

创建可视化报表

01

可视化报表与业务分析报告的差异

02

可视化报表的创建过程

03

可视化报表案例

可视化报表与 业务分析报告 的差异

01

可视化报表与业务分析报告的差异

业务分析报告

热销乘用车 2018 年 5 月分析报告

2018 年 5 月汽车市场销量同比上升 14%，各车类均有不同程度的上涨。轿车和 SUV 的总市场占有率达到 96.8%，占比较大的轿车增速略高于 SUV，而 MPV 以较低的市场占有率快速增长 103%。

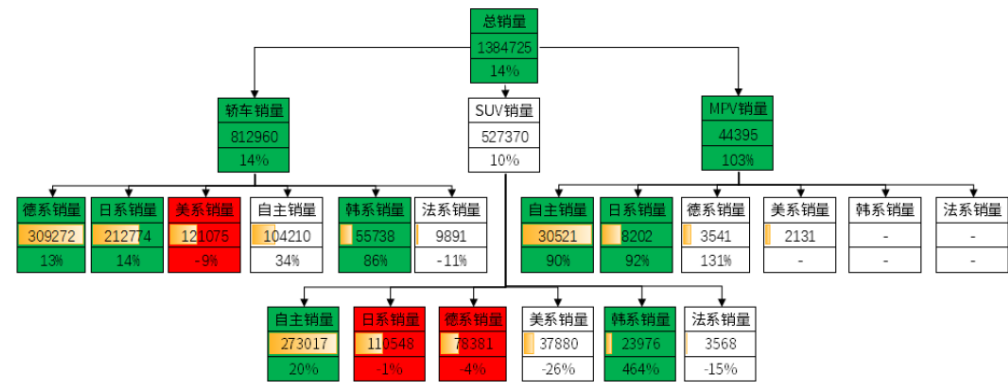
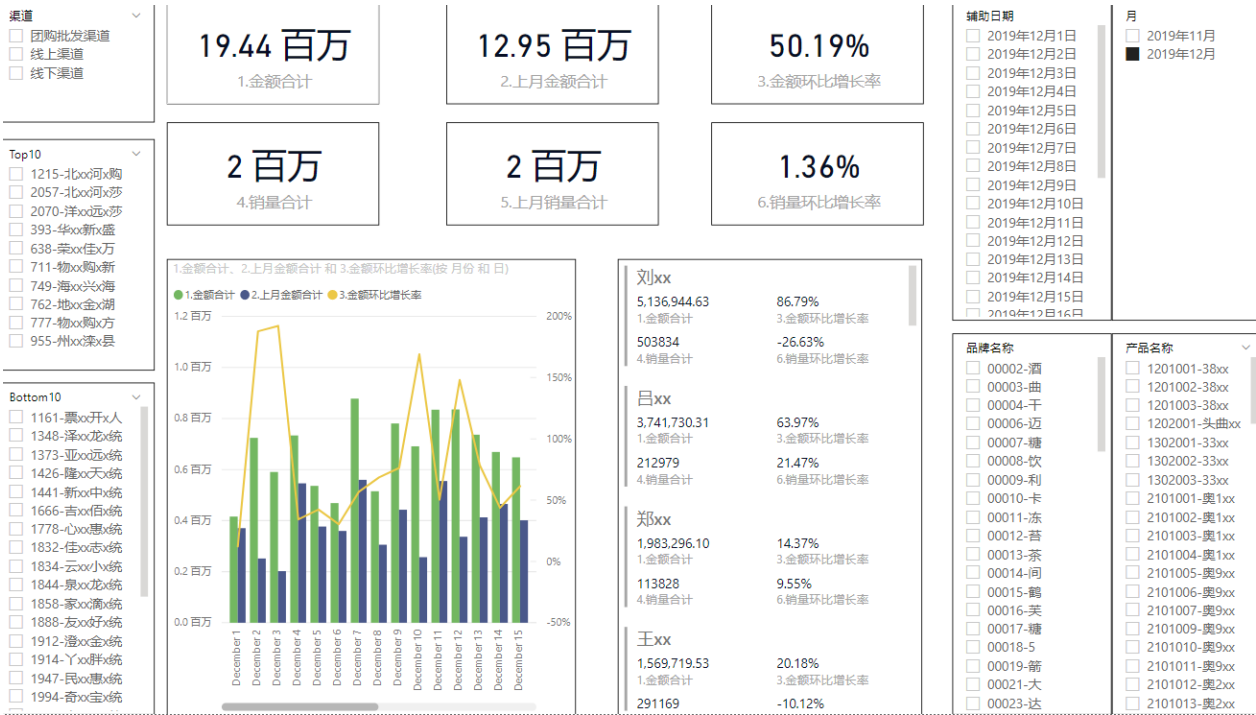


