



NETFLIX 的秘密： 视频网站如何让会员开心付费

 腾讯科技  X-Company.Ltd

2014年01月23日

【内部档案 请勿收藏  和分享 】

议题：视频网站如何发展付费会员？

01 X-Company.Ltd定位

X-Company.Ltd是腾讯科技频道旗下的虚拟公司，本期扮演一家国内视频网站。2013年公司主要收入来自广告，**注册会员和付费会员发展缓慢**。

02 公司现状

版权费用高涨，视频广告展现形式简单粗糙，网站缺乏获得忠实用户的**差异化服务**。今天开会讨论，Netflix在美国视频领域的成功，是否能给我们更好的借鉴？



X-Company.Ltd



用户至上：Netflix的细节

01 引导用户注册

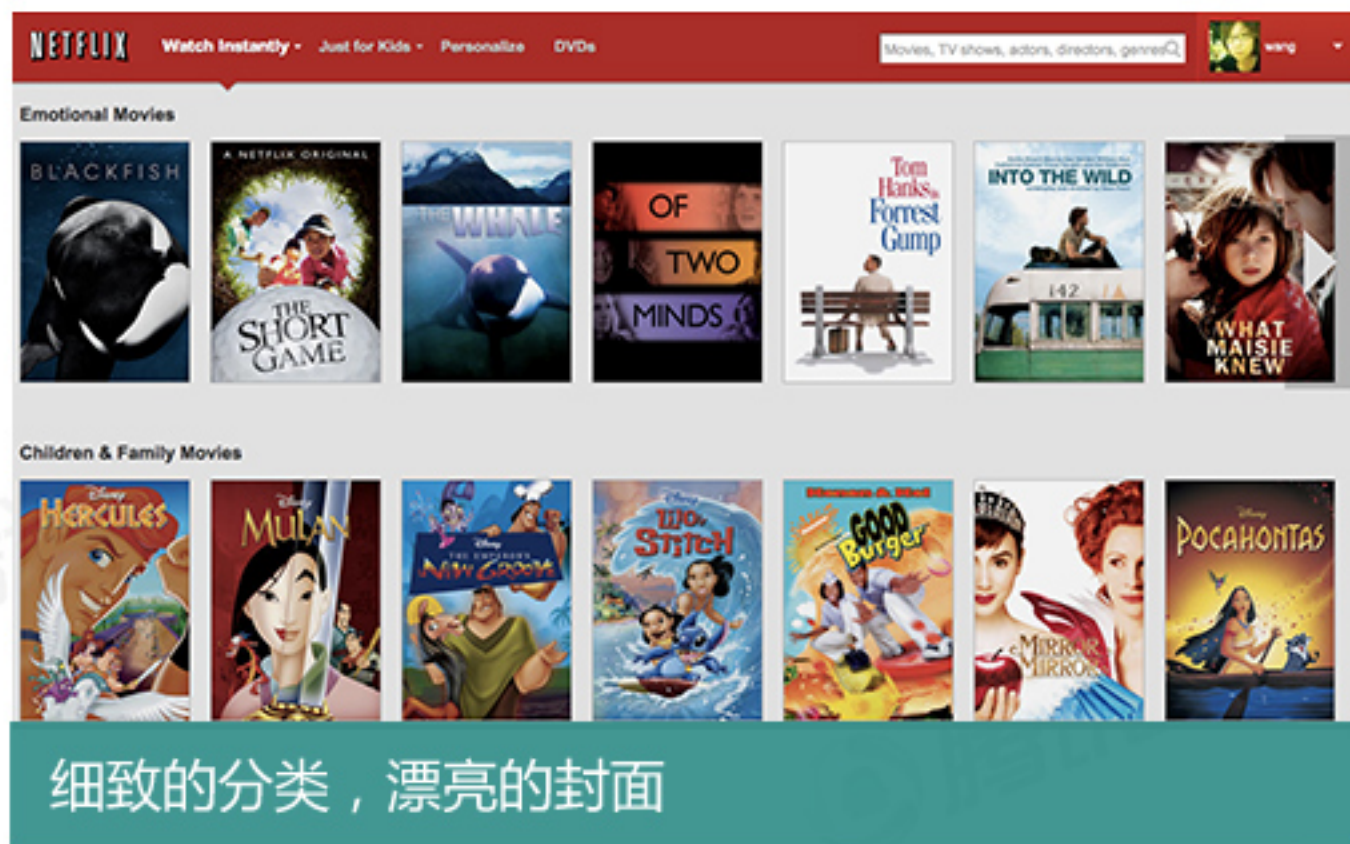
第一次访问Netflix的人会感受到一种**简洁和友好**：简单的注册过程，可接受的价格，免费试用以及对PC和移动多平台的支持。



