

# 从蹒跚学步到小步快跑， 好好住从 0 到 1 组建增长团队

向泳州，好好住数据科学总监

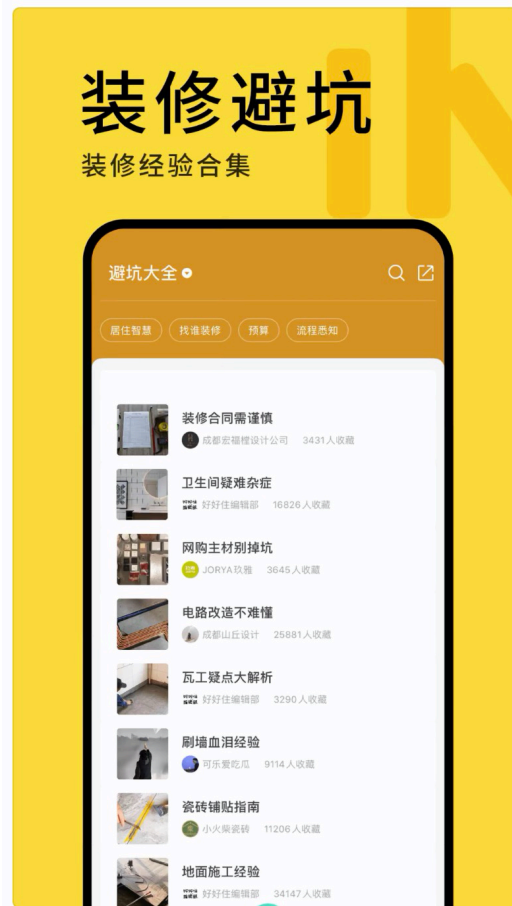
目录  
CONTENT

- 1 关于“好好住”
- 2 增长团队的成立背景
- 3 组建增长团队的三招三式
- 4 运营增长团队的四大秘籍



# 关于“好好住”

# 好好住 App



# 好好住 App

GrowingIO



2000 W

注册用户

400 W

月活跃用户

300 W

月受益装修用户

5 W

全案设计师

# 个人简介

GrowingIO



向泳州

好好住 数据科学总监 & 用户增长负责人

毕业于哥伦比亚大学，曾经在海外大厂里搬过砖，也在小厂里操过心。



## 增长团队成立的背景



# 增长团队成立的背景





# 给老板布置十一假期任务

(1) 阅读曲卉《硅谷增长黑客实战笔记》

(2) 学习曲卉《高阶增长》课程前两章

- 建立【增长大局观】，学会从业务负责人的角度看增长
- 从头开始，5步上线你的第一个【增长实验】

(3) 对齐视角和工作方法

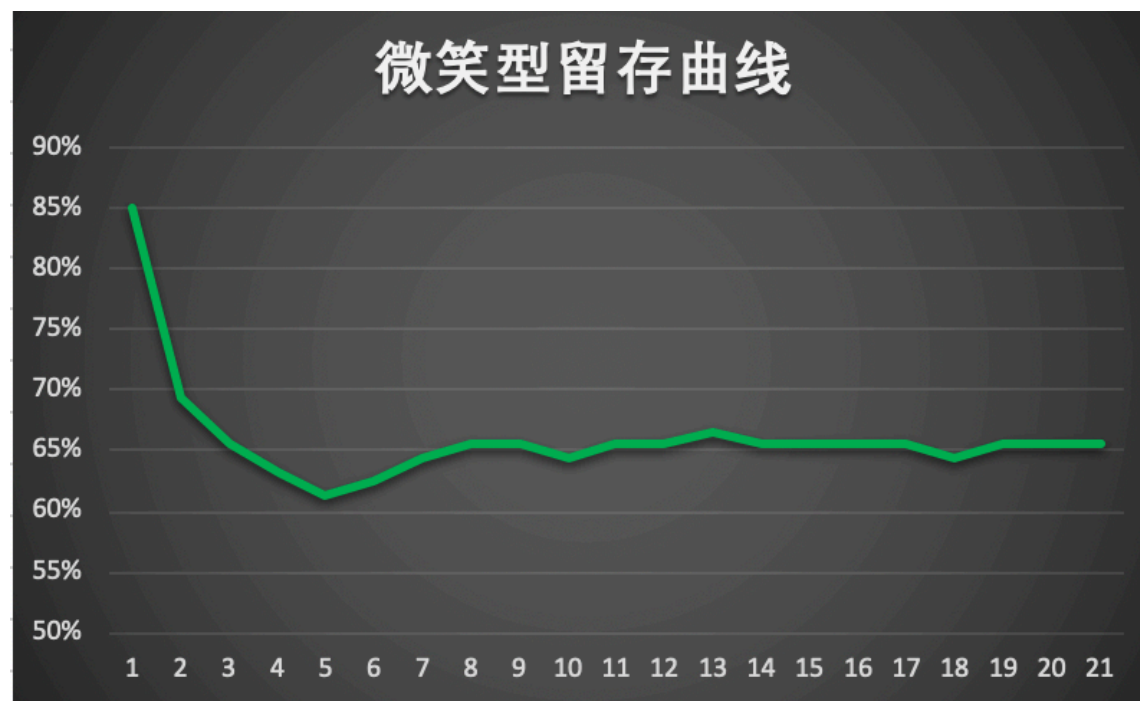
- 数据驱动 vs 运营驱动
- 硅谷式 vs 北京式