图 1-1 销量分析 KPI 树

可视化报表



	业务分析报告	可视化报表
数据结构	表格	表
数据源	单数据源	多数据源
分析侧重点	业务点	业务面
展示形式	静态报告	动态仪表盘
信息获取方式	被动获取信息	主动获取信息
内容特点	深入阐述业务问题并给出合理建议	全面、深入、不提供建议
载体	Word、PPT	BI

可视化报表的 创建过程

02



- 业务理解
- 整体设计
- 数据收集
- 数据加工整理
- 搭建多维数据环境
- 创建复杂汇总规则
- 数据展现

业务理解是可视化报表制作的第一步也是最重要的一步，要做到全面、准确、深入地理解业务问题

1. 与业务人员或决策者进行多次深入地访谈
2. 实际业务工作中学习
3. 查阅相关业务资料

提前制作并提交访谈计划书，明确访谈目的、访谈对象、主题内容、访谈地点、访谈时间

在计划规定范围内高效完成访谈，感谢访谈对象的帮助

整体设计是连接业务需求与可视化报表成果之间的桥梁

1. 可视化报表的作用



1. 全面描述一个完整业务的场景情况
2. 围绕某个业务问题进行全面的数据展现

2. 思维路径



1. 明确业务需求
2. 明确服务对象
3. 明确业务流程及业务行为
4. 围绕可落地的数据建议进行设计

3. 设计思路



1. 用数据展现问题
2. 思考问题背后的原因及影响
3. 思考为解决问题可能采取的业务流程及方法
4. 思考提供的数据依据是否能在行为上落地执行
5. 明确业务维度及观测度量
6. 设计页面

用恰当的工具结合正确的操作完成从数据收集到创建复杂汇总规则的工作

- 数据收集 → 5W2H思维模型、ETL
- 数据加工整理 → ETL、DW
- 搭建多维数据环境 → OLAP
- 创建复杂汇总规则 → OLAP

准确、全面、直观地展现数据信息，做到一目了然、过目不忘

- 图表与表格相结合 → 图表看趋势、表格看细节
- 活用四类可视化方法 → 对比、构成、序列、描述
- 简洁、易懂 → 正确区分汇总维度与筛选维度
- 围绕一个主题展开 → 与主题不相关的内容及重复性内容不要放入页面内

可视化报表案例

03

案例背景：某电商平台下的某家电脑旗舰店需要实现业绩增收，想优先解决流量问题

1. 明确业务需求：用最小的投入单位时间内换取更多的优质流量
2. 明确指标部门：解决流量问题由市场、营销中心、运营部门负责
3. 明确获取流量流程：运营前做计划、运营期内按照计划执行、运营后复盘
4. 明确数据依据切入点：运营前
5. 明确运营前计划内容：预算、效果、时间、渠道、内容、方式
6. 明确数据依据可服务内容：渠道、时间、效果
7. 明确维度：渠道、时间
8. 明确度量：要关注流量的数量及质量，所以要围绕数量及质量效果进行指标整理
9. 附加内容：描述渠道在一段时间内的转化情况而不是投放行为带来的流量效果，可以用从访问到付费的阶段递进漏斗图加以描述
10. 设计页面