用户至上：Netflix的细节

02 给细分用户一张详细列表

注册后进入Netflix主页，你会看到一张近30行的电影分类表——以及对应的精致电影封面。你会找到自己喜欢的分类，和网站推荐的热门、经典电影。



喜剧

浪漫爱情剧

纪录片

经典影片

体育电影

儿童电影

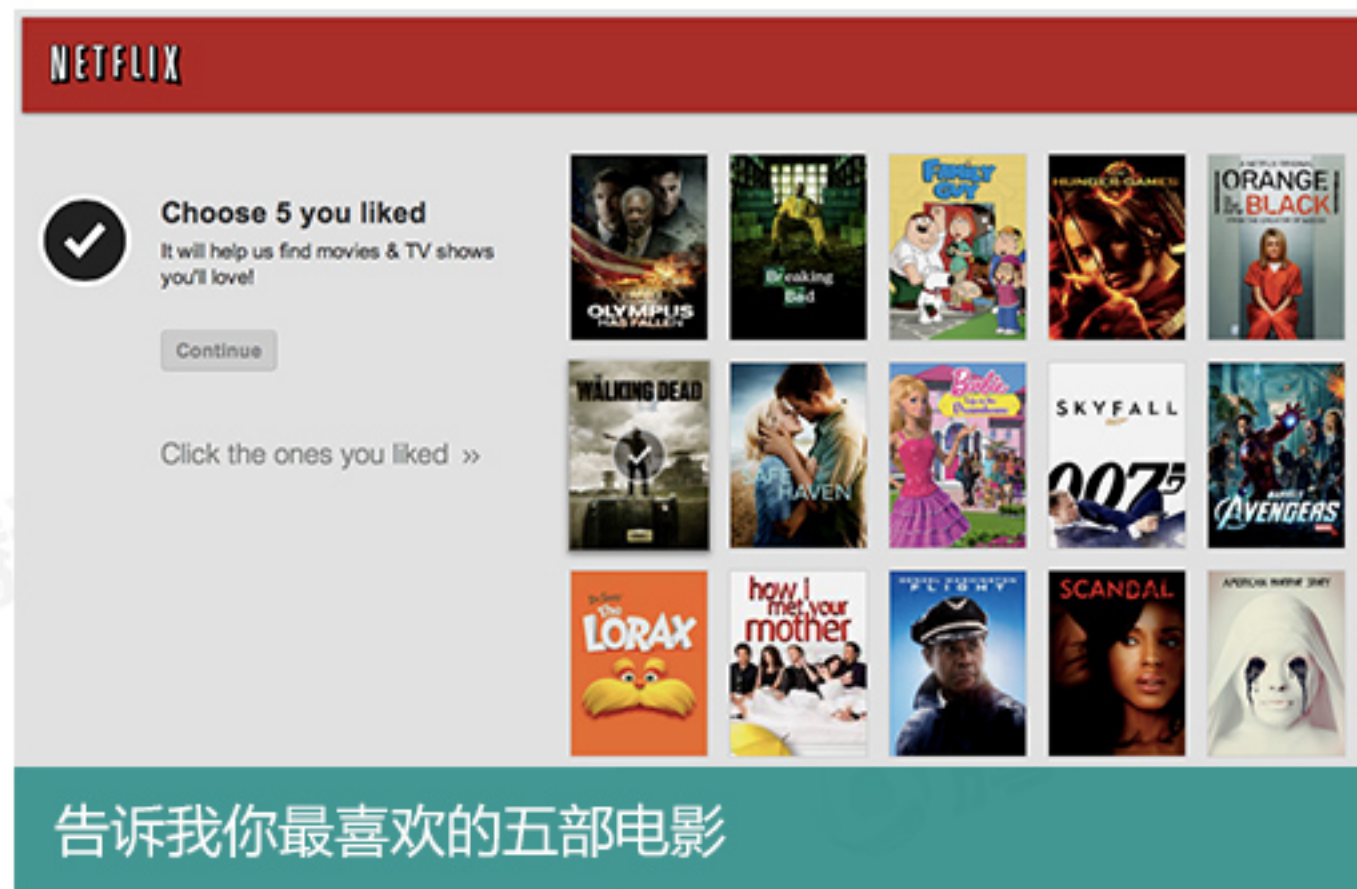
其他.....

