流量项目综合分析报告

背景介绍

流量项目数据选取自2018年8月1日至2018年9月03日。

注：目前所有城市的司机提成都是根据商品市场价进行计算的

一、流量项目总体分析

从流量项目的转化漏斗来看，流失最大的环节在扫码率，离我们目标的50%有不小差距。

其次是扫到到进入游戏和进入游戏到领券，都有30%多的流失率。所以需要提升的关键环节就是在乘客扫码这一环节。

结算模式比较



注：ARPU为单用户收益

目前针对安卓用户采用CPA，苹果用户采用CPS结算。CPA的收入为用户付费金额的30%，CPS为每个注册用户1.2元收入。显然CPS的收益大约是CPA的两倍，目前累计净收益为-2214.5

二、司机激活时间分层分析

注：活跃率=司机开单天数/司机激活后天数

从司机激活后的活跃率变化来看，第一天有60%水平，后面几天在50%左右，从第13天开始就在20%天水平了。说明很多司机很可能把物料拿掉了，归根结底还是司机认为这个东西不能为他们带来多少收益，前几天尝试了下，发现没多少乘客扫码，就拿掉了，所以还是得从产品端解决问题。



按照7天来划分司机激活时间，可以看到各个时段激活的司机，他们单车订单数会有差异，主要原因是活跃率不同造成的，按照活跃的天数来计算单车订单数都是差不多的，说明有些司机很可能把物料拿掉了。

三、司机活跃度分层分析



注:

沉默司机：从未开过单的司机

低活：活跃率在0%~40%之间

中活：活跃率在40%~60%之间

高活：活跃率大于60%

按照活跃度分层后，低中高活的活跃度差异是明显的，在活跃的单车订单上，高活相对比较高是因为高活司机刷单比较多。

四、不同批次物料效果分析



第一批



第二批



第三批



以上单车数据均基于活跃司机，第三批物料提升效果最明显，当日这也会受到司机在激活初期刷单相对比较多的影响，但提升还是比较明显的。

总结：流量项目目前没有达到我们预期的目标，主要问题出在乘客扫码环节和司机活跃率，乘客扫码率低也直接导致了司机收益少，所以有部分司机就把物料拿掉了，间接导致了司机活跃率的下降，所以解决乘客扫码是重中之重。目前项目也亏损也比较多，要实现盈亏平衡还是得多引入一款游戏并且按照CPA结算，。