1 操作指南

1.1 快速了解 TE 系统

数数科技以"让数据价值触手可及"为使命,致力于从数据意识、数据方法、数据工具 三个层面,帮助企业充分挖掘数据价值,实现数据驱动业务增长闭环,自主研发 TE 系统, 快速构建一站式数据增长平台,您可以通过如下模块体验 TE 系统,每个模块的逻辑关系如 图 1.1, TE 系统界面展示如图 1.2 说明。

- 数据: 对采集的数据进行接入、管理;
- 分析: 通过已封装的模型进行数据分析;
- 用户: 通过标签和分群对用户进行分层, 深入洞察用户画像;
- •运营:对用户进行个性化运营任务触达;
- 看板: 可视化查看数据分析结果;



1.看板 2.分析 3.用户 ·	4.运营 5.数据 运营 数据		看	板具体内容		6.搜索资产和用户	7.更多应用 8.通知	9.设置 10.项目名称
搜索看板 ≕ +	核心看板 今日定时更新: 已完成						UTC+8	
5 共享给我的 表示(1)	新増用户 🗆 2024-05-15(三)		活跃用户 □ 2024-05-15(三)		充值人数 □ 2024-05-15(三)		充值总额 印 2024-05-15(三)	
	291		971 🔬		348 🔬		43,528	
n DEMO空间	日环比 - 37.91%	周同比 - 7.38%	日环比 ▲8.98%	周同比 ▲8.01%	日环比 - 5.45%	周同比 • 7.74%	日环比 - 19.89%	周同比 - 21.04%
■ 核心看板								
3 实时看板	基础数据报表 曰 按天 过去30天 VS							
I 新增有板	日期 🗘 1	新增玩家 👙	活跃玩家 👙	充值金额 💲	充值玩家数 👙	付貢率 🛟	ARPU 🌻	ARPPU 🌲
I 活跃看板	阶段汇总 ①	212.37	812.8	34,479.67	288.67	35.53%	42.44	119.17
	2024-05-15(三)	291	971	43,528	348	35.84%	44.83	125.08
」 坑法数据	2024-05-14(二)	211	<u>891</u>	36,308	330	37.04%	40.75	110.02
] 流失回流	2024-05-13()	206	857	41,138	317	36.99%	48	129.77
	2024-05-12(日)	200	856	43,882	324	37.85%	51.26	135.44
】留存分析	2024-05-11(穴)	<u>195</u>	878	39,396	337	38.38%	44.87	116.9
1 付费概定	2024-05-10(五)	<u>184</u>	864	41,882	<u>312</u>	36.11%	48.47	134.24
1.	2024-05-09(舀)	282	948	41,230	336	35.44%	43.49	122.71
活动分析	2024-05-08(三)	271	899	35,962	323	35.93%	40	111.34
(10)(10-2)(15)	2024-05-07()	195	802	38,834	322	39.8%	40	120.6
9K/8E/01/1								
] 战斗数据								
公会分析	ARPU与ARPPU 🗆				日付费率 🗆			
] SQL查询应用场景	按天 指标 (2/2) 过去30天	VS			按天 过去30天 VS			
专题看板	2024-05-15(三)			44.00	2024-05-15(三)	14 - 2 24P		
■ 策划-新卡牌活动	ARPPU			44.83 ARPU	35.84%	tt + 0.25%		
	120 100 80	\sim	\sim	$\sim \sim$	35% 30% 25%			

图1.1 模块之间关系说明

图 1.2 TE 系统界面展示

1.2 数据接入至 TE

TE 系统通过**全端 SDK** 接入游戏内玩家**用户数据、行为数据、第三方数据**(包括但不限 于归因数据、媒体投放数据、广告变现数据等),数据经过相关处理,在底层数据模型为**事 件表**(event 表)和**用户表**(user 表)。

(1) 全端 SDK

TE 系统提供全端 SDK 将采集的数据转为 TE 系统需要的 JSON 格式并上报至 TE 系统,具体入口如图,点击左上角**数据>数据接入**,进入**接入数据**,数数提供了数种 SDK 满足数据接入需求,您可以根据游戏应用的客户端语言和服务端语言选择对应的 SDK 进行数据接入。

🎴 看板 分析 用户	运营数据 1			Q III 🗘 🐵 🤮	Tiki Boom!
数据 《	^{数据} ◆ 数据管理		App_ID 6375841cc421410e80a06aaac03dfd88 👩		
🍖 数据管理 🗸 🗸	2 埋点管理		私興地社 ①		
元事件	iver-ta.thinkingdata.cn 数据接入		6 私间上接地址的未设置。请到的规上指地址 处配置该链接。或取系下E	SYR.	
用户属性					
败驱 丧 指标	接入指南 3 客户版 SDK	服务店 SDK	耳他		
汇率换算	Android	🛓 Java	- iii LogBus		
· 建点百案	é ios	Python	Filebeat + Logstash		
数据验收 上报管理	JavaScript	@ PHP	Xi Ta-Datax-Writer		
实时数据	🚭 Unity	⊛ c	···· Restful API		
Debug 模式	Cocos2d-x	⊙ C#			
接入指南 2	11 Unreal Engine	i Golang			
二/3 陳/成	o ⁿ 小程序/小游戏	Node.js			
	🗧 Flutter	🖆 Ruby			
		€ Lua			

图 2.1 全端 SDK 说明

第三方数据接入范围、数据拉取范围及接入方式可参见文档,点击对应的渠道即可获得 对接方法,同时接入过程中,数数技术支持人员会协助第三方数据接入 TE 系统:合作伙伴 集成-解决方案总览,支持的部分平台截图如下:



(2) 底层数据

事件表(event 表)和用户表(user 表)的逻辑说明如图 2.2;数据样例如图 2.3,将 某用户的购买行为事件转换为一条 JSON,内容包含了什么时间、购买了多少钻石等情况。



图 2.4 上报数据样例

1.3 分析: 四步上手做分析

分析包含通用模型和场景分析,通用模型有9种模型,分别为事件分析、留存分析、漏 斗分析、间隔分析、分布分析、路径分析、属性分析、归因分析、SQL查询;场景分析有排 行榜、热力地图2种模型,可以根据分析的需求不同选择不同的模型,通过四步做分析,分 别是:

- 步骤 1: 指标拆解并选择模型
- 步骤 2 选择待分析的事件
- 步骤3设置查看条件
- 步骤 4 保存报表

下面我们通过2个场景进行功能体验。

1.3.1 场景 1: 新增用户的付费金额、在关卡中战斗胜率

步骤1 指标拆解并选择模型

根据场景需求拆解指标如下,根据指标口径在事件分析模型中选择分析指标

- 新增用户:发生了用户注册行为的用户数
- 付费金额:发生了付费行为,统计付费金额-总和;
- 战斗胜率=(战斗胜利-总次数)/(战斗事件-总次数)*100%

根据指标需要计算总和和比率选择事件分析模型,点击左上角的**分析>事件分析**,进入 事件分析模型。

看板分析用户	运营 数据			a III o 🥴 🕲	Tiki Boom! ~
通用模型 ● <th>56日日 10日日 10日日 10日日 10日日 10日日 10日日 10日日 1</th> <th></th> <th></th> <th>© utc+e ○ ± 🗎 …</th> <th>97</th>	56日日 10日日 10日日 10日日 10日日 10日日 10日日 10日日 1			© utc+e ○ ± 🗎 …	97
2 漏斗分析 1 间	扁分析 🧸 热力地图	过去7天 曰 VS		0 th 4 10 10	
🚉 分布分析 🔀 路	径分析				
🗼 属性分析 🛃 归	因分析				
NGL 童诲			*		
			选择完分析条件后,请点击"计算"		
			举习更多分析模型示例		
近似计算 ③	itm «				

步骤 2 选择待分析的事件

新增用户数,事件框选择用户注册>触发用户,修改指标名称为"新增用户";



图 3.3 修改指标名称为"新增用户"

付费金额,点击分析指标右侧的"**+**"增加分析指标,事件框选择**付费事件**>**付费金额**> **总和**,修改指标名称为"付费金额",具体操作如图;

看板 分析 用户 运营 数据	Q :::: 📮 💿 📑 Tiki Boomi ~
✓ 事件分析 ◎ ② 分析指标 + Σ 嵌天 - 送金7天 日 16	Gutters O 1 D carr
武治 # "+ " (2 用户注册 的 就发现户数 (2 选择 "付费事件" 的 "付费金额" 的 "总和"	
2 付表事件,付责金额总和 G:(付表事件, 約) 付表事件, 約)	
1. 金局等透 特 付费事件 的 付费金额 的 总和 作为指标	
透择完分析条件后,请点击"计算" 学习更多分析模型示例	
	

