

易观方舟—精细化运营分析产品

<http://ark.analysis.cn>

本产品保密并受到版权法保护

Confidential and Protected by Copyright Laws

Analysis 易观

全球互联网 你要的数据分析



ON

LINE



1 产品简介



2 使用场景



3 接入流程



一款精细化运营分析产品

将应用自身数据结合易观第三方数据，全景画像，通过多种模型深度分析用户行为，多种方式细分用户群体，洞察人群差异，辅助运营决策，多通道有效触达用户，进一步数据分析闭环验证效果。帮助企业选择优质渠道、召回用户、用户价值提升等等，最终实现增收、节支、提效、避险。

易观方舟 vs 其他第三方分析工具

第一代

第二代



适用场景

跟踪应用的整体指标情况

较深度分析，发现潜在问题

深度分析用户行为，洞察人群差异
分析结果直接触达，闭环验证

查询

单个维度指标查询

较丰富的维度，但不能下钻

多维度AdHoc实时查询、任意节点下钻分析

数据

仅应用自身数据

仅应用自身数据

结合第三方数据全景用户画像

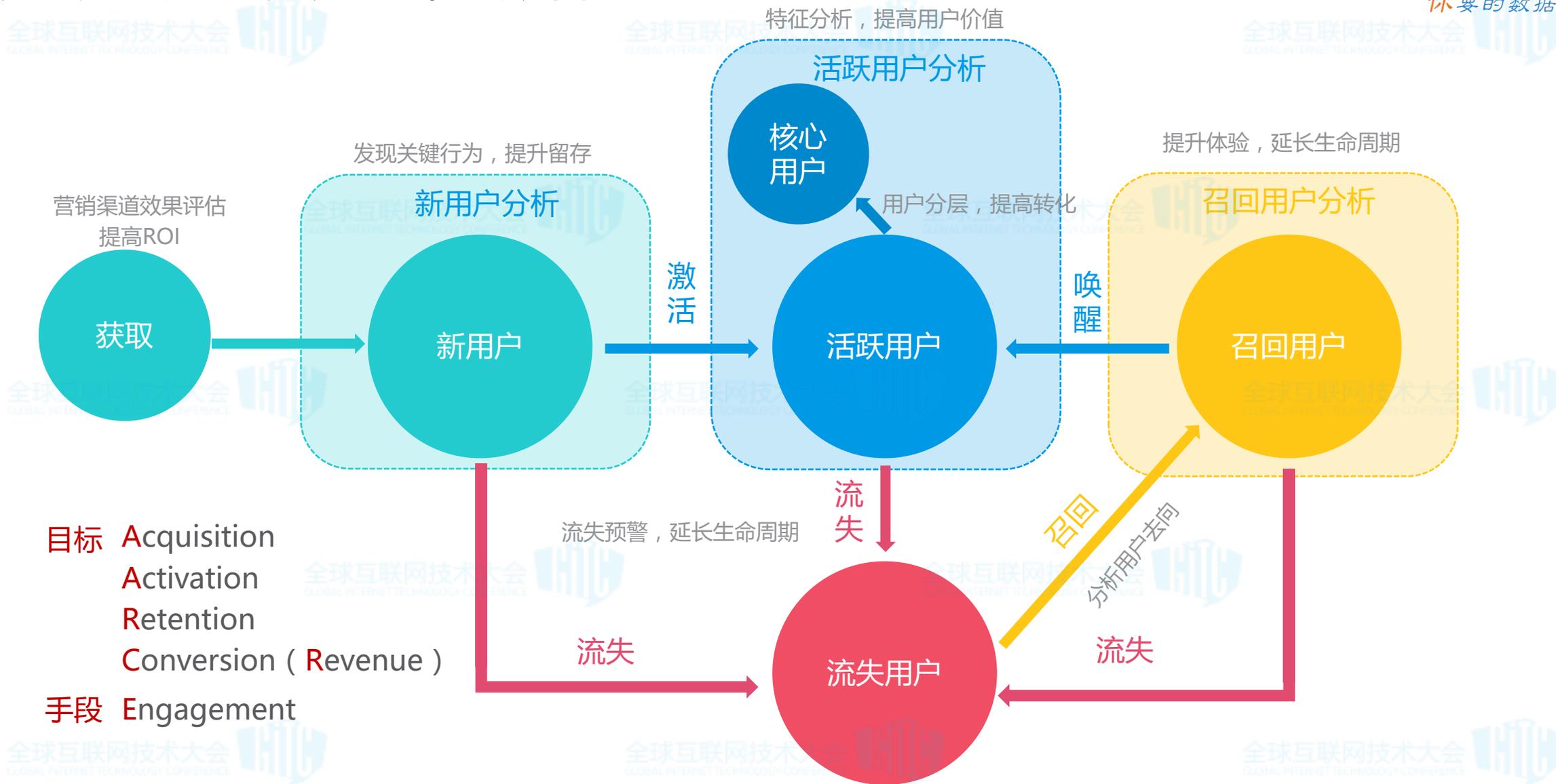
触达

部分支持触达

部分支持触达，但不太方便使用

细分人群有效触达，数据闭环验证

核心方法论：用户生命周期管理



划分用户群体，分析用户行为，工具有效触达，指标闭环衡量

4 用户触达

连接第三方运营服务，应用内消息、邮件、短信个性化触达

3 运营决策

第三方数据补充
全景画像、辅助决策



1 行为分析

10+个模型分析运营全过程
实时查询、实时下钻

2 用户分群

用户行为、属性、模型
多种方式细分人群

在合适的时间 找到合适的人 用合适的渠道 做合适的事儿



渠道分析

寻找优质渠道

对比不同渠道不同用户
发现ROI高的渠道



转化分析

提升关键路径转化

建立业务关键路径
发现流失和转化用户差异



用户生命周期

召回流失用户

根据使用行为划分用户层级
追踪流失用户去向



留存分析

提升用户留存、活跃度

发现用户使用的关键行为
提升用户活跃度

有限的推广经费，该花在什么渠道上？



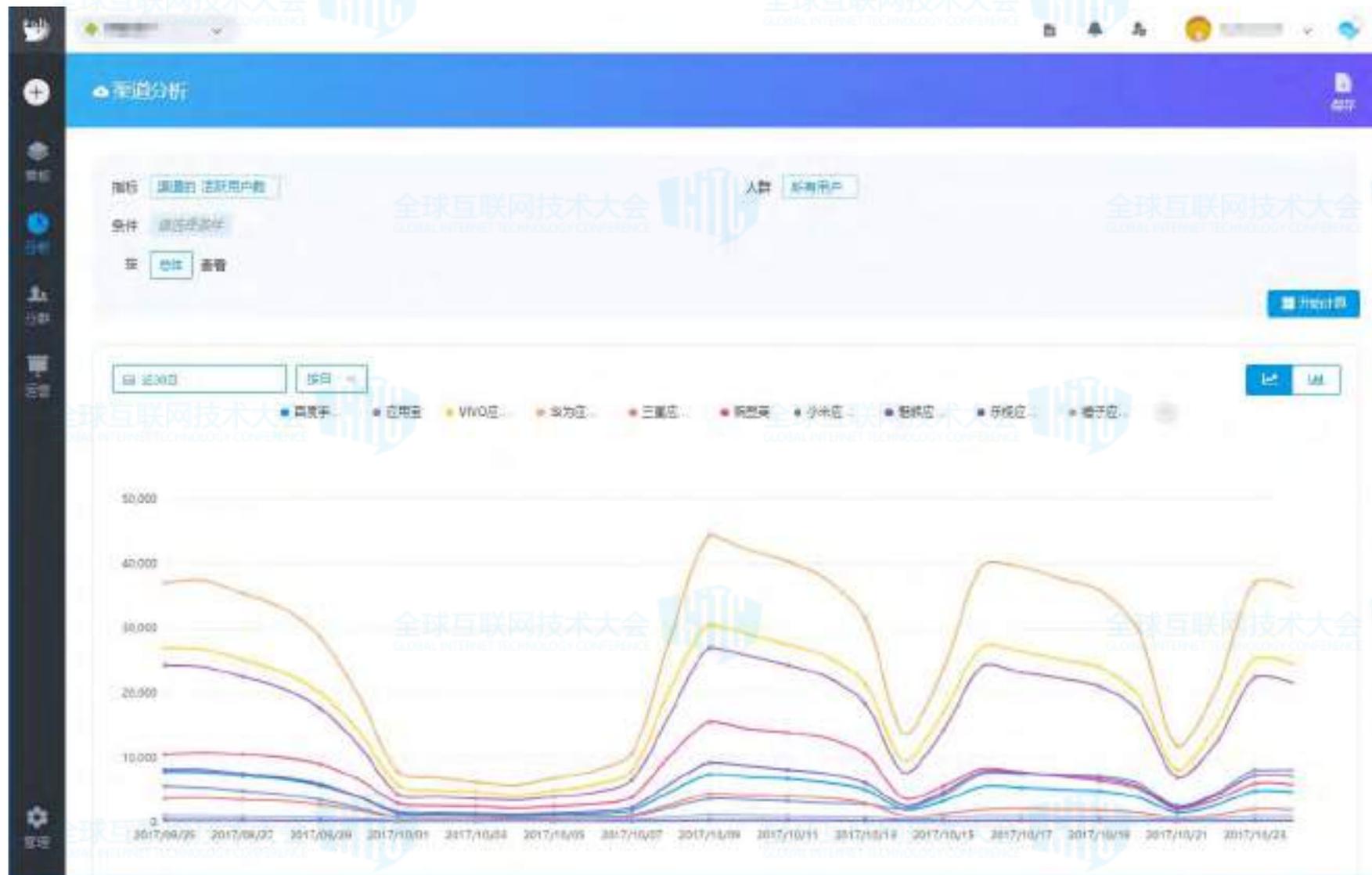
- 哪个渠道带来的新增用户多？
- 哪个渠道的异常用户占比过高？
- 哪个渠道的留存用户更高？
- 哪个渠道的转化效果更好？

