

## 7 个步骤，学懂 APP 客户端数据埋点

文章为大家分析了数据分析的第一步：数据埋点的实操方法。希望大家可以有所收获。

如果你遇到了下面这些问题，那么看这篇就对了。

领导说，APP 需要加一下统计，你负责搞定

研发说，APP 需要统计哪些地方，你列一下埋点需求

研发说，APP 的数据统计 SDK 用哪家的？你选好了注册一下、运营说，咱们的 APP 都能看哪些数据？平台在哪？怎么查首页的 UV？

作为一名产品经理，数据分析是一个基本能力，在各大学习社群和论坛，经常会遇到各种各样类似的问题和数据分析的教程贴。

数据分析是一个很复杂的工作，很多人在谈如何挖掘数据，做用户画像，设计数据漏斗，如何负责用户生命周期管理，但发现很多人却卡在了数据分析的第一步，那就是如何做数据埋点。

我今天和大家谈下数据埋点的实操方法，我们花 10 分钟时间，学会如何走出第一步。

我们分 3 个部分来谈：

什么是数据埋点

如何埋点

埋点后能看到什么数据

### 一、什么是数据埋点

一款 APP 在开发完成后，一定需要看数据，来分析用户量，访问量，点击量，转化率等等这些指标。

想看数据，就需要先做好数据埋点。

每个公司的情况不同，大的公司有自己的数据分析系统，很多公司都会采用第三方的数据分析平台来进行数据收集和分析。所以我们需要先了解都有哪些数据分析的网站。

HTML 网站和 APP 的数据分析平台和埋点方式是不同的，所以大家不要混淆。

我们今天谈 APP 的数据分析网站和方法。

常用的 APP 数据分析网站：

百度移动统计

友盟

诸葛 IO

## 二、如何埋点

埋点不管是用那家的平台，基本思路都是一样的，我们今天给大家一个通用的思路和方法。可以让大家快速的试验和动起来。

首页降峰老师先明确下完成一个 APP 数据埋点的几个步骤：

注册一家统计网站

新建应用

获取 KEY 和 SDK 代码包

将埋点需求和 SDK 包发给研发

自定义埋点需求完善

研发开发并完成 APP 上线

在后台查看数据

每一步有些细节和注意事项和大家说下，让大家避免一些坑：

### 1、注册账号

建议用公司邮箱或者公用邮箱注册，别用自己的私人邮箱和手机号码，后续一旦有交接和工作变动时会比较麻烦。

### 2、新建应用

登录后一般都有“新建应用”，可以选标准统计，大部分 APP 都选这个。游戏的 app 另说。

# 高价值资源分享社群——清晰洞察世界

存有**20万份+**报告与资料

为您的创业、投资、职场、学习研究… **超强赋能**

## 【资源属性】

运营、产品、增长黑客、营销、数据分析、案例拆解、行业报告、趋势研究、白皮书、电子书…

## 【覆盖行业】

教育、电商、直播及短视频、内容产业、泛娱乐产业、保险及金融、投资、人工智能、智能硬件、AR/VR、零售、汽车、社交、社区、社群、母婴儿童、区块链、物联网及产业互联网、B端及企业服务、跨境海外、地产、婚恋美妆、运动体育、餐饮美食、工具类…



扫码关注公众号（或 添加微信：zifumeng001）

**加入微信交流群** 获取最新资料



万千资源合集的知识店铺

名称写自己 app 的名称，分类自己选 1 个。选错了也不影响。

平台根据情况自己选。后期我们看数据和埋点都是 ios 和安卓分开的，所以你如果 2 个端都做，就一起都选上。

描述可选，不用填。

应用类型:

☒ 标准统计 ☐ 游戏统计

应用名称:

招聘APP

内容分类:

学习办公

平台:

☒ Android ☒ iOS

描述:

可选

创建应用

点击创建应用，完成。

### 3、获取 KEY 和 SDK 代码包

完成后可以得到 2 个 APPKEY。分别是 ios 和安卓的。

这里的 appkey 很重要，你可以下载了给研发，也可以稍后让研发自己登录进来自己下载。

ios 和安卓是分开 2 个独立的，后续埋点和看数据都是分开的。这个切记。

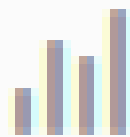
这时候，重点来了。

此时，如果我们只想看 APP 的活跃用户，留存用户，下载量。用户地域分布，渠道分布，那么其实就够了。

#### **4、将埋点需求和 SDK 包发给研发**

你这时候，就把刚才获得的 appkey 和 sdk 包的下载地址，发给研发。或者直接把账号和密码发给研发。然后告诉研发，集成下百度移动统计的 SDK 包。这样发版后，就可以看到大部分数据了。

