

注册转化背后的数据分析

GrowingIO 商务分析师

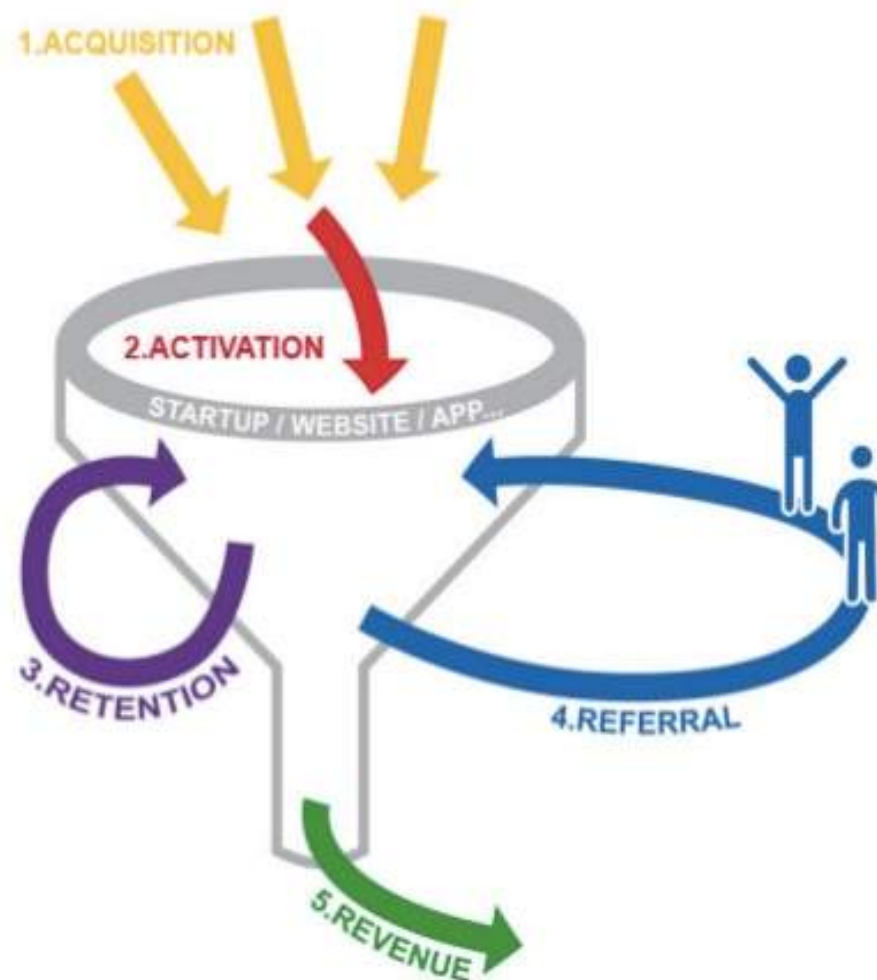
徐冰杰

目录

- 1 注册转化率为什么重要
- 2 注册转化背后的问题
- 3 注册转化案例分析
- 4 优化衡量效果
- 5 持续监控

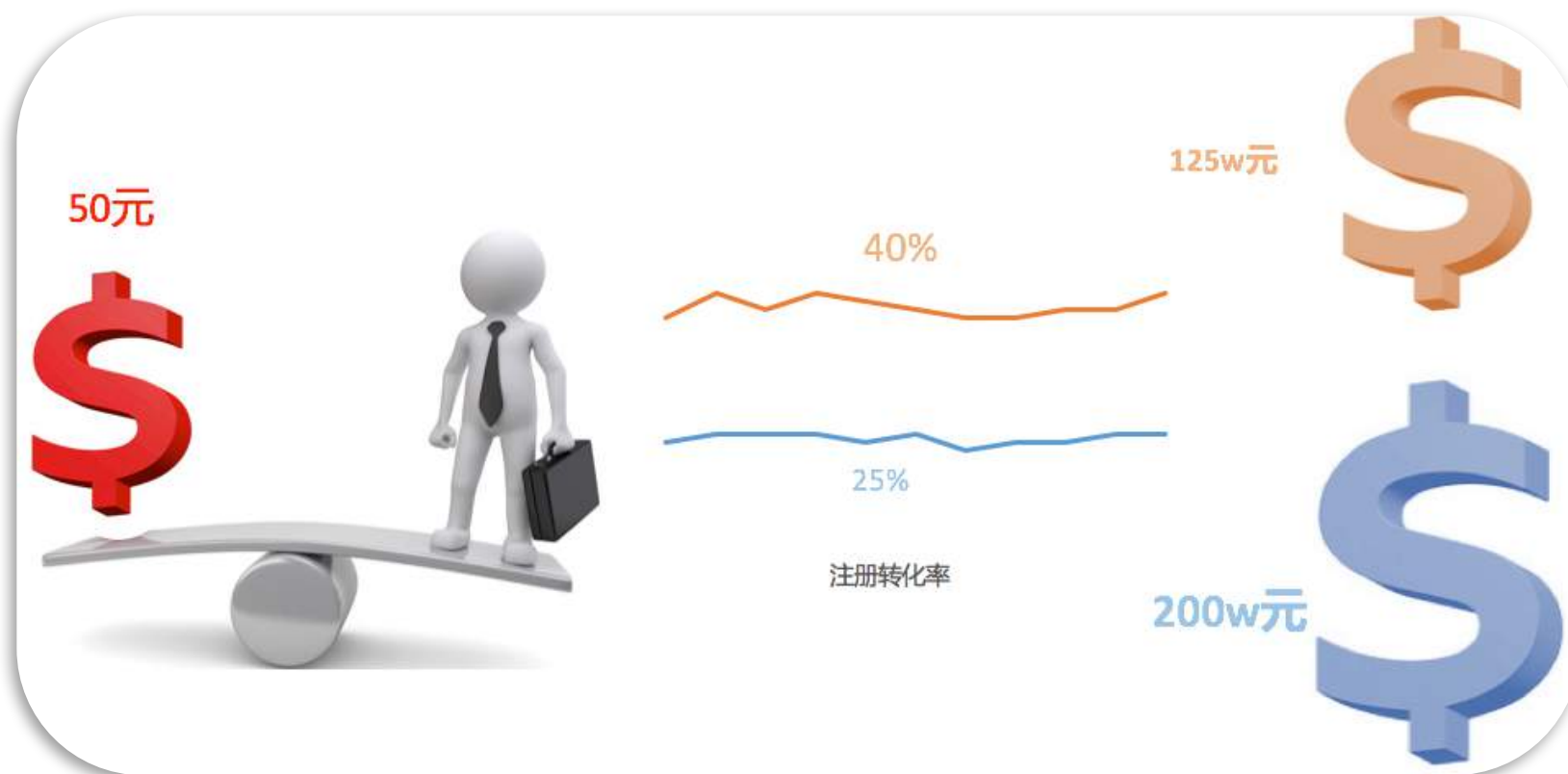
注册转化率为什么重要

AARRR Funnel: Customer Lifecycle / Conversion Behavior



