



营销人必看的五个 数据增长原则





自从阿基米德发现了杠杆原理，人们就一直在追寻各种领域的“杠杆”，试图用“小输入”，创造“大输出”。在营销领域，当然也有这样的“杠杆”，那就是数据。不过，并不是每种分析方式都能创造大价值。

过去，人们利用马上、枕上、厕上这三大碎片化时间来创造文章；现在，车上、枕上、厕上的时间依旧珍贵，产生的却是一堆堆数据。阅读一篇点赞10万+的文章，参加一次9.9元包邮的秒杀，领取一张免费骑行的月票卡……你指尖与终端屏幕的每一次相遇，都会让这个世界又萌生一条数据。

作为营销人员，你当然希望能够利用这些纷至沓来的数据“干点什么”。如果能够找到一个支点，撬锁、开门，进入充满了增长与变现的新世界，该有多美好。

以下五个原则，可以帮助你**利用数据实现营销增长**：

1 拉长战线不如速战速决

对您的营销团队来说，最重要的事情是什么？发展新业务、保留现有客户、还是扩张新地区？了解这个问题的答案，可以使您和您的团队了解现阶段最需要关注的**数据**是什么。

营销团队一般都有机会获得海量数据，并且针对数据提出很多问题。但这样做很容易拉长分析战线。拉长战线不如速战速决！快速聚焦你的目标，即时分析，立即行动。更多的数据更长的等待，都只会是阻碍团队朝目标进展的“噪音”。

2 归因分析至关重要

一旦你确定了焦点目标，接下来要做的就是归因了。归因分析在营销过程中至关重要，因为它可以告诉您和您的团队成员，到底是哪些活动、哪些策略、哪些测试产生了实际的效果。

如果你是一个增长团队，你应该关注用户的初次访问数据。它会告诉你这些线索从哪里来，你要到哪里去才能得到更多线索。

如果你的目标是促进“用户”变成“客户”，那么你应当关注用户在产品内的行为数据，挖掘潜在客户群，并搞清楚什么策略可以重新吸引他们的使用。

3 别让营销工具成为束缚你思想的牢笼

营销团队往往拥有各种各样的推广工具，每个工具都有自己的后台。访问后台可以看到实时数据。但是，别太开心，不管是卖系统的还是卖水桶的，看到的指标都是一个样。

然而，不同的产品性质缔造不同的团队，不同的团队需要不同的指标。别让营销工具成为束缚你思想的牢笼——难道因为它只提供PV、UV，你就不管DAU了？

现在，访问固化后台的时代已经过去了，正确的做法是通过API，连接数据，处理成自己需要的模样。

4 让团队每个人都用同一套标记规则

为您的数据添加正确的标记，您一个人做还不够，整个团队的每个成员都要遵守相同的标记规则。这会大大提升您的数据质量，让分析更加快捷、结果更加正确。

5 开始行动，就现在

现在，您已经有了明确的目标、清晰的思路、高质的数据，万事俱备，只欠行动。不要再让数据积压在各种后台，让它们走到每一个正确的人手中，说出自己真正的涵义吧。