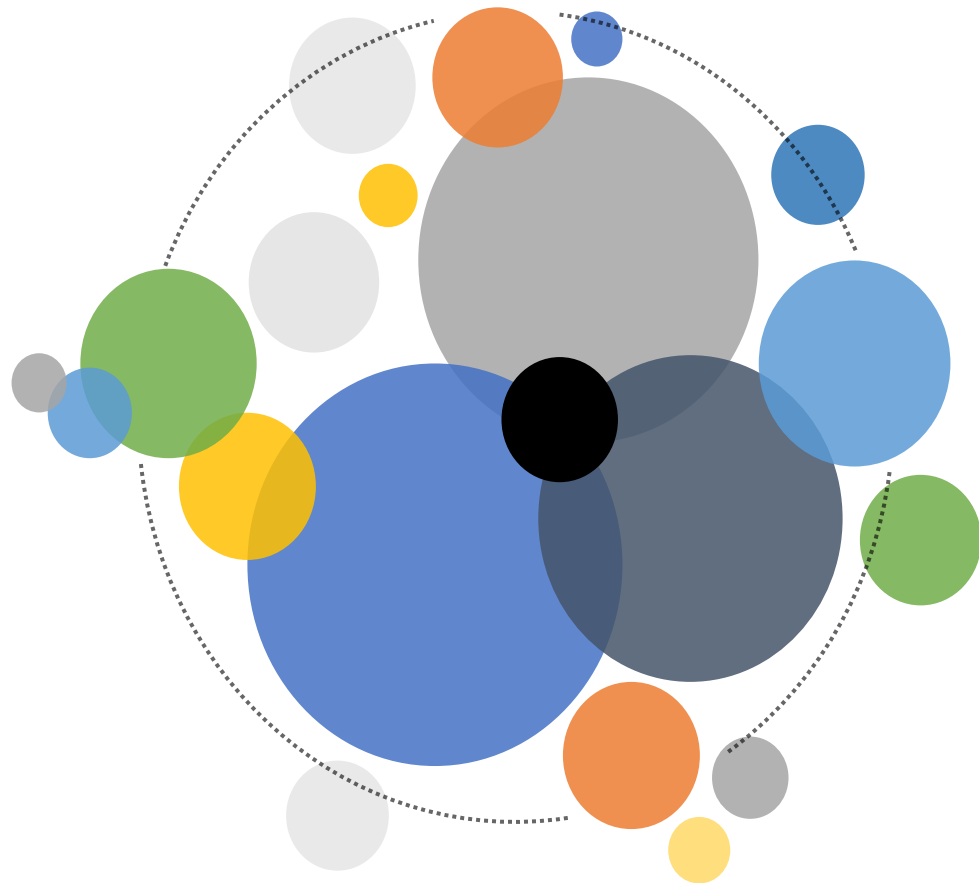
案例背景：某电商平台下的某家电脑旗舰店需要实现业绩增收，想优先解决流量问题

流量数量重要指标：

- 访客数（UV）：到达店铺页面的非重复用户数
- 浏览量（PV）：店铺内浏览和查看页面的累加次数
- 访问次数（Visits）：一个会话内被用户连续访问的次数
- 新访客数：新进访客数

