

OPERATION

揭开运营的秘密

小白学运营

刘异 伍斌 赵强 编著



手游那点事 联合出品

从0到1，运营快速入门

9位运营大咖联袂力荐

基础运营—用户营销—数据分析，全链条实战



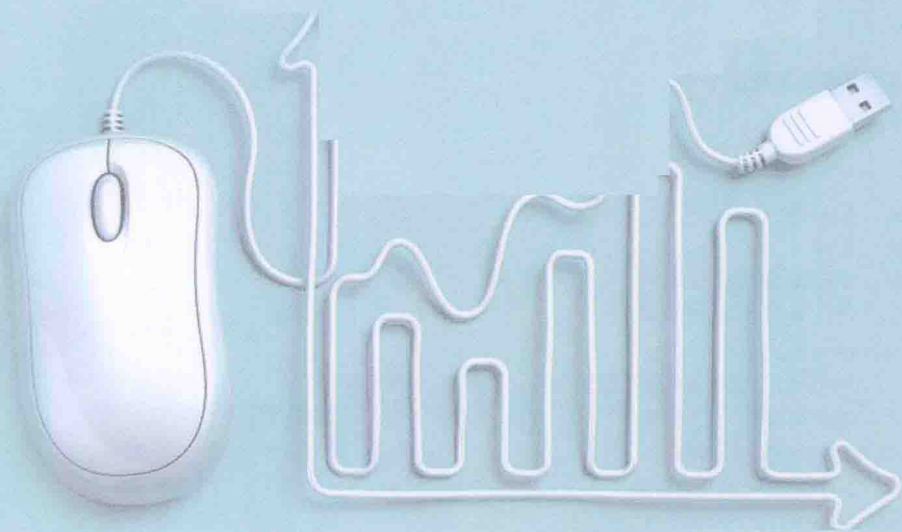
中国工信出版集团



电子工业出版社
PUBLISHING HOUSE OF ELECTRONICS INDUSTRY
http://www.phei.com.cn

小白学运营

刘异 伍斌 赵强 编著



电子工业出版社

Publishing House of Electronics Industry

北京•BEIJING

内容简介

本书是针对网络游戏行业，产品运营及数据分析工作的入门读物，主要为了帮助刚入行或有意从事游戏产品运营和数据分析的朋友。

本书没有烦琐的理论阐述，更接地气。基础运营部分可以理解为入门新人的to do list；用户营销部分则是对用户管理的概述，从用户需求及体验出发，说明产品运营与用户管理的依附关系；数据分析实战中，侧重业务分析，着重阐述的是分析框架，以虚拟案例的方式进行陈述，能够让读者知其然并知其所以然。

本书更像一本工具书，希望读者读完以后，在实际工作中还能时不时地拿出来看一看。

未经许可，不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。

版权所有，侵权必究。



图书在版编目(CIP)数据

小白学运营 / 刘异, 伍斌, 赵斌编著. — 北京: 电子工业出版社, 2015.9

ISBN 978-7-121-26728-4

I. ①小… II. ①刘… ②伍… ③赵… III. ①游戏—软件开发 IV. ①TP311.52

中国版本图书馆CIP数据核字(2015)第166720号

策划编辑: 张月萍

责任编辑: 徐津平

印刷: 中国电影出版社印刷厂

装订: 中国电影出版社印刷厂

出版发行: 电子工业出版社

北京市海淀区万寿路173信箱

邮编: 100036

开本: 880×1230 1/24

印张: 9 字数: 320千字

版次: 2015年9月第1版

印次: 2015年9月第1次印刷

印数: 6000册 定价: 49.00元

凡所购买电子工业出版社图书有缺损问题, 请向购买书店调换。若书店售缺, 请与本社发行部联系, 联系及邮购电话: (010) 88254888。

质量投诉请发邮件至zltz@phei.com.cn, 盗版侵权举报请发邮件至dbqq@phei.com.cn。

服务热线: (010) 88258888。

前言

从参加工作起，笔者就一直从事网络游戏和移动互联网数据分析工作，2013年开始，陆续将游戏数据分析的案例和经验整理成框架。2014年底与姚老师沟通的时候提到：希望《数据分析实战》的作者（刘异）、《游戏运营手册》的作者（赵强，网名：打不死的小强）、《小白学运营》的作者（伍斌，网名WV5）三位作者一起出版一本面向运营小白看的书籍。

