

大数据分析 消除金融业务的不确定性

曹犟 神策数据联合创始人 & CTO

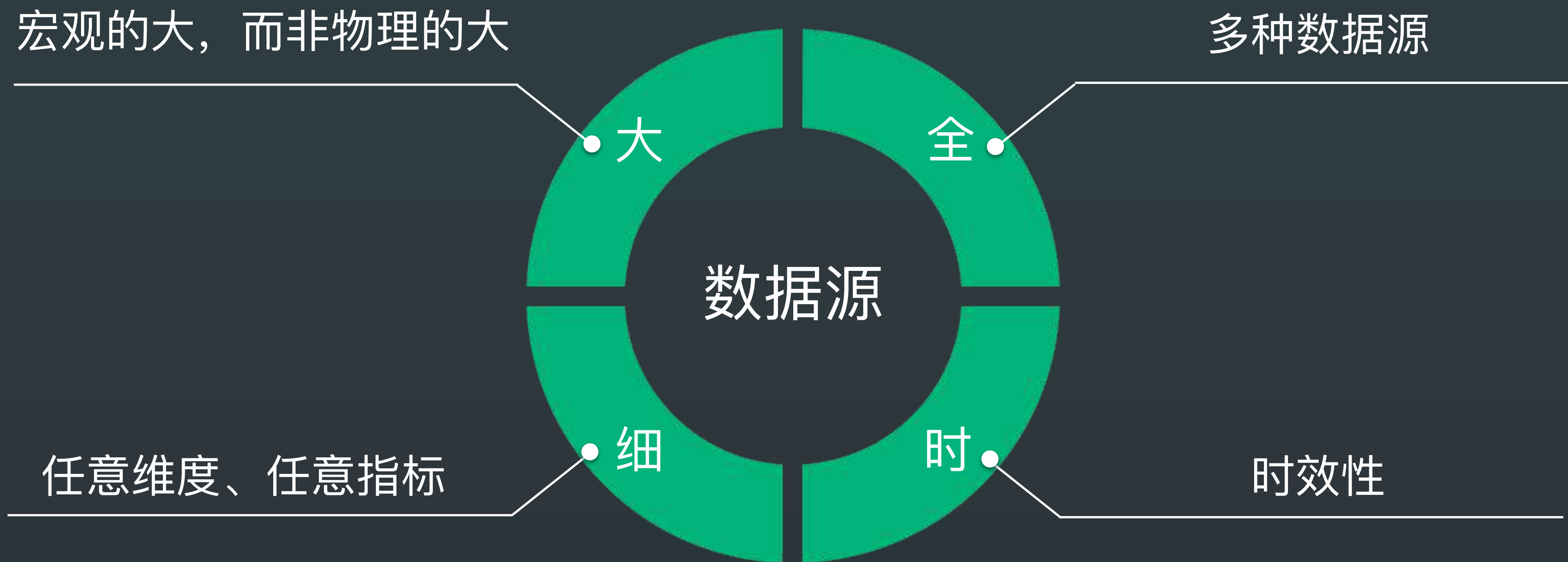


“信息是用来消除不确定性的东西” ——香农 《信息论》

“大数据的本质，就是通过信息消除不确定性” ——吴军 《硅谷之谜》







