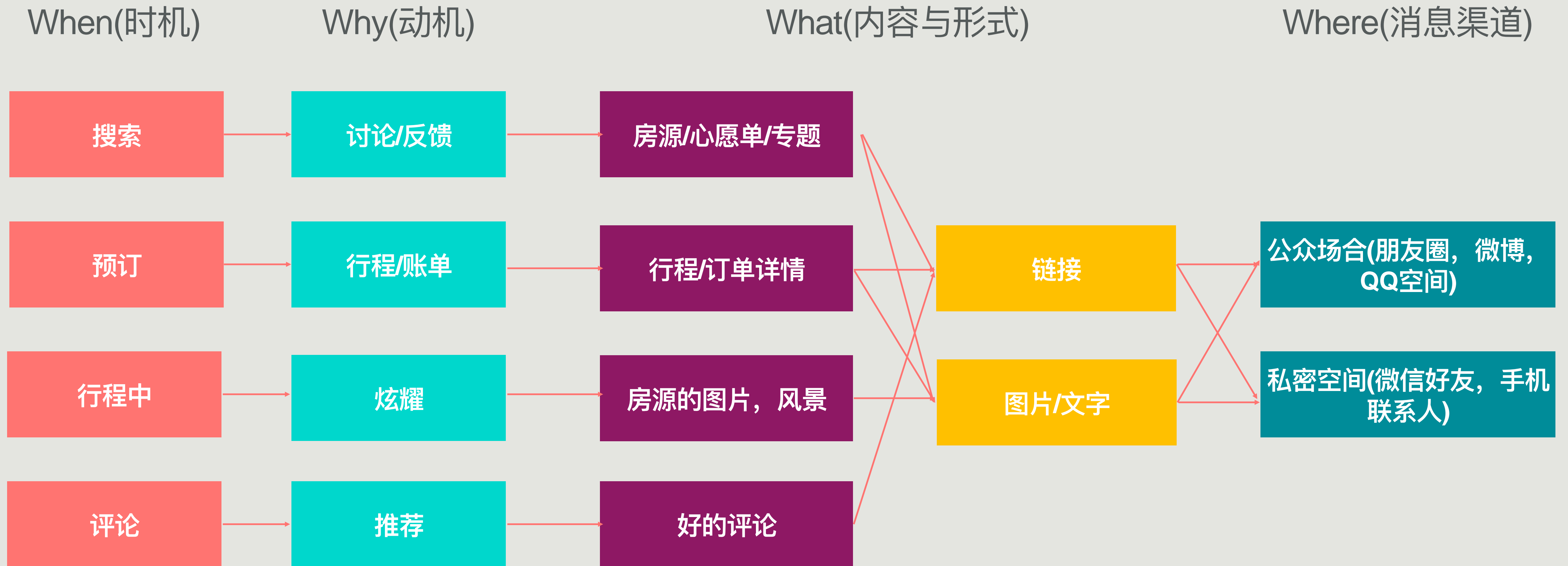


分享的结构: When, Why, What, Where



病毒实验的一些想法

基于时机的测试 (主线)

在整合流程当中适当的添加提示

- 当在一个房源详情页或者心愿单页停留X秒, 浮窗提示去分享给好友
- 当用户完成预订时, 提示用户把行程分享给一同出行的人
- 当用户给了4-5星的评论时, 提示用户分享他的评论给好友, 并且获得额外的积分奖励

基于动机的测试

为了金钱奖励? 为了更好的声誉? 不同用户在不同场景需要的回报是会不一样的

- 分享的时候提示用户可以获得更好的声誉 **V.S.** 获得更多的优惠券

病毒实验的一些想法

基于内容形式的测试

测试哪种内容形式会有更好的效果

- 专题内容 **v.s.** 一个房源
- 图片 **v.s.** 链接
- 季节性内容 **v.s.** 目的地内容 **v.s.** 基于不同人群的内容 **v.s.** 折扣促销

基于分享到哪里的效果测试

测试分享到那个信息渠道是最有效，转化率最高的

- 私密渠道: 手机通讯录联系人 **v.s** 微信好友
- 公众渠道: 微博 **v.s.** 朋友圈 **v.s.** QQ空间
- 在公众渠道分享评论 **v.s.** 在私密渠道分享评论

“+∞?”

知道你的产品市场天花板&是否要开始其他新业务
(addressable market & multiple business)

谢谢大家!

欢迎提问!



airbnb

NJSD

中国(南京)软件开发者大会

China (Nanjing) Software Developers Conference

2016