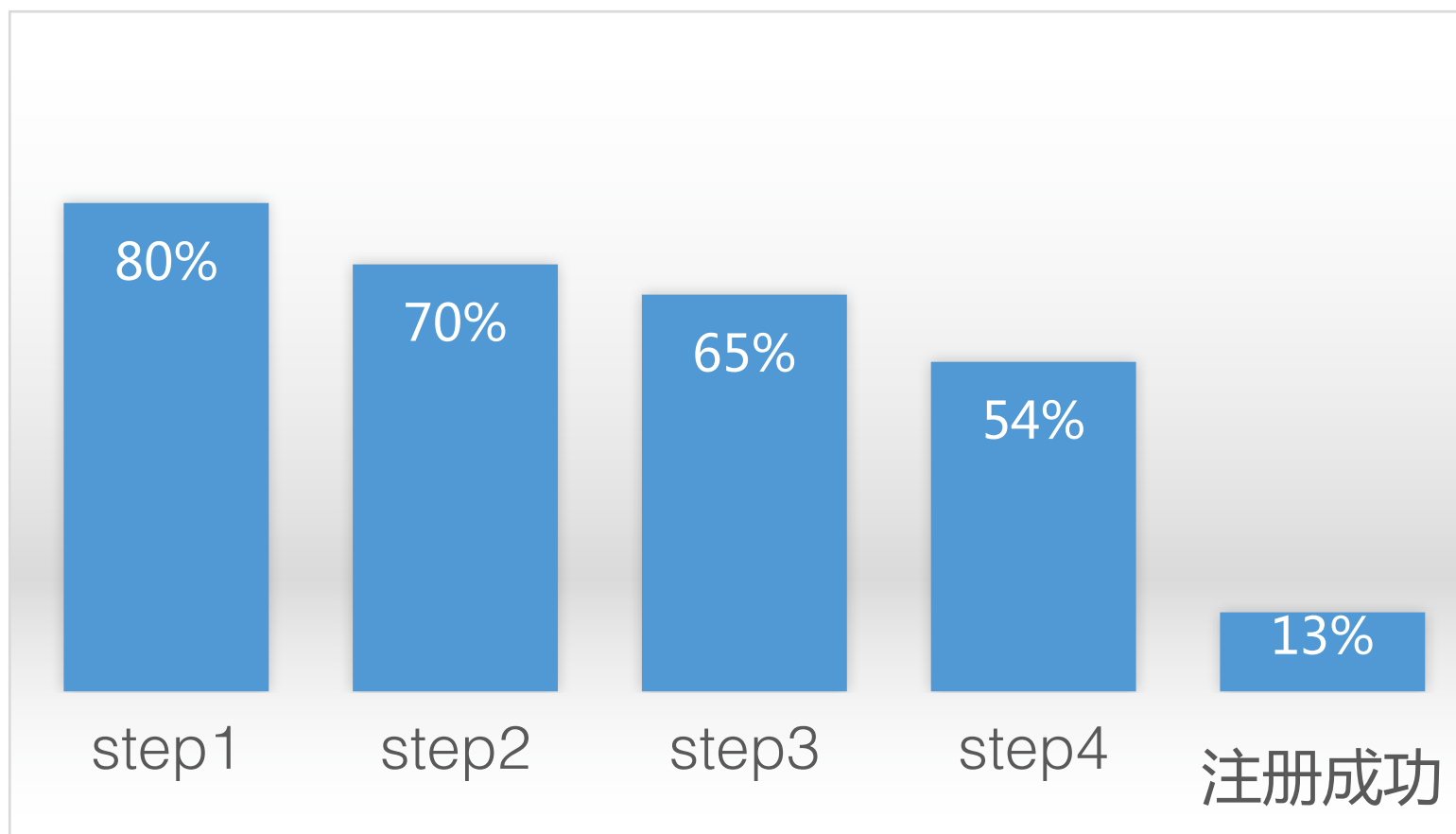
注册转化率为什么重要 —— 案例分析

某P2P公司，平均每个推广渠道获取1个进站用户成本为50元，目标是获取1w注册用户。
 转化率每**提升1%**，整体推广成本可**节省5w元**。



注册转化背后的问题

这是一个常见的注册转化漏斗，转化率是13%，这个转化率正常么，你能从中发现什么问题？



注册转化背后的问题



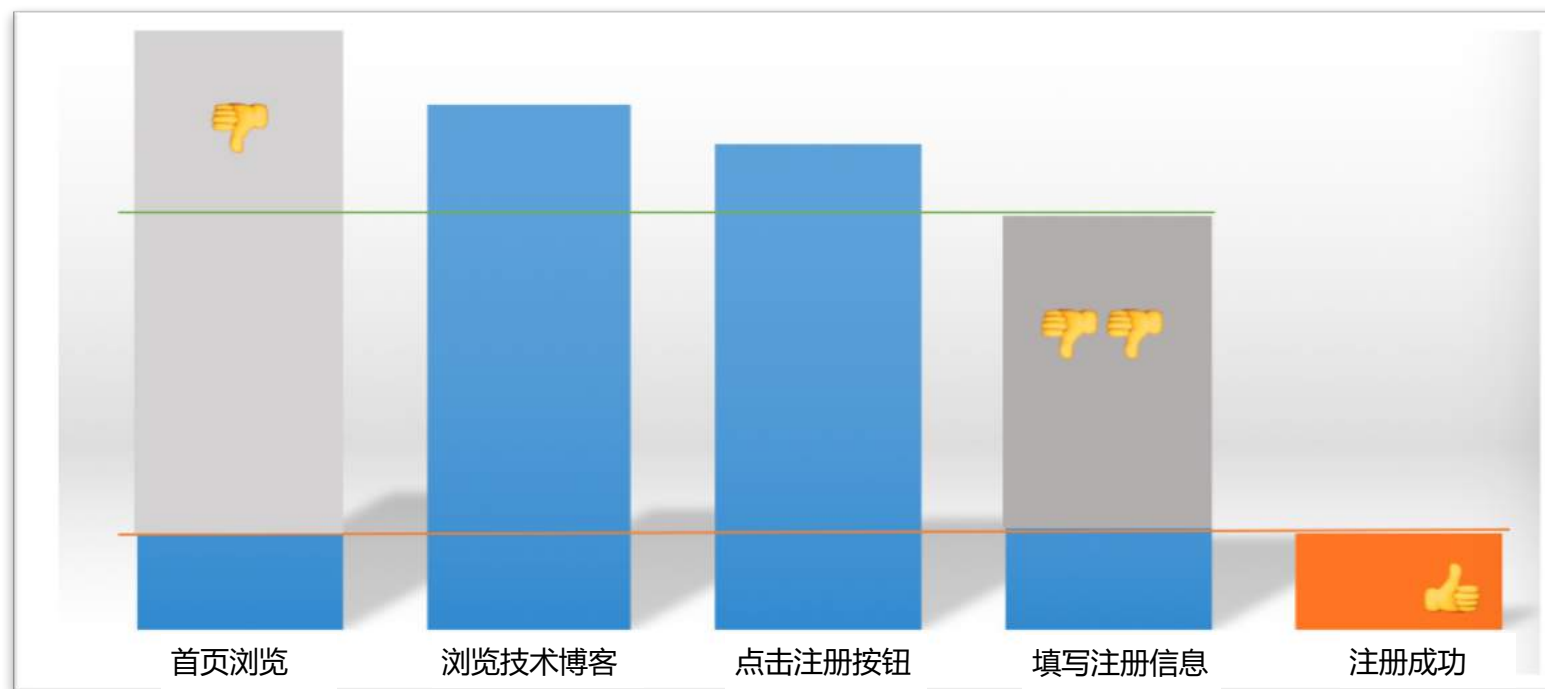