数据采集要大、全、细、时

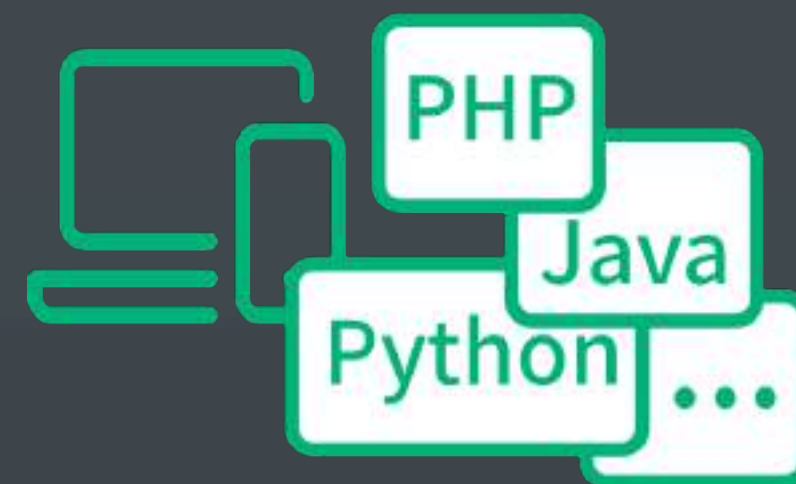
基础数据采集——金融行业最佳实践

- 分析 UV、PV、点击量等基本指标
- 新功能快速上线迭代时的效果评估



可视化埋点

- 业务核心流程分析，比如投资到期或逾期
