



2018年1月家装情况汇总

电商中心—数据分析

数据来源：ERP

城市：直营+加盟商

分析时段：2017.12.18~2018.1.17

对比时段：2016.12.18~2017.1.17(即同比)
2016.12.18~2017.1.17(即环比)



目录



01

家装总体概况



02

渠道概况



03

各大区城市概况



[全国家装整体情况]

默认变化率：2017.12.18-2018.1.17 VS
2016.12.18~2017.1.17(即同比)

渠道范围：网络推广+阿里+新媒体内容+分站地推





2018年1月全国家装

- 各渠道中网络推广报名及派单占比最大，但从报名至立项占比一直呈下滑趋势，且下滑明显。
- 阿里报名占比不及网推，但派单至立项占比均超过网推达到最高。
- 新媒体内容派单占比相对报名下滑，量房占比相对于派单占比有所上升，但立项为0。

汇总

网络推广

阿里

新媒体内容

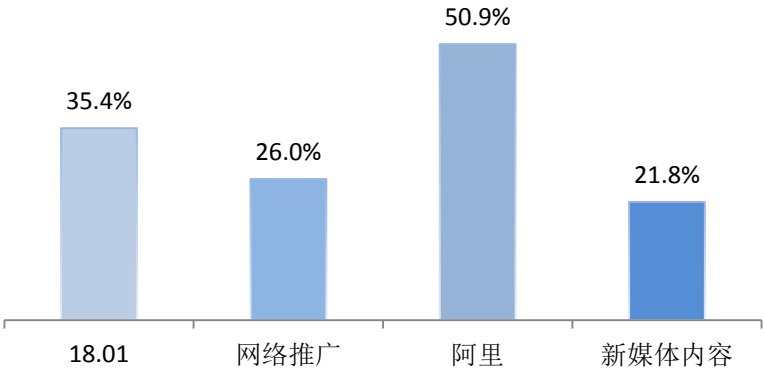
报名	2651	1329	941	340
报名占比	100%	50.1%	35.5%	12.8%
派单	939	345	479	74
派单占比	100%	36.7% ↓	51.0% ↑	7.9% ↓
量房	325	97	157	30
量房占比	100%	29.8% ↓	48.3% ↓	9.2% ↑
立项	31	1	5	0
立项占比	100%	3.2% ↓	16.1% ↓	0.0% ↓



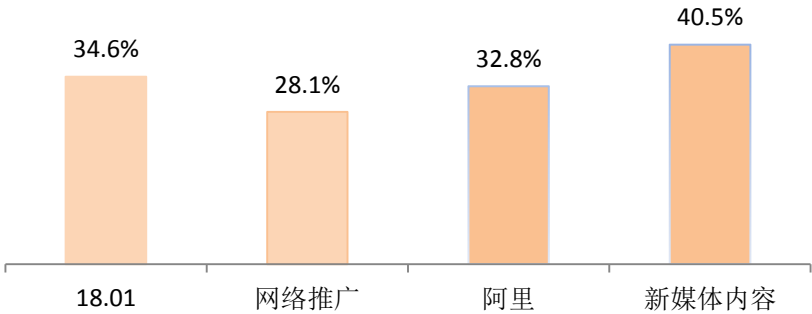
转化率 变化值

- I. 网推在各项转化率中均低于**18年1月份**总转化率，阿里派单转化率最高且超**18年1月份**总转化率；
- II. 新媒体在派单-量房转化率中最高且高于**18年1月份**总转化率；
- III. 量房-立项转化率和派单-立项转化率网推，阿里，新媒体均低于**18年1月份**总转化率；

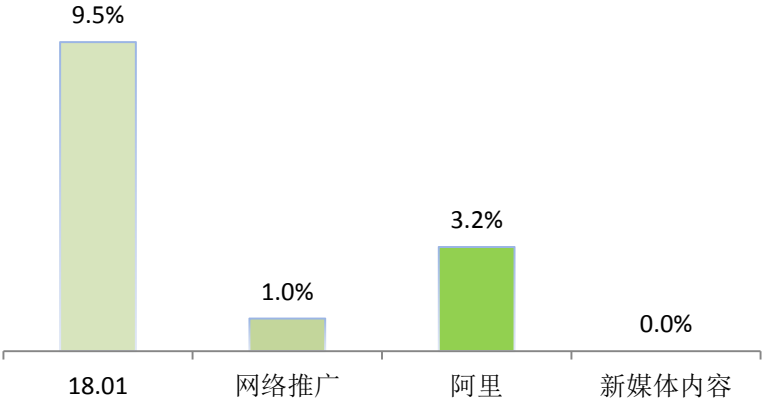
派单转化率



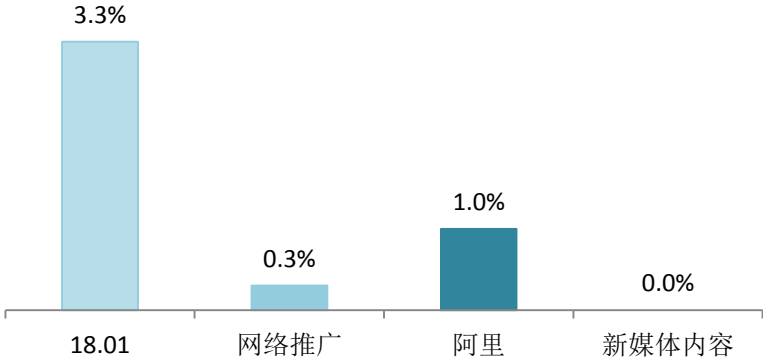
派单--量房转化率



量房—立项转化率



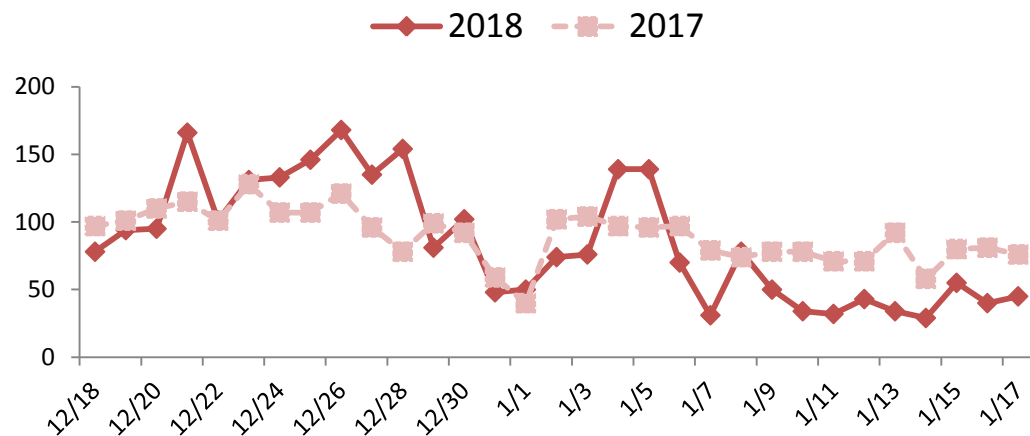
派单—立项转化率



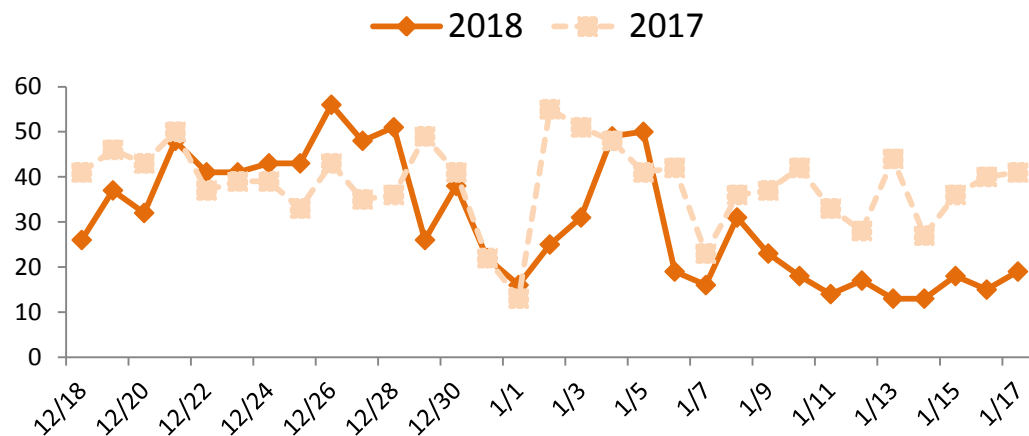
日趋势 变化值

- I. 18年各项数据在7号后均低于17年同期;
- II. 18年与17年1.1和1.7均属于最低估时期;
- III. 18年报名, 派单, 量房在均在12.26达到最高峰;

