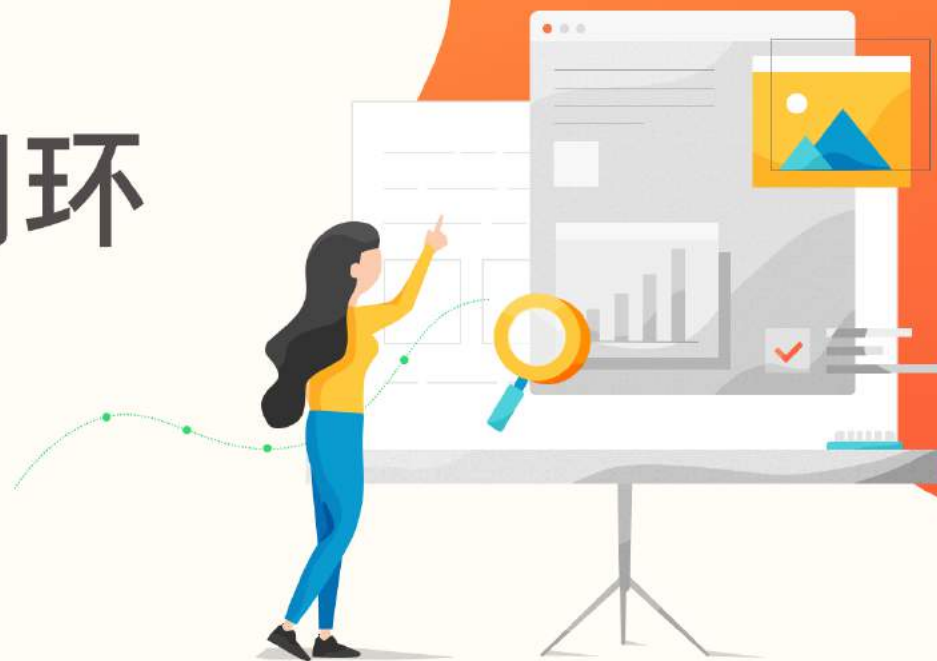


增长公开课 NO.28

打造小程序用户增长闭环





吴继业 Jonathan

GrowingIO 联合创始人

前LinkedIn商业分析部数据产品工程总监。

曾就职于LinkedIn、eBay、HP、宝信软件等。十五年数据驱动产品的从业经历，强大的商业分析、数据产品等专业背景；对精益运营、数据分析、增长黑客等不仅有深刻的认知，亦有丰富的实战经验。

