

关键词：APP运营

内容概要：

策划一个活动，肯定要明确自己做活动的一个目的是什么，更偏重的是品牌传播，还是更多为了活跃用户，提高用户留存，通过活动想达到什么样的具体效果与目的，活动策划是APP运营比较常见的方法，也是快速拉新、活跃用户的方法之一，一个好的活动通过正确的渠...

正文：

策划一个活动，肯定要明确自己做活动的一个目的是什么，更偏重的是品牌传播，还是更多为了活跃用户，提高用户留存，通过活动想达到什么样的具体效果与目的，活动策划是APP运营比较常见的方法，也是快速拉新、活跃用户的方法之一，一个好的活动通过正确的渠道投放，带来的传播效应是非常强大的，因此在活动策划前，就得明确活动上线后的各种数据指标，最终任何事情都是需要用数据说话。



活动结束后进行活动复盘是重中之重，通过活动数据复盘，发现问题，总结出规律和经验，数据复盘做得好有助于运营在下次做活动时少走很多弯路。活动数据复盘还需要与活动前我们做的目标预估进行整理对比，才能体现出我们在活动预估的时候目标太高还是太低，对之后每次活动的的数据指标预估都有帮助的。

知道本次活动总的参与用户是多少，活动页面的打开率是多少，应用内各大投放位置的打开率；活动在哪个时间段打开率比较高，通过各个时间的UV、PV对比，看看哪个时间段的用户参与度比较高，比较活跃；再与APP日常活跃度时间段相比较，看看是否有出入。

可以通过各种渠道监控到新老用户的分布情况，更深一步了解到新老用户的喜好，对于之后的用户运营都是有非常大的价值。还有转化率是运营人员做活动重要的指标之一，不同行业的转化率也是关注不同，比如电商APP，我就要关注销售转化，看看参与活动的用户中有多少是在活动后购买了app产品的，有需要的还可以根据数据分析出人均购买次数和购买金额，比如我关注的是注册量，我就要关注注册转化率，看看这个活动给APP带来了多少的新增用户；最后关注活动渠道投放转化，一个好的活动少了渠道投放的环节，活动带来的效果就会相对应减少，如果你是针对APP应用内的用户进行活动运营，那么就可以通过消息推送、启动页等等位置进行投放，那么在活动结束后，就应该针对各大活动投放位置计算出相对应的打开率和转化率等等，如果你是在APP应用外做活动渠道投放，更多是为了用户拉新，那么就得计算出单个渠道投放的UV/PV/注册转化/一个新增用户的成本等等。然后活动最终预算，本次活动投入了多少资金，比如投放了多少优惠券或者奖品，带来多少新用户，每个新用户的成本是多少。最后还要关注通过活动分享次数，从而分析本次活动传播数据。

当然，每一次的活动策划，从前期策划、活动上线以及活动后的数据复盘，都是需要用数据来支撑，有了数据目标，围绕目标进行活动策划，活动上线后，关注活动及时数据确保活动能够正常运作，活动下线后数据复盘，总结数据、总结经验，当然，不同行业不同业务的APP所关注的的数据指标不一样，应该有针对性的进行数据分析。

## 西安弈聪信息技术有限公司简介

西安弈聪立足陕西西安，为西安企业提供网站优化，软件开发，软件外包，电子政务，网站建设、企业网络营销咨询服务及实施为主体业务，为客户提供一体化IT技术服务。

西安弈聪现有技术架构包含PHP,asp,.NET.C++,VB,J2EE等，在MYSQL,MSSQL数据库系统，ORACLE大型数据库管理系统开发方面专长，经验丰富，是业内技术服务最全面，技术实力最雄厚的IT技术服务企业之一。

联系电话：029-89322522 4006-626-615 网址：<http://www.xaecong.com> 邮箱：admin@xaecong.com