

从数据化运营到增长黑客

演讲人：杨旭

跨界互联
数聚未来

第四届中国数据分析师行业峰会

CHINA DATA ANALYST SUMMIT

北京 中国大饭店 2017.07

【自我介绍】

- 10年互联网老兵，曾服务于新浪、图吧、昆仑万维等互联网企业，担任市场营销、产品运营等管理职位。专注于互联网营销、运营领域，关注传统企业互联网+转型，对数据化营销运营有深度实践经验，DCCI特聘互联网研究顾问；
- 2011年，创立【妈妈厨房】（国内最早的企业餐饮O2O服务平台，曾服务拜耳、博世等外企；2013年，创立【逸香雅居】餐厅，探索数据化餐饮经营，获2013年大众点评【北京十大性价比】餐厅；
- 2014年，受邀任21cake运营顾问，后加入公司运营团队任业务分析高级经理，推动公司数据化运营体系建设，现负责21cake移动生鲜平台举实（join10）全链条运营工作；现为某创业公司合伙人，负责收入运营。
- 公众号及社群创立者、运营者：餐饮圈互助学习社（cyqsharegroup），餐饮小白从0到1的学习成长笔记：解忧杂货店（jingpintao001），原创知识分享公众号，20天拿到原创邀请。



目录

- 消费生意核心问题与关键点；
- 数据化运营驱动业务、资源与组织架构变革；
- 核心策略：增长黑客，基于数据化运营。
- 资源策略：组织架构优化+薪酬绩效优化+营销投入

零售业3个核心维度（人、货、场）

人—顾客、
团队

货—产品

场—渠道

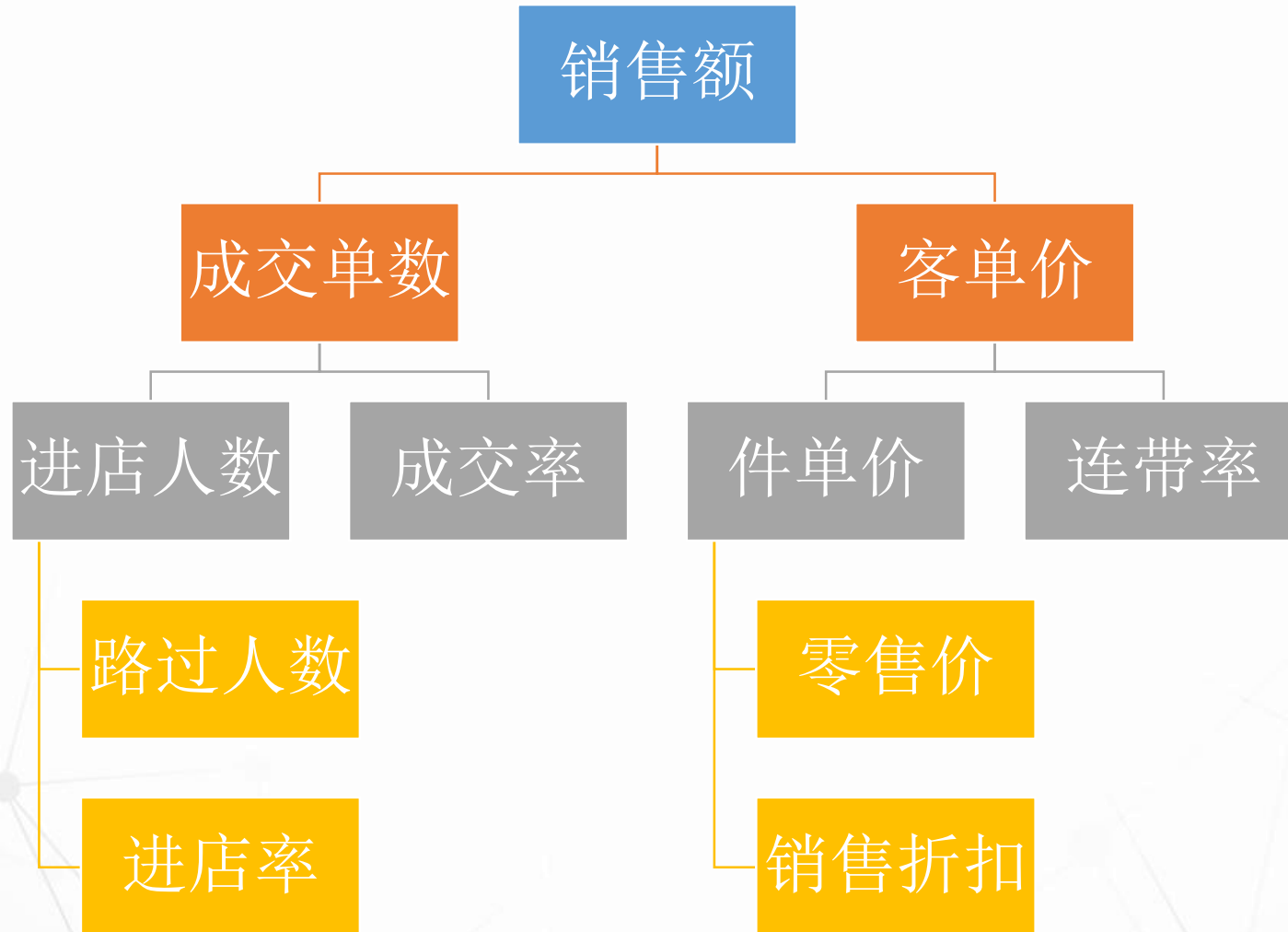
- 团队：各部门独立核算成本，通过数据计算，各部门的销售贡献；
- 顾客：建立CRM会员体系，打通线上线下顾客消费信息，找到真实的消费者画像，展开会员生命周期管理，建立顾客终身价值互惠模式；
- 渠道：用数据量化核心渠道价值，将资源投入在ROI持续走高的核心渠道上；
- 商品：数据化商品管理，重新优化产品图片+文案，并根据销售数据优化产品，淘汰滞销品。

