

GrowingIO

用数据驱动企业增长

增长公开课 NO.30

数据驱动落地页转化率提升

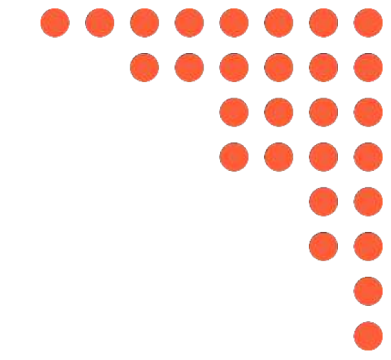




王繁

前平安陆金所资深产品设计

9 年设计经验，善于用数据思维辅助设计决策，曾通过页面优化为企业实现 72% 购买转化率的提升。



1.前言

2.落地页的形式

3.落地页的衡量指标

4.落地页转化的优化方式

用户获取分析策略

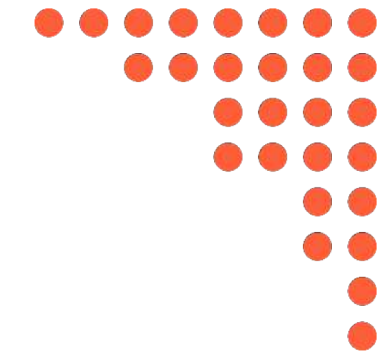


在用户获取路径的关键接触点中，落地页是承接流量的一个重要触点，它的目标是转化用户（注册/下载APP）和商品（购买）。

什么是落地页？

落地页也称着陆页，简单的说是指访问者通过站内（Banner）、站外(信息流广告、EDM等)渠道点击进入的第一个页面。

落地页的目标



拉新
发展新用户
搜集线索



活动引流



付费
促成交易

一、引导点击下载APP (获取用户)

视频广告-落地页-APP下载



视频广告-APP下载



微信号: cwbbrand

二、引导填写信息、搜集线索（获取用户）

10:04 4G

GrowingIO 增长公开课第 30 期: ...

GrowingIO

增长公开课 NO.30

数据驱动落地页转化率提升

欢迎报名参加

课程时间: 3月26日 (星期二) 15:00-16:00 (系统根据 cookie 识别, 不同端口登录需重新提交资料, 给大家带来不便, 敬请谅解)

姓名 *

手机 (开场前30分钟提醒) *

邮箱 (会后接收PPT) *

公司名称 *

一、您的职位(单选) *

A、产品总监

B、市场/运营总监

10:05 搜索

2019上海国际咖啡美食文化节

2019年4月1日-4日

上海新国际博览中心 (N6馆/ET3馆)

一年一度上海咖啡美食盛事
2019上海国际咖啡美食文化节
再次引爆魔都!
一次逛展,
就能一次打卡100+家全球知名咖啡馆
及美食店
还能免费吃喝各种当红咖啡、茶饮、美食

立即抢票, 一次性打卡100+咖啡美食店!

目前已经有 7550 人索票成功

姓名 *

手机 *

邮箱 *

写评论...

10:06 搜索

英博口腔

韩国进口种植牙

“8020”种植牙关爱计划

3999 元/颗

【含种植体+基台+牙冠】

市价: 7000元/颗

免费领取口腔检查套餐

网络预约

目前已经有 2156 人参与活动

您存在的牙齿问题: *

您的年龄?

您怎么称呼? *

您的联系方式 (已加密放心填写) *

10:06 搜索

美奥口腔 MYOUR DENTAL

算一算

我的牙齿矫正需要花多少钱

计算你的矫正费用

目前已经有 569 人参与活动

您的牙齿情况 *

--请选择--

您的姓名

您的手机 (已加密放心填写)

