

用数据分析做运营增长

— 你需要做好这 4 个方面

运营做什么？



流量运营



用户运营



产品运营



内容运营



流量运营

1. 流量概览：通过多维指标判断基本的流量情况

量级指标

web: 访问量、pv、uv

App: 启动次数、DAU、NDAU

基本质量指标

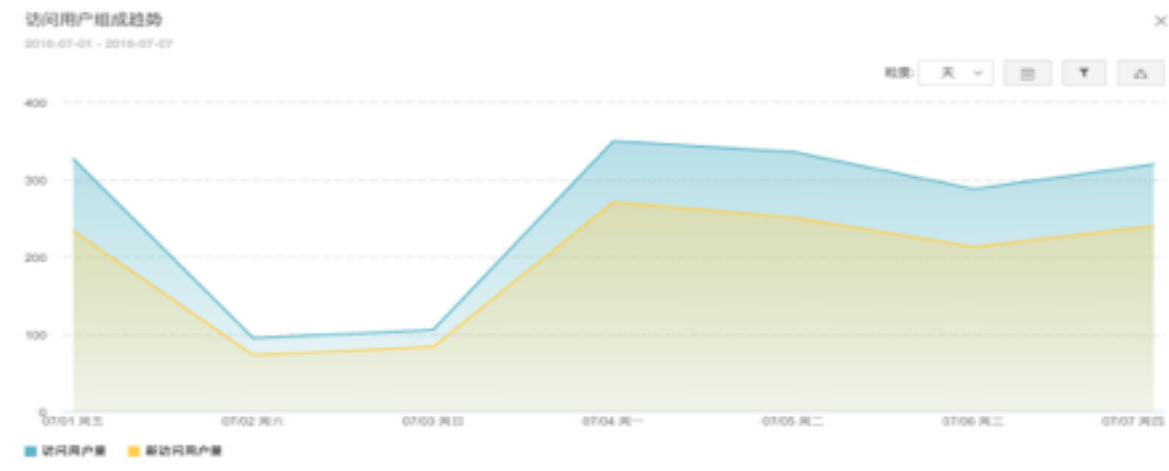
web: 平均访问时长、平均
一次会话浏览页数、跳出率

App: 平均使用时长、人均启动次数

来访用户类型占比

web: 新访问用户 / 访问用户,
新登录用户 / 登录用户;

App: NDAU / DAU



2.1 流量分析：按访问来源分析流量表现



社交媒体：

一级访问来源	访问来源	访问量	访问用户量	新访问用户量	每次会话浏览页数	访问时长(分钟)	跳出率
社交媒体	mp.weixinbridge.com	275	214	180	2.207	3.175	64.73%
社交媒体	link.zhihu.com	178	136	127	2.657	3.082	55.62%
社交媒体	mp.weixin.qq.com	46	27	25	3.087	5.159	43.48%
社交媒体	weibo.com	32	30	29	1.594	2.552	81.25%

搜索引擎：

品牌搜索词、同类业务搜索词、竞争对手搜索词、相关搜索词等等

(竞价成本、发展策略、竞争策略)

2.2 流量分析：从流量入口分析流量表现

落地页分析：

是否大部分流量导入了无效页面或者不重要页面？

搜索词和落地页之间匹配关系？

页面	域名	搜索词	访问量	跳出率
/posts/20160628-product-launch-and-financing	blog.growingio.com	growing io	5	0.00%
/posts/mai-dian-ji-shu-yi-si	blog.growingio.com	埋点	4	75.00%
/posts/hu-lian-wang-chuang-ye-gong-si-yong-hu-zeng-zhang-shi-zhan-mi-ji	blog.growingio.com	growingio	4	75.00%

2.3 流量分析：分析广告流量表现

根据广告投放渠道和广告内容等进行流量质量基本比较，进一步优化广告词、广告内容等

同广告来源 不同广告内容



广告来源	广告内容	访问量	访问用户量	新访问用户量	跳出率	访问时长 (分钟)	每次会话浏览页数
hao123	内容1	733	720	692	62.89%	0.21	1.623
hao123	内容2	332	332	302	66.27%	0.152	1.572