核心问题：线上销售额；

核心公式：销售额 = 客户数 * 客单价；

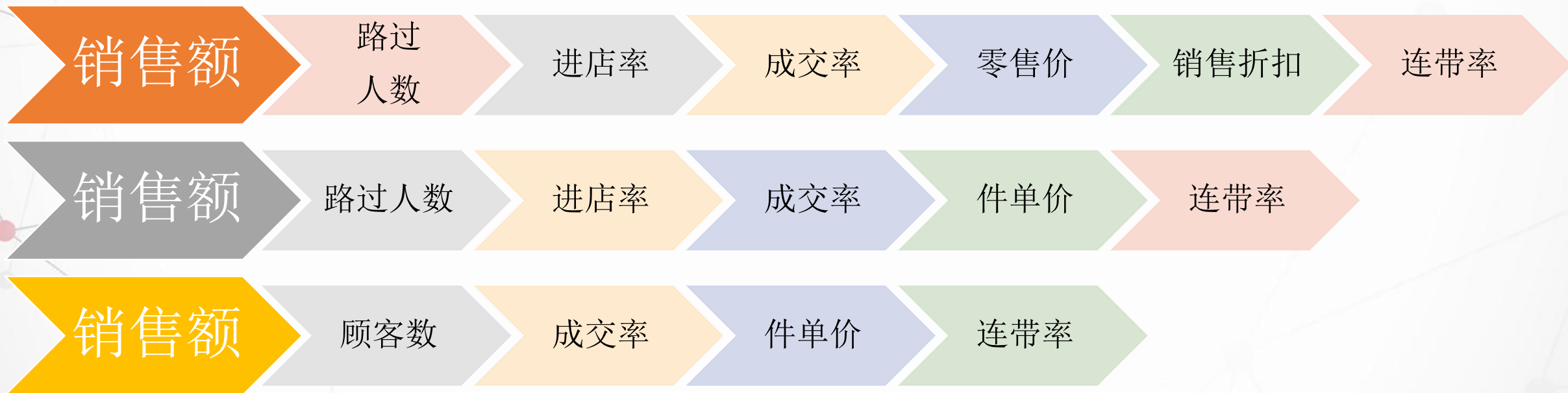
核心关键点：

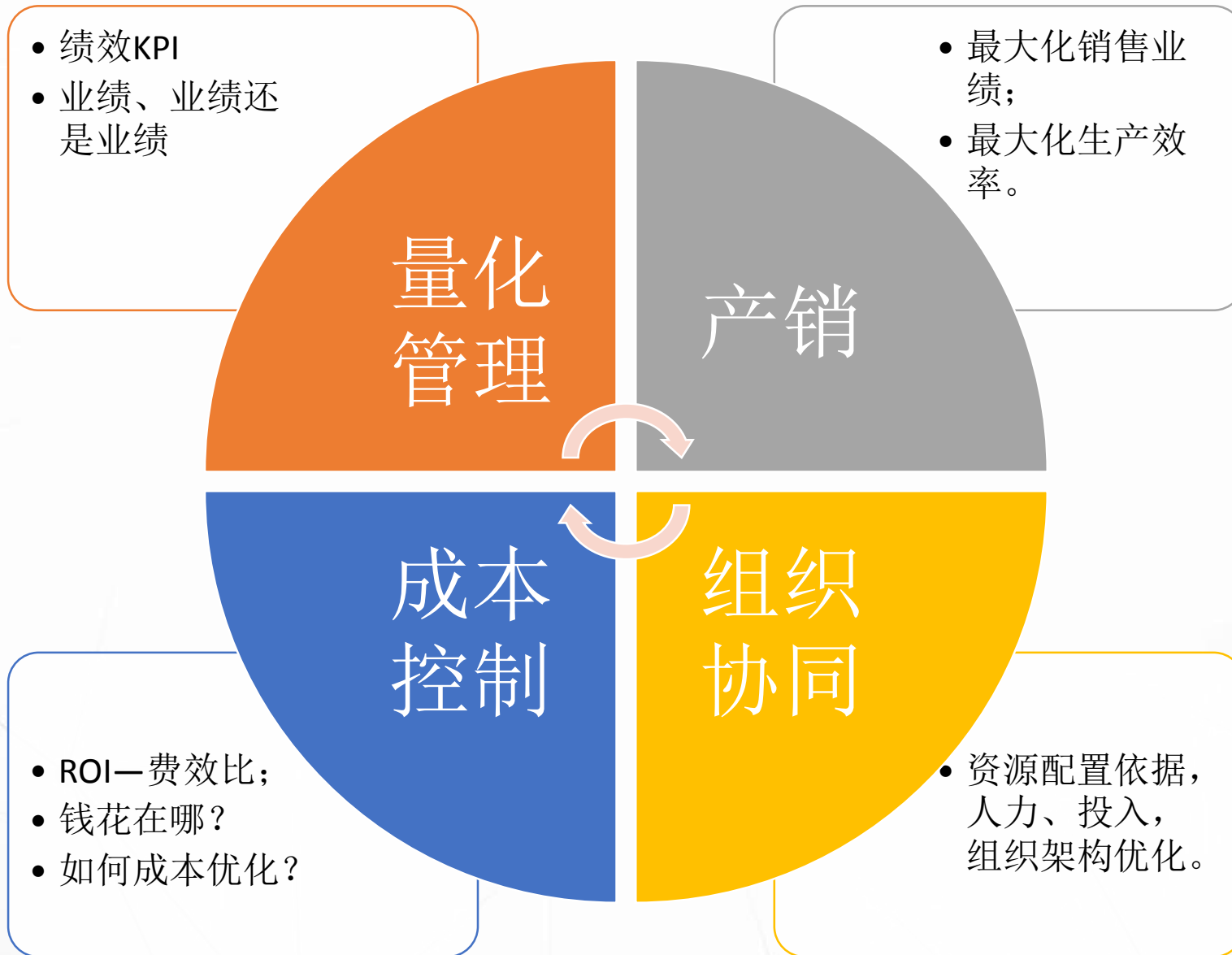
- 1. 如何持续低价获取客户；**