市场推广

小鸣



应用场景1：寻找优质渠道



查看不同渠道的新增用户趋势
查看不同渠道的活跃用户趋势

应用场景1：寻找优质渠道



发现不同渠道的留存情况

应用场景1：寻找优质渠道



查看不同渠道的用户质量
正常用户？
疑似用户？
异常用户？
通过刷量算法，识别作弊用户
对比发现优质渠道

如何提升关键路径的转化率？



哪个用户群体转化率低？转化和流失用户群体差异是什么？

哪个步骤的转化低？

页面坑位没有有效管理？关键路径产品体验差？

变化策略后如何验证有效？

产品经理

小汪



应用场景2：提升关键路径转化



查看关键路径不同版本的转化率

保存流失用户

进一步在其他模块分析某个步骤用户的特征

如何有效召回流失用户？



哪些用户连续30天都没有登录？

流失的用户都去了哪儿？

流失用户对比活跃用户的特征是什么？

通过什么渠道能有效召回？

用户运营

大喵

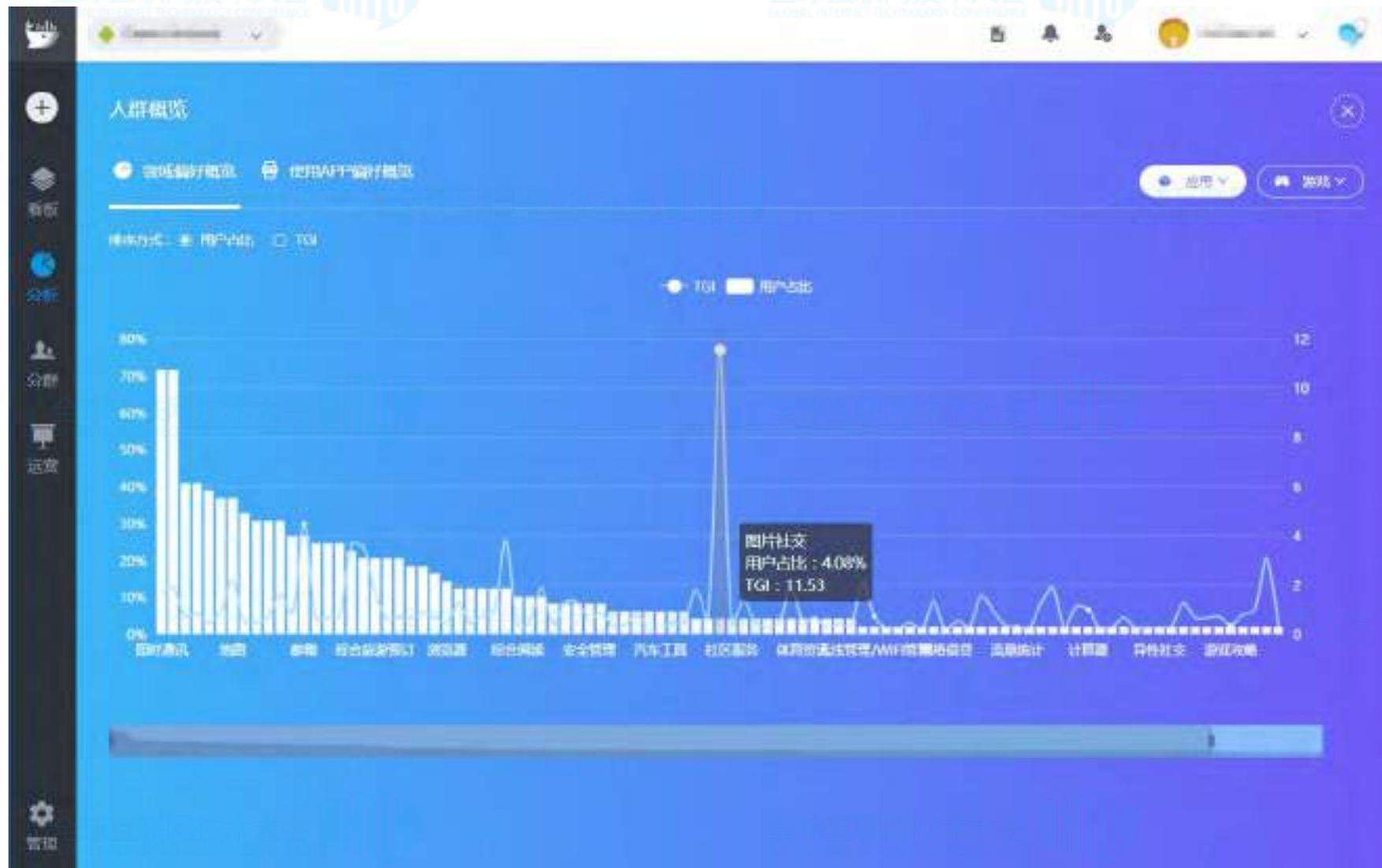


应用场景3：召回流失用户



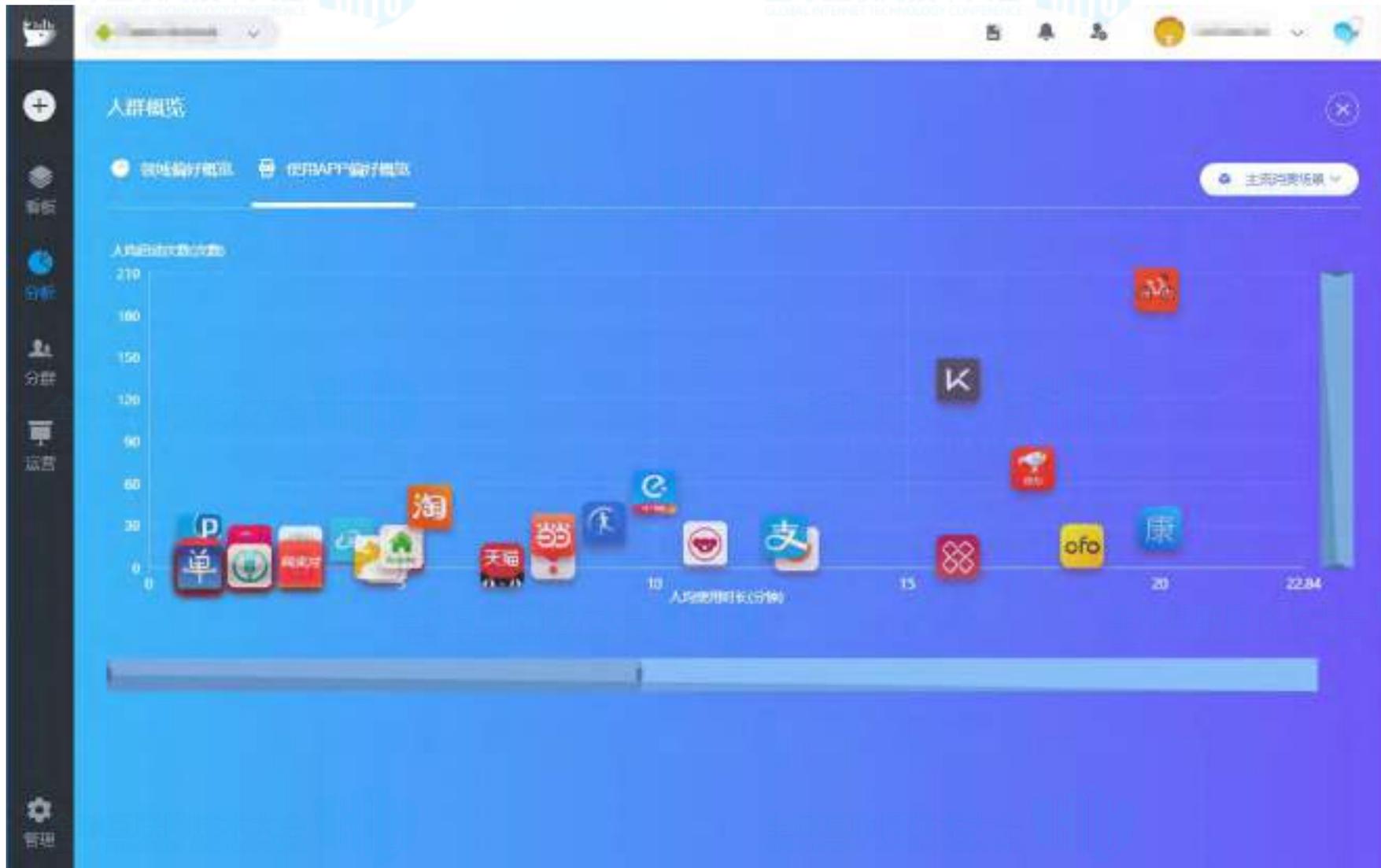
通过用户生命周期模型发现流失用户

应用场景3：召回流失用户

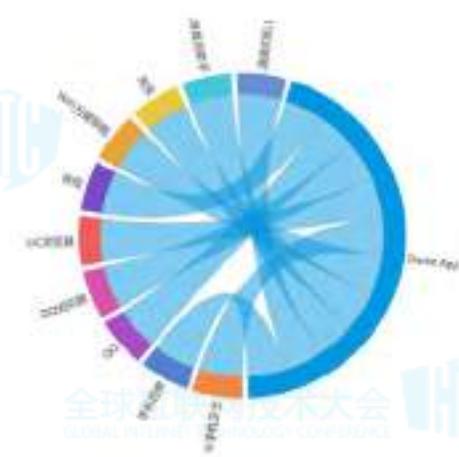


发现流失用户的领域偏好

应用场景3：召回流失用户



发现流失用户使用其他APP的偏好
APP去向



应用场景3：召回流失用户

| 人群名称 | 创建方法 | 创建人 | 人群计算周期 | 最近更新时间 | 用户数 |
|-----------------|--------|-------|------------|---------------------|---------|
| 近30日登陆次数大于10的用户 | 自定义分群 | admin | 动态(24小时更新) | 2017-10-26 12:49:25 | 22,204 |
| 3月份流失用户 | 自定义分群 | admin | 动态(24小时更新) | 2017-10-26 12:49:25 | 321,667 |
| 北京地区用户 | 自定义分群 | admin | 静态 | 2017-07-14 21:11:20 | 178 |
| 使用率为手机的用户 | 自定义分群 | admin | 静态 | 2017-07-14 21:11:20 | 119 |
| 异网用户 | 自定义分群 | admin | 静态 | 2017-07-14 21:11:20 | 24 |
| 正常用户 | 自定义分群 | admin | 静态 | 2017-07-14 21:11:20 | 182 |
| 最近登录流失的用户数 | 分析下桶程序 | admin | 静态 | 2017-07-14 21:11:20 | 675 |
