



数据驱动的营销和运营

TalkingData王振关

目录

- 移动终端和用户使用行为数据分享
- 3A3R运营模型解析
- 数据驱动APP营销案例
- 数据驱动的产品运营

● 移动终端用户日渐饱和，设备规模增速有所放缓

移动智能终端规模 **12.4** 亿台

截止2015年Q2，我国移动智能终端用户规模达11.8亿台，较2014年Q4增长1.2亿台；预计2015年Q3，我国移动智能终端设备规模将达12.4亿台，但整体增速有所放缓。



2014Q4-2015Q3 中国移动智能终端设备规模

移动人群手机使用行为习惯



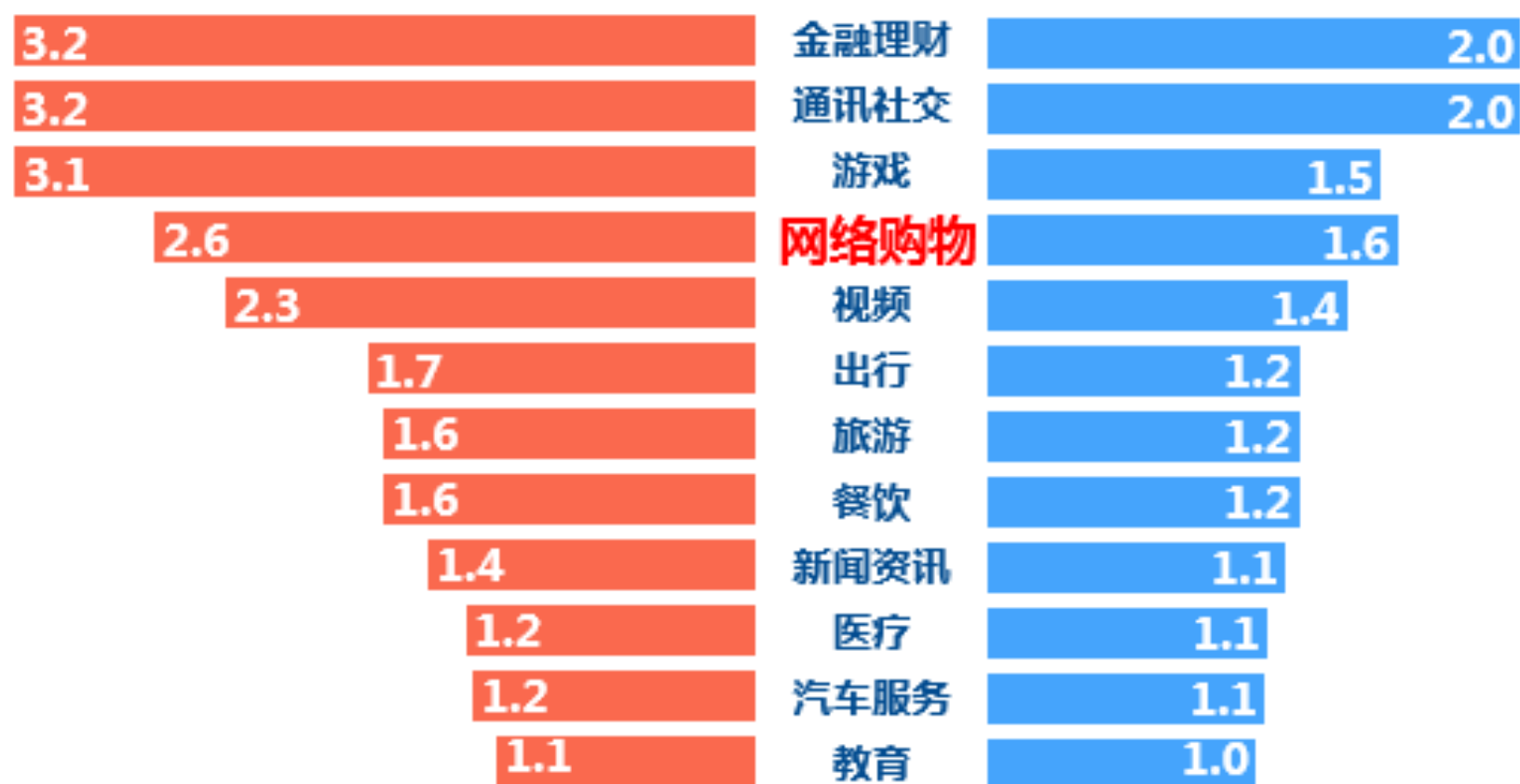
用户平均安装与打开应用款数



各级城市用户平均安装与打开应用款数

移动互联网用户安装和打开应用情况

不同类型应用用户平均安装与打开款数



应用平均安装款数



应用平均打开款数

结论

移动互联网人口红利将过
用户对移动依赖提升，一屏之争日趋激烈

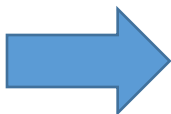
数据驱动的精细化运营成为方向

需要方法论做支撑—3A3R运营模型

➤ 什么是3A3R

AARRR

1. 获取用户 (Acquisition)
2. 提高活跃度 (Activation)
3. 提升留存率 (Retention)
4. 获取收入 (Revenue)
5. 自传播 (Refer)



