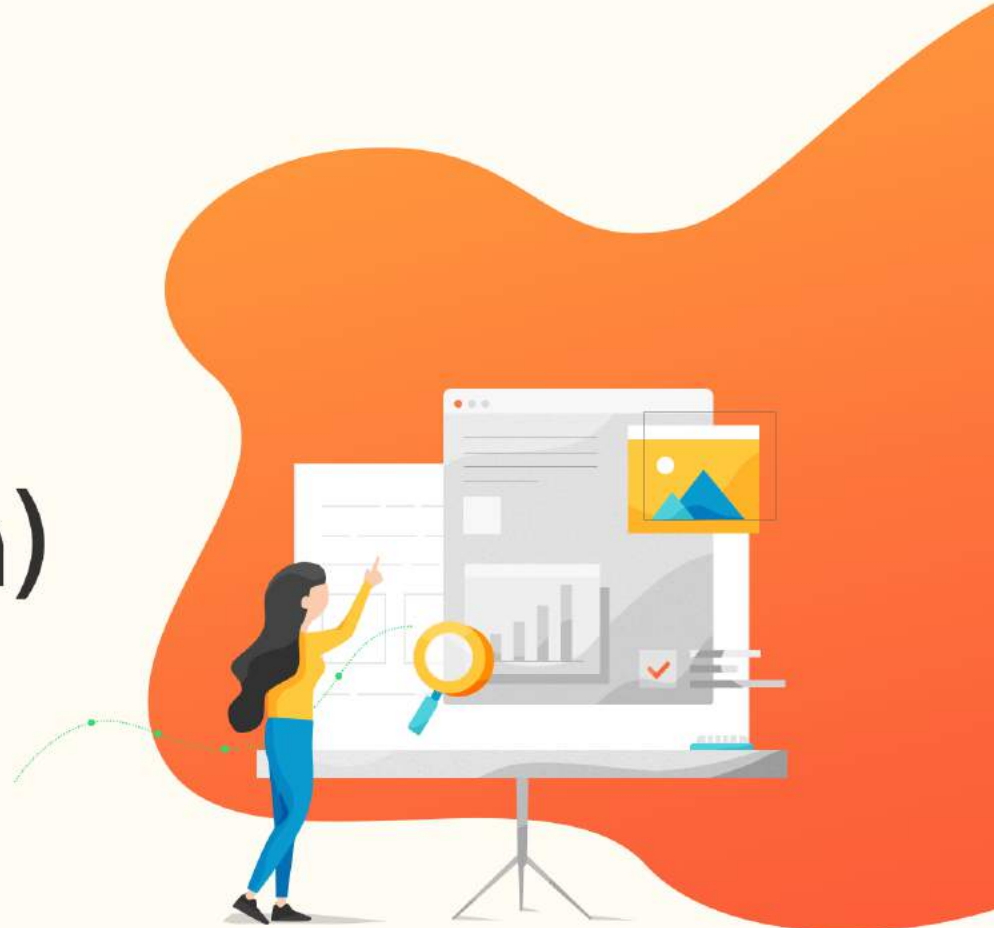
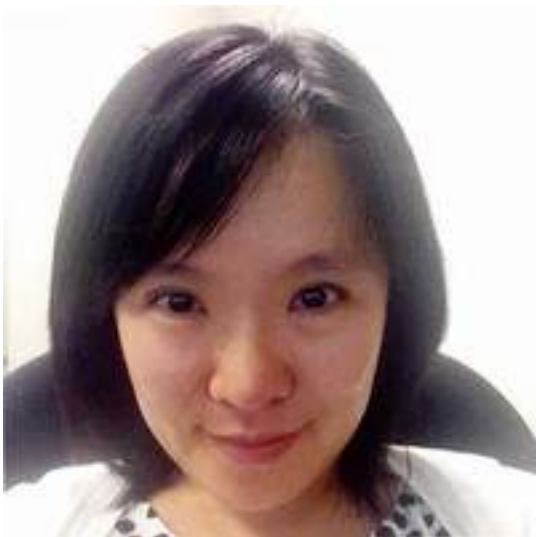


增长公开课 NO.27

赢在用户激活 (Activation)



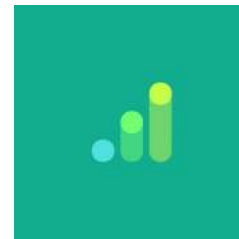


曲卉, Hila Qu

美国最大微投资平台Acorns市场副总裁

前增长黑客网增长负责人

《硅谷增长黑客实战笔记》作者





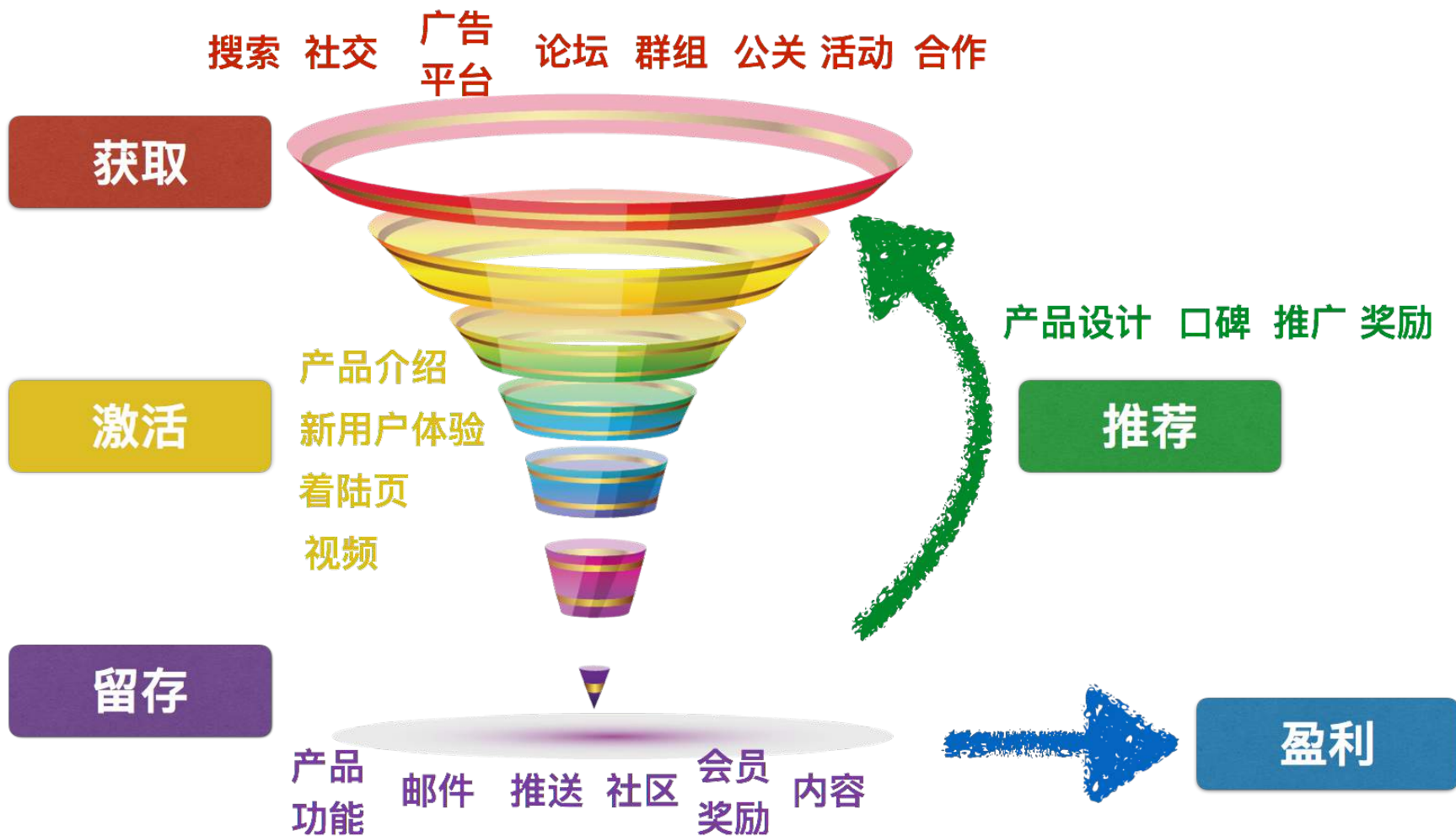
目录

1. 为什么激活很重要?
2. 新用户激活 5 步指南
 - a. 找到 Aha 时刻
 - b. 衡量新用户激活
 - c. 实验迭代提升激活率
 - d. 新用户引导的四大原则
 - e. 新用户激活是个系统工程



为什么激活很重要？

AARRR 海盗模型





公司应该花和产品开发至少一样多的精力在新用户引导上，甚至更多。



Josh Elman

Greylock Partners 风险投资人
前 Facebook, Twitter 增长团队



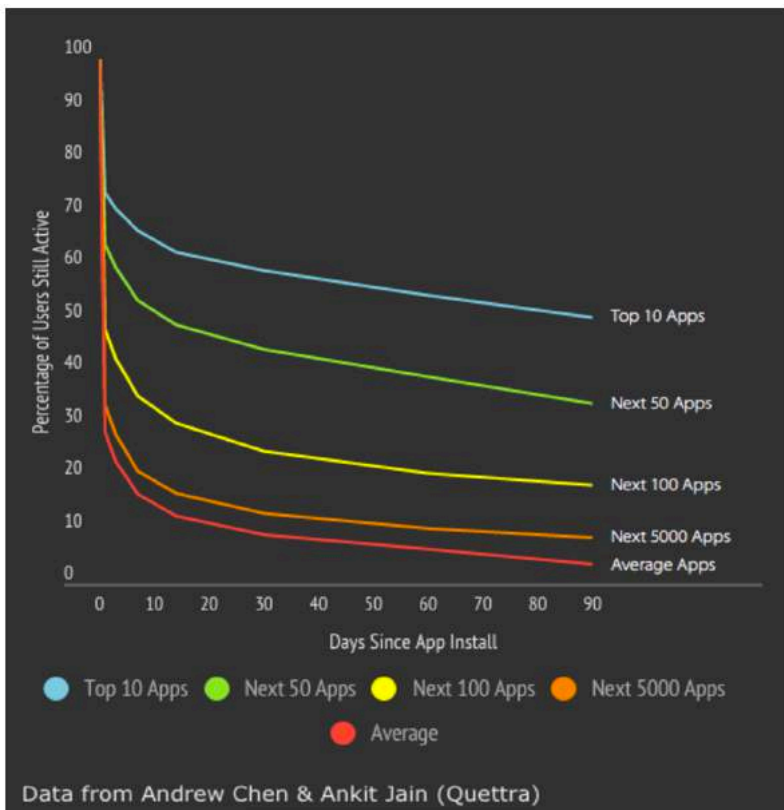
Casey Winters

前 Pinterest 增长负责人
Airbnb, Reddit, Eventbrite 增长顾问
《硅谷增长黑客实战笔记》嘉宾

新用户激活是你增长策略里最关键的一环。

为什么说用户激活是最重要的 AARRR 指标？

然后，就没有然后了...



