

互联网行业

- 产品拉新指标类
 - 浏览量
 - 点击率CTR（点击量/浏览量）
 - 下载量
 - 新增注册用户数
 - 获取成本
 - CPM（千次曝光成本）（Cost Per Thousand Impression）
 - CPC（单次点击成本）
 - CPA（单次获客成本）
- 产品活跃指标类
 - 活跃用户数——衡量产品市场体谅
 - DAU（日活跃人数）
 - WAU（周活跃人数）
 - MAU（一个月时间周期去重后的活跃用户总和）
 - 活跃率(衡量产品健康程度)
 - 在线时长(APP活跃健康度)
 - 启动次数
 - 页面浏览量
 - PV
 - UV
- 产品留存指标类
 - 用户留存率
 - 用户留存率=留存用户/当初的总用户量
- 用户流失率——预测产品的发展
 - 用户流失率 = 1-留存率
- 产品转化指标类
 - 交易类产品转化指标
 - GMV
 - 成交流水额
 - 销售额
 - 订单支付率
 - 退款率
 - 付费用户数
 - 首单用户数
 - 忠诚消费用户数
 - 流失消费用户数
 - 付费用户比例
 - ARPU平均付费

- 复购率
- 社区型产品
 - 内容生产比例（内容生产者/用户总量）
 - 内容互动比例（内容互动者/总用户量）
- 企业型产品转化指标
 - 体验用户量
 - 付费转化率
 - 追加销售量
 - 平均客户营收

•