见面后，大家一致认为，当下的游戏行业虽然网上的文章很多，但大多是零散性的，真正落地对新人有帮助的内容很难找到。于是就有了本书，希望能帮助到刚入行的人员。

关于本书

本书是针对网络游戏行业，产品运营及数据分析工作的入门读物，主要为了帮助刚入行或有意从事游戏产品运营和数据分析的朋友。

本书没有烦琐的理论阐述，更接地气。基础运营部分可以理解为入门新人的to do list；用户营销部分则是对用户管理的概述，从用户需求及体验出发，说明产品运营与用户管理的依附关系；数据分析实战中，侧重业务分析，着重阐述的是分析框架，以虚拟案例的方式进行陈述，能够让读者知其然并知其所以然。

本书更像一本工具书，读者读完以后，在实际工作中还能时不时地拿出来看一看。

本书结构

本书的目的是让新入行的读者快速上手游戏运营和数据分析。全书分为3章：“基础运营手册”、“用户营销入门”、“数据分析实战”。

基础运营手册：主要涉及一些运营工作的基础执行、运营策略和运营思路。

第1部分 手游测试的3个阶段：宏观地说明了3个测试阶段的核心工作和运营思路，没有涉及具体的执行层面，主要从战略层面和战术层面讲解了运营思路。

第2部分 封测：主要包含了封测前的准备工作和期间的核心工作，同时为了准备内测和公测，在封测阶段需要准备的一些运营需求。

第3部分 内测：除了基础执行的工作清单外，还单独讲解了App Store涉及的运营工作。在内测期间已经开始涉及大版本更新的工作，所以更新的部分也做了详细的说明。

第4部分 公测：公测的核心主要是营销，与内测期间的执行工作没有特别大的差异，所以整

体介绍了公测时的思路。同时加入了手游两大难题：账号问题，充值问题。

用户营销入门：根据产品在不同阶段与用户产生的交互内容制定合理的管理规范。

第1部分 用户导入：由产品目标用户发掘、精英玩家招募策略、论产品新手引导三个主题组成，主要说明发掘、招募、引导三个导入阶段，希望读者能够通过本章内容在导量工作中有更多的想法和更好的思路。

第2部分 需求分析：需求分析集中在用户调研怎么做、用户需求分析两个主题，本章通过系统性的调研，对需求内容、场景、属性进行多维度的客观分析；分析用户需求产生的根本原因，同时优化满足需求的产品体验。

第3部分 营销实战：通过基于用户开展营销、制定适合产品&用户的运营方案、关于软文撰写三个主题阐述营销概念与营销执行工作，提炼具有可行性的营销方法，并对每个营销模块进行系统整理与说明。

数据分析实战：本书的数据分析内容聚焦在游戏业务分析框架，不涉及算法应用。

第1部分 数据分析快速入门：对游戏数据分析的根本任务进行阐述，希望读者在阅读本章后能够对游戏数据分析有一个框架性的认知。同时根据笔者的经验对游戏数据分析师的层次进行了划分。