A: 顺利转化



B: 未进入核心转化路径流失；例如，从“加入我们”页面离开网站而未注册



C: 从核心转化路径中流失；例如，从“填写注册信息”页面离开网站而未完成注册



这5个步骤，

哪些是核心转化路径？

哪些是非核心转化路径？

注册转化背后的问题

针对在转化流程中不同步骤的流失，可以概括为两大类问题：**流量渠道**和**产品设计**

流量渠道

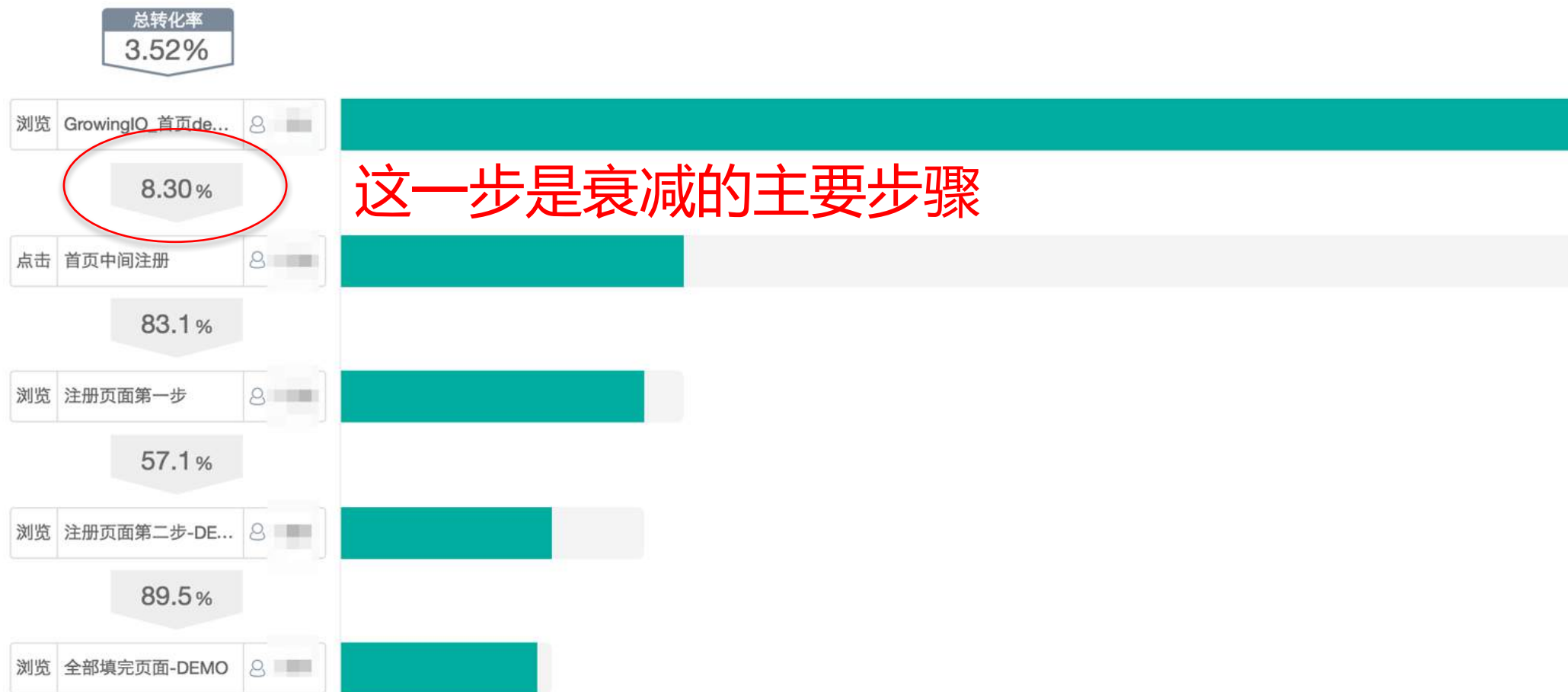
投放媒体、广告类型、
广告内容、关键字、落
地页.....