如下的数据都可以看到：



## 基本指标

趋势分析 NEW

活跃用户

留存用户



## 用户分析

实时抽样

用户属性

地域分布

但是，其实往往我们的数据需求远远不局限这些，我们还需要看每个页面的转化率，页面里面的行为按钮的点击次数，弹层的展示次数等更细节的数据。这样才能更好的知道用户的行为和操作流程的后期改进优化。

那么我们还需要进行第 5 步。自定义事件完善。 不做这步，这些数据是看不到的。

## 5、自定义事件完善

比如我们想看页面里面 注册 搜索按钮，顶部 banner，底部 首页和 我的 2 个导航条的点击量。

一个埋点事件对应 1 个按钮或者一个页面或者一个弹层。 你来定义。

如果埋点比较多，你也可以批量添加。批量添加的时候，您需要下载 excel 模板，按照要求填写好，上传进来即可。具体一看便知。

添加完成后就可以把这个列表导出或者人肉复制出来一个表格。发给研发。并附上你的原型图。做好对应关系标注。

## 6、研发开发并完成 APP 上线

完成上面几步后，研发哥哥就可以看懂进入第 7 步研发阶段了。

## 7、在后台查看数据

上线后就可以看到数据了。大部分数据一般隔天更新。

# 三、埋点后能看到什么数据

上面提到，按照步骤完成数据分析 sdk 集成和自定义事件后，就可以看到数据了。

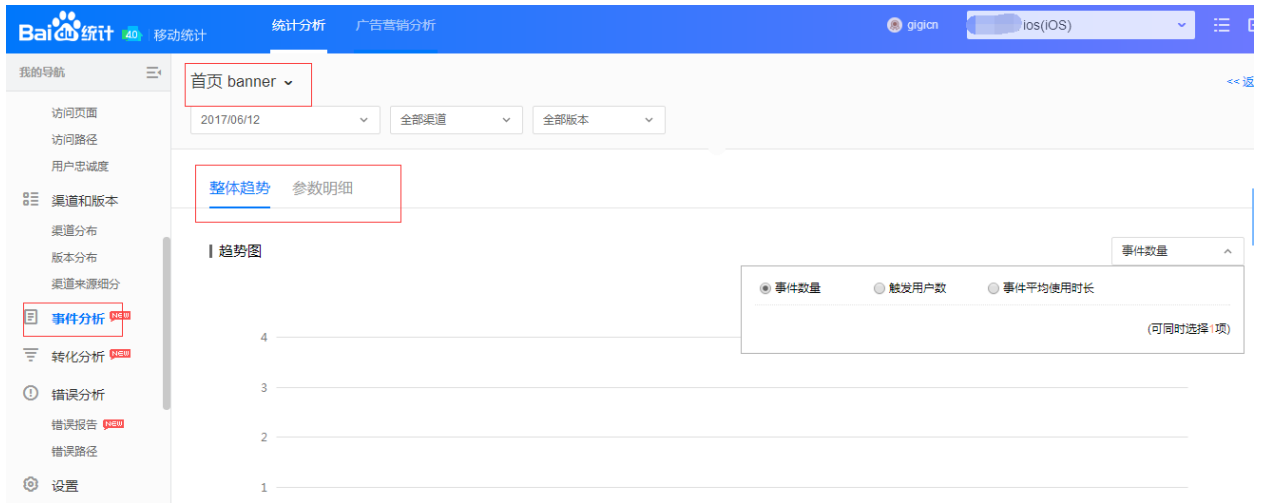
不添加自定义事件，可以看到基础数据，添加后，可以看到更细节的按钮，页面等点击数据。

查看自定义事件埋点数据，还是进入刚才的“事件分析”页面，点击对应埋点即可看到数据。

可以筛选时间段。

下图就是 app 首页的 banner 图的分析结果页面。

（教程的事件是新建的，所以暂无数据）



除了这些外，如果你还想看 几个页面之间的转化路径和数据漏斗。那还需要添加“转化分析”。

添加转化分析后，可以看到例如：进入首页-点击注册按钮-进入注册成功页 这几步的转化率和流失率。会自动生成一个转化分析图。当然你也可以分别看这几个页面的数据，自己去分析汇总。

进阶的方法还有把事件埋点配合转化分析、访问路径、转化漏斗等工具使用，从点到面地了解用户的使用行为、APP 存在的问题。

更多深入的数据分析，还需要大家自己在数据的基础上，进行深加工和分析。数据只是基础，更多的还需要我们人肉去洞察背后的原因和分析结论。

好了，希望大家学会了。

欢迎交流。

作者：降峰，十年产品人，百度金融资深产品经理。

本文由@降峰 原创发布于人人都是产品经理，未经许可，禁止转载。