

数据分析思维与实战23讲
16 | 问题定义和拆解：如何去定义问题、拆解问题？

1. 举个例子（问题识别）

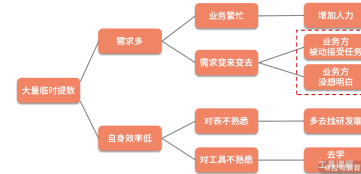
1.1 案例背景

小 A 同学每天都有大量临时提数需求或者杂事，没有时间去做真正的专题分析，感觉自己的能力提升不了，工作越来越没意思。因为力不从心，做事也不认真，老是出错，最近跟同事领导关系变差。年底考核，领导给小 A 的绩效也不太好，回去之后年终奖也少了很多，跟女朋友也经常吵架，最近事业感情都不太顺，失眠，甚至有点抑郁。

1.2 如何对问题进行识别和拆解？

1.2.1 先看“问题识别”，上面一大段话中，如果你仔细品，就能发现最根源的问题就是：

当前工作上有大量的临时提数需求，没有时间做专题分析



总结如上（其中红色圈住的部分是较常见也最花费时间的问题）

1.3 建议：

1.3.1 需求变来变去的真正原因：因为业务方自己都没明白这件事，所以小 A 在这个基础之上，要理解好业务。

1.3.2 与业务方打好关系，与业务良好沟通！

2. 问题识别的方法论

2.1 二八定理：即找到主问题（专题分析），破解它就可解决其他相关问题。

2.1.1 如何找到主问题？

2.1.1.1 第一：你先列出所有问题，自己头脑风暴

2.1.1.2 第二：根据最大概率法则，一项一项来试，是否解决一个问题，其他都迎刃而解？是的那个就是主问题！

2.1.1.3 如果真不会，请教Leader；独立思考，动笔画图

2.1.2.1 快速按照你的理解去做拆解，能想到多少是多少

2.1.2.2 拿着你的拆解去跟业务方（脑子灵活）的人对，请教他——这代表业务方在想

2.1.2.3 修改第一步的思维导图，做完后，请教你的leader——这代表你的leader在想

2.1.2.4 再改一次，汇报给业务方 leader

2.1.2 接下来如何拆解主问题？这里有四步

3. 再举一个问题拆解的例子

3.1 案例背景：

某 APP 前期用户量一直在下跌，近期转型（新功能取代第一大功能），转型过了一段时间后，整体用户量大跌。业务负责人压力很大，希望数据部门能派100% 投入分析，然而数据方觉得大跌就是因为转型，没什么可分析。于是两个部门就对上了，数据方觉得产品太烂，业务方也不给数据方需求，数据方人员存在感不强，正在考虑是否跳槽。业务进一步下滑，业务方投诉数据部门，决策层在考虑找新的数据部门负责人，然而不太好找，各方压力越来越大。

3.2 问题识别：

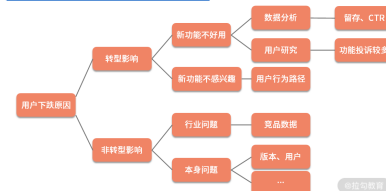
3.2.1 用户量大跌的排查。这就是主问题，也是破局点！

不过这么容易找到破局点也因，你站在上帝视角；实际工作中并不是那么容易，要一一排查！

3.2.2 数据方与业务方关系非常差

3.2.3 数据方存在感不强

3.2.4 找不到新的数据负责人



直接看清晰的思维导图

3.3 问题拆解：

建议/感触：问题拆解之前，一定要找到真正业务方关心的点，再进行问题拆解！！（若表达能力不好，就画图！）