| Dema | 自定义分群 | admin | 静态 | 2017-07-14 21:11:20 | 244 |

发现流失用户使用其他APP的偏好
APP去向

应用场景3：召回流失用户



编辑符合用户特征偏好的内容

通过应用内消息

电子邮件

多种方式向流失用户发送通知召回

应用场景4：提升用户留存、活跃度

如何才能延长用户生命周期？



哪个阶段的用户留存率降低了？

新增用户回访时是否发生关键行为？

有哪些用户连续一周没有回访了？

采取什么样的动作能让他们回来？

用户运营

小喵

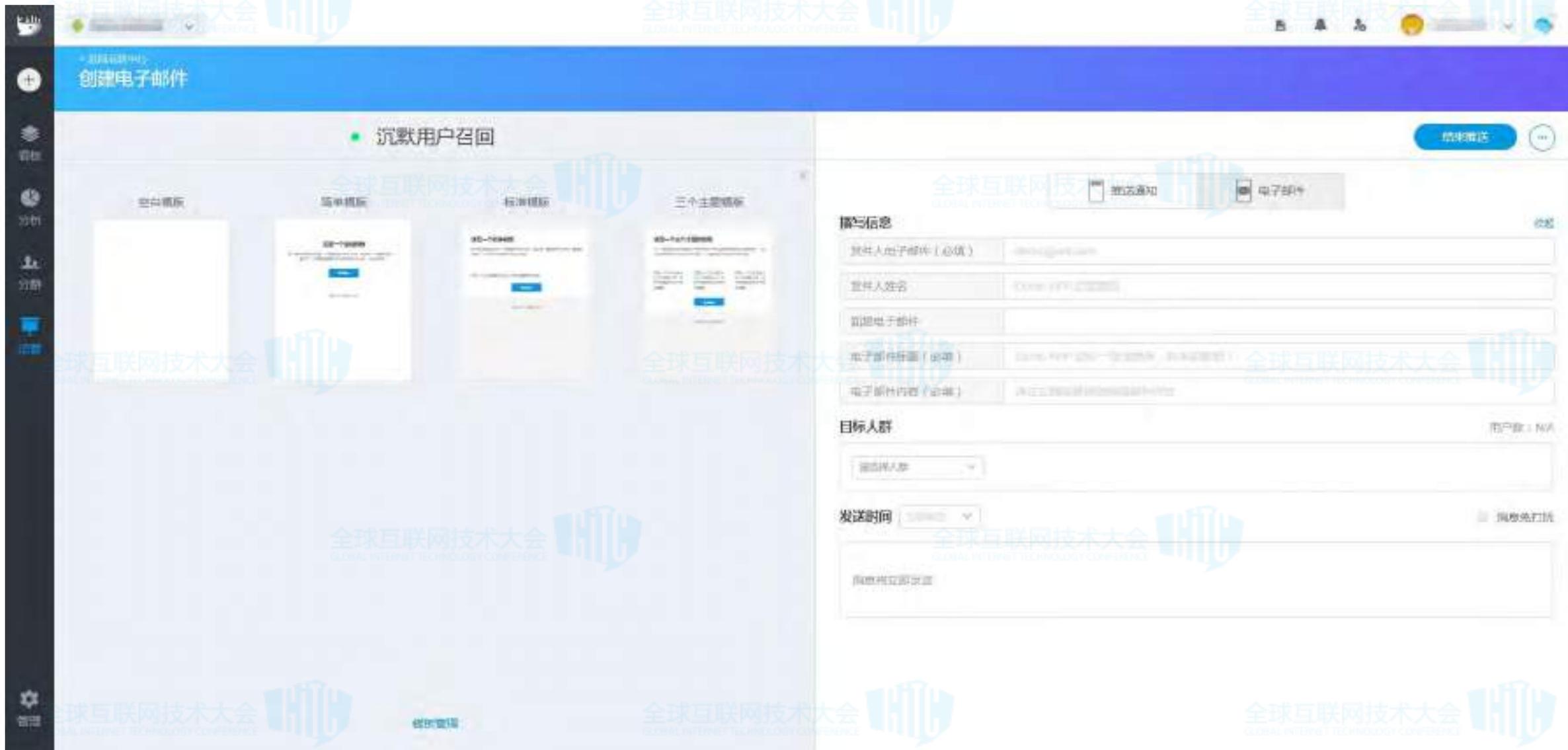


应用场景4：提升用户留存、活跃度



观察不同行为的留存情况

应用场景4：提升用户留存、活跃度



总览方舟功能模块



看板



图表



分群



运营

图表——多模型多维度实时查询分析，任意节点下钻分析人群特征

The screenshot displays a dashboard with a dark blue sidebar on the left and a main content area. The sidebar contains navigation icons for '首页' (Home), '看板' (Dashboards), '分析' (Analysis), '分享' (Share), and '管理' (Management). The main content area is divided into several sections:

- 创建你自己的分析看板** (Create your own analysis dashboard)
- 用户获取情况** (User Acquisition Status): Includes a '渠道分析' (Channel Analysis) icon.
- 了解用户** (Understand Users): Includes icons for '事件分析' (Event Analysis), '基础用户画像' (Basic User Profile), '用户新增偏好' (User New Preferences), '用户APP偏好' (User APP Preferences), and '用户场景偏好' (User Scenario Preferences).
- 用户转化情况** (User Conversion Status): Includes a '转化漏斗' (Conversion Funnel) icon.
- 用户留存情况** (User Retention Status): Includes a '留存分析' (Retention Analysis) icon.