战斗胜率,点击分析指标右侧的"+"增加分析指标,点击"\$\$\Sigma\$\$"切换为自定 义公式得到比率类指标,公式支持四则运算,切换为自定义公式后,可以通过系统界面或键 盘选择分子为"战斗胜利"的"总次数",分母为"战斗事件"的"总次数",数据格式为 "百分比",修改指标名称为"战斗胜率,具体操作如图;

事件分析 ◎				© UTC+8 O 1 B ··· 9/7
步 分析指标 新增用户	+ Σ	按天 * 过去7天 日 ¥3		$H \equiv \dot{P} \mathrm{d} 0$
 区用户注册 的 触发 付费金额 区付费率件 的 付费 	(用户数 1金額 切换为自定义公式 1	点击"切换为自定义公式"		
:: 战斗胜利总次数 区战斗胜利 的 总次	ΥΣΟ :			
1. 全局筛选 10 分组项	+ + +		THE A	
			the state of the s	
			选择完分析条件后,请点击"3 平习更多分析模型深明	+10°

图 3.5 切换公式模式



图 3.6 计算战斗胜率

点击**计算**,可以得到计算结果,其中战斗胜率是百分比,折线图靠近 y 轴=0 的,趋势 不明显,我们可以点击**۞>指标显示设置>战斗胜率-次轴展示**,点击**开启**后>**应用**,点击 "》"收起指标显示设置,可以更清晰的洞察战斗胜率的变化趋势,具体如图;





图 3.9 计算结果

步骤3 设置查看条件

您如果想看第1关的付费及战斗胜率,您可以点击**全局筛选**旁边的"**+**">关卡进度, 等于1>计算,获得计算结果如图;

步骤4保存报表



图 3.10 筛选关卡进度等于 1

如果您是想分析每个关卡的付费及战斗胜率情况,可以点击分组项旁边旁边的"+"> 关卡进度 等于 1>计算,获得计算结果,具体操作如图;

事件分析 ③									© UTC+8 O 1	@ 6h
也 分析指标	+	Σ 按天 *	过去7天 日 15						<i>14</i> =	
1 用户注册 (图 用户注册	的 触发用户数									指标 (3/3) ~
2 付费金额		45,000								
⑦ 付费事件	的 付费金额总和	40,000	-							
3 战斗胜率 1	百分比	35,000								
医战斗胜利	〒 的 总次数 /	30,000								
团 战斗事件	〒 的 总次数	25,000								
		20,000								
		+ 15,000								
3 分组项	+	10,000 +**								
8" 关卡进度	◎ 2 选择 "关卡进	度 " 0	05/10	05/11	05/12	05/13	05	/14	D5/15	05/16
	默认区间 离散数字 自	定义区间				用户注册	8 战斗胜率			
	例: 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8,, 100,									
		取消 应用	3 点击◎,选择 7	衛散数字"并点击"应	用"				按日期 計 除日	8.2.总配置 导出
		指标		2024-05-10(五) :	2024-05-11(六) :	2024-05-12(日) :	2024-05-13() :	2024-05-14(二) :	2024-05-15(三) :	2024-05-16(四):
		用户注	贸 224,43	282	<u>184</u>	195	200	206	211	293
		付费金	题 287,364	41,230	41,882	39,396	43,882	41,138	36,308	43,528
		战斗胜	± 44.93%	45.03%	44.96%	44.91%	44.86%	44.77%	44.74%	45.2%

图 3.11 每个关卡的付费及战斗胜率情况

如果需要经常查看这些指标,可以保存报表,点击**保存>编写报表名称**>选择保存位置为 "快速体验 TE 系统">点击去看板查看>跳转报表存放位置,具体操作参见图;



♀适用场景,事件分析是最基础的模型,可以计算一段时间内用户发生特定行为的聚合 指标、指标变化趋势,如用户的 DAU、付费人次/次数/付费金额、战斗胜率、爬塔人数等。

1.3.2 场景 2: 用户留存分析

步骤1 指标拆解并选择模型

如果希望分析新用户是否持续在游戏内,可以进行留存分析,可以拆解指标为:

• 新增用户留存:发生用户注册,又回到游戏内进行登录的留存情况

• 活动留存:参加了活动的用户,再次回到游戏的情况分析,可以查看不同活动的留存情况,评估活动促活的效果;

• LTV、ROI: 计算 LTV 和 ROI 的情况

根据指标需要计算留存、流失等选择留存分析模型,点击左上角的分析>留存分析,进 入留存分析模型,如果需要把报表保存经常查看,可以在报表右上角点击+>新建报表>留存 分析,进入留存分析模型;

看板 分析		数据					Q 💠 💭 🛞 🎆 Tiki Boom! -
通用模型	1 MM M	场景分析					
🛹 事件分析	■ 留存分析	♥ 排行榜				0	GUTC+8 🛱 Y O 🖆 … 🕂
	2	选择"留存分析"					
📕 漏斗分析	算 间隔分析	3 热力地图) 过去7天 VS				
二 分布分析	路径分析						
🔒 属性分析	🛃 归因分析						
IL E SQL 查询							
ECU ANT HE REAL		05/10	05/11 05/12	05/13 05/14 05/15 05/16			
凹 活跃着板		Restrict	.14 B ROBAL & BRAD	-9 1935 (014 1935 (2010) 1935 (2010) 1935 (2010) 1935 (2010)	- P		
凹 玩法数据							
团 流失回流							
回 留存分析							
团 付费概算							
回 活动分析							
回 渠道分析							
回 战斗数据							
回 公会分析							
回 SQL查询应用场限							
 							
回 带划-新卡瑞活动	h						
and second and provides	05						-
				图 3.14 直接创建备	冒存分析		

22552 🗄 🕂	快谏体验TF系统		0 UTC+8		
目標板	n vyr LL Are - mytyke			W W PARS	新建报表>
□ 共享给我的	新增用户付费及战斗胜率		选择"留存分析"	3 # 留存分析	已存报表 2
四 未分组	按天 指标 (3/3) 分组 (4/21) 过去7天 VS			▲ 漏斗分析	点击"新建报·
■ 快速体验TE系统	45,000			🕿 分布分析	页面筛选
1214	35,000			■ 间隔分析	
& DEMO空间	25,000			 ■ 器性分析 	
四 核心動板	20,000			2 归因分析	
四 本財香飯	10,000			💼 SQL 查询	
	5,000			🔉 热力地图	
	05/10 05/11 05/12 05/1 • Sterney of the Sterney of	13 05/14 05/15 05/16		▼ 排行榜	
白活然植物	Briefling Sheering Streeting 14 Briefling A Briefling A	inalitizingererions Sizmalitizing d of b			
匕 坑法数据					
团 流失回流					
回 留存分析					
巴 付费概览					
凹 活动分析					
回 渠道分析					
团 战斗数据					
回 公会分析					
团 SQL窗询应用场景					
· D 专题看板					
回 猿划-新卡牌活动					
55					

步骤 2 选择待分析的事件

留存分析模型,分析指标有初始事件和回访事件,初始事件表示用户最开始完成了什么 行为在该指标中选择代表"新增"的事件,回访事件表示用户后续完成了什么行为在该指标 中选择代表"活跃"的事件,可以按照如下进行指标配置。

新增用户留存,对用户进行分析>初始事件>选择用户注册>回访事件>选择用户登录>计 算>保存,可以秒级查看当前新增用户留存情况,具体操作如下;