# 增长团队的工作边界

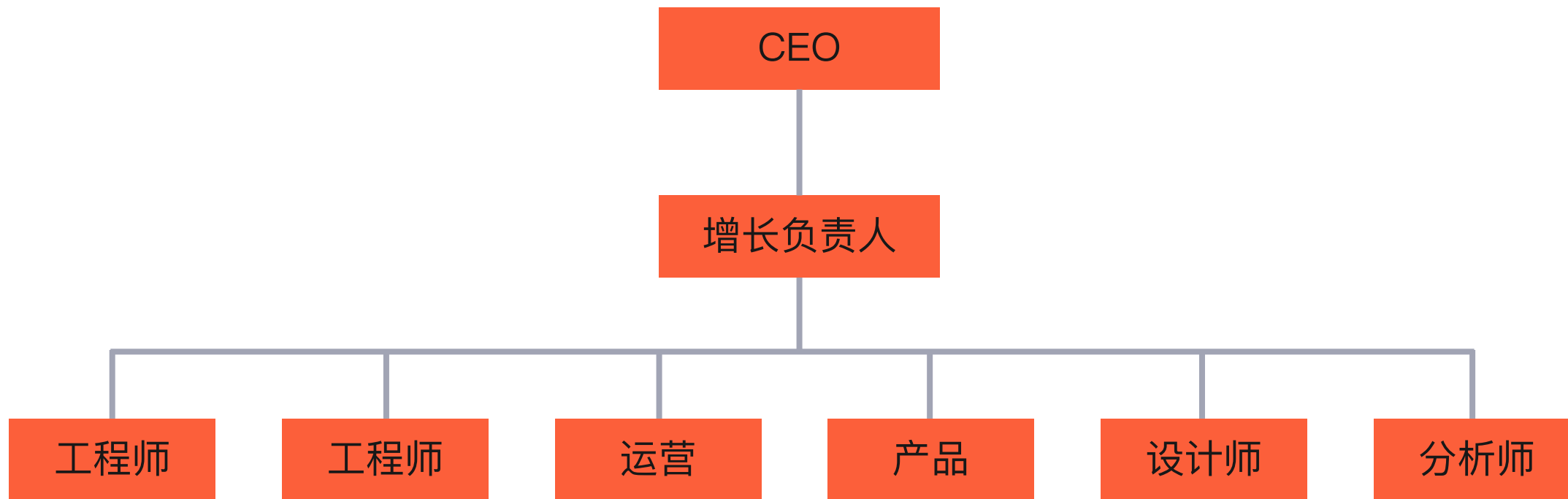
使用的第一版框架为AARRR

Retention – Activation – Referral – Revenue – Acquisition

Retention – Activation – Referral – Revenue – Acquisition



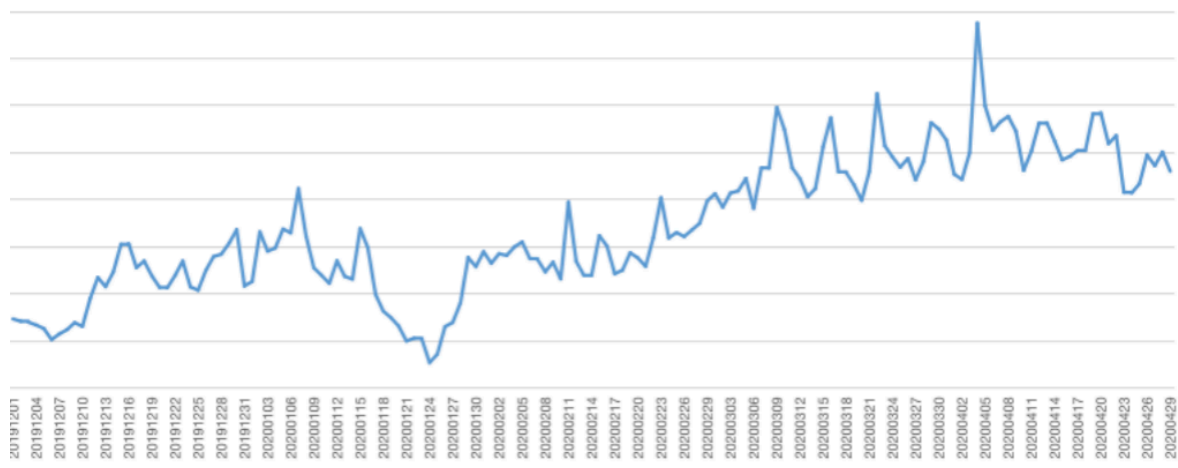
# 增长团队的组织架构



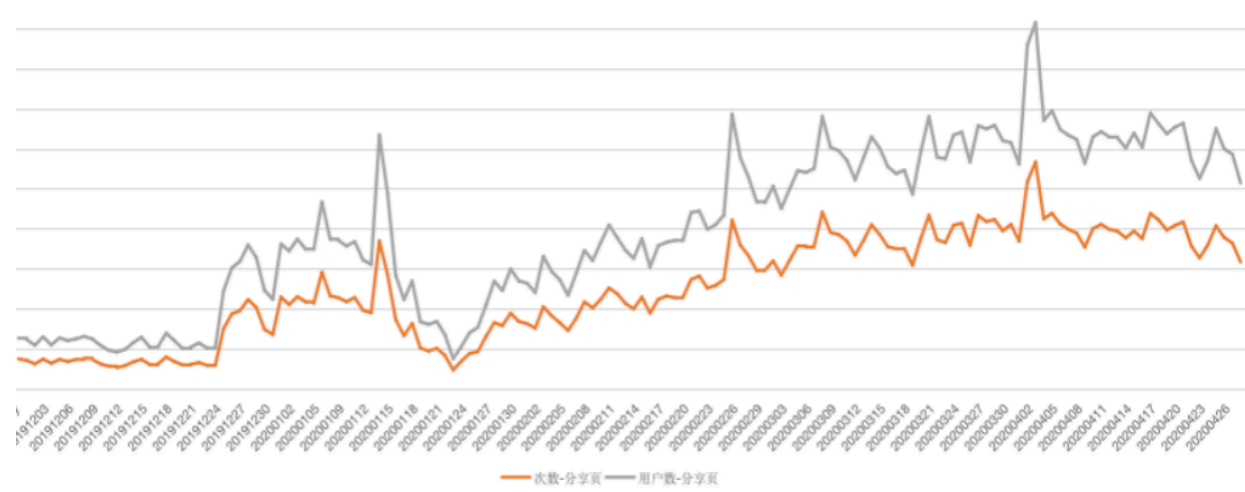
# 增长团队的发展历程



# 增长团队的成果

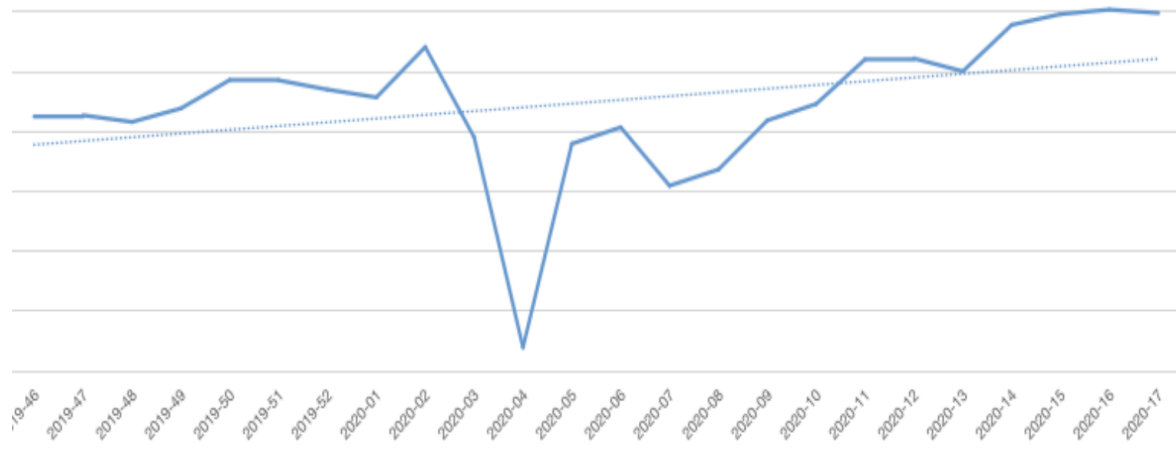


① 下载人数

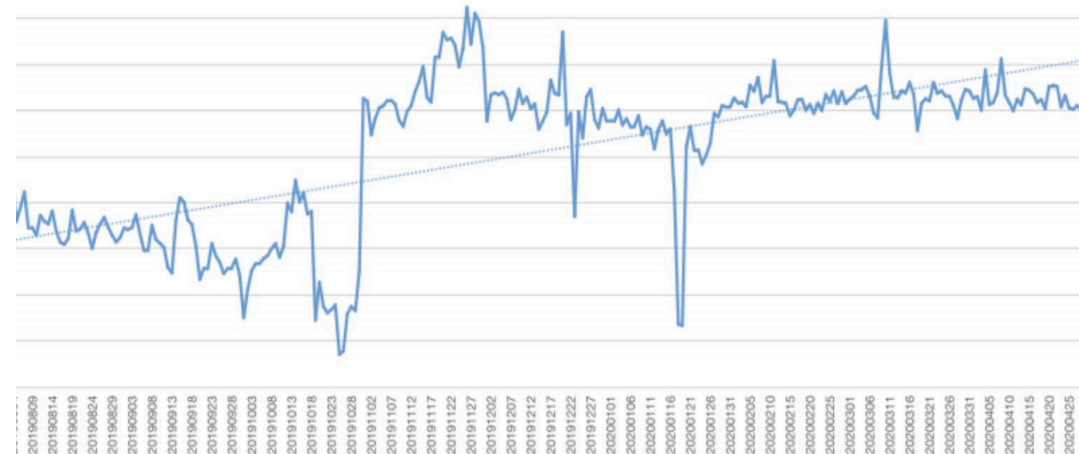


② 对外分享页唤回 DAU

# 增长团队的成果



③ 次周留存率



④ 注册转化率



## 组建增长团队的三招三式



# 增长团队成立的先决条件





# 增长团队成立的先决条件

(1) MPF vs PMF

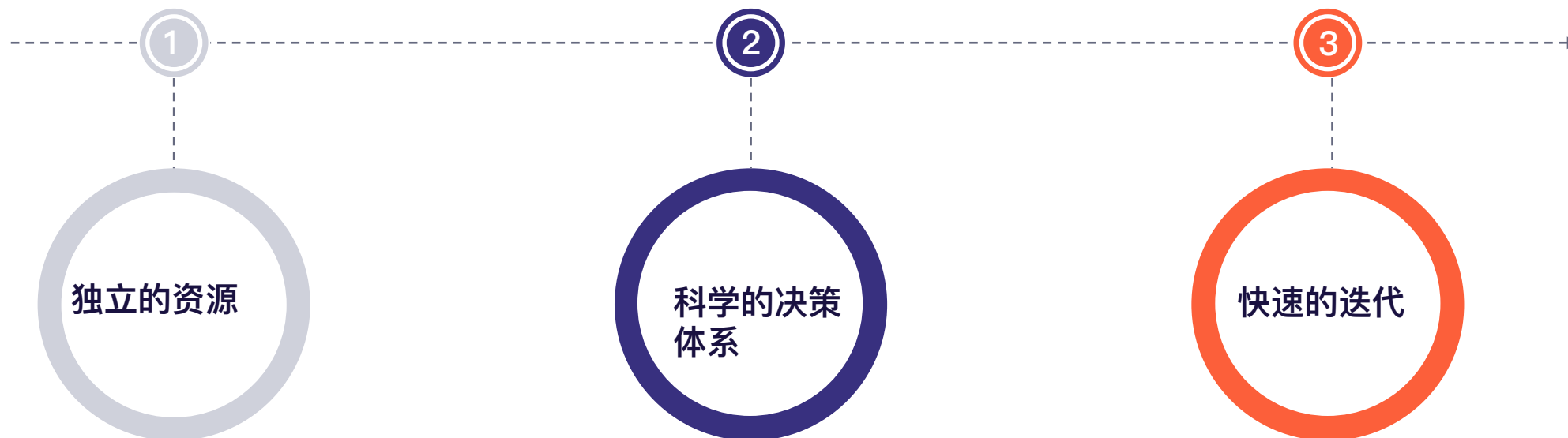
(2) 一个产品是否有PMF

