

产品运营水之令第三周作业《某游戏出现用户流失陡增问题分析》

1. 基本说明

分析 2019.3 调整部分游戏机制后用户在平台的活动情况，找出用户流失陡增的问题原因

2. 产品数据和流程分析

数据样本：

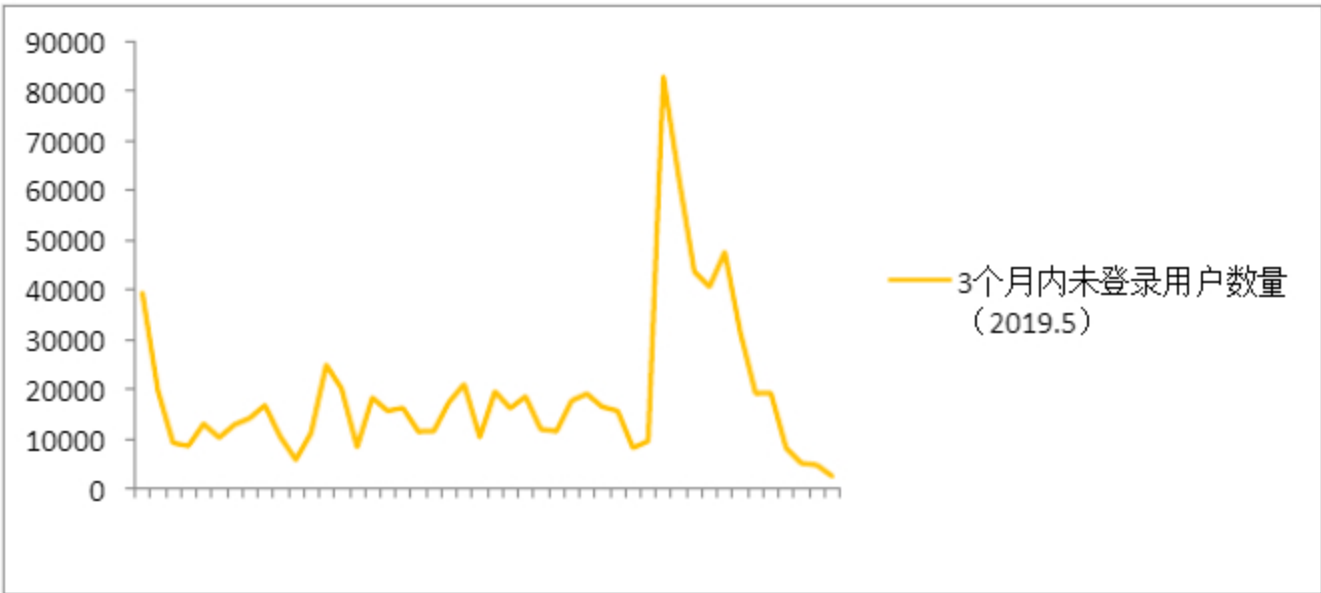
- (1) 1-46 级用户的登陆数据；
- (2) 35 级以上流失用户的驻留关卡数据
- (3) 用户流失时的等级、充值情况；
- (4) 不同战力的非 R、大 R 用户流失数据；
- (5) 流失用户各玩法参与度