2.4 流量分析（app）：分发渠道和版本

App渠道：

APP应用分发渠道流量大小，渠道活跃用户数（DAU），新活跃用户数
App版本（App版本更迭情况）

外部活动：

渠道包管理

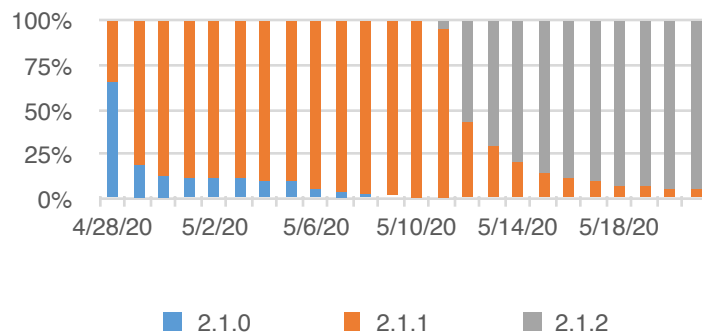
其他相关纬度：

设备类型、操作系统、操作系统版本

App渠道	访问用户量	新访问用户量	访问时长(分钟)
App Store	95437	6297	4.834
vivo	6957	355	2.523
xiaomi	6771	280	2.827
m360	3119	190	2.654

App版本	访问用户量
2.1.3	4196
2.1.2	700
2.1.1	779
2.1.0	40

app版本使用更迭情况



3. 流量 - 激活及转化分析

流量进入后，需要进一步激活，需要监控激活转化情况

定义流量激活转化步骤

查看渠道的整体转化对比

查看不同渠道在每步转化上的差异

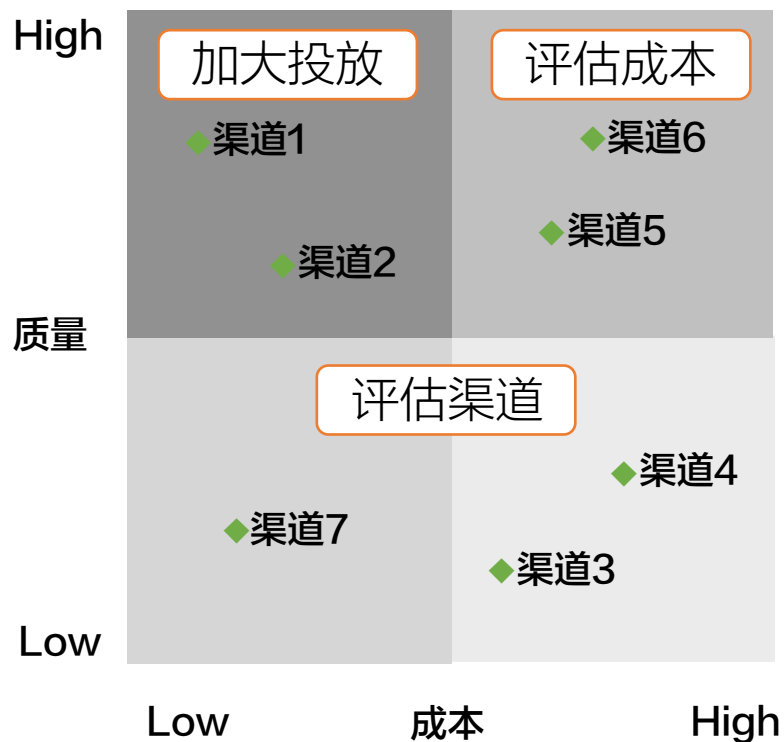


4. 综合流量大小、激活、转化等进行渠道的优化配置

优化搜索词和着陆页 (SEM)

