



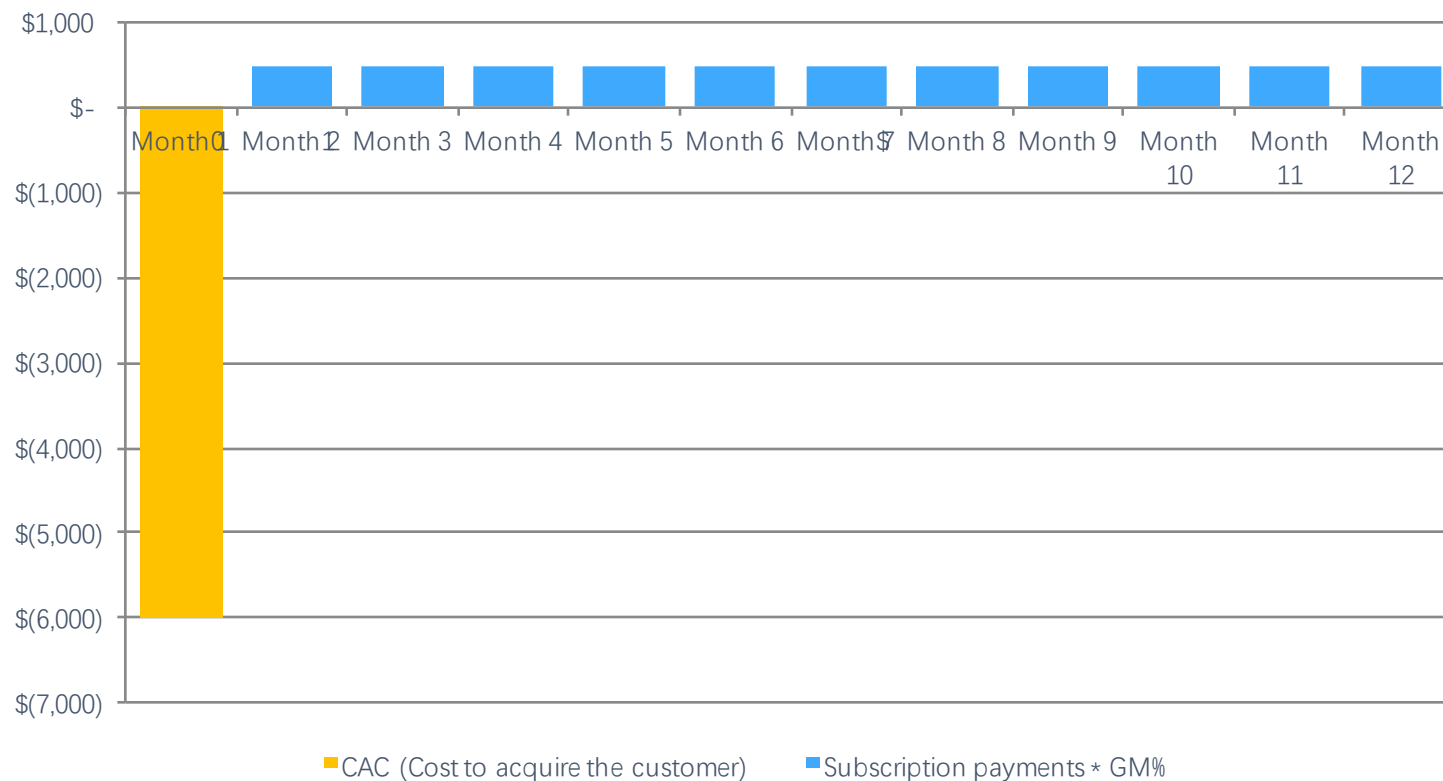
企业服务行业数据驱动 四个关键体系

◆ GrowingIO 揭发 2016 年 9 月

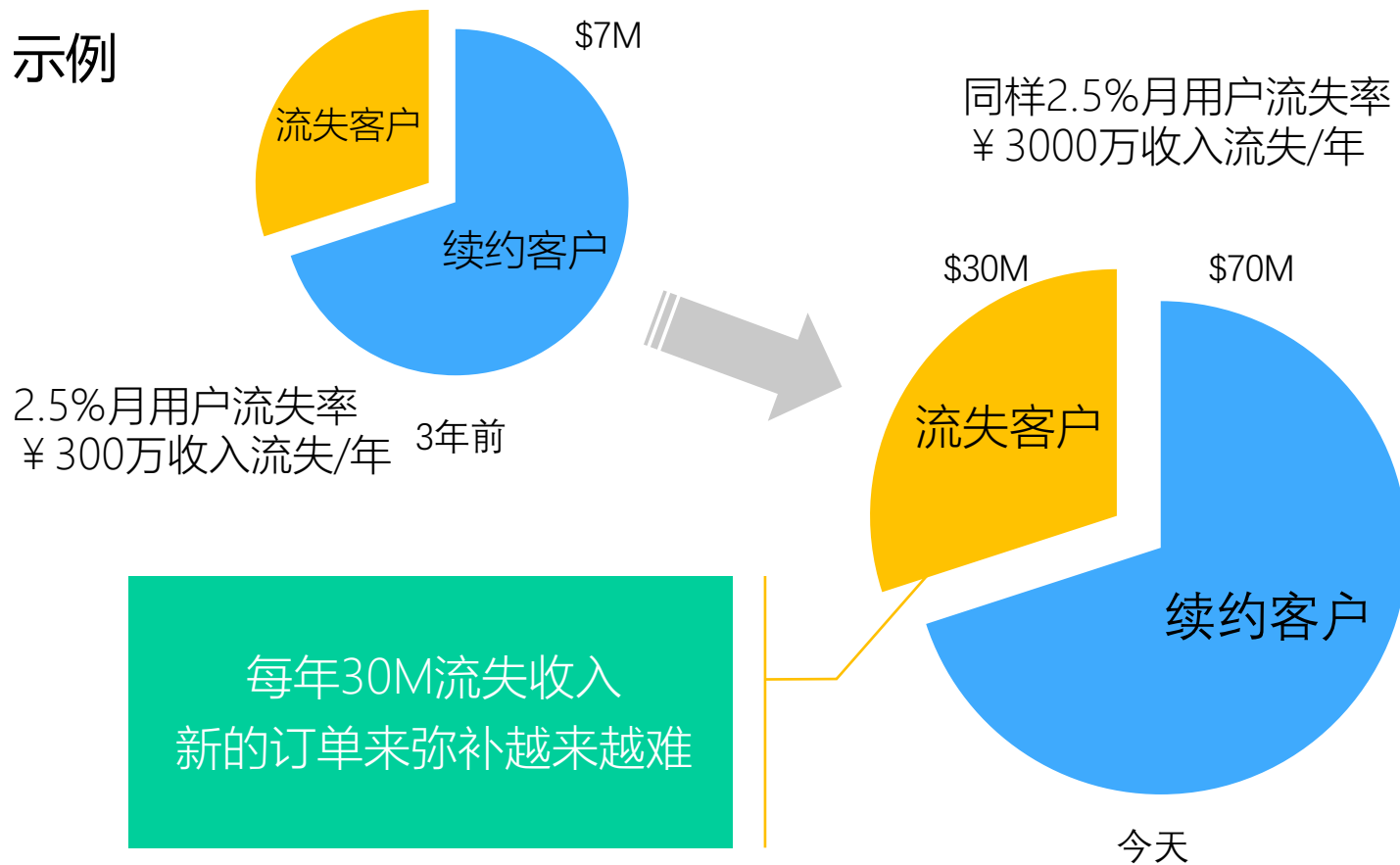
GrowingIO

为什么 SAAS如此独特

典型场景下，一个客户的现金流



续约是重中之重



企业服务数据驱动的重要性

- 获客成本相对较高
- ARPA(Average Revue Per Account)值高
- 产品迭代快，需要数据驱动
- 续约和留存是业务基石 ($LTV > 3CAC$)

企业服务业务关注的4个问题



有效的实现用户获取



及时实现用户上手和激活



产品路径优化和迭代



数据驱动客户成功



有效的实现用户获取

用户获取

- 建立精细化的渠道追踪体系
- 可衡量每一个内容，每一次活动的转化
- 关注注册转化效率，优化路径

UTM追踪：建立完善的渠道追踪体系

SEM/内容营销/DSP/社会化营销

名称	维度	例子	含义
广告来源	utm_source	utm_source=weixin	投放在微信渠道
广告媒介	utm_medium	utm_medium=article	广告类型是公众号文章
广告名称	utm_campaign	utm_campaign=weixin1	微信中当日推广的第一篇文章
广告内容	utm_content	utm_content=如何提升用户留存	广告内容：如何提升用户留存
广告关键字	utm_term	utm_term=retention	广告关键字：retention

UTM追踪：追踪线上线下的市场营销内容

第一步：熟知不同渠道引流的流量质量

访问来源	一级访问来源	访问用户量	新访问用户量	跳出率	访问时长 (分钟)	页面深度
直接访问	直接访问			38.79%		15.063
	搜索引擎			31.19%		17.804
	外部链接			22.07%		23.712
	社交媒体			52.01%		4.378
	搜索引擎			37.56%		12.987
	外部链接			34.94%		10.409
	社交媒体			57.77%		2.434
