

用户增长实战100问



[用户增长实战100问 下载链接1](#)

著者:张小坏

出版者:人民邮电出版社

出版时间:2020-2

装帧:平装

isbn:9787115522269

本书结合互联网运营人员、产品人员和市场人员在工作中的常见情景，总结了100个典型的驱动用户增长的实践问题。全书共9章，第1章比较增长黑客思维与传统市场推广人员思维的不同；第2章~第3章介绍了增长黑客常用的17个思维模型；第4章~第8章解析了数据分析与数据驱动、活动策划与执行、内容引导与文案写作、渠道推广与宣传、用户管理这5大增长技能；第9章则是数据驱动用户增长的实战技巧分析。本书主要讲解如何将增长黑客的工作理论应用于实践，面向希望学习数据驱动用户增长的方法论和实战技能，想要了解增长黑客角色的产品人员、运营人员和市场人员，满足他们从入门到进阶各阶段的需求。

作者介绍:

张怀涛

笔名张小坏

2011年起一直在互联网运营一线工作，曾带领多个团队实现从0到百万用户量的增长。擅长以精益运营思路拆解增长困境，通过数据分析手段找到增长破局点，以精细化运营管理为核心，利用内容、活动、社群等方式实现用户增长。在内容运营、产品运营、数据分析等方面有独到的见解。

