# 在线教育-数据分析实战

#### 课程概要

01 概要核心说明&确定思路

0 在线教育-数据指标体系

03 数据准备

04 流量渠道投放分析

05 用户模型策略

06 数据可视化

# Part1大纲说明82案例引入

#### 课程目标

常见数据问题1

目前我们公司的宏观营收如何,各个商品,各个渠道的销量情况,渠道最好,可以加大投放的是哪些?【现状分析】

常见数据问题2

为什么这个商品卖的最好?女性的销量是否更好?销量与年龄是否有关?【原因分析,涉及数据指标】

常见数据问题3

为什么用户的复购率低?哪些用户是我们的核心用户,和流失用户的区别在哪?

常见数据问题4

投放了这么多钱,预计能否回本,以及大概多久才能实现回本?【预测分析,涉及预测模型】

常见数据问题5

下个季度需要如何制定KPI,预计达成的目标是多少? 【预测分析,目标设定】

【原因分析, 涉及用户分析】

#### 解决思路

- 现状分析【数据报表,日常监控】
- 原因分析【数据下钻,用户挖掘】
- 预测分析【预测模型,目标设定】



## 了解商品属性和可分析维度 【part2】

## 指标体系

02 03 01 ■产品指标 增长指标 活跃度指标 变现指标 ■ 在线教育 02 03 04 01 延伸指标 投放域 销售域 出勤&练习域 订单域

#### 指标案例

■ 增长指标

新增用户数是用来衡量渠道推广效果的重要指标 主要基于用户基础信息和行为爱好(比如他们的性别、年龄、职业收入、城市线级)

■ 活跃度指标

通过考核用户的留存率(即用户粘性) 活跃用户数根据不同的统计周期可分为日活跃(DAU)周活跃(WAU)月活跃(MAU)

■ 变现指标

判断最终能否盈利收益 主要通过营收,用户量,客单价等指标体现



#### 介绍数据函数

通过工具获取想要的数据

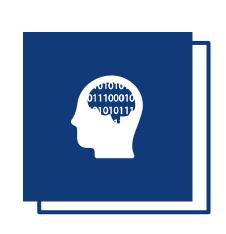
[part3]

### 知识点讲解



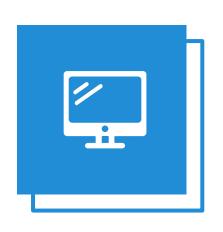
#### 数据库链接

如果通过python,R,Navicat Premium等工具,连接 Mysql等数据库



#### 数据函数

聚合函数、转换函数、日期和时间函数、窗口函数、字符串函数等



#### 数据案例

指标计算-案例实操



流量分析,侧重前端获客 【part4】

## 指标案例

序号	指标英文	中文	备注
1	adgroup_id	广告ID	
2	userid	用户ID	
3	type	类型	show,click,buy
4	createtime	时间	
5	ts	时间戳	行为时间
6	cost	消耗	展示消耗
7	channel	渠道	快手,头条,B站等
8	user_type	用户新老	新,老
9	age	年龄	年龄区域
10	sex	性别	男,女
11	province	省份	
12	city	城市	
13	citytype	城市线级	
14	area	区级	
15	profession	职业	白领,大学生,宝妈,初中生
16	ad_id	创意素材	
17	item_url	商品地址	
18	item_type	商品项目	
19	amount	购买金额	
20	abtest	测试	1,2,3,4



## 用户模型策略 【part5】

#### 课程目标

- ■用户画像(RFM模型)
- 分析K12用户 (以BDI指数为例)
- ROI和LTV等目标值推测(以Cohort Analysis为例)
- ■用户生命周期
- ■用户UE模型



数据可视化【part6】

#### 课程目标

- ■图表用途介绍
- ■数据源连接以及初级图表搭建
- 图表数据搭建&美化
- 用户权限控制
- ■可视化思路与思考

# 掛地外人看