	搜索引擎			53.67%		3.405
	搜索引擎			36.57%		11.321
	搜索引擎			31.75%		9.143

UTM追踪：追踪线上线下的市场营销内容

第二步：区分不同投放体系，精细化追踪

内容运营 -- 内容渠道->注册成功
2016-04-01 - 2016-04-30
广告内容 != N/A

广告来源	广告内容	GrowingIO_首页_页面浏览量	注册页面第一步_页面浏览量	注册页面第二步_页面浏览量	注册全部填写完页面_页面浏览量
zhihu	4月11日airbnb				
huxiu	一个优秀的产品经理是怎样炼成的				
webex	4月6日精准提高转化率				
weixin	4月26日GMIC				
huxiu	4月11日三大要素精准提升转化率				
pmcaff	4月26日叶珂珂分享				
huxiu	3月31日如何提升用户留存				
linkedin	4月19日Simon分享提升注册转化率				
weixin	4月18日注册率				
weixin	4月1日漏斗介绍				
pmcaff	3月30日如何提升用户留存				
weixin	4月5日SaaS客户成功				
weixin	4月6日数据产品经理				
pmcaff	4月14日增长黑客的秘密				
linkedin	airbnb-data-scientist				
weixin	4月20日产品经理				

UTM追踪：SEM精细化效果追踪

一级访问来源 = 搜索引擎

显示条数: 50

访问来源	一级访问...	搜索词	访问用...	新访问用...	跳...	访问时长 (...)	页面...
	搜索引擎				31.29%		16.643
	搜索引擎				37.31%		13.16
	搜索引擎				36.25%		11.345
	搜索引擎				27.59%		42.101
	搜索引擎				54.55%		3.44
	搜索引擎				26.40%		9.558
	搜索引擎				34.84%		16.854
	搜索引擎				38.52%		17.492
	搜索引擎				43.08%		3.593
	搜索引擎				27.03%		15.941