1 选择"用户"	and the second									点 5
↓ 对 用户 → 进行分析 □	7日 * 过去7天 日							WI 67	- E P P	● 台田
^{治事件} ③ 用户注册 2 初始事件选择"用户注册"	EM :	用户注册用户数:	当日の:	第1日:	第2日:	第3日:	第4日 :	第5日:	第6日:	第7日:
	阶段値の	1571	1567 99.75%	624 48.83%	292 27.37%	153 17,77%	92 13.92%	52 11.16%	28 9.93%	0
	2024-05-10(五)	282		<u>139</u> 49.29%	<u>77</u> 27.30%	<u>50</u> 17.73%	<u>34</u> 12.06%	29 10.28%	<u>28</u> 9.93%	<u>19</u> * 6.74%
	2024-05-11(六)	184		90 48.91%	46 25.00%	21 11.41%	<u>25</u> 13.59%	<u>23</u> 12.50%	<u>15</u> * 8.15%	
200 AURIA	2024-05-12(日)	195		<u>92</u> 47.18%	62 31.79%	<u>44</u> 22.56%	<u>33</u> 16.92%	21 * 10.77%		
: 金局筛选 +	2024-05-13()	200		<u>100</u> 50.00%	<u>49</u> 24.50%	<u>38</u> 19.00%	18 9.00%			
1.分组项	2024-05-14(二)	206		<u>96</u> 46.60%	58 28.16%	<u>30</u> * 14.56%				
	2024-05-15(三)	211		<u>107</u> 50.71%	<u>51</u> * 24.17%					
	2024-05-16(四)	293	289 98.63%	<u>116</u> * 39.59%						

活动留存,对用户进行分析>初始事件>选择参加活动>回访事件>选择用户登录>计算, 可以查看活动留存情况,具体操作如下;

留存分析 ◎								© UTC	*8 0 1 2	
达择"用户" 达对用户 - 进行分析 日	7日 • 过去7天 日							留存	- B P P	
^{始事件} 2 初始事件选择"参加活动"	日期:	参加活动用户数:	当日の :	第1日:	第2日:	第3日:	第4日:	第5日 :	第6日:	第7日:
^{访事件} 3 回访事件选择"用户登录"	於段値 の	5408	5384 99.56%	2720 59.29%	1447 37.92%	813 26.39%	490 20.85%	308 19.54%	162 19.29%	0
	2024-05-10(五)	<u>840</u>		<u>483</u> 57.50%	<u>325</u> 38.69%	2 <u>35</u> 27.98%	<u>180</u> 21.43%	<u>169</u> 20.12%	<u>162</u> 19.29%	122 * 14.52%
30	2024-05-11(六)	736		450 61.14%	<u>287</u> 38.99%	<u>180</u> 24.46%	<u>145</u> 19.70%	<u>139</u> 18.89%	112 * 15.22%	
Al Advants	2024-05-12(日)	774		<u>448</u> 57,88%	272 35.14%	<u>196</u> 25.32%	<u>165</u> 21.32%	127 * 16.41%		
、全局谘选 +	2024-05-13()	731		<u>428</u> 58.55%	269 36.80%	202 27.63%	130 * 17.78%			
- 分組項 +	2024-05-14(二)	735		431 58.64%	<u>294</u> 40.00%	179 24.35%				
	2024-05-15(三)	772		480 62.18%	268 34.72%					
	2024-05-16(四)	820	81.5 99.39%	4 <u>19</u> 51.10%						

步骤3 设置查看条件

不同活动留存率:如果想比对不同活动对活跃的促进情况,可以点击分组项旁边旁边的 "十" >活动类型>计算>点击"+",查看每种活动类型的活动留存情况,具体操作如图;

也对 用户 - 进行分析	R 7E	• 过去7天 日							留存	- m P P	() () () () () () () () () () () () () (
四始事件 EE 参加活动		日期:	参加活动用户数 :	当日の :	第1日:	第2日:	第3日:	第4日 :	第5日 0	第6日:	第7日:
11(5-#/F		■ 阶段值 ◎	5408	5384 99.56%	2720 59.29%	1447 37.92%	813 26.39%	490 20.85%	308 19.54%	162 19.29%	0
15. 用户重单 律用即时能用		⊞ 2024-05-10(五)	<u>840</u>	<u>836</u> 99.52%	483 57.50%	<u>325</u> 38.69%	235 27.98%	180 21.43%	<u>169</u> 20.12%	<u>162</u> 19.29%	<u>122</u> 14.52%
00		Ⅲ 2024-05-11(六)	736	732 99.46%	450 61.14%	287 38.99%	180 24.46%	<u>145</u> 19.70%	139 18.89%	112 °	
200 (200)			774	770 99.48%	448 57.88%	272 35.14%	196 25.32%	<u>165</u> 21.32%	127 16.41%		
1、全局清洁	+	⊞ 2024-05-13()	731	728 99.50%	428 58.55%	<u>269</u> 36.80%	<u>202</u> 27.63%	130 * 17.78%			
88 分组项	击点 1	* + * ⊞ 2024-05-14(二)	735	Z33 99.73%	<u>431</u> 58.64%	294 40.00%	180 * 24.49%				
1 吃活动类型			772	<u>770</u> 99.74%	480 62.18%	268 34.72%					
2 选择"活动类型	r	⊞ 2024-05-16(团)	820	815 99.39%	419 51.10%						

图 3.18 配置活动类型

事件												
参加活动		日期:	参加活动用户	数: 当日	0 : M	1日: 第	2日: 第	83日: 1	第4日:	第5日:	第6日:	第7日:
事件 用户發展		Ⅲ 阶段值 ◎	5408		9.56	59.29%	37.92%	26.39%	20.85%	19.54%	19,29%	
同时展示	2024-05-10(五)分组	详情 1	每种活动类型的	留存情况						×	<u>162</u> 19.29%	<u>122</u> 14.52%
》 关联制性	活动类型 😄	参加活动用户 数 ÷	当日:	第1日:	第2日:	第3日 😄	第4日:	第5日:	第6日:	3	<u>112</u> 15.22%	
	New Player Events	391	<u>389</u> 99.49%	206 52.69%	<u>133</u> 34.02%	<u>95</u> 24.30%	<u>66</u> 16.88%	<u>59</u> 15.09%	<u>62</u> 15.86%	2		
	Holiday Events	154	<u>153</u> 99.35%	<u>90</u> 58.44%	<u>67</u> 43.51%	<u>48</u> 31.17%	<u>40</u> 25.97%	<u>40</u> 25.97%	<u>36</u> 23.38%	1		
分组项	Weely Events	151	<u>151</u> 100.00%	<u>92</u> 60.93%	<u>66</u> 43.71%	<u>43</u> 28.48%	<u>32</u> 21.19%	<u>33</u> 21.85%	<u>32</u> 21.19%			
15 活动类型	Regular Events	144	<u>143</u> 99.31%	<u>95</u> 65.97%	<u>59</u> 40.97%	<u>49</u> 34.03%	<u>42</u> 29.17%	<u>37</u> 25.69%	<u>32</u> 22.22%			
					Ī		Ī		Ī	1		

步骤4保存报表

配置的新增用户留存、活动留存都可以保存到看板,方便经常查看,具体操作以新增用 户留存为例,如图;



♀适用场景, 留存分析模型通过设置初始事件和回访事件快速得到新增用户或活跃用户
 的次留、三留、七留等,同时可以拓展分析活动促活留存、玩法粘性等,通过"同时展示"
 计算 LT/LTV/ROI 等。

其他模型:

• **漏斗分析**:可以按顺序完成指定步骤的用户数及比例,分析用户的每一步的转 化和流失情况,如新手引导跳出点、关卡驻留情况,发现潜在问题;

• **间隔分析**:分析具有因果关系行为的转化时长、如注册到首次付费的耗时中位数、关卡升级/建筑升级耗时情况;

• **分布分析**:按次数、天数等分析每个用户的累计充值金额情况及每个区间用户 占比情况,从整体查看分布;

• **路径分析**:探索性分析用户的行为路径偏好或流失节点,如用户每天登录后最 先参加哪种活动等;

• 属性分析:分析不同属性的人群占比,如当前每个等级的用户数等;

• **归因分析:** 探索资源位对目标事件的贡献值,衡量资源的投入产出,优化资源 投放;

• **排行榜**:按指标值进行排名,如关卡难度排行榜、付费金额排行榜、英雄榜单 排行榜等;

• **热力地图**:针对游戏地图分析玩家的行为偏好,如活动区域偏好、交战区域偏 好、出生/降落地偏好等;

• SQL 查询: 通过 SQL 直接进行分析,可以基于 SQL 结果进行可视化展示;

1.3.3 场景 3: 用户的 LTV 及 ROI

数数科技具备丰富的游戏服务经验,从数据采集、埋点方案设计、指标体系等做了总结,并沉淀到 TE 系统中,如 LTV 和 ROI 可以通过模板中心,快速创建使用,具体操作以 LTV 为例。

活跃

留存 广告投放 F 2411846 11 M

LTV,点击更多应用>点击模板中心>输入1tv>点击LTV>配置初始事件为用户注册,回访 事件为付费事件、付费金额>点击预览报表>点击可视化配置>打开只看同时展示数据>点击 "》"收起可视化配置,获得LTV结果,具体操作如图;