产品设计

注册逻辑、页面设计、
移动站的适配、输入法
调用、产品稳定性.....

注册转化案例分析 —— 案例分析：渠道

量化注册转化的每一步，首先找到衰减的主要步骤



注册转化案例分析 —— 案例分析：渠道

维度对比	用户分群	访问来源	显示数目: 10	浏览: Growi...	点击: 首页中...	浏览: 注册页...	浏览: 注册页...	浏览: 注册页...	浏览: 注册页...	浏览: 全部填...	
<input checked="" type="checkbox"/>		总体		8.30%	83.1%	57.1%	89.5%				
<input type="checkbox"/>		www.baidu.com	2.82k	17.3%	489	88.1%	431	59.4%	256	90.2%	231
<input type="checkbox"/>		link.zhihu.com	441	18.8%	83	91.6%	76	56.6%	43	93.0%	40
<input type="checkbox"/>		www.google.com	396	8.84%	35	85.7%	30	63.3%	19	94.7%	18
<input type="checkbox"/>		mp.weixinbridge.com	291	0.69%	2	100%	2	100%	2	50.0%	1
<input type="checkbox"/>		m.baidu.com	253	0.00%	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%	0
<input type="checkbox"/>		www.lagou.com	245	5.71%	14	92.9%	13	15.4%	2	100%	2
<input type="checkbox"/>		www.google.com.hk	242	8.26%	20	75.0%	15	46.7%	7	100%	7
<input type="checkbox"/>		www.pmcaff.com	157	19.7%	31	93.5%	29	48.3%	14	78.6%	11

注册转化案例分析 —— 案例分析：渠道

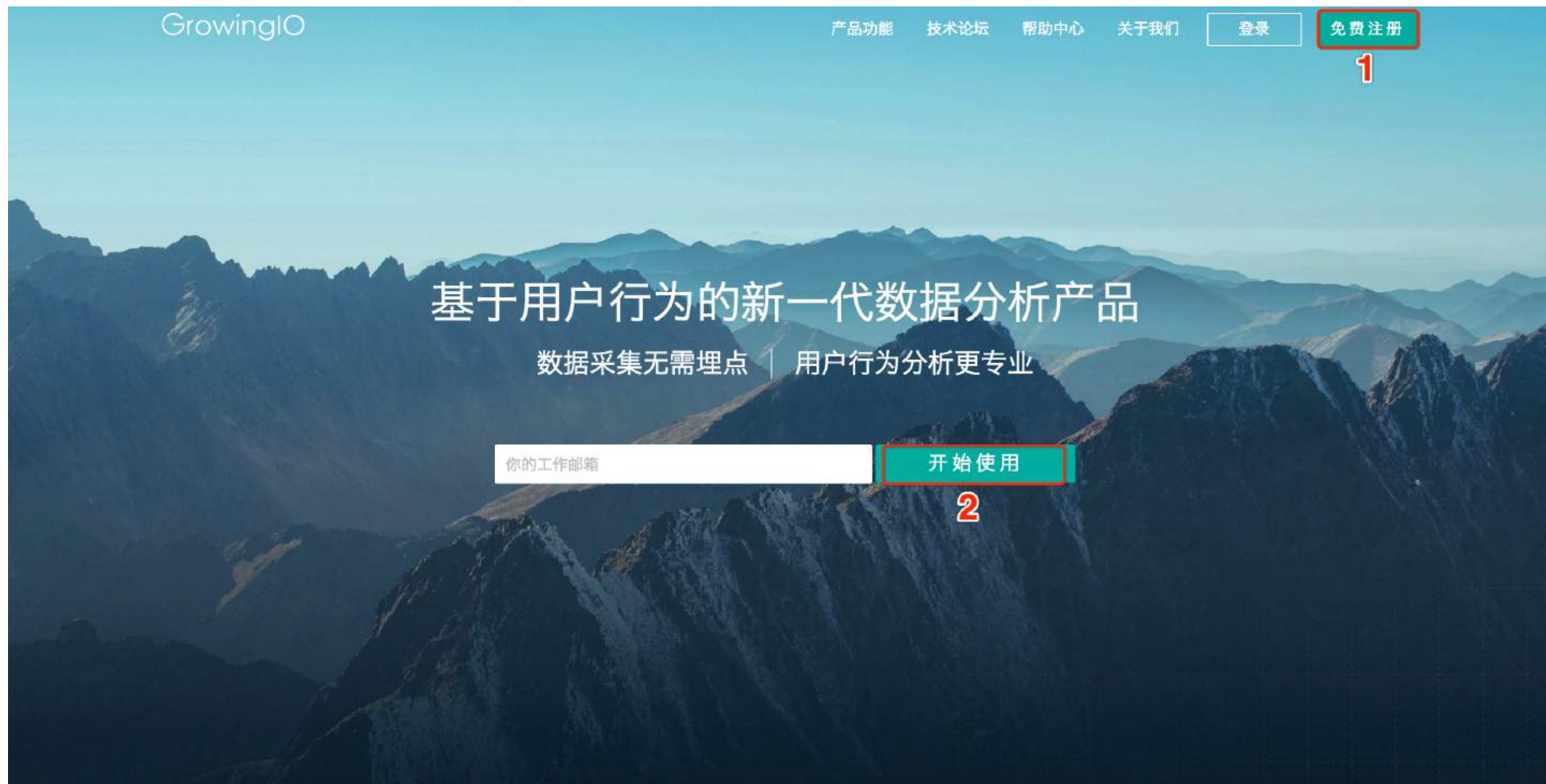
访问来源	全站UV	跳出率	人均pv量
www.baidu.com	2881	28.90%	18.019
link.zhihu.com	447	42.81%	4.322
www.google.com	408	38.39%	12.186
mp.weixinbridge.com	301	47.41%	2.688
m.baidu.com	259	54.09%	3.309
www.google.com.hk	248	29.04%	21.722
www.lagou.com	247	47.55%	3.745
www.so.com	167	30.05%	13.174
mail.landray.com.cn	1	47.06%	28
mail.jingfree.com	1	0.00%	24

