepik.