

# 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

02

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&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？  
【原因分析，涉及用户分析】

## 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】

# 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

■ 产品指标



增长指标

活跃度指标

变现指标

■ 在线教育  
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库

【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



# 谢谢观看