GrowingIO 小程序分析工具

打造增长闭环



目录

- 1 小程序目前的行业现状
- 2 小程序为何要做增长以及面临的挑战
- 3 小程序增长模型
- 4 GrowingIO数据驱动增长闭环

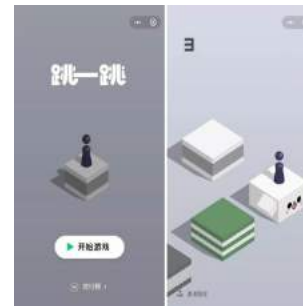


01

小程序目前的行业现状

小程序——低成本获客

小程序从2017年1月诞生，2018年开始爆发，尤其是2018年小游戏类目，带来小游戏行业的增长。



互联网下半场流量越来越贵，小程序给大家一种低成本高效率获取用户的机会。



0成本，开店100万家，连咖啡借助小程序终于“打败”了星巴克。“口袋咖啡馆”。让用户送咖啡，病毒系数大于1。



4个月新增300万用户，实习僧如何用数据驱动小程序增长。平均获客成本不到4元。

小程序的特点

成本低

传统app开发成本高，还不包括推广，但是小程序仅需要2-3个工程师就可以搞定

周期短

传统app开发周期需要2-3个月满足不了互联网快速迭代的时代，小程序5-7天就可以实现90%以上的功能，大大降低了门槛

用户体验好

先天的成熟使用习惯，解决了公众号用户体验不佳等先天问题

即用即走，轻量化

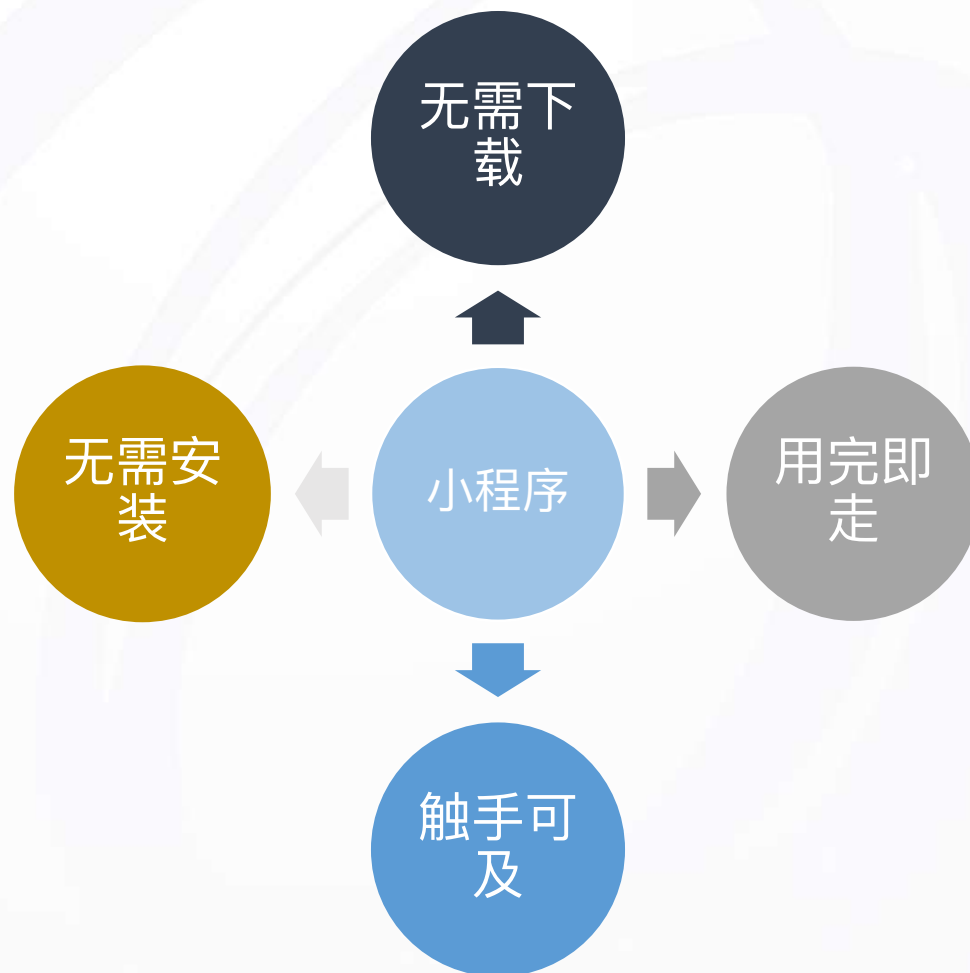
不需要下载即可使用，随时随地用完即走

没有粉丝沉淀

无需关注，没有粉丝压力，即用即走的应用，公众号+小程序是必然的趋势解决其弊端

入口丰富

二维码，搜索，发现，公众号，订阅号，关联小程序





02

小程序为何要做增长？以及面临的挑战

小程序市场、产品、运营面临的挑战



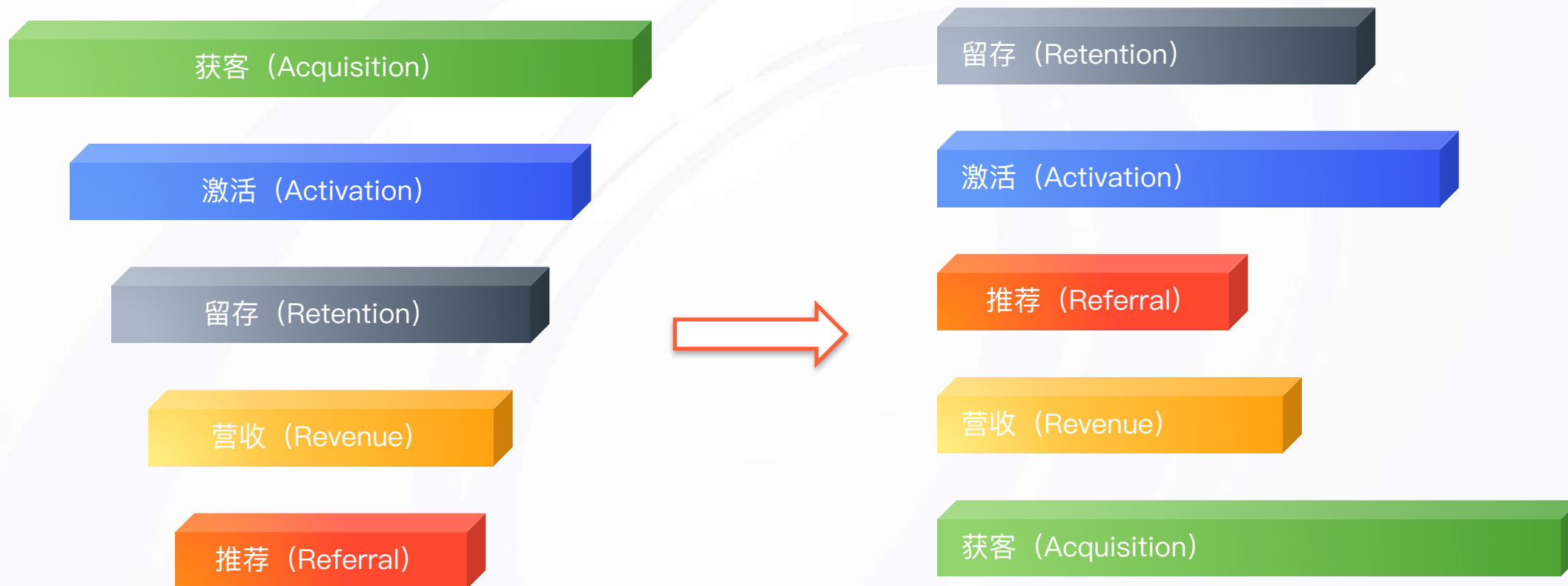
- 渠道多，如何衡量投放ROI?
- 迭代快，如何高效评估功能价值?
- 推送难，运营工具有效触达用户?
- 玩法新，如何衡量用户裂变效果?