其他.....

用户至上：Netflix的细节

03 给“懒”用户一些个性化推荐

如果你不愿意亲自挑选或搜索，那么，你会喜欢Netflix主页的一项功能——**根据用户的喜好**展示适合电影。



如果你第一次访问，那么，Netflix并不了解你...

它会给你展示5部不同电影，让你根据喜好打分...

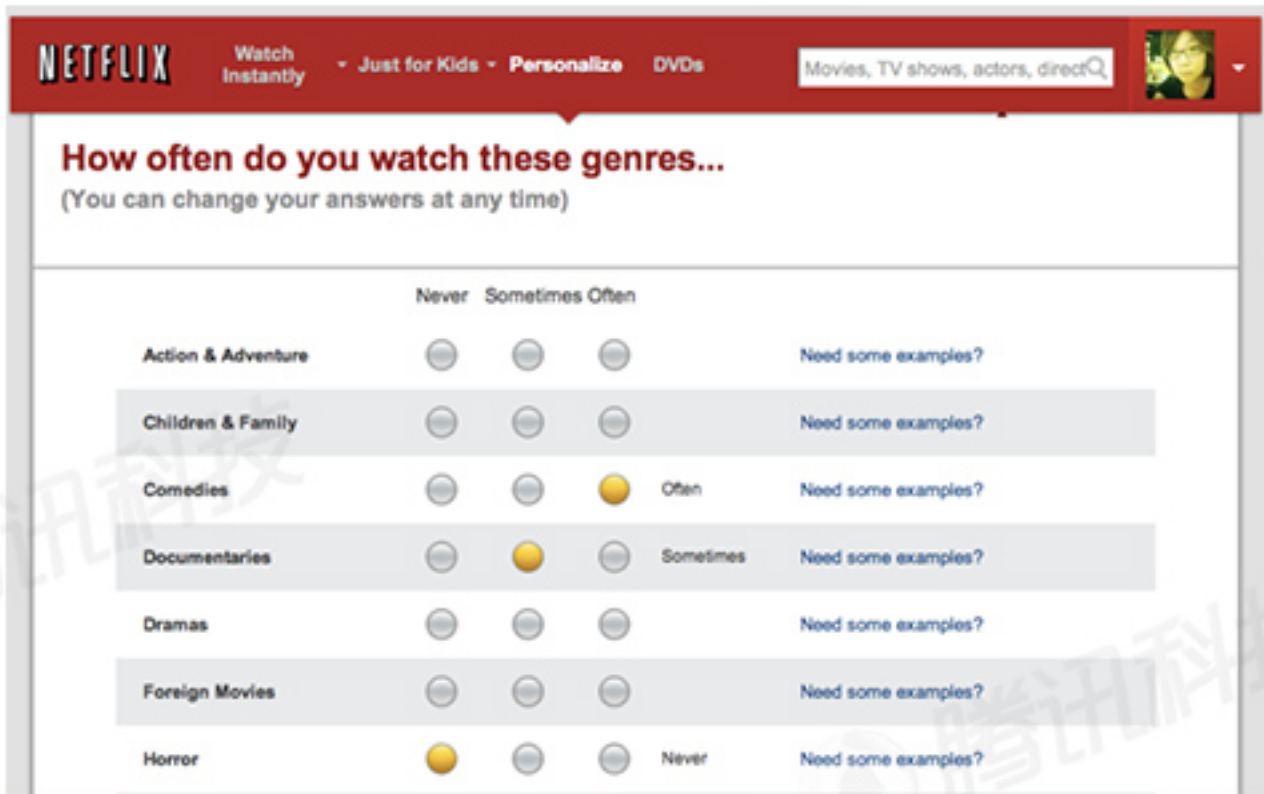
然后，Netflix就初步的了解了你，并给你初步的电影推荐...