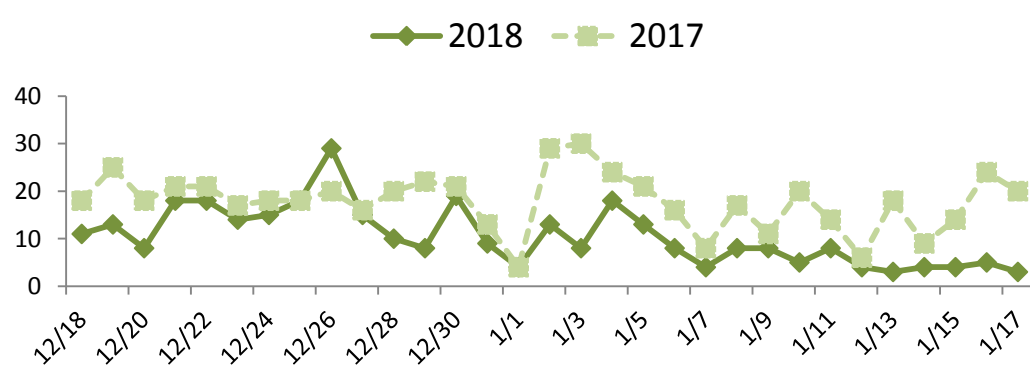
报名



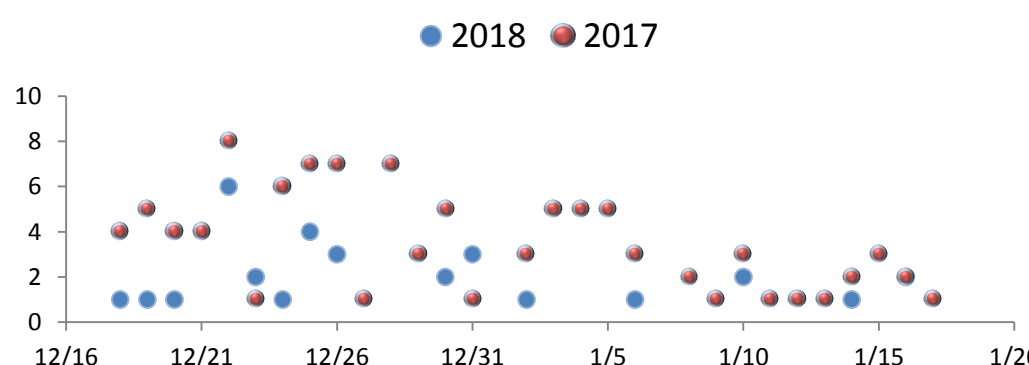
派单



量房



立项





家装表现

I. 18年各项数据中出派单转化率环比上升，其它环比同比均下滑，且下滑明显；

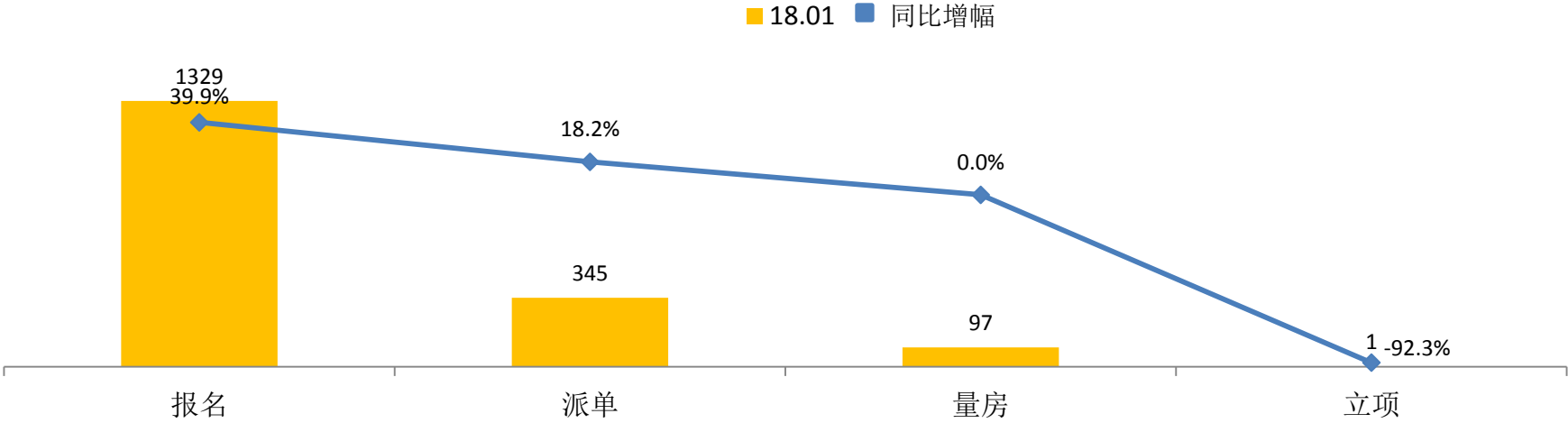
	18.01	18.01 vs 17.12	18.01 vs 17.01
报名	2651	-58.2%	-4.8%
派单	939	-48.8%	-21.2%
量房	325	-60.7%	-41.2%
立项	31	-68.0%	-69.3%

	18.01	18.01 vs 17.12	18.01 vs 17.01
派单转化率	35.4%	6.5%	-7.3%
派单--量房转化率	34.6%	-10.5%	-11.8%
量房--立项转化率	9.5%	-2.2%	-8.7%
派单--立项转化率	3.3%	-2.0%	-5.2%