3A3R

1. 洞察 (Awareness)
2. 获取用户 (Acquisition)
3. 提高活跃度 (Activation)
4. 提升留存率 (Retention)
5. 获取收入 (Revenue)
6. 自传播 (Refer)



➤ 3A3R运营模型下的指标

● Acquisition(获取用户)

DNU: Daily New User

- 每日注册并登录APP的用户

DOSU: Daily One Session Users

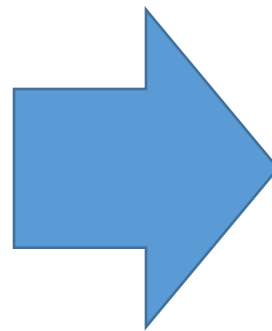
- 每日新登中只有一次会话[低于阈值]的用户

CR: Conversion Rates

- 用户从点击、安装、注册、登录的转化率

CAC : Customer Acquisition Cost

- 用户获取成本



渠道贡献情况

渠道作弊情况

渠道推广质量

LTV vs CAC

A/B test-新版本

A/B test-目标群体

新增用户占比

➤ AAARRR运营模型下的指标

● Activation(提升活跃)

DAU: Daily Active Users

- 每日注册并登录APP的用户

MAU: Monthly Active Users

- 每日新登中只有一次会话[低于阈值]的用户

DEC : Daily Engagement Count

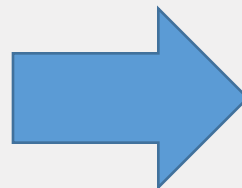
- 用户从点击、安装、注册、登录的转化率

DAU/MAU

- 用户活跃度，一般以0.2为基准值（取决于APP类型）

AT : Avg. Time

- 日总在线时长/日活跃用户数



核心用户规模

总体用户规模

APP粘性情况

渠道稳定情况

渠道用户适应性

A/B test-目标群体

外部事件评估

● Retention(提升留存)

次日留存率 : Day 1 Retention Ratio

- 日新登用户在次日（不含首次登录当天）登录的用户数占新登用户比例

三/七日留存率 : Day 3/ 7 Retention Ratio

- 日新登用户在第三/第七日（不含首次登录当天）登录的用户数占新登用户比例

月留存率 : Day 30 Retention Ratio

- 日新登用户在第三十日（不含首次登录当天）登录的用户数占新登用户比例

日流失率 : Day Churn Ratio

- 统计日登录游戏，但是随后7日未登录游戏的用户

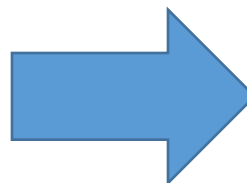
周流失率 : Week Churn Ratio

- 上周登录过游戏，本周末未登录游戏的用户

月流失率 : Month Churn Ratio

- 上月登录过游戏，本月未登录游戏的用户

留存+流失≠100%



用户对APP适应性
渠道用户质量
投放渠道的效果
APP粘性
活跃用户生命周期
A/B test-目标群体
用户流失关键点

● Retention(获取收入)