2017年起进行互联网行业观察和研究，是鸟哥笔记、人人都是产品经理等平台的专栏作者。

目录: 第 1 章

成为首席增长官，需要具备的增长思维

001 问 什么是增长黑客？增长黑客团队有哪些特征？

002 问 增长黑客都有哪些成功的增长案例？

003 问 增长黑客有哪些思维习惯？为什么效率更高？

004 问 增长黑客如何通过数据分析驱动用户增长？

005 问 增长黑客从用户增长曲线中能看出什么问题？

006 问 为什么用户行为分析是增长黑客的基础能力？

007 问 什么是可执行指标，增长黑客会关注哪些可执行指标？

008 问 什么是虚荣指标？要警惕哪些常见的虚荣指标？

009 问 月薪3万元的增长黑客是怎么统计活跃用户数据的？

010 问 制定推广目标时，除了下载量还要看什么？

011 问 增长黑客如何建立用户画像并驱动用户增长？

012 问 做产品定位，先做功能还是先找用户？

013 问 为什么说要用项目制思维做用户拉新？

014 问 四无产品冷启动，增长黑客如何获取种子用户？

015 问 基于微信，能够搭建出什么样的用户增长矩阵？

016 问 为什么说月薪3万元的文案策划=产品经理？

017 问 价值300元和价值3万元的埋点方案有什么区别？

018 问 $\text{活跃率} = \text{活跃用户数} / \text{总用户数}$ ，那什么叫活跃用户？

019 问 活动策划方案怎么写？什么是IPO活动策划思维？

第 2 章

驱动用户自传播增长的6个模型

020 问 为什么“新增用户”要有2种定义方式？

021 问 什么是病毒式增长模型，怎么建立用户增长模型？

022 问 什么是“486”自传播模型？为什么它是裂变的前提？

023 问 如何通过互动仪式链让用户自发传播？

024 问 什么是吸引力法则？内容电商如何吸引用户转化？

025 问 什么是影响力6原则？如何让我们的产品产生影响力？

第 3 章

11种策略提升用户黏性，建立增长基础

026 问 增长黑客如何用AARRR模型提高用户全生命周期（Ltv）价值？

027 问 什么是上瘾模型？为什么它能提高留存和黏性？

028 问 什么是驱动力模型？如何设计活动流程以减少用户流失？

029 问 如何通过AISAS用户行为模型建立用户画像？

030 问 什么是用户故事地图？如何减少用户的流失？

031 问 什么是用户效益图？如何辨别用户的伪需求？

032 问 如何建立用户金字塔模型提升用户活跃度和实现用户量的增长？

033 问 什么是热图分析模型？如何发现用户喜好并提高活跃度？

034 问 福格行为模型（FBM）是什么，如何指导促活活动策划？

035 问 什么是需求三角模型？如何用需求三角提升用户参与度？

036 问 如何用RFM 客户关系管理模型召回流失用户？

第 5 章

增长技能——活动策划与执行

047 问 看了1000 个推广营销案例，为什么都无效？

048 问 策划一场裂变拉新活动，如何设计活动流程？

049 问 哪些活动形式可以通过裂变快速带来新用户？

050 问 哪些裂变活动机制能够促进用户转化和提升用户活跃度？

051 问 用户有哪些转发动机，对什么感兴趣？

052 问 提升用户活跃度，有哪些常见方法？

053 问 如何用上瘾模型策划促活活动规则？

054 问 满100 元减50 元和满150 元减70 元，哪个更有吸引力？

055 问 如何设计像支付bao锦鲤一样的活动奖品？

056 问 3 元现金和30 元代金券哪个吸引力更大？

057 问 除了成为“标题党”，该怎么提高推送的打开率？

058 问 策划一场线下活动，需要考虑哪些细节？

059 问 大型活动的执行环节，需要考虑哪些细节？

060 问 活动结束后该如何做复盘，如何总结可复用的经验？

第 4 章

增长技能——数据分析与数据驱动

037 问 什么是数据埋点，怎么埋？

038 问 新手怎么做数据分析，怎么写分析报告？

039 问 为什么你分析了10 万条数据还比不上领导3 秒的决策？

040 问 如何统计推广投放数据？如何优化投放创意？

041 问 如何分析新增用户数据，有哪些衡量指标？

042 问 如何统计活跃用户数据，有哪些分析方法？

043 问 如何统计留存用户数据，有哪些分析维度？

044 问 如何统计活动效果数据？能得出哪些经验？

045 问 数据分析有哪些可视化图表，怎么用？

046 问 做竞品分析的时候，数据和信息从哪来？

第 6 章

增长技能内容引导与文案写作

061 问 为什么只改了下推送时间，转化率就提升了50%？

062 问 写营销文案，有没有能增加转化的万能公式？

063 问 用户会主动分享的“自传播”内容有哪些特征？

064 问 热点营销策划如何建立品牌与热点的联系？

065 问 如何策划民俗节日热点的高转化率主题文案？

066 问 做热点营销策划，如何找创意和素材？

067 问 内容运营怎么做选题，如何通过词频挖掘用户需求？

068 问 有没有想过，为什么“标题党”的文章能吸引人点击？

069 问 自传播活动文案要怎么写？

070 问 Y 型文案是什么？怎么让文案有共鸣？

071 问 如何写出能唤起用户情绪的文案？

072 问 内容电商标题怎么写转化率才会高？

第 7 章

增长技能渠道推广与宣传

073 问 推广新人如何快速了解网络推广渠道特点？

074 问 App 推广有哪些渠道，哪些方式？

075 问 种子用户有哪些特征？从哪些渠道获得种子用户？

076 问 推广地页上，能不能只提供1 个转化按钮？

077 问 落地页设计有哪些提高转化率的套路？

078 问 CPM、CPD、CPT 这些付费推广差别在哪里？

079 问 如果应用突然被电子市场下架，该怎么拯救KPI？

080 问 每年都有新渠道，为什么我总错过“红利”？

第8章

增长技能——用户管理

081 问 为什么用户分群能帮我们完成KPI？有哪些分群维度？

082 问 产品核心功能不给力，怎么提高活跃度？

083 问 促活之前，该怎么找到目标用户？

084 问 我建的社群没有人说话怎么办啊？

085 问 社区、社群运营如何提升用户发言积极性？

086 问 用过社群管理活跃用户是不是一个好主意？

087 问 怎么运营用户社群才能提高App的活跃度？

第9章

数据驱动用户增长的实战技巧

088 问 如何召回流失用户？

089 问 版本迭代后如何评估新版本效果？

090 问 如何通过黏性分析提升留存率？

091 问 如何通过行为路径分析提升用户留存率？

092 问 如何通过漏斗模型分析提升转化率？

093 问 如何优化推广和提升落地页转化率？

094 问 如何分析渠道推广效果？

095 问 如何统计用户全生命周期行为数据？

096 问 教育行业如何快速裂变新用户？

097 问 金融行业如何快速裂变新用户？

098 问 电商行业如何快速裂变新用户？

099 问 新媒体行业如何快速裂变新用户？

100 问 线下门店如何快速裂变新用户？

• • • • • [\(收起\)](#)

[用户增长实战100问_下载链接1](#)

标签

用户增长

运营

行为经济学

统计

用户运营

增长黑客

互联网

bd

评论

一般，比较初级

个人感觉这本书非常有用，用问答的形式对用户增长方面的一些入门级问题做了简洁明了的解答，非常有助于小白快速厘清基本方法论和概念。
另一方面，这些回答也不仅仅是理论的堆砌，如果仔细看的话，还是能获得很多非常有用的经验和建议。如果对于一些未能深入展开的问题，作者能推荐一下相关书单就更好了。

2020，262。

先说结论：非常不推荐，有这时间不如去读一些真正有帮助的书！没有逻辑性的堆砌内容是没有意义的。这本书的内容更像是作者自己的日记，更适合他自己看，不适合作为一本出版书籍。

[用户增长实战100问 下载链接1](#)

书评

[用户增长实战100问 下载链接1](#)