图 3.22 搜索 LTV

幻灯片放映

2 点击 "LTV"

資 看板 分析	用户 运营 数据			Q III Q 💮 😴 Tiki Boomi -
● 数数预置				
1 款的机械	快速使用模板中心		0	×
筛选主题	预置多主题模板、获取分析思路、轻松实	LTV ● 留存分析 基础指标 付费	×	
- 基础指标	宣看使用手册	LTV是评估产品营收的重要指标,在TA系统中,可以通 过短在分析进行计算用户LTV	参数设置①	
□ 用户质量	Q, Ity	如需计算LTV,则需要用户的新增事件以及收入事件,	用/*#/編書++ ⓒ 用户注册 〒 1 选择 "用户注册"	全部类型 ~
○ 付款	报表	即可计算每天新增用户的每日LTV。除此之外,如果在 新增事件中记录了渠道等属性,则可以使用这些属性进 行分组,获取更细败维度的LTV数据	付费事件	
二 流失回流			ⓒ 付费事件 〒 2 选择 "付费事件" ◆ 付费金額	
新祥	and the second s		12 付费金额 3 选择 "付费金额"	
 广告投放 经济系统 				
			2.8	
			4 点击"预览报表"	
			取消 预算报表	
				_

图 3.23 配置 LTV 事件

A 7 AP A 7 AP <th>留存分析 ③</th> <th></th> <th></th> <th></th> <th></th> <th></th> <th></th> <th>可极化</th> <th>15 M S</th> <th>O UTC+8 O ±</th> <th>图 ··· · · · · · · · · · · · · · · · · ·</th>	留存分析 ③							可极化	15 M S	O UTC+8 O ±	图 ··· · · · · · · · · · · · · · · · · ·
Alignet Min State Mate	3 对 用户 - 进行分析 🖂	7日 - 过去30天 臼					留存 ~	m r r	◎ 号出	可视化配置	»
MM DB MB <	助事件								1 点击 "可被	現化配置"	
대 가 보려 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1	听增	日期:	新增用户数:	当日の :	第1日:	第2日:	第3日:	第4日 :	第5日:	2	打开"只看同时展示数据
HR 22440417(Ξ) 224 10<	() 用户注册 () 第件	於段値の	6373		892 14.67% 30.06	553 9.42% 41.08	364 6.43% 48.11	293 5.36% 53.72	221 4.335 58.75	只看同时展示数据	
Participant Part	寸費 压 付费事件	2024-04-17(三)	224		<u>30</u> 13.39% 27.14	1Z 7.59% 32.35	<u>10</u> 4.46% 36.18	9 4.02% 44.46	<u>11</u> 6.703 49.71	着留存/流失的⊙ 只看关键日期	
방태유·전화·전·································		2024-04-18(四)	263	38 14.45% 6.7	<u>42</u> 15.97% 17.41	23 8.75% 31.72	<u>16</u> 6.08% 36.07	17 6.46% 43.53	15 4.563 49.8t	隐藏不完整数据	
Distribution D	対義示領語的用户参与 TV 「P 付義憲任 の」 付券全部 原語部分人物語	2024-04-19(五)	276	<u>49</u> 17.75% 19.04	4 <u>1</u> 14.86% 34.46	22 7.97% 42.81	<u>16</u> 5.80% 50.61	11 3.99% 56.92	5 3.269 60.04	新設定总	0 RE
소 관계하여 ····································	国家政備性	2024-04-20(75)	172		29 16.86% 24.3	<u>19</u> 11.05% 39.42	<u>14</u> 8.14% 52.56	<u>10</u> 5.81% 68.21	1 3.495 72.5:	显示数值 ○	
8 97비개 (1) + 1 2024-04-22() 110 21 311 12 26 16 8 9 (1 - 7)17 (1 - 7)17 12 18 17.5 (1 - 1)17 18 17.5 (1 - 1)17 18 17.5 (1 - 1)17 18 18 17.5 (1 - 1)17 18 18 17.5 (1 - 1)17 18 18 17.5 (1 - 1)17 18 18 17.5 (1 - 1)17 18 18 17.5 (1 - 1)17 18 18 17.5 (1 - 1)17 18 18 17.5 (1 - 1)17 18 18 17.5 (1 - 1)17 18 18 17.5 (1 - 1)17 18 18 17.5 (1 - 1)17 18 18 17.5 (1 - 1)17 18 18 17.5 (1 - 1)17 18 18 17.5 (1 - 1)17 18 18 17.5 (1 - 1)17 18 18 17.5 (1 - 1)17 18 18 17.5 (1 - 1)17 18 17.5 (1 - 1)17 18 18 17.5 (1 - 1)17 18 18	1. 全局预选 +	2024-04-21(日)	<u>194</u>		2 <u>8</u> 14.43% 33.66	<u>19</u> 9.79% 49.01	<u>10</u> 5.15% 58.47	8 4.12% 65.3	3.619 66.7	■ 表格	*
$ \begin{array}{ c c c c c c c c c c c c c c c c c c c$	1 分组现 +	2024-04-22()	180		26 14.44% 29.81	<u>16</u> 8.89% 35.36	<u>B</u> 4.44% 44.1	9 5.00% 51.37	1 2.781 53.4	展示方式 以 日3	8 - 2017
41 29 16 10 14 5 2024-04-24(Ξ) 208 20.27 13.04% 7.69% 4.81% 6.73% 2.88% 14.5% 26.672 33.84 37.01 42.7 46.41		2024-04-23(二)	169		<u>19</u> 11.24% 29.95	<u>16</u> 9.47% 41.2	<u>12</u> 7.10% 53.59	<u>8</u> 4.73% 58.26	1 2.961 60.98		
		2024-04-24(三)	208		29 13.94% 26.72	<u>16</u> 7.69% 33.84	<u>10</u> 4.81% 37.01	14 6.73% 42.7	1 2.881 48.41		

存分析 ◎									0	UTC+8 O 1	
对 用户 ~ 进行分析	e	7日 - 过去30天 日			获得LTV结果					留存~ ● ア	▶ ③ 导出
事件 音		日期:	新増用户数:	当日の:	第1日:	第2日 :	第3日 0	第4日 :	第5日:	第6日 :	第7日 ::
用户注册		院段値 Φ	6373	16.37	30.06	41.08	48.11	53.72	58.79	64.52	69.51
事件		2024-04-17(三)	224	16.18	27.14	32.35	36.18	44.46	49.73	54.27	57.38
ŧ		2024-04-18(四)	263	6.7	17.41	31.72	36.07	43.53	49.86	53.61	58.04
付费事件		2024-04-19(五)	276	19.04	34.46	42.81	50.61	56.92	60.04	63.37	69.01
同时展示		2024-04-20(六)	172	11.05	24.3	39.42	52.56	68.21	72.53	73,42	78.98
D		2024-04-21(日)	194	15.64	33.66	49.01	58.47	65.3	66.71	78.69	81.93
展示回访的用户参与		2024-04-22()	180	17.1	29.81	35.36	44.1	51.37	53.4	56.42	61.47
付费事件 的 付费金额.周期累计人均值		2024-04-23(二)	169	16.79	29.95	41.2	53.59	58.26	60.98	65.86	70.13
		2024-04-24(三)	208	14.56	26.72	33.84	37.01	42.7	48.48	50.66	54.67
A DI MITE		2024-04-25(四)	281	14.26	19.79	30.12	33.93	42.26	45.96	47.44	49.1
ADMIN		2024-04-26(五)	235	12.09	28.84	40.77	47.72	53.02	60.81	68.7	71.08
王朝师廷	Ť	2024-04-27(六)	179	14.03	25.43	38.73	50.66	54.96	57.79	69.37	71.63
公祖加	4	2024-04-28(日)	174	20.78	35.17	46.71	51.08	55.31	58.71	61.03	67.91
27.98729		2024-04-29()	175	25.34	41.06	46.82	54.33	61.54	69.73	80.59	83.63
		2024-04-30(二)	158	15.1	27.08	34.46	42.33	47.34	53.77	56.75	61.53
		2024-05-01(三)	193	20.07	28.05	35.33	40.13	42.51	44.86	49.49	56.12
		2024-05-02(四)	271	14.32	24.55	33.98	43.78	49.23	51.06	56.53	57.52
		2024.05.02(%)	254	14.16	22 62	80.81	54 0.9	60.55	70.2	74 84	85.54

