



14 | 如何用数据做出产品决定？
欢迎关注我的博客 <https://julei.vip>

这篇文章用一个增长日活数的案例，分享一个如何用数据做出产品决定

案例背景

- 方法：通过提高新用户的留存率来提高日活数
 - 指标：七天活跃天数
 - $D7 = 1$ ，代表用户在过去的7天只使用了 APP 一天
 - $D7 = 7$ ，代表用户在过去的7天每天至少使用 APP 一次
 - $D7 > 4$ ，代表中高活跃度用户
 - $2 < D7 < 4$ ，代表中等活跃度用户
 - $D7 < 2$ ，代表低活跃用户
 - 数据分析
 - 低活跃用户并没有关注其他用户，他们的朋友圈根本没有内容，只能通过搜索来看内容
 - 用户关注其他用户的数量会影响留存率
 - 不清楚其他因素是否会影响留存率
- 用 D7 表示指标，直观体现留存率，能够把不同活跃程度的用户区分开来
- 先假设，关注其他用户对提高用户留存率非常重要

形成假设

- 影响用户留存率的原因是什么？
 - 假设1：用户没有关注其他用户（或关注的数量非常少），他们的朋友圈里没有足够的内容，APP 停留时间短
 - 假设2：用户没有关注其他用户（或关注的人非常少），朋友圈虽有内容，但是很好有人点赞，丧失热情
 - 用户的关注数量到底会不会影响留存率？
 - 当用户关注100人、1000人和只关注1个人时，对留存率的影响是同一个级别吗？
 - 用户自己的粉丝数量会不会影响留存率？
 - 当你有100个、1000个和只有1个粉丝的时候，是不是也会不同程度影响你的留存率呢？
- 假设这两种情况都会影响用户的留存率，但是影响留存率的原因并不一样，需要弄清楚，哪种情况发生的频率更高、对用户留存率的影响最大，应该先优化哪部分
- 形成假设时需谨慎的坑是，切忌部分情况考虑，不能简单地归类为增加关注数，而是要考虑清楚增加关注数其实影响了两类人，一类是关注别人的人，一类是被关注的人，这两种情况都有可能带来的结果完全不一样，所有要分开考虑、分开假设

解决问题

- 通过 A/B 测试的方式来解决设计两组独立的实验来区分关注和被关注对用户留存率的影响
 - 影响用户留存率的原因是什么？
 - 关注其他用户与否
 - 实验组用户的朋友圈推荐好友关注，可以直接一键关注所有人
 - 对照组用户的朋友圈没有添加这个功能，只显示已经关注的朋友内容
 - 被其他用户关注与否
 - 实验组用户的账号作为推荐收到其他用户圈的第一条，增加它被其他用户关注的概率
 - 对照组用户的账号，会避免被推荐给其他好友
 - 实验对比发现
 - 当帮助用户关注更多其他用户后，他们的 D7 增加了6%
 - 当帮助用户获取更多粉丝后，他们的 D7 增加了4%
 - 在用户开始使用的第一周时让他们关注更多人，否则他们非常容易流失，而且再也不回来了
 - 在帮助用户吸粉的数据中，发现虽然第一周帮他们吸粉的效果会好一些，但是影响没有很明显
 - 分析后制定产品策略
 - 增加一个“你可能想关注”的板块
 - 在新用户第一周使用 APP 时，向他们推荐其他用户，并在整个板块里置顶几名推荐给其他的新用户
 - 这个板块既可以帮助新用户关注更多其他用户，又可以帮助新用户吸粉，相当于一箭双雕
 - 个性化推荐系统
 - 推荐什么用户才能帮助新用户提高留存率呢？
 - 增加推荐系统，根据新用户提供的个人信息进行推荐，或者新用户所在的位置、年龄、手机类型等进行推荐
 - 通过统计图的方式来解决
 - 1 针对帮助用户关注更多用户的实验，统计图的横轴设置为新用户第一个周内关注其他用户的数量，纵轴为 D7
 - 当用户关注的数量在20个左右的时候到了临界点，D7 逐渐趋于平缓，增速显著放缓
 - 调整策略：为帮助新用户在第一周关注20个其他用户
 - 开发功能，帮助新用户快速发现、搜索其他用户，探索值得关注的主题以及活跃用户，最终达到关注20的目的
 - 2 针对用户分析数量对留存率的影响，做了统计图：横轴设置为用户的粉丝数量，纵轴为 D7
 - 发现用户的粉丝量不在多，如果有老粉丝给你评论、发消息，照样可以坚持在 APP 上发状态，增加 D7
 - 需要帮你也发粉丝找到你，让粉丝在你刚使用 APP 发东西时就能找到你、关注你
 - 比如用户关注其他用户的数量对于产品留存率有积极作用
 - 注意：当验证了某个指标对成功有影响时，不要仅仅停留于此，还要更深入的研究影响
 - 正面的还是负面的
 - 到底有多大
 - 在什么情况下影响最大
- 推荐内容在用户每次打开朋友圈时都出现在第一条状态的上面，以增加用户使用这个功能的概率
- 说明，帮助用户关注更多人或者帮他们吸粉，可以增加留存率
- 要找到对留存率最大影响力的点，比如例子中的20，否则会出现效果未达预期或事半功倍的结果

