



HUNDUN
UNIVERSITY
混沌大学

《增长思维》

54个思维模型帮你成为增长高手

增长研习社发起人 混沌大学开放平台负责人 李云龙



李云龙

增长研习社发起人

中信出版社《增长思维》作者
混沌大学创新领教、开放平台负责人
阿里AI赛道明星班导师
吴晓波频道特约增长导师
睿艺教育CEO总裁班导师
创业邦特约增长导师

增长领域、品牌咨询、移动互联网近20年管理、运营、市场经验，是前
搜狐、蒙牛、高朋等公司高管。

基于持续的增长实践提炼出一套独有的“**增长思维**”方法论。



HUNDUN
UNIVERSITY
混沌大学



HUNDUN
UNIVERSITY
混沌大学

如何理解增长？

增长战略与增长战术的区别

鸟哥笔记第五届移动互联网营销峰会



HUNDUN
UNIVERSITY
混沌大学

如何有效的影响他人？
如何降低交易成本？

鸟哥笔记第五届移动互联网营销峰会



HUNDUN
UNIVERSITY
混沌大学

“营销” VS “增长”？

鸟哥笔记第五届移动互联网营销峰会



HUNDUN
UNIVERSITY
混沌大学

每天调整一点点 一年净赚50亿



来自得到大学开学典礼



HUNDUN
UNIVERSITY
混沌大学



HUNDUN
UNIVERSITY
混沌大学

当用户已经站在货架旁，
如何提高其选择可乐的概率？

鸟哥笔记第五周训练营



HUNDUN
UNIVERSITY
混沌大学

营销：获客

增长：用户全生命周期、用户旅程

鸟哥笔记第五届移动互联网营销峰会



HUNDUN
UNIVERSITY
混沌大学

流量 + 动因 + 信任 + 替换成本

主动流量：
人找货

被动流量：
货找人

对比效应
从众效应
59秒效应
角色效应
利他效应
标杆效应
稀缺效应

品牌承诺
用户体验
第三方背书

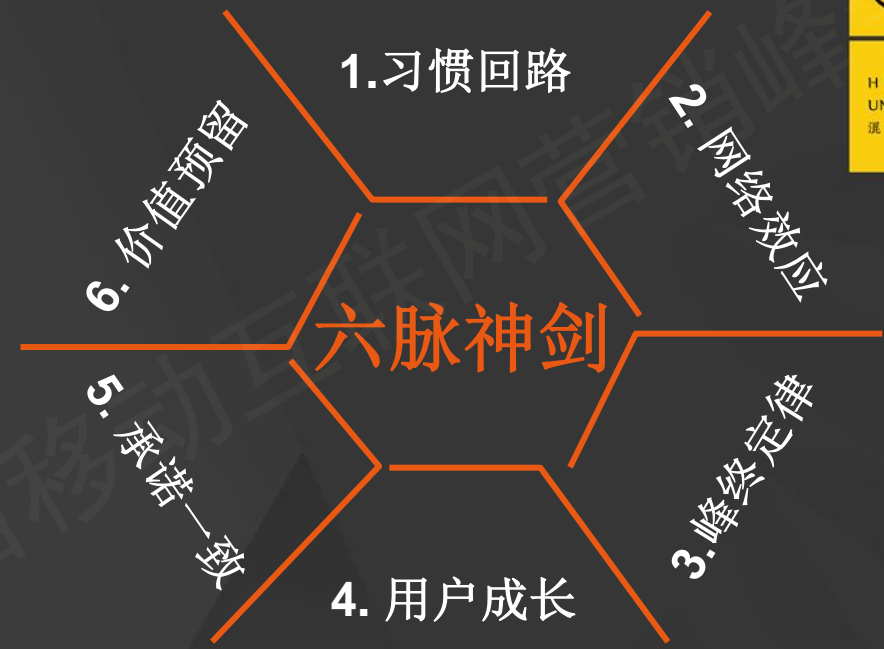
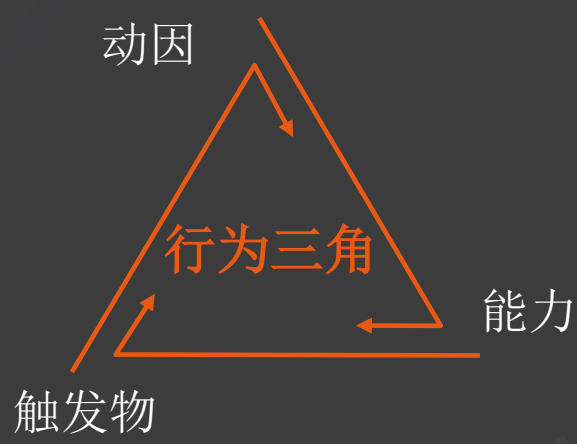
价值预留
网络效应
会员权益
习惯回路
用户成长
峰终定律
圈层满足