优化落地到注册的转化路径





及时实现用户上手和激活



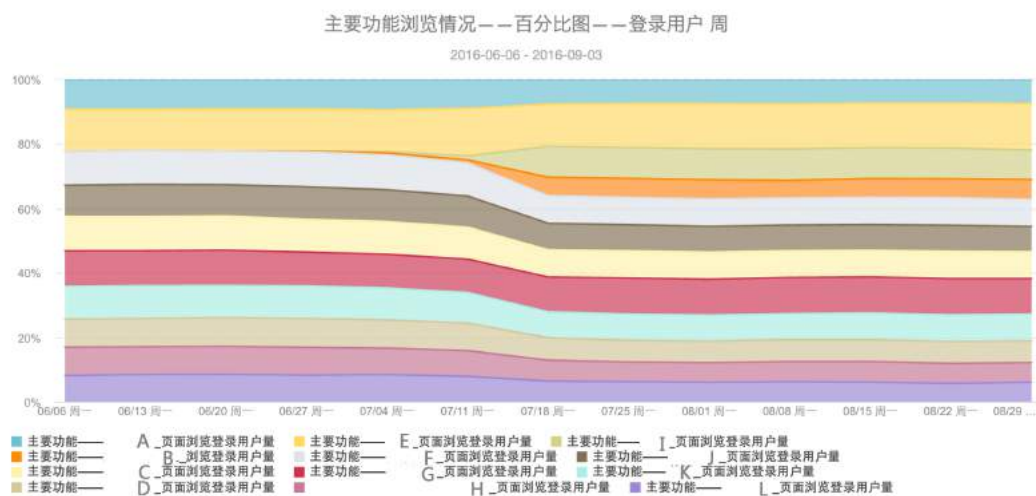
产品路径优化和迭代

用户激活(Onboarding)及产品分析及优化

- 了解用户在如何使用产品
- 找到新用户留存的关键功能
- 产品模块的留存对比分析
- 用户使用产品路径的转化及优化

了解用户在如何使用产品

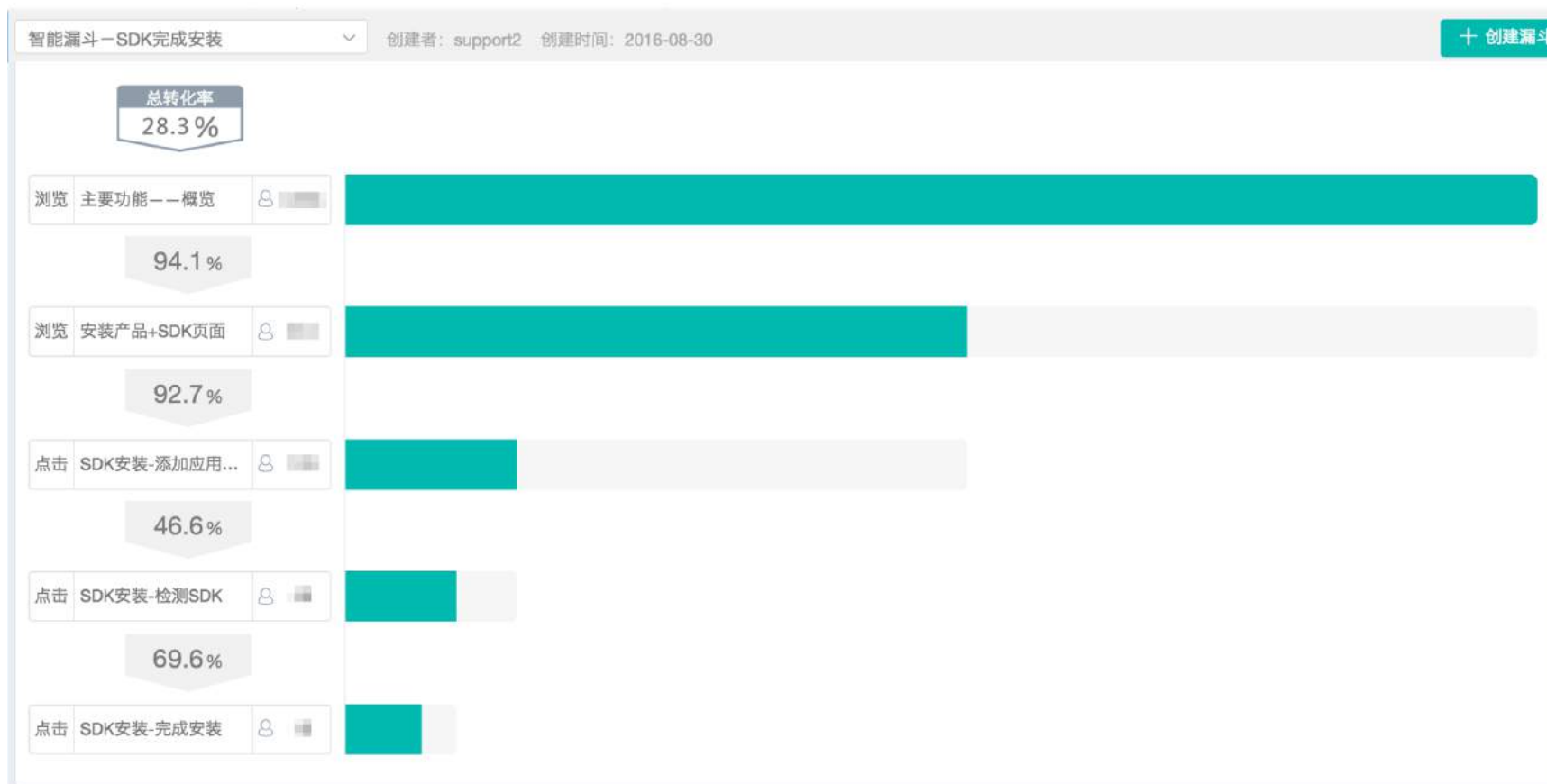
用户功能使用占比



用户总体转化路径分布



关键路径的使用转化率



从分群到细查，直达问题核心

注册用户ID	最近30天访问次数	最近访问地点	最近一次访问
1053648	617	中国 广州	2016-07-17
1058077	456	中国 深圳	2016-07-17
1048246	380	中国 襄阳	2016-07-17