♀适用场景,模板中心是数数分析师根据行业常见业务场景沉淀的最佳实践,可以快速 配置看板或指标,您也可以自建模板沉淀企业内部经验。

1.4 看板: 聚合具有相同主题的报表

通过模型创建的报表都可以存到看板中,为更好的管理和使用报表,可以根据报表不同 的主题或不同的业务场景放到不同的看板,如果项目组内都需要使用看板,可以选择共享, 点击共享>输入共享账号,给其权限为查看或协作>点击应用;



图 4.2 分配共享权限

看板更多更多功能等您解锁,具体有:

• 看板归属人员:查看看板创建人及协作者等信息;

• 时区设置:可以将看板内的报表统一偏移到一个时区查看数据,默认是UTC+8;

时间筛选:对看板内的报表统一圈选时间范围进行查看数据,如只看最近
 30 天的数据;

• 条件筛选:可以将看板内的报表统一设置条件筛选查看,如只看来源渠道为 appstore 的数据或者具有某种标签的用户数据;

• 看板刷新:点击该按钮对数据进行重新计算;

• 共享:将看板分享给其他人员,可以查看或协作;

• 更多:可以设置看板、看板推送、演示模式、下载数据、导出 PDF、保存为模板;

• 添加内容:新建报表、已存报表、便签、页面筛选;



1.5 用户: 深入洞察用户

1.5.1 场景 4: 流失用户分析

在新增留存报表中,我们会发现次留在 50%左右,三留在 20%左右,会有不少用户流 失,为进一步分析流失原因,您可以通过建立用户分群,将流失用户进行圈选并分析流失节 点、流失后是否再登录等;

(1) 查看单个流失用户

留存分析中,切换为**流失**>点击5月17日 流失的143人>点击第一个账号 ID>进入该账 号的用户行为序列,可以查看该用户的基本信息、是否为流失用户、在游戏内具体行为分 析,即可以可视化查看每一位用户的用户,具体如图;



图 5.1 切换为流失

新增留存 口音注							6 6	© UTC+8 O	1 🖻 … 6	5建副本 保存
,对 用户 ~ 进行分析		7日 * 过去7天 日							流失 - 🔳 🖻 🦻	◎ 特出
◎ 用户注册			用户注册用户 在20	24-05-10(五)进行用户注册	2日:	3日:	4日:	5日:	6日:	7日:
(5)第19		阶段值 (0	1571 有进	5用户中,有143个连续1日。 行用户登录,占比50.71%	55.52 530 49.67%	408 47.39%	303 45.84%	205 43.99%	114 40.43%	0
★ 用户数束 用助料量金		2024-05-10(五)	282	143 8* 50.71%	1 点击 "143"	<u>132</u> 46.81%	<u>125</u> 44.33%	<u>117</u> 41.49%	<u>114</u> 40.43%	112 39.72%
		2024-05-11(六)	184	<u>94</u> 51.00%	92 50.00%			<u>88</u> 47.83%	86 46,74%	
D		2024-05-12(日)	195	<u>101</u> 52,82%		<u>91</u> 46.67%	<u>89</u> 45.64%	<u>88</u> 45.13%		
全局师选	÷	2024-05-13()	200	108 50.00%		<u>93</u> 46.50%	92 * 46.00%			
一分组项	+	2024-05-14(二)	206	<u>110</u> 53.40%	<u>107</u> 51.94%	<u>105</u> * 50.97%				
		2024-05-15(三)	211	- 104 49.29%	<u>100</u> 47,39%					
		2024-05-16(回)	293	<u>165</u> * 56.31%						

图 5.2 进入用户列表

列表												
143人 @ 展示李段(101)										O 501 <u>1</u>	(目保存为结果分)	3 6
() th ID :	访客ID:	余額:	积分:	address :	苹果推送token :	出生日期:	玩家生日:	来源Campaign :	注册渠道:	character_array 0	chrome_proxy :	
d44a28b-1ff2-4291-b426-ddc11d6ccaea	84dc390f-ea1f-4b68-aa91-76c6b6bd163c	1 点击	一个账号ID									
ff2b1a8-3e84-4bb9-9be6-f104a57d3840	165a2027-753a-45da-a033-6cd914bfcb8c											
5d8d19a-fa9c-4454-b61c-043910b038b0	e7ff0136-03f7-4cdd-8777-b6b19d5a7475											
153e59a-d34e-47c0-8469-2a80afdc602e	11679ccb-38bd-4ba2-a7dd-f6d0c4ec8ecc											
780554b-c0db-428a-b411-0f85ea79a11a	b439aa90-753b-41e8-902d-acd64b46e9f5											
87b0f86-6b9b-41e0-9738-517783ef18cc	1819b170-101e-4951-81d5-1b163c501137											
e67478b-1d64-4442-801d-39!52a2735e5	5e382a77-ee45-4c34-907b-74f0b722ad8a											
180a90e-27ac-4c9e-8c75-4590f976baad	2e5e3134-2db8-4433-81e5-cf2e09fa501f											
51a693-7d11-45e4-b2fb-4ed32b735bb4	22d308b8-945c-42f0-bfa5-314f41cc8b0c											
754016a-eb73-4f65-a025-5722ac5f4afc	b0aa26d5-39e1-4869-ad73-bca88ecbe13a											
91c168e-6aa8-4719-a0c7-a7d28913ab63	6dcafffc-4c02-47a7-892c-c7e4a11cb29d											
578c303-ae8a-4425-a0a3-0fca150db282	cea6c69c-f56d-4b92-8754-5a8e56dd476b											
0d8a214-a310-4067-81ff-48d54f515c54	1037d6dc-a5ea-4e32-b9f3-b7bbe162b93a											
50fe192-ff05-46d3-8e44-cb9a5fb7f87e	aea6b0b7-0eee-4488-94d8-58bb0a338820											
c5d82f-f266-4e24-9b1f-d6de3ed49b03	7c8babb1-6984-40ec-ba0a-9cb388648670											
ac9db67-3c57-4c9d-b40d-e0bc8e336603	69823144-cb4b-4628-81b7-5df37c57daa3											
Ja29a63-d710-4ffe-b0d6-2d565ab60793	b6eb911f-c9e7-4b23-a577-455c4a229803											
70dcae0-9215-4ca5-bcba-4660555358a7	974c0bdb-3192-4731-b8de-70427848c29d											

图 5.3 用户列表

看板 分析 用户 运营 数	8	Q. III. Q. 🛞 👩 Tiki Boom
目户行为序列		© UTC+8
印用户属性 ~	按天 → 2024/05/10→2024/05/17 日 区 事件(52)	
已选择101项	行为事件总量	○● 展示事件分布 ○● 显示数值
形/印D ed44a28b-1ff2-4291-b426- ddc11d6ccaea	1 该账号DI的用户画像	
访答ID 84dc390f-ea1f-4b68-aa91- 76c6b6bd163c	35	
余額 -	30	
积分 -	20	
address -	15	
苹果推送token -	10	
出生日期 -	5	
玩家生日 -	0	
来源Campaign -	65/10 05/11 05/12 05/13 05/14 05	/15 05/16 05/17
注册渠道 -		
character_array -	P 前間構成 「 ② ② ③ 単位 マ	皇元其仲屬姓 日洗择000
chrome_proxy -	S PERMIT	
城市 -	2024-05-14	
钻石数 -	14-01-28.148 > push消息到达(炸弹人)	
工作单位性质 -		
国家 -	2024-05-12	
course -	18:53:22.774 🤍 > 点击推送(自动上报)	
当前余市 -		
く 切換用户 >	18:53.22.//4 / 朱雨到近(日初工作)	

(2) 圈定流失用户分群

图 5.4 进入用户行为序列

由于流失的人群较多,可以对流失用户进行分群分析共性,点击"+">输入分群名称为 0517 首日流失用户:

▶ 新增留存 □ 备注							5 B	G UTC+8 O	1 🖻 … 🛛	1建副本 🗰
也对 用户 - 进行分析		7日 - 过去7天 日							R5 - m P P	④ 号出
初始率件 区 用户注册		合 日期:	用户注册用户; 在202	24-05-10(五)进行用户注册的	2日:	3日:	4日:	5日:	6日:	7日:
100 1/5 3期 代年		阶段值⊙	282个 1571 有进行	\用户中,有143个连续1日都 行用户登录,占比50.71%	530 49.67%	408 47.39%	303 45.84%	205 43.99%	114 40.43%	0
④用户登录 使用间时用部		2024-05-10(五)	282	146) 8+ 50.71%	1 点击 *+*	<u>132</u> 46.81%	<u>125</u> 44.33%	<u>117</u> 41.49%	<u>114</u> 40.43%	<u>112</u> 39.72%
0		2024-05-11(六)	184					<u>88</u> 47.83%	86 46.74%	
		2024-05-12(日)	<u>195</u>	<u>103</u> 52.82%		<u>91</u> 46.67%	<u>89</u> 45.64%	<u>88</u> * 45.13%		
1、全局领达	.+	2024-05-13()	200	1 <u>00</u> 50.00%		<u>93</u> 46.50%	<u>92</u> * 46.00%			
	+	2024-05-14(二)	206	<u>110</u> 53.40%	<u>107</u> 51.94%	105 50.97%				
		2024-05-15(三)	211	104 49.29%	100 47.39%					
		2024-05-16(回)	293	<u>165</u> 56.31%						
	14 10 (11)									



(3) 交叉分析-流失用户带入新增付费分析

打开已存报表新增用户付费及战斗胜率>全局筛选选择0517首日流失用户属于分群> 点击计算>点击保存,具体操作如图;



(4) 分析流失用户的末次核心行为

为了更深入分析用户流失的节点,我们可以对用户最后的核心行为进行分析,看看是否存在流失共性,从而看是否需要调整产品设计。因此,我们需要先定义出核心行为,再利用 首末次标签创建用户末次参与的核心行为,最后通过属性分析对用户末次核心行为进行定量 查看。

确定核心行为:点击数据>点击虚拟事件>进入虚拟事件创建页面,可以根据业务实际情况选择,此处选择"开始战斗"、"参与竞技场"、"参加活动"、"爬塔玩法"为核心行为,并设置显示名>点击保存。

看板 分析	用尸	运营	RH 1	点击"数据"	进入"数据管理"				ų	ш Џ Ф	THANKDEMO -
居	9X	9	数据管理							莽島	示者 + 虚拟事件
数据管理			接去部務	-	011						2 点击"虚拟
元事件		*	48.70 B8 48	THME	2.00 ·					A MARANTED MARK	
事件属性		2	数据接入		显示名	备注	事件类型 マ	昨日事件量 二	实时的使用状态 ①	∀ 8	éf9
用户属性					参加活动	御1主1	自定义事件	32,946	实时可用	1	0
数据表指标			add_guild		加入公会1	加入公会1	自定义事件	1,157	实时可用		Ø
汇率换算			attend_arena		参与直技场	给哈哈备注了	自定义事件	30,188	莱时可用	1	Ø
埋点管理	÷		battle_lost		战斗失败		自定义事件	10,129	实时可用		0
埋点方案			battle_start		开始战斗		自定义事件	98,380	实时可用	1	0
数据验收 上报管理			battle_win		战斗胜利		自定义事件	88,240	美时可用	4	0
实时数据			cost		成本事件		自定义事件	8	实时可用	1	0
Debug 模式			create_guild		创建公会		自定义事件	0	其时可用	1	0
数据接入	~		device_active		设备激活		自定义事件	0	实时可用	-	Θ
三方集成			diamond_consume		钻石消耗		自定义事件	27,151	美时可用	-	0
			diamond_get		钻石获取		自定义事件	81,972	实时可用	1	Ø
			79 8-078								100条/雨云

图 5.8 创建"核心行为"

《 创建虚拟事件		取消 保存 3 点击 "保存"
 規則定义 基本信息 	规则定义 以7任——等所根据来,即这意思等所相能来	
	P P	
	基本信息	
	事件名 tap core.s 2 编写 "事件名"及"显示名" 显示名 然心事件	
	●注 10500 (1850A 	
		—

图 5.9 "核心行为"创建成功

创建用户末次核心行为的标签:确定核心行为后,我们想了解用户最后的核心行为都是 哪些,则需要通过用户标签的首末次标签实现,点击用户>点击用户标签>点击"+创建标 签">选择首末次标签,进入标签配置>选择用户"末次"完成"核心事件"的"事件名 称",并设置更新机制及标签名为"末次核心行为"。

k RP0 H k R P OF H R R P OF H	1/27.8. Hefti ©
#취취 単約 単約 自注 申判契 申目評算 即目評算 回目 回目 回用 回用 </th <th>操作 ③ ③</th>	操作 ③ ③
用产程性 和本体が、uterd 参加活动 会近 合定文件 2,244 来政務用 首葉 682,984 AA2,994 AA2,994 日定文件 1,373 東政務用 作用 682,984 AA2,994 AA2,994 日定文件 1,373 東政務用 作用 - - - 日定文件 2,184 東政務用 作用 - - - 日定文件 2,184 東政務用 建築業 - - - 日定文件 1,197 東政務用 建築業 - - - 日定文件 1,197 東政務用 建築業 - - - 日定文件 1,197 東政務用 建築業 - - - - 日定文件 1,197 東政務用 建築業 - - - - - 日定文件 1,197 東政府 建築業 - - - - - - - - - - - - - -	0
教授者 Add (minical set (minical	٥
Internation attend_areas 参与竞技场 和助助自注了 自定义单件 20,188 来到资用 堆点有案 battle_tost 点斗失效 - 自定义单件 10,129 来到项用 堆点方案 battle_start 开始战斗 - 自定义单件 98,380 東到项用 贫困地攻 battle_start 开始战斗 - 自定义单件 98,380 東到项用	
建合理程 Dattle_Inst 战斗失敗 自定义单件 10,129 支封常用 建合方案 Dattle_start 开始战斗 自定义单件 98,380 支封常用 数据协议 自定义单件 98,380 支封常用	۲
理直方案 battle_start 开始战斗 - 自定义事件 98,390 实时可用 数据物效	۲
数据领收	0
battle_win 战斗批判 自定义事件 88,240 実到問題 上指管理 - 自定义事件 88,240 実利問題	۲
实时数据 Cost 成本事件 · 目定义事件 8 实时可用	۲
Debug 模式 create_guid 创建公会 自定义事件 0 实利同用	۲
数据成入 ~ dewice_active 设备激活 · 自定义事件 0 采封同用	۲
RX-10019 三方集成 diamond_consume 秘石海峡 · 自定义事件 27,151 東21月月	0

图 5.10 进入"用户标签"

□标签◎											+ 创建标签
使版本 不用 ~								Q		0	点击"创建标
标签名	显示名	数据类型 平	标签类型 平	分析主体 平	创建人 平	更新方式 👳	时间平	最后更新时间(UTC+8):	人家	操作	۲
tag_20220614_2 10	7日回波用户11	田文本	条件标签	用户	Admin	自动	UTC+8	2024-06-12 00:08:30	83		ð
fm D	付费RMF标签	图 文本	条件标签	用户	Admin	自动	UTC+8	2024-06-12 00:13:16	42,5		Ø
tag_20211202_10 ത	用户的付费分层标签	田 文本	条件标签	用户	Admin	手动	UTC+8	2022-06-22 20:14:42	18,1		ø
ag_20210901_8 (0)	facebook末次成本事件时 间	③时间	首末次标签	用户	Admin	自动	UTC+8	2024-06-12 00:23:22	1		Ø
ag_20210816_2	标签-付费事件时间	③时间	首末次标签	用户	Admin	手动	UTC+8	2022-03-02 12:49:51	0		ð
ag_20210726_2 ത	创角8~14天内登录天数	◇ 数值	指标值标签	ЩP ²	Admin	自动	UTC+8	2024-06-12 00:16:20	2,65		ð
lag_20210726_1	创角7天内登录关数	◇ 数值	指标值标签	用户	Admin	自动	UTC+8	2024-06-12 00:16:18	1,49		Ø
ast_core_gameplay_event 🧐	最后参与的核心玩法	御 文本	首末次标签	用户	Admin	自动	UTC+8	2024-06-12 00:30:16	99,3		ø
irst_recharge_time	首次付费天数	◆ 数值	首末次标签	用户	Admin	自动	UTC+8	2024-06-12 00:16:48	37,8		ø
tag_20210708_2 👩	活跃天数	◇ 数值	指标值标签	用户	Admin	自动	UTC+8	2024-06-12 00:13:28	99,3		Ø
ecent_30days_revenue 👩	近30日充值总额	图 文本	条件标签	用户	Admin	自动	UTC+8	2024-06-12 00:12:49	17,6		٥
recent_30days_revenue 🔞	近30日充值总额	圖 文本	条件标签	用户	Admin	自动	UTC+8	2024-06-12.00:12:49	17,6		Ø