第2部分 建立指标体系与分析框架：着重对游戏行业数据分析的宏观指标进行框架性的梳理，并对游戏数据前的基础准备工作进行了简单阐述。

第3部分 业务分析实战：通过虚拟案例的形式陈述游戏从测试、推广到稳定运营阶段的五大数据分析任务，并提炼每个任务的业务分析框架和通用模型。

在线博客

<http://xsjresearch.com>

西山居用户行为研究院：这是西山居数据平台团队共同维护的部门博客，定期分享游戏数据分析、算法、用户研究方面的文章。

<http://www.sykong.com/tag/vv5/>

小白学运营：手游那点事独家专栏，由VV5撰稿运营；专栏内容偏重运营知识讲解，从基础名词到运营策略，多维度对游戏运营进行解析。

<http://73team.cn>

73居——西山居手游运营团队：西山居手游运营团队共同维护的团队博客，每周都会分享工作经验，内容以实用、接地气为特点。适合手游从业者订阅。

<http://xiaoqiang.me>

打不死的小强：小强的个人博客，积累了从业以来的所有分享，涉及游戏运营的方方面面，沉淀内容较多。

致谢

很多人为本书精益求精并付出了辛勤的劳动，在此对他们表示感谢。

成都道然科技有限责任公司的姚先生花费了大量时间与我们电话沟通，帮我们组织材料、理清概念并且提出大量的改进意见与建议。

苏如涛（网名：小炮，手游那点事创始人）、何清景（手游那点事联合创始人），他们和姚先生一起将我们三位作者聚集在一起完成本作。

杨婧（网名：小龙女）、汪莉雅（网名：lena）为本书的营销也付出了大量的心血。

所有花费时间审读本书内容并帮忙作序的大佬们：DataEye创始人兼CEO汪祥斌、飞鱼科技CEO姚剑军、谷得游戏VP黄承娟、巨人副总裁徐博、蓝港互动副总裁王世颖、乐逗游戏CEO陈湘宇、天拓游戏CEO黄挺、同步网络CEO熊俊。

——刘异、伍斌、赵强

隋明宏、孙强、蔡林鹭是我在网龙公司的上级，导师，同事。引领我进入数据分析、用户研究和游戏领域，并从专业、管理、为人处事方面教会了我很多东西，没有他们就不会有今天的我。赵强、伍斌，本书的另外两位作者，在合作撰写本书的过程中，在运营专业上给了我很多指导。

——刘异

感谢CREATIVE STAR集团励慧软件的商务总监徐燕，在产品与运营工作中给我很重要的方向和鼓励；感谢广聚总经理曹军，作为我的老板不仅在运营领域给我信任及支持，同时在为人处事上也让我受益良多；感谢爱思助手商务总监李琦；行业中的合作伙伴，生活上的挚友，感谢你们提供平台以及专业性的知识让我成长。

——伍斌

感谢昆仑的老大：谢强、刘洋、彭程、徐丹妮和叶伟健。在刚进入行游戏行业时给了我巨大的帮助，给我机会成长。感谢萌果的老大尹庆，在创业期充分地信任我，给我足够的空间。感谢西山居的老大郑可，不断鞭策我，让我更快速的成长。

——赵强

移动游戏精细化运营乃大势所趋



中国手游 CEO 肖健

2015年6月的中旬，我收到来自手游那点事的邮件，告知我《小白学运营》一书即将面世的消息。从字里行间，我能感受到一个游戏媒体对一部新作品的兴奋之情。一部耗时良久、内容精良的新作终于可以接受读者的审阅了，在此，我有一些感悟想分享一下。

自2012年移动游戏快速发展至今，市场上出现了大批量关于游戏趋势、游戏研发、游戏市场的内容。接触手游那点事伊始，便意识到该媒体能在移动游戏精细化运营层面为行业带来不少贡献。

果不其然，2015年《小白学运营》即将面市，在当下这个相对浮华的游戏行业，能有这样的一群人沉下心来，做些看似枯燥却很有价值的事情，这是对手游那点事这个媒体“有态度”的最好诠释。

任何一款优质的游戏都离不开一个优秀的运营团队，运营是衔接游戏产品、用户、市场最重要的一环，游戏的运营团队能力直接影响到一个游戏项目的成败，而中国手游在移动游戏浪潮下也一直坚持了精细化运营的理念，争取更好地为玩家服务，争取对移动游戏行业的发展尽自己的一份微薄之力。