网络推广

- I. 报名和派单同比增长明显但派单转化率同比却下滑，立项同比下滑；
- II. 各项转化率中除派单转化率同比上升其它同比和环比均下滑；

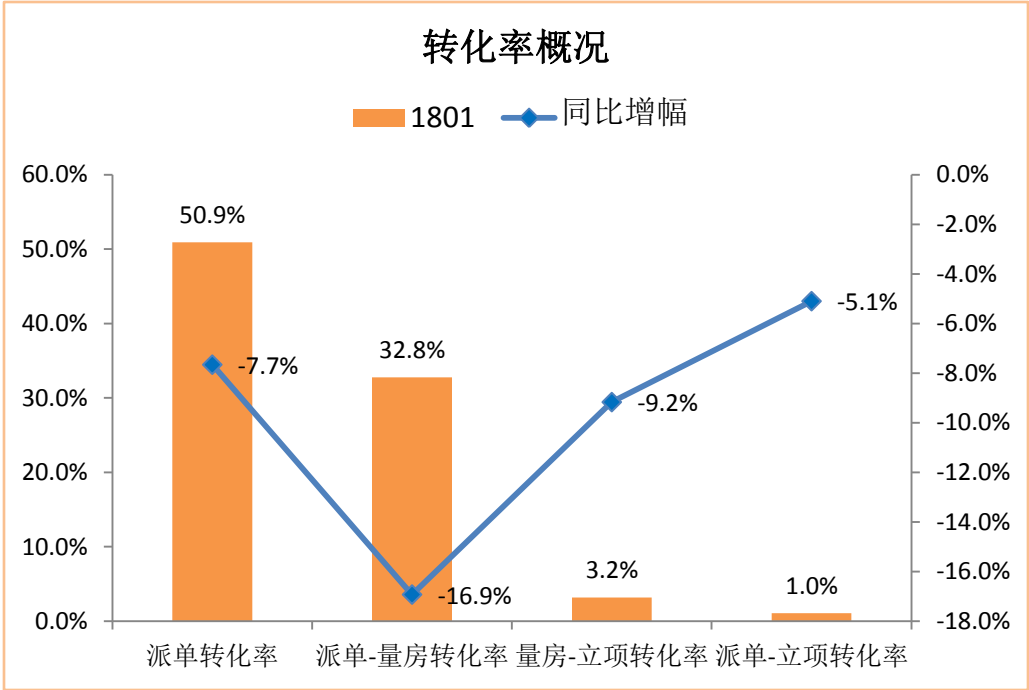
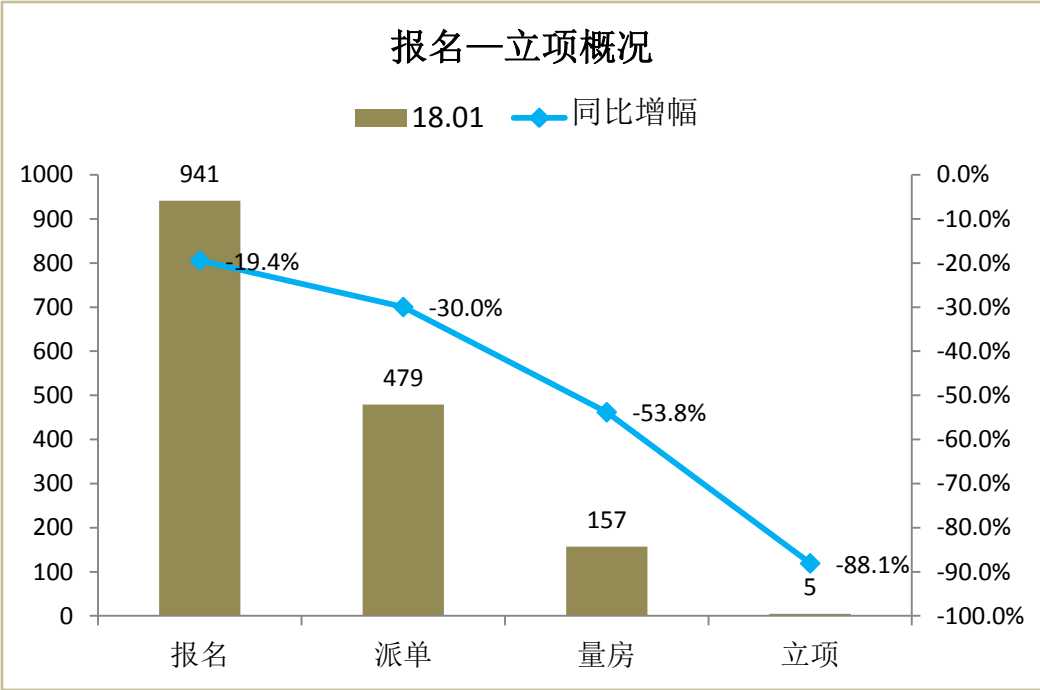


	18.01	18.01 vs 17.12	18.01 vs 17.01
派单转化率	26.0%	5.2%	-4.8%
派单--量房转化率	28.1%	-9.9%	-5.1%
量房--立项转化率	1.0%	-3.8%	-12.4%
派单--立项转化率	0.3%	-1.5%	-4.2%



