

GrowingIO

如何用数据分析的方法，做大一款小程序

主讲人 | 金磊

目录

总览：小程序的运营规则和总体环境

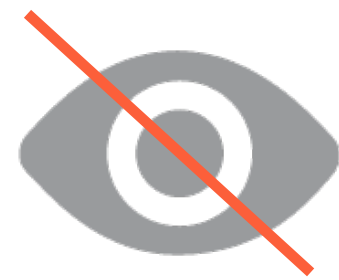
小程序的数据统计方法

小程序数据分析方案和建议

1.1 小程序的特点

只能存活在微信环境，张小龙的定义：**用完即走、触手可及**

营销环境限制：



无关注功能



不能推送消息



不能内嵌网页和外链



不能分享到朋友圈

(无法识别二维码打开)

1.1 小程序的特点

还有哪些主要**获客机会**？



微信外部的**二维码**很重要
(可生成带渠道参数的二维码)



会**停留**到小程序入口页
(小程序使用历史) 甚至显示到聊天顶部



分享推荐：不能分享到朋友圈
可以用绑定公众号或文章推荐

1.2 小程序的机遇挑战

机遇：**门槛低**




微信提供了账号、支付等重要模块，获客通道通畅，业务落地有保障

1.2 小程序的机遇挑战

挑战：**获客难，唤回难**

- 太多人跃跃欲试，有好的**产品创意**，才能脱颖而出
- “用完即走”迫使尽早重视精细化运营：
找准用户、黏住用户

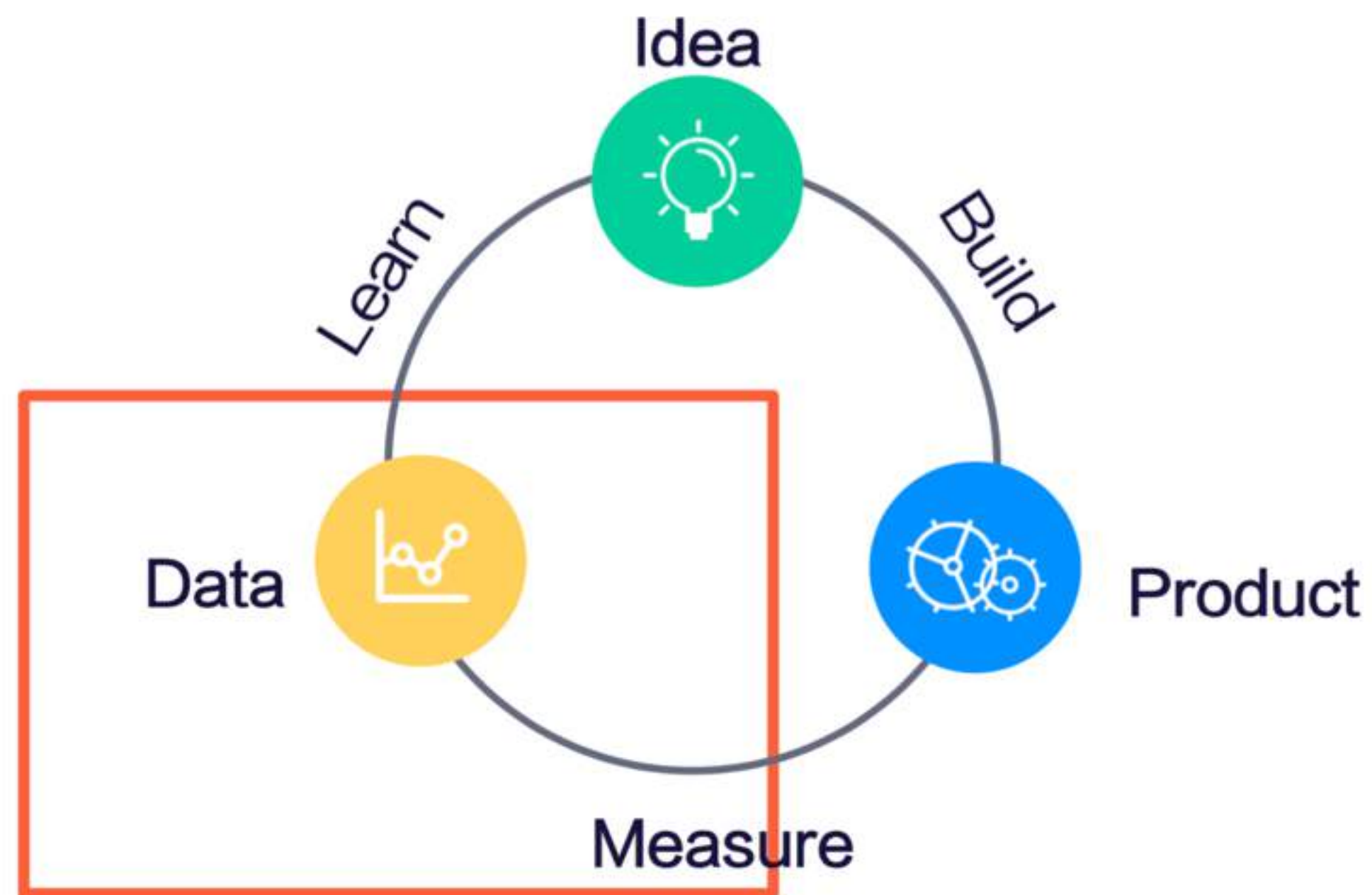


数据来源：博卡 (BOKA) 精选榜
联合首发：创业邦、亿欧、猎云网、砍柴网
独家战略合作伙伴：ZAKER
最近更新：2017-1-9 19:00

排名	分类	小程序名	发布状态
1	富媒体	今日头条	已发布
2	富媒体	王者荣耀赛事	已发布
3	交通/旅游	携程酒店机票火车票	已发布
4	工具	美柚App	已发布
5	商业服务	博卡名片王	已发布
6	交通	摩拜单车	已发布
7	交通	滴滴出行DiDi	已发布
8	交通	去哪儿火车票	已发布
9	富媒体	腾讯视频	已发布
10	富媒体	吴晓波频道会员	已发布
11	旅游	同程旅游	已发布
12	美食	大众点评+	已发布
13	电商	京东购物	已发布
14	富媒体	创投圈那点事	已发布
15	富媒体	桔子创投内参	已发布