3. 问题分析思路与过程

● 从趋势看用户登陆数据

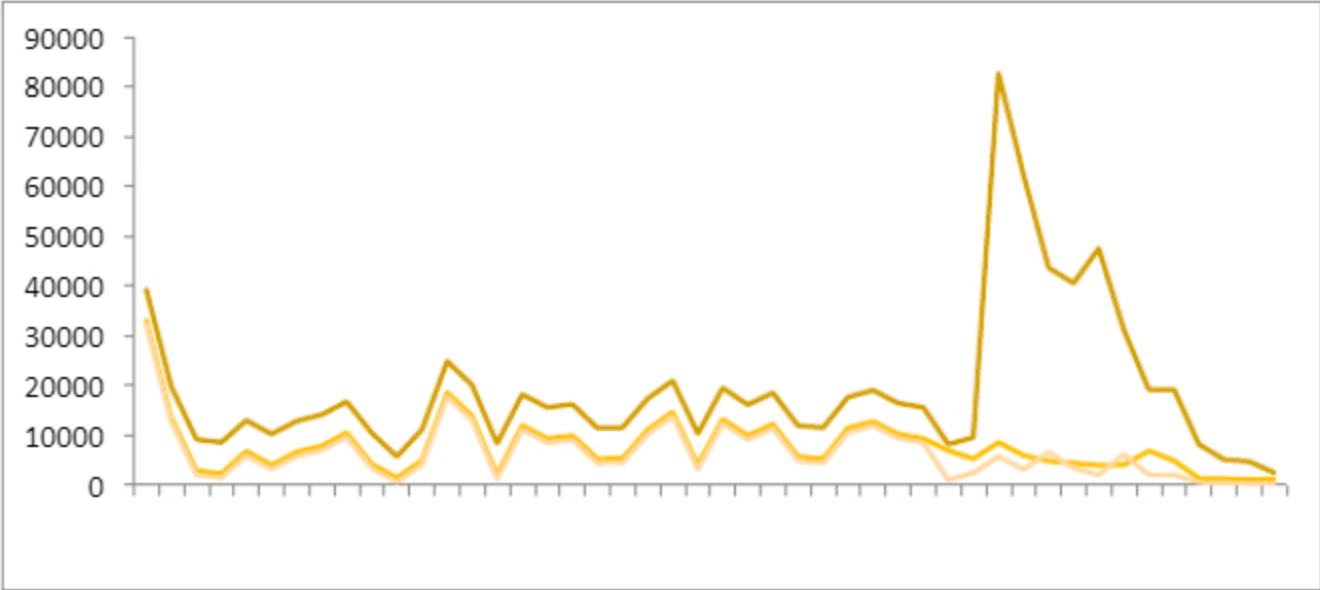
从 2019 年 5 月的登陆数据来看，3 个月内未登陆的用户数主要集中在 1-2 级、35-42 级用户。

1-2 级用户由于游戏不熟练，或者试玩后部分客户发现与想象有差距，所以未登陆用户数相对较多，这属于正常现象。随着游戏技术的熟练，未登陆用户数下降并有一定的波动性，但从 35 级开始出现大幅度的未登陆用户波动，需要重点分析。



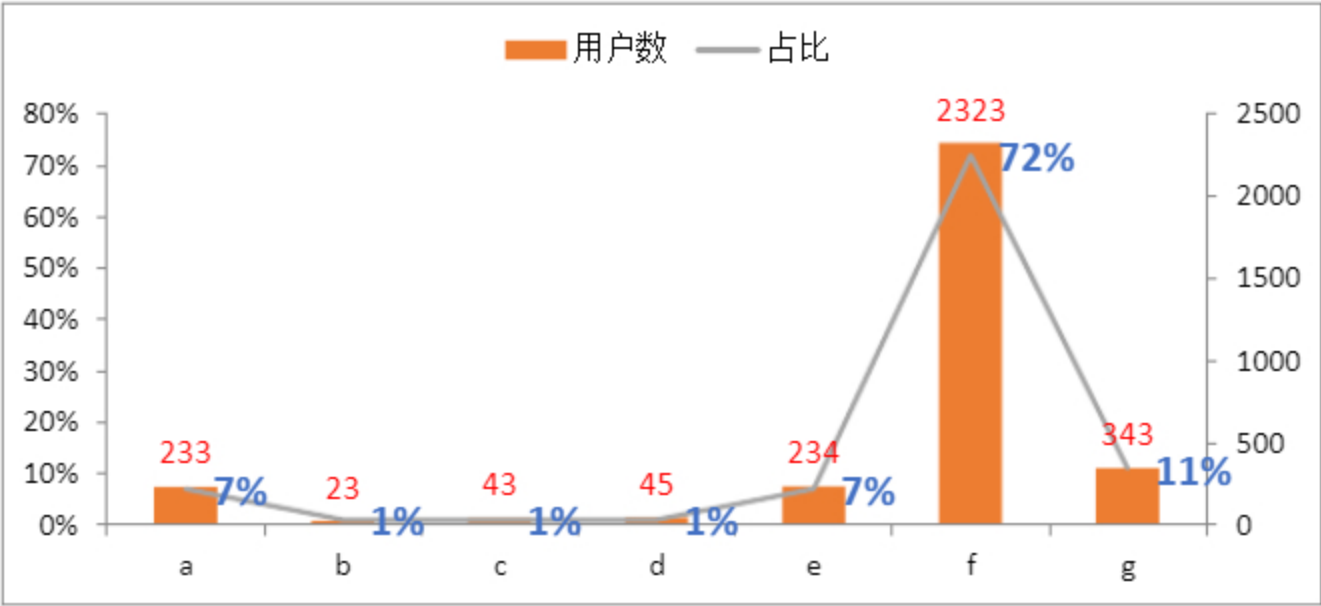
● 对比不同时间的登陆数据看

对比 2018 年 11 月、2019 年 2 月的登陆用户数据来看，2019 年 5 月 1-34 级的趋势数据基本一致，但 35 级-42 级用户 3 个月未登陆的用户数出现大幅上升，这也再次确认该部分数据属于异常数据。