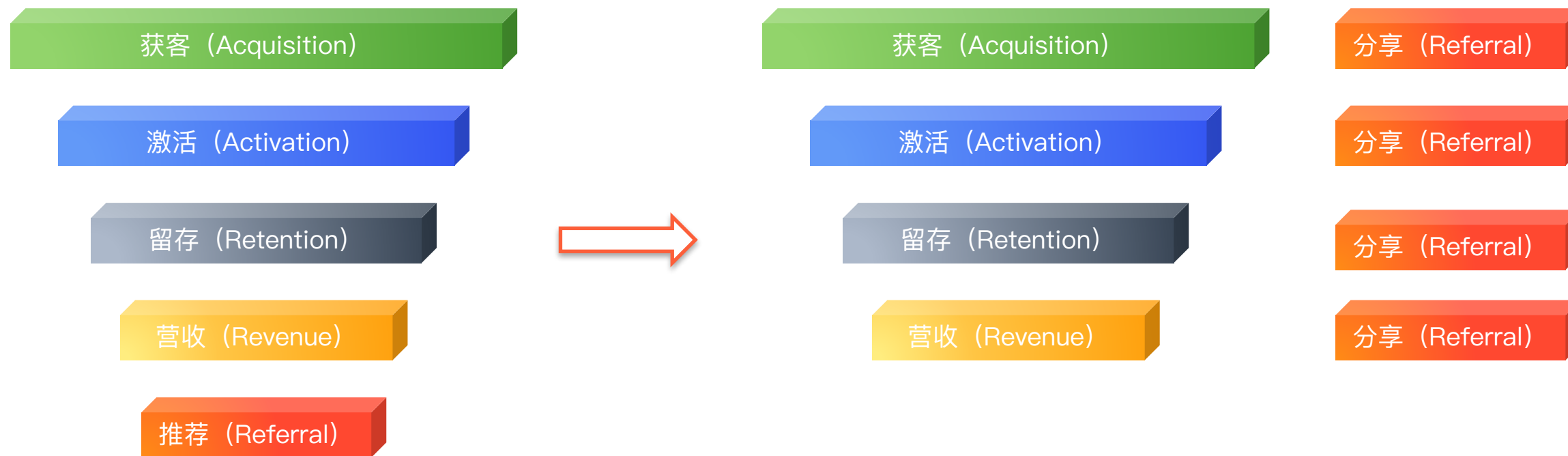
03

小程序增长模型

增长模型的变化



打造微信小程序可持续的增长模型



1. 获客：利用二维码跟踪各线下渠道



门店推广



线下活动



广告展板

一地一码



小程序码 1



小程序码 2



小程序码 3

个性化小程序入口



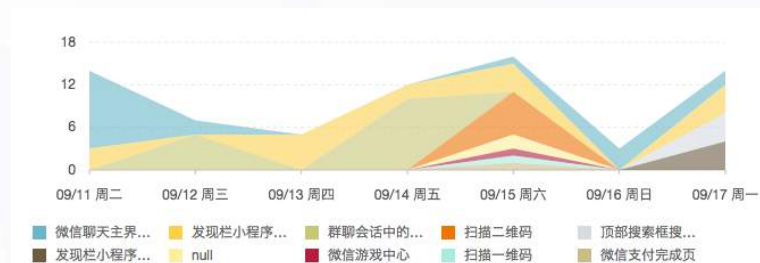
渠道数据采集分析



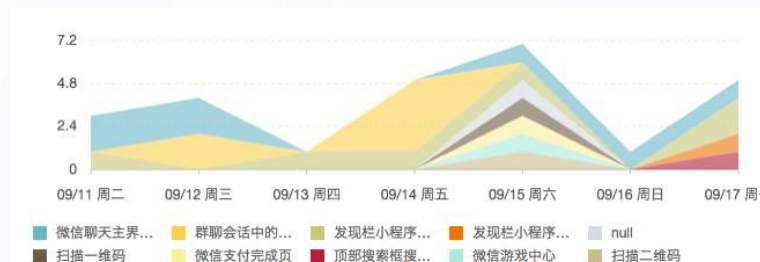
1. 获客：入口场景监控



入口场景——打开趋势



入口场景——活跃度



入口场景——转化



1. 获客：精确监控每个渠道入口的流量效果，提升获客效率



	渠道规模		拉新能力	渠道质量 level1			渠道质量 level2	渠道质量 level3
访问来源	访问量	访问用户量	新访问用户量	访问时长(分钟)	每次会话浏览页数	跳出率	转化率(注册)-基于UV	转化率(其他)-基于UV
渠道1	23292	7553	4700	10.086	8.504	35.83%	0.001	0.021
渠道2	4235	1939	1237	10.901	9.368	32.14%	0.007	0.025
渠道3	2500	1119	645	13.564	11.842	26.40%	0.003	0.023
渠道4	1024	543	306	8.737	7.675	35.55%	0.01	0.011
渠道5	853	657	553	4.686	4.205	50.88%	0.03	0.019
渠道6	757	159	45	22.586	15.629	26.02%	0.001	0.019
渠道7	351	193	135	7.066	6.085	40.46%	0.006	0.04
渠道8	283	148	74	6.722	7.633	38.52%	0.008	0.023
渠道9	271	93	66	17.215	18.775	26.20%	0.002	0.01
	252	20	2	25.877	18.865	12.30%	0	0.013

特色能力：

- 获客分析：灵活、多维度分析获客转化效率，支持多种渠道归因模型，衡量渠道投放效果；
- 广告监测（即将开放）：通过UTM追踪，了解每个渠道、广告的转化效果；
- 小程序二维码（即将开放）：生成、管理和追踪小程序二维码的效果，衡量线上、线下推广效果。