- 运营详情分析



代码埋点

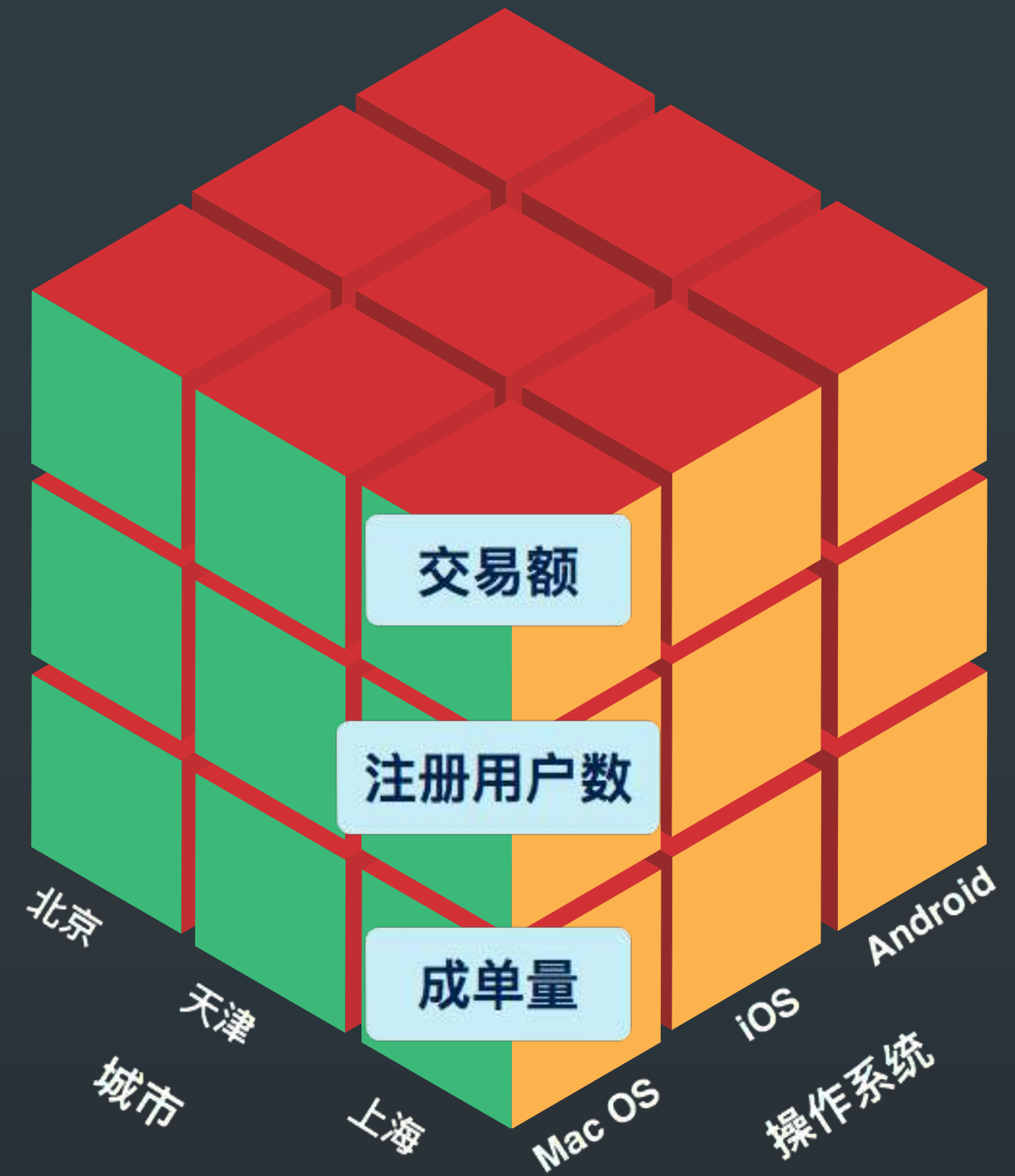
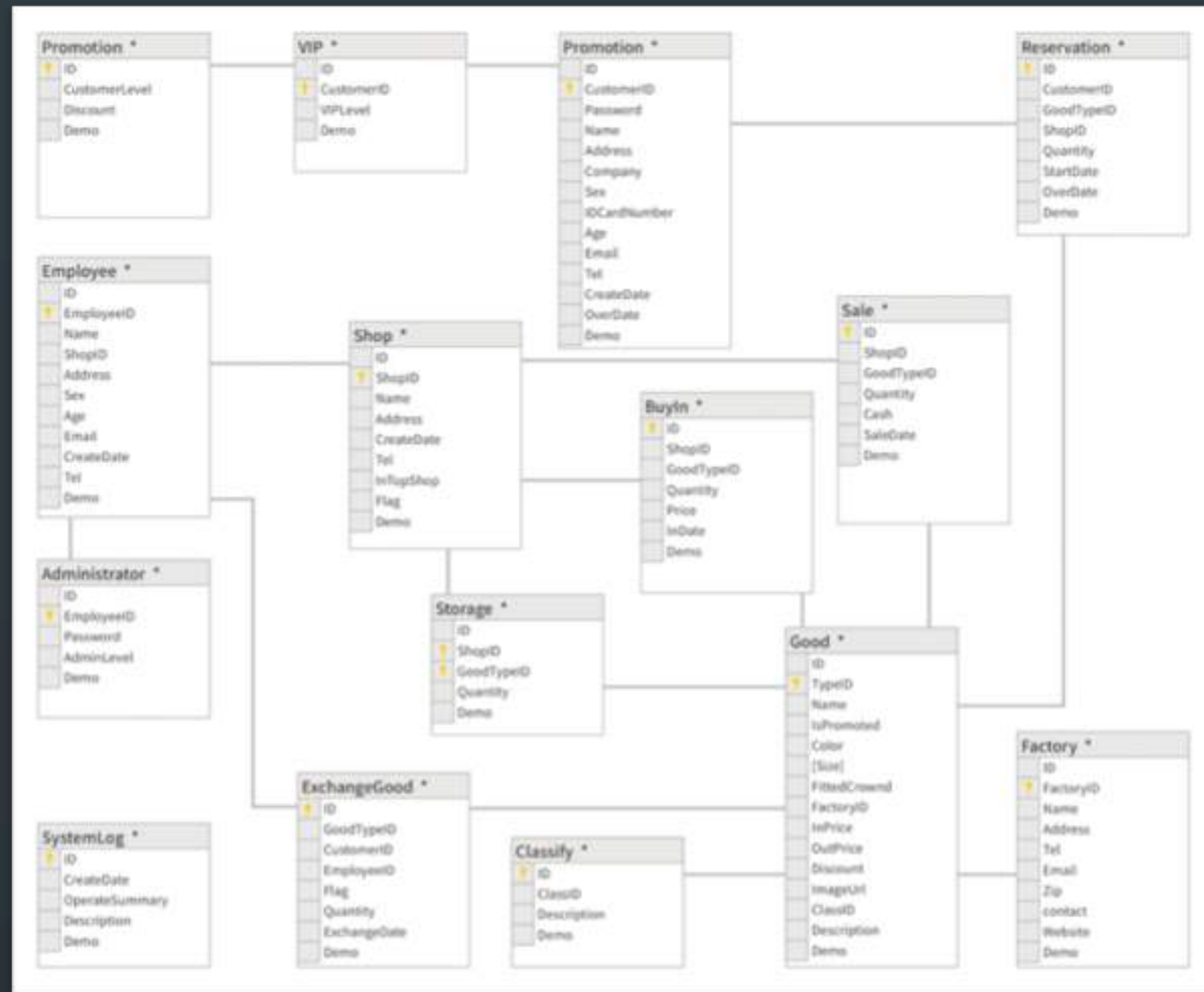
- 线下实地审核数据
- 营业网点历史的销售数据
- 三方数据的导入