绝大多数 App 在第二天就流失了超过 70% 的用户

阶梯效应



早期用户激活率提升一点点，就对后期的用户留存和盈利有极大影响

实际：用户激活 = 两不管地带



市场部



新用户



产品部



新用户激活 5 步指南

1. 找到 Aha 时刻
2. 衡量新用户激活
3. 实验迭代提升激活率
4. 新用户引导的四大原则
5. 新用户激活是个系统工程



1. 找到 Aha 时刻

Aha 时刻

新用户第一次认识到你的产品的价值的时刻



Aha 时刻举例



Slack

团队内部发送2000条信息



Dropbox

一台设备上安装有一个Dropbox，里面有一个文件



Zynga

用户注册后第二天返回



Twitter

关注了30个用户，有一定比例关注你



Facebook

用户7天内加了10个好友



LinkedIn

一周内建立4个联系人

(谁) 在 (多长时间内) 完成 (多少次) (什么行为)

为什么要找到 Aha 时刻?

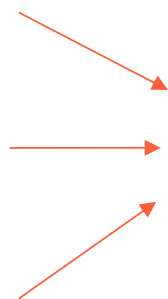
1. 找到用户留存模式：哪些行为导致留存?
2. 指导激活和留存试验：先导指标
3. 帮助团队找到清晰的聚焦点



付费增长团队

病毒营销团队

平台优化团队



客人第一次订房

如何找到 Aha 时刻?

- 列出 3~5 个你认为可能和用户长期留存有关系的关键行为
- 通过数据分析找到和长期用户留存正相关性最强的行为
- 通过定性用户调研进一步确认
- 对于新用户，一般集中到一个激活行为上



寻找Aha时刻举例

- 某拍照应用的关键行为
 - 照了5张自拍
 - 试了3个以上滤镜
 - 分享1张照片
- 定量分析：找到和留存正相关的行为
 - 照了5张自拍
 - 试了3个以上滤镜
- 定性分析：用户调研
 - 试了3个以上滤镜