2. 分享：寻找社交裂变的驱动力，拼，帮，砍，送，比，换

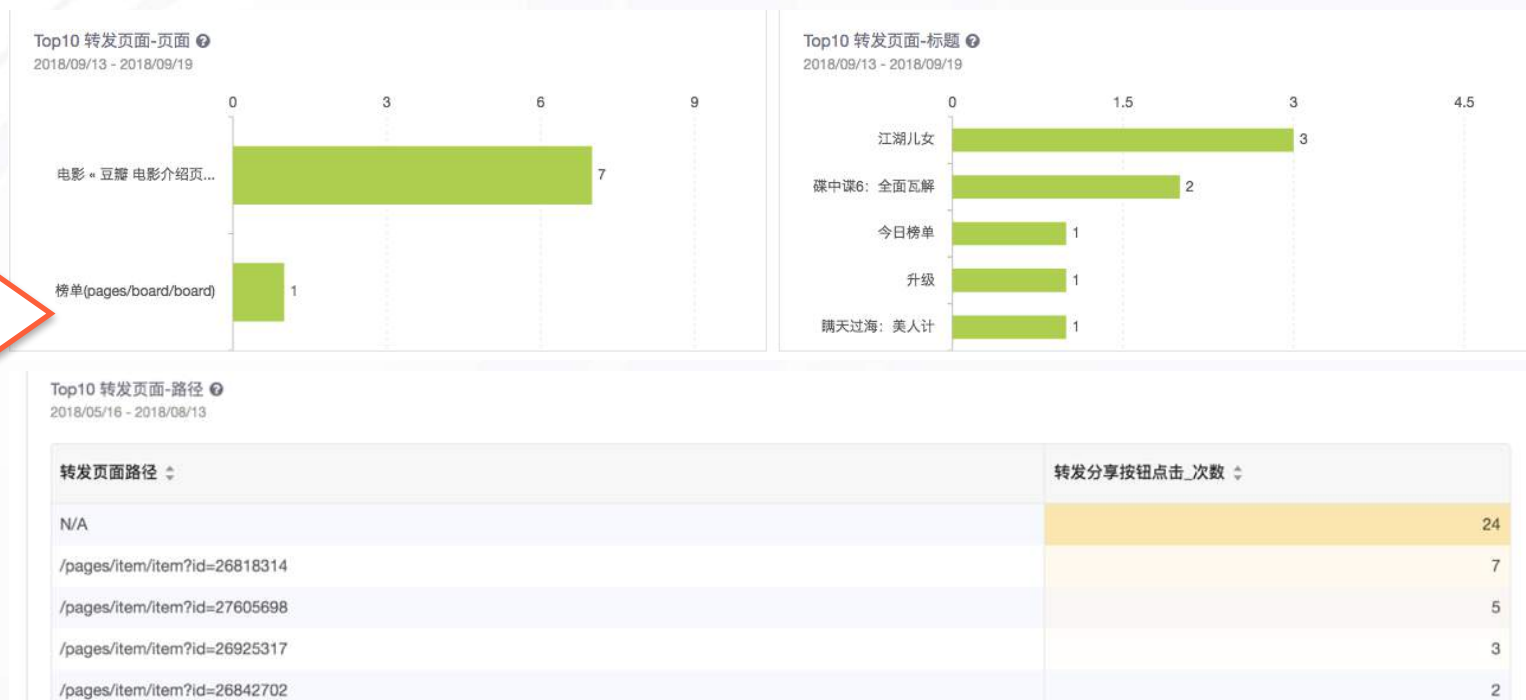
事件驱动不如关系驱动，利益驱动不如荣誉驱动



2. 分享：识别核心功能价值，定位裂变驱因素

裂变功能

裂变效果



多维度分析分享行为的页面、路径、内容、分享者

2. 分享：打通业务价值的社交链分析

渠道来源

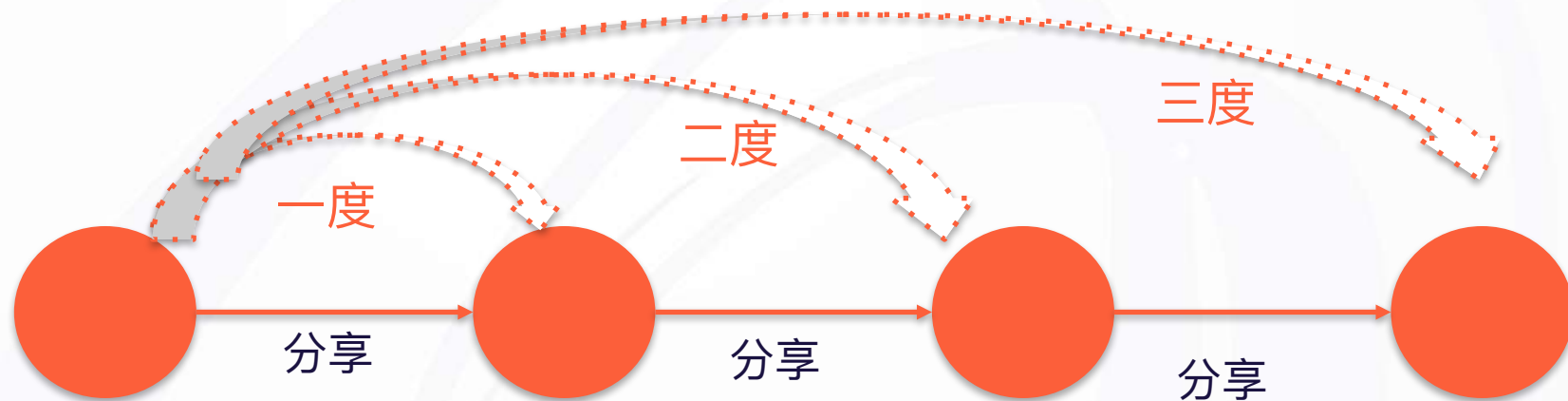
社交分享

业务价值



- 打通小程序投放来源，裂变，最终转化完整的业务链条
- 灵活设置转化目标
- 多渠道拆分横向比较（性别，地域，设备等等）

2. 分享：KOL分析支持三度社交分享



昵称	GIO ID	分享次数	三度分享带来的用户总量	一度分享带来的用户量	二度分享带来的用户量	三度分享带来的用户量
...	...	9	1050	13	121	916
...	...	3	985	6	66	913
...	...	132	970	4	60	906
...	...	4	968	13	115	840
...	...	4	942	14	110	818

- 第一个用户仅分享9次，每一度基本稳定的8-9倍的裂变，说明该用户社交关系存量大
- 第三个用户分享132次，一度分享带来用户少，三度分享用户多，认识社交关系存量用户

3. 留存：已经得到普遍关注，但仍有较大提升空间

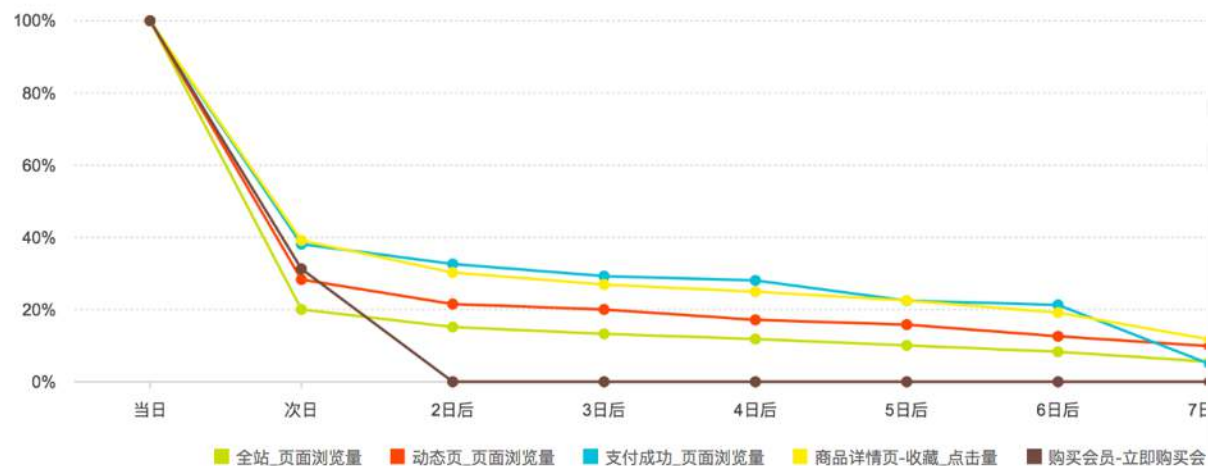
- 较2017年相比，2018年小程序用户留存率大幅上升，尤其在前4天的提升幅度明显，在第4天仍保有4.62%；
- 随着小程序生态圈的日渐成熟，连接线下生活场景的覆盖面走向广泛化，用户粘性逐渐增强。

2018年微信小程序用户留存率



数据来源：即速应用大数据
数据媒体
TMTP-OST

3. 留存：定位场景，入口，用户行为对长期留存的影响



- 用户留存分析：分析新用户、活跃用户的留存，多维度对比核心维度、用户群、行为的留存，洞悉忠诚用户的特征
- 产品功能/内容留存：了解不同产品功能、内容、行为的渗透率、留存率，助力产品优化、提升复购、内容运营

留存详情

		用户量	当日	次日	2日后	3日后	4日后
<input checked="" type="checkbox"/>	全站_页面浏览量	4,336,641	100% 4,336,641	20.0% 868,659	15.2% 657,386	13.3% 518,338	11.8% 401,506
<input checked="" type="checkbox"/>	动态页_页面浏览量	1,218,123	100% 1,218,123	28.3% 344,998	21.5% 262,215	20.0% 207,937	17.2% 151,911
<input checked="" type="checkbox"/>	支付成功_页面浏览量	288,474	100% 288,474	38.1% 109,994	32.6% 94,114	29.3% 81,935	28.1% 73,701
<input checked="" type="checkbox"/>	商品详情页-收藏_点击量	6,879	100% 6,879	39.2% 2,694	30.3% 2,082	26.9% 1,733	25.0% 1,436
<input checked="" type="checkbox"/>	购买会员-立即购买会员_点击量	486	100% 486	31.3% 152	0.00% 0	0.00% 0	0.00% 0

4. 营收：追踪用户的完整行为路径，优化关键节点的转化率



特色能力：

- 用户转化路径：还原用户在小程序里的全行为流，不错过每一个转化和流失节点
- 智能路径：自动分析核心行为（如购买、分享、收藏等）的高频转化路径
- 用户分群+细查：分群核心行为的转化/流失用户，洞察行为细节，执行定向运营策略