优化广告投放策略

根据成本、流量、转化等综合情况, 调整好渠道、差渠道&好投放、差投放, 优化渠道组合配置





用户运营

1. 用户留存分析

用户回访产品的比例

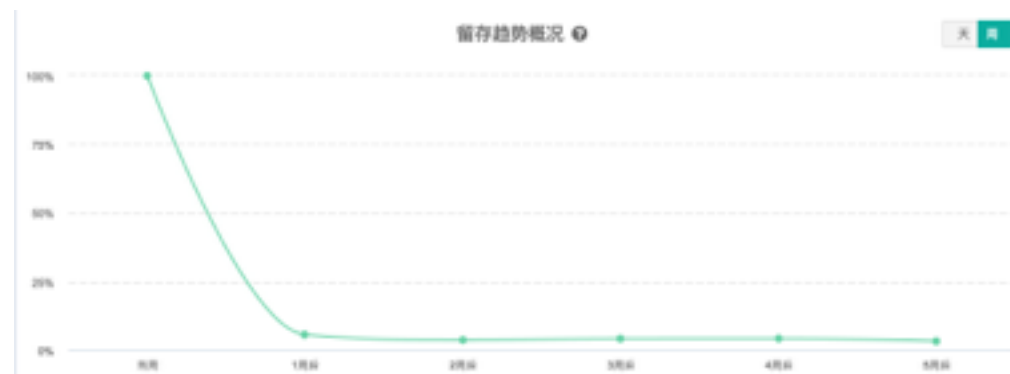
Cohort Analysis – 组群分析法

主要分析纬度：

时间纬度，行为纬度等

留存趋势细节

时间	用户数	当期	1周后	2周后	3周后	4周后	5周后
概况	10.8k	100%	5.7%	3.8%	4.2%	4.3%	3.3%
5-23	166	100%	21.1%	8.4%	11.4%	7.2%	9.0%
5-30	1.21k	100%	6.8%	4.8%	5.0%	4.5%	2.6%
6-6	856	100%	8.6%	5.6%	6.0%	3.5%	
6-13	2.06k	100%	5.6%	4.0%	2.5%		
6-20	2.78k	100%	5.4%	2.3%			
6-27	3.74k	100%	4.2%				



注：留存时间及周期，和产品体验完整周期有关，不同的业务和产品，一般有不同时间组群的划分；比如说高频类产品，那么日留存会更好的反映用户和产品的关系。

2. 用户行为精细化运营

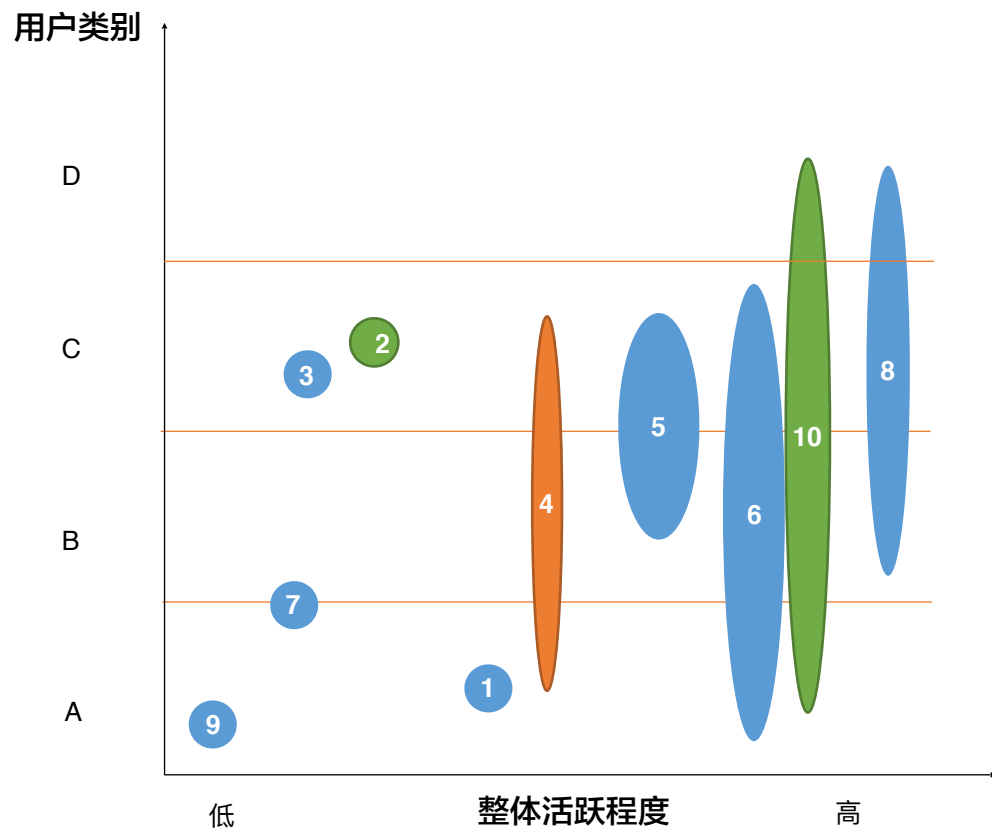
用户在产品上的交互行为有很多类别；可以通过行为组成用户行为类别的指数，从而进一步对用户进行分类，根据不同群体特征，进行精细化运营，促进用户的回访。

