

做产品，立项之初就想好赚钱模式

原创 我是哥飞 哥飞 2023-07-19 08:02:02 广东

以下是昨晚哥飞在“哥飞的朋友们”付费社群的分享。

做产品，立项之初就想好赚钱模式，最好是直接向用户收费，次之是广告费。

要么收费，要么放广告，千万不要为爱发电。

不要等到多少用户之后才开始考虑盈利。

用户一定会流失，很可能等到你数据库里有10万个注册用户时，已经流失了九万八千个，这部分用户就白白浪费掉了。

所以只要有人打开了产品，我们就要能够揩到一点油。

我们之前做游戏发行，SDK对接好，巨量引擎审核好之后，开始花钱投广告。

休闲类付费游戏一般注册成本20块钱左右，10%的付费率，也就是说，花了200块钱，就应该有付费用户了，花了500块钱，就能看出你的这条广告计划素材或者文案是否有问题了。

我们同时会建立几十条广告计划，每条计划初始预算最多500元，然后实时跟踪每条计划的注册成本、付费成本、ROI等数据去判断计划质量，好的可以加大到2000预算，差的直接关停计划。

赛马一样，赛出好计划。然后根据计划的后续数据，继续判断是否要加大预算。

有时候为了测试游戏数值体系，并不会导入太多用户，可能一开始导入一两千个玩家就足够了。

然后观察这这用户的后续在游戏内的各种数据。

再根据测试数据，找出问题点，针对性的去修改。之后再次买量测试。

这样来回改过几次之后，一般都能够把游戏数值调好。然后就是开始正式广告投放。

游戏这类产品特点就是初期玩家可以玩单机，不需要其他游戏玩家陪玩互动。所以只要有玩家进来了，就需要去算roi。

一般次留到20%以上就算好的了。也就是说，第一天导入过来的用户，很可能到第二天就跑了70%~80%。

如果不第一天就开始收费，那么买进来的用户就白花钱了。

我们做非游戏产品也一样，要关心一些核心数据，如注册率、付费率、留存率等，有了数据，心中有数，才知道工作重心是什么。

现在广告平台都可以按照你想要的行为来优化了，这就要求你的产品能够对广告来源进行归因，然后上报自定义关键行为到广告平台。

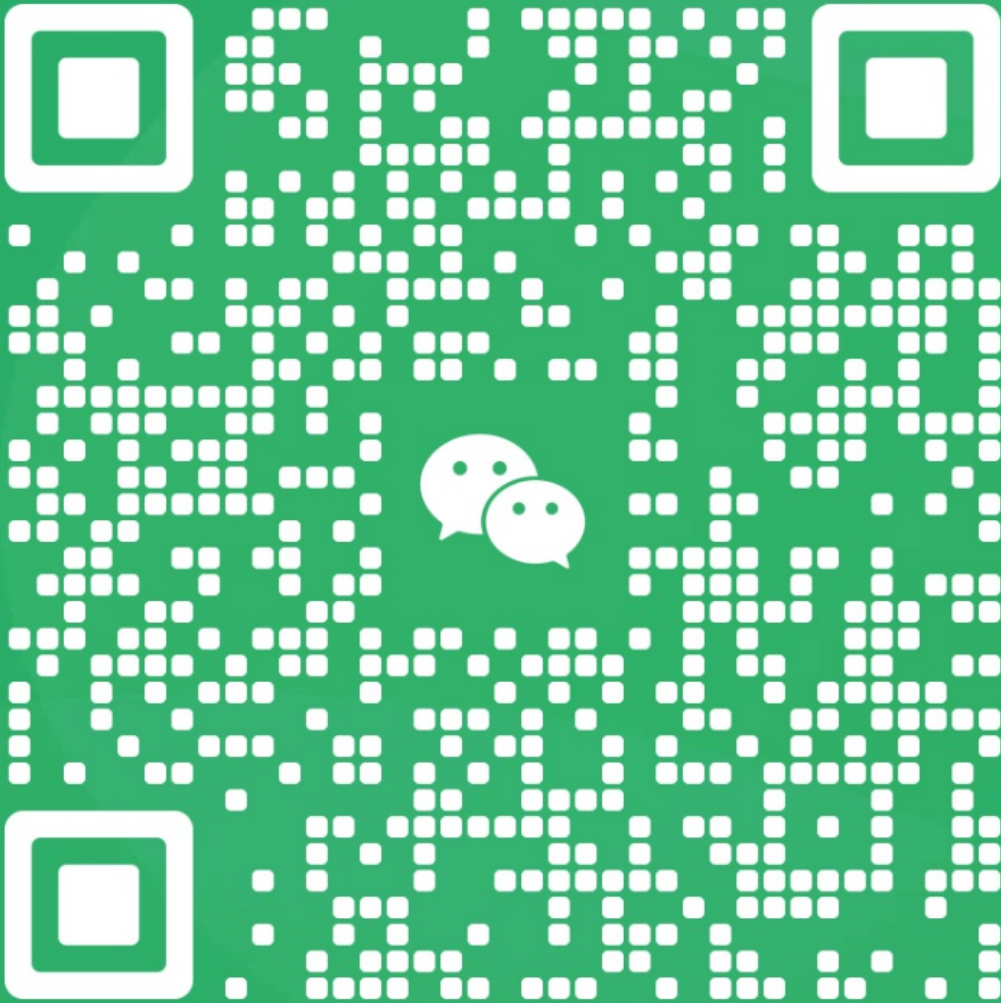
你想要什么样的用户，就上报什么样的关键行为上去。

对于“哥飞的朋友们”付费社群感兴趣的，请加哥飞微信 [qiayue](#) 交流。



Console.log()

广东 深圳



扫一扫上面的二维码图案，加我为朋友。