你们逐渐熟悉...你访问越久，它给你的推荐就越准确。

用户至上：Netflix的细节

04 “不讨厌”的个性化问卷

很多网站调查问卷都会让用户感到不舒服，题目越多，用户越恼火。但Netflix的个性化调查却是一个**例外**。它提供的题目相对简单，而且不必一次答完。不同问题还会带你走向不同的“**下一关**”。



NETFLIX Watch Instantly - Just for Kids - Personalize DVDs Movies, TV shows, actors, directors

How often do you watch these genres...
(You can change your answers at any time)

	Never	Sometimes	Often	
Action & Adventure	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Need some examples?
Children & Family	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Need some examples?
Comedies	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/> Often	Need some examples?
Documentaries	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/> Sometimes	<input type="radio"/>	Need some examples?
Dramas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Need some examples?
Foreign Movies	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Need some examples?
Horror	<input checked="" type="radio"/> Never	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Need some examples?

简单的问题，可扩展的举例说明

Netflix问卷超过100道题目

你要回答各类电影观看频率

问卷常常动态变化

但你不必一次答完，且可以不断修改

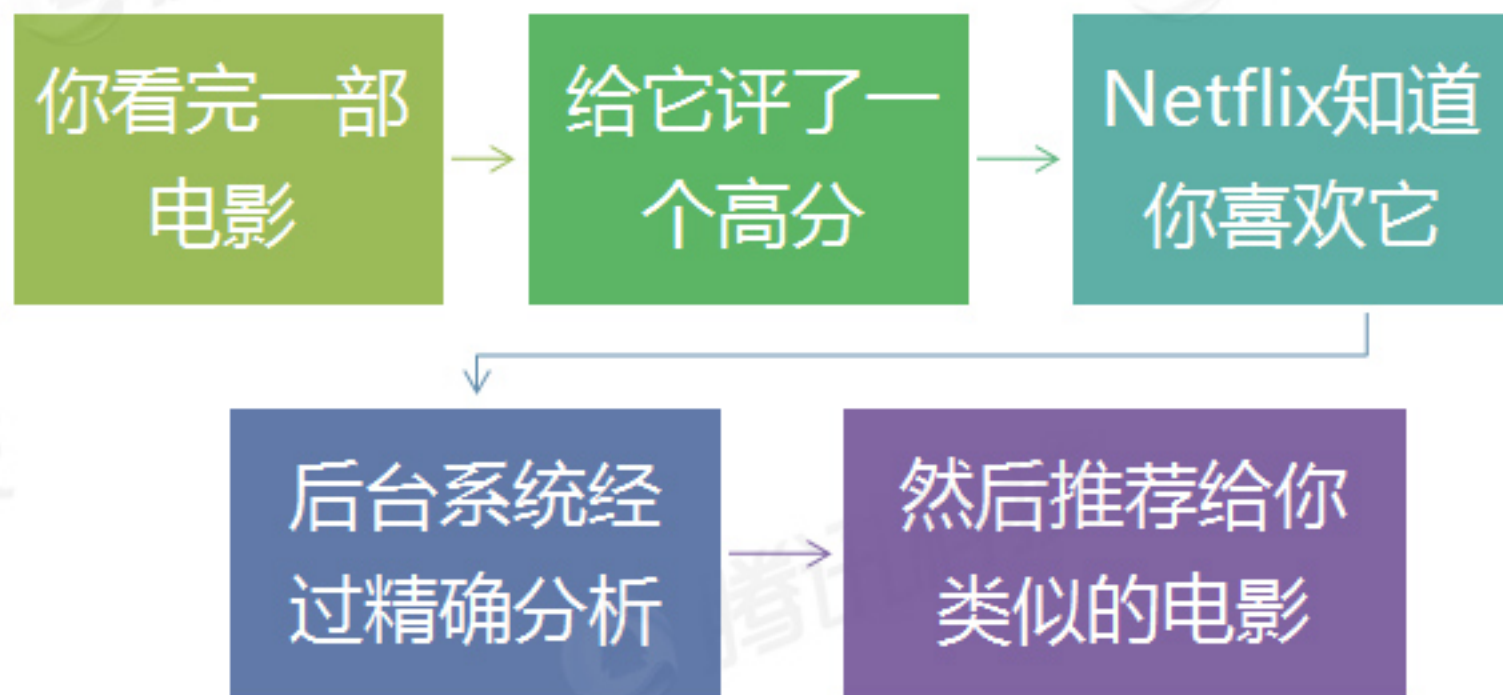
“不看、有时看、经常看”三个选项

不同选择带给你不一样的“下一题”

