



企业运营培训

——电商运营

演讲者：苍志隼

时间：2022年5月12日

目录

01 核心指标

02 整体指标

03 案例分析



PART 01 **核心指标**

1. 产品
2. 流量
3. 用户

运营

电商领域的运营中所说的“三流玩产品，
二流玩流量，一流玩用户”是指什么？

三流玩产品，这里的 product 指的是网店所卖的商品，比如“外贸，尾单，原单，A货，高仿，副厂”等，所关注的指标是SKU

二流玩流量，就是在站内站外获得流量，关注的指标是流量、转化率。

一流玩用户，所看的标准就是复购率，关注的指标是复购频次

◆ 核心指标

产品 流量 用户

这三方面对应的三个指标就是电商运营相对核心的指标。另外作者的本意也并非对运营作出三流九等的划分，而是提醒专注做产品跟流量的运营人员，需要注重一下用户运营。成熟的创业者更加关注的是如何把三者的价值发挥到最大，最终形成产品的竞争壁垒。



◆ 一流玩用户，玩的是什​​么？



玩的是转化率，复购率，复购频次

转化率：如何把流量转化成用户(如注册才算用户，下单才算用户)

复购率：就是第一次产生购买的用户再次购买的比例是多少？这个指标能直接反映你的产品是否好，服务是否到位，流量是否精准。

复购频次：订单数/用户，即每个用户购买了多少单。直接反映用户忠诚度。

◆ 核心目标

这个就是玩用户的终极目标，让用户产生黏性，持续贡献利润，其它的口碑，品牌就是建立在持续的利润之上的。围绕着这个目标，我们需要做非常多用户相关的工作，比如用户的拉新、留存、唤回、促活跃、转付费等。