围绕着运营中的各个环节提供多种分析模型

更多模型持续开发中

APP使用路径

页面路径

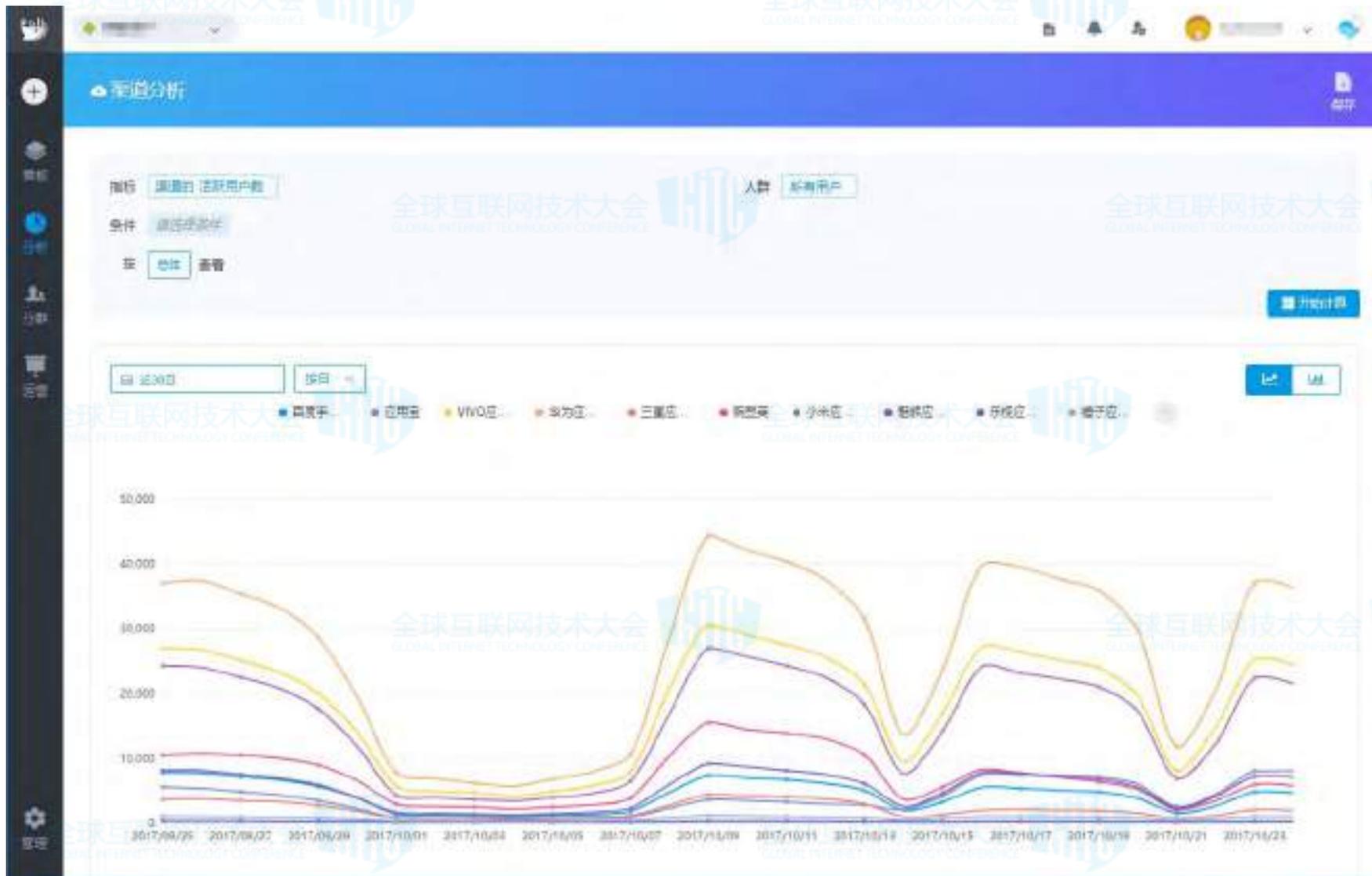
深度用户画像

用户生命周期

用户粘性

付费分析

RFM模型



哪个渠道的新增用户多？
哪个渠道的留存用户更高？
哪个渠道的转化效果更好？
哪个渠道的异常用户占比过高？

从用户质量、用户留存、用户生命周期等多维度衡量渠道质量，识别作弊渠道，把有限经费投入到更优质的渠道



用户更喜欢使用哪些功能？

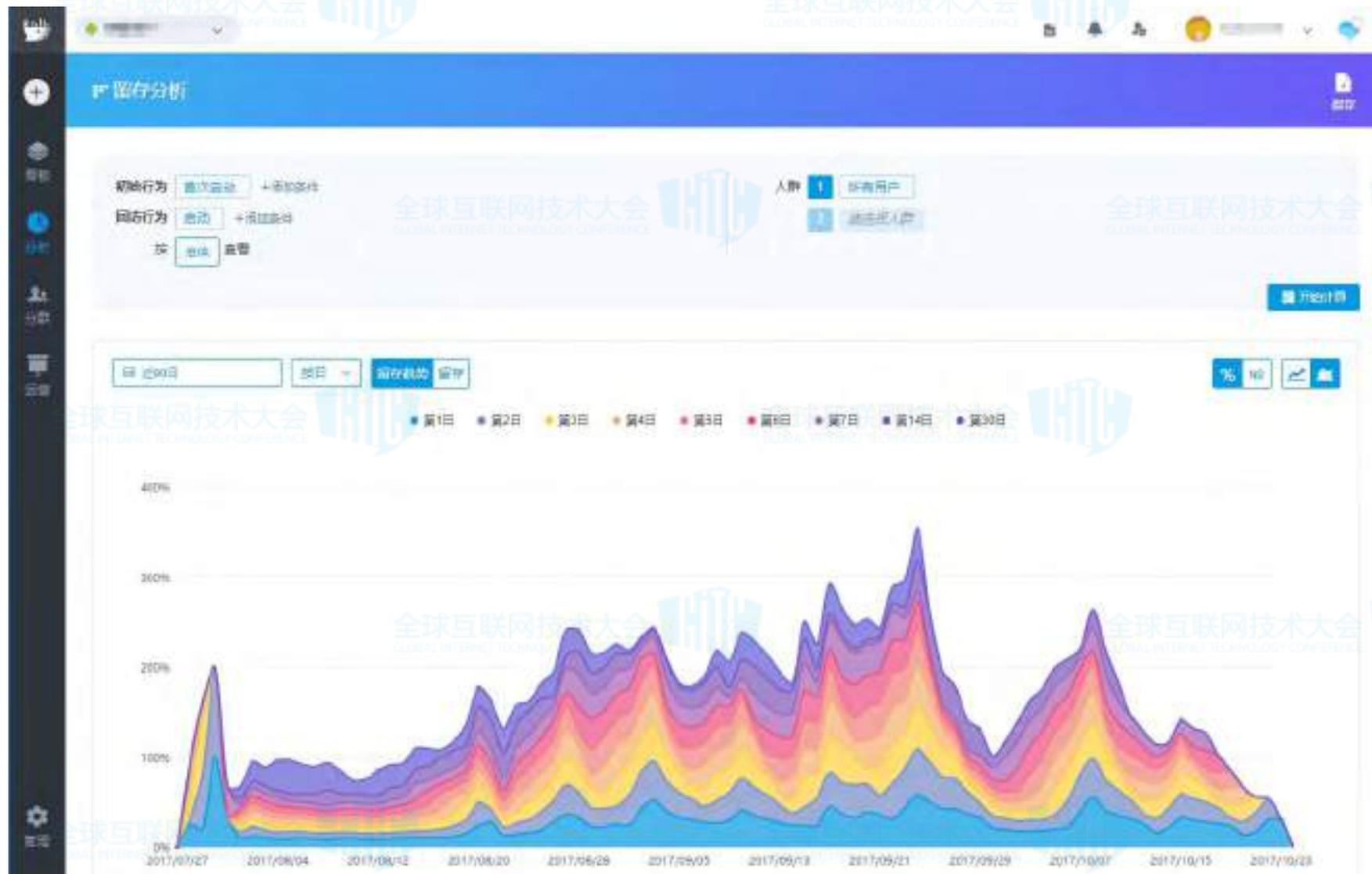