2. 衡量新用户激活

衡量新用户激活：激活指标



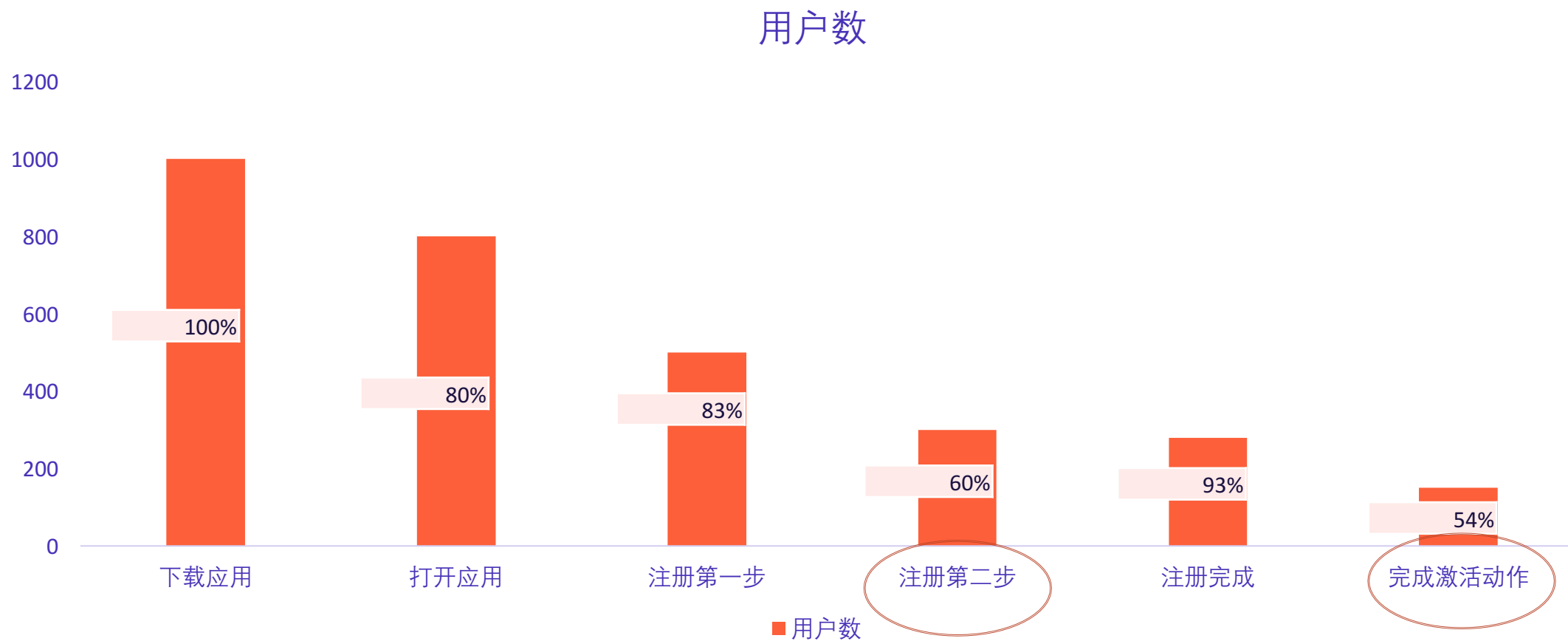
激活率 = 注册1周内返回用户 / 总注册数



激活率 = 注册1周内投资用户 / 总注册数

激活指标：新用户在一定时间内完成激活行为的比率

衡量新用户激活：新用户激活漏斗

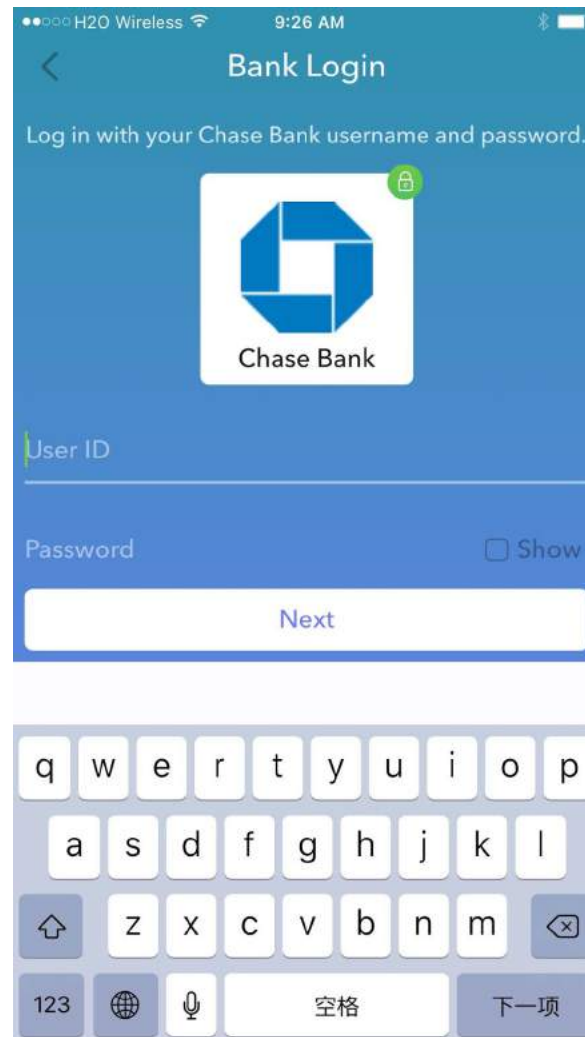




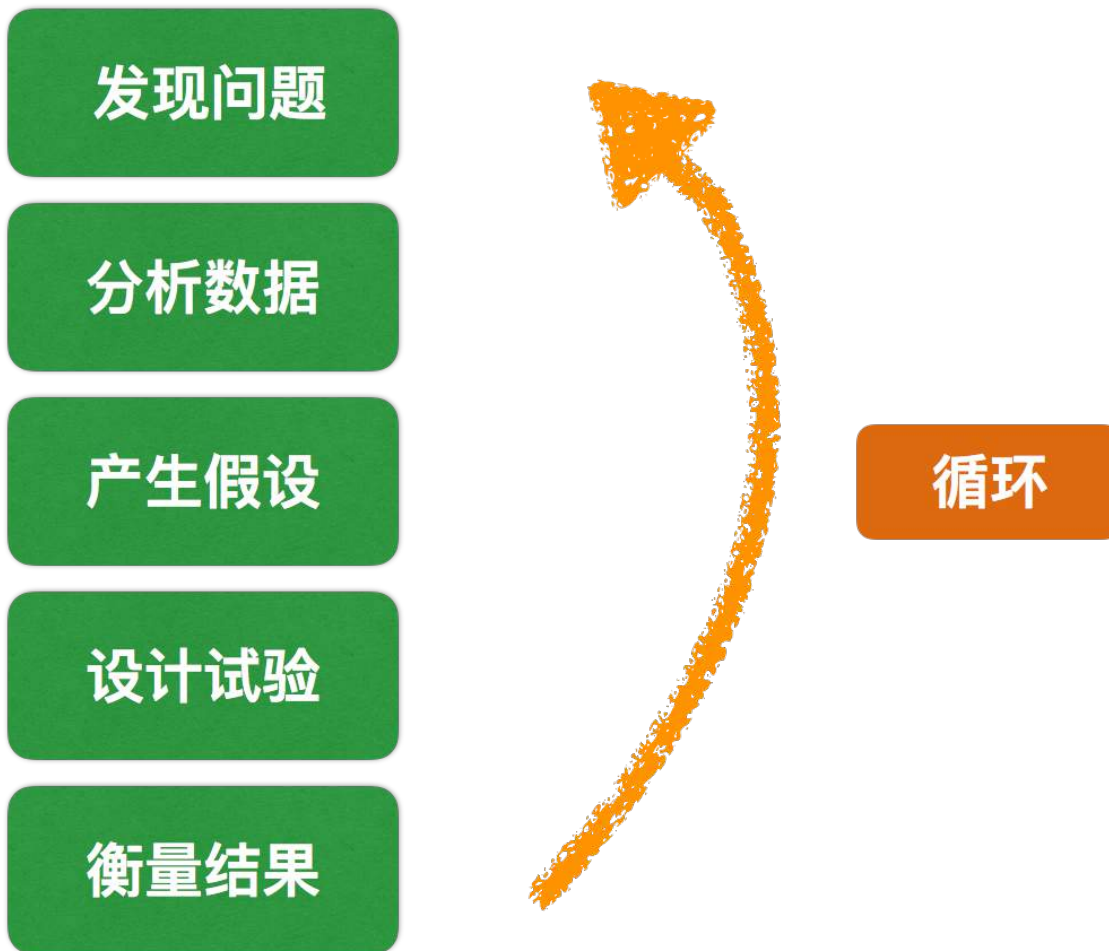
3.实验迭代提升激活率

针对用户流失点：A/B 测试

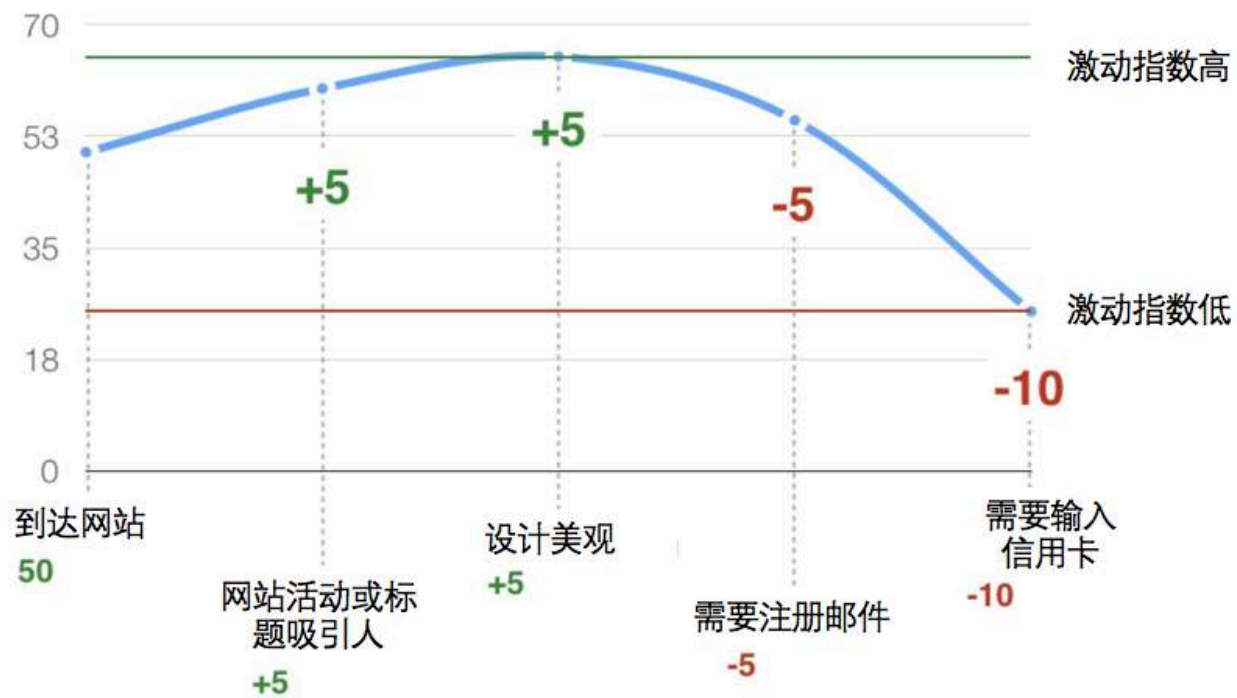
- 数据洞察：输入银行信息是主要用户流失点
- 试验想法：
 - 试验加入安全标志？
 - 不同的银行logo设计？
 - 不同的文本？
 - 信息窗
 - 解释为什么需要链接银行？
 - 忘记银行密码链接？



不断试验，帮助用户到达Aha时刻



新用户引导的“激动指数”



- 明确初始激动指数
- 了解各个元素/步骤对指数影响
- 定期综合审核漏斗各个环节



4.新用户引导的四大原则

新用户引导的四大原则



增强动力



去除障碍



适时助推



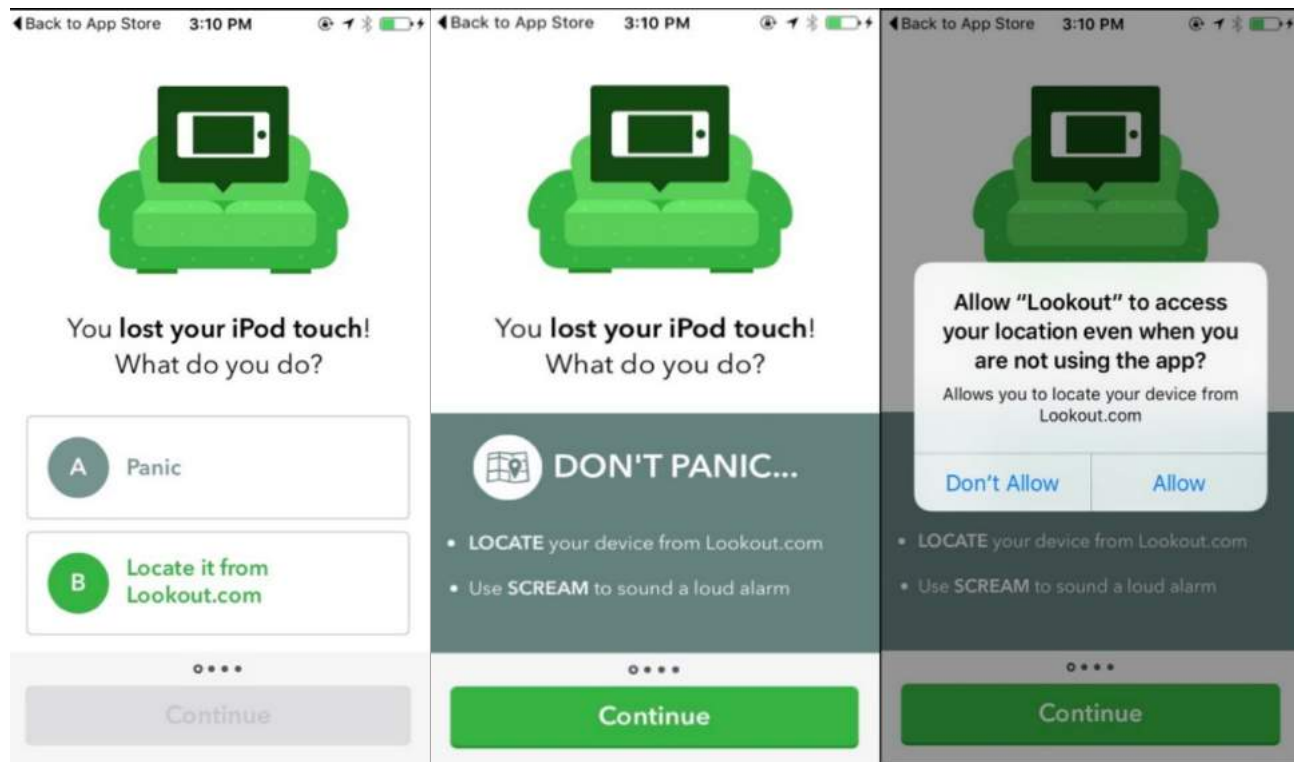
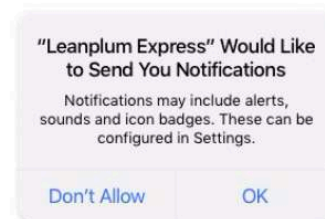
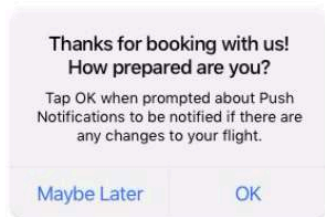
私人订制