电话拨打

立即计算矫正费用

三、引导注册（获取用户）

获取手机号，注册等



四、导购/直接售卖产品或服务促成交易（获取收入）

引导打开H5，如果有安装APP，唤起APP



五、导购/直接售卖产品或服务（提高活跃度）

活动导流



【精致生活从一张画】

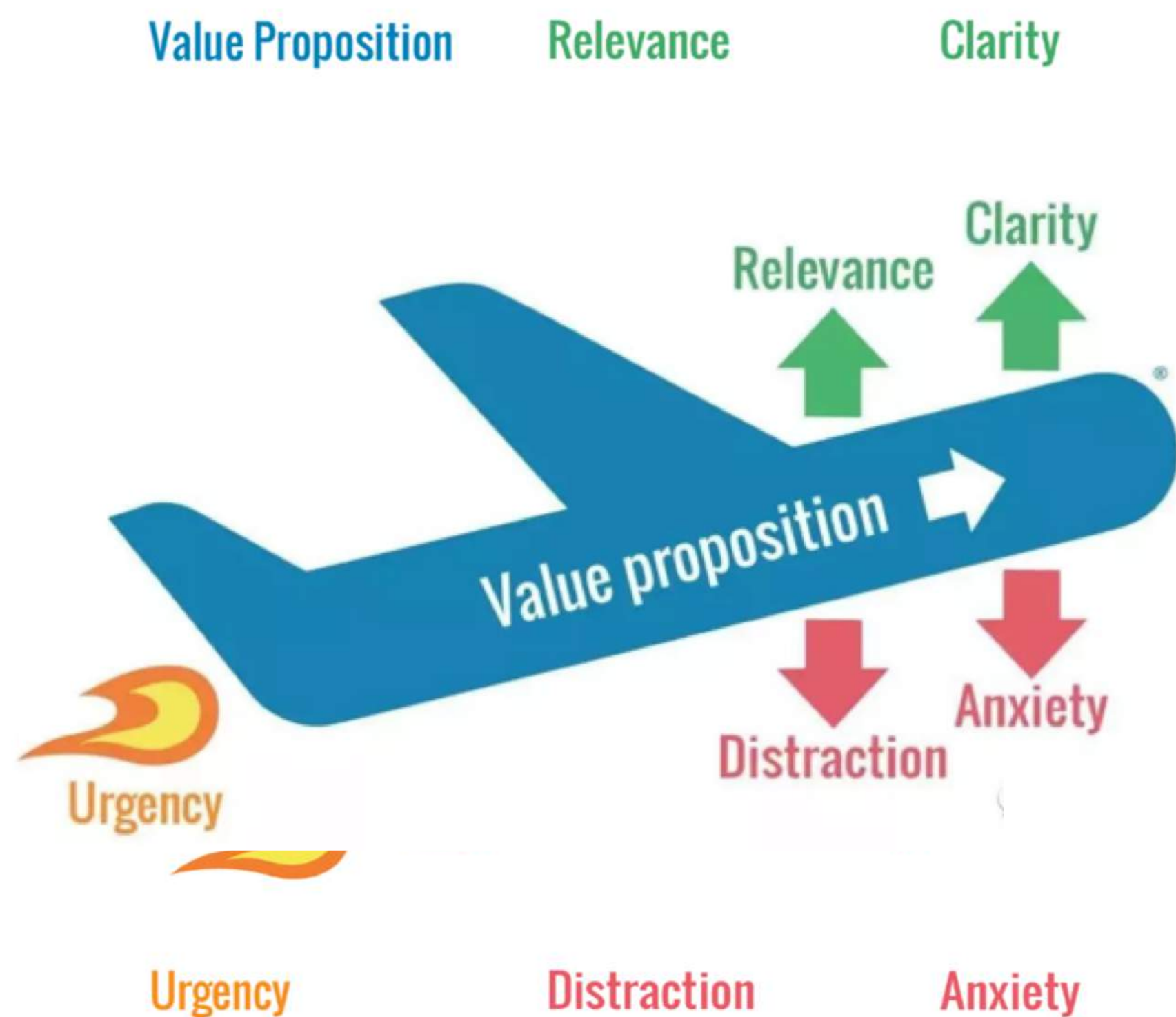
新中式风格以中国传统古典文化作为背景，如果想让家变得更加文化、气质一些，可以在墙上做文章。

3月春意盎然，选一件色彩鲜艳，充满生机，笔墨精到，构图独特，更富中国画的意境美。而细腻的工笔花鸟画就是很好的选择。

推荐作品



落地页质量提升的六个优化法则



Value Proposition: 一个产品只有给用户带来价值才有转化的可能;

Relevance: 如何传达出, 产品价值与用户的需求有更强的关联。

Clarity: 产品的价值传达地清晰吗? 用户能明确知道自己能得到什么吗?

