

06 | 电商数据分析：京东 App 的详细产品分析

1. 如何看待京东 App

1.1. 首先看京东App的主界面包含哪些模块  
(以下图界面为准进行分析)



- 搜索
- 广告Banner
- 导航
- Feeds流
- 个性化推荐
- 底部Button

1.2. 接下来深入思考，当前产品的痛点、如何优化？  
思考三个问题：

- 其中
- 引流是对整个 App 的整体分析；
- 漏斗是对核心路径的分析；
- 用户是对产品当前痛点进行分析。

- 1.2.1. 引流（场）
- 1.2.2. 漏斗（货）
- 1.2.3. 用户（人）

2. 整体数据的分发效率

- 2.1. 日活
- 2.2. 留存
- 2.3. 渗透率

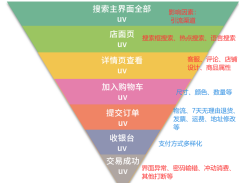
2.4. CTR (Click Through Rate) 点击率

- $CTR = \text{点击 UV} / \text{曝光 UV}$ ，反映用户点击欲望的指标
- “点击UV”：• 每天有多少用户点击进入页面
- “曝光UV”：• 每天有多少用户看到了页面

2.5. 人均访问页面数

- $\text{总访问页面数 (PV)} / \text{总访问 UV}$
- 总访问页面数 (PV)：点击所有页面的次数总和是多少
- 总访问 UV：点击所有页面得人数总和是多少

PS：优秀得数据分析师会找到自己负责的产品同大盘的数据关系！并量化！！



3. 漏斗分析

(先看一个常见的漏斗模型图，右侧添加文字即影响该部分的主要因素)

• 总结：多体验App了解用户数据；同时向竞品学习



(这里以新用户的产品体验“新人大礼包”为切入点进行分析)

4. 新用户分析

总之，新用户分析难度大于老用户，因为存在多种“行为”；  
所以分析师需要多路径体验，才能更好找到异常点进行拆解

4.1. 新用户进来的优惠券漏斗数据

- 曝光UV
- 点击UV
- 注册用户UV

4.2. 基于优惠券策略的优化点

- 逻辑性
- 优惠券分发组合
- 页面的文案