04

GrowingIO数据驱动增长闭环

用户流量

转化漏斗

用户分群

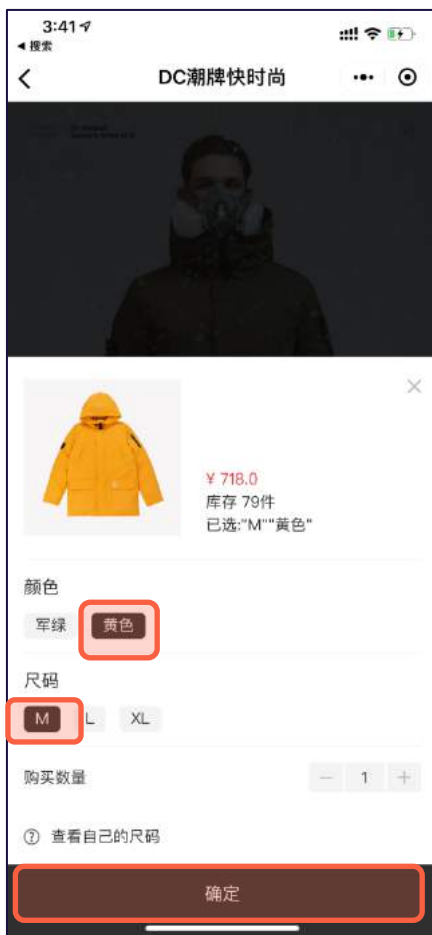
画像特征

用户推送

效果评估

无埋点实时全量行为数据采集，节省人力、缩短流程

- 全量采集数据：无埋点采集为主，全量采集交互、内容、交易等数据；埋点采集为辅，获取后台数据、实现高级配置
- 减少工作量、节省成本：通常埋点进行数据采集工作量占比高达70%，GrowingIO数据获取，大大节省工作量
- 可视化数据定义：交互式定义指标，实时监听数据，做到真正的所见即所得，直观，让业务人员可以快速定义指标



进入小程序开始实时调试

请在小程序中进行至少5步以上操作，并确认 GrowingIO SDK 能够正确记录用户行为。
(视网络状况，传回的信息可能会有5~10秒钟的延迟)

Jonathan@GrowingIO

点击事件	#handleShowSelectGoodsSheet	15:41:39
自定义事件		15:41:28
自定义事件: 添加购物车		
点击事件	选择M #handleSelectGoods	15:41:24
点击事件	选择黄色 #handleSelectGoods	15:41:18
点击事件	#handleShowSelectGoodsSheet	15:41:13
页面级变量	undefined : {"productName_pvar": "纯色连帽羽绒服"} pages/product-detail/product-detail	15:41:08
自定义事件		15:41:08
自定义事件: 浏览商品详情页		

事件详情

时间: 2018-12-20 03:41:28

Session: a48a583f-3134-470e-9a59-9c269e0aafb8

goodsSize: M

goodsColor: 黄色

goodsNum: 1

goodsID: 4216

productName: 纯色连帽羽绒服

productID: 620

title: 添加购物车

index: 4216



Double Concept®

无性别 - 潮牌快时尚



每周一更新 满89元顺丰包邮 15天无忧退换货

最新抽奖



首页



分类



买家秀



购物车



个人



用户实时行为数据验证

- 1 保证手机和登录GrowingIO的电脑处在同一网络环境下, 如果不能满足网络环境, 请扫码。
- 2 打开小程序, 等待5秒左右, 可以看到用户显示在页面中。



Jonathar

IP	国家	省份	城市
118.194.240.141	China	Beijing	
设备型号	操作系统	微信版本	应用版本
iPhone	Weixin-IOS	Weixin 7.0.1	1.0

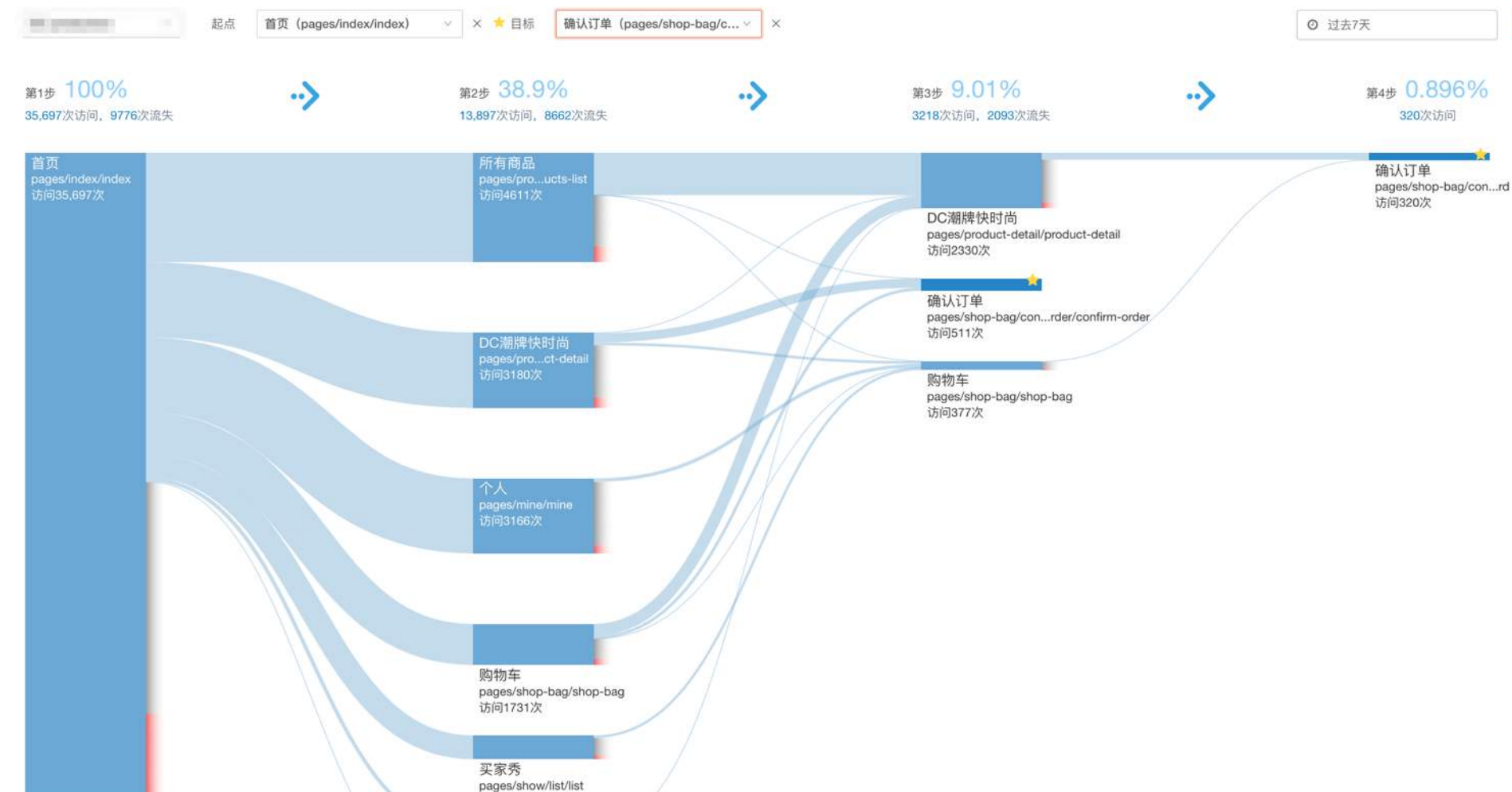
开始图选

为什么看不到用户名称和头像? [了解详情](#)