Urgency: 时效性、稀缺性

Distraction: 保持用户专注, 减少分散注意力的因素。

Anxiety: 如何减少用户顾虑?

一、价值主张优化

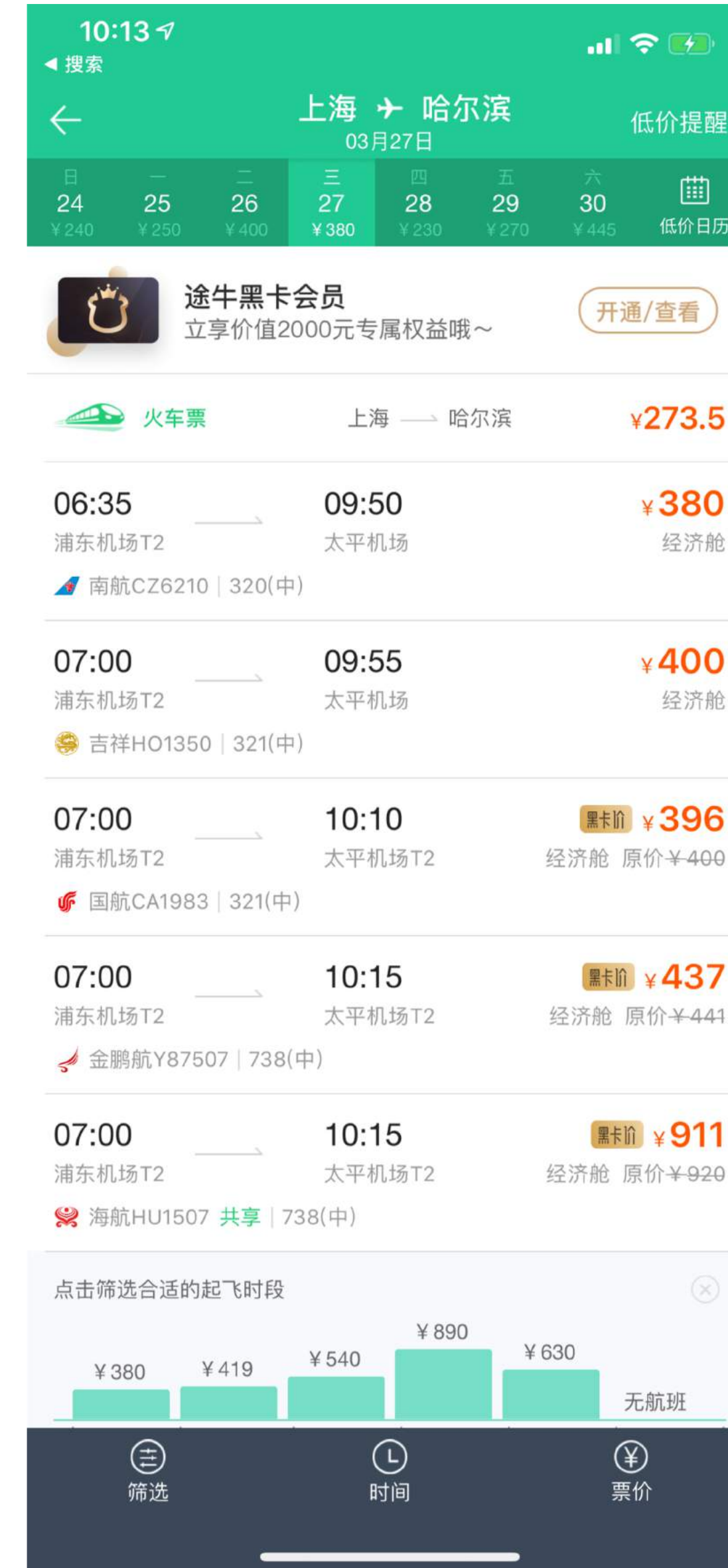
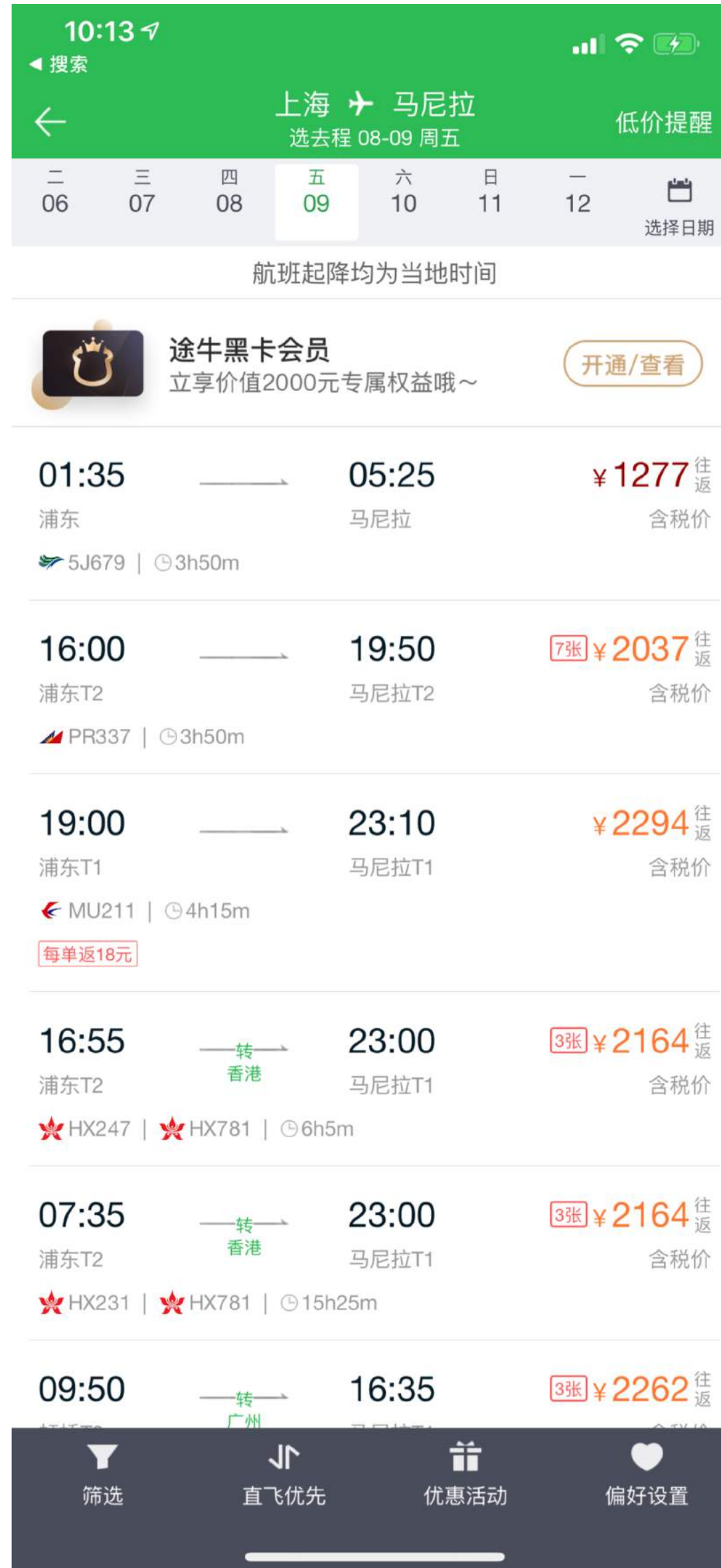
优化前



