

常用场景指标

04

- 流量相关指标
- 转化相关指标
- 营运、销售相关指标
- 库存相关指标
- 绩效类指标
- 客户相关指标



大平台

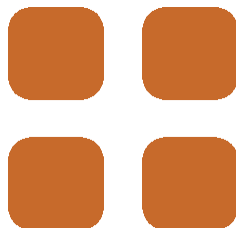


购买广告位和量



展示广告

小平台



常用计费方式:

CPM (Cost Per Mille)

按每千次曝光收费

CPS (Cost Per Sales)

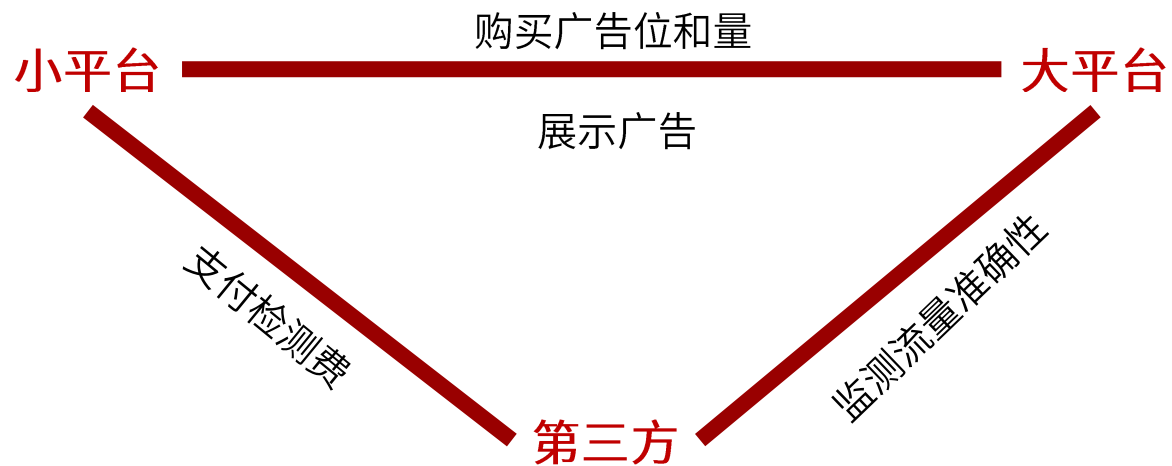
按实际销售收费

CPC (Cost Per Click)

按点击次数收费

...

常用场景指标-流量相关指标



作弊方式

用户在浏览多个渠道后最终选择下载

通过程序模拟真实用户

利用多系统间切换时间差，同一用户重复多次操作



量

访客数 (UV) : 访问对应维度的非重复用户数

浏览量 (PV) : 维度下浏览页面的总次数

访问次数 (Visits) : 统计会话数, 一个会话内用户可访问多个页面

新访客数: 新进访客数

质

平均访问深度: $\text{浏览量} / \text{访问次数}$

跳失率: $\text{跳出次数} / \text{访问次数}$

新访客占比: $\text{新访客数} / \text{访客数}$

例1：用户X在12月25日上午通过平台搜索页点击到达店铺A，浏览了2个页面后离开设店，下午X又通过首焦广告位点击重新到达店铺A，浏览了3个页面后离开，A店铺当天只有X一人访问，那么店铺A的以下指标各是多少？

?

访客数 (UV) =

?

浏览量 (PV) =

?

访问次数 =

?