所有产业在中前期快速发展的过程中，或多或少会出现浮躁、激进、人才漏洞等问题，但终归要沉淀积累，才能确保整个产业稳定、健康的发展。而游戏的精细化运营的发展速度，往往可以反映出游戏产业的发展阶段。在2015年的年中，《小白学运营》作为第一本针对移动游戏精细化运营服务的工具类书籍出版，也恰恰反映了移动游戏产业的发展将会越来越健康。

书中针对移动游戏运营的基础知识、专业运营技巧以及数据分析能力进行了全方位的解读分析，这对于游戏运营人员来说是个提升工作能力的好方法，应该可以成为移动游戏运营人才的必读书籍。

移动游戏行业很美好，值得大家为之付出与奋斗，共勉！

——2015年夏至未至

推荐序（排名不分先后，以姓氏拼音排序）



乐逗游戏 CEO 陈瀚宇

从小白到大咖的进阶之路

手游是一个新兴行业，因此在这条路上，每个从业者都是摸着石头过河，通过不断试错来寻找正确的道路。我个人非常希望《小白学运营》这本书能够搭一座桥，让试水这个行业的新手们不用掉进河里，少犯错，别溺水。

我是从2009年底起进入手机游戏市场的。和现在相比，当年手游市场还在萌芽阶段，好的产品很少，盈利规模更少，运营模式简单粗糙，应用分发市场还尚属空白。对于手游运营商而言，大家还不知道该怎么“玩转”这个市场：如何寻找好的产品？如何读懂用户？如何打造一款“常青树”产品？

在乐逗游戏的成长过程中，凭借对行业直觉式的理解，以及一点初生牛犊不怕虎的勇气，再加上一点好运气，我们摸索出了自己的一套运营手法，也取得了阶段性的成功。例如通过二次研发帮助海外手游立足中国市场，通过大数据分析了解自己的用户构成及喜好，与CP（内容提供商）、渠道建立良好互信的合作，打通产业链。

但我也常常忍不住想，如果一开始做游戏运营就有系统的操作指导（最好这指导中还有实操性的案例分析），帮助我们少走一些弯路，少撞一点南墙，避开某些大坑，这该多好。有时候也会听到业内一些本来很有希望的从业者，因为运营不善最后功败垂成，也会觉得很惋惜。

今天的手游市场规模，和6年前不可同日而语，根据中国音数协游戏工委发布的《2015年1~3月移动游戏产业报告》显示，中国移动游戏市场实际销售收入达到94.6亿元，较上一季度增长25.1%。随着行业规模日益扩大，也有越来越多的新伙伴加入到这个行业中来。

这本《小白学运营》让我觉得很振奋，因为这本书有望成为手游创业者的“探路秘籍”。这本书基本上涵盖了运营的各个阶段你需要掌握的知识——有理论，更有实战分析，或者说，这本书基本上是手把手地教你：基础运营怎么做，用户营销怎么做，还有用户数据分析怎么做。通过这本书，手游创业者可以快速了解运营业务的关键点，明白如何解读市场趋势和用户数据，更好地实现运营产品。

乐逗游戏和手游那点事已有多年的友好合作关系。作为国内最具影响力的手游行业媒体之一，手游那点事始终关注手游行业的发展，不仅为广大移动游戏从业者提供高质量的行业信息，并通过行业会议和沙龙，深度探讨手游开发、手游发行、手游营销、手游运营、手游海外推广等内容。相信这本书的面市，将成为手游市场新生力量的入门指南，帮助更多运营“小白”成长为“大咖”，促进中国手游行业持续稳健发展。



谷得游戏 副总裁 黄承媚

椅子是不是只能四条腿，A到B之间是不是只有一条路。

从小到大，我都喜欢给自己制造些有趣的难题，与其说是难题，不如说是思考。在这个互联网快速发展的时代，信息变幻莫测，有时浮躁的追从会让人感到迷茫。在这个时候，如何在时代潮流中坚持自我，就显得分外重要。我对运营的理解，不是简单的复制粘贴模式化套路，而是大数据分析下的天马行空，这个天马行空就是多一些创想，多一些融合，多一些好玩儿。在越发个性化的时代，产品要开始有自己的独特味道。