1050637	360	中国 襄阳	2016-07-17
1064079	197	中国 南昌	2016-07-17
10631	190	中国	2016-07-17
1064561	156	中国 深圳	2016-07-17
1031926	133	中国 北京	2016-07-14
1029647	132	中国 深圳	2016-07-17

用户分群

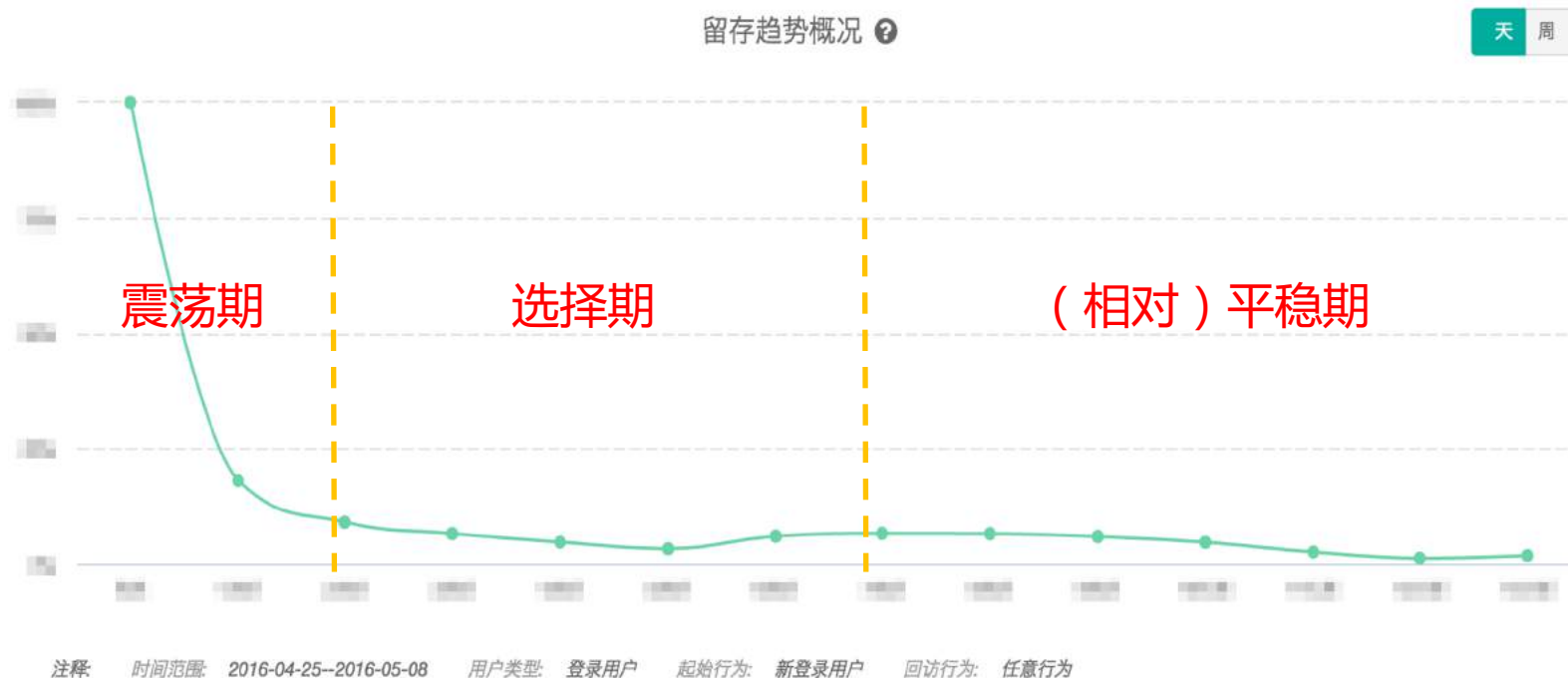


2016-07-17		
打开页面	[blurred]	10:02
点击	[blurred]	10:02
打开页面	[blurred]	10:02
打开页面	[blurred]	10:02
点击	[blurred]	10:02

用户细查

关注产品对留存的影响

留存曲线的三个周期：震荡期、选择期、平稳期



找到新用户留存的关键功能

用户留存 产品功能留存 自定义留存 留存魔法师 如何进行留存分析?