注：LT为用户第一次使用到最后一次使用的周期长度

ARPU: Average Revenue per User

- 平均每用户收入：收入/活跃用户

ARPPU: Average Revenue per Paying Users

- 平均每付费用户收入：收入/付费用户

MPR : Monthly Payment Ratio

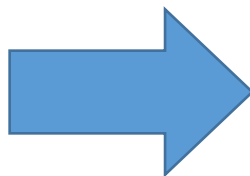
- 月付费率：APA/MAU

APA: Active Payment Account

- 活跃付费用户：统计时间有成功付费记录用户

LTV : Life Time Value

- 生命周期价值：LT*ARPU



用户付费倾向与意愿

付费用户规模

付费用户构成

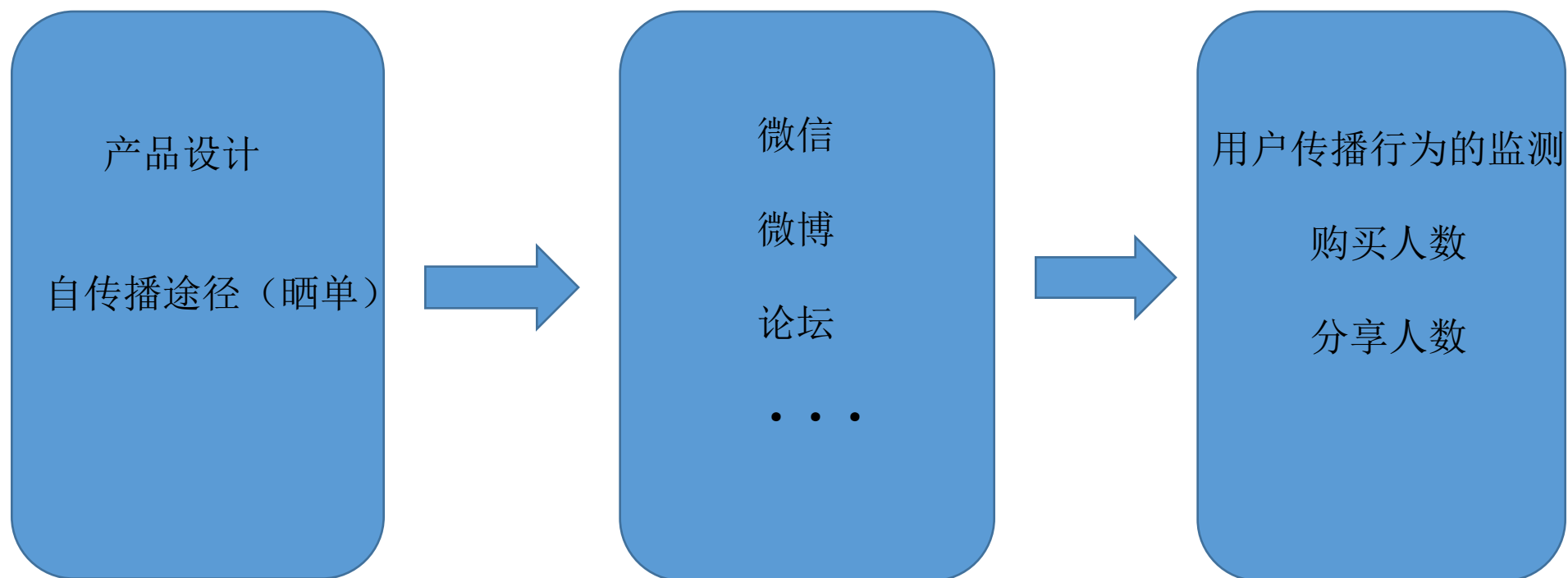
付费用户稳定性

渠道用户质量

用户生命周期

● Refer(自传播)

用户主动传播的行为



➤ 数据驱动的APP营销推广

APP推广不再是单纯的流量生意；要通过数据指标量化APP推广，进行**实时**的渠道媒体评估。

流量数据

点击
排重点击
激活
激活率
每激活成本

效果数据

注册
登录
商业转化
自定义事件
(分享微博)