- 留存曲线是否走平
- NPS表现是否为正，是否大于2

(3) 如无基础的数据建设，必然拔剑四顾心茫然

- 最基础的增长数据，使用 GrowingIO 就足够了

# 增长团队有功效的基石条件



# 独立的资源-案例分享

标签组卡片 - 实验组1




标签组卡片 - 实验组2







标签组卡片 - 实验组3



# 独立的资源-快速迭代


 **暴走的铁锤**  
“来好好住，和我一起发现家的一万种可能”

[下载APP](#)

整屋案例 看图 找设计师 装修待办 居家经验

[下载好好住](#)

 **超低成本爆改出租房5步攻略**  
.....

[下载APP](#)

 **注册好好住即刻瓜分百万福袋**  
赢万元冰箱等超级好礼~

[下载APP](#)

**住友专享福利卡** 

限时领/全国12家设计公司联名优惠

- 送戴森净化器
- 施工最高减10000

[下载APP](#)

# 科学的决策体系

实验	衡量标准	对大目标的 impact (多大影响, 从1-10)	完成主要指标的 confidence (多大信心)	ease (实现成本) 实现成本越低, 分越高	探索分 (新东西, 有长期迭代的可能性) (0-2分) (加分项)	overall
<p>目的: 提升站外分享页的下载率</p> <p>思路: 用户在对外分享页, 通过物理按键和手势返回, 先回到通用下载页面, 再次返回, 回到聊天界面 (今日头条)</p>	<p>核心指标: 页面带来的下载和启动</p> <p>辅助指标: 页面曝光量</p> <p>负向指标: 分享率</p>	8	4	8		20
<p>目的: 提升站外H5分享页的下载率</p> <p>思路: 如果每日抽奖活动上线并常驻站内, 可以在H5分享页顶部banner展示「来好好住, 参与每日抽奖」类似的文案, 利益诱惑用户下载APP</p>	<p>核心指标: banner点击率</p> <p>辅助指标: 带来的下载</p> <p>负向指标: -</p>	8	5	8		21
<p>目的: 提升站外分享页带来的DAU的量</p> <p>思路: 「打开APP」悬浮框, 页面下滑的时候才出现, 并伴有出现动效, 吸引点击</p>	<p>主要指标: 打开APP的点击率</p> <p>参考指标: 带回的DAU和下载量</p> <p>负向指标: 打开APP的点击率</p>	8	5	7		20
<p>目的: 针对注册满一周的用户, 进行定制化Push召回</p> <p>思路:</p> <p>1、内容向: 来好好住已经一周啦~送你一份装修攻略合集! (可以拆装修状态分群)</p> <p>2、利益向: 