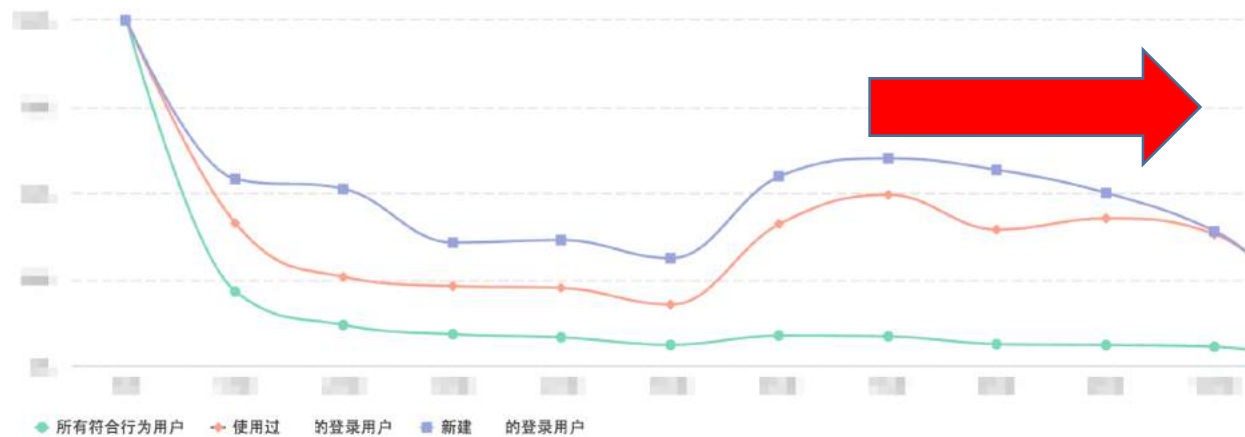
用户ID类型: 新登录用户 起始行为: 任意行为 回访行为: 任意行为

维度对比 分群对比 用户分群: 使用过 新建 的登...

留存趋势概况

过去14天

日留存 周留存 月留存



GrowingIO

+ 新建

用户留存 产品功能留存 自定义留存 留存魔法师 如何进行留存分析?

用户ID类型: 新访问用户

行为对比 维度对比 分群对比 请选择行为: +

留存趋势概况 过去14天

● 所有符合行为用户

产品模块使用留存差异



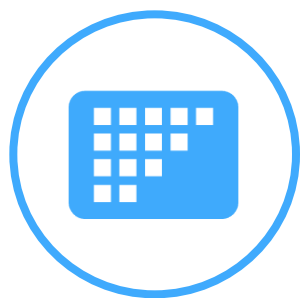
留存魔法师

用户留存 产品功能留存 自定义留存 留存魔法师 [如何进行留存分析?](#)

用户ID类型 新访问用户 过去30天 起始行为 任意行为 预测目标 次周留存

魔法数字 [?](#)

搜索	1天内	2天内	3天内	4天内	5天内	6天内	7天内
创建单图	>=2 1.0000	>=2 1.0000	>=2 1.0000	>=2 1.0000	>=2 1.0000	>=2 1.0000	>=3 1.0000
创建漏斗	>=1 0.5842	>=8 0.5846	>=2 0.7077	>=2 0.8177	>=2 0.8177	>=8 0.8179	>=8 0.9187
新建看板	>=1 0.5842	>=1 0.7077	>=1 0.8177	>=1 0.9186	>=1 0.9186	>=1 0.9186	>=8 0.9187
查看概览	>=2 0.5101	>=9 0.5862	>=9 0.7080	>=9 0.7080	>=9 0.8179	>=9 0.8179	>=9 0.9187
浏览看板	>=1 0.2527	>=1 0.3991	>=1 0.3991	>=1 0.5329	>=1 0.6467	>=1 0.7260	>=1 0.8197
关注	>=1 0.4334	>=1 0.4334	>=1 0.4334	>=1 0.6177	>=1 0.6177	>=1 0.6177	>=1 0.7624
建立分群	>=1 0.6954	>=1 0.6954	>=1 0.6954	>=1 0.6954	>=1 0.6954	>=1 0.6954	>=1 0.6954