优化后



二、相关性



三、页面清晰度优化

优化前



优化后



四、减少分散注意力



五、降低焦虑感



六、制造紧迫感



拉尔夫的地方酒店 (Ralph's Place)

舒适型

热卖

8.5 棒棒哒

236份点评

查看所有点评

93%的住客会向亲友安利哦!

6小时前有人刚完成预订

Bolabog, 布拉伯滩, 长滩岛, 菲律宾

查看地图

打卡推荐地

查看全部

布拉伯海滩

550米

白沙滩

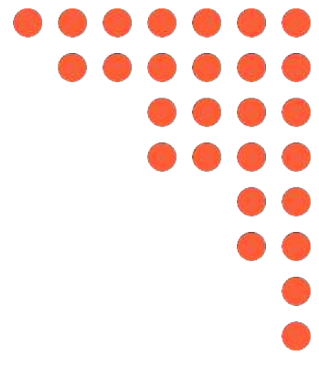
980米

圣母礁岩

1.0公里

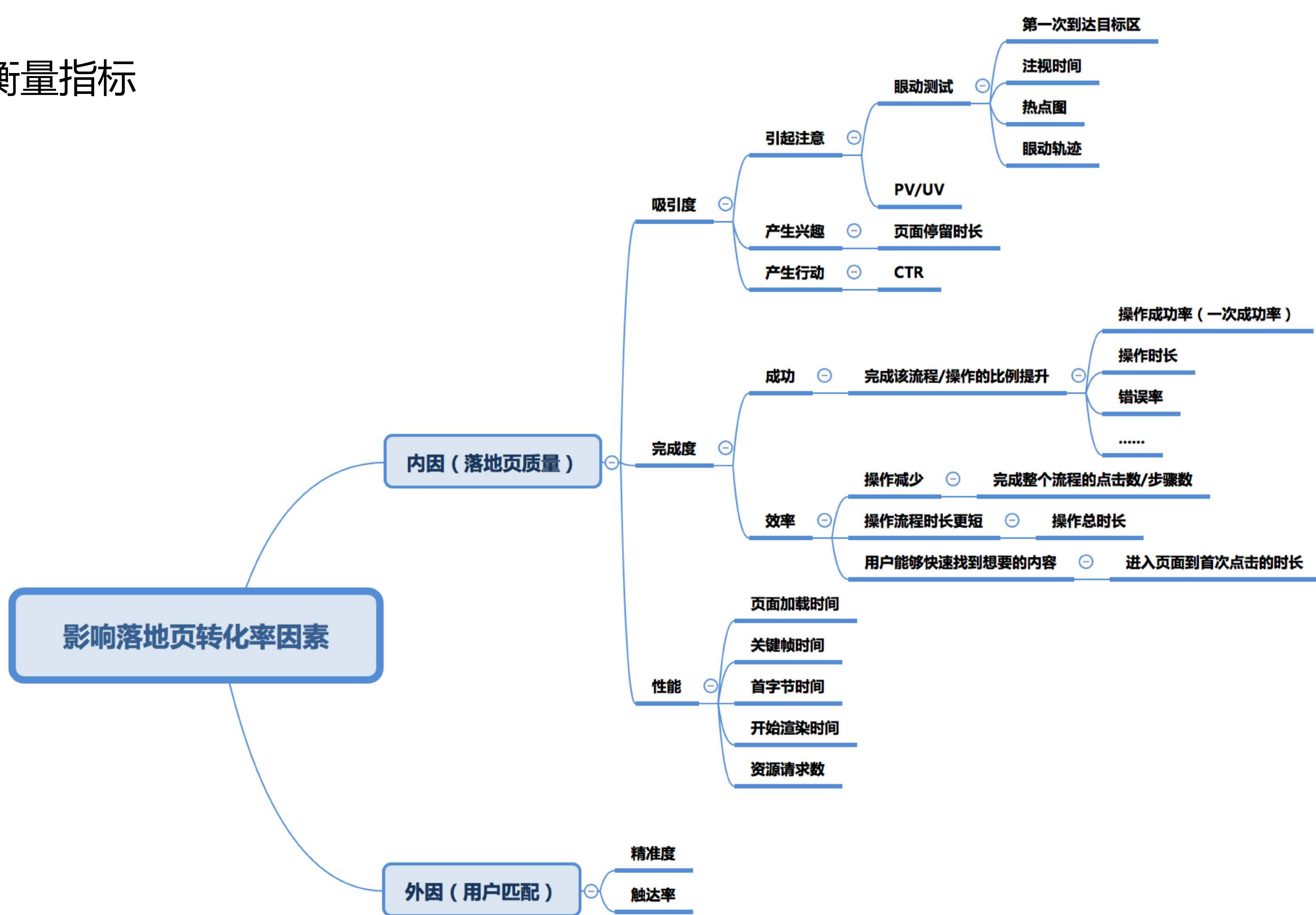
6人也在浏览该酒店住宿





管理学大师彼得·德鲁克说：“你无法衡量的东西，你也无法管理”。

落地页衡量指标



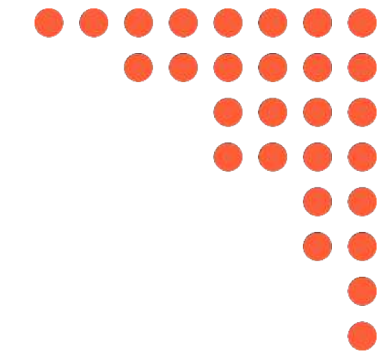
定位正确的用户

注册维度												
投放来源	用户总数	注册来源	注册城市	注册人数	新增注册	环比	同比	获客成本				
来源_1												
来源_2												
来源_3												
下单维度												
投放来源	用户总数	渠道来源	下单城市	下单人数	新增下单	环比	同比	获客成本	60天留存	90天留存	180天留存	360天留存
来源_1												
来源_2												
来源_3												
受众结构												
投放来源	性别	年龄	航段									
来源_1												
来源_2												
来源_3												