商业转化

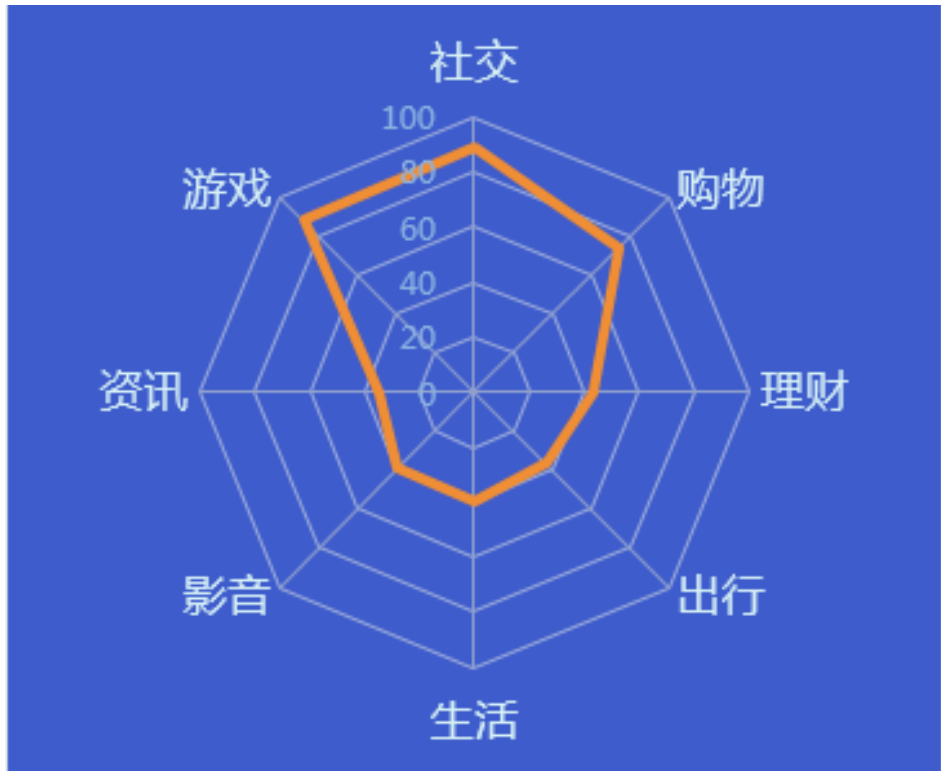
订单数
订单转化率
销售额
支付客单价
• • • • •

用户使用

活跃分析
用户留存
用户流失
使用时长
页面访问
自定义事件
• • • • •

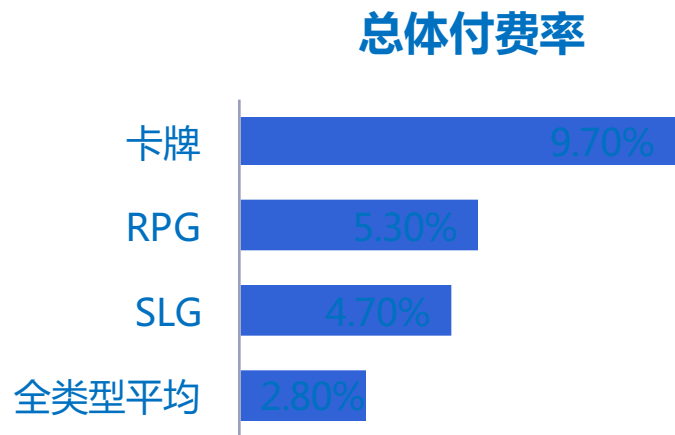
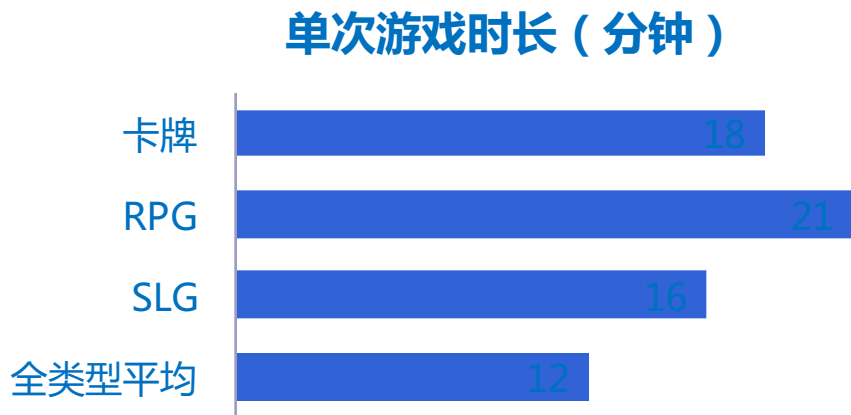
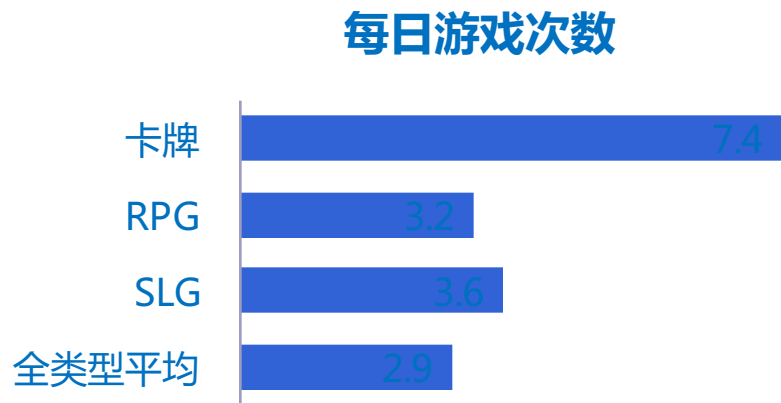
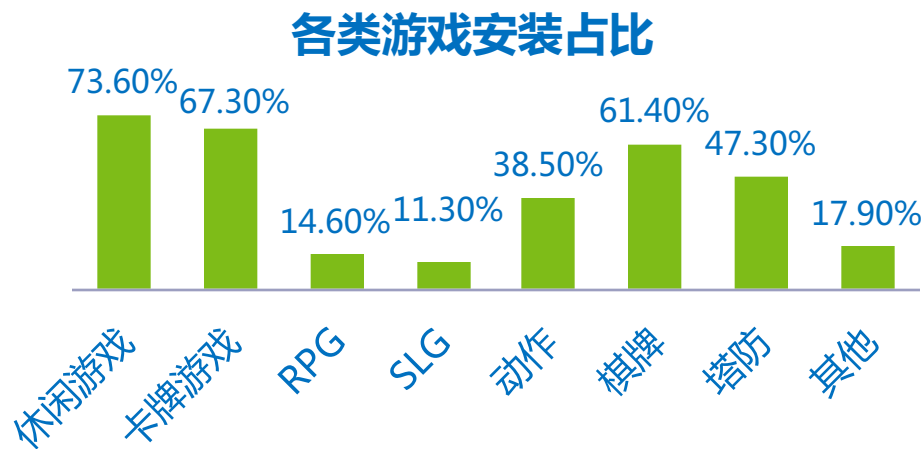
➤ 用户洞察—招行信用卡用户兴趣图谱