数据驱动客户成功



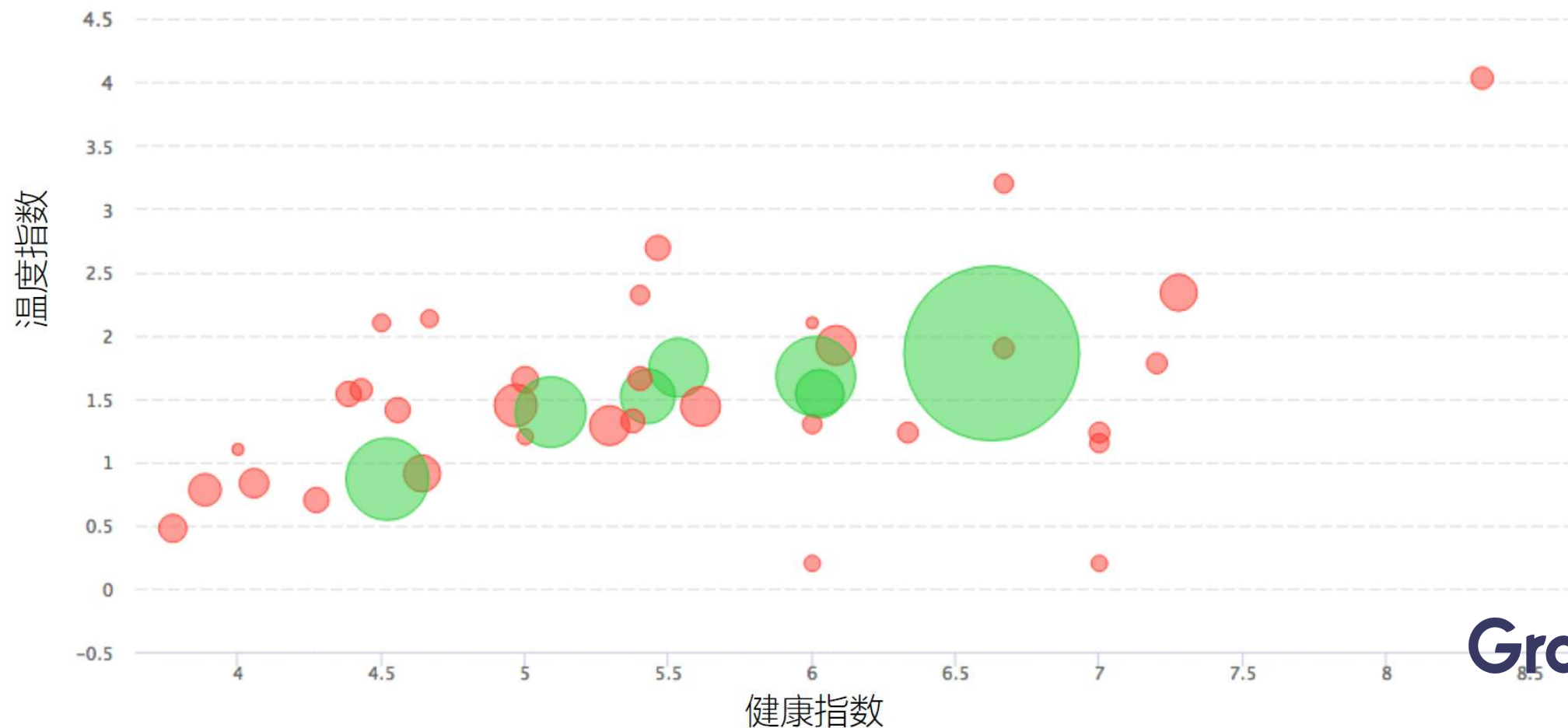
客户成功数据驱动

- 客户成功驱动的逻辑
- 数据驱动体系的建立
- 如果使用客户成功看板

客户成功思路

明确客户健康状况的分布，采取差异化措施提高客户留存

客户分群

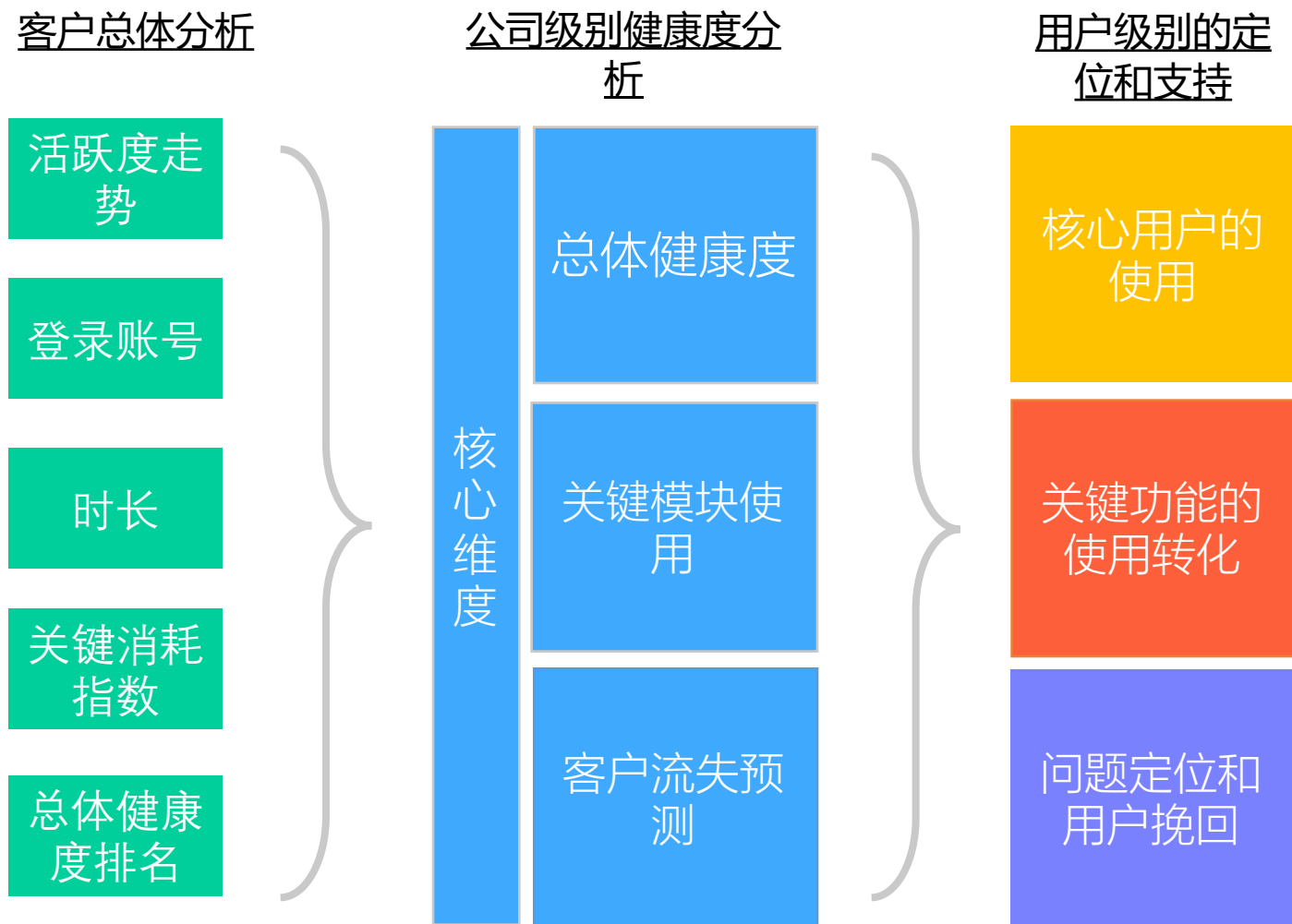


针对不同区隔的客户应用不同的策略

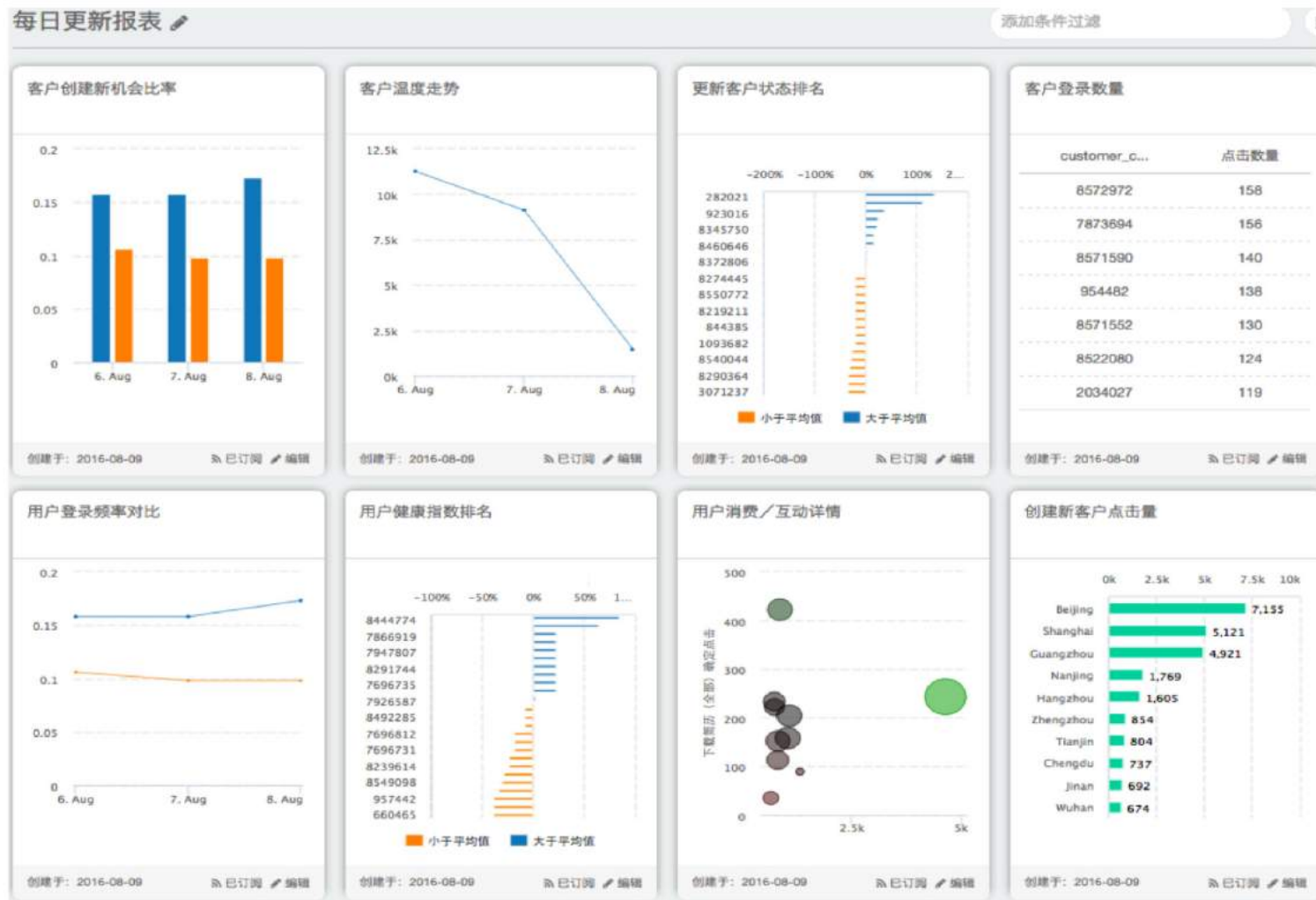
客户分群



客户成功体系分析层次



客户总体活跃度分析



公司各个模块使用活跃度详情

GIO产品不同模块活跃度

2016-07-23 - 2016-07-29

显示条数:

100

organization_name	是...	p...	GrowingIO产品...	分析模块...	监控模块...	可视化模块...	准备模块...	访问时长...
	是			365	431	134	52	
	是			489	213	67	37	
	是			84	537	11	19	
	是			110	332	80	87	
	是			115	344	66	56	
	是			489	83	0	6	
	是			123	251	86	59	
	是			138	251	60	68	
	是			352	80	16	33	
	是			225	105	34	22	
	是			83	215	19	5	
	是			64	168	24	65	
	是			162	109	14	20	

Key User活跃度监控

客户公司用户使用GIO不同模块活跃度 [?](#)