来好好住已经一周啦~额外赠送三次抽奖机会 (如果每日抽奖上线, 或者抽奖拉新活动持续做)</p>	<p>主要指标: PUSH点击率</p> <p>参考指标: 次周留存</p> <p>负向指标: PUSH关闭率</p>	7	5	8		20
<p>目的: 提升快照分享率</p> <p>思路: 引导下载的二维码区域在生成快照时不展示, 保存图片或者分享出去再做展示</p>	<p>主要指标: 快照的分享率=成功分享/生成快照</p> <p>参考指标: 通过快照带来的下载量</p> <p>负向指标:</p>	4	3	7		14
<p>促关注小idea: 住友在其他住友的个人主页浏览满足一定条件, 比如加载两次, 点进一次详情页等弹气泡提醒「看我这么久, 不关注我一下嘛」</p>	<p>主要指标: 个人主页关注率=个人主页关注数/曝光</p> <p>参考指标: 产生关注行为的用户占比、关注总数</p> <p>负向指标: 个人主页跳出率</p>	5	6	7		18
<p>没开推送的用户, 在浏览过程中, 以下沉条的形式弹出一条好内容, 并引导打开推送。“小户型的空间改造应该注意这些”。打开推送我们就会把好内容直接送到你面前~~”</p>	<p>主要指标: 下沉条的点击率</p> <p>参考指标: 推送开启率</p> <p>负向指标:</p>	6	2	7		15