BatchImporter LogAgent FormatImporter

导入辅助工具

基础建模——面向分析型需求





用户

注册



浏览



投资



回款



复投

时间 | 地域 | 渠道 | 金融产品类别 | 产品单价 | 任意自定义字段



数据分析

事件分析

漏斗分析

留存分析

行为序列

用户分群

可视化分析界面 | SQL查询 | 专业API



产品、运营、市场

日常数据监测

产品改进分析

广告投放分析

精细化运营策略





渠道投入大，但难以衡量渠道质量，ROI 不高



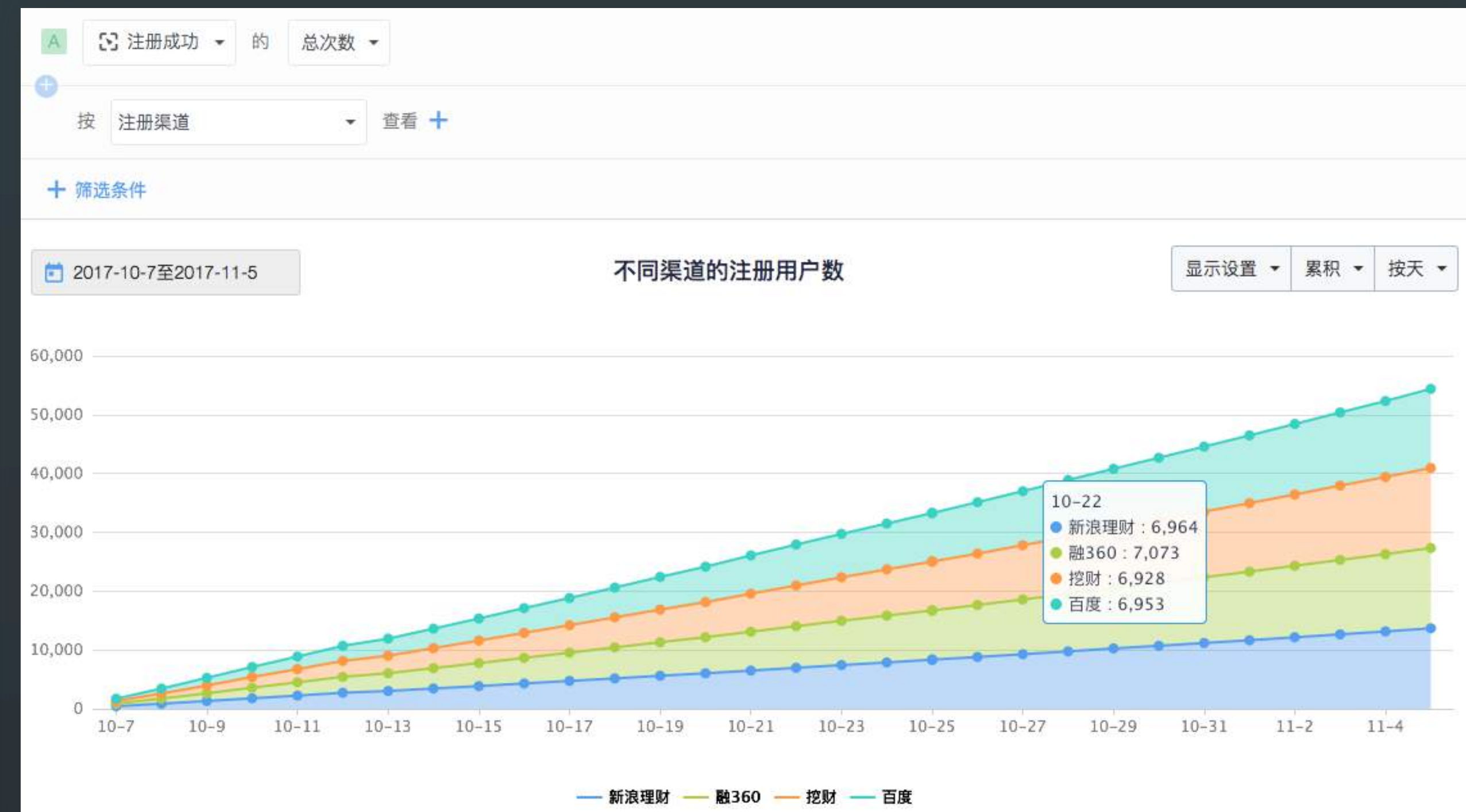
做了复杂的 App 产品，但投资转化率怎么样，用户都关心什么，捕捉不到



老用户留不住，流失的原因难以定位

渠道优化：

全面采集用户行为数据，并打通**前端行为**和**后端交易**数据，端到端分析渠道拉新和转化



App 产品优化：

分析投资流程转化，发现用户最佳浏览路径，优化站内营销策略，**提升用户活跃度和投资率。**

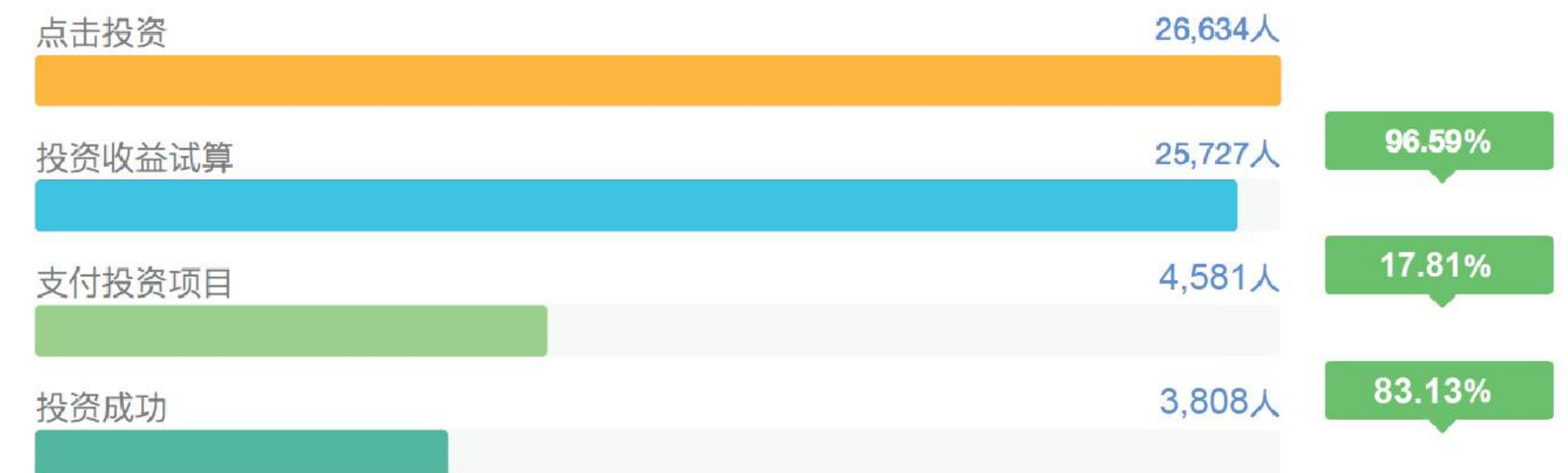


投资流程转化漏斗

2017-2-15 至 2017-3-16 | 过去 30 天

14.30%

总体转化率



用户精细化运营：

留存分析，锁定潜在流失用户群，
精准推送消息，个性化营销，从而
降低流失率。



2017-5-1 至 2017-5-7		用户先进行投资到期，后进行投资成功的7天留存分析							7天留存 ▾	
初始行为日期 ▾	总人数	第1天	第2天	第3天	第4天	第5天	第6天	第7天		
5-1(一)	👤 362	14 3.87%	15 4.14%	10 2.76%	18 4.97%	13 3.59%	15 4.14%	15 4.14%		
5-2(二)	👤 330	16 4.85%	14 4.24%	22 6.67%	11 3.33%	8 2.42%	17 5.15%	12 3.64%		
5-3(三)	👤 348	13 3.74%	13 3.74%	14 4.02%	14 4.02%	19 5.46%	11 3.16%	11 3.16%		
5-4(四)	👤 298	12 4.03%	12 4.03%	15 5.03%	13 4.36%	9 3.02%	9 3.02%	3 1.01%		
5-5(五)	👤 343	22 6.41%	13 3.79%	17 4.96%	11 3.21%	11 3.21%	5 1.46%			
5-6(六)	👤 356	6 1.69%	11 3.09%	20 5.62%	17 4.78%	5 1.4%				
5-7(日)	👤 317	6 1.89%	8 2.52%	6 1.89%	5 1.58%					