阿里概况

- I. 报名--立项同比下滑呈直线下滑，下滑趋势明显；
- II. 各项转化率同比均下滑，且派单-量房转化率同比最低；





新媒体 内容

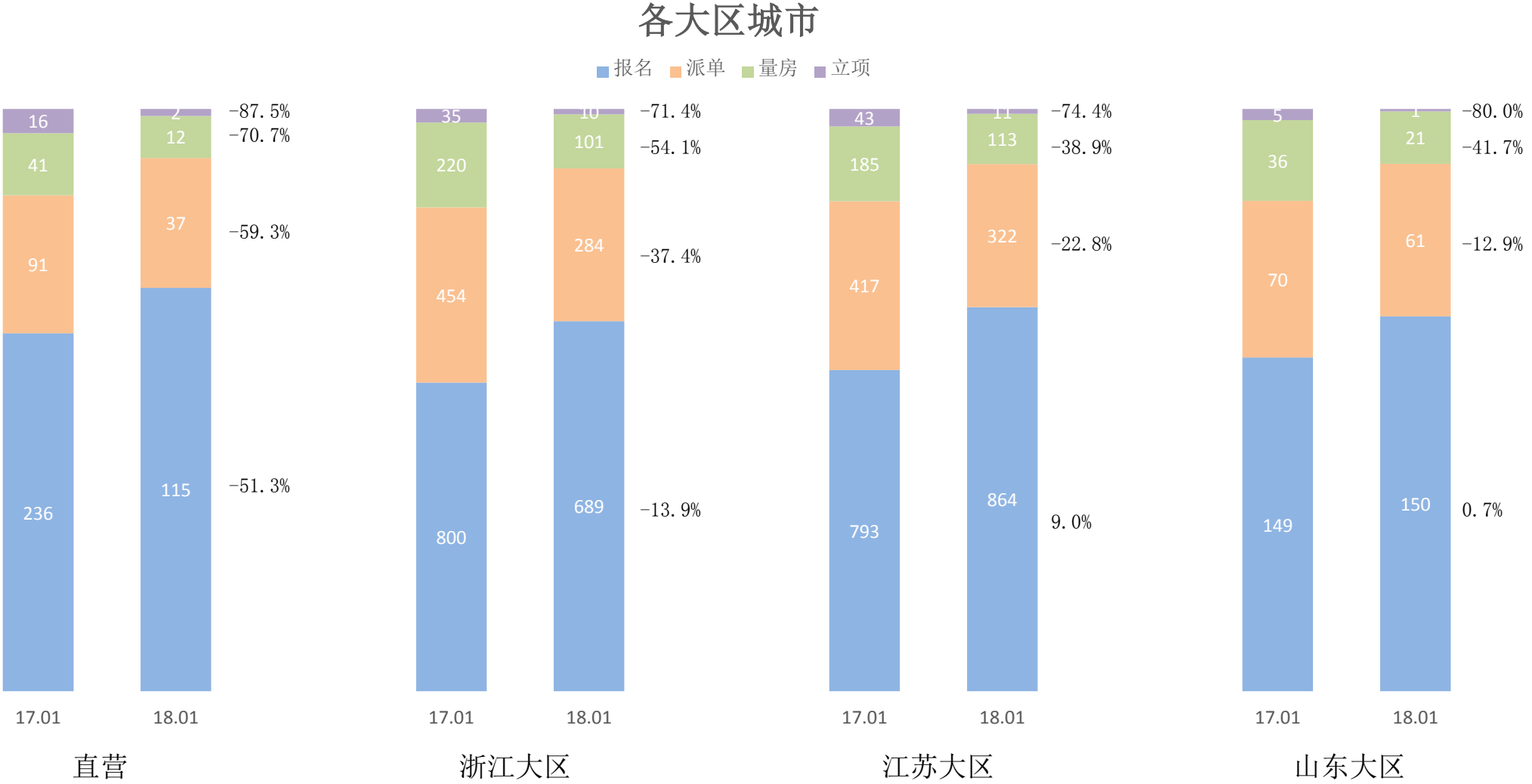
- I. 在报名至立项中，环比除立项下滑其它均上升，但同比均下滑，且下滑明显；
- II. 在转化率中各项转化率环比和同比均下滑，其中量房-立项转化率下滑最多；

	18.01	18.01 vs 17.12	18.01 vs 17.01
报名	340	13.7%	-43.4%
派单	74	5.7%	-51.3%
量房	30	3.4%	-55.2%
立项	0	-100.0%	-100.0%

	18.01	18.01 vs 17.12	18.01 vs 17.01
派单转化率	21.8%	-1.6%	-3.5%
派单--量房 转化率	40.5%	-0.9%	-3.5%
量房--立项 转化率	0.0%	-13.8%	-26.9%
派单--立项 转化率	0.0%	-5.7%	-11.8%