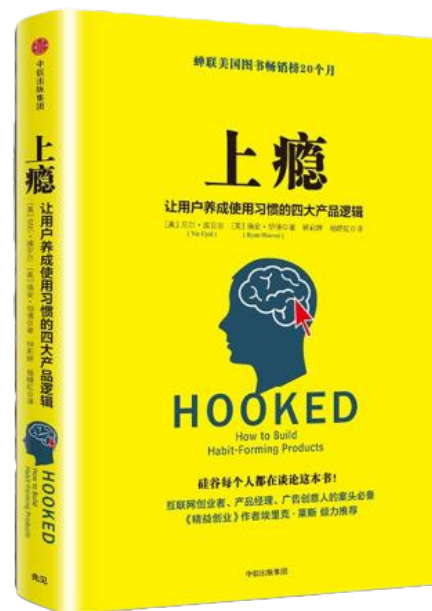
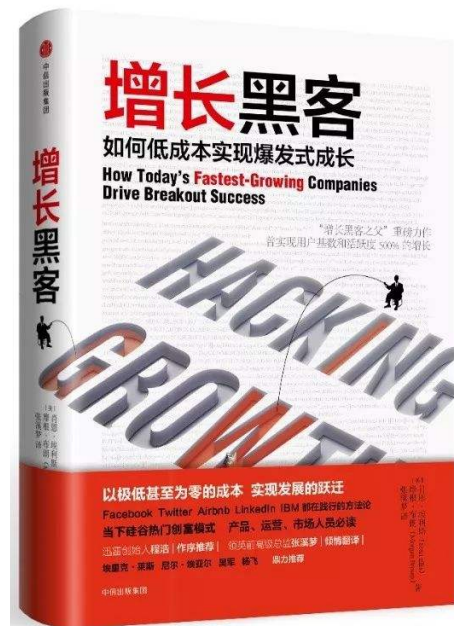
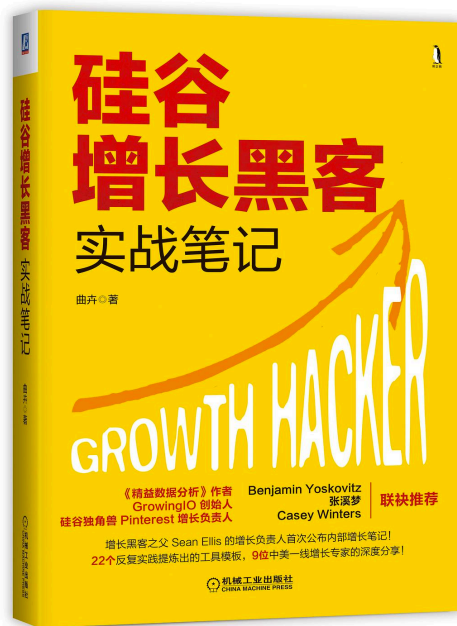
# 科学的决策体系-快而不乱





## 运营增长团队的四大秘籍





推荐博客：<https://brianbalfour.com/>



# 减轻负担

- (1) 向增长团队提任何 idea 不需要压力。
- (2) 做迭代也不一定非要有正向效果，显著大幅正向 > 显著小幅正向 > 显著负向 > 没有统计显著性。

社区居委会书记员 ☰

行，您请好吧~  
我记这了：<https://jira.haohaozhu.me/browse/SOCIALIDEA-26>

整屋头图需要能滚动，很方便，不喜欢就不下划了，效率

行，您请好吧~  
我记这了：<https://jira.haohaozhu.me/browse/SOCIALIDEA-27>

Jul 18 10:32 AM

整屋头部信息与筛选信息保持一致。

行，您请好吧~  
我记这了：<https://jira.haohaozhu.me/browse/SOCIALIDEA-28>

整屋筛选信息过载，希望做结构化精简

# 贴近用户

(1) 用户调研永远是产生源源不断 idea 的一个重要渠道;

(2) 而用户对产品的理解, 很多时候和我们的设想出入颇大;