- 2. 如何持续控制成本及ROI。**



销售数据公式拆解

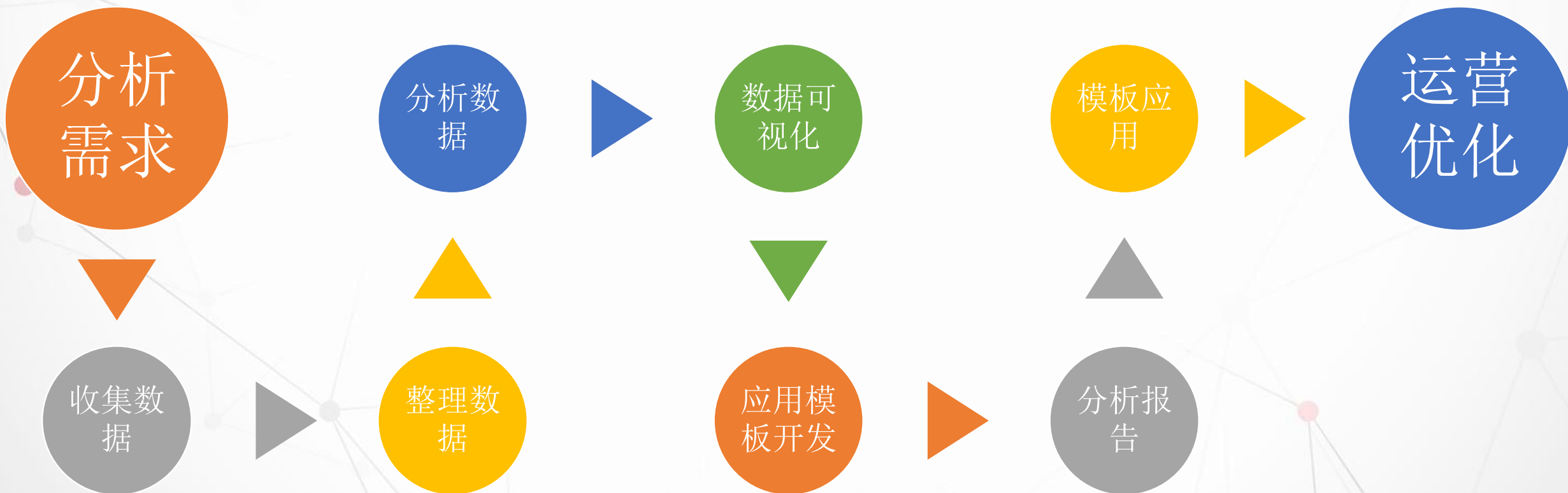
销售额数据公式数据指标拆解

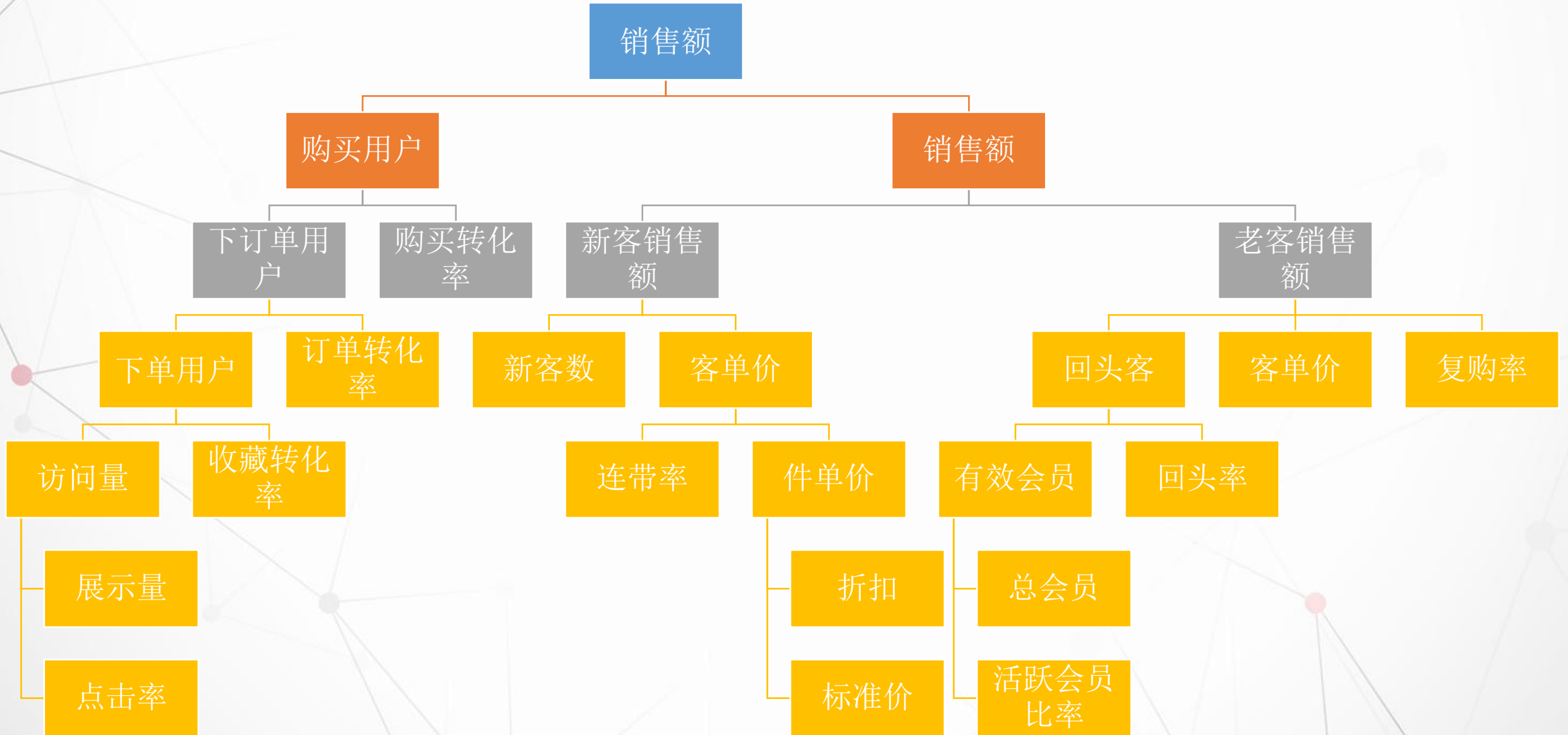




数据化运营能解决什么问题