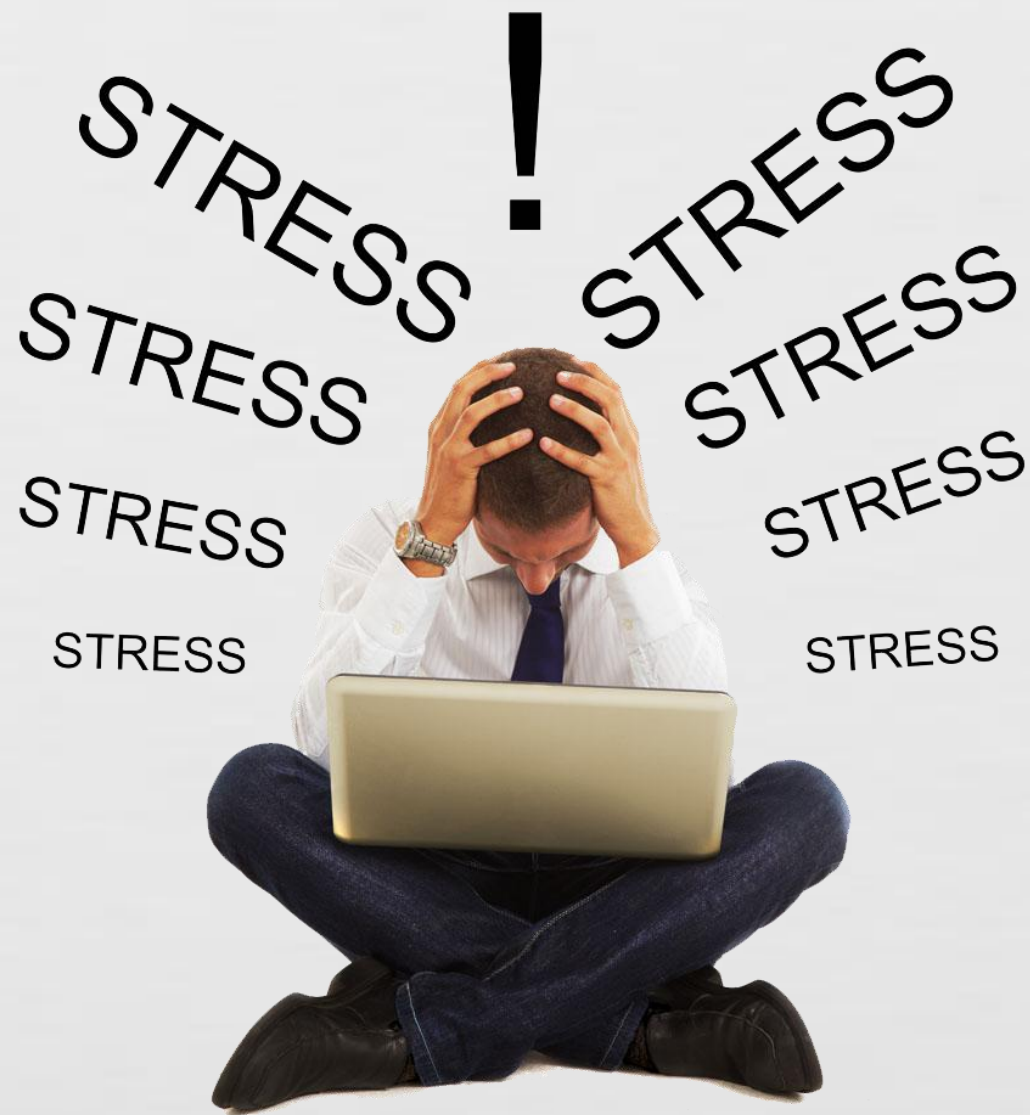


PART 02 **整体指标**

1. DAU
2. 访问量
3. 阅读量
4. 点击量
5. 日留存量

◆ 作为一名运营人员，最应该关心的指标是什么？

有的人认为是DAU（即每日活跃的用户数），有的人说是网站的访问数/APP装机率（因为装机率高意味着很多人在使用产品），有的人认为是微信、微博等媒体平台的阅读数（阅读数高意味着读者很活跃），或者认为参加活动的人数多、XX页面点击次数多、X日留存数（即几日内反复观看网站的数量）等等指标是最需要关心的指标.....



◆ 作为一名运营人员，最应该关心的指标是什么？

DAU：如果网站上活跃的人很多，但是都是为了参加抽奖活动而来的人，参加完活动就走了。即使活跃度很高，但这并不能代表我们的运营工作做好了。

访问数/装机率：很多用户来到了我们的店铺，或者下载了APP，但是离开之后就再也没回来，或者再也没打开APP（这样的情况是不是经常发生），用户直接流失掉了，这样的数据也并不意味着我们的工作做到位了。

微信、微博的阅读数：阅读数字和产品转化（即购买数）并没有直接关系，所以这个阅读数字什么都不意味着，在运营工作中仅仅关注阅读数字，并不是正确的工作思路。

参加活动的人数：这个指标和DAU是类似的，参加了活动并不意味着用户就一定来到了你的店铺，更不意味着他们能够持续使用你的产品（APP），所以不能直接证明这个指标的上升能够给产品带来收益。

点击次数：点击次数多并不等于用户粘性高，不等于用户会持续地使用产品——这同样是一个片面的KPI指标。

日留存数：在短期范围内，这的确是一个有意义的指标，能够直观反映出用户在某个时间段内访问了网站（或者打开了APP），但是对于长期的运营工作来说，这并不能意味着更多。

◆ 整体指标

总的来说，这些指标独立来看都是比较片面的，而对于运营工作人员来说，核心关注点应该是一一增加人与人之间“连接”的数量。



◆ 思考



如何提高这种“连接”数量？
我们从几个案例来给大家讲解一下。



PART 03 **案例分析**

1. 存量带增量
2. 高频低价引流量
3. 高频带高频
4. 低频变高频

◆ 案例讲解

① 存量带增量

② 高频低价引流量

③ 高频带高频

④ 低频变高频

感谢您的观看

演讲者：苍志隼

时间：2022年5月12日