BJ Fogg 用户行为模型



- 行为：想让用户采取的行动
- 动力：让用户体验价值
- 能力：让行为容易做到
- 触发：提示用户采取某种行动

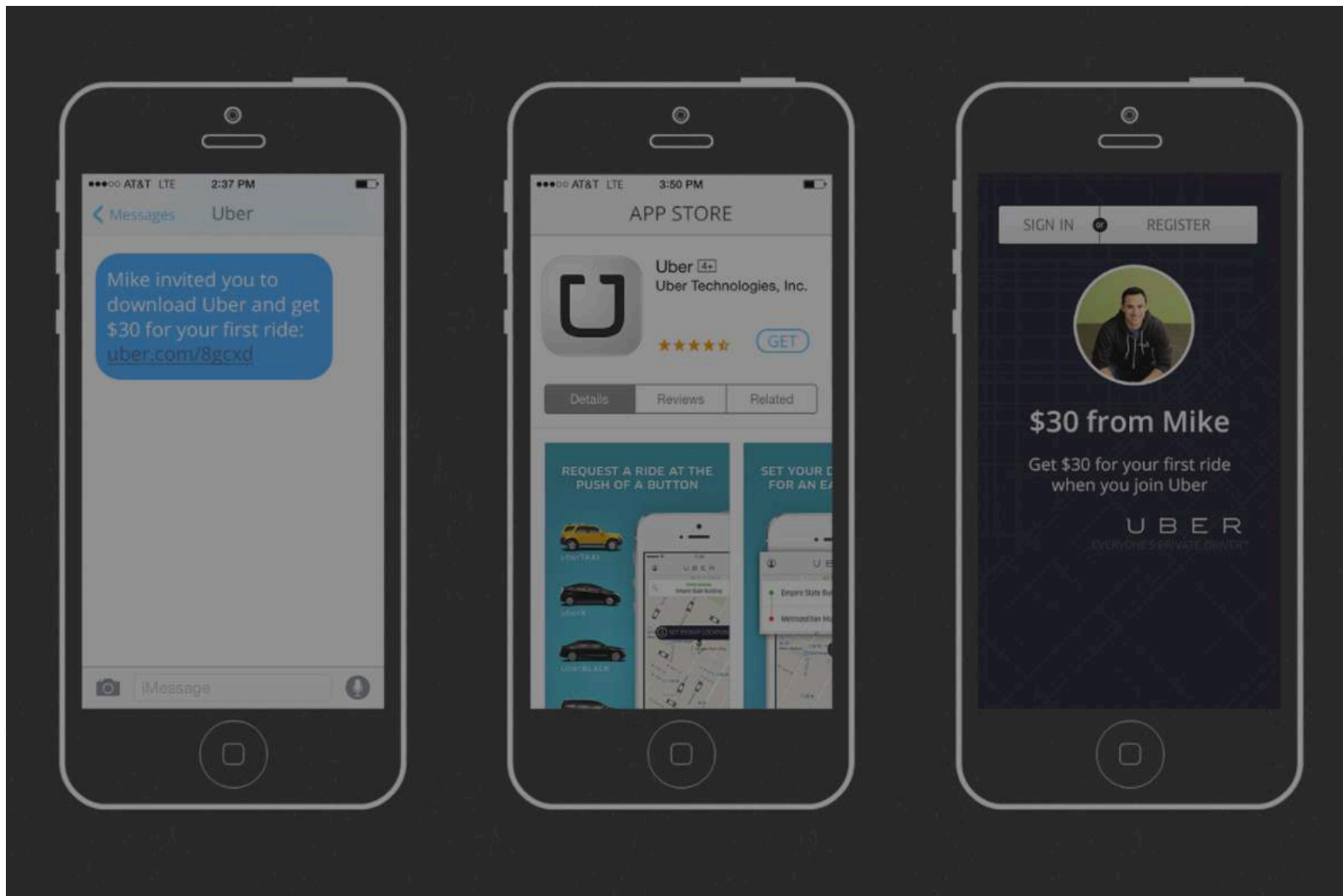
增强动力：给用户解释为什么



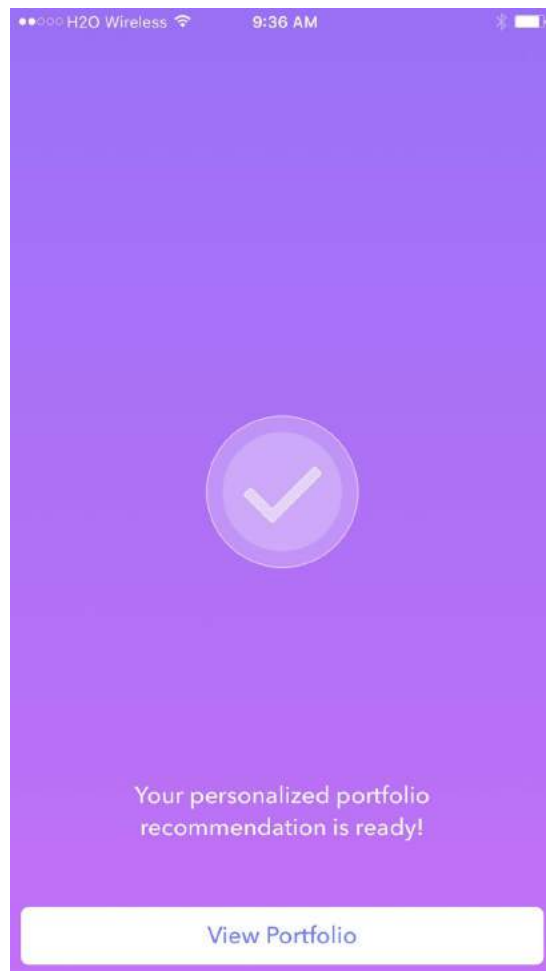
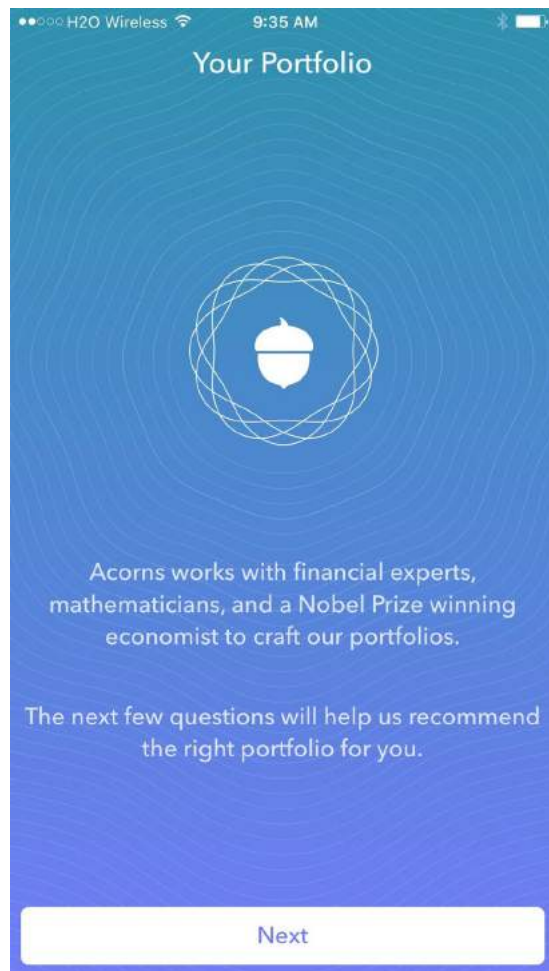
定票应用要求用户开通推送前，首先让用户成功完成一次订票：+182% 推送订阅率