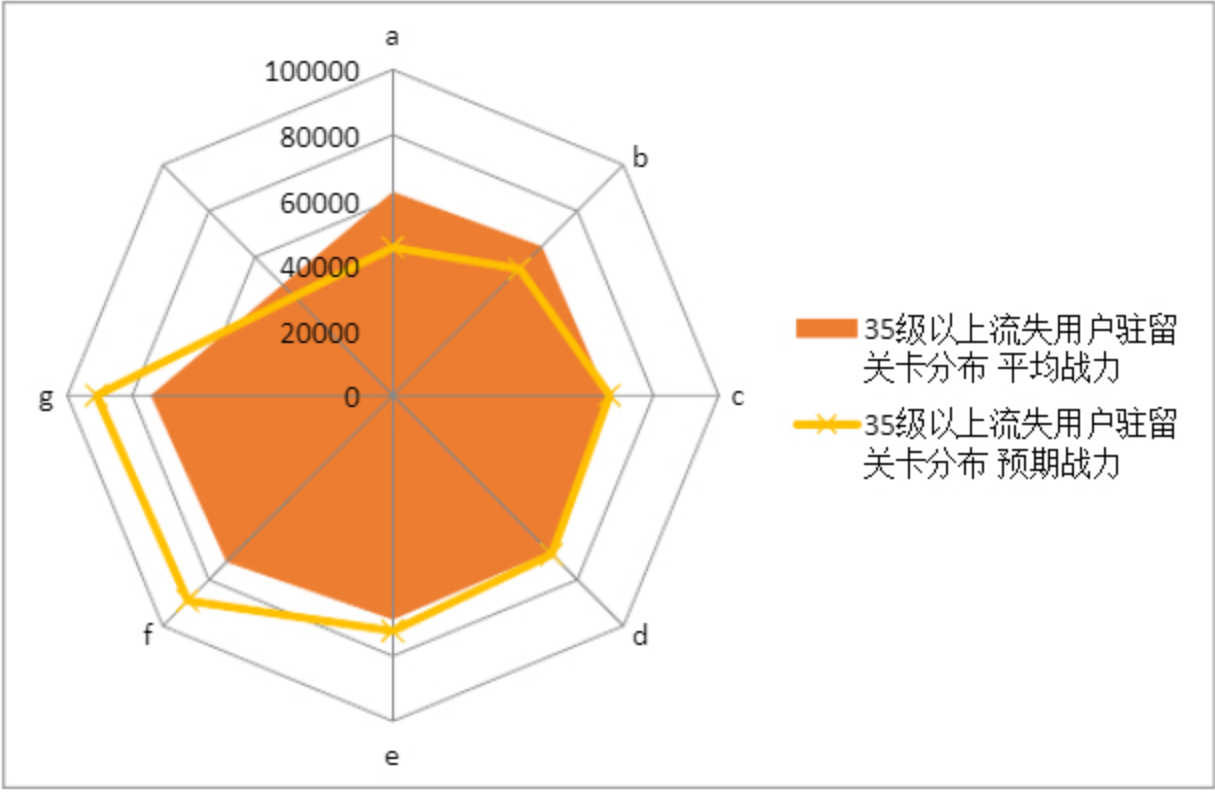


● 从不同维度细分分析

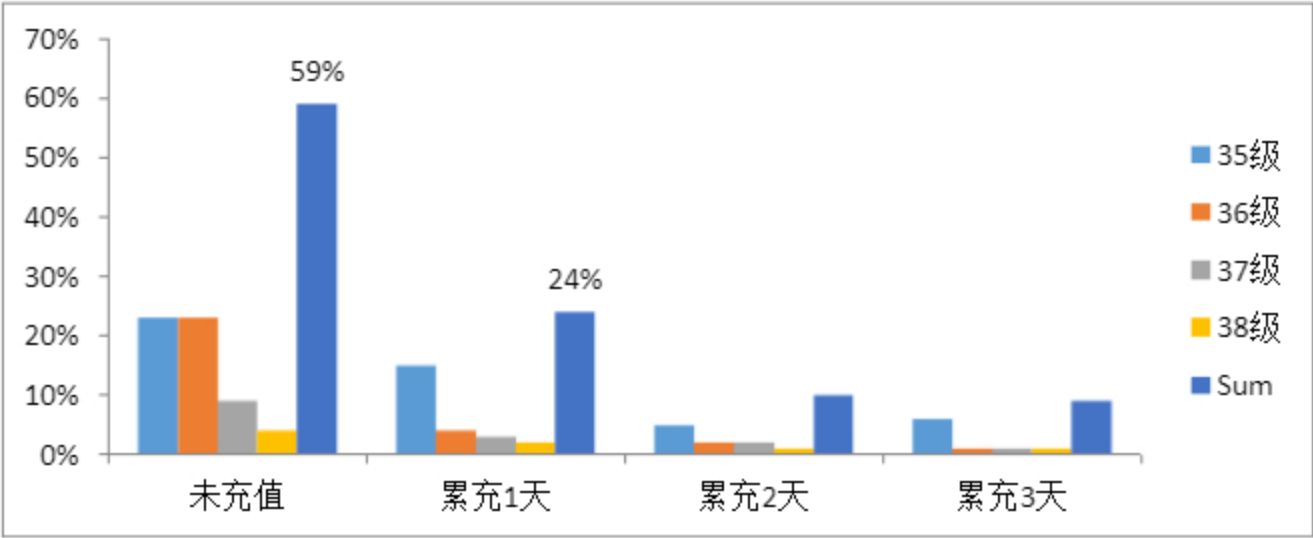
(1) 从流失用户驻留关卡分析，72%的 35 级以上流失用户驻留在关卡 f，说明游戏在关卡 f 的机制设置可能存在问题。