HUNDUN
UNIVERSITY
混沌大学

直击用户留存破局增长之 “六脉神剑”

鸟哥笔记第五届社群营销峰会



用户为什么来?



用户为什么不走?



HUNDUN
UNIVERSITY
混沌大学

找出本场 **最聪明** 的人

鸟哥笔记第五届移动互联网营销峰会



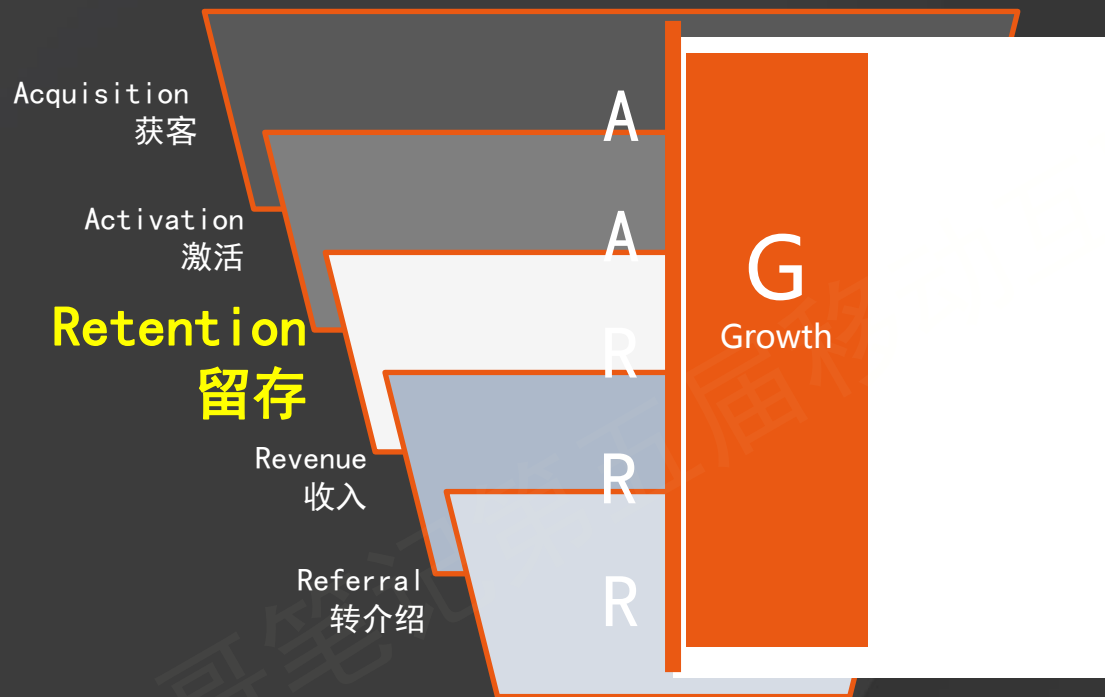
HUNDUN
UNIVERSITY
混沌大学

规则：

- 1、输入一个 **1-100** 之间任意的数字；
- 2、活动结束后取 **平均数 $\times 2/3$** ；
- 3、距离这个数最近的人，就是本场最聪明的人。