移动设备安全应用 Lookout 如何要求用户开通地点分享

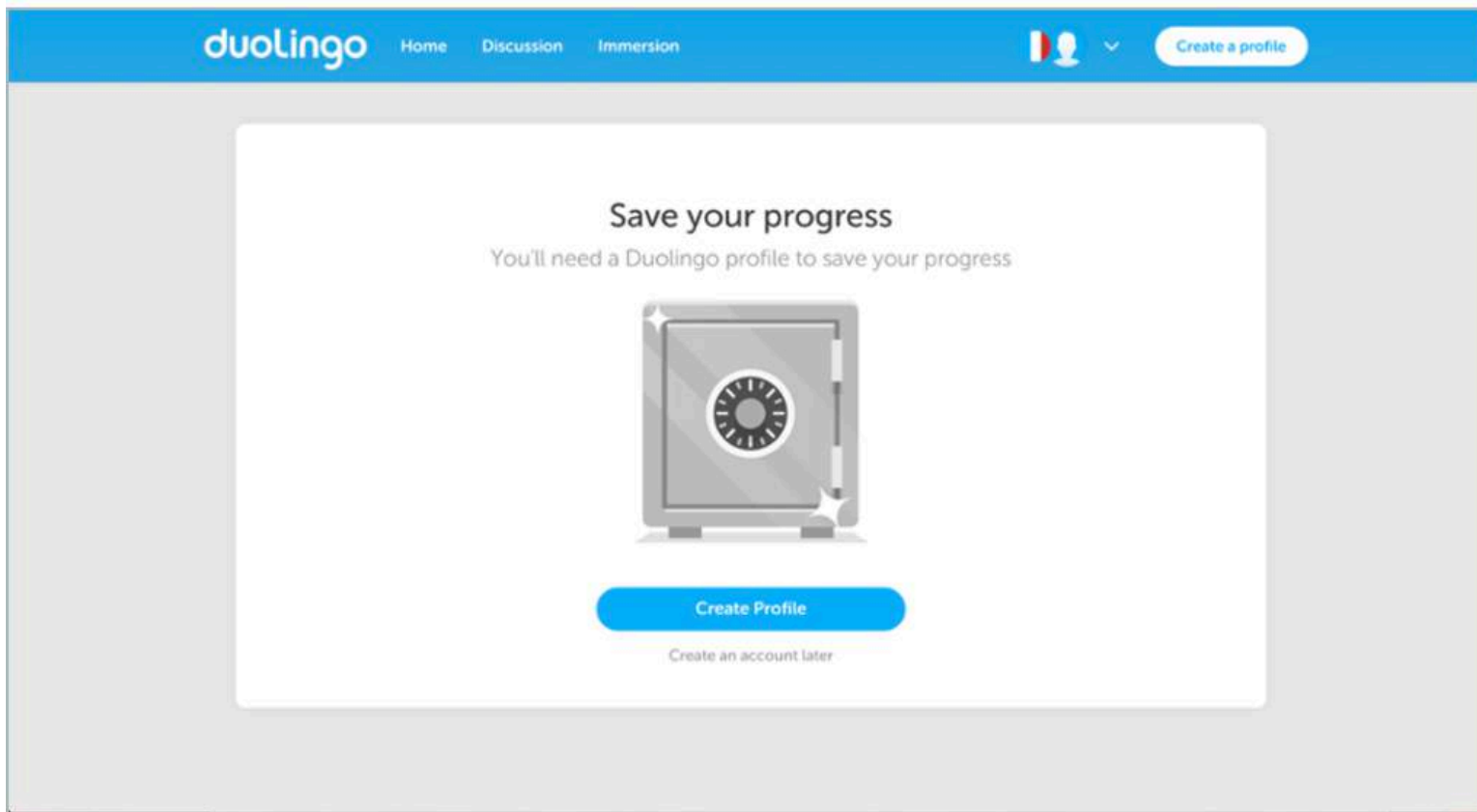
增强动力：利用社会信任



增强动力：给用户期待和惊喜



增强动力：推迟开设帐户

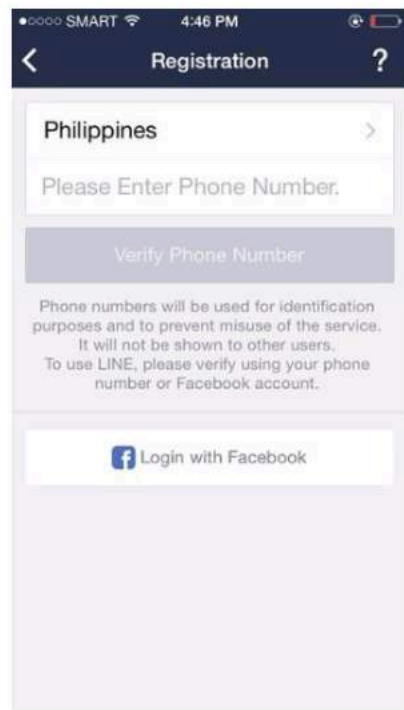


语言学习应用 Duolingo 允许未注册会员先开始学习，但是需要注册才能存进度

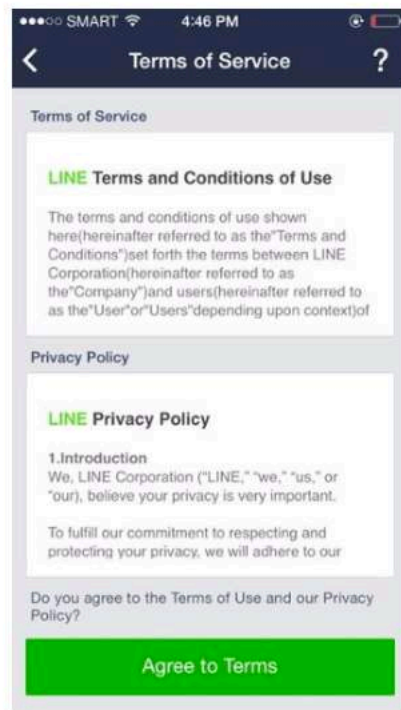
什么是认知负担? (Cognitive load)