落地页转化数据分析思路



一、确定转化路径



85%的转化行为
通过这样的路径发生



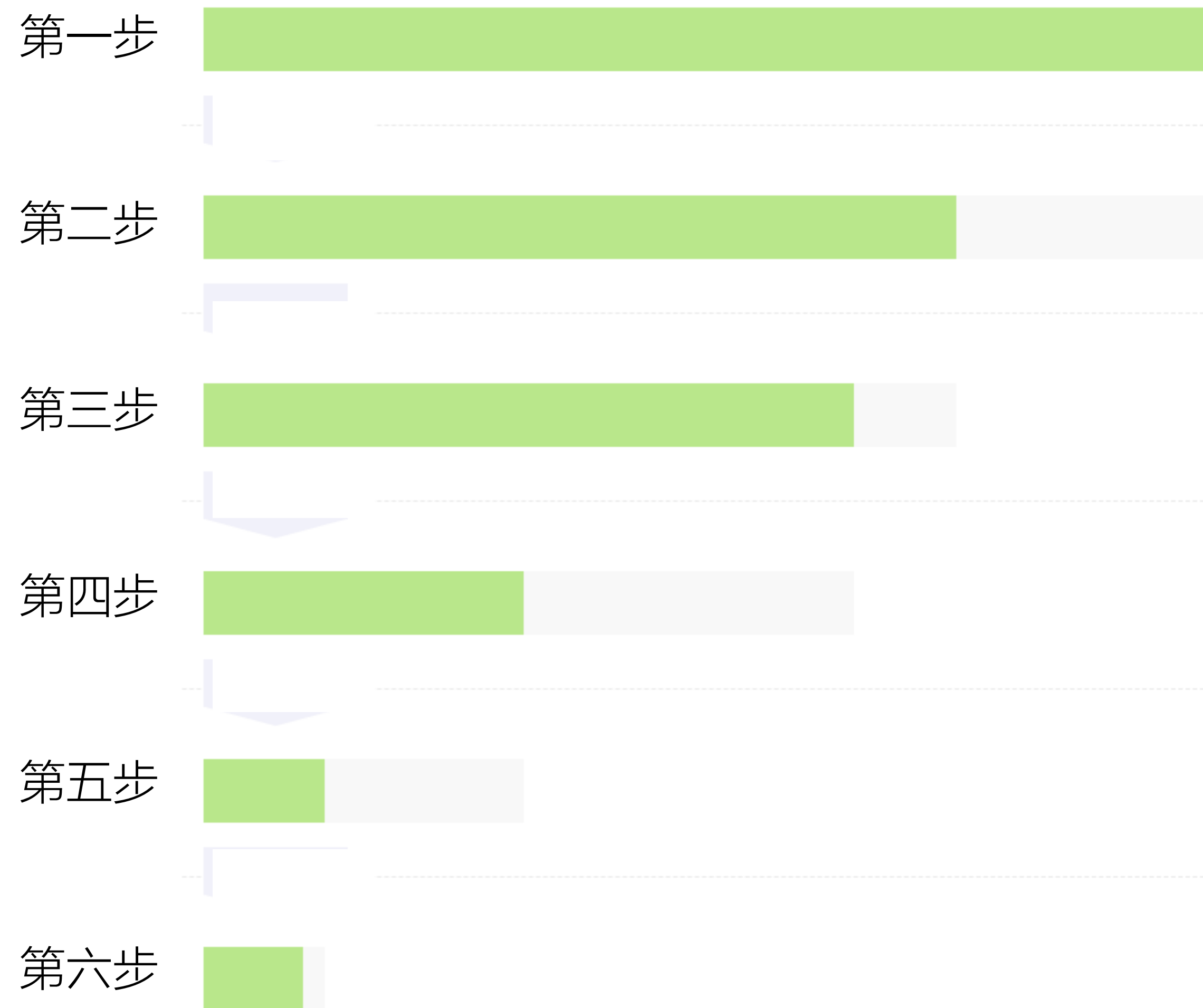
83%的转化行为
通过这样的路径发生



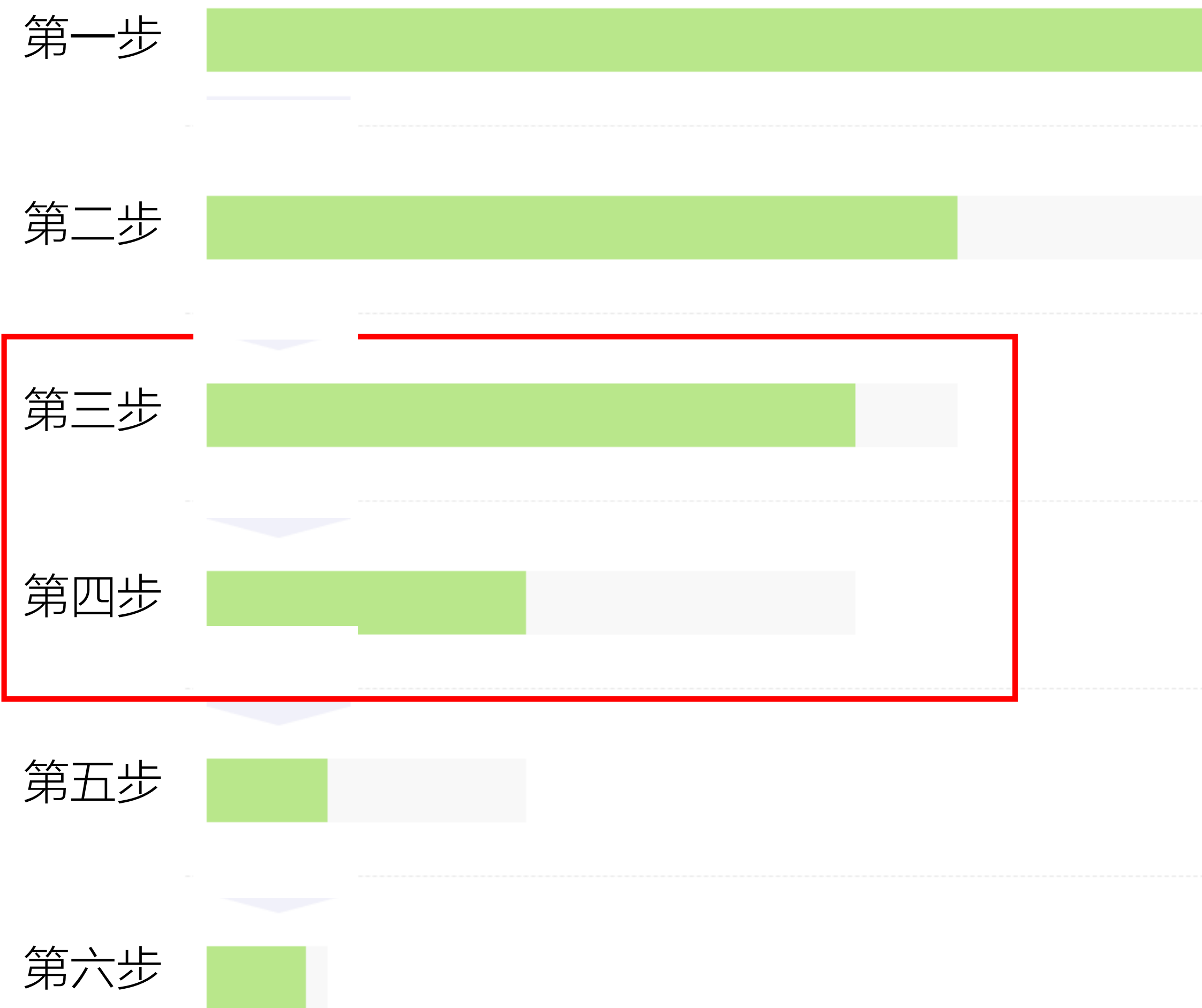
75%的转化行为
通过这样的路径发生



二、建立转化漏斗



三、找出关键流失节点



四、锁定目标人群

用户分群列表

[+ 新建分群](#) [上传登录用户ID](#) | [我的](#) [订阅](#) [全部](#) [按更新时间由近及远排序](#)

分群名称	分群人数	分群类型	创建人	更新时间	最近计算	操作
		规则创建	王紫			☆ ↓ ↻ ↺
		规则创建	王紫			☆ ↓ ↻ ↺

分群规则

A and B

A 用户做过 >= 1次

AND

B 用户做过 < 1次

分群规则

A and B

A 用户做过 >= 1次

AND