手游那点事是我甚为认可的媒体，受邀为其书写序，蛮是欣喜。其勤恳务实的作风体现着南方企业文化的特色，用清景的话来说，“我们只干事，只干实事”。阅过《小白学运营》，倒也是有几分他那耿直憨厚的味道。大部分文章颇为接地气儿，犹如切身所悟，赤身肉搏之痛感。其言糙而理明，并多有独到启发之处，尤其是在各产品例子上总结了一些数据理论，可让人窥其妙，又触及另类思考，如我所说，这不是一种简单的总结，而是引发了一个奇妙世界。

本人也曾与同行友人交流，好的运营人员是什么样的，大家都觉得理论与实践是否并蓄是考察优秀运营人员的基础。《小白学运营》我觉得是一本比较综合的运营教科书，其中有大量的数据，也有一些实战的市场活动运营分享，并且浅显易懂，对读者颇有启迪。秉着多维度学习的态度，我特向游戏界朋友们推荐此书，相信可以对大家如何做好运营这件事情有所裨益。



天拓游戏 总裁 黄桢

2013年移动游戏市场开始呈现火爆势头，随着网络和硬件的进一步普及，移动游戏的浪潮一往无前。毫不夸张地说，移动游戏已经进入全民时代。如何打造受欢迎的移动游戏精品，这是值得深入探讨的课题。

毋庸置疑，产品运营是这个课题中极其重要的一环。一款游戏的成功离不开精细化的运营，需要最大限度地减少运营所占用的资源，但做到这点并不容易。培养兴趣、增强洞察力、提升市场判断力，这些都是做好运营的必备技能。这就是开始，这就是新手教程。

新手，也就是小白。什么都不懂，什么都需要学。但每一个人都是从小白开始的，肯学、肯做，那就已经在成功的路上。2013年，从页游起家的天拓游戏开始探索移动游戏，在这个迅速发展的移动互联网浪潮中，我们也是一个小白，最开始扑腾了几个来回，也没能很好地跟上市场的节奏。但我们没有放弃，通过天拓页游研发与发行的经验积累及沉淀，我们选择了一个快速通道——“发行先行、代理先行”，通过市场预判，找准用户，抓准趋势，用精品内容开拓细分市场，这给我们快速进入移动游戏的竞争，打下了一个很好的基础。2015年，天拓游戏蓄势待发，将继续在移动游戏行业做更多的开拓。

没有任何一个模式可以完全复制，我们需要找到属于自己的特点、自己的优势，去契合这个产业发展的阶段。在这个过程中，前人的经验和模式是非常好的借鉴，《小白学运营》深入浅出地讲述了运营的要点，实际运营案例值得深入思考与总结。移动游戏是大势所趋，而这本书或许能令你顺着势头，走出自己满意的道路。



蓝港互动 副总裁 王世颖

进入2015年，手机游戏行业结束了野蛮生长的阶段，逐渐走入正规化，开始慢慢洗牌。在这个过程中，老牌游戏大厂的杀入，正在改变手游行业的格局。在这种“降维打击”之下，那些很早进入手游行业的中小公司面临巨大危机，他们的先发优势已经越来越不明显。因此，手游的精细化运营对游戏成败的影响，便越来越凸显出来。

仅仅在三年前，手游似乎只要挂到平台上就好，运营的重要性远远低于产品。可如今，运营中的各种门道，不经过一两个项目的洗礼，是很难完全搞明白的。

学费，总是要交的，可是拿公司的运营费用给员工交学费，很多

公司恐怕是不干的。于是，大量手游公司天天喊着缺运营人员，但是又有大量的运营人员到处找工作，这之中有新入行的菜鸟，也有在端游、页游领域有多年运营经验的行业老兵。隔行如隔山，很多业界老人面临的问题，就是转型。毕竟，手游运营和端游运营相比，还是有很大差异和很强特殊性的。