mp.weixinbridge.com	291	0.69%
m.baidu.com	253	0.00%
www.lagou.com	245	5.71%

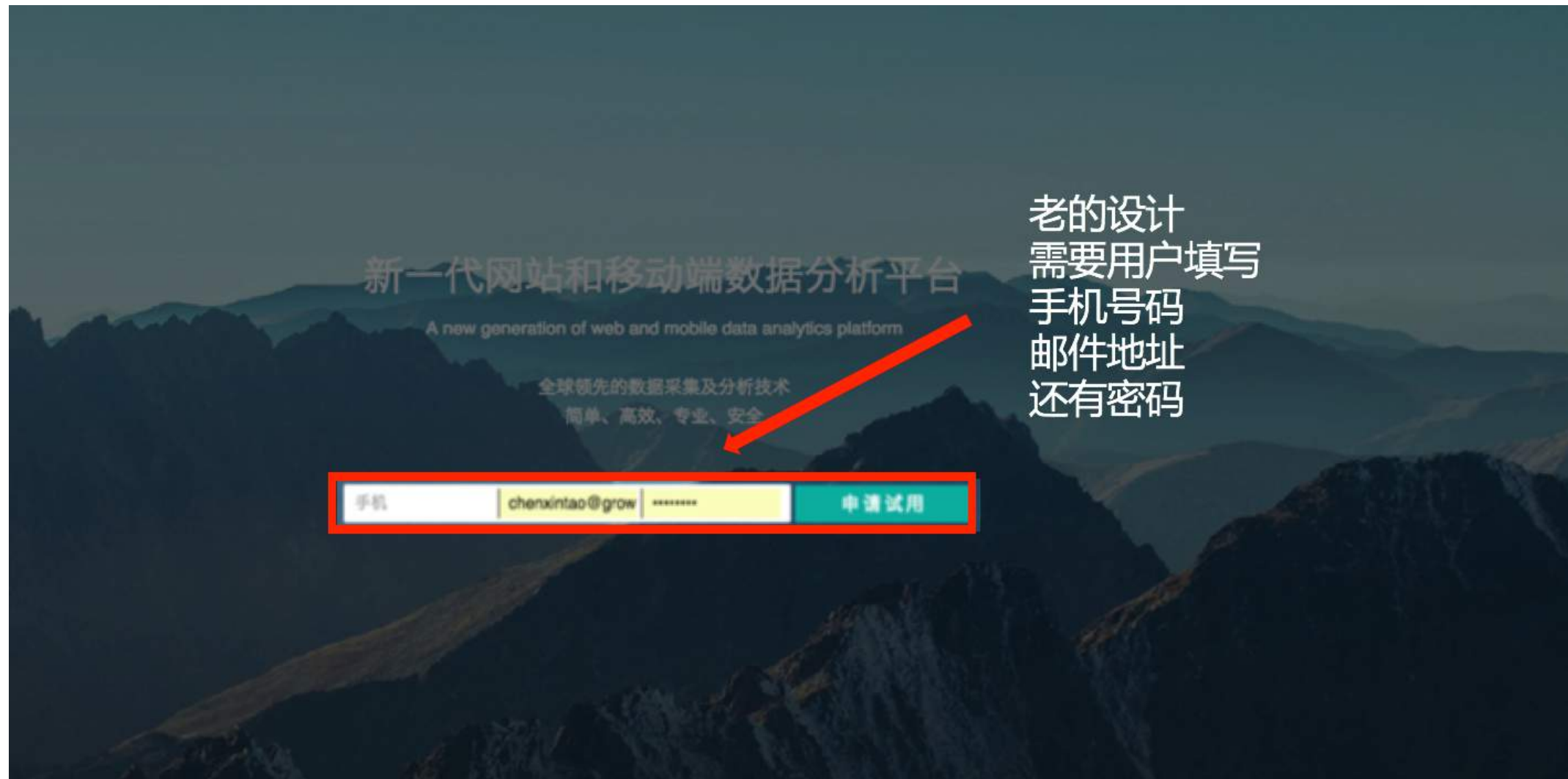


注册转化案例分析 —— 案例分析：产品

1个实际注册流： 注册按钮 ➡ 填写个人邮箱 ➡ 验证个人邮箱 ➡ 填写其他信息，完成



注册转化案例分析 —— 案例分析：产品



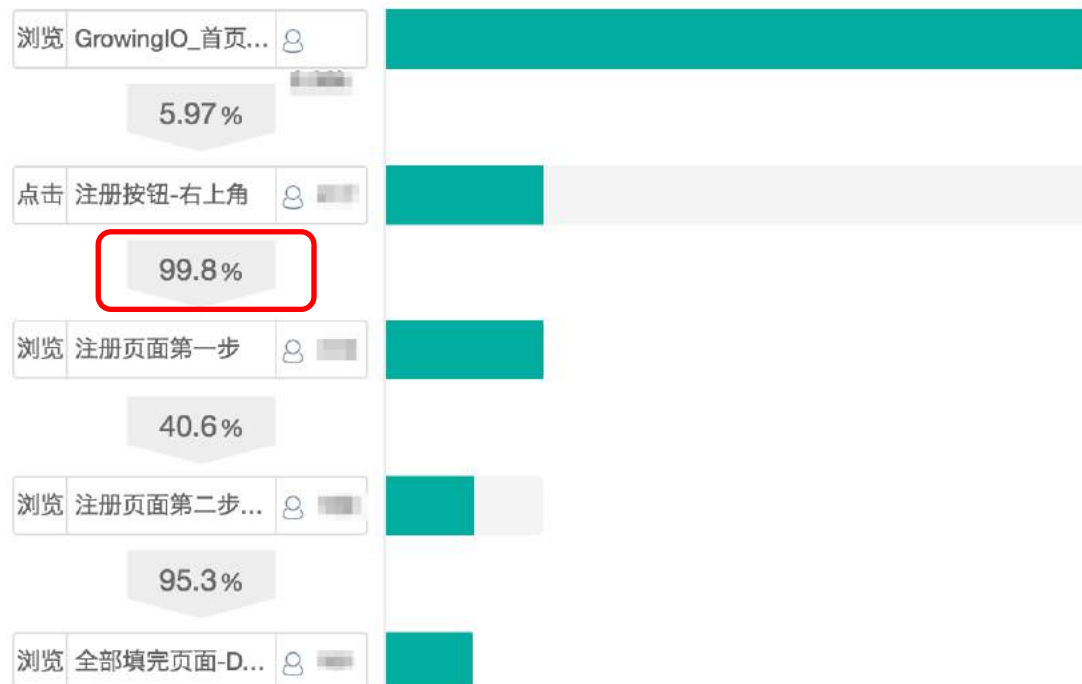
注册转化案例分析 —— 案例分析：产品