招行信用卡用户手机上占据前三位的应用为社交类、游戏类和购物类，其中接近90%的用户手机上至少安装了一款游戏。



手机游戏是移动互联网最大的虚拟商品资源平台，同时手游具备极强的营销推广能力，因此我们将手游作为招行信用卡最优先选择的跨界营销合作资源。

➤ 掌上生活用户关注游戏属性



➤ 营销执行——圈定最具人气的卡牌游戏，开展跨界合作



刀塔传奇



我叫MT



➤ 双赢效果



获客 ↑200,000

成本 ↓¥5,000,000

游戏收益 30,000,000



↑100,000

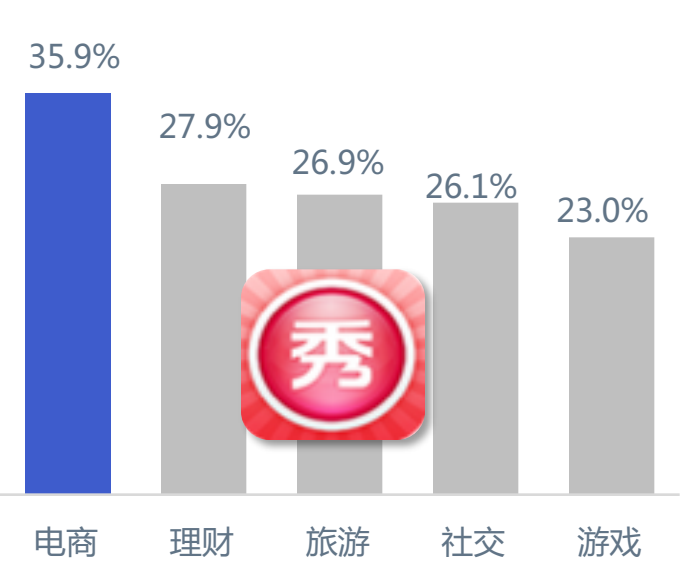
↓¥10,000,000

掌上生活APP收益

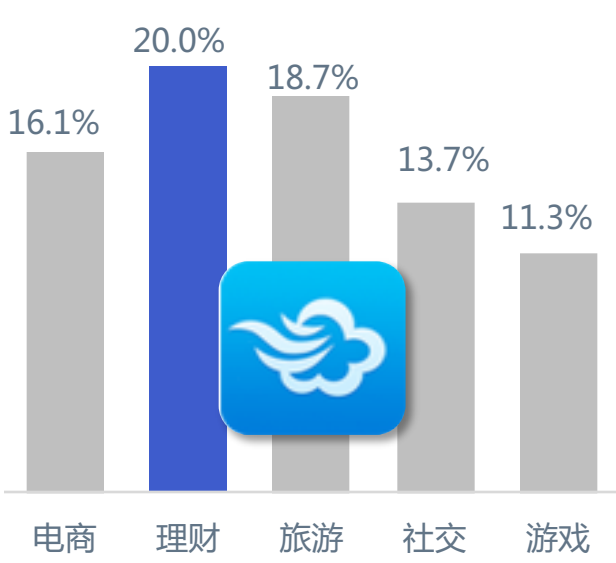
10X	日新增活客
3X	月活跃率
2X	绑定率
+ 55%	覆盖人群
40%	休眠客户激活 (一年以上)

