

《用户研究与数据洞察驱动的增长策略》

主讲：黄光伟老师

【课程背景】

用户研究与增长策略，已成为企业在数字化竞争加剧背景下的必然选择。无论是互联网产品还是传统行业，精准的用户画像构建、数据驱动的需求洞察、VoC（用户之声）的深度分析，以及用户体验与增长闭环的设计能力，已成为企业实现可持续增长的核心能力。本课程基于 2023~2024 年全球及国内最新行业实践案例，结合数据分析工具与用户研究方法论，帮助学员掌握跨行业的用户增长逻辑，解决“如何从海量数据中定位机会”、“如何将用户需求转化为增长策略”等核心问题。

【课程收益】

掌握用户画像构建、VoC 分析、需求验证等核心工具，并熟练应用国内免费 AI 工具（如百度 AI、阿里云 Quick BI）进行数据清洗、建模与可视化，还可通过抖音、拼多多、特斯拉等案例，学习不同行业的用户增长底层逻辑，并可从数据洞察到策略制定、成本核算、风险评估，形成完整的增长落地路径。

【课程特色】

全部案例为 2023 年后真实商业实践，如抖音本地生活服务的用户留存策略（2024）、拼多多“农货节”用户画像优化（2023）；所有数据标注来源（如 QuestMobile、艾瑞咨询、企业财报）；全程使用国内免费 AI 工具（百度 ERNIE、腾讯云 TI-ONE）进行实战演练；案例覆盖视频平台（芒果 TV）、电商（小红书）、硬件（小米 IoT）等多领域。

【课程对象】

产品企划设计类员工（需具备基础数据分析能力），同时适用于互联网、零售、金融等行业用户运营及产品经理。

【课程时长】

1~2 天（6 小时/天）

【课程大纲】

一、趋势洞察与行业影响

1、用户增长的核心趋势

用户增长底层逻辑的迭代：从流量到留存

案例：抖音本地生活服务留存率提升 12% 的路径

技术驱动的增长机会：AIGC 在用户运营中的应用

案例：小红书 AI 评论分析工具降低流失率

行业差异化影响：视频、电商、IoT 用户的增长痛点对比

2、行业竞争与先行者案例

视频行业的用户争夺战：芒果 TV 会员分层策略

电商行业的价值挖掘：拼多多“农货节”用户画像优化

硬件行业的体验设计：小米 IoT 设备用户复购率提升方案

二、用户研究实战与分析

1、用户画像精准构建

静态画像：人口属性、消费能力标签

案例：B 站 Z 世代用户画像

动态画像：行为路径分析与场景建模

工具：百度 GA4 行为流可视化

预测画像：基于机器学习的用户需求预判

案例：腾讯视频 AI 推荐算法优化

2、VoC 采集与分析

多渠道采集：客服日志、社交媒体、竞品评论

案例：蔚来汽车 App 投诉语义分析

情感分析与需求聚类

工具：阿里云 NLP 情感分析

VoC 驱动改进：瑞幸咖啡“酱香拿铁”用户反馈快速响应机制

3、需求验证与体验设计需求真伪验证：MVP 测试、A/B 实验设计

案例：Keep 会员付费功能灰度发布

体验优化闭环：用户旅程地图与触点优化

案例：招商银行 App 8.0 版本迭代路径

三、用户体验设计与价值转化

1、用户体验核心方法论

用户体验五要素：战略层到表现层

案例：特斯拉车机界面优化逻辑

情感化设计：如何通过设计提升用户粘性

案例：美团 App“春节红包雨”交互设计

服务蓝图设计：从用户痛点到服务触点优化

案例：京东物流“小时达”履约流程重构

2、体验驱动的价值转化

用户体验与商业价值的关联模型

案例：网易云音乐“社区化”提升付费转化率

用户忠诚度体系设计：积分、等级、权益

案例：星巴克中国会员体系升级策略

体验驱动的口碑传播：NPS 与用户裂变

案例：理想汽车车主推荐计划

四、增长策略制定与落地

1、策略设计框架

增长目标拆解：SMART 原则与 OKR 对齐

案例：网易云音乐 2024 年 DAU 提升计划

2、资源投入优先级：成本效益矩阵

工具：腾讯云成本核算模板

风险预判：SWOT 分析与敏感性测试

案例：特斯拉 Model 3 价格策略调整风险评估

2、核心实施组合

产品端：功能迭代与场景化运营

案例：高德地图“实时公交”功能渗透率提升

运营端：分层运营与权益体系设计

案例：京东 PLUS 会员续费率优化方案

技术端：数据中台与增长实验平台搭建

案例：字节跳动 DataFlux 系统架

五、增长技术工具与 AI 实战

1、国内免费工具实战

数据采集与清洗：腾讯云 TI-ONE 数据预处理

案例：携程旅行用户行为数据清洗

用户分群建模：百度 ERNIE 3.0 聚类分析

案例：唯品会高价值用户识别

自动化增长策略：阿里云 Quick BI+自动化营销工具

案例：喜茶私域流量自动触达系统

2、AI 在用户增长中的应用

AIGC 生成个性化内容：文案、图片、视频

案例：得物 App AI 生成商品测评内容

智能客服与 VoC 分析：百度智能云对话机器人

案例：中国联通客服工单分类优化

预测性用户运营：腾讯云时序预测模型

案例：同程旅行节假日流量预测

六、效果评估与风险管理

1、效果评估与迭代

核心指标监控：看板设计与异常告警

工具：Quick BI 实时仪表盘

复盘方法论：5Why 根因分析、PDCA 循环

案例：滴滴春节出行高峰复盘报告

ROI 核算与长期价值追踪

案例：拼多多百亿补贴投入产出比分析

2、风险预案设计

常见增长风险类型：数据偏差、策略失效、用户反弹

案例：微博热搜算法调整引发的舆论风险

风险预警机制：阈值设定与快速响应

案例：盒马鲜生价格策略动态调整机制

危机公关与用户召回

案例：腾讯视频“《梦华录》点播争议”处理路径