鸟哥笔记第五期《互联网营销进阶》



海盗模型

AARRR模型



HUNDUN
UNIVERSITY
混沌大学

用户为什么不走？

鸟哥笔记第五届移动互联网营销峰会



第一性原理思维的特点

定义核心问题



洞见机会和规律



发现问题本质
(找到“一”)



确定目标和原则



解决问题



落地计划和行动



找到本质解



理论内涵



HUNDUN
UNIVERSITY
混沌大学

用户留存的“一”是什么？

产品价值 = (新体验 - 旧体验) - 替换成本

鸟哥笔记第五届移动互联网营销峰会



如何留存？



洞见机会和规律



替换成本



确定目标和原则



解决问题



落地计划和行动



找到本质解





使用方法及案例

增加用户的
“替换成本”





HUNDUN
UNIVERSITY
混沌大学

你会买**第二杯半价**的咖啡吗？



鸟哥笔记第五期

互联网营销峰

价值预留

HUNDUN
UNIVERSITY
混沌大学



7-11却做了一个小小的优化：
第二杯半价的咖啡——下次来取

01

提前收到了现金

02

带来了二次到店

03

更大的作用：减少了去其他店的机会。这就是**增加用户的替换成本!**



HUNDUN
UNIVERSITY
混沌大学

少泽剑 价值预留

为用户下一次消费预留钩子。

鸟哥笔记第五届移动互联网营销峰会



HUNDUN UNIVERSITY
混沌大学



存酒卡

存酒卡
DEPOSIT ALCOHOL CARD

品名:

数量:

存酒日期:

服务员:

贵宾签名:

联系电话:

酒吧联

存酒卡
DEPOSIT ALCOHOL CARD

品名:

数量:

存酒日期:

服务员:

贵宾签名:

联系电话:

贵宾联

存酒细则

DEPOSIT ALCOHOL BYLAWS

尊敬的顾客您好!

本酒吧的存酒期限为:

洋酒30天

啤酒15天

红酒15天 未开封(30天)

不便之处敬请谅解

凭此卡取酒, 若有遗失, 概不补办。

骑士酒吧

最终解释权归本公司所有

地址: 五岳广场(二楼)

存酒细则

DEPOSIT ALCOHOL BYLAWS

尊敬的顾客您好!

本酒吧的存酒期限为:

洋酒30天

啤酒15天

5天 未开封(30天)

之处敬请谅解

有遗失, 概不补办。

酒吧

公司所有

号(二楼)

漫威



小结

价值预留

- **应用要点:**

- 1、穷举用户下次消费、使用可能的场景
- 2、为此场景的出现预留钩子。

- **注意事项:**

评估成本，边际成本越低越好。



HUNDUN
UNIVERSITY
混沌大学



HUNDUN
UNIVERSITY
混沌大学

商阳剑 网络效应

用户选用某项商品或服务，其所获得的效用与“使用该商品或服务的其他用户人数”具有正相关性。网络连接点越多，用户越难离开。



HUNDUN
UNIVERSITY
混沌大学

微信



VS

摩拜



鸟哥笔记第二届移动互联网营销峰会

小天才手表案例



HUNDUN
UNIVERSITY
混沌大学

小天才



HUNDUN
UNIVERSITY
混沌大学

SaaS 怎么可以提高产品复购?