去除障碍：移除多余步骤，隐藏过多信息

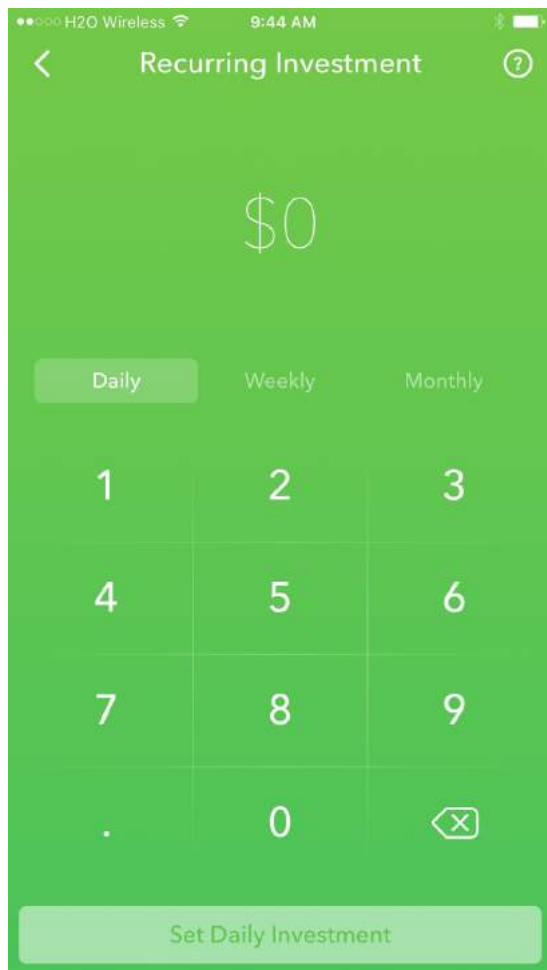


Line 的用户条款页面：之前

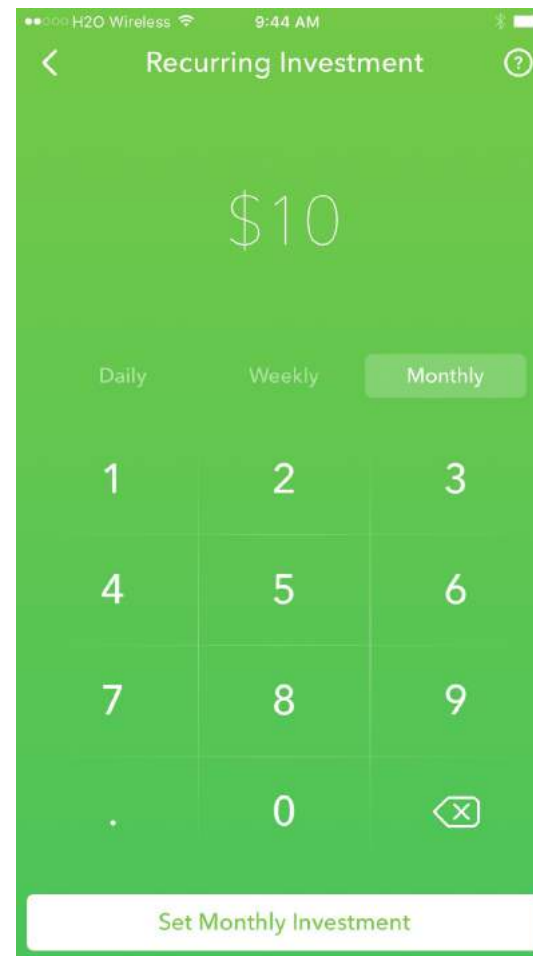


Line 的用户条款页面：之后

去除障碍：避免冷启动



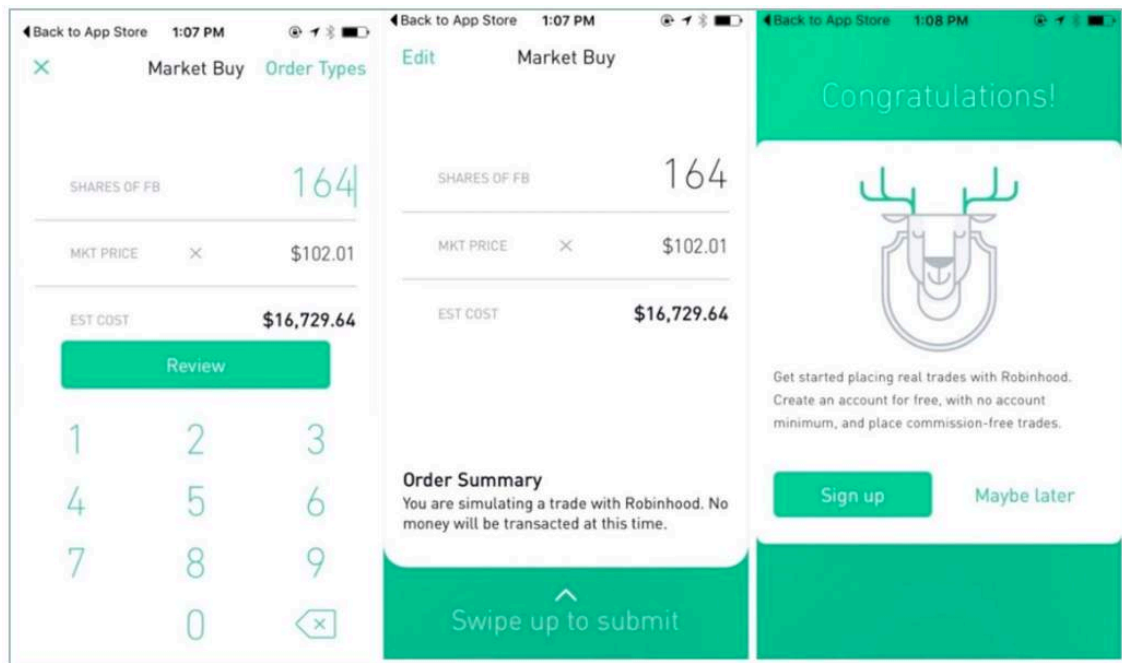
Acorns 定期投资页面：之前



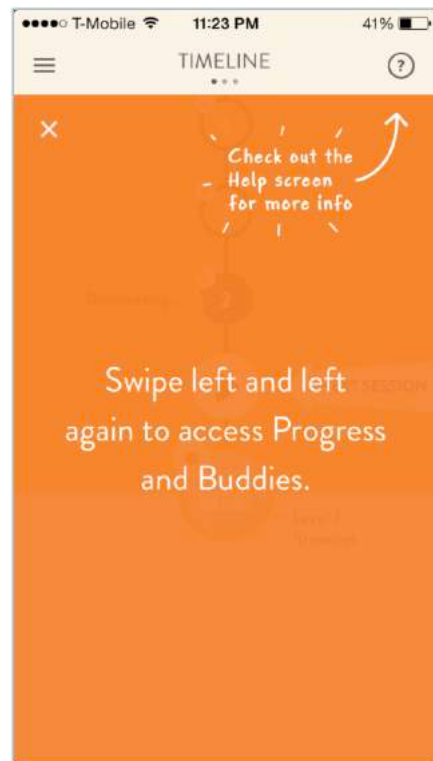
Acorns 定期投资页面：之后

适时助推：灵活采用各种UX模式进行用户引导

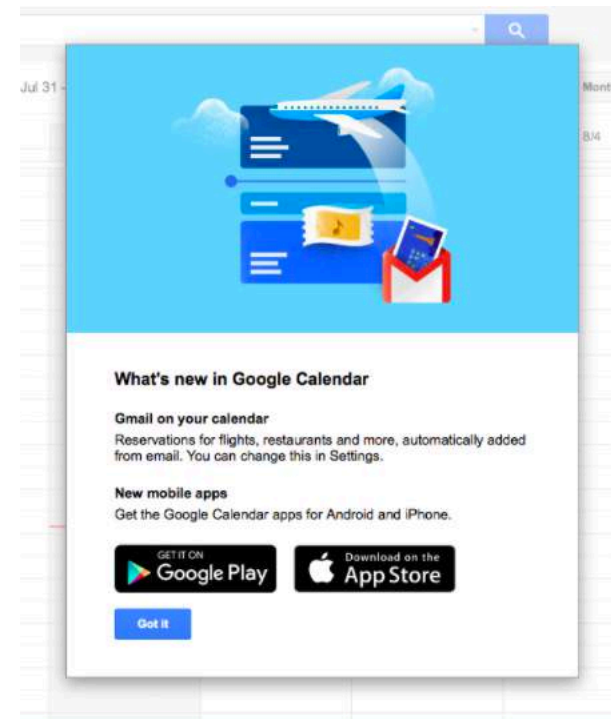
如何让用户用最少的的时间得到最大的价值？



Robinhood 直接让用户体验股票买卖过程



HeadSpace 利用页面标记进行
用户引导

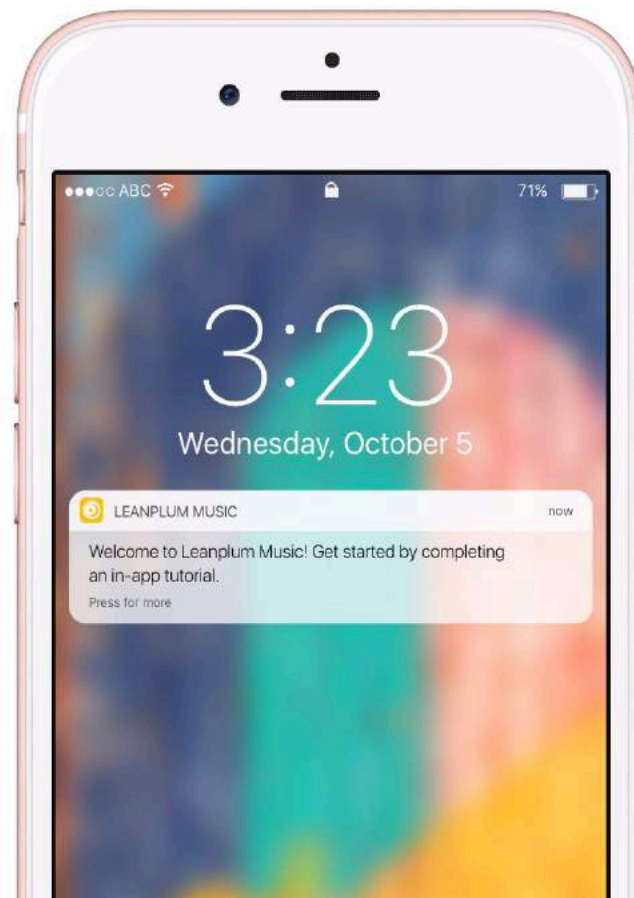


Google Calendar 利用弹窗