1.3 小结

要赢在起跑线上，需要尽早强化精细化运营的意识



尽早重视 数据驱动增长

2.0 关心什么数据



需要精益思维，找准核心指标

2.1 官方指标解读

打开次数：打开小程序总次数，用户从打开小程序到主动关闭小程序或超时退出计为一次，可理解为一个Session（会话）

页面浏览量：访问小程序内所有页面的总次数，多个页面之间跳转、同一页面的重复访问计为多次访问

访问人数：访问小程序内所有页面的总用户数，同一用户多次访问不重复计

2.1 官方指标解读

新访问用户数：首次访问小程序页面的用户数，同一用户多次访问不重复计

入口页访问：用户进入小程序访问的第一个页面

受访页访问：用户进入小程序访问的所有页面

2.1 官方指标解读

分享次数：分享小程序的总次数

分享人数：分享小程序的总人数

局限于运营概况，缺乏行动引导

2.2 其他重要指标

用户行为数据

click 点击时触发，必须指定page和element

enterPage 进入页面时触发，必须指定page

leavePage 离开页面时触发，必须指定page

pullDownRefresh 下拉刷新时触发，必须指定page

launch 加载小程序时触发

background 切换到后台触发

foreground 切换到前台触发

share 分享时触发

结合同同时收集的数据
能够还原出使用场景

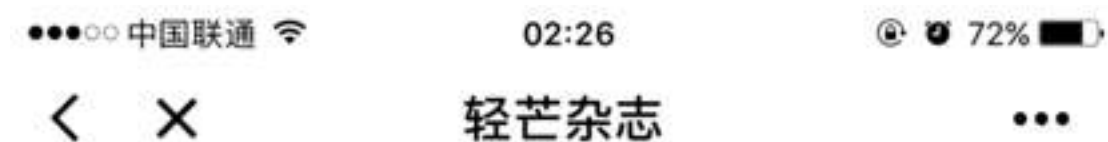
2.2 其他重要指标

用户行为数据

有效用户行为



统计方法



小龙虾

小龙虾，最初被用作鱼饵，但是因为它惊人的繁殖速度，他们已经取代了威斯康星本地淡水螯虾种类，成为当地一霸，它们可恶之处在于它们吃了多少鱼，而在于他们吃的，都是鱼卵，这种断子绝孙的做法，使得我们必须要把它们摆上餐桌。



小龙虾一类的美味我们不用赘述，关于这种生

20 条笔记

收藏



大新闻！一群中国轰炸机，去了日本海



侠客岛 评论 3

蒋欣是为数不多敢当面撕金星的明星，不愧是华妃！



娱乐八卦即使爆 评论 693

佟大为关悦晒三个孩子被批丑？看孙俪是如何机智回应

推荐

视频



- 启示录 7.5分/2005
- 现代启示录 8.3分/1979
- 死亡录像4：启示录 5.4分/2014
- 生化危机2：启示录 7.6分/2004
- 童军手册之僵尸启示录 6.6分/2015



2.2 其他重要指标



用户渠道来源



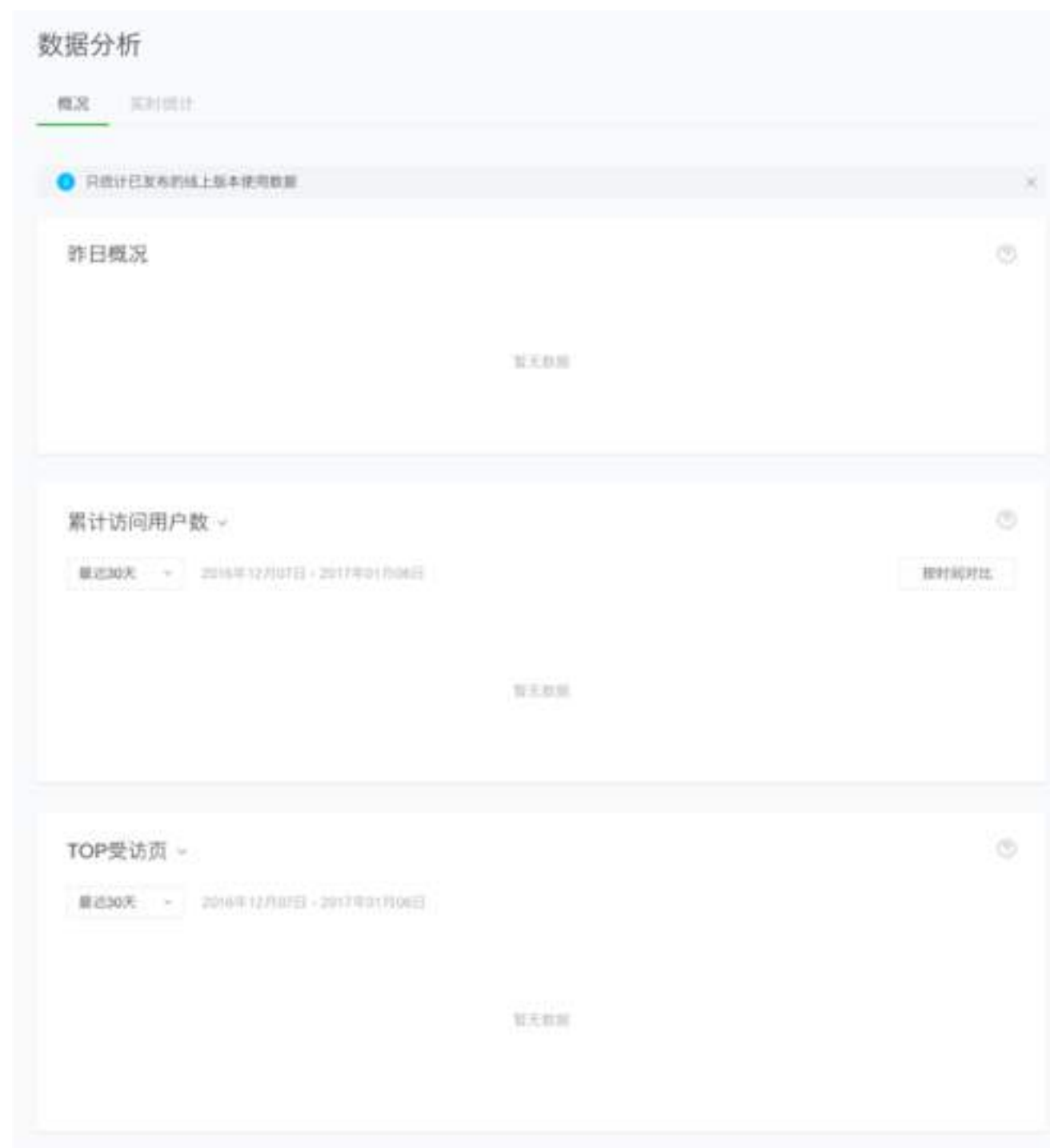
用户特征 (机型、网络类型、地域)