GrowingIO页面流，观察用户流量

- 根据全量的用户行为数据分析用户流量



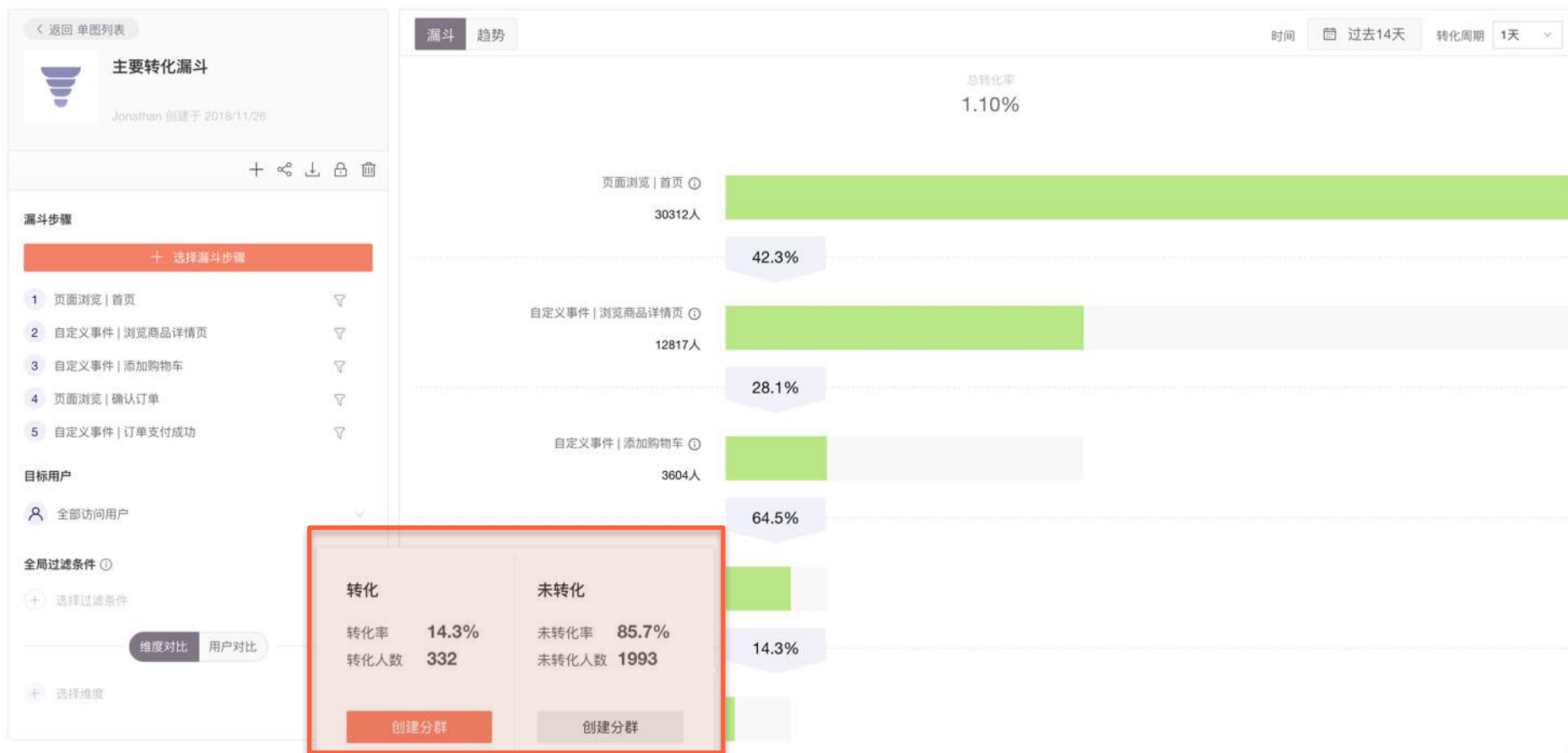
发现转化路径，创建用户转化漏斗

- 根据不同的用户行为路径，创建漏斗



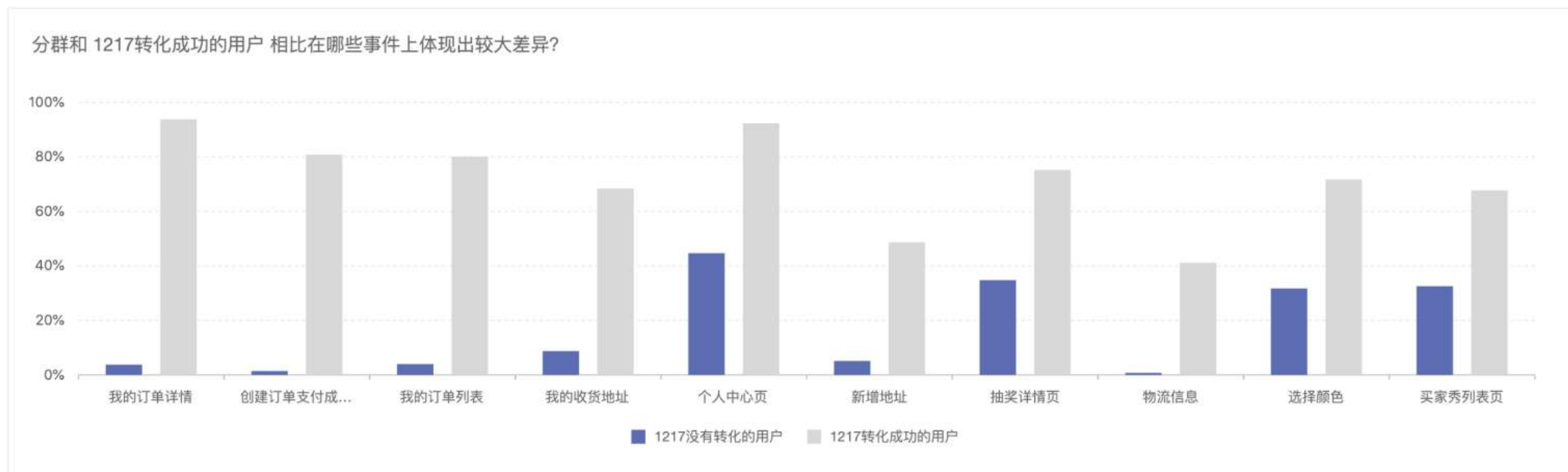
发现转化率最低的步骤，下钻，创建用户分群

- 差一步就转化的用户



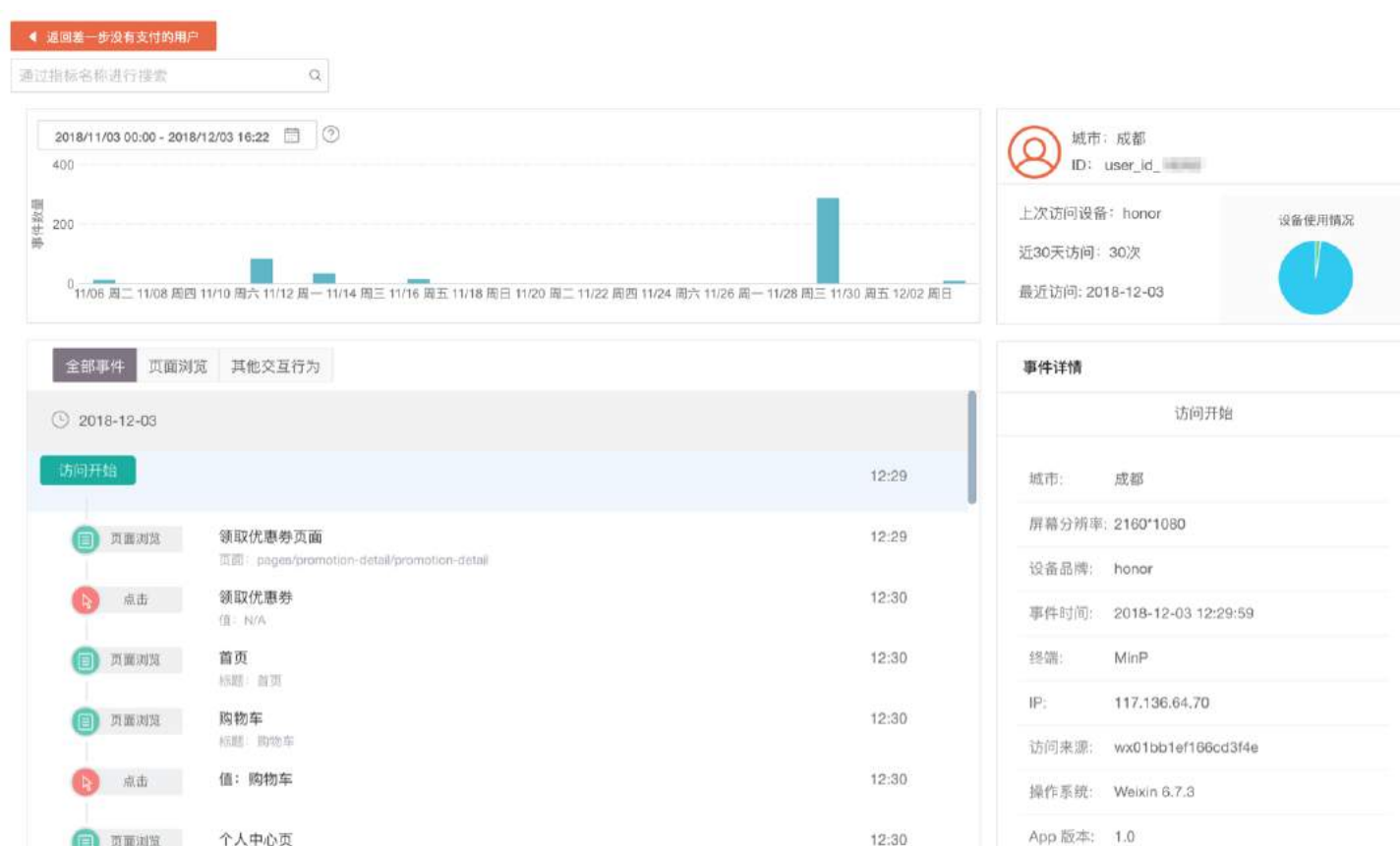
分析总结，用户群体的特征和行为

- 可以对转化用户，不转化用户进行行为特征对比



继续下钻，单个用户的完整的行为轨迹

- 场景一，了解用户为什么走，为什么留？用户研究。
- 场景二，帮助工程复现用户BUG。
- 场景三，发现用户怒点，或者服务商出现了问题。



生成用户ID列表，开始推送

- 场景一，运营人员手动下载，进行推送。
- 场景二，工程调用API自动下载符合条件的用户ID，进行推送。

用户分群数据下载：差一步就支付的用户

选择需要的用户变量字段或应用级变量 全选

- 访问用户ID
- OpenID
- UnionID
- 微信用户的性别
- 微信用户所在城市
- 微信用户所在省
- 微信用户所在国家

	A	B	C	D	E	F	G
1	访问用户ID	openid	unionid	微信用户的性	微信用户所在城	微信用户所在国家	微信用户所在省
1324	user_id_14	user_id_14		女性	Altay	China	Xinjiang
1325	user_id_14	user_id_14		男性	Guangzhou	China	Guangdong
1326	user_id_14	user_id_14		男性		China	Sichuan
1327	user_id_14	user_id_14		男性		United Arab Emirates	Dubai
1328	user_id_14	user_id_14		男性		Jersey	
1329	user_id_14	user_id_14		男性	Jiangmen	China	Guangdong
1330	user_id_14	user_id_14		女性	Taizhou	China	Zhejiang
1331	user_id_14	user_id_14		男性	Dongguan	China	Guangdong
1332	user_id_14	user_id_14		女性	Fengxian	China	Shanghai
1333	user_id_15	user_id_15		男性	Chengdu	China	Sichuan
1334	user_id_15	user_id_15		女性		Korea	Seoul