进行用户引导

适时助推：注册后利用推送提醒用户完成用户引导

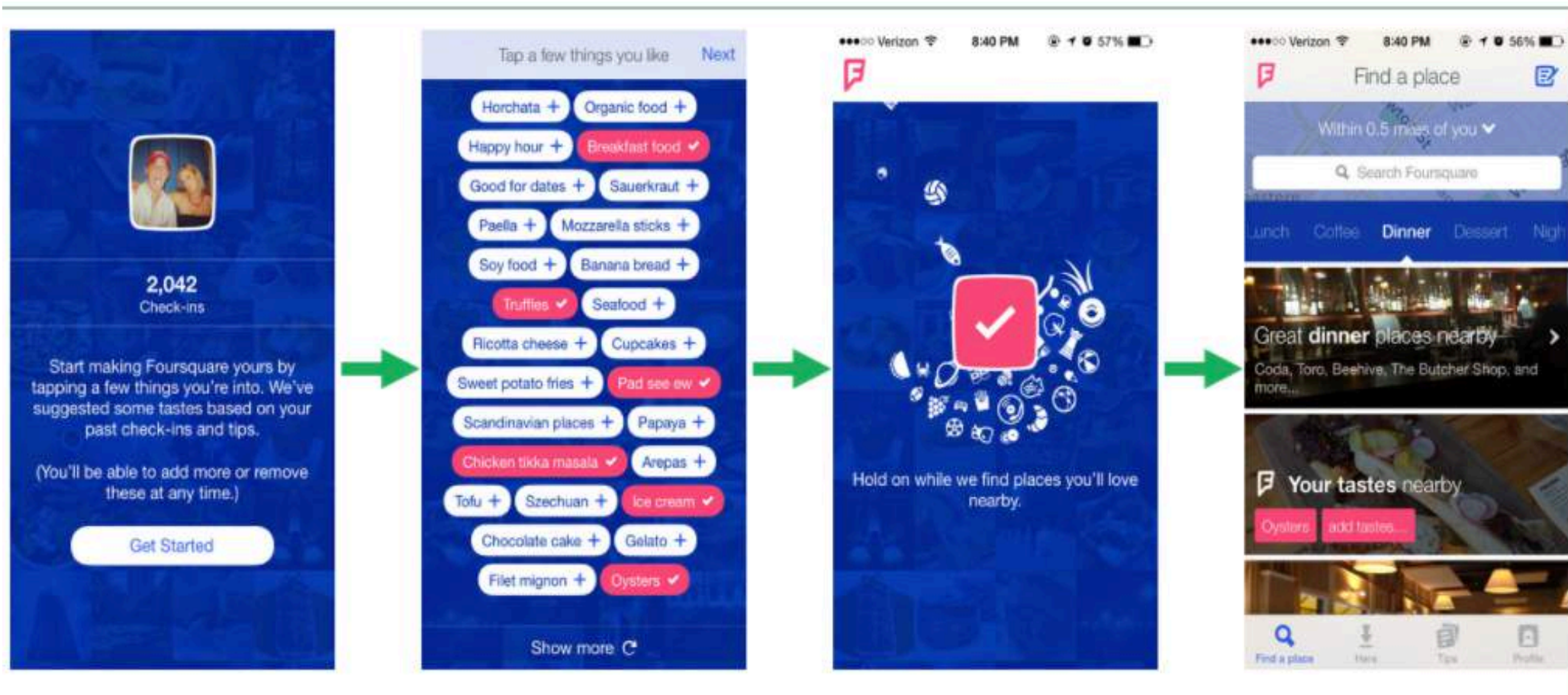


利用推送提醒用户完成履历



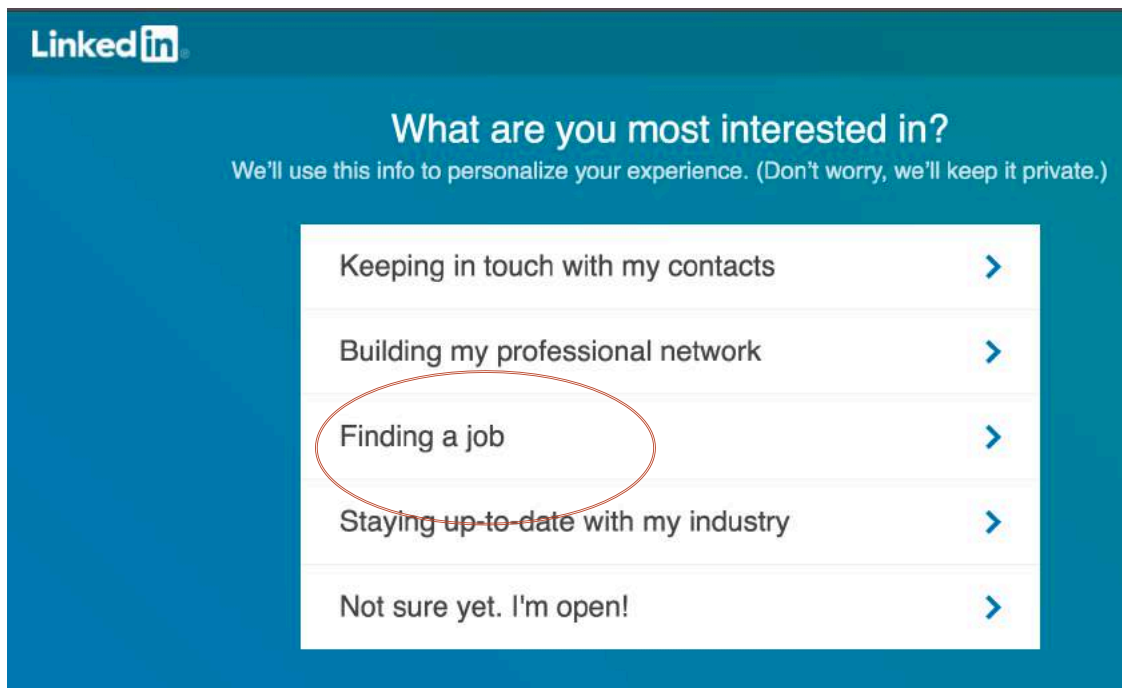
利用推送提醒用户完成应用
内新用户介绍

私人订制：根据用户消费历史推荐

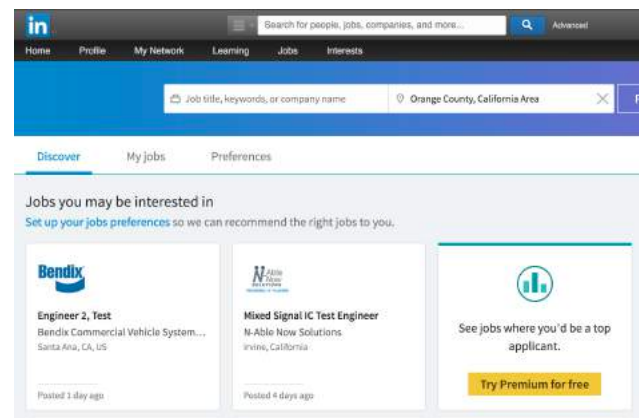
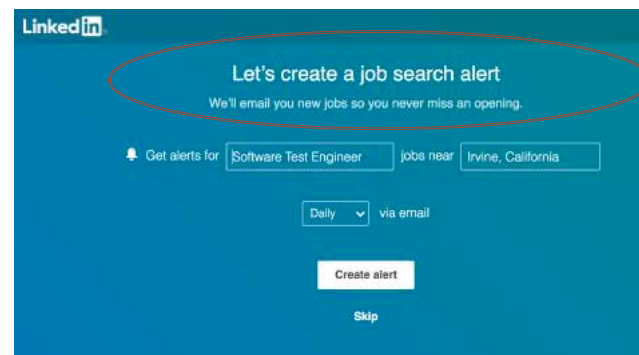
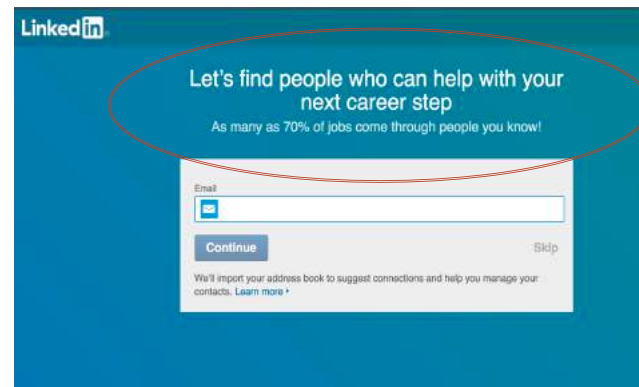


FourSquare 根据用户兴趣推荐附近的饭店

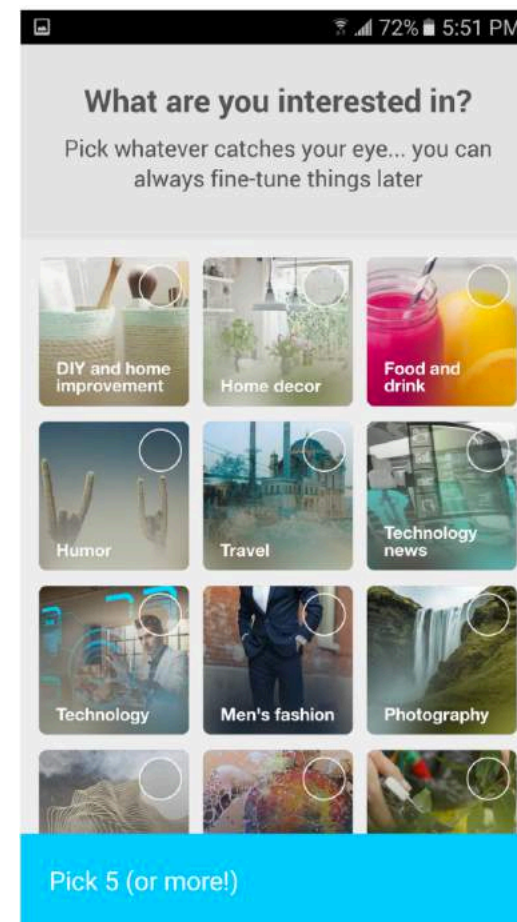
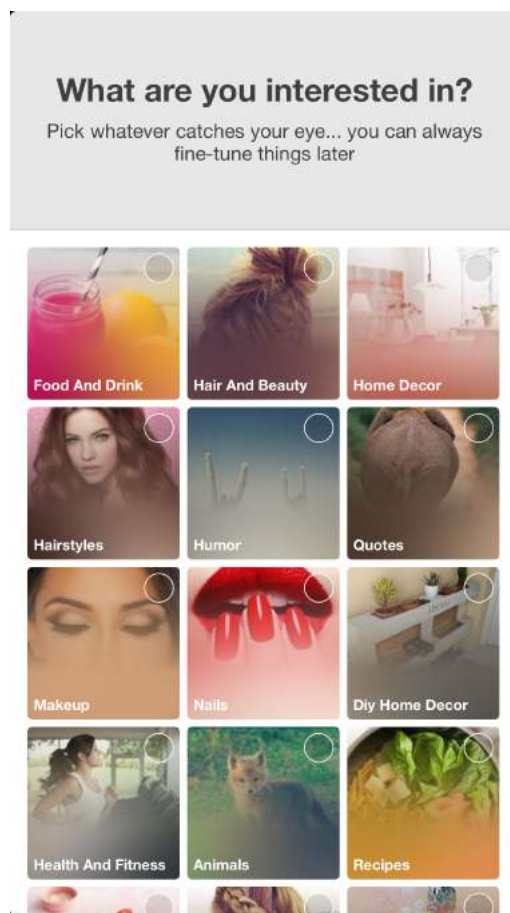
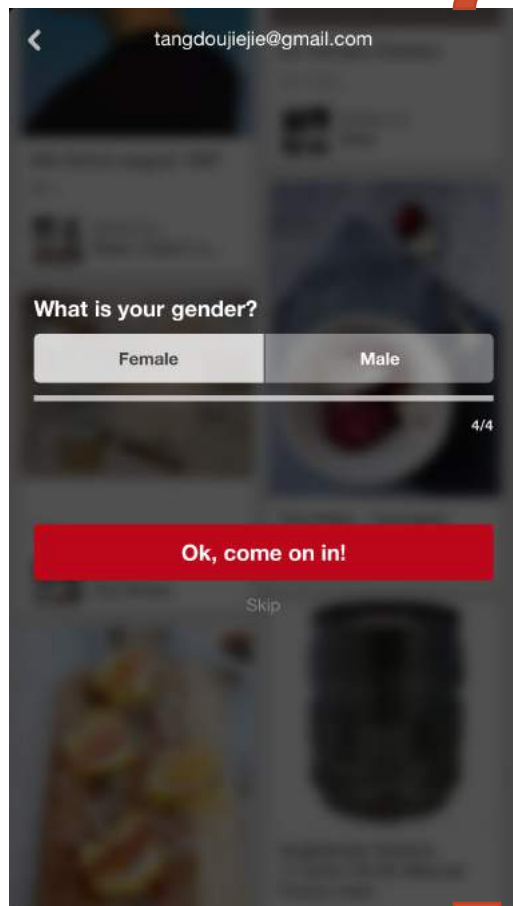
私人订制：根据用户目的给予不同的用户引导