例如：社区类、论坛类产品

用户基本行为可分为几类：查看、分享、发帖等

- A: 浏览类
- B: 评论类
- C: 传播类
- D: 内容生产

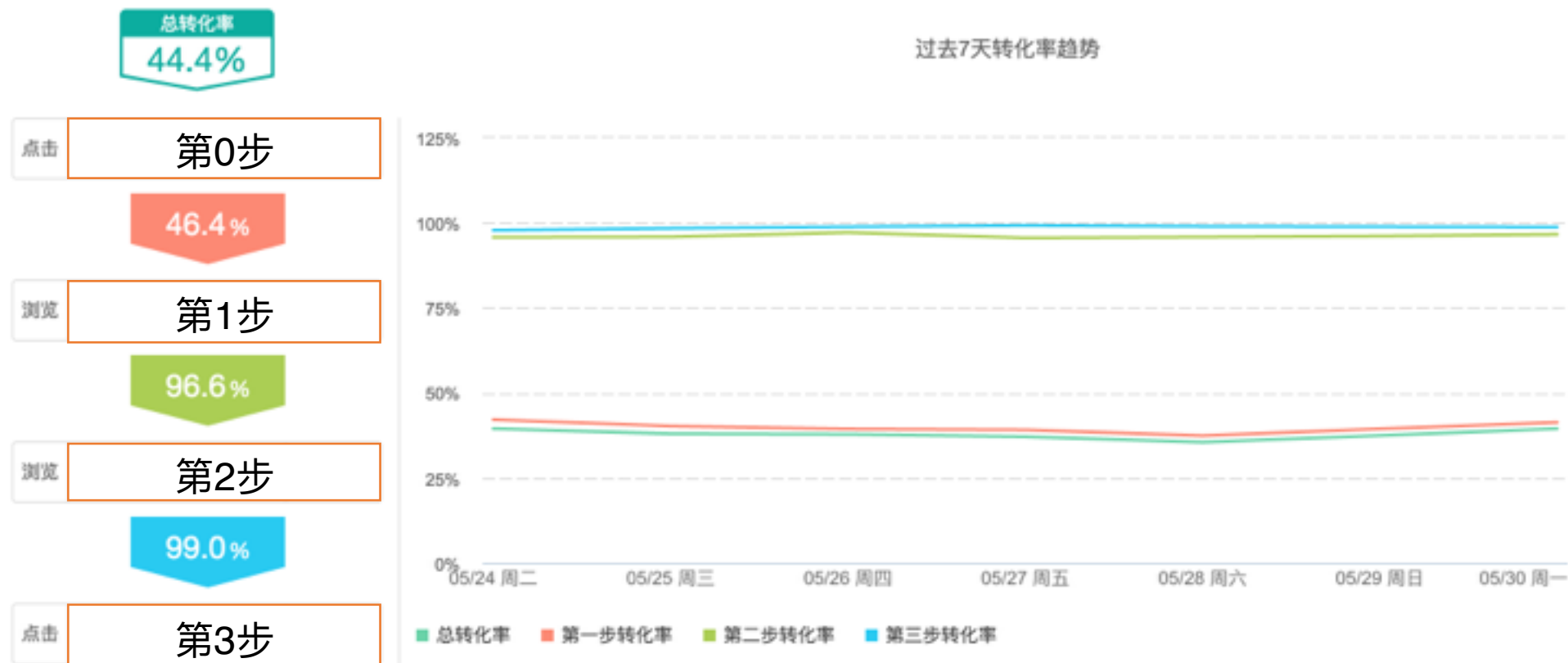
user	看帖类行为指数	回复类行为指数	传播类行为指数	内容生产类行为指数	核心行为活跃指数
1	9	3	28	16	56
2	5	7	26	2	40
3	8	10	16	11	45
4	4	12	29	16	61
5	7	24	25	18	74
6	30	20	25	1	76
7	18	17	6	2	43
8	17	27	13	29	86
9	13	6	2	3	24
10	20	26	12	20	78





产品运营

1. 监控产品核心转化路径，监控产品各步转化指标



2. 产品体验:

当某个指标波动异常时，是否说明产品中出现了“怒点”？

定义功能点使用指标，监控异常情况；

从异常情况表现入手，建立用户分群；根据分群深入查看用户的交互行为，从细节中找到产品问题



3. 新功能使用情况

例：某新功能第一天使用过的人，之后持续使用的比例很低，说明此功能并没有解决用户的核心需求。



4. 新功能对核心转化流程的影响

例：新增新手引导，对看过新手引导和整体进行对比



5. 产品内活动

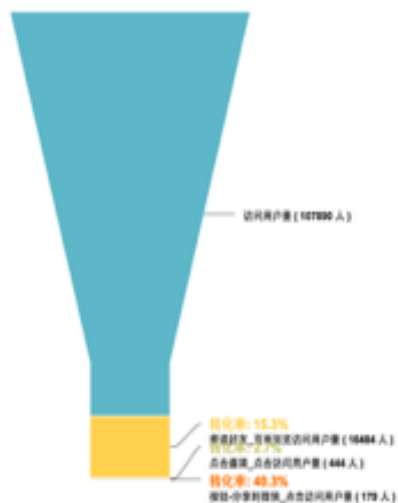
站内活动页面

(h5 / banner 等等，形式一般有：优惠活动、评比活动、配合品牌宣传进行的活动等)

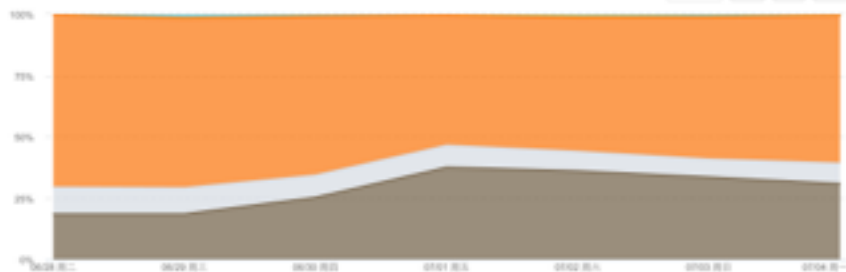
活动参与

活动 - 转化

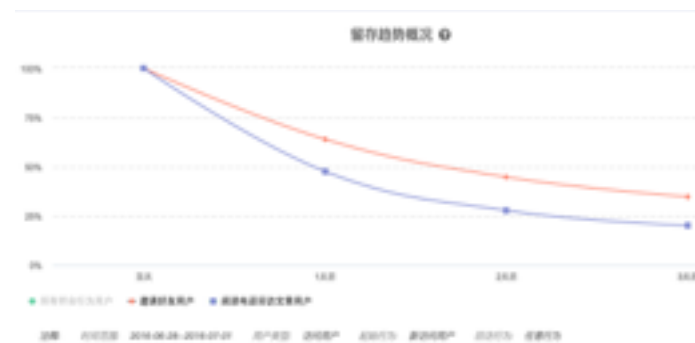
活动 - 留存



活动转化情况



不同活动的点击率



不同活动的留存



内容运营

1. 内容运营：不仅仅是发帖，编辑文字

内容运营的定位是什么？

产品的主形态？

产品的辅助功能？

采用什么样的内容运营的形式？

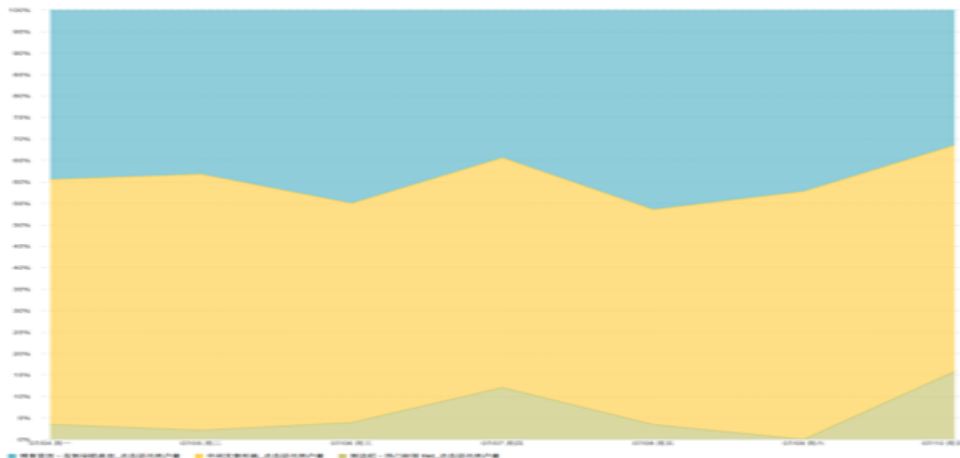
UGC(用户生产内容)、PGC (专业生产内容)