1335	user_id_15	user_id_15		女性	Boston City	US	Massachusetts
1336	user_id_16	user_id_16		男性		China	Beijing
1337	user_id_16	user_id_16		女性	Jinhua	China	Zhejiang
1338	user_id_16	user_id_16		女性		Ireland	Clare
1339	user_id_16	user_id_16		女性		Thailand	Chiang Mai
1340	user_id_17	user_id_17		男性	Lianyungang	China	Jiangsu
1341	user_id_17	user_id_17		女性	Zhuzhou	China	Hunan
1342	user_id_18	user_id_18		男性		St.Kitts and Nevis	
1343	user_id_19	user_id_19		女性	Nantong	China	Jiangsu
1344	user_id_20	user_id_20		女性	Yanan	China	Shaanxi
1345	user_id_21	user_id_21		男性		Italy	Firenze
1346	user_id_22	user_id_22		女性		Ireland	Clare
1347	user_id_22	user_id_22		男性		China	
1348	user_id_24	user_id_24		男性	Quanzhou	China	Fujian
1349	user_id_24	user_id_24		女性		Madagascar	
1350	user_id_24	user_id_24		男性	Shenzhen	China	Guangdong
1351	user_id_24	user_id_24		男性	Dali	China	Yunnan
1352	user_id_26	user_id_26		女性	Semporna	Malaysia	Sabah
1353	user_id_27	user_id_27		男性	Keelung City	China	Taiwan
1354	user_id_27	user_id_27		男性		Italy	Torino
1355	user_id_27	user_id_27		男性	Tongzhou	China	Beijing
1356	user_id_27	user_id_27		女性	Qingyuan	China	Guangdong
1357	user_id_28	user_id_28		男性	Chengdu	China	Sichuan