LinkedIn 在用户注册过程中询问用户注册的目的



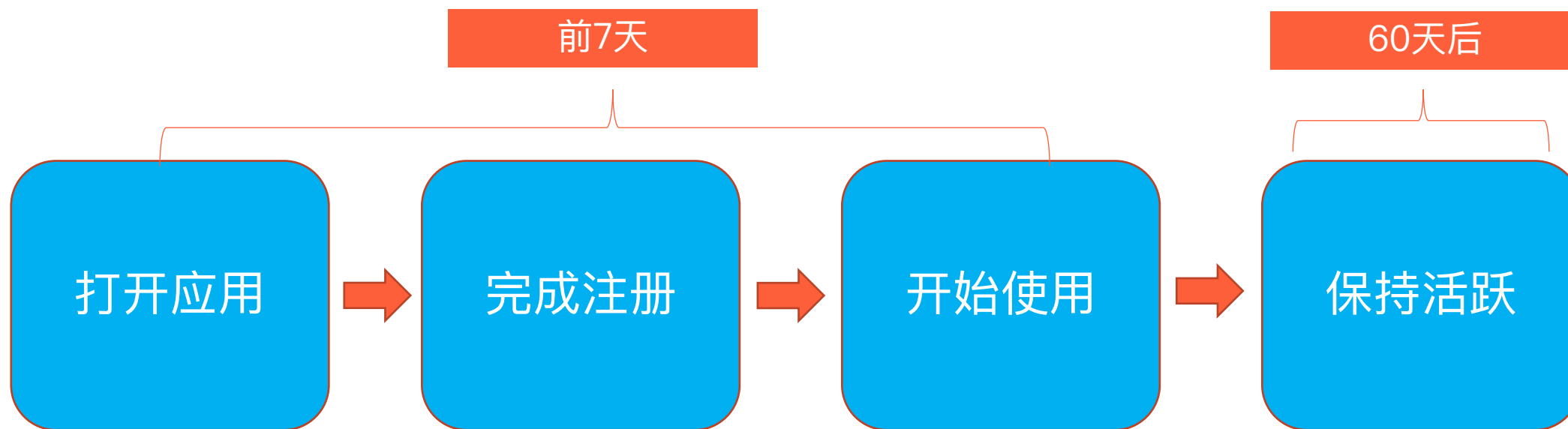
不要盲目跟风，多测试！





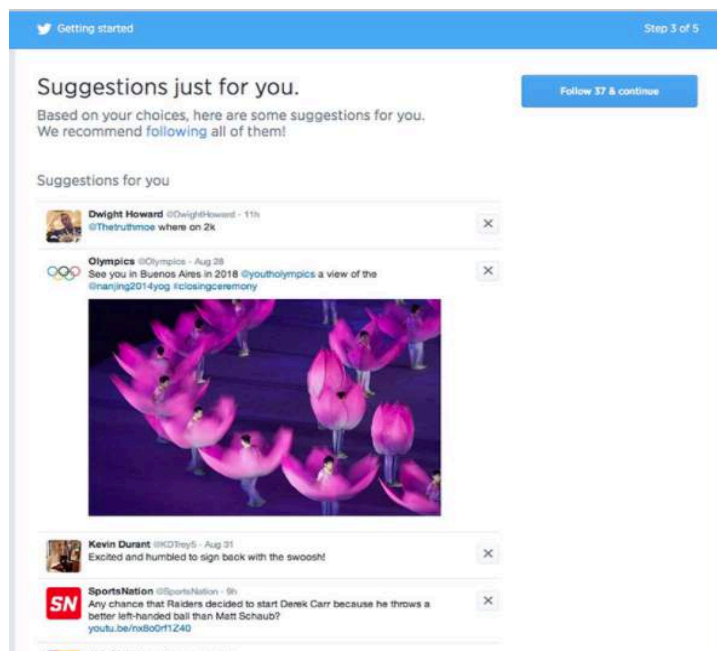
5.新用户激活是个系统工程

新用户激活是个系统工程

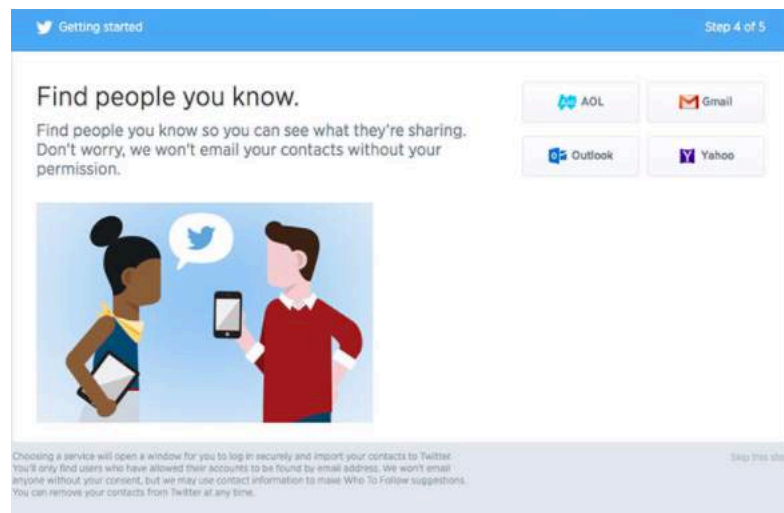


Instagram 的新用户激活体系

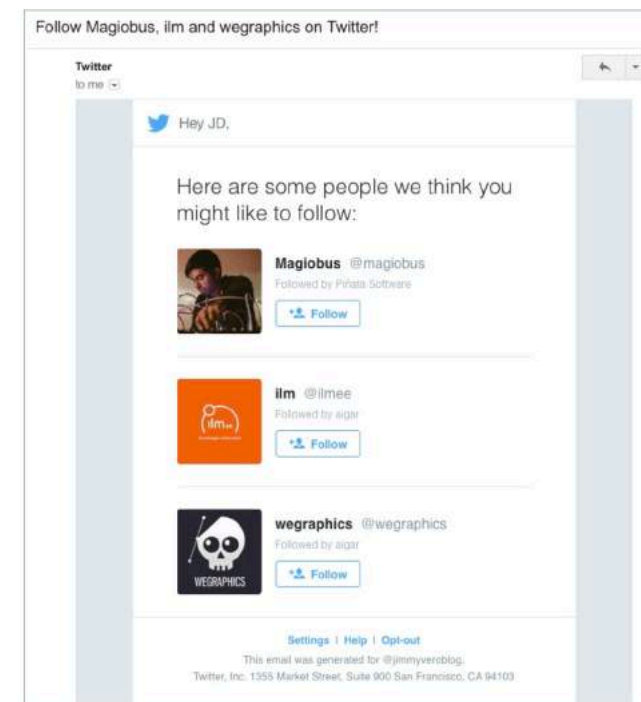
案例：Twitter 利用多种渠道推动用户到达 Aha 时刻



注册过程中根据兴趣自动推荐用户



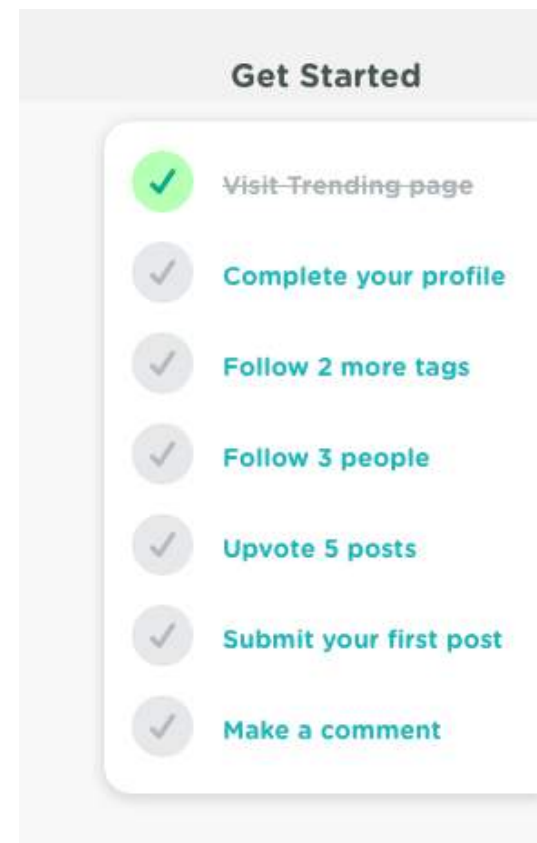
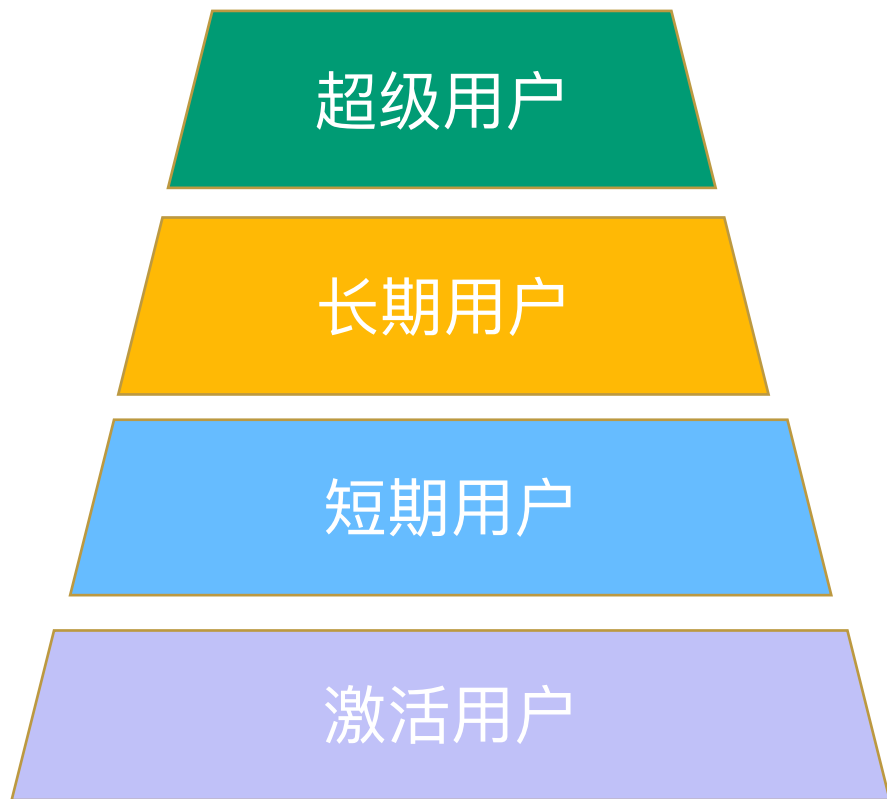
找到已有联系人



邮件推荐新的关注对象

从激活用户到长期用户：用户参与度阶梯

- 将你的用户从新用户，一步一步培养成忠诚用户



GrowthHackers 的新用户任务清单

总结

- 新用户激活是增长至关重要的一环
- 通过定量和定性数据找到激活行为和 Aha 时刻
- 构建激活漏斗来发现用户流失环节
- 不断试验和测试来提升激活率
- 新用户引导设计的四大原则
- 新用户激活是个系统工程

Photo credit: Appcues, Apptimize, 网络

QA 环节



关注公众号「GrowingIO」
及时获取公开课资料



想要更多实战攻略？扫码购
买《硅谷增长黑客实战笔记》



关注公众号「兜里有糖甜」
和讲师深度交流

GrowingIO