用户至上：Netflix的细节

05 随时随地的推荐

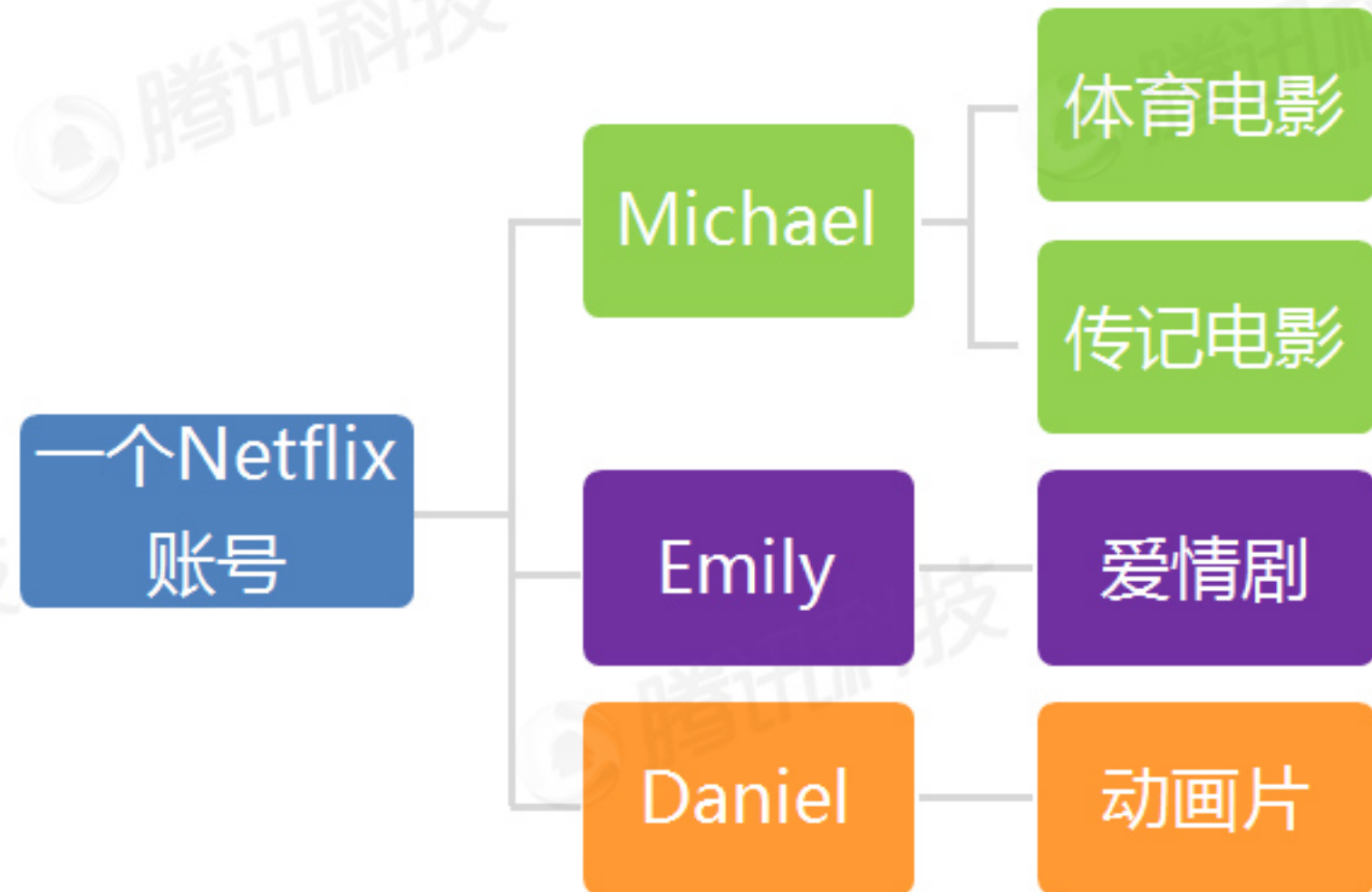
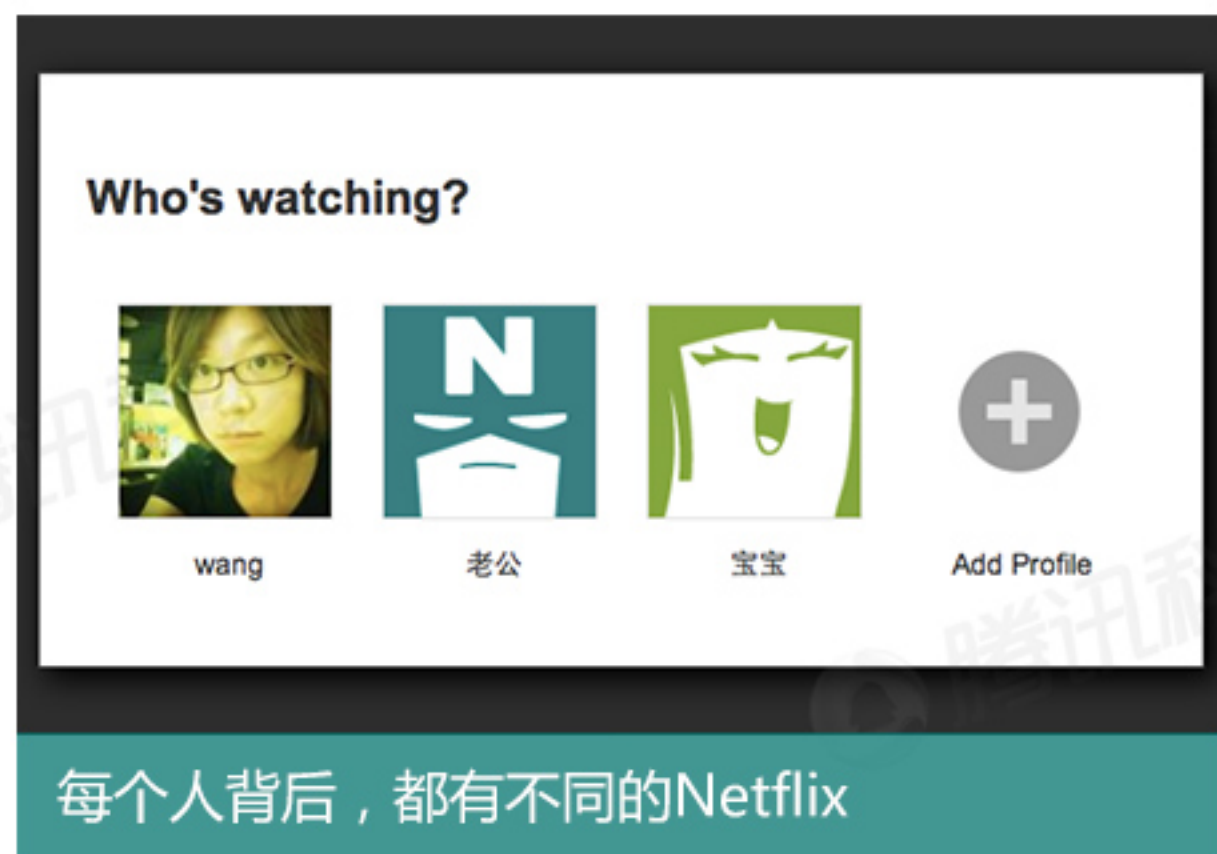
用户不喜欢频繁被打扰，除非你每次带来的都是“礼物”。Netflix对于“相关推荐”有近乎执着的热情，并让用户最终沉迷在一部接一部的电影里。