B 用户做过 < 1次

五、总结典型行为特征

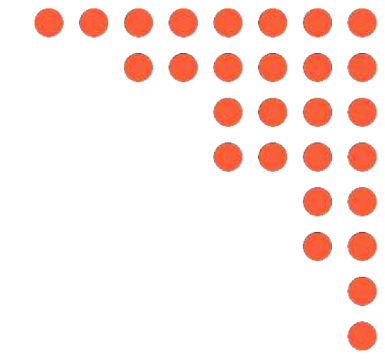
1	上座	【100% 订单完成率】
2	上座	【100% 订单完成率】
3	上座	【100% 订单完成率】
4	上座	【100% 订单完成率】
5	上座	【100% 订单完成率】
6	上座	【100% 订单完成率】
7	上座	【100% 订单完成率】
8	上座	【100% 订单完成率】
9	上座	【100% 订单完成率】
10	上座	【100% 订单完成率】

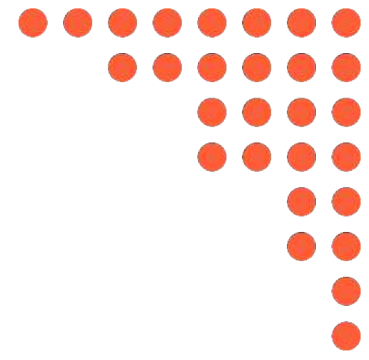
1	上座	【100% 订单完成率】
2	上座	【100% 订单完成率】
3	上座	【100% 订单完成率】
4	上座	【100% 订单完成率】
5	上座	【100% 订单完成率】
6	上座	【100% 订单完成率】
7	上座	【100% 订单完成率】
8	上座	【100% 订单完成率】
9	上座	【100% 订单完成率】
10	上座	【100% 订单完成率】

1	上座	【100% 订单完成率】
2	上座	【100% 订单完成率】
3	上座	【100% 订单完成率】
4	上座	【100% 订单完成率】
5	上座	【100% 订单完成率】
6	上座	【100% 订单完成率】
7	上座	【100% 订单完成率】
8	上座	【100% 订单完成率】
9	上座	【100% 订单完成率】
10	上座	【100% 订单完成率】

1	上座	【100% 订单完成率】
2	上座	【100% 订单完成率】
3	上座	【100% 订单完成率】
4	上座	【100% 订单完成率】
5	上座	【100% 订单完成率】
6	上座	【100% 订单完成率】
7	上座	【100% 订单完成率】
8	上座	【100% 订单完成率】
9	上座	【100% 订单完成率】
10	上座	【100% 订单完成率】

小结





4月20日 GrowingIO 增长大会 上海站

免费试用 GrowingIO 用户行为分析