用户

激活

注册

开户

充值

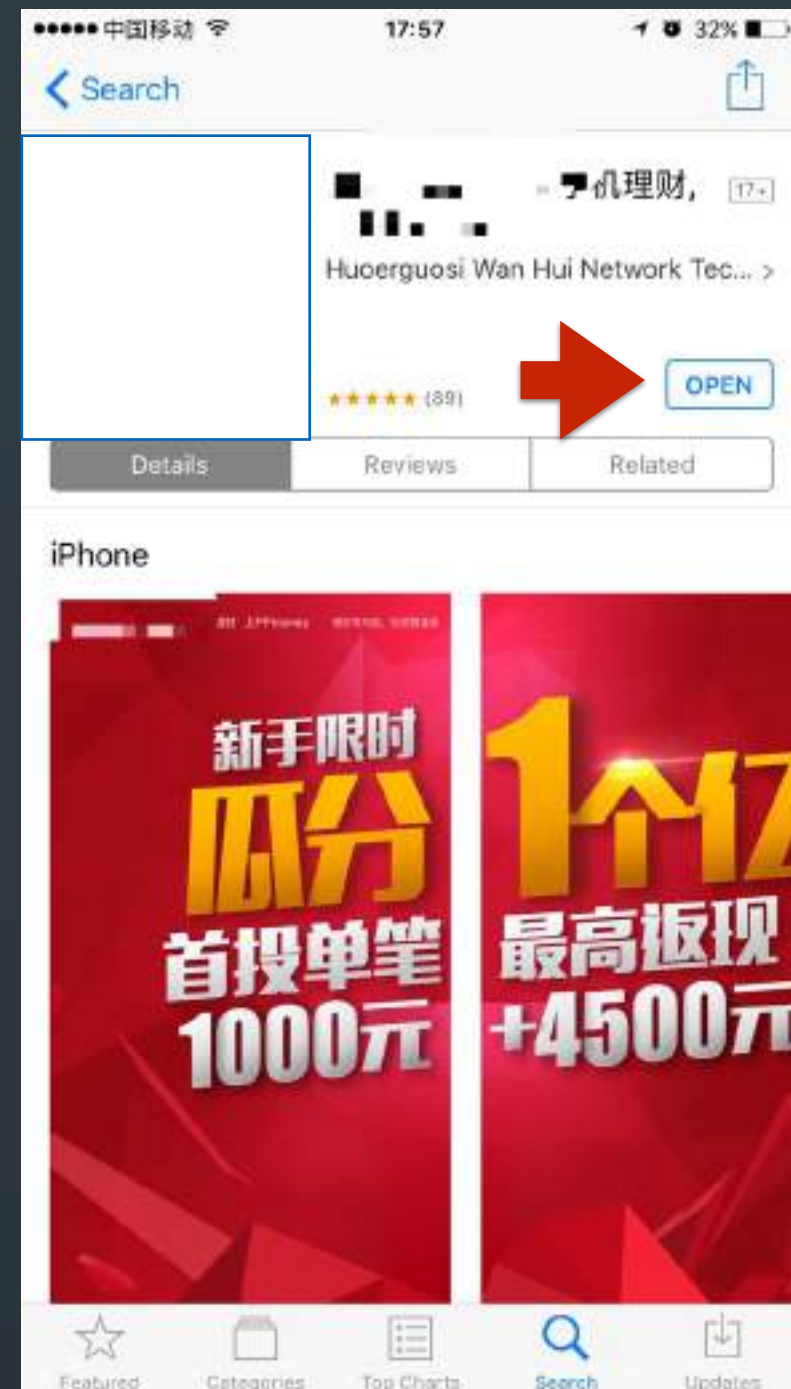
投资

提升激活-注册的转化率

提升注册-开户的转化率

提升开户-投资的转化率

目标1：提升激活



激活App



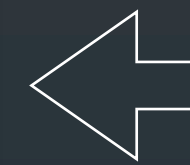
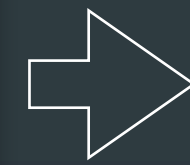
欢迎页



登陆首页

问题：首次打开的欢迎页交互不合理，导致高流失

93.8%



99.2%



效果：流失率从 6%左右降低到了0.8%

方案：每个欢迎页添加“立即体验”入口

目标2：首页优化，提升注册转化



老版本首页

Banner 轮播
与新手利益相关的页面点击高

首页注册入口
注册的用户占比 43%

只相差 6%
与预期不符

“我”
从“我”中注册的用户占比 37%



具体优化目标
提升首页新手福利的聚焦