

数据分析思维与实战23讲
10 | 指标体系搭建：指标体系的经典四步

指标体系的定义及选取原则

- 首先，指标体系是什么？
1. 是在业务的不同阶段（前、中、后期）
 2. 分析师牵头与业务方协助
 3. 制定的一套能从各个维度去反映业务核心状况
 4. 大实施框架
- 其次，指标体系选取原则？
1. 根本性（核心数据理解到位）
 2. 可理解性（配上业务解释）
 3. 结构性（对业务进行解读）

建立指标体系的四个步骤

首先，“指标的构成”：



- 第一步：厘清业务阶段和方向
- 业务前期（创业期）：最关注“用户量”，常拆解“渠道”这个维度
 - 业务中期（快速发展期）：除了关注“用户量走势”，更重要的是优化当前用户量结构
 - 业务后期（成熟发展期）：看“变现”和市场份额，还要注意竞品监控

第二步：确定核心指标

- 找到正确的核心指标，虽然很难，但是很重要

其次，具体步骤：

第三步：指标核心维度拆解

通用的拆解方法：先对核心指标进行公式计算，再按照业务路径或业务模块进行拆解

看这个示例：

比如，当前的核心指标是停留时长大于 3 秒的用户数。那么停留时长大于 3 秒的用户数等于打开进入 App 的用户数乘以停留时长大于 3 秒的占比。

停留时长大于 3 秒的用户数 = 打开进入 App 的用户数 * 停留时长大于 3 秒的占比

如果要提升“打开进入App的用户数”

- 用户从哪里来？
- 各个渠道的转化率是多少？
- 用什么方式打开App？
- 是点击桌面图标还是通知栏？
- 用户画像是什么？
- 具体停留时长的分布到底是什么样子？
- 有多少是3秒？
- 停留时长大于3秒的用户特征是什么？
- 行为特征是什么？
- 有没有作弊和刷量的可能性？

如果要提升“停留时长大于3秒的占比”

第四步：指标宣贯、存档、落地

- 宣贯：搭建好指标体系后，要当面触达到所有相关的业务接口人，最好是开会并邮件
- 存档：对指标的口径和业务逻辑进行详细的描述存档，如某功能日渗透率=该功能的点击人数/日活
- 落地：就是建核心指标的相关报表，实际工作中，报表都会在建点前建好

知乎 App 指标体系实操（这是之前的知乎 App 界面，现在已经变了，但是指标体系的分析方法是类似的）



第一步：厘清当前业务发展的阶段

知乎当前是处于业务发展期和成熟期之间，有两个论点：

当前知乎的业务在一个快速调整期，内容向娱乐大众化转型

商业化进行较大的探索，比如，有一个“大学”模块，模块里面包含一些付费课程，但在这一块做的不是很重

第二步、第三步：确定核心指标以及拆解核心指标

对于知乎 App 来说，它有非常多的功能，如右图所示：

上下都有很多模块，这里以“首页里面的推荐”模块为例讲解：

第四步：指标宣贯、存档、落地

宣贯：拉上产品和研发开会讨论流程，产品（负责使用）、研发（负责打点）。

存档：对不太好理解的指标要进行单独的解释，比如什么是日活，具体操作是怎样。

落地：确定好打点之后，就要建表，确保数据第一时间出来，能及时发现问。

实际工作过程中根本不需要一套大而全的指标体系，我们只需要围绕当前的核心指标解决最重要的问题即可。

首页推荐模块最重要的指标就是“问答数”。

问答数 = 提问数 + 回答数 = 提问人数 * 人均提问数 + 回答人数 * 人均回答数

提问人数这里是否有必要按照漏斗模型来拆？不用

评论点赞多的本质原因是因为提问回答比较精彩，这是一个相关性关系而不是因果性关系。所以 评论、点赞、收藏是二级功能，更底层的理解实际上是增加 App 的社交属性