内容较多的时候，怎么帮助用户降低获取信息的成本？

用户对什么内容感兴趣？

内容运营的结果，是否达成了目标？

2. 内容版块



分类目录
首页
新闻报道
案例分享
活动内容
通知公告
增长秘笈

页面	论坛模块_页面浏览量	论坛模块_页面浏览访问用户量
/categories/cases	109	58
/categories/growth	75	29
/categories/news	45	18
/categories/events	29	21
/categories/updates	21	15

3.1 内容推荐 – 内容

根据文章的目的，以及浏览、点击、转化等进行综合评价

页面	博客文章页面_页面浏览量	博客文章页面_页面浏览访问用户量	内容下载率	注册-点击率
/posts/growingio-open-films-download	662	348	0.544	0.004
/posts/20160626-product-launch-and-financing	430	360	0	0.011
/posts/hu-lian-wang-chuang-ye-gong-si-yong-hu-zeng-zhang-shi-zhan-mi-ji	335	214	0.304	0.078
/posts/simon-share-growth	175	135	0	0
/posts/webinar-11-pm-data-analyse-promote-conversion	119	80	0.345	0.015
/posts/xiaoqiang-get-users'-angry-point-by-data	79	60	0	0
/posts/gong-kai-ke-1-ru-he-ti-sheng-zhu-ce-zhuan-hua-iv	65	47	0.308	0.028
/posts/mai-dian-ji-shu-yi-si	63	42	0.032	0
/posts/growingio-customer-behavior-data-abalyse	57	45	0.035	0.024
/posts/gong-kai-ke-10-chuang-ye-gong-si-ru-he-yong-she-qun-yun-ying-yin-bao-yong-hu-zeng-zhang	54	37	0.463	0

3.2 内容推荐 – 用户

基于用户的目的以及喜欢的内容，推荐同类内容、相关非同类内容

user	案例分享	活动内容	通知公告	新闻	增长秘笈
1	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
2	0.00%	0.00%	0.00%	0.23%	0.00%
3	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
4	3.48%	1.74%	1.27%	2.01%	2.32%
5	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
6	4.56%	1.20%	1.08%	1.80%	2.52%
7	5.78%	1.69%	1.02%	1.45%	2.05%
8	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	11.11%
9	5.76%	3.20%	1.71%	1.92%	4.69%
10	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
11	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
12	8.11%	0.00%	0.00%	2.70%	2.70%

公司介绍

GrowingIO来自硅谷的新一代数据分析产品

无需埋点即可采集全量、实时用户行为数据，数据分析更精细，帮助产品经理、市场运营、数据分析师、增长黑客等，提升转化率、优化网站/APP，实现用户快速增长和变现。

核心功能



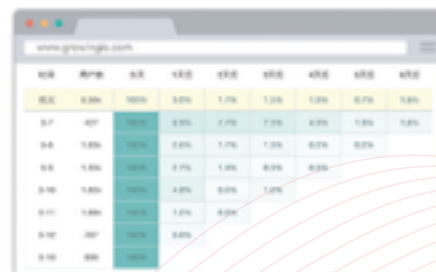
无埋点数据采集

无埋点数据采集，解放产品运营



自定义分析

多维灵活分析，真正提高转化



用户留存

提升留存，增长更有意义



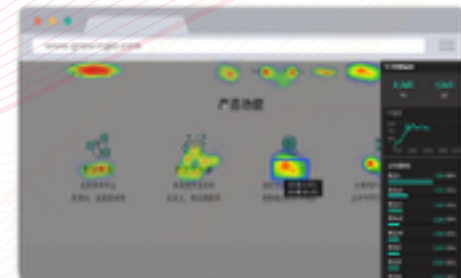
漏斗分析

精准定位转化，有效降低用户流失



分群和细查

想优化产品，只有行为能给你真相



热力图

用户行为更直观，分析有的放矢

谢谢 Q&A