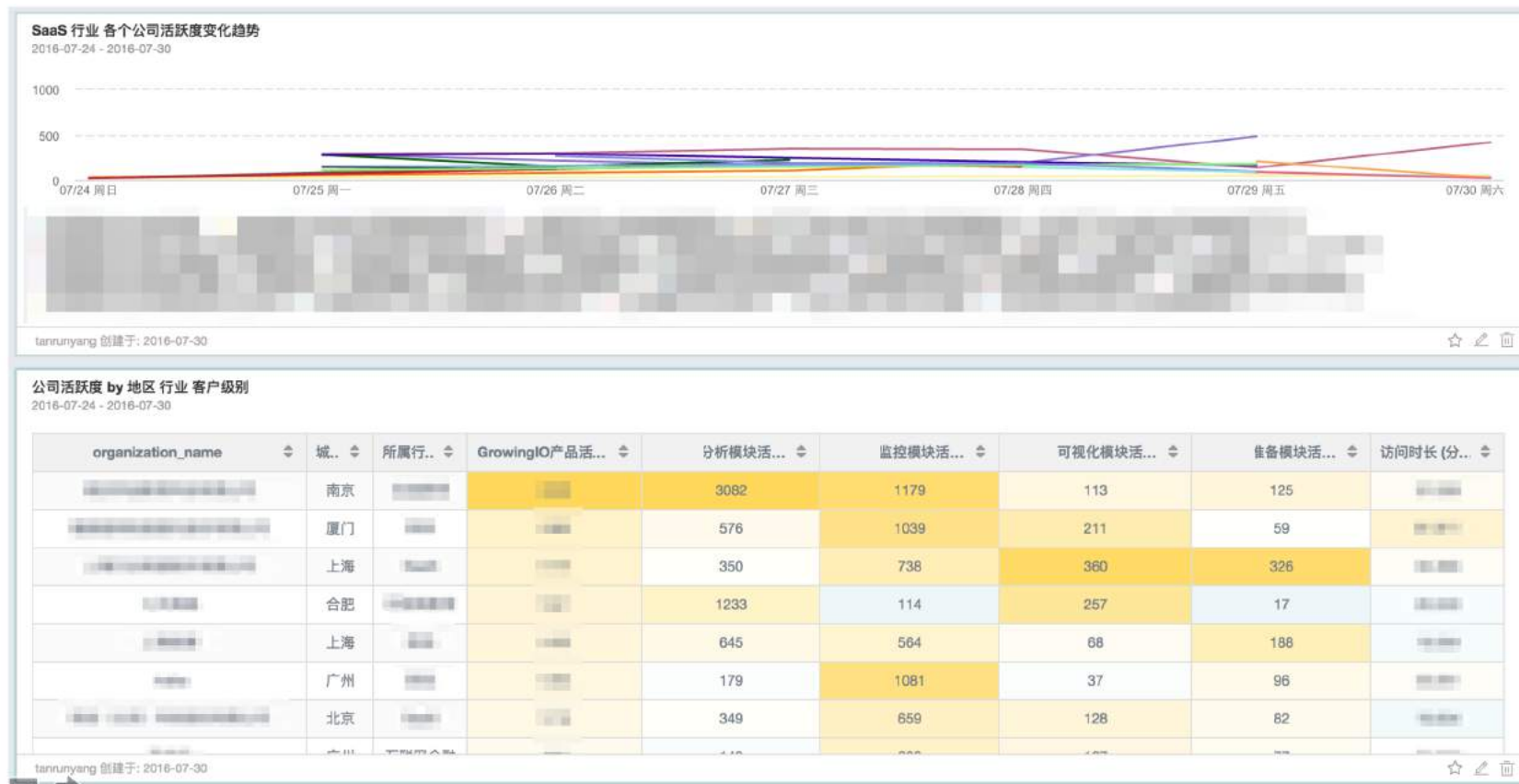
2016-07-23 - 2016-07-29

显示条数: 100



organization_n...	user_name	是否...	sa...	GrowingIO产品活...	分析模块活..	监控模块活..	可视化模块活..	准备模块活...
GrowingIO					1074	1281	238	274
GrowingIO					599	385	164	98
GrowingIO					319	230	84	100
GrowingIO					262	278	60	128
GrowingIO					189	315	44	128
GrowingIO					63	285	141	31

GrowingIO 客户成功看板



GrowingIO 客户成功看板



及时介入即将流失客户，提高客户留存



总结：企业服务关注的4个问题

- 有效的实现用户获取：降低获客成本
- 及时实现用户上手和激活：通过产品本身尽可能实现客户激活
- 产品功能迭代和转化优化：通过产品提高客户留存
- 客户续约及留存：流失预测，有效的实现客户管理和介入

GrowingIO 数据·增长沙龙 —— 硅谷 SaaS 公司驱动增长的数据秘密

揭发——《企业服务数据驱动四个关键体系》

GrowingIO 业务负责人，曾任职 Cisco, Criteo 等公司，具有丰富 SaaS、电商等数据分析和解决方案经验。

张岳——《红圈营销的 SaaS 增长实践》

和创科技高级产品运营经理，9年企业服务与管理咨询经验，曾任职于KPMG Consulting、Dell Service。

徐懿——《客服的智能化实践及用户运营策略》

2013年8月创立智齿科技，负责公司战略及企业管理。对产品体验设计、产品营销推广有丰富的经验。

时间：9月10日周六14:00

地点：中关村微软大厦1号楼1层

报名方式：



GrowingIO



谢谢

如有问题与我联系
jiefa@growingio.com

GrowingIO