用户至上：Netflix的细节

06 一个账号多人使用

在Netflix上，家庭中**不同成员**可以多人使用**同一账号**。登陆后，网站会提示用户选择自己的身份。每个人的观影记录和个性化界面会**单独保存**。



用户至上：Netflix的细节

07 更精致的片尾推荐

对细节的精致追求在Netflix上随处可见，例如片尾推荐。和国内视频网站在影片播放结束后的粗糙推荐列表不同，Netflix上的展示更像是**橱窗里的漂亮商品**。



用户至上：Netflix的细节

08 温和分手，留下想念

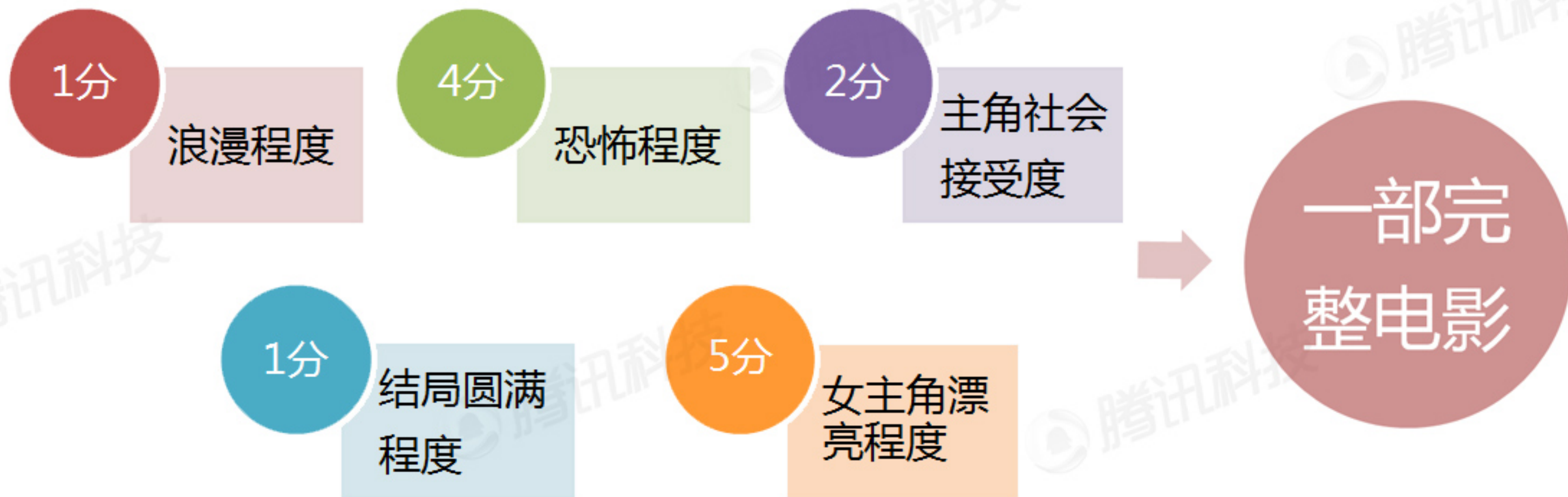
Netflix将“用户关怀”精神贯彻始终。取消帐户的过程相当简单，不会问你更多问题。取消后当月会员资格会保留到**最后一天**，观看记录**保留一年**。