小结

网络效应

- **定义核心：**

系统内每增加一个节点，对其他节点及整个系统都有好处。

- **应用要点：**

扶植关键节点，形成产品内的自网络。
用户很难离开。



第一性原理式的思维方式

如何实现用户留存？



洞见机会和规律



增加用户的替换成本



确定目标和原则



解决问题



落地计划和行动



找到本质解



- 1、价值预留
- 2、网络效应
- 3、峰终定律
- 4、用户成长
- 5、承诺一致
- 6、习惯回路



HUNDUN
UNIVERSITY
混沌大学

方法千千万 还要人来干

鸟哥笔记第五届移动互联网营销峰会



HUNDUN
UNIVERSITY
混沌大学

增长是组织能力的溢出

鸟哥笔记第五届移动互联网营销峰会



HUNDUN
UNIVERSITY
混沌大学

如何成为**增长**高手？

对增长思维模型的刻意练习

鸟哥笔记第五周

网络营销



降低门槛 角色刺激 刷新啊哈 社交货币

疯传 AARRR模型 增长八卦模型

比例偏见

行为三角 价格锚点

ICE原则

增长实验

损失厌恶 定位

北极星指标 流量池 替换成本 峰终定律 心理账户 战略杠杆

啊哈时刻 价值预留 顾虑排除

系统一系统二 对比效应

增长黑客

沉没成本

习惯回路

59秒效应

私域流量 裂变逻辑

主动分享

圈层满足

还原论 和 进化论

交易成本

会员价值

用户成长

增长类思维模型——54张增长卡牌



混沌大学创办人 李善友

《流量池》作者，瑞幸咖啡CMO 杨飞

《好好学习》作者 成甲

《裂变式创业》作者 宗毅

《首席增长官》作者 张溪梦

科特勒中国区总裁 曹虎

VIPKID联合创始人&总裁 张月佳

前滴滴，现贝壳找房增长负责人 南山

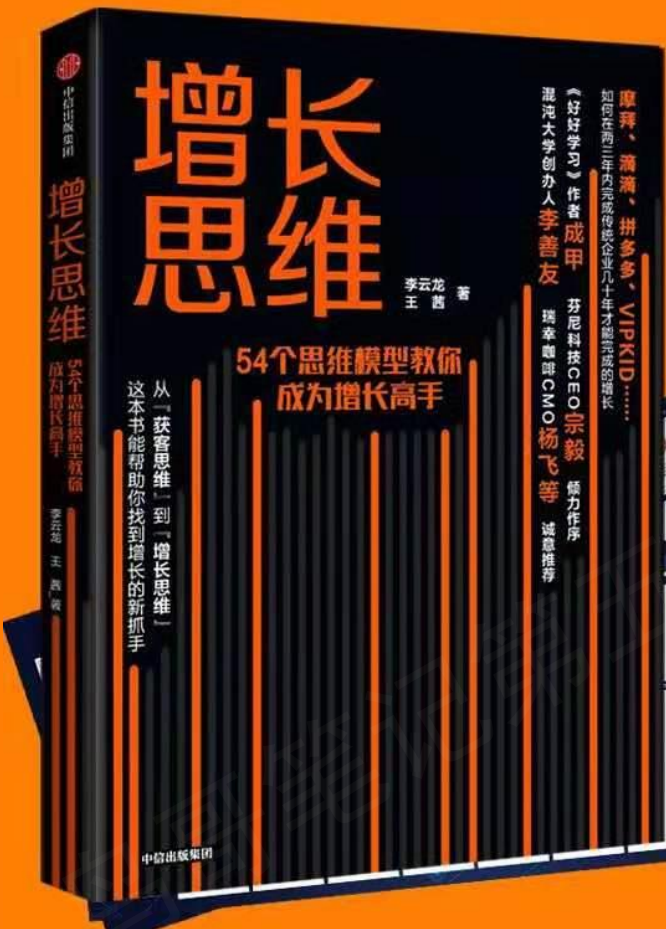
华为荣耀中国区CMO 关海涛

中企动力CEO 陈鸣飞

长江商学院营销学教授 李洋

复星集团执行总裁 楼丽丽

附赠
“增长高手”
双面思维导图





HUNDUN
UNIVERSITY
混沌大学

混沌开放平台，求合作：

混沌愿意开放品牌、中台能力、磨课系统，开发更多有混沌底色的应用类课程。

1、课程合作方

2、流量合作方



HUNDUN
UNIVERSITY
混沌大学

谢谢



个人微信号

鸟哥笔记第五届移动营销峰会