➤ 数据驱动的APP营销推广

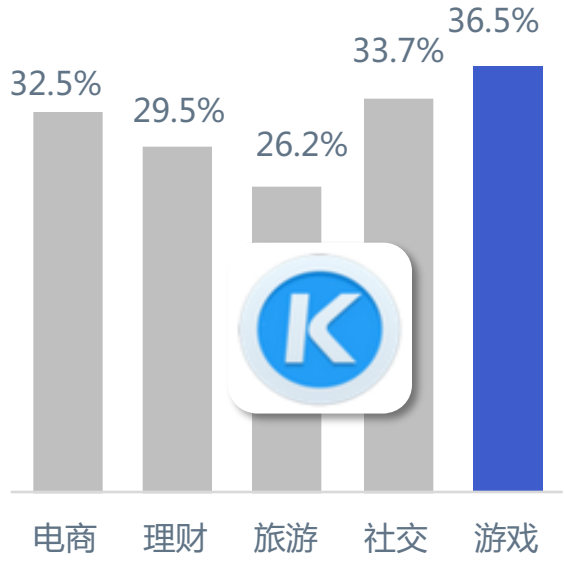
美图秀秀、墨迹天气、酷狗音乐关联应用



美图秀秀

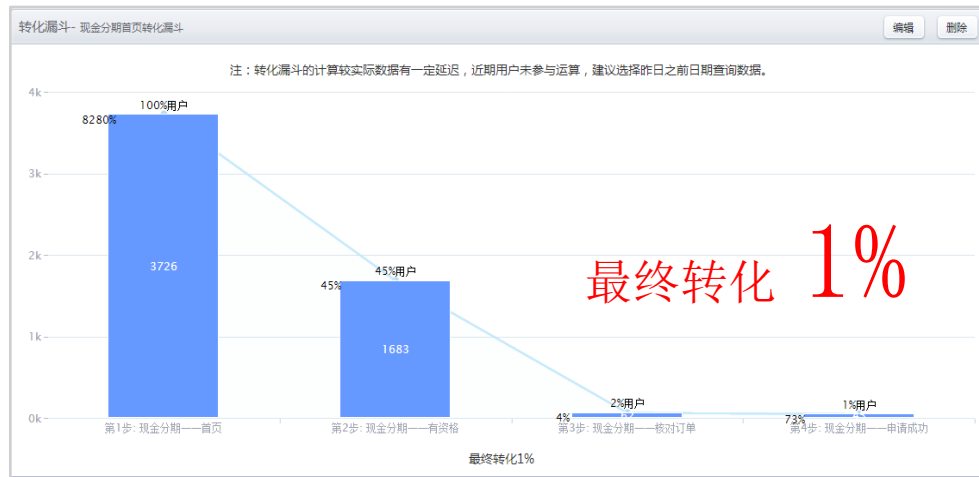
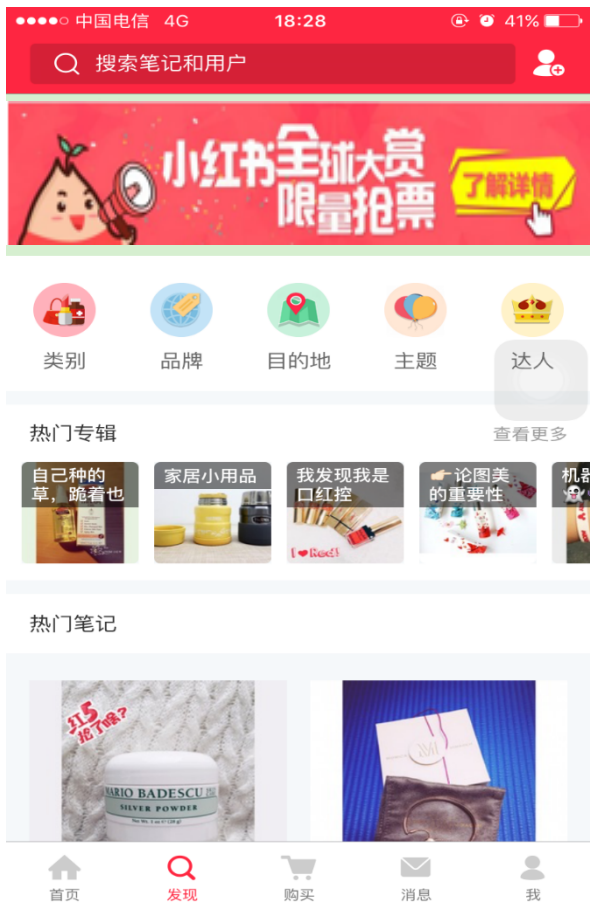