渠道信息应该成为用户特征信息的一部分

2.3 主要的统计方法

累计访问用户数

- 累计访问用户数
- 打开次数
- 访问次数
- 访问人数
- 新访问用户数



小程序官方数据统计

概览数据较齐全

2.3 主要的统计方法

配置信息 请先进行事件上报配置，定义数据收集方式详细说明

动作1

trigger click enterPage leavePage pullDownRefresh launch background foreground share

action 空 start report start_and_report

page

element

data

<input type="text" value="product_id"/>	<input type="text" value="list[].id"/>	<input type="button" value="⊖"/>
<input type="text" value="product_name"/>	<input type="text" value="list[].name"/>	<input type="button" value="⊖"/>
<input type="text" value="product_price"/>	<input type="text" value="list[].price"/>	<input type="button" value="⊖"/>
<input type="text" value="product_category"/>	<input type="text" value="list[].category"/>	<input type="button" value="⊖"/>
<input type="text" value="product_producer"/>	<input type="text" value="list[].producer"/>	<input type="button" value="⊖"/> <input type="button" value="⊕"/>

填写完事件配置后，请点击检查字段，生成或更新事件字段表

小程序官方数据统计 行为数据定义较复杂、暂无来源数据

2.3 主要的统计方法

调用TD.event()方法上报自定义事件:

```
// wxml
<view bindtap="bindEvent">
  <text>点我触发自定义事件</text>
</view>

// js
var TD = require('../../utils/tdweapp');

Page({
  onLoad: function () {
    TD.Page.load();
  },
  onUnload: function () {
    // TD.Page.unload(); // 如果初始化时 autoOnPageUnload 设置为 false, 需要添加此行
  },
  bindEvent: function () {
    TD.event({
      id: 'id1',
      label: 'label1',
      params: {
        key: 'key1',
        value: 'value1'
      }
    });
  }
});
});
```