流量质量重要指标：

- 平均访问深度：浏览量 / 访问次数
- 跳失率：跳出次数 / 访问次数
- 新访客占比：新访客数 / 访客数



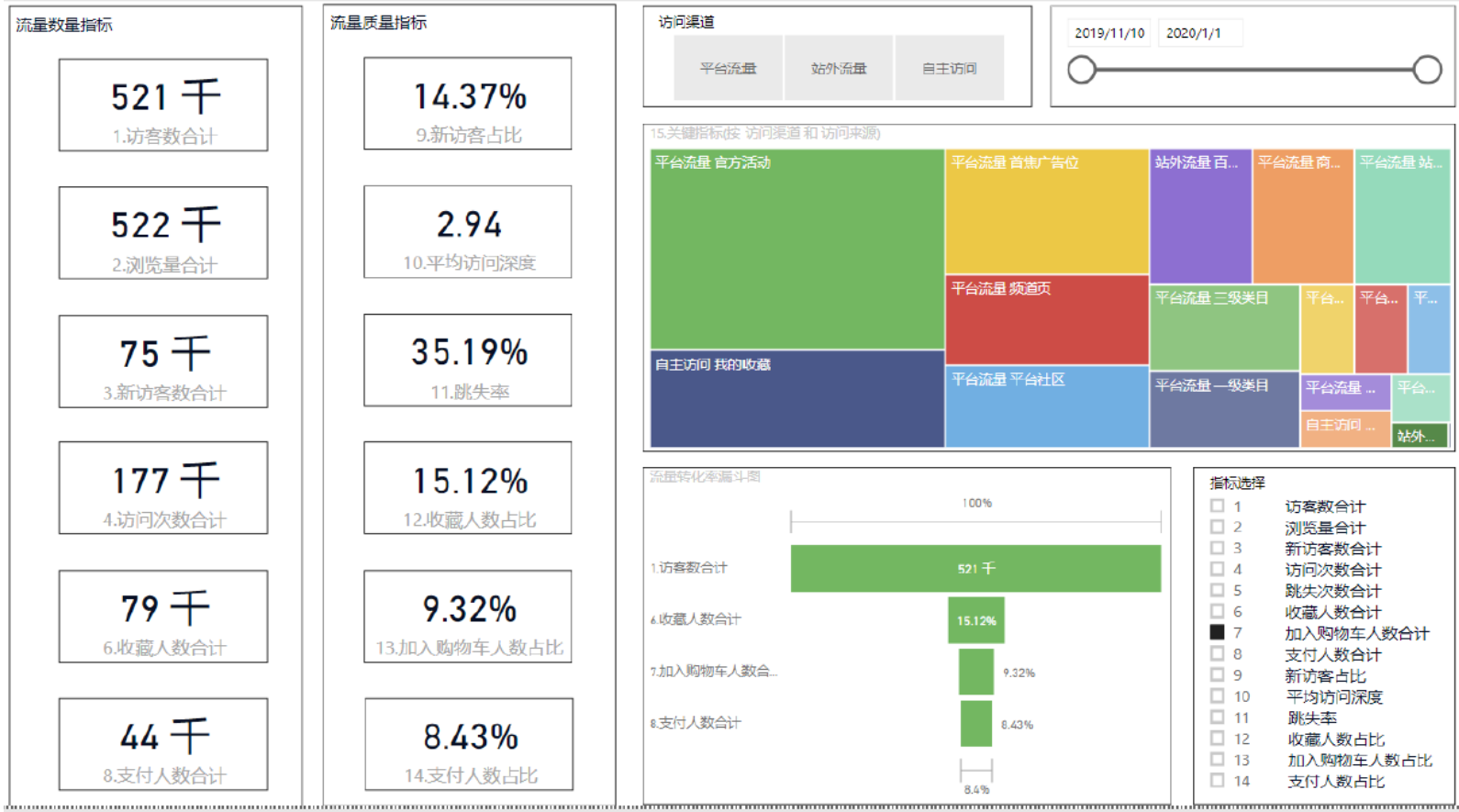
某电商平台店铺流量分析（3）

案例背景：某电商平台下的某家电脑旗舰店需要实现业绩增收，想优先解决流量问题



某电商平台店铺流量分析（4）

案例背景：某电商平台下的某家电脑旗舰店需要实现业绩增收，想优先解决流量问题



谢 谢！