(3) 建议使用 GrowingIO 用户分群 + 用户细查功能来验证。



# 上下同欲者胜-内部多工种的串联、跨部门协作

- (1) 使用OKR串联团队目标，业务技术人员共同对最终的结果负责；
- (2) 执行人员需要理解业务，可以在工作过程中发现增长机会，贡献有效增长线索。

社区居委会传话儿的 BOT

王得祥 说了这么档子事：整屋详情页，点击某一个图片，可以做成预览的图片集合，现在是直接进入note详情页面， ab的好实验。

# 上下同欲者胜-内部多工种的串联、跨部门协作

- 在结果页点击整屋列表的转化率比预期要高，预期可能5%左右，实际23%左右；
- 下载APP按钮拉新的效果很差
- 场景不是很合适；
- 三个按钮太多了，相较于其他两个按钮（对用户有明显利益）。

上线后一天发现数据问题，上午10:00 同步结论，11:00 完成新UI，12:00 完成前后端改动，13:00 测试上线。



# 上下同欲者胜-内部多工种的串联、跨部门协作



## (1) OKR的串联

- 拧绳子，同思想，组织 kick-off
- 来增长团队需要专业人员认可这件事儿
- 想做对业务的贡献

## (2) 与其他团队的协作

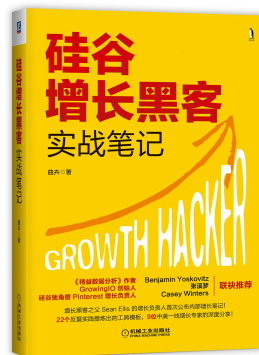
- 同步需求背景
- 定期做复盘
- 保持感恩的心
- 带领大家一起打胜仗

## (3) 对专业人员的挑战

感谢

GrowingIO

GrowingIO  
数据驱动增长



BRIANBALFOUR  
GROWTH, STRATEGY & USER ACQUISITION

# 添加 GrowingIO 增长顾问 开启数据驱动型组织建设



# GrowingIO 公司介绍

GrowingIO 是国内领先的数据运营解决方案供应商，提供基于用户数据构建的新一代增长平台，以及与之相关的客户服务、咨询服务、培训服务。



**使命**

**帮助客户提升数据驱动能力，实现更好的增长**



# 在 5 年实践中打磨产品、服务和数据化运营的理论体系

GrowingIO



**全新**  
「增长平台」

以CDP为数据基石  
提供产品分析、获客分析、  
智能运营应用



**No.1**  
服务体系

国内首推「增长咨询」服务  
业内标杆级别的售后服务  
90%受访客户高度评价



**1000+**  
服务企业

从头部创新企业到传统  
品牌、电商、保险、  
在线教育...



**4 亿**  
累积融资

获得经纬、NEA等顶  
级资本高度认可



**5 年**  
增长实践

国内首家「增长学院」  
国内外客户、专家长期合作  
10 余场千人「增长大会」

致力于提供领先的产品与服务

# 以数据为驱动力，实现用户营收增长和内部数据能力提升



一站式用户数据采集、管理、分析、智能运营平台，帮助企业用数据实现更好的增长

## 目标

实现营收和用户增长	实现能力的增长
<ul style="list-style-type: none"><li>· 优化获客成本</li><li>· 提升用户购买频次</li><li>· 提升订单转化率</li><li>· 提升客单价</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>· 对数据更敏感</li><li>· 对消费者更了解</li><li>· 业务迭代更快速</li><li>· 做决策更客观</li></ul>

## 业务解决思路

低成本高效获客	提升产品体验	提升用户生命周期价值
精准监测营销ROI，提供转化神器与归因分析，帮助市场制定正确的预算策略	通过实效看板和产品洞察、和用户洞察工具，助力企业更高效迭代优化产品	建立以提升单一用户生命周期价值为核心的智能运营体系