因此，《小白学运营》这本书就应运而生了。

想要迅速了解手游运营的基本常识吗？想要三天学会运营手游吗？那就来看《小白学运营》吧！零基础传授，深入浅出的实例，使之成为最具操作性的运营书。今天看完书，明天就实践，后天就能看到效果。《小白学运营》是手游运营人员必备的案头读物。



DataEye CEO 汪祥斌

游戏的数据化运营很早已被很多端游公司践行，但伴随移动游戏的兴起，对于游戏的数据运营又被大量地提及。目前整个移动游戏市场处于快速发展阶段，市场整体的运营水平参差不齐，大量中小团队的运营还处于初级阶段。本书从实战的角度出发对游戏的数据运营进行了全面而系统的梳理，很多分析思路、框架以及原理都是来源于实战，对于很多一线的游戏运营人员来说非常值得去仔细阅读了解。本书也加入了很多基于长期运营的总结性规律。总体而言这是一本真正站在游戏运营的角度去审视数据运营的指导教程。



巨人 副总裁 徐博

巨人本身是研发出身的公司，巨人研发与别人不一样的是什么？“免费游戏”的概念最早是史总提出来，也是史总发扬光大的，史总之后没多少人敢做收费游戏了。这就是巨人在研发上深厚的积累，不限于游戏的玩法本身。产品的运营一定要从产品核心特点上面着手。

举个例子，《征途》、《大主宰》里面都有的抢红包，拼战。史总有8个字“荣耀、目标、惊喜、互动”。现在绝大部分手机游戏，大家都在依靠PVE本身创造荣耀、目标和惊喜，但是靠PVE去创造，电脑的运算量有限，策划的能力是有限的，5个策划做出的东西给50万用户玩，非常累。最重要的是让50万玩家自己干起来，这才可以。一旦有了互动，用户每一次的结果就存在不同。

我与很多开发团队的人聊，你这块互动怎么做？他说有聊天、竞技场、排行榜，就这么多。游戏互动不仅仅是PVP，也不仅仅是聊天，所以在这里套用我们老大纪学锋的三个词“聊起来、争起来，最后打起来”。现实社会中也是如此，没有无缘无故的爱和恨，很多爱和恨是在细枝末节中产生的。游戏运营应该善于折腾，只有基于产品特色，基于人与人之间的互动设计游戏运营，才能有效提升各项运营数据。



同步网络 CEO 姜捷

同步推从早期单一的应用分发延展到现在的游戏联运，是国内手机游戏高速发展的见证者。然而，国内的手游市场经过2012年的兴起，2013年、2014年爆发式的增长，大量团队和产品的涌入已经让当前的游戏同质化现象非常严重，不管成功或者不成功的游戏在市场中都有大量的相似产品存在。不仅如此，行业内的巨头们也已经开始在跑马圈地，人才、资本和IP都变得更加集中和垄断，直接的结果就是导致渠道和玩家审美疲劳，一些开发者变得短视，大量游戏生命周期很短，甚至都不清楚这个游戏的受众是谁！

其实，任何一个产品想要获得成功，产品、用户、运营三者缺一不可，甚至对于游戏这个服务性的产品来说，运营服务本身就是游戏产品的一个不可缺少的部分！而不管什么样的竞争环境，关注玩家的核心需求，最大化产品价值是突出重围的关键，精细化的游戏运营方式则是其中的良方。

作为进入游戏行业时间并不长，甚至现在都还算是门口的我来说，一直期许有一本书能够让我一窥游戏运营工作的大概，从头到尾了解这个行业和这个工作的方方面面，甚至前人趟过的坑、留下的宝。今天，你手中的这本由手游那点事联合VV5、打不死的小强、刘老师等拥有多年运营经验的作者写出的《小白学运营》，就是这样一本书，满满的干货，是每一个游戏运营人员和游戏从业者左右不离的必备工具。