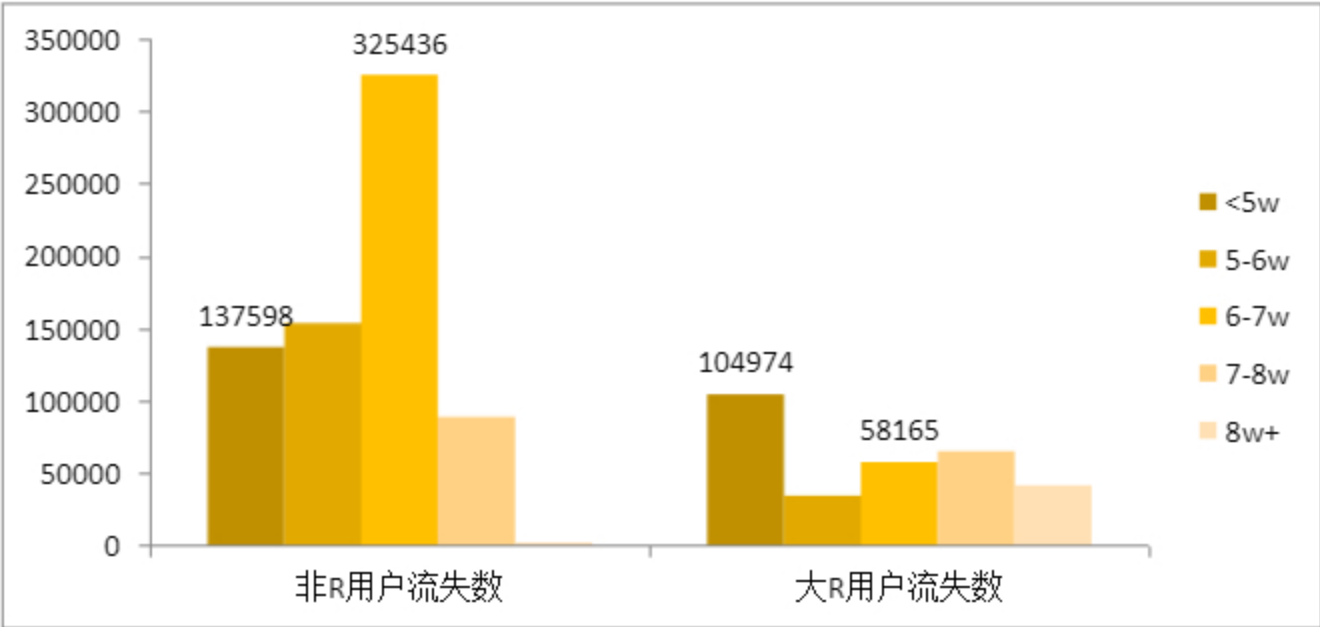
(2) 从流失用户的平均战力分析，a、b、c、d、e 级别流失客户的平均战力与游戏设置的预期战力相当，差异不大，流失的客户比例也相对较少。但 f 级的客户平均战力与游戏设置的预期战力差异明显偏大，造成用户无法突破关卡设置，导致用户放弃游戏。