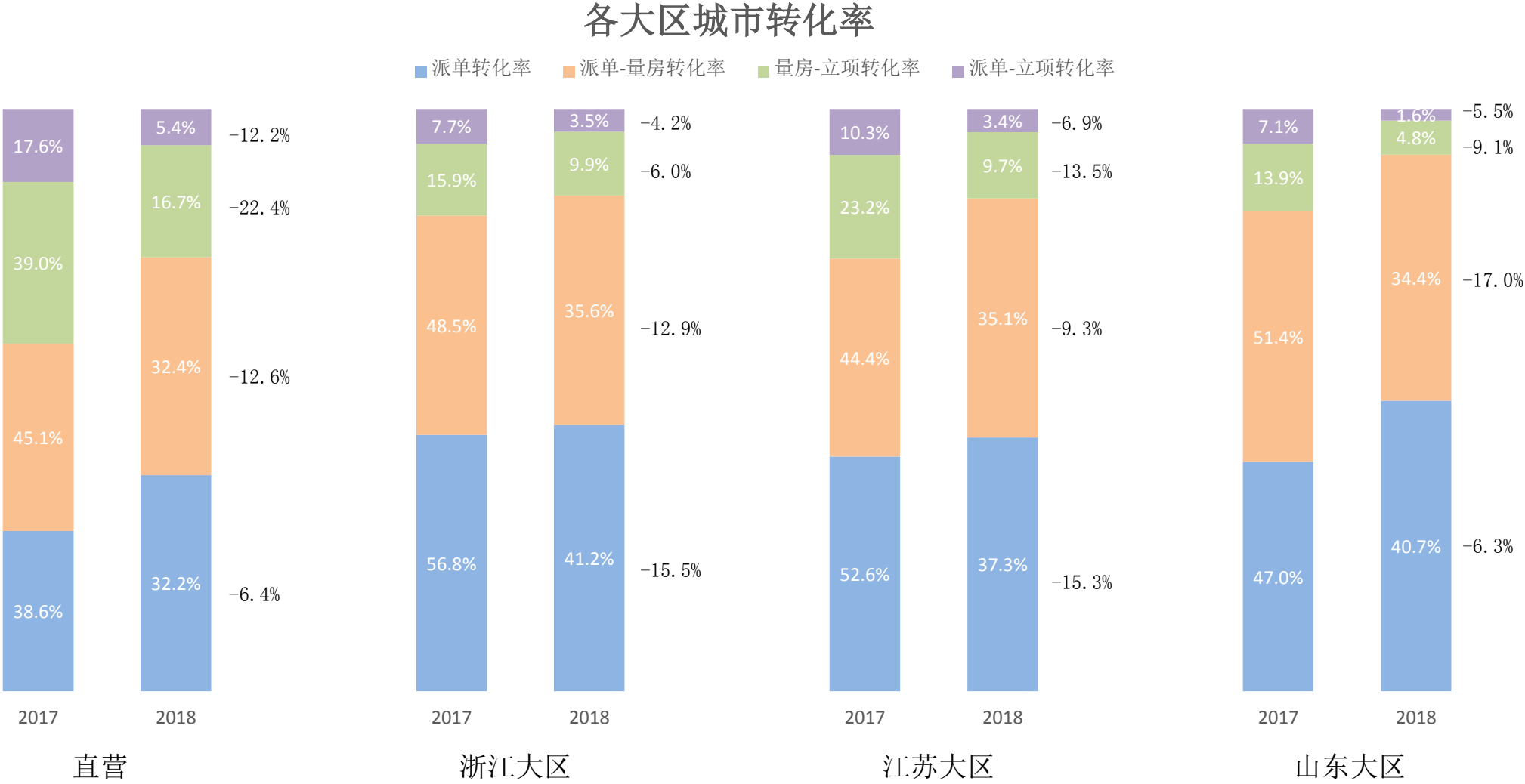
各大区城市

I. 在各大区城市是，除江苏大区和山东大区报名同比上升，其它大区均下滑；



各大区 转化率

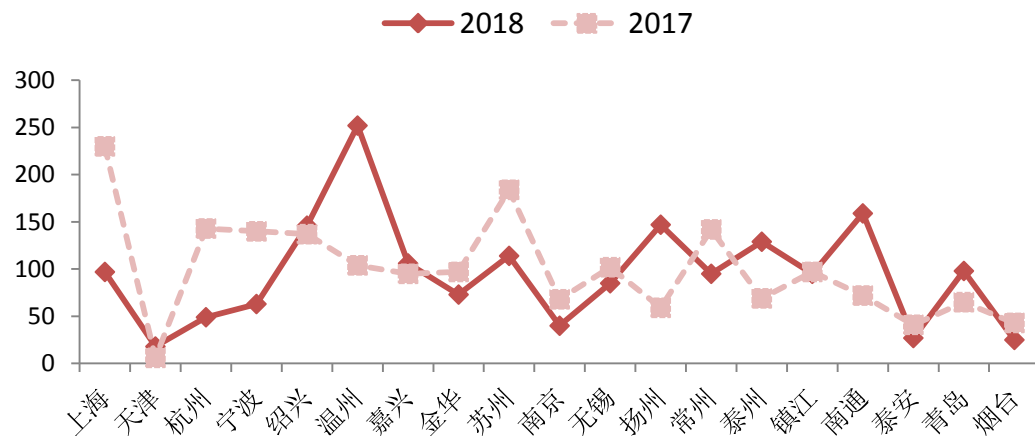
- I. 各大区城市转化率均下滑。其中量房-立项转化率，派单-立项转化率直营下滑最多；
- II. 派单转化率浙江大区 and 江苏大区下滑较多且下滑百分比接近，直营和山东大区下滑百分比接近；
- III. 派单-量房转化率中山东大区下滑最明显，直营和浙江大区下滑比例较接近；