不同入口的两个注册转化漏斗，在核心转化步骤上转化率差异较大

中间按钮转化漏斗



右上按钮转化漏斗



相差较大，需要优化

注册按钮 → 填写个人邮箱 → 验证个人邮箱 → 填写其他信息

注册转化案例分析 —— 案例分析：产品

1个实际注册流：注册按钮 → 填写个人邮箱 → 验证个人邮箱 → 填写其他信息，完成



注册转化案例分析 —— 案例分析：产品

1个实际注册流： 注册按钮 → 填写个人邮箱 → 验证个人邮箱 → 填写其他信息，完成



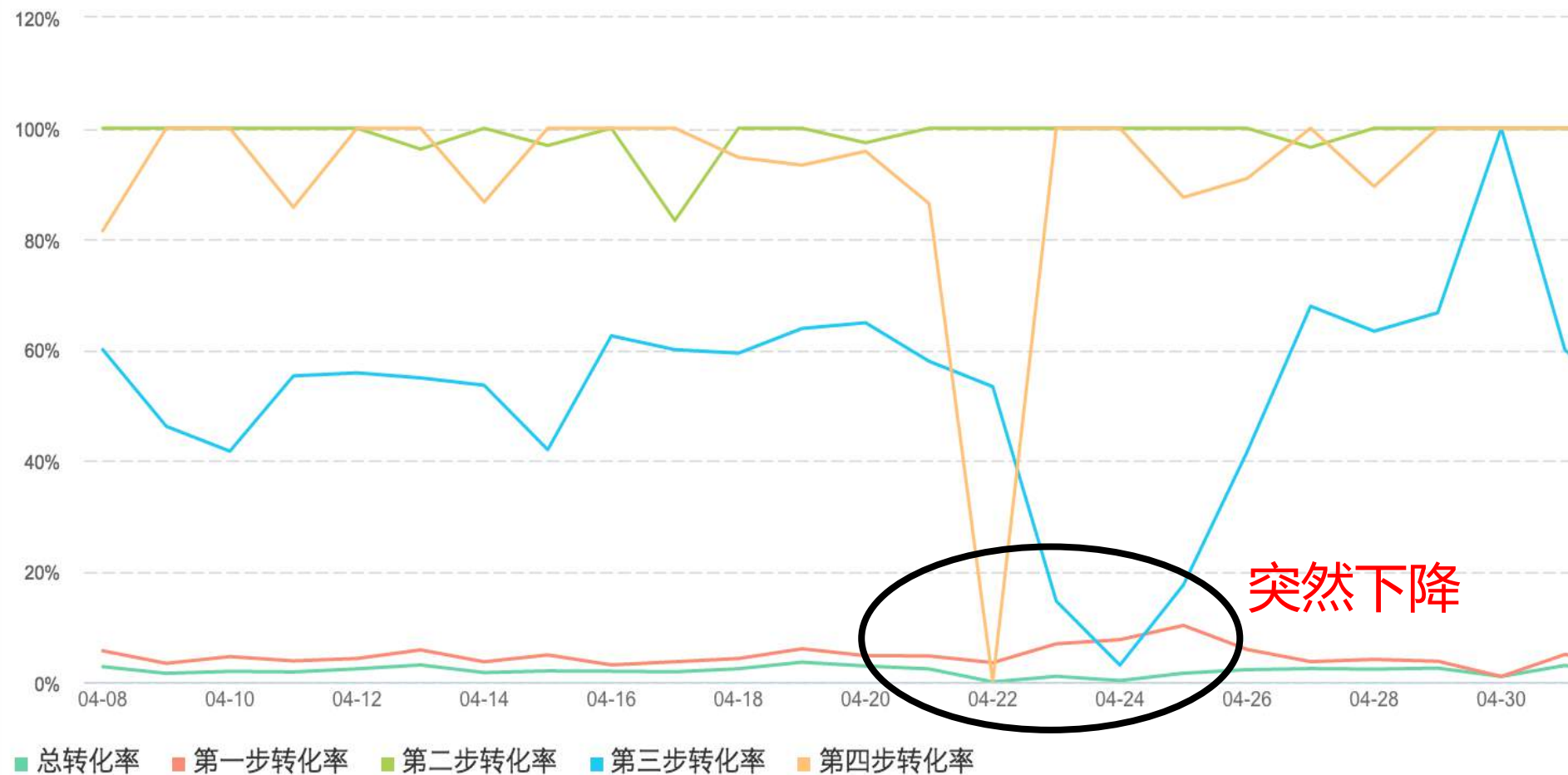