图 5.11 创建标签

< 创建标签				取消
		选择你想要创建的标签类型	•	
	条件标签 网络物定行为条件或用户属性的 用户份标主体),并联节核监输	首末次标签 瓶定时段内,用户(分析主体)完成 苗/未次事件的属性,作为标签值	2014 自木及物造 指标值标签 和在时段内,用户(5)标主体为成 事件的聚合指标,作为标签值	
	10 标签 上传 0 定义和范用户(9所主 体),并同时属于和团造	SQL 标签 E指生成用产集合的 SQL 颜本作 为条件,并得其定义为检查,支 持受新定时。		

图 5.12 选择"首末次标签"

《 创建首末次标签	9 4		取消 保存
• 标签规则	标签规则		2 点击 "
更新设置	分析主体 用户 ~		
● 基本信息	时区 © UTC+8 (項目数(3) ~		
	分析时段 过去7天 曰		
	首来次绿莹配置 孤定时取内,用户(分析主体)完成置/末次零件的属性。作为给送值		
	用户 末次 元旦 匠 核心事件 的 事件名称	1 编辑标签内容	
	更新设置		
	自动更新 🔵		
	基本信息		
	显示名 未次核心行为		
	标签名 tag_20240612_1		
	鲁连(忠语) 请输入		

图 5.13 创建"用户末次核心行为"标签

分析流失用户的末次行为分布情况:标签创建后,进一步对流失用户进行分析,可以点击分析中属性分析>全局筛选为 "0517 首日流失用户 "属于分群>按 "末次核心行为"进行分组,可以看到最后的末次行为 top2 分别为开始战斗、参加活动,进而带入到实际的产品逻辑中进入深入分析。

●●●■	分析 🝷 排行榜									+ (2)20
🛒 漏斗分析 📑 间隔	分析 🤼 热力地	89							Q (2019)55	
		3 W 2	标签类型 👻	分析主体 平	创建人 平	更新方式 マ	时区 ヤ	最后更新时间(UTC+8):	人幣 操	¶= ⊕
📽 分布分析 🛃 路径	分析		首末次标签	用户	suxiaolin	手动	UTC+8	2024-06-12 14:14:01	12,7 C	2 :
🛓 属性分析 🕹 归因:	分析		条件标签	用户	Admin	自动	UTC+8	2024-06-12 00:08:30	83 🖻	0
🛔 SQL 查询 1 选择	"属性分析"		条件标签	用户	Admin	自动	UTC+8	2024-06-12 00:13:16	42,9 🗉	ø
	the accession real		条件标签	用户	Admin	手动	UTC+8	2022-06-22 20:14:42	18,1 🖻	٥
tag_20210901_8 🕲	facebook未次成本事件时 间	④时间	首末次标签	用户	Admin	自动	UTC+8	2024-06-12 00:23:22	1 🗉	ß
tag_20210816_2	标签-付费事件时间	③时间	首末次标签	用户	Admin	手动	UTC+8	2022-03-02 12:49:51	0 E	ø
tag_20210726_2 💿	创角8~14天内登录天数	◇数值	指标值标签	用户	Admin	前动	UTC+8	2024-06-12 00:16:20	2,65 🗉	ø
tag_20210726_1	创角7天内登录天数	◇ 数值	指标值标签	用户	Admin	ili ib	UTC+8	2024-06-12 00:16:18	1,49 🖻	Ø
last_core_gameplay_event S	最后参与的核心玩法	田 文本	首末次标签	用户	Admin	由助	UTC+8	2024-06-12 00:30:16	99,3 🔳	ø
first_recharge_time	首次付费天数	◇ 数値	首末次标签	ЩP	Admin	自动	UTC+8	2024-06-12 00:16:48	37,8	Ø
tag_20210708_2 💿	活跃天数	0 RG	指标值标签	用户	Admin	自动	UTC+8	2024-06-12 00:13:28	99,3 🗉	Ø

图 5.14 选择"属性分析"模型



图 5.15 配置指标并保存

♀用户标签适用场景

(1) **条件标签:**根据用户做过或依次做过的行为进行用户打标签,应用场景有用户活 跃度、付费情况进行用户分层等;

(2) **首末次标签:**根据用户行为首次或末次指定事件属性值作为标签标记,应用场景 有破冰付费偏好、流失前末次行为等; (3)**指标值标签:**根据用户某个时间范围事件属性做聚合运算,对用户打标签,应用场景有累计在线时长、战斗胜率等;

(4) **ID 标签:** 通过 Excel 导入外部标签;

(5) SQL 标签: 自定义标签逻辑;

1.6 运营: 三步上手做运营

1.6.1 场景 5: 流失用户发放礼包进行召回

面对流失的用户,我们通过一些分析,发现用户是付费用户,希望能把用户进行召回, 我们则可以通过运营进行流失用户召回,提高回流。具体如下:

步骤1 创建礼包召回任务

为了把流失用户找回,我们可以点击运营中运营任务>进入任务配置,可以设置推送时机,可以选择定时-重复>设置目标用户,选择有付费的用户,最近14天没有登录>打开疲劳控制,避免多次打扰用户>设置推送内容为"折扣券到账通知•••••">设置本次推送目标为在1天内登录 APP,次目标为在7天内至少有1次付费>设置指标为参加活动。

运营任务	9 工作台						
•金部 46 · 进行中 37	· 运营活动	•草語 0 0 0	• 已拒绝 0			Q 搜索任务名称//D	+ 创建任务
任务名称	▲ 运营任务	所属分组 🗟	任务状态	触达通道	推送类型 束	实验类型 マ	操作 3 点击"创建任
Demo_促付费_犹豫用户 ID: 0833	2 点击 5 运营设置	"运营任务" 测试	• 巴结束	自定义通道 精细化运营场景_弹 容礼包通道	♦ 触发·完成A后未完成B		0 0 :
Demo_流失召回_礼包召回 ID: 0830		限时商城	→ ●进行中	自定义通道 精细化适音场景。Pu sh通道	C 定时·重复	2	d © :
Demo_促付费_提高付费机 ID: 0831	2益续费率_重	ty floder	 ●进行中 	自定义通道 精師化這聲场要_Pu sh通道	C 定时-重复		D © :
Demo_促留存_发放攻路_ (0: 0814	۰. ۱	演示	• 进行中	自定义通道 精细化语言场景_Pa 动通道	C 定时-重复		d © :
Demo_促付费_付费权益开 ID: 0816	Fall (\$038)(7	演示	• 进行中	自定义通道 精细化运算场量_Po sh透道	C 定时-重复		0 0 :
Demo_流失召回_VIP用户 ID: 0856	权益更新_重 版本更新	演示	 ●进行中 	自定义通道 精细化运营场景_组	C 定时-重复		

图 6.1 点击"运营任务"

 推送时机 定时-重复 	推送时机 * 推送类型		
2024-06-12~2024-06-30	豆 定时-单次 □ 定时-重复	▷ 手动	
• 目标用户	* 推送时间		
自定义人群	每天 ~ 16:30 ① UTC+8	Ø	
- 人	* 起止时间		1 设置"推送时机"
● 推送配置	2024-06-12 芭 至 2024-06-30		
自定义通道 精细化运营场景_Push通道	频率控制 ①		
• 推送内容	1998 B.		
1个语言	目标用户		
 目标设置 	自定义人群 已有人群		
2个	用户满足		靣 清空
• 指标设置	8 [:] 是否付费玩家 为真		
1个	+ 添加条件		
			0.77

图 6.2 设置"推送时机"

● 推送时机		
定时_雨复	目标用户	
2024-06-12~2024-06-30	自定义人群 已有人群	
• 目标用户	田户灌足	南 速空
自定义人群		e mr
-人	2°是否付费玩家 为具	
◎ 推送配置		1 设置"目标用户"
自定义通道	用户行为	向 清空
精细化运营场景_Push通道		
• 推送内容	发展过 正 用户豆束 , 注 过去145	
1个语言		
● 目标设置	且排除用户	▽ 条件
2个	预估人数 预估	
• 指标设置		
1.0	₩¥至2	
	推达配直	⇒ 升启 A/B 实验

图 6.3 设置"目标用户"