飞鱼科技 CEO 姚剑军

纵观当前游戏市场，游戏产品的生命周期并不是理想中的状态。如何延长游戏的生命周期，产品的后期优化与运营便显得尤为重要，需要从创新的角度出发，给玩家带来技术层面、产品类型，以及游戏运营方面的创新，不断地给游戏产品注入新鲜血液，保证游戏的可玩性。游戏从正式面世那一刻起，便离不开运营。用户下载游戏、启动游戏，到最后用户愿意留在游戏中，在整个环节中涉及用户数据、行为习惯、质量等方面的分析。这些都是运营工作，是一项烦琐却又特别有意义的工作。

不可否认，手机游戏已经逐渐成为了人们生活中不可或缺的一部分，闲暇之余我们常常会拿起手机进行娱乐。然而，用户可选择的越来越多，用户是否能从其中获得乐趣、成就以及荣誉，是玩家优先选择的关键点。产品研发出来，这只是游戏推向用户的第一步，往后的路途相比要更漫长，就像一个人的生命，人生旅途往往更艰辛。《小白学运营》这本书整合了手游行业不同发展时期的运营精华，值得每一位游戏运营人员一读。书籍从数据分析、运营经验、运营活动等多重角度给大家分享了在每一个阶段的运营经验，能启发大家通过观点的碰撞引发更深度的思考，一起来促进这个行业更健康的发展。

目 录

第1章 基础运营手册 /1

- 1.1 手机游戏的3个测试阶段 /2
 - 1.1.1 封测 /3
 - 1.1.2 内测 /6
 - 1.1.3 公测 /8
- 1.2 封测 /9
 - 1.2.1 封测准备工作清单 /9
 - 1.2.2 比较通用的运营需求 /12
 - 1.2.3 手游中比较通用的活动需求 /21
 - 1.2.4 封测期间的工作重点 /27
- 1.3 内测 /32
 - 1.3.1 内测准备工作清单 /32
 - 1.3.2 渠道接入流程详细解读 /35
 - 1.3.3 App Store提审资料汇总 /40
 - 1.3.4 App Store提审技巧 /42
 - 1.3.5 iOS Preview视频制作攻略 /46
 - 1.3.6 新版本预热三部曲 /47
 - 1.3.7 版本更新（整包更新）工作流程 /51
 - 1.3.8 版本更新时的一些注意事项 /53
 - 1.3.9 内测结语 /55
- 1.4 公测 /56
 - 1.4.1 公测前的准备工作 /57
 - 1.4.2 手游两大疑难问题之一——充值问题 /63
 - 1.4.3 手游两大疑难问题之一——账号问题 /70
 - 1.4.4 安卓用户账号遗忘的解决方案 /71
 - 1.4.5 账号问题流失预防 /74
 - 1.4.6 公测结语 /74

第2章 用户营销入门 /76

- 2.1 产品目标用户发掘 /77
- 2.2 精英玩家招募策略 /81
 - 2.2.1 浅析精英玩家 /81
 - 2.2.2 精英玩家招募 /83
- 2.3 论产品新手引导 /85
 - 2.3.1 用户线上引导 /86
 - 2.3.2 用户线下引导 /91
- 2.4 用户调研怎么做 /93
- 2.5 用户需求分析 /100
 - 2.5.1 抽象出用户需求 /102
 - 2.5.2 需求实例化 /103
 - 2.5.3 强化产品需求 /104
- 2.6 基于用户开展营销 /104
- 2.7 制定适合产品&用户的运营方案 /109
- 2.8 关于软文撰写 /118