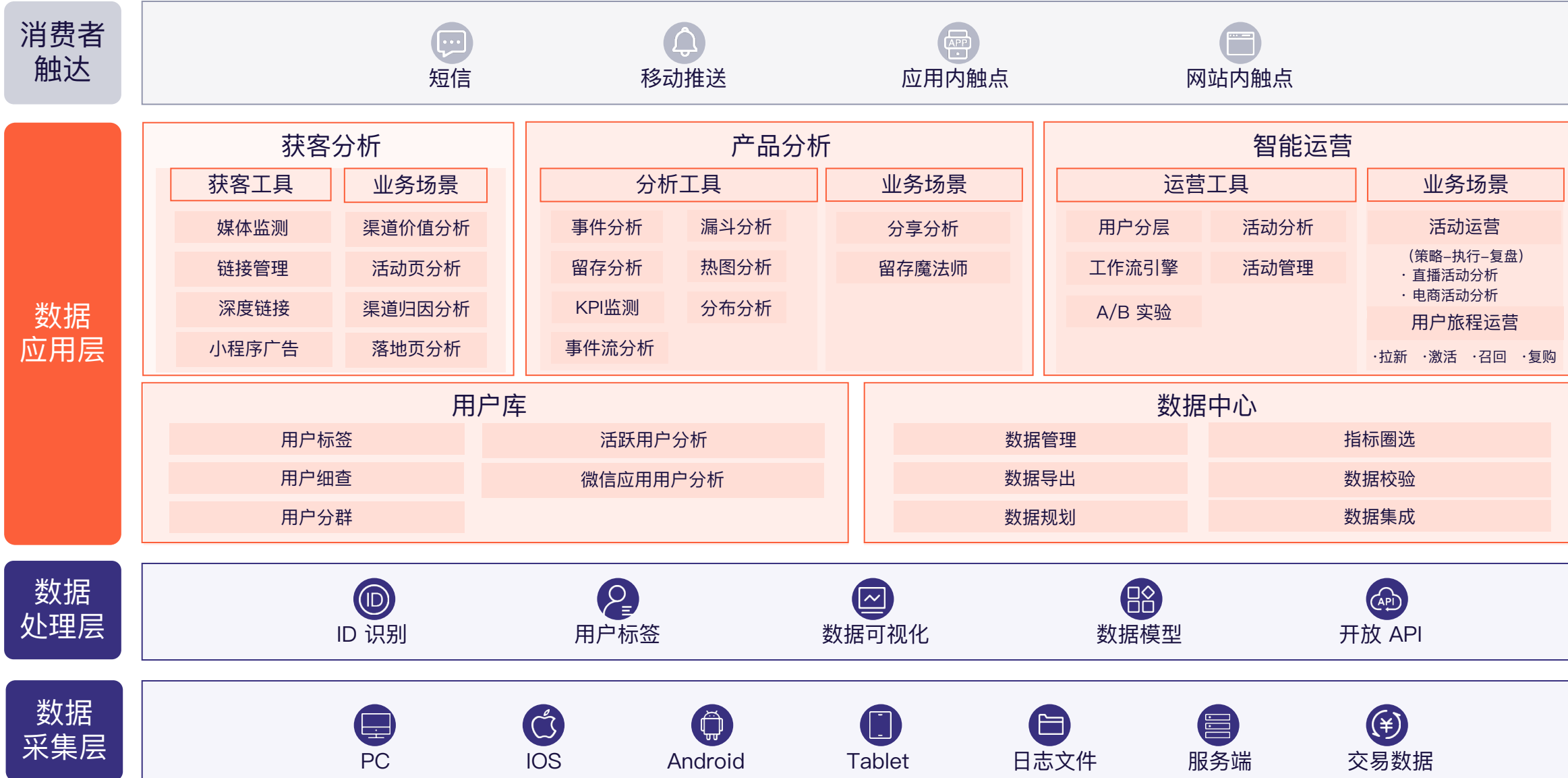
## 提供数据根基

一个平台

打通所有与“客户”有关的数据，支撑产研、市场、运营部门的数据需求

多平台行为数据采集	打通内部数据系统	覆盖营销触点
App	CRM数据	网站触点
小程序	广告数据	App触点
网站	交易数据	Push
H5	售后数据	短信
行为数据		

# GrowingIO 增长平台 (SaaS)



# GrowingIO 增长解决方案



拥有数据，应用数据，用好数据，获得成长



# 为上千家企业级客户提供服务

GrowingIO

大零售

金融

酒店旅游

出行&航司

电商

内容&社交

教育

B2B

DIOR



华住会



MOMO

新东方  
XDF.CN

找钢 zhaogang.com



永辉超市  
YONGHUI SUPERSTORES



meten  
美联英语

欧冶  
Duyeeel

GIVENCHY



tujia 途家  
旅途中的家



作业盒子

ZKH 工业超市



小猪  
XIAOZHU



ezbuy



东奥会计在线  
www.dongao.com

Kingdee  
金蝶云

120<sup>th</sup> ANNIVERSARY 吉野家

人贷  
renrendai.com

DOSSIN  
东呈酒店集团

春秋  
SCH.com

MatchU  
码尚



233  
网校

Beisen 北森  
一体化人才管理云平台

汉光百货



Royal Caribbean  
INTERNATIONAL  
皇家加勒比国际游轮

厦门航空 XIAMENAIR

惠买  
正品拼团更便宜!

890新商学



有赞  
youzan.com