10 10 10 10 10 10	体送百里	
- 1845-711	推达能量	盖 77世 A/D 乌世
2024-06-12~2024-06-30	触达通道	
	積極化运营场量_Push通道	
• 目标用户	疲劳控制 ① 💶	
自定义人群	暂无限制备件	
(e) 推送配置	白名单	
自定义通道	28. 选择成员	1 设置"推送配置"及"推送内容"
精细化运营功量。Punh通道		
■ 推送内容	推送内容	
1个语言	戦い 徳吉 +	
 目标设置 		
	· 特級((Dia) (2) 開始 (2) 美術	
	4C-413-4623109/38401	
● 指标设置	39 34 37 20 M A	
11		
	*内容(body)	
	(2) 属性 (2) 表情	
	20% 折扣券已到账,快来体验更多玩法	

图 6.4 设置"推送配置"和"推送内容"

 推送时机 定时-重复 	目标设置	+ 目标
2024-06-12~2024-06-30	● 主要目标	卣 删除
目标用户	口 添加说明	
自定义人群	目标周期	
·人	用户在推送成功后,在 1 天 ~ 内完成以下转化事件,则认为完成目标	
Contraction and the second		设置"目标设置"
● 推达配置	具体规则	
自定义通道	⑦ 用户登录 的 次数 大于 0	
精细化运营场景_Push通道		
• 推送内容		
1个语言	♥ 次要目标1	茴 删除
	曰 添加说明	
 目标设置 	目标周期	
2个	用户在推送成功后,在 7 天 ~ 内完成以下转化事件,则认为完成目标	
指标设置		
14	具体规则	首 清空
	⑦ 付费事件 的 次数 大于 0	

图 6.5 配置"目标设置"

● 推送时机	目标设置	1 目标
定时-重复	具体规则	@ 清空
2024-06-12~2024-06-30	医付费事件 的 次数 大于 0	
◎ 目标用户		
自定义人群		
	指标设置	
() 推送配置		1 4545
自定义通道		ider T
稍却化起急切束_Pusn速道	统计用户在 实际到达 后的指标表现	+ 指标
• 推送内容	统计用户在 点击推送 后的指标表现	十指标
1个语言	1 参加活动.总次数	自 删除
🥑 目标设置	-	1 设置"指标设置"
2个	* 计算方式	
15标识票	☞ 参加活动 的 总次数	
JEPOP IX III.	* 窗口期 ①	
11	1 天 ~	

图 6.6 配置"指标设置"

步骤2 审批运营任务

已创建好的运营任务,需要经过审批才会做任务执行,当审批通过后运营任务进入"进行中",会根据设置的推送时机进行任务执行。

运营任务												
•全部 49	•进行中 38	• 16年中 4	* 已结束 6	• 草稿 0	• ^{亚批中} 1		• 己拒绝 O			Q 搜索任务名称/ID		· esteres
任务名称			所属活动 束	所	属分组 束		任务状态	触达通道	推送类型 〒	实验类型 😇	操作	۲
<mark>つ Demo_促</mark> ID: 1175	付费_犹豫用户	引导付费	÷	2	则试	×	• 审批中	自定义通道 精细化运营场量_弹 窗礼包通道	♦ 触发-完成A后未完成B		^{単北} <u>逸</u> ち 点击 "审批"	1
Demo_促付 10:0833	费_犹豫用户引导	行费策略。	•	X	测试	×	• 巴结束	自定义通道 精细化运营场推_弹 留礼包通道	♦ 触发·完成A后未完成B	-	ð B	
Demo_流失 10:0830	3回_礼包召回_1	E.		1	眼时商城	~	●进行中	自定义通道 精细化运营场和_Pu sh通道	C 定时-重复		7 0	
Demo_促付 10:0831	费_提高付费权益	续费率_重		t	y floder	~	• 进行中	自定义通道 精细化运营场景_Pu sh通道	C 定时-重复		ā ©	
Demo_促留7 ID: 0814	字_发放攻略_重			3	寅示	÷	• 进行中	自定义通道 精细化运营场景_Pu sh通道	C 定时-重复		ð o	
Demo_促付I	費」付费权益开递	1(如通行…		1	寅示	÷	•进行中	自定义通道 精细化运营场景_Po	C 定时·重复		đ 0	

图 6.7 点击"审批"

任务配置				1 点击 "
	基础设置	任务分组		
		限时商城		
		任务说明		
	推送时机	推送类型		
	12.2-3.00	定时-重复		
		推送时间		
		每天 16:30		
		起止时间 2024-06-12~2024-06-30		
		新家坊制		
		不限制		
	目标用户	预估		
		用户满足		
		S™ 是否付费玩家 为真		
		Faab	1. (()Z) 1. 1	**
		图 6.8 点	【击"通过"	
io_流失召回_礼包召回-test • 审	批中 C 定时-1	重复 2024-06-12 ~ 2024-06-30 每天 16:30 (UT	·C+8)	撤回审批 拒绝
*				

基础设置	任务分组	任务审批		×		
	限时商城	任务配置项完整无	无误,审批通过			
	任务说明					
	•		取消	通过		
推送时机	推送类型					
	定时-重复					
	推送时间 每天 16:30					
	起止时间 2024-06-12 ~ 2024-06-30					
	频率控制 不限制					
目标用户	预估					
	1,232人 🖸					
	用户满足					
	8 是否付费玩家	为真				

图 6.9 审批二次确定

营任务													
全部 • 进 · 7 38	5中 • 暂停中 3	◎ 已结束 6	• 草稿 0	• 审批中 0	• 己拒绝 O				Q 搜索台			+	创建任务
任务名称		所属活动 😇	ţ	所属分组 😇	任务状态	触达通道	推	送类型 束	实验类型	Į Ţ	操作		۲
Demo_流失召回_礼 包 ID: 1173	I召回-test			限时商城 、	●进行中	自定义通道 精细化运营场景_Pu sh通道	ø	定时-重复			ð	(T 2)#	:
Demo_促付费_犹豫 月 ID: 0833	户引导付费策略			测试 、	●已结束	自定义通道 精细化运营场景_弹 窗礼包通道	ş	触发-完成A后未完成B	-		đ	11950EL	:
Demo_流失召回_礼 包 ID: 0830	四回_重			限时商城	●进行中	自定义通道 精细化运营场景_Pu sh通道	Q	定时-重复	-		đ	(1)	:
Demo_促付费_提高作 ID: 0831	费权益续费率_重			ty floder 🗸	●进行中	自定义通道 精细化运营场景_Pu sh通道	Q	定时-重复	-		٥	١	
Demo_促留存_发放 现 ID: 0814	略_重			演示	●进行中	自定义通道 精细化运营场景_Pu sh通道	Ø	定时-重复			٥	١	
Demo_促付费_付费 相 ID: 0816	益开通(如通行…			演示	●进行中	自定义通道 精细化运营场景_Pu	Ø	定时-重复			Ø		:
									← 1	2 3	→ 2	0条/页	~

图 6.10 审批完成

步骤3运营效果数据分析

为了持续分析用户情况,我们可以把推送的用户带入到分析模型中做分析,点击"事件 分析"进入分析中>分析用户礼包获取情况,做到运营到分析的闭环分析。

5数据 指标数据 任务配置 任务分群		1 查看数据结果		
牧据总览(人数) 2023-12-21 ~ 2025-01-08 (含目	标窗口期)		⊖刷新 ₂<	收起总览
		计则推进 100.00%	5,000	
0%	0%	实际推送 100.00%	5,000	
Û		推送成功 100.00%	5,000	
主要目标 ①	次要目标1 ①	实际到达 97.60%	4,880	
		点击推送 76.39%	3,728	
X据明细 2024-05-14 > 2024-06-12		转化 ~ 打	批次视角 🗸 🖬 表格	~ <u>1</u>

图 6.11 运营效果



♀运营相关功能介绍:

(1) 工作台: 全局监控运营任务时间排期、推送效果、活跃指标查看;

(2)运营活动:基于相同运营目标的多个运营任务的组合,可以批量创建运营任务,可以按活动类型分有充值类、活跃类;

(3)运营任务:设置具体的运营计划,包含推送的时机、推送的目标、推送的内容、 触达用户的方式、运营目标等设置,能精准的圈出用户,在合适的时间合适的方式去触达用 户,提供喜欢的内容,进而提升用户活跃或付费率等;

(4) 运营设置:对通道、疲劳控制、审批设置、白名单管理进行管理;