新上线的功能是否受用户欢迎？

不同特征的用户对同一功能使用是否有差异？

精细化分析不同事件的用户行为

对比不同使用环境的影响

对比不同人群的行为差异



通过留存率评估产品基本的健康度

自定义初始行为、回访行为

分析用户对不同功能的使用粘性

细分不同属性、不同人群分析留存的相关性

转化漏斗



建立业务关键转化漏斗

分析判断哪个环节需要重点提升

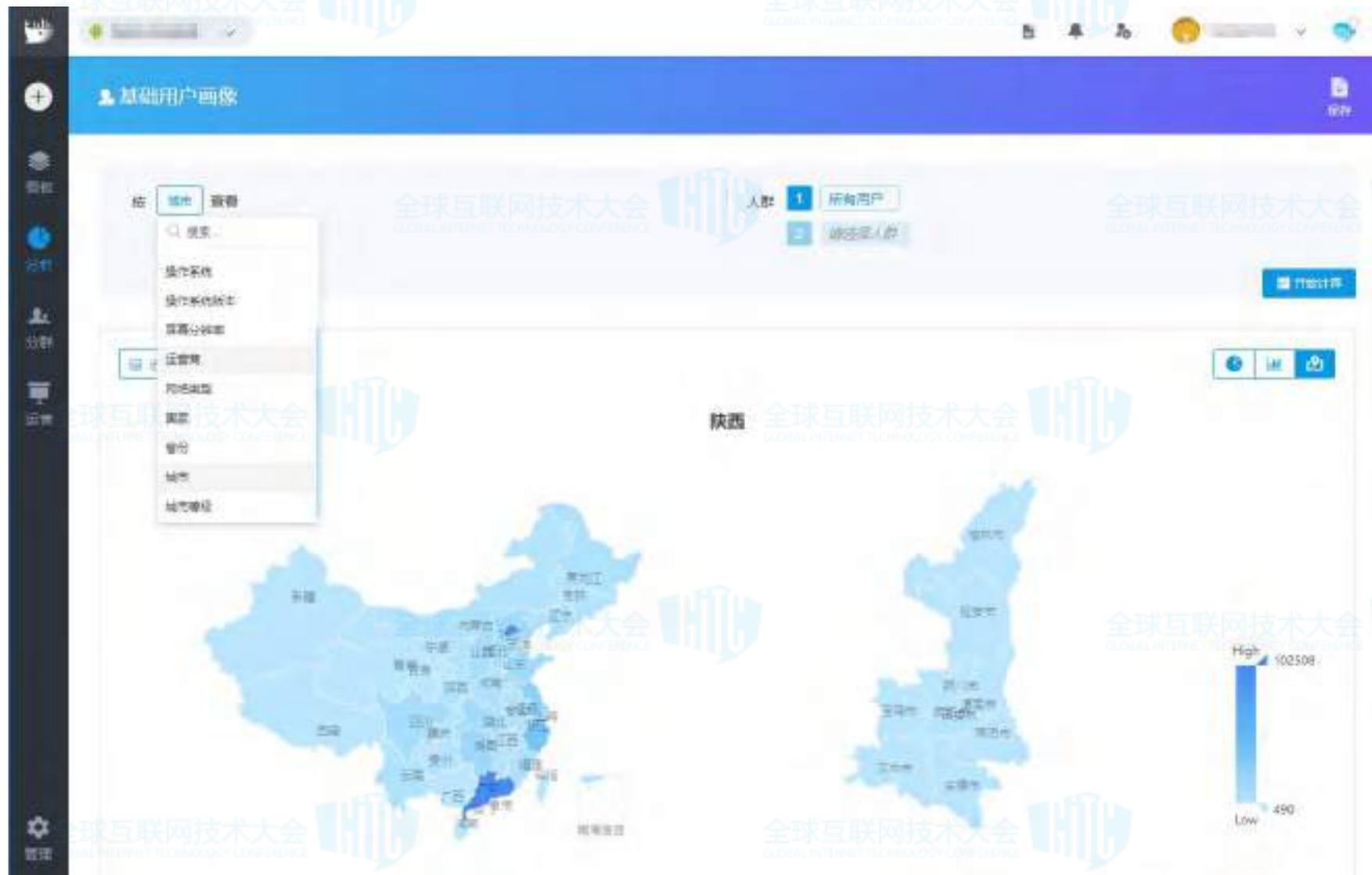
转化率低是因为

当前改版出了问题？页面坑位没有有效管理？某个渠道并未带来转化？

.....