衡量优化效果

结果：注册转化率在重新设计之后提高了超过**50%**



持续监控

针对注册流程做渠道和产品优化，还不够；产品的其他变动都可能会影响到注册流程。



持续监控

针对注册失败的人群建立用户分群

分群名称:

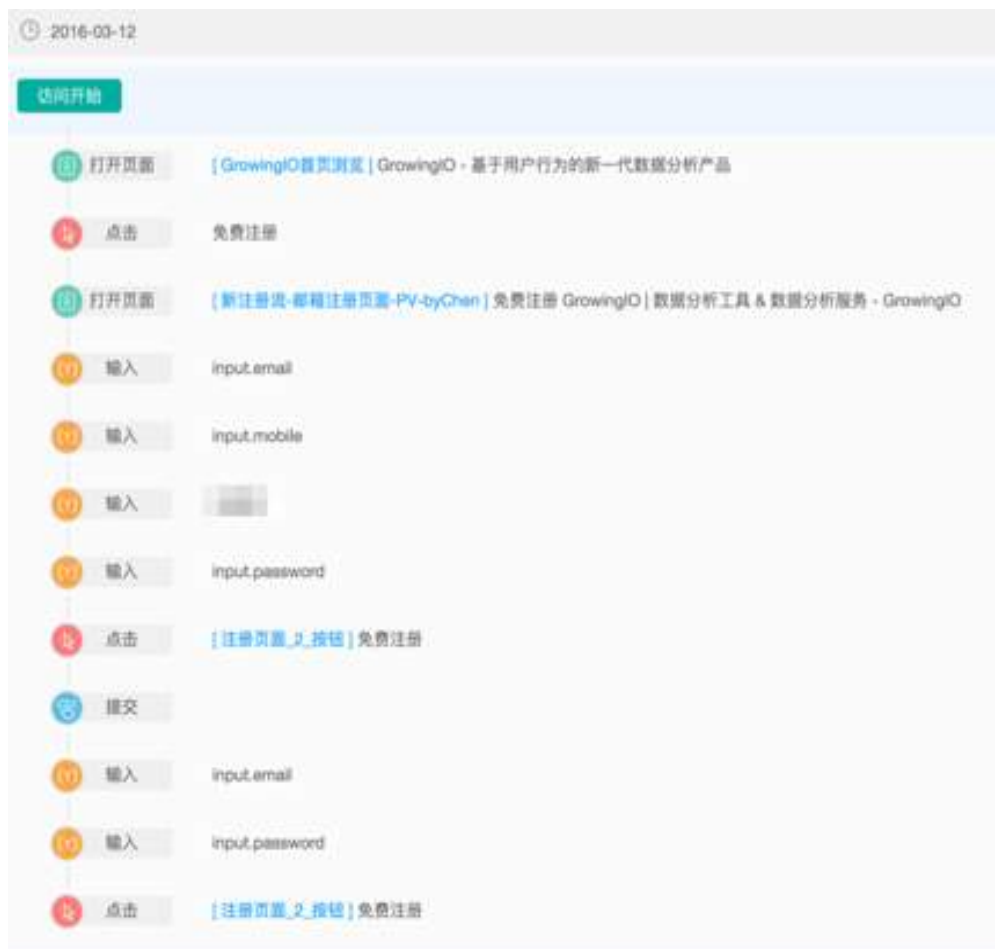
备注:

用户类型: 所有用户 新用户

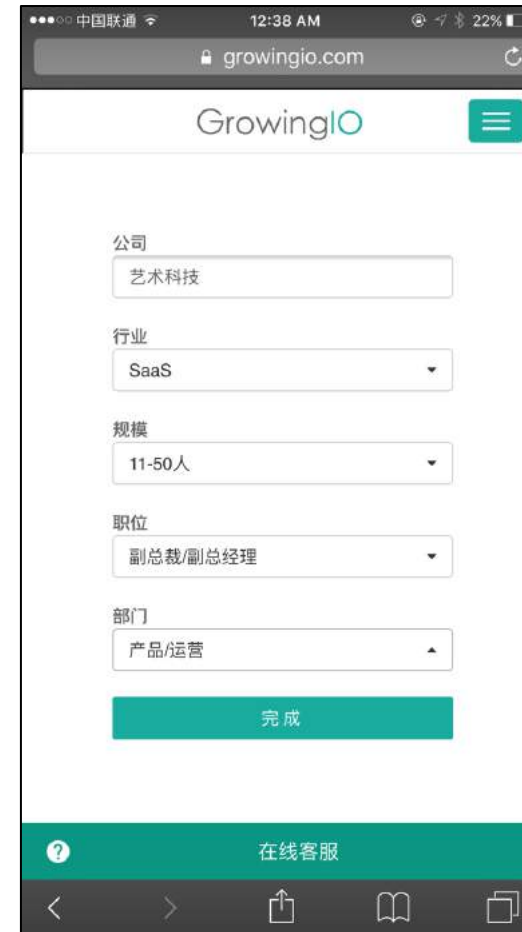
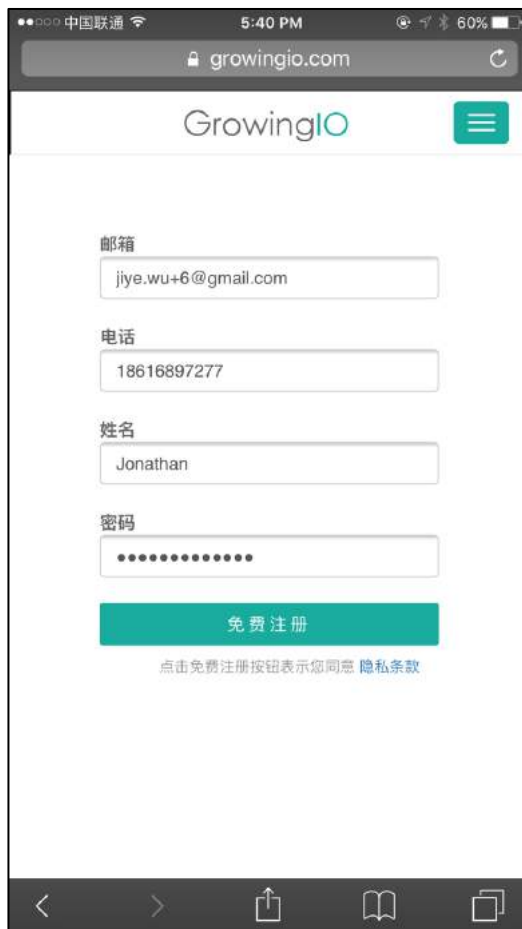
指标:

持续监控

用户行为轨迹细查：用户分群用户在输入个人信息后，进入了登录页面，应该是进入完善信息页面。发现了产品在注册过程中的不合理的地方

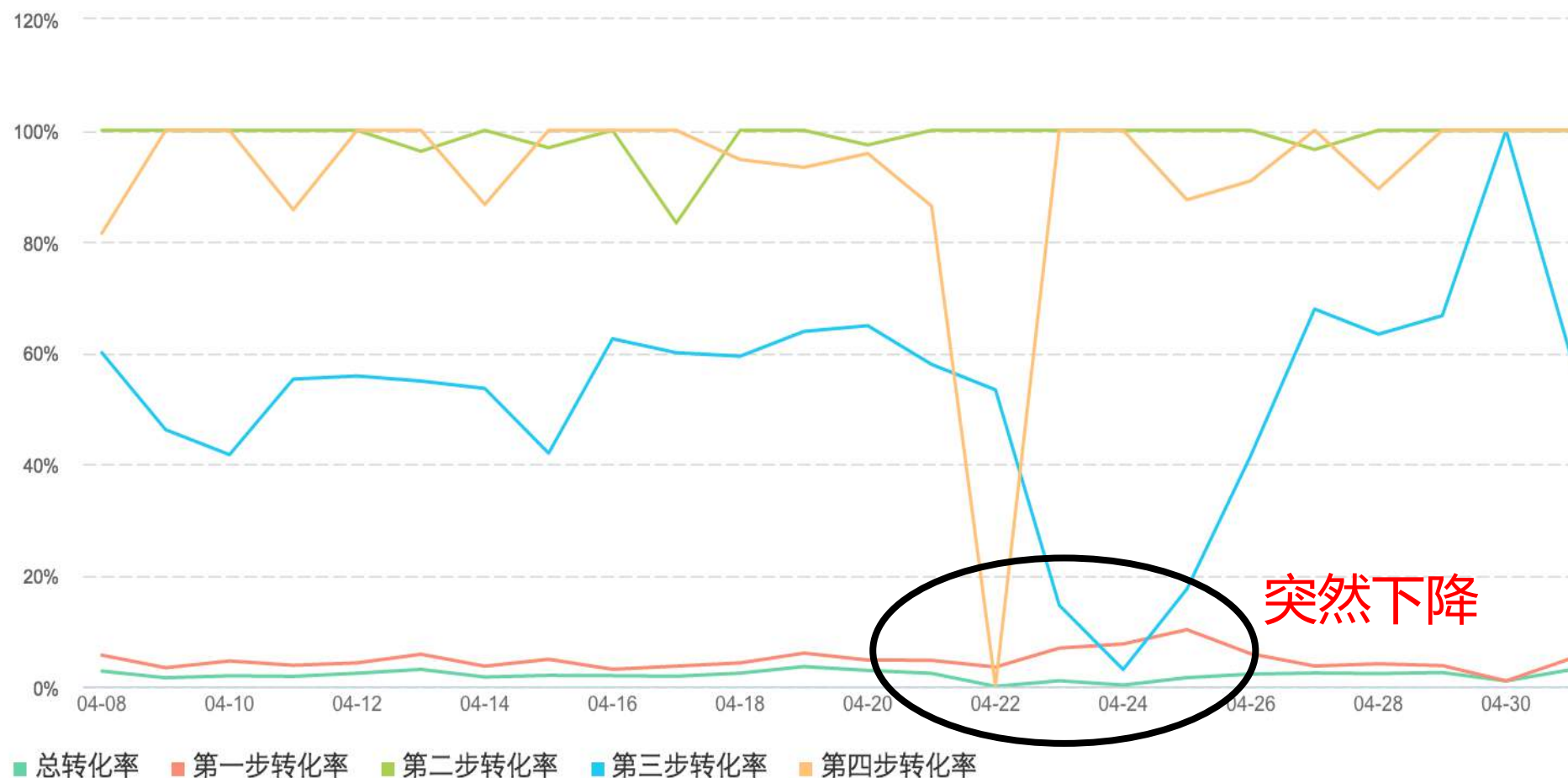


持续监控



持续监控

针对注册流程做渠道和产品优化，还不够；产品的其他变动都可能会影响到注册流程。



总结



原则：

- 快速迭代
- 快速衡量
- 持续衡量

GrowingIO 正在招聘产品经理，欢迎加入！



扫码关注，用数据驱动增长