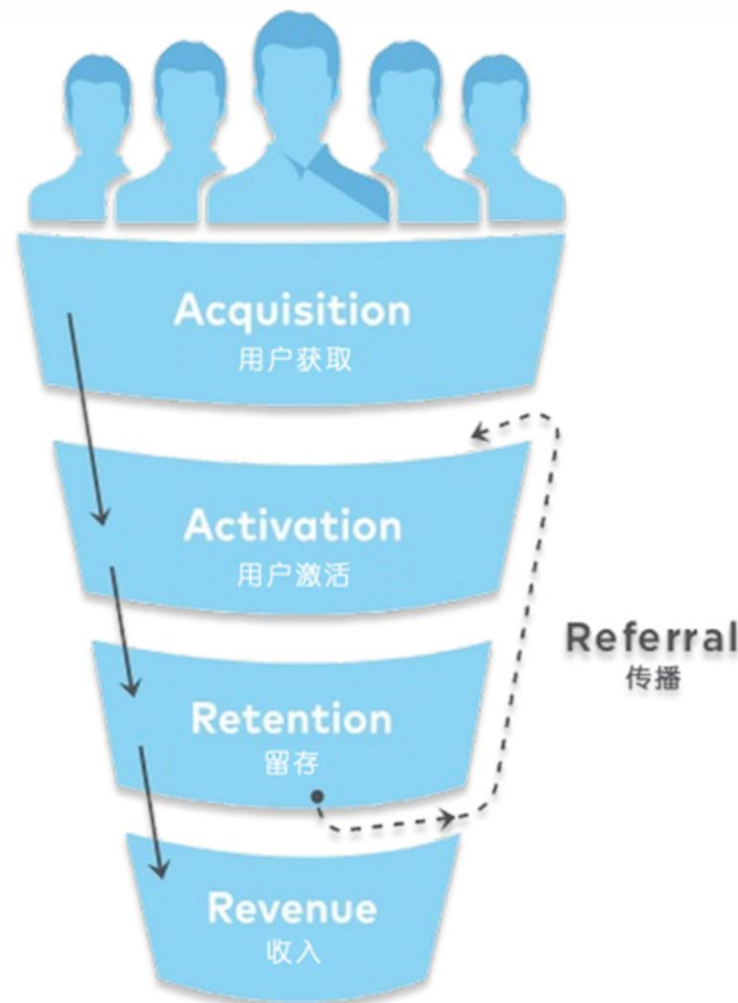
数据化运营基础流程，用数据增加感性决策的理性逻辑

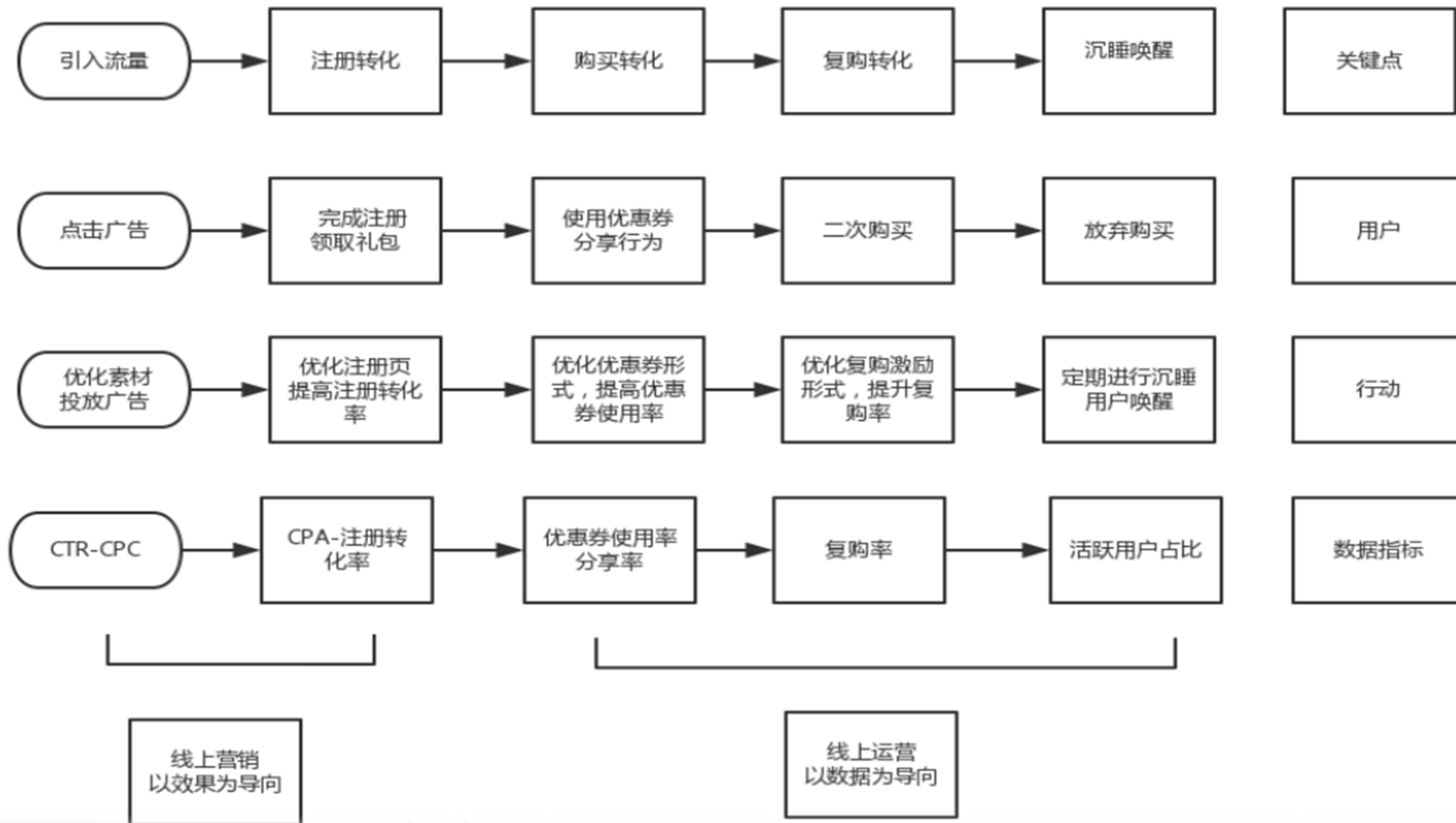




增长黑客 AARRR运营模型：

- 获取 (Acquisition)
 - ✓ 用户如何发现 (并来到) 你的产品 ?
- 激活 (Activation)
 - ✓ 用户的第一次使用体验如何 ?
- 留存 (Retention)
 - ✓ 用户是否还会回到产品 (重复使用) ?
- 收入 (Revenue)
 - ✓ 产品怎样 (通过用户) 赚钱 ?
- 传播 (Referral)
 - ✓ 用户是否愿意告诉其他用户 ?





数据化营销运营模型

Online & offline



CDA 数据分析师
www.cda.cn

THANKS

跨界互联 数聚未来

第四届中国数据分析师行业峰会
CHINA DATA ANALYST SUMMIT