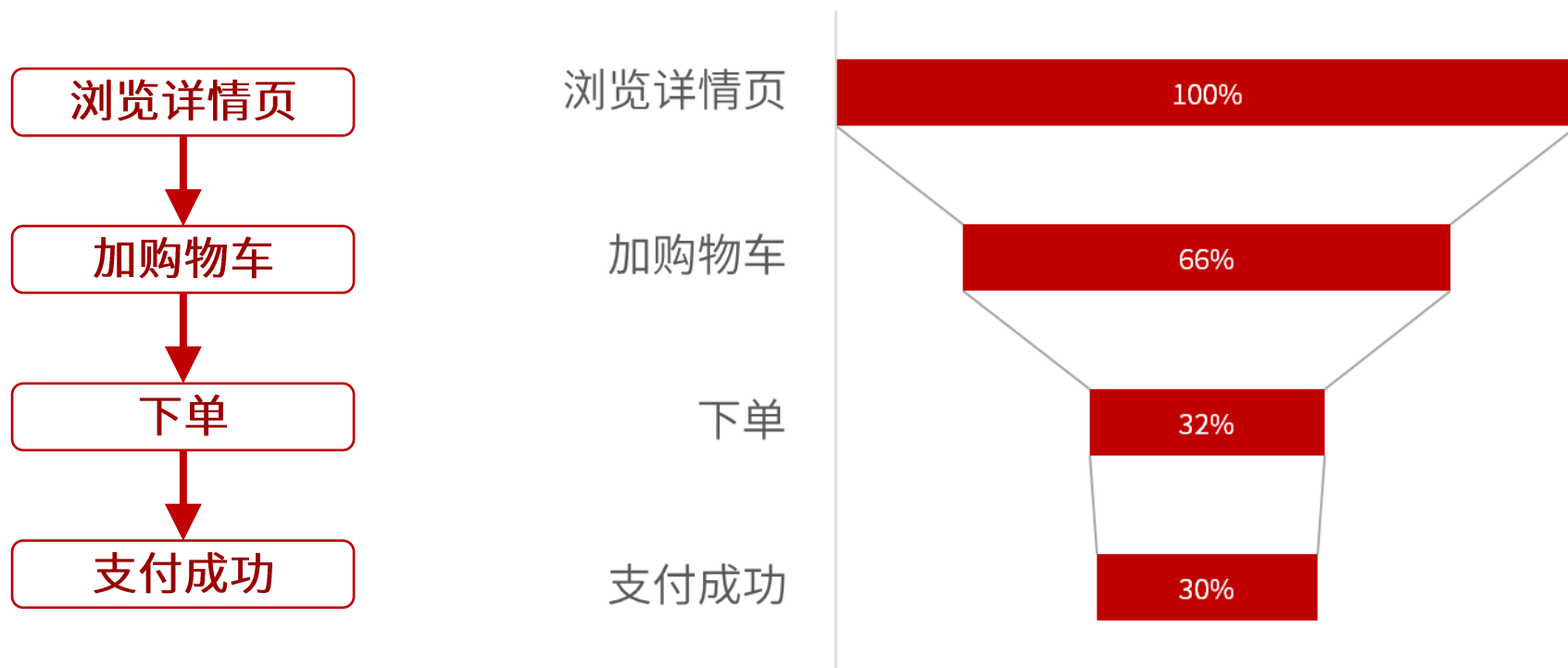
平均访问深度 =

?