触达后的效果评估

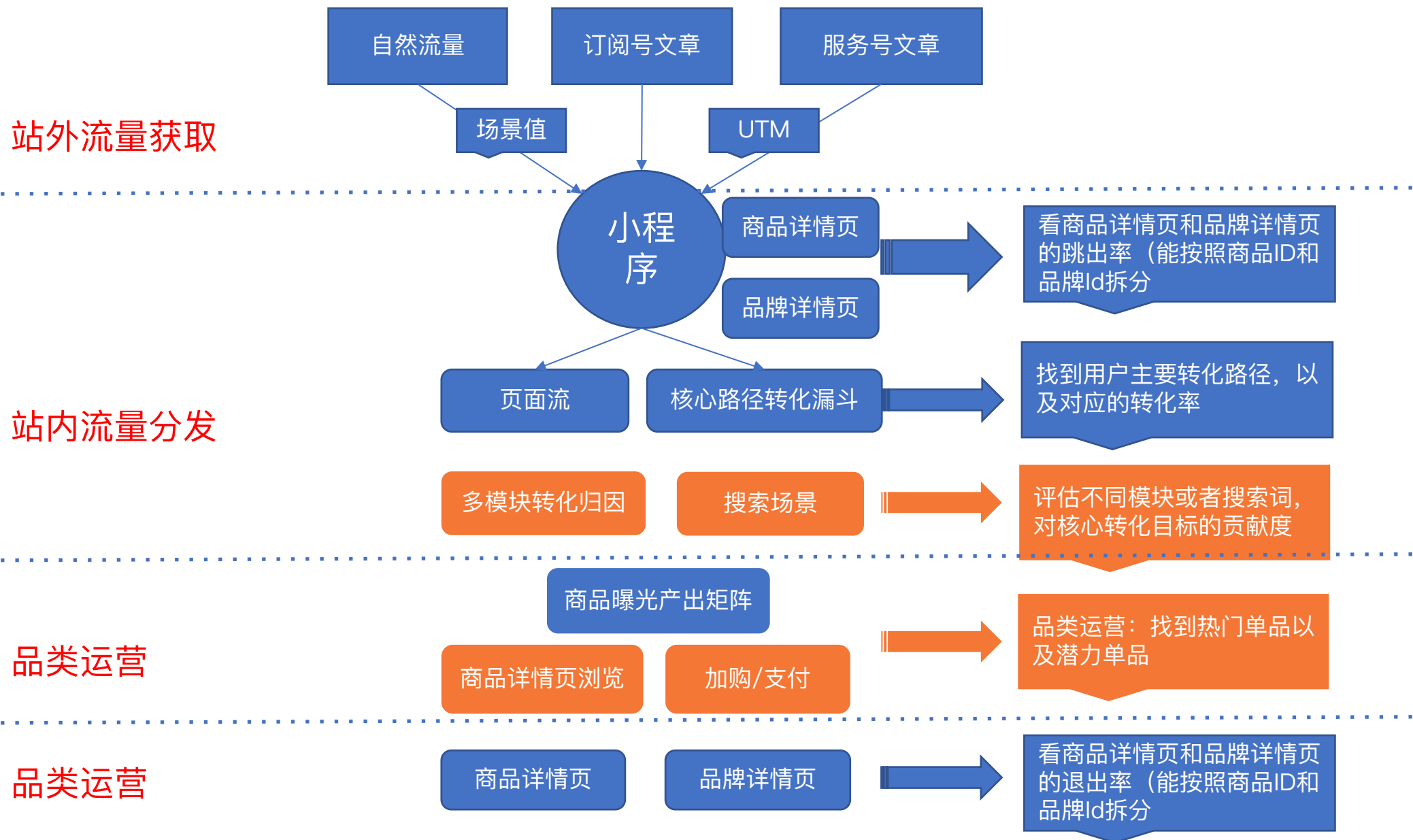
- 场景一，浏览过xxx商品，没有加入购物车，推送「请把xxx商品加入购物车」
- 场景二，差一步就支付的客户，推送「送您优惠券，请马上支付吧」
- 推送完之后，衡量效果



数据驱动用户运营，构建增长闭环



拉新获客流量的前世今生



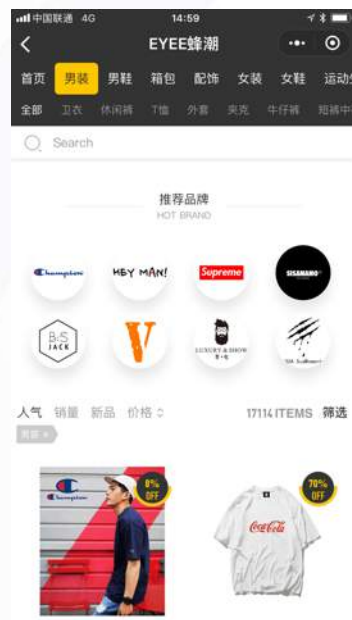
领先的客户已经在增长的路上

中原地产



- 线下推广效果分析
- 广告投放优化

蜂潮电商EYEE



- 转化分析提升GMV
- 全渠道电商运营

宝宝巴士



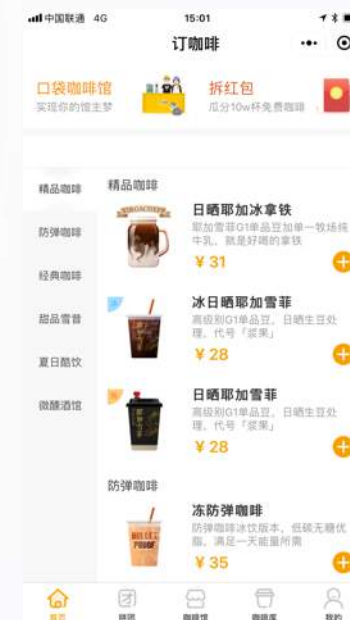
- 新用户拉新, 转化
- 老用户留存

MatchU



- 新客户激活留存优化
- 老客户持续消费

连咖啡



- 社交裂变经典实践
- O2O模式的又一创新

免费试用
GrowingIO 小程序分析工具



关注 GrowingIO 微信公众号





THANK YOU

用数据驱动企业增长