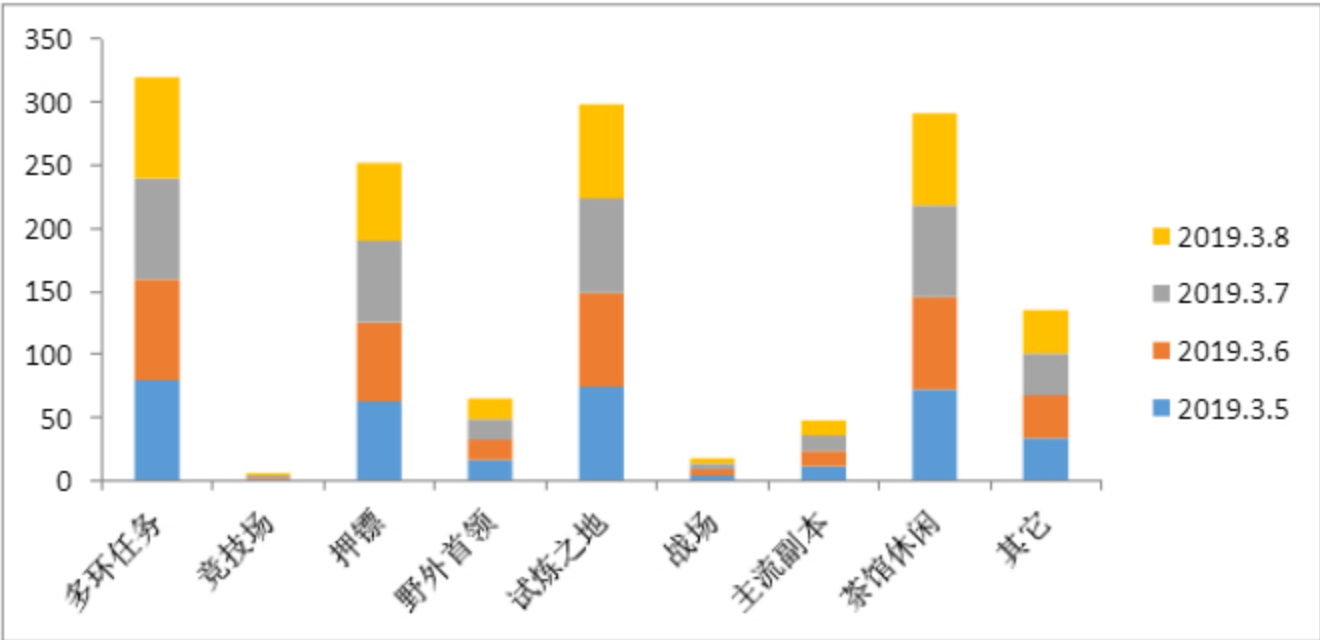
(3) 从流失用户的充值情况分析，未充值+累充 1 天的用户占比达到 83%，其中 35 级用户的未充值+累充 1 天的流失用户比例达到 38%，比其他级别相比明显偏高，这说明游戏设置对于未充值用户的游戏体验更差，特别是 35 级。



(4) 从不同战力用户的非 R、大 R 流失数据来看，非 R 用户在战力 6-7W 的流失率明显偏高，说明难以通过游戏进行有效的战力提升，无法通过关卡，导致用户兴趣下降。



(5) 从流失用户各玩法参与度来看，用户在多环任务、押镖、试炼之地、茶馆休闲的参与度很高，需要评估是否这些玩法的关卡设置不合理导致用户的体验不佳、兴趣下降。另外流失用户在竞技场、战场、主流副本的参与度很低，建议优化和完善这些玩法的内容，提升用户的参与度。



4. 总结:

- (1) 游戏在 f 级的关卡设置不合理，主要原因是预期战力设置过高，建议调整 f 级的预期战力设置；
- (2) 游戏对于未充值客户的游戏体验设置不合理，导致用户体验较差，建议对于用户充值机制进行优化；
- (3) 建议优化游戏在竞技场、野外首领、战场、主流副本的内容设置，提升用户兴趣；
- (4) 建议深入分析多环任务、押镖、试炼之地、茶馆休闲等流失用户参与度很高的玩法，提升用户在这些玩法中的体验。