技术支撑：Netflix如何做精确推荐

01 微标签

Netflix把数据库中每一部电影从不同维度做标记，例如“浪漫程度”。然后给每个标记赋值。浪漫程度=5？那一定是好看的爱情电影。每部电影都有很多“微标签”。



技术支撑：Netflix如何做精确推荐

02 组合分类

在微标签之上，Netflix构建出多达**7万多种**分类组合。这些分类的通常格式为：“地区+形容词+名词+在...基础上+背景是...+来自...+关于...+适合年龄从...岁到...岁”。通过这些，Netflix在**电影与电影**之间，**电影与观众**之间，**观众与观众**之间，建立起联系。



• 鼓舞人心的黑人主角体育电影

• 具有强势女主角的特工类电影

• 心态扭曲的80年代邪教恐怖电影

• 布鲁斯·威利斯主演的暴力动作电影

Netflix教给我们什么

细节 是魔鬼

从头到尾审视一遍网站的每个核心环节，找出可能引起用户反感的**地方**。在用户观看时尽量避免打扰，在用户浏览时提供足够简洁和漂亮的界面。



Netflix教给我们什么

形成 观看惯性

完善视频推荐机制。真正了解用户的需求点，对每一部视频进行精细标注，并建立完善的**算法和关联**。用户喜欢一部电影，你就要知道接下来向他推荐什么。



Netflix教给我们什么

温柔地 获得反馈

不能简单对待任何访问者。通过精细梳理和**不引起反感的引导**，让用户感受到你的重视，并愿意分享他的个人喜好。明确但不冒犯地告诉用户：你需要了解他，然后才能更好的服务他。

评分

位置醒目、但不突兀的打分提醒。柔和空白的五颗星星，引发用户的填充兴趣。

问卷

了解用户的喜好，并给与足够准确的反馈。题目不易过多，如果一定多，就要设置分期填写功能。

关联账号

社交媒体和电影网站里积累了很多用户喜好数据。通过关联账号，便于用户分享，激发用户评论热情。

没有压力

用户可以随时中止他们的反馈过程，而且能够实时保存。提供一份足够简洁的说明，让用户在反馈中保持轻松心态。

Netflix教给我们什么

千万 不要复杂

所有数据挖掘、分析、互动，都不要增加用户使用的复杂程度。哪怕只需要**一次额外点击**的新功能，都要慎重上线。极致简单的背后，是极致复杂的实现——把复杂留给自己吧。

用户-简单

很容易找到喜欢的电影

不需要回答复杂调查

方便的收藏和二次观看

后台-复杂

对用户喜好的复杂分析计算

对问题做精细关联，动态淘汰无效问答

对用户动作的实时保存，对关键功能的显性设计

Netflix教给我们什么

你是 会“动”的

为用户提供**最便捷**的方式，展现他们**最想看**的电影。找到喜欢电影的难易，决定用户是否流失。用户每次操作都应该影响到网站下一次呈现。秘诀在于：上次喝咖啡的用户来了，立刻把最新的咖啡准备好。



Netflix教给我们什么

自制剧 量体裁衣

《纸牌屋》闪耀金球奖，《广场》入围奥斯卡，但不是每一部自制剧都会成功。在版权费高涨的形势下，根据自身资本投资或购买**有潜力的自制剧**，并做好推广，会比高价竞购版权效果更好。

挖掘优质剧本

重点关注年轻导演、演员

自制剧

收购有潜力的作品和团队

把握潮流文化，低成本试拍



感谢关注 战略档案

扫描左侧二维码或微信搜索公众号“**biznext**”，
关注《战略档案》，获取每周两期的深度商业
报告！

监制：龙兵华 靳志辉

策划：王鑫 王冠

设计：于春慧

【内部档案 请勿收藏  和分享 】