跳失率 =

转化率：根据业务流程观测阶段间流转后的留存比率，用以辅助决策者了解阶段间衔接的流畅性。

公式：当前阶段/初始阶段（或上一阶段）*100%





成交额：GMV、实际销售额、税后销售额、退款额

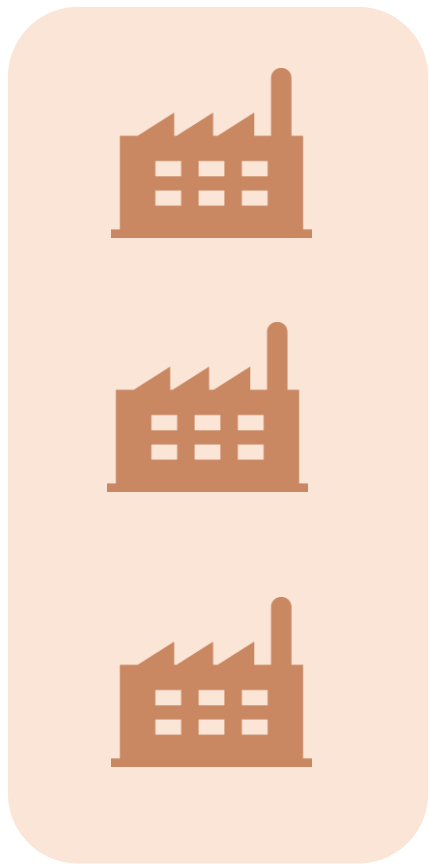
成交量：实际订单量、销量、退款订单量、上架数量

完成情况：目标达成率、退货率

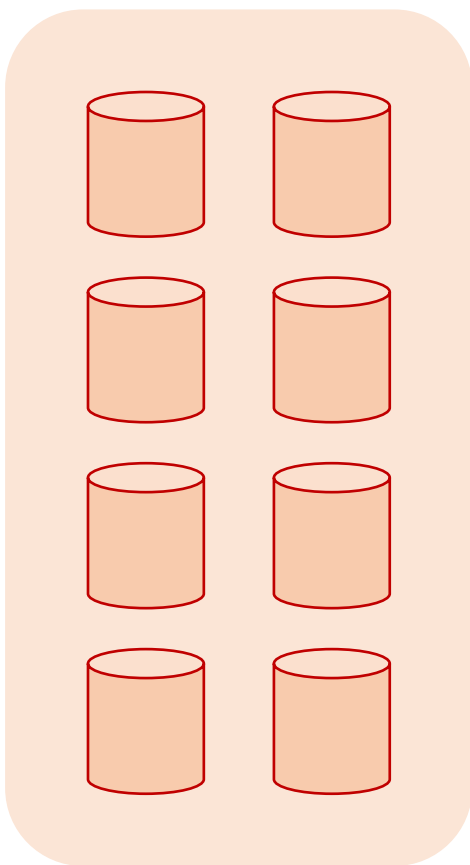
效 果：屏效、商品关联性

常用场景指标-库存相关指标

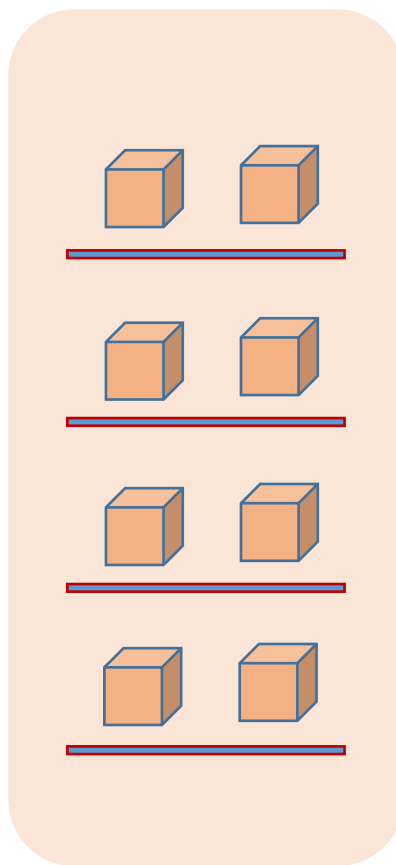
供应商



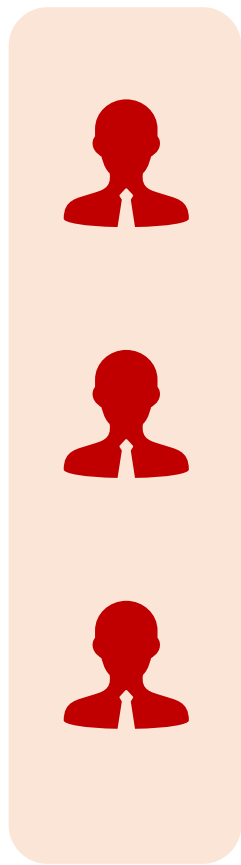
仓库



卖场