墨迹天气



酷狗音乐

➤ 数据支撑的产品运营（数据驱动分析）



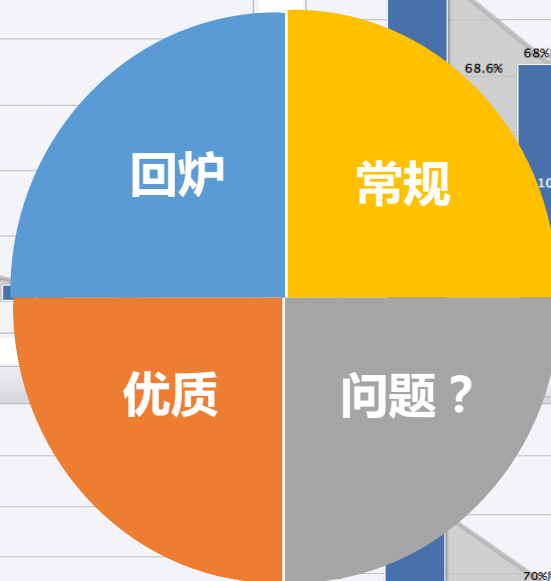
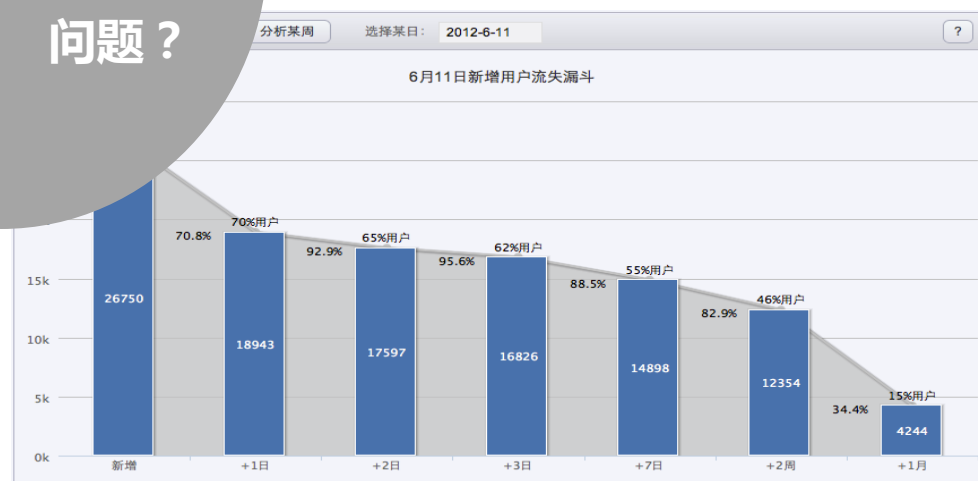
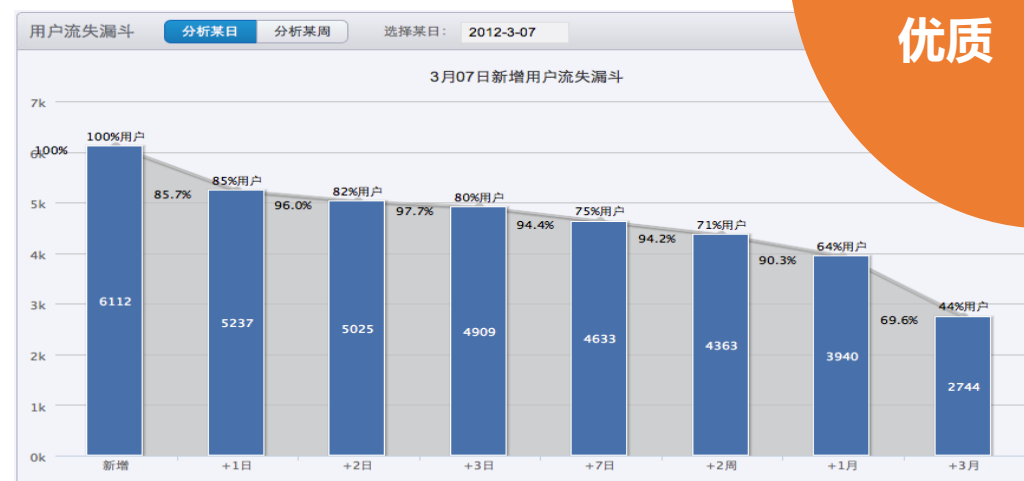
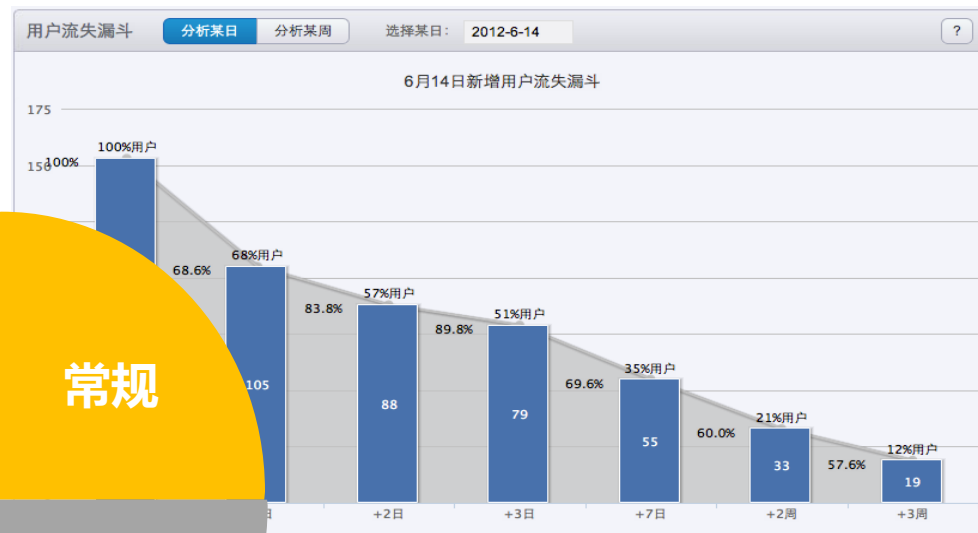
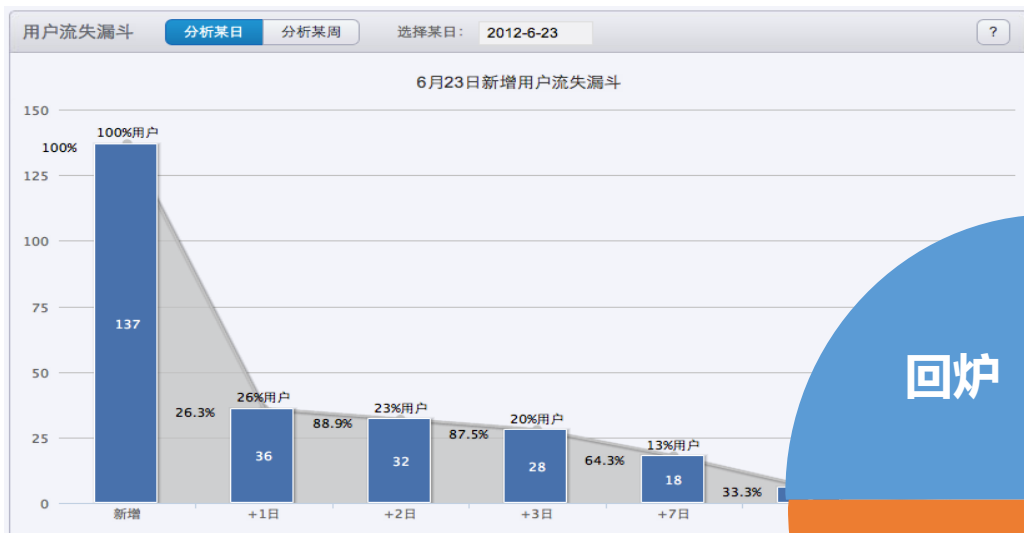
页面A转化漏斗