细分不同使用环境、不同人群判断，进一步下钻分析流失人群特征

基础用户画像



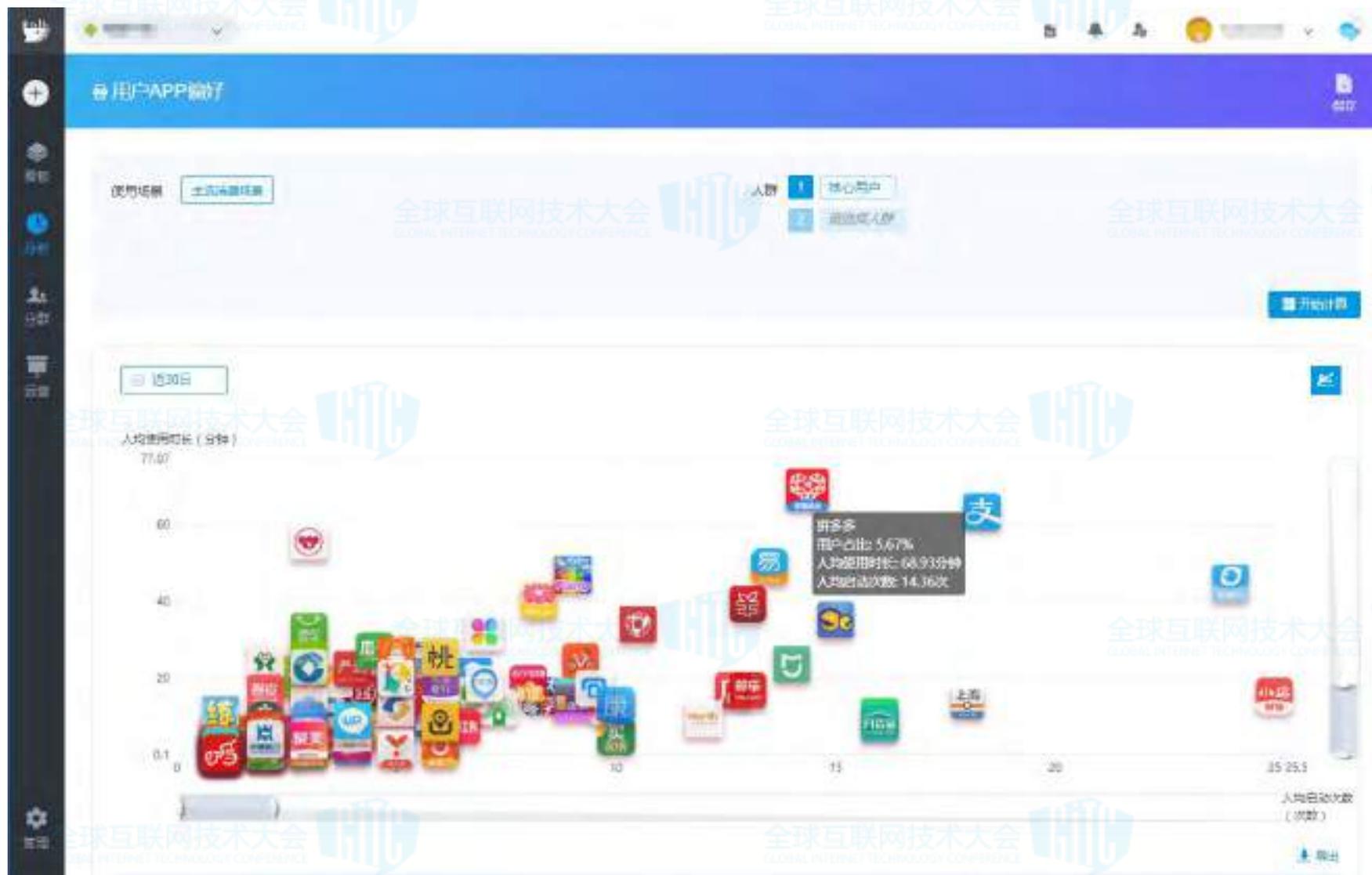
从用户使用的终端设备、地理位置、网络状态、人口特征等多个角度做出用户基础画像

领域偏好



第三方数据增补全景画像
细分对比不同群体偏好差异

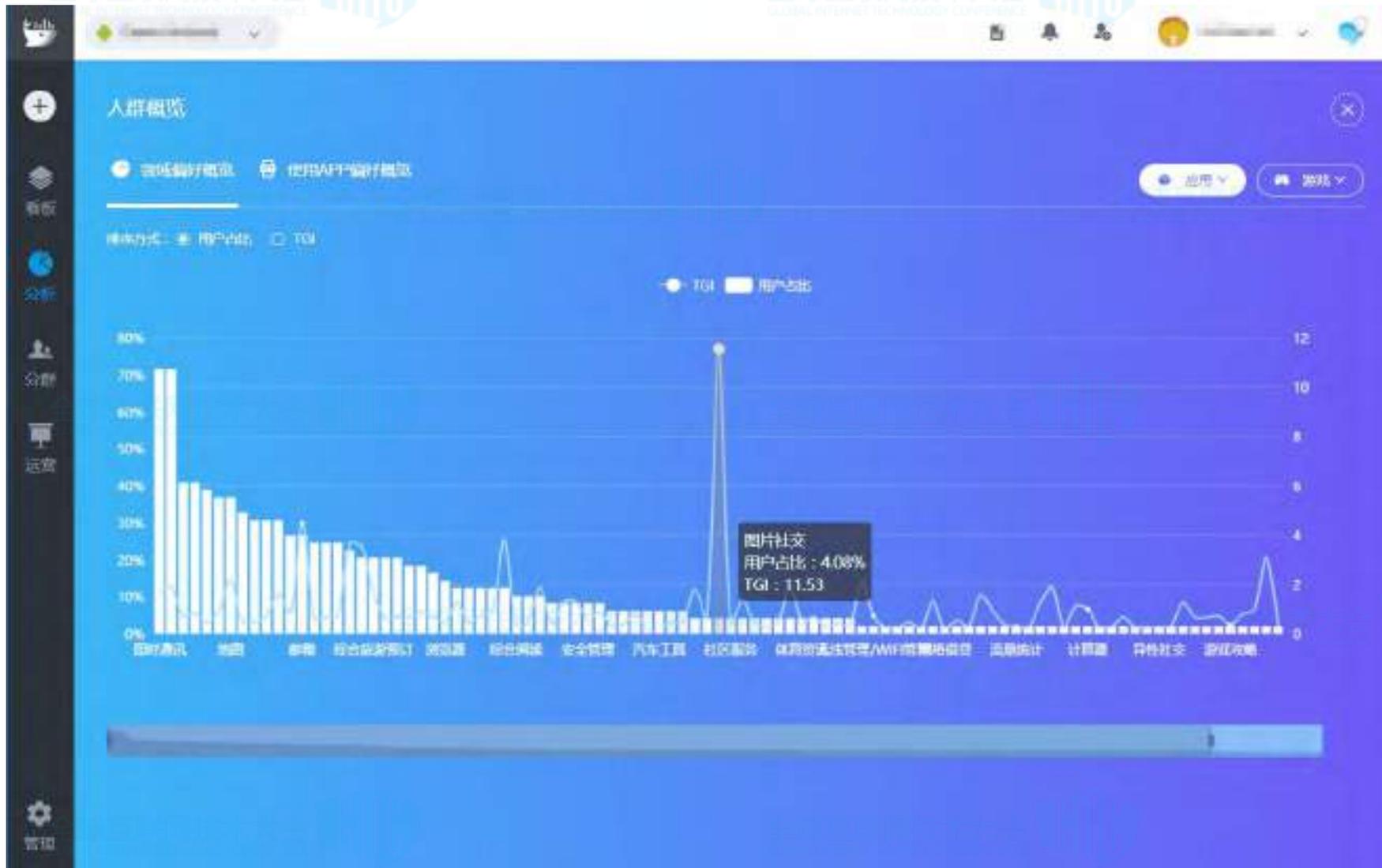
APP偏好



发现用户对不同APP的偏好及使用情况

辅助寻找合适的推广媒介

所有图表都支持多维查询，多用户群体对比，下钻分析



丰富的查询维度

N个自定义事件属性

20+事件通用属性

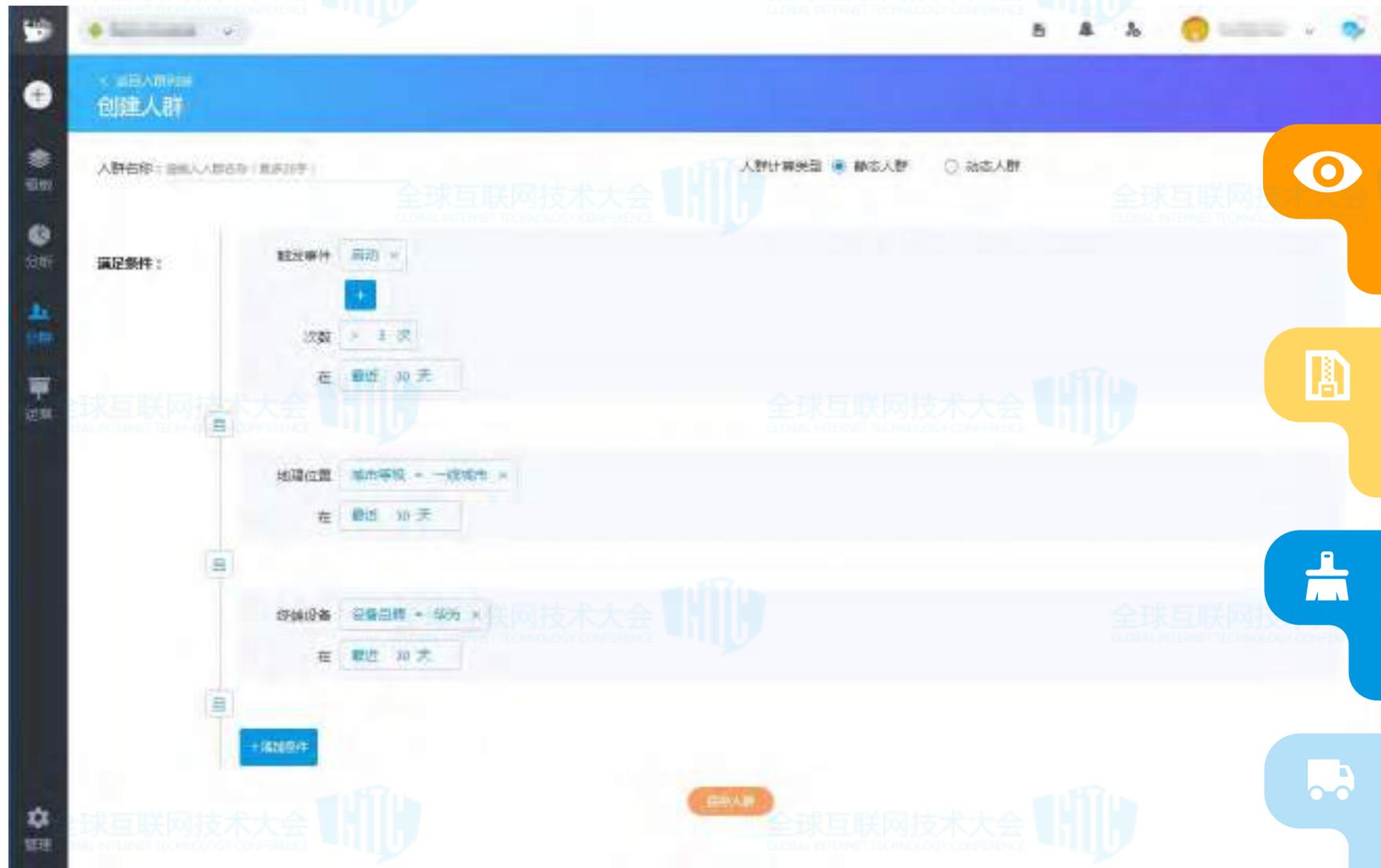
20+用户属性

多个用户群体对比

深入的行为分析

所有图表任意节点都可以下钻分析用户特征

分群——通过用户行为、属性精细化划分人群



使用行为

打开关闭APP、使用频次、使用时长、使用哪些事件



使用设备

设备品牌、型号、分辨率、网络类型等



使用偏好

领域偏好，爱好摄影？旅游达人？



人口特征

性别，年龄、职业

运营——连接第三方运营服务用户分群有效触达，数据闭环验证



连接极光推送、小米推送、百度推送、Sendcloud.....等第三方运营服务商

 应用内消息推送

 邮件

 短信

触达用户的使用场景

| 人群名称 | 创建名称 | 创建人 | 人群计算逻辑 | 最近计算时间 | 用户数 |
|--------------|--------|-------|------------|---------------------|--------|
| 近30日启动过应用的用户 | 自定义分群 | admin | 动态(24小时更新) | 2017-10-26 12:49:25 | 32,304 |
| 近30日启动过应用的用户 | 自定义分群 | admin | 动态(24小时更新) | 2017-10-26 12:49:25 | 32,167 |
| 北京地区用户 | 自定义分群 | admin | 静态 | 2017-07-14 21:11:20 | 178 |
| 使用华为手机的用户 | 自定义分群 | admin | 静态 | 2017-07-14 21:11:20 | 119 |
| 品牌用户 | 自定义分群 | admin | 静态 | 2017-07-14 21:11:20 | 34 |
| 新用户 | 自定义分群 | admin | 静态 | 2017-07-14 21:11:20 | 182 |
| 高消费活跃用户群 | 分析下载保障 | admin | 静态 | 2017-07-14 21:11:20 | 675 |
| Demo | 自定义分群 | admin | 静态 | 2017-07-14 21:11:20 | 244 |



定时更新提醒

定时漫画更新提醒；所有用户；18:30



互动引流

《中国新歌声》投票互动提醒；所有用户；20:30



特卖促销

推送个性化促销商品；个性化人群；即时性eg：针对女性用户推化妆品等



流失用户召回

根据用户相关属性字段中的邮箱和手机号，对用户进行召回



用户关怀

根据用户相关属性字段中的生日、性别、用户等级等，对用户进行关怀