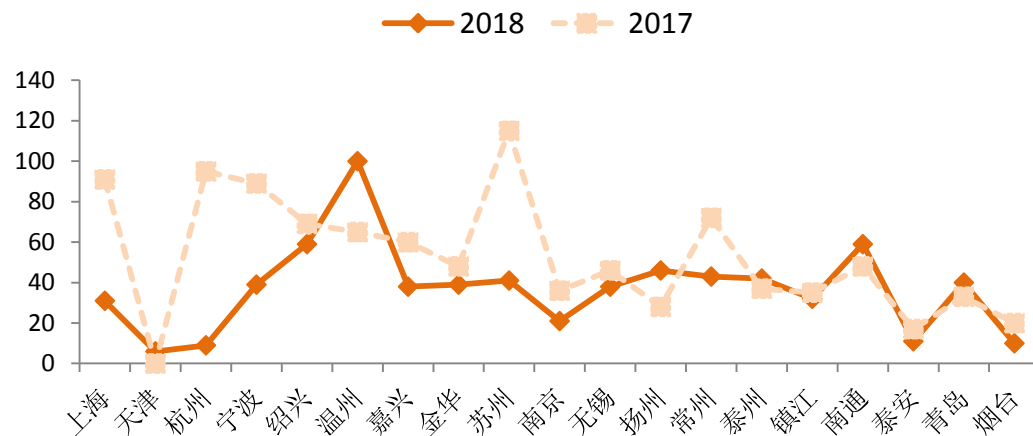
城市概况

- I. 在直营城市中温州，扬州，泰州，南通，青岛，报名和派单均高于去年同期；
- II. 其中温州和南通在量房和立项也均高于去年同期；

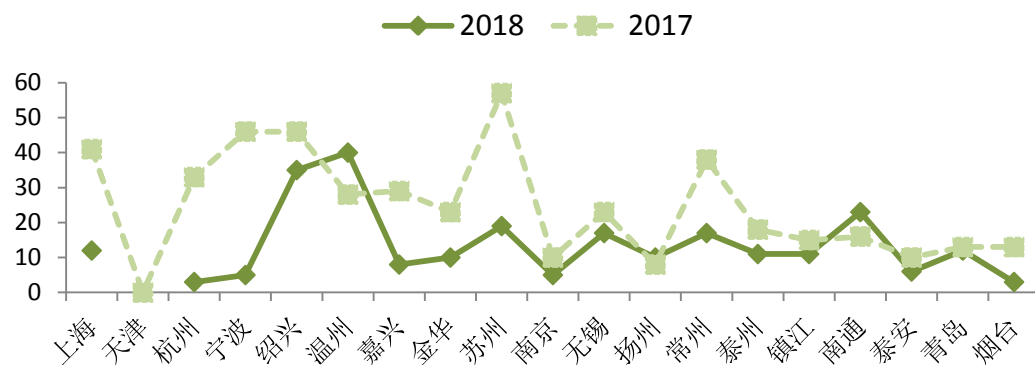
报名



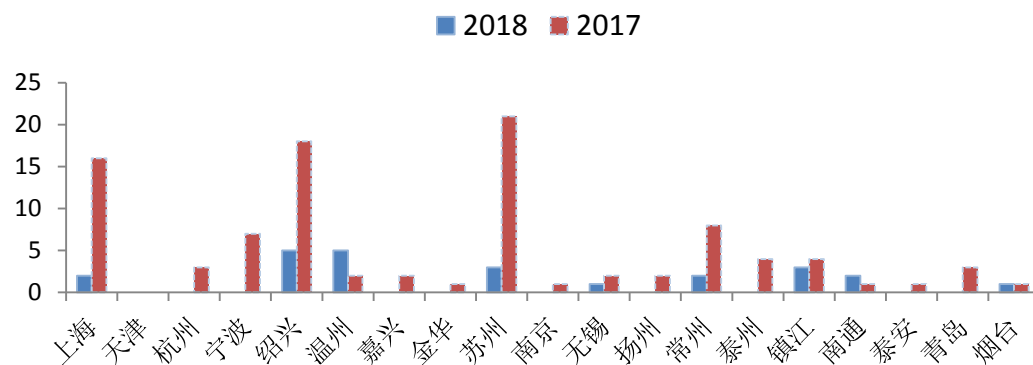
派单



量房



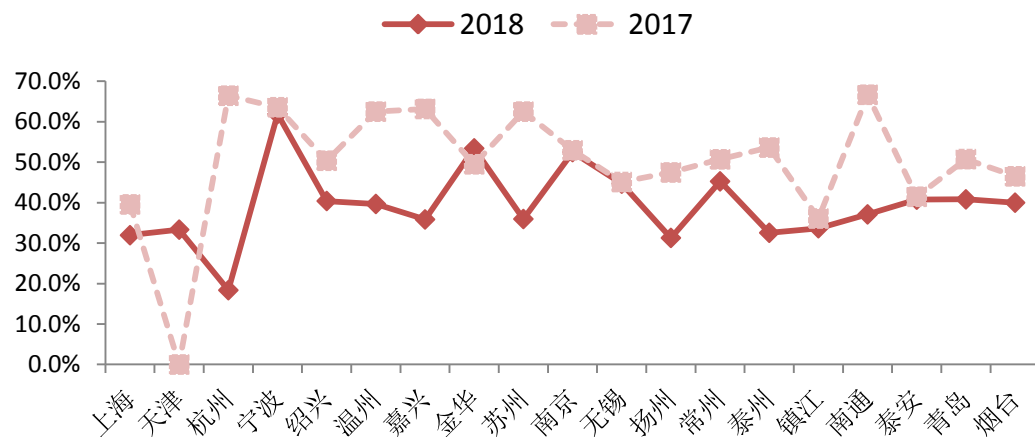
立项



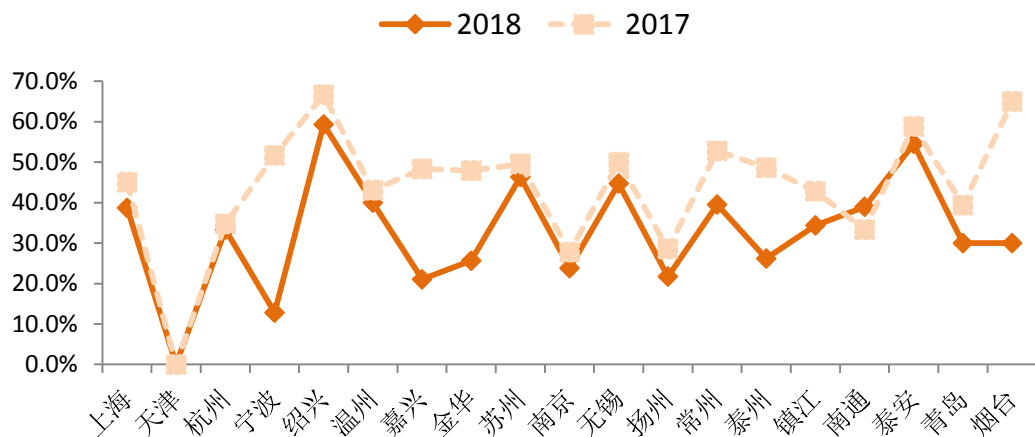
城市概况

- I. 在派单转化率中天津和金华高于去年同期，派单-量房转化率均低于去年同期；
- II. 在量房-立项转化率，派单-立项转化率中温州，南通和烟台高于去年同期；