第3章 数据分析实战 /127

- 3.1 数据分析快速入门 /128
 - 3.1.1 什么是数据分析 /128
 - 3.1.2 游戏数据分析在做什么 /128
 - 3.1.3 何谓“情境还原” /130
 - 3.1.4 游戏数据分析师的三个层次 /131
- 3.2 建立指标体系与分析框架 /132
 - 3.2.1 游戏数据分析指标入门 /132
 - 3.2.2 数据底层建设 /142
- 3.3 业务分析实战 /145
 - 3.3.1 流失分析 /145
 - 3.3.2 付费分析 /169
 - 3.3.3 产品收益预估及KPI逆向推导工具 /180
 - 3.3.4 市场推广监控 /187
 - 3.3.5 游戏运营活动分析 /194

第 1 章

基础运营手册

本章以游戏的生命周期为主线，告诉大家在游戏运营的不同阶段，运营需要做什么事情。本章不但会详细地描述执行的细节和注意点，还会从更深的层次说明为什么要这么做。很多内容都可以作为日常工作的基础手册，提醒我们执行好日常工作。

1.1 手机游戏的3个测试阶段

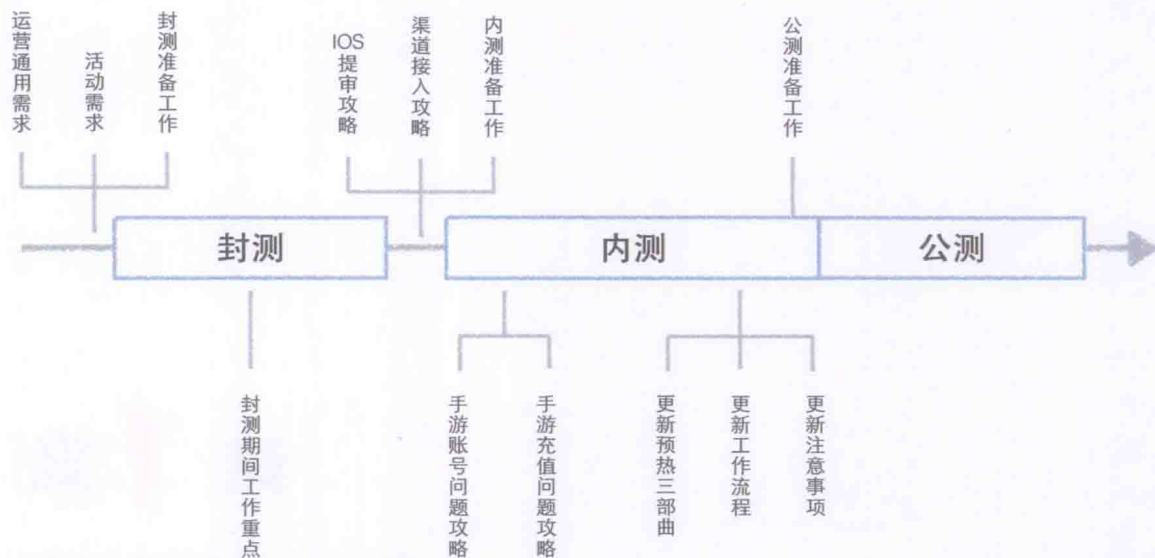


图1.1 测试的3个阶段封面

游戏不像实体产品，实体产品生产后无法再进行修改，只能通过发布新品来更新换代。但游戏可以不断地更新，不断增加新内容并修改、优化旧内容，所以有一种说法：

“软件产品永远都是beta版本，永远都处于测试阶段！”

注释

beta版本：此版本表示该软件仅仅是一个初步完成品，通常只在软件开发内部交流，也有一部分发布给专业测试人员。一般而言，该版本软件的Bug（漏洞）较多，普通用户最好不要安装。主要是开发者自己对产品进行测试，检查产品是否存在缺陷、错误，验证产品功能与说明书、用户手册是否一致。

β （beta）：该版本相对于 α 版已有了很大的改进，消除了严重的错误，但还是存在着一些缺陷，需要经过大规模地发布测试来进一步消除。这一版本通常由软件公司免费发布，用户可以从相关的站点下载。通过一些专业爱好者的测试，将结果反馈给开发者，开发者再进行有针对性的修改。该版本不适合一般用户安装。