第三方服务的接入

返回应用列表

消息推送iOS97
AppKey: 7736d09269973983e

已回数, 使用量正常

预埋点事件梳理 预上传用户属性梳理 集成SDK 回传日志 元事件管理 用户属性管理 渠道管理 版本管理 推送配置

推送通知配置

1 推送平台: 极光 2 AppKey: e0056b44cfc35f 3 masterSecret: f5c8d94ad4846e 绑定 没有账号? 申请极光服务

极光
小米推送
百度推送

电子邮件

推送平台: SendCloud accessKey: doudou_yh_test_ secretKey: 5oVh3nUwqDEO 绑定 没有账号? 申请SendCloud服务

管理



消息的创建和规则的设置



发送时间 消息免打扰 11:00PM-8:00AM

2017/09/26 00:00:00

结束时间 2017/09/28 00:00:00

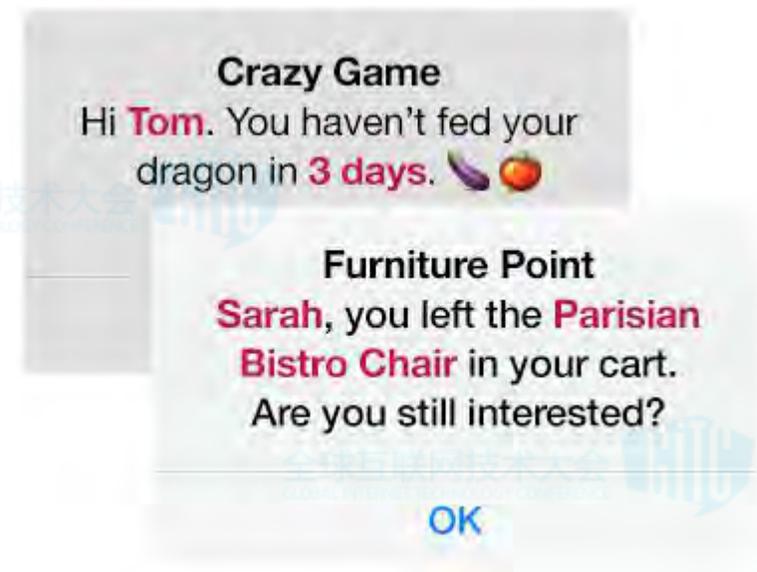
消息将从2017/09/26 00:00:00开始,每周,星期一 (00:00:00) 发送
结束于2017/09/28 00:00:00



消息/营销自动化

自动化消息是激活新客户的关键，同时保持现有客户的参与度。像消息自动回复一样，自动推送消息是根据您定义的规则和预定义触发器来给客户发送信息的。

自动化的广告系列是基于用户行为位置，上次激活时间，操作系统，设备类型，应用版本和您自己的自定义标签，来发送广告消息的。自动化消息最适用于新用户激活、挽回流失的用户、增加用户粘性和忠诚度。



消息个性化

发送动态个性化的相关用户信息的信息。使用动态消息传递，以同样的方式创建具有合并字段的电子邮件，您现在可以使用推送消息执行相同操作。结果是更好的推广活动。目前我们支持三种类型的可以填充动态内容的自定义字段，包括数字字段，字符串字段和日期字段。

请输入消息名称

消息内容

发送

插入个性化属性

后续操作 (后续操作包括: 打开应用, 打开指定页面, 打开链接等, 请将您的参数值添加在下面)

自定义参数 最多添加5个, 字符总和不超过500个字符

1 2 3 4

Key Value

添加自定义参数

目标人群

请选择人群

发送时间 计划重复

消息免打扰

2017/09/26 00:00:00 每周 星期一

打开操作

链接到应用程序

打开操作

定向到Web URL

打开操作

关闭消息

深度链接

将推送通知或应用内消息链接到您的应用程序中的特定页面，屏幕或部分。推送通知通常会将用户带到您应用的首页。通过深度链接，您可以将用户发送到您的应用程序深入的内容。我们还可以通过浏览器将应用程序唤醒或者链接到应用程序中的特定页面。

消息推送效果的跟踪

全球互联网技术大会
GLOBAL INTERNET TECHNOLOGY CONFERENCE

全球互联网技术大会
GLOBAL INTERNET TECHNOLOGY CONFERENCE

全球互联网技术大会
GLOBAL INTERNET TECHNOLOGY CONFERENCE



看板——根据使用场景/用户角色灵活自定义



可按照使用场景来创建，例

- 用户获取
- 用户转化
- 活动效果

.....