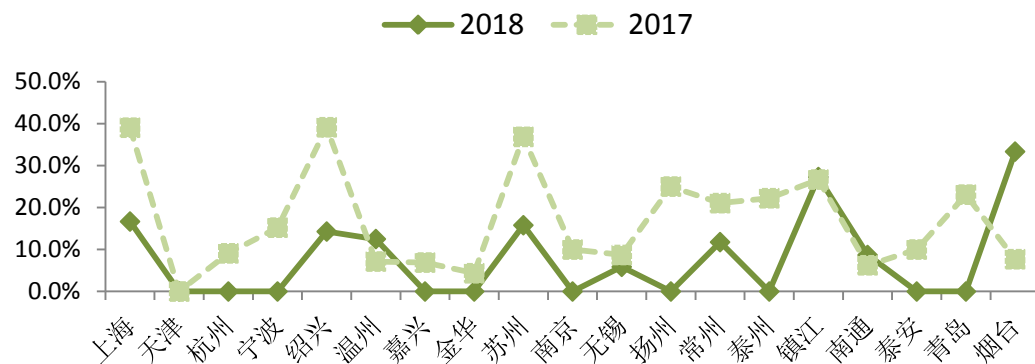
派单转化率



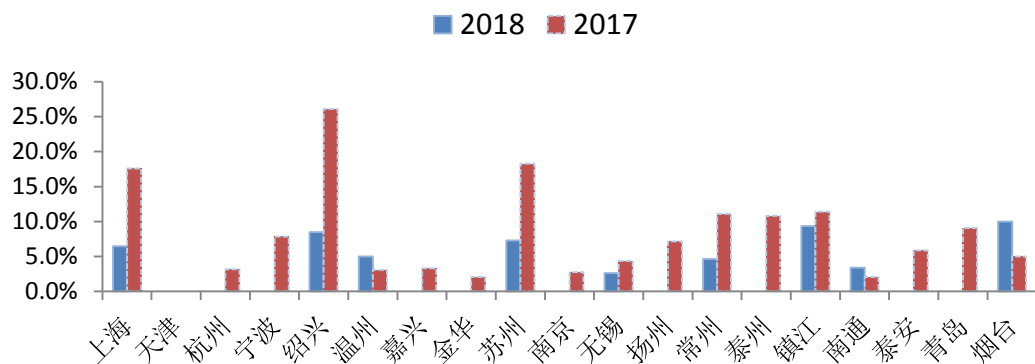
派单-量房转化率



量房-立项转化率



派单-立项转化率



A stylized, light blue tree graphic with a thick trunk and many branches, each bearing teardrop-shaped leaves. The tree is positioned on the right side of the frame, with its branches extending towards the left. The background is a solid, slightly darker blue.

THANK YOU