为每一个用户行为定义一个事件，
事件触发时上报

什么数据都能统计

部署时间成本高、不打点无数据、
无回溯

自定义/第三方埋点统计

2.3 主要的统计方法

无埋点统计：一次性集成SDK，采集页面访问、点击行为、
用户特性等全量数据

部分事件无法获取，需要人工配置

2.4 小结

关心哪些数据

- 宏观运营概况
- 用户（有效）行为数据
- 用户渠道数据

选择统计方法

- 自带统计有缺失
- 埋点自由度大，但成本较高
- 无埋点+必要的人工配置可以轻松完成主要数据的监控

更要关心**分析方法**

3.0 业务目的

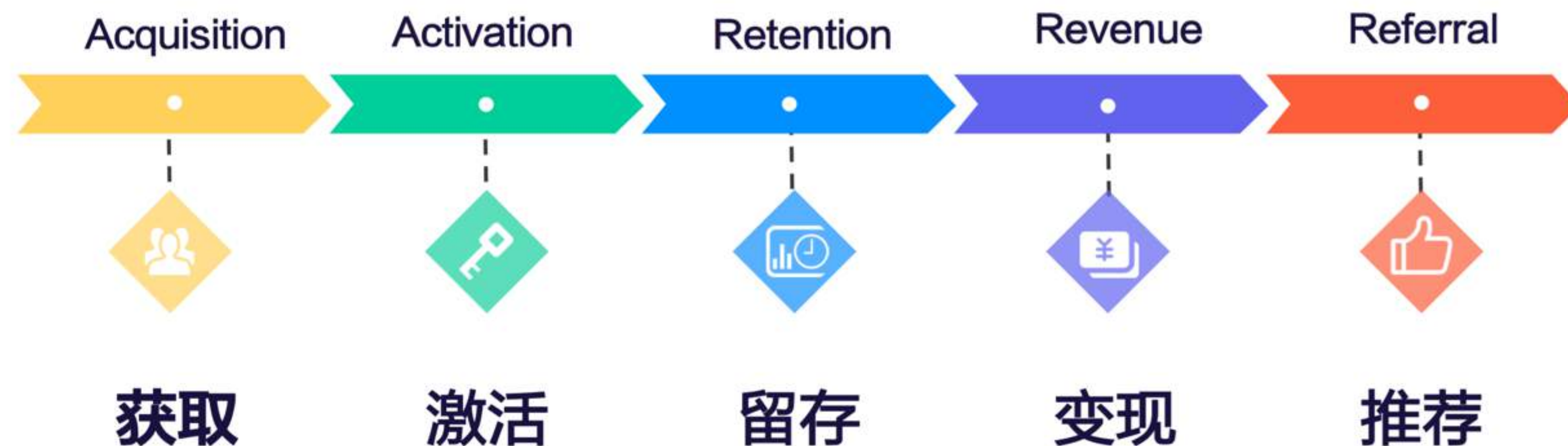


做大小程序 = 用户增长

有价值的分析都是围绕**业务目的**的进行

3.0 业务目的

增长黑客的“海盗法则” - AARRR



围绕五个环节搭建分析框架

3.1 获客优化

小程序推广方式有四种：二维码、搜索、分享、公众号引荐

优化推广渠道，提高转化效率，降低获客成本



监控渠道效果



分析用户的转化



降低获客成本

用户行为按各渠道维度切分

3.1 获客优化

线下二维码

渠道	扫码进入	下单	支付成功
写字楼	1000	50	24
高校	2000	10	2
高铁站	2000	140	120
商场	3000	80	24

用户行为按各渠道维度切分

3.2 激活用户

明确真正意义的活跃用户是**产生了有效行为**的用户



围绕**有效行为**相关的指标去做更深的分析，找到激活用户的关键

3.2 激活用户



围绕**有效行为**去做漏斗分析，
找到激活用户流失的关键

3.3 留存分析

新用户的留存率，有多少再次打开小程序



3.3 留存分析

寻找提高留存，促进增长的**魔法数字**

魔法数字			网页	IOS	Android
7天内 添加	5 个好友	留存率85%			
7天内 添加	3 个博客文章	留存率60%			
7天内 添加	2 个评论	留存率48%			
7天内 添加	1 个按钮	留存率40%			

Linkedin Facebook

XX信用卡 —— 两个月内消费
5 笔 100+，送背包、免年费

3.4 重视获利

无利可图很难持续增长

尽早去探索盈利模式

A/B Test，尝试加入商业化内容

3.5 传播推荐

高速增长的重要条件

哪种组合点击率最高？

图文多测试，找到最佳组合

3.5 传播推荐

高速增长的重要条件

什么样的人群在分享？

按维度切分

来自分享的人哪些产生有效行为？

按维度切分

3.6 小结

各个环节精益分析，多测试并及时优化；聚焦问题环节，稳步增长



3.6 小结



GrowingIO 的小程序分析正在内测中...

GrowinglyO

谢谢大家

欢迎使用 GrowinglyO · 小程序数据分析