不同场景下关注不同指标

看板——根据使用场景/用户角色灵活自定义

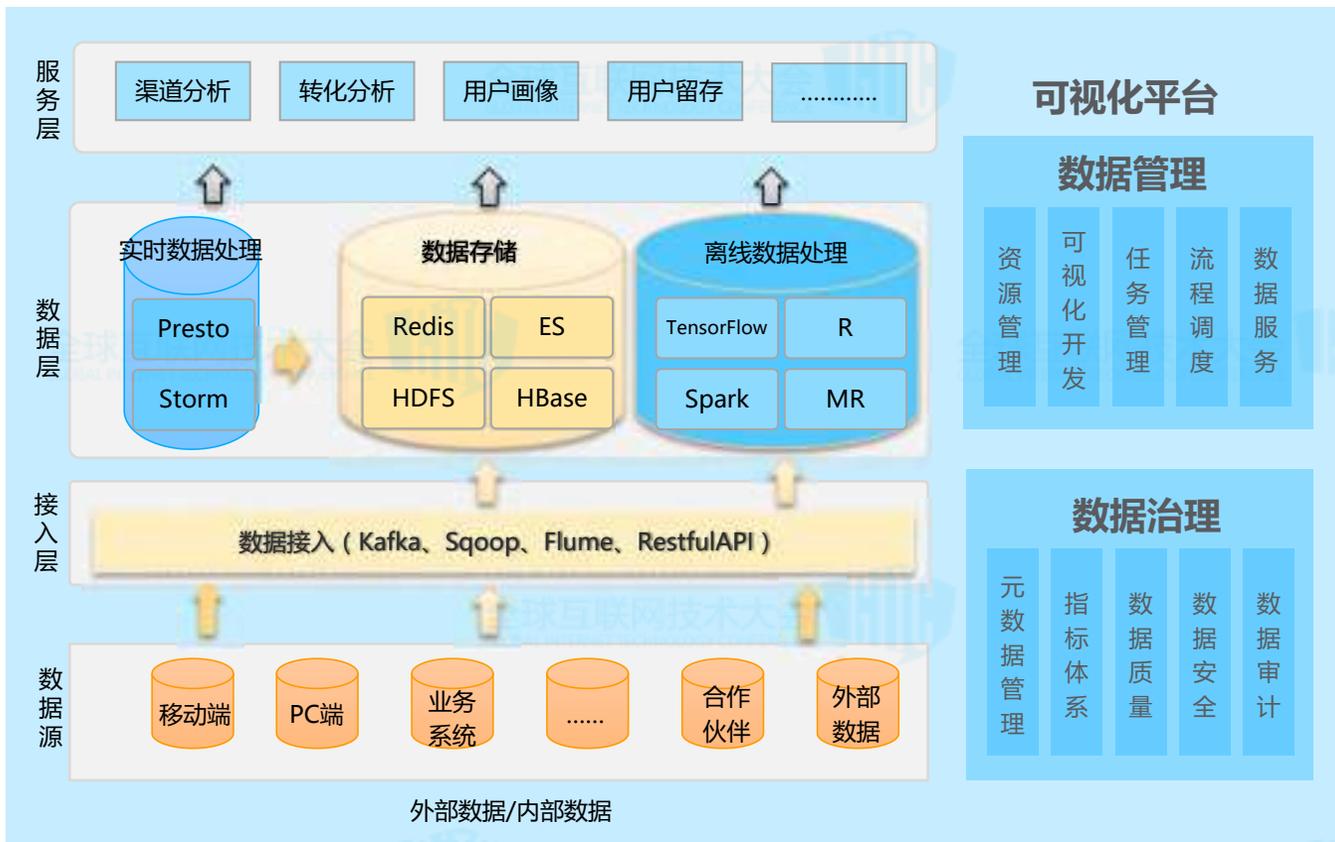


可按照角色来创建，例

- CEO看板
- 产品经理看板
- 市场推广看板

.....

不同角色添加关注不同指标



- 实现经典的Lambda架构，同时支持流式和批量数据处理，支持离线和实时计算
- 提供规范的数据加工流程，并且为任务和流程都提供了标准工具和模板
- 实现全流程的端到端的数据质量管理和监控
- 统一API服务；降低依赖，系统升级无感知
- 自动化部署；支持PAAS和私有化

如何接入？

Step 1：注册登录

Step 2：添加应用

Step 3：明确分析需求，梳理埋点需求

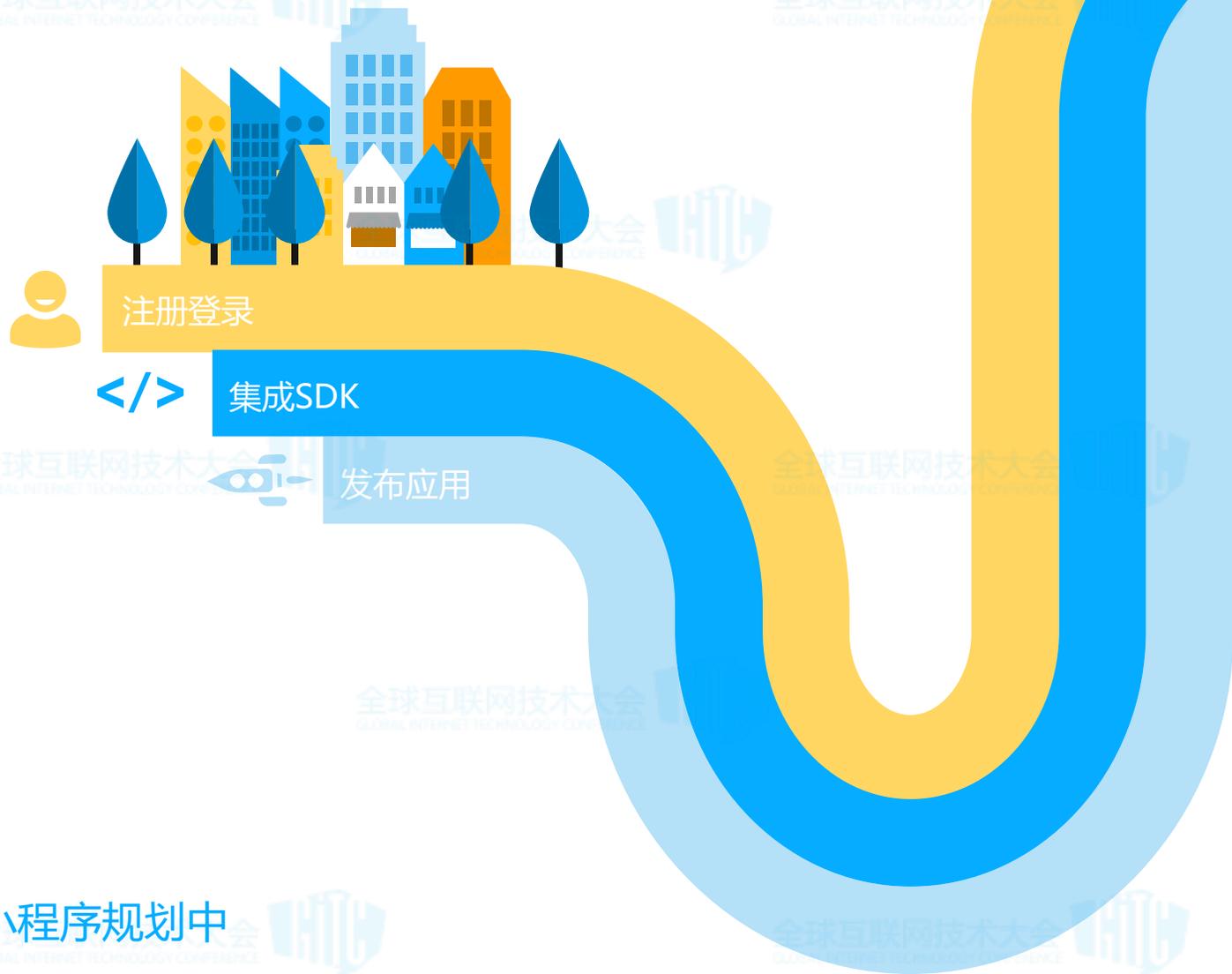
Step 4：邀请工程师集成SDK

Step 5：验证埋点的正确性和完整性

Step 6：设置需要接入的运营服务

Step 7：发布应用

目前支持Android、iOS、H5、Web应用，小程序规划中



选择最适合您的方案



试用版

限30天

立即接入

自定义看板灵活定义关注的指标

10+个分析模型多维实时查询

任意节点下钻分析人群特征

多种方式划分人群

连接第三方运营服务有效触达

多成员分角色共享应用

查看所有功能



基础版

适用于用户量较小的初创团队

联系我们

自定义看板灵活定义关注的指标

多个分析模型多维实时查询

渠道分析

事件分析

基础用户画像

多成员分角色共享应用

查看所有功能



中级版

适用于用户量较大的增长团队

联系我们

包含基础版所有功能

留存分析

转化漏斗

多种方式划分人群

连接第三方运营服务有效触达

多成员分角色共享应用

查看所有功能



高级版

希望实现精细化运营闭环验证的团队

可私有化部署

联系我们

包含中级版所有功能

领域偏好

场景偏好

APP偏好

任意节点下钻分析人群特征

连接第三方运营服务有效触达

查看所有功能

附：埋点和无埋点的区别

| | 无埋点 | 埋点 |
|------------|------------------------------------|---|
| 是否需要添加基础代码 | 必不可少 | 必不可少 |
| 部署方式 | 业务人员在页面点选 | 需要前端工程师协助理点 |
| 历史数据回溯 | 可以 | 埋点前数据不可回溯 |
| 事件属性数据采集 | 只能采集到用户交互数据，不支持采集属性数据，如果需要仍然需要埋点辅助 | 可以添加多个事件属性，比如点击支付事件可以添加支付订单、订单金额、支付方式等等 |
| 适用企业 | 基础的指标监测 | 追求精细化运营，有多维度深入分析的需求 |

总结：

- 1、埋点和无埋点没有绝对的优劣，取决于业务分析需求；
- 2、无埋点并非完全不加代码，仍然需要埋基础代码；
- 3、无埋点更准确的叫法应该是可视化事件部署；
- 4、无埋点适用于只是查看基础指标的分析需求，对于追求精细化运营的企业来说，数据采集不全面的无埋点并不能解决问题。



数据分析驱动变革

- 易观千帆
- 易观万像
- 易观方舟
- 易观博阅



易观订阅号



易观方舟Demo