页面B转化漏斗

➤ 数据支撑的产品运营

几种典型的留存图表



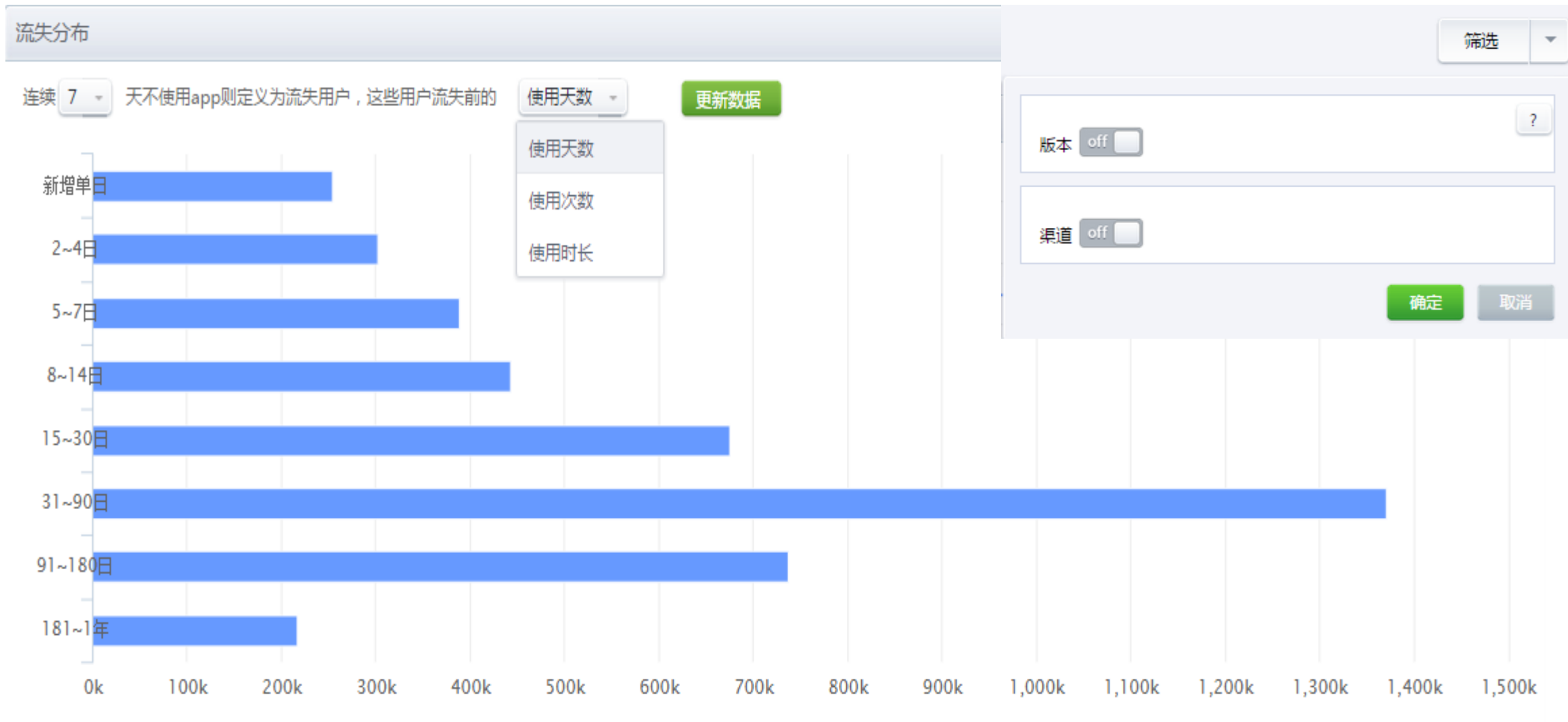
➤ 数据支撑的产品运营

流失用户的分析



➤ 数据支撑的产品运营

流失用户的分析



数据驱动产品设计和运营，数据改变企业的决策方式

TalkingData 全线产品



分析产品及服务

竖立行业品牌 • 稳健数据源 •
稳固开发者关系 • 加深数据深度 •



更多垂直
分析产品...



数据中心

TalkingData DMP

数据加工&人群画像&精准营销

Data Market

合法数据撮合中转



数据解决方案

深入行业洞察 • 跨界合作 •

移动观象台



企业专属服务



DMP人群接口



数据报告



Thank you!



移动·数据·价值