产品决定

- 将“你可能想关注”板块作为重点，特别是针对第一周使用 APP 的新用户
- “你可能想关注”板块中，涵盖高质量老用户以及其他新用户
 - 高质量老用户用来帮助这个新用户找到有趣的内容
 - 推荐其他新用户是为了帮助他们增加粉丝量
- 帮助新用户在第一周内关注20个用户
 - 通过优化搜索推荐的方式，给新用户推荐有价值的用户
 - 并引领他们到广场上发现有意思的内容从而增加他们关注其他用户的数量

总结

- 首先，要形成具体的假设，注意要把不同的假设分开写，而不是合起来写一个泛泛的假设
- 其次，通过 A/B 测试的方式验证假设，每个假设需要单独设置对比实验来验证
- 然后，验证完了某个变量对总体的成功指标有积极影响后，需要找到影响整体指标提升的规律
- 最后，通过验证的假设决定产品功能，保证产品可以真正提升成功指标

思考题

- 如何通过不同用户行为进行假设分析留存
 - 假设影响食品发布者留存因素
 - 1. 粉丝数
 - 2. 互动数（点赞、评论、转发）
 - 3. 内容质量差（内容无趣、内容同质化严重、内容太长、广告太多）
 - 4. 被浏览太少
 - 5. 视频发布流程
 - 假设影响视频观看者留存因素
 - 1. 粉丝数
 - 2. 互动数（点赞、评论、转发）
 - 3. 内容质量差（内容无趣、内容同质化验证、内容太长、广告太多）
 - 4. 浏览数太少
 - 5. 内容创作者（发布视频的质量、性别、风格等个人属性）
 - 验证假设
 - 1 通过 A/B Test 验证
 - 2 通过现有数据验证，如验证粉丝数是否对留存有影响，可抽取不同梯度的粉丝数量进行用户留存的对比
 - 根据假设产品改进点
 - 假设1：粉丝数太少，增加粉丝推荐、好友邀请等机制
 - 假设2：互动太少，增加互动引导，适当引入八分等激励分发机制，通过分值诱导用户增加互动
 - 假设3：内容质量，通过算法、人工干预、用户画像等优化内容推荐
 - 假设4：浏览太少，通过算法结合用户画像等优化推荐内容浏览
 - 假设5：发布流程复杂，分析用户制作路径，减少用户制作步骤，提供用户教程视频
 - 假设6：内容创作者（发布视频者的质量、性别、风格等个人属性）：根据用户喜好个性化推荐内容创作者，引入 KOL/明星等知名度较高的内容创作者
- 如何增加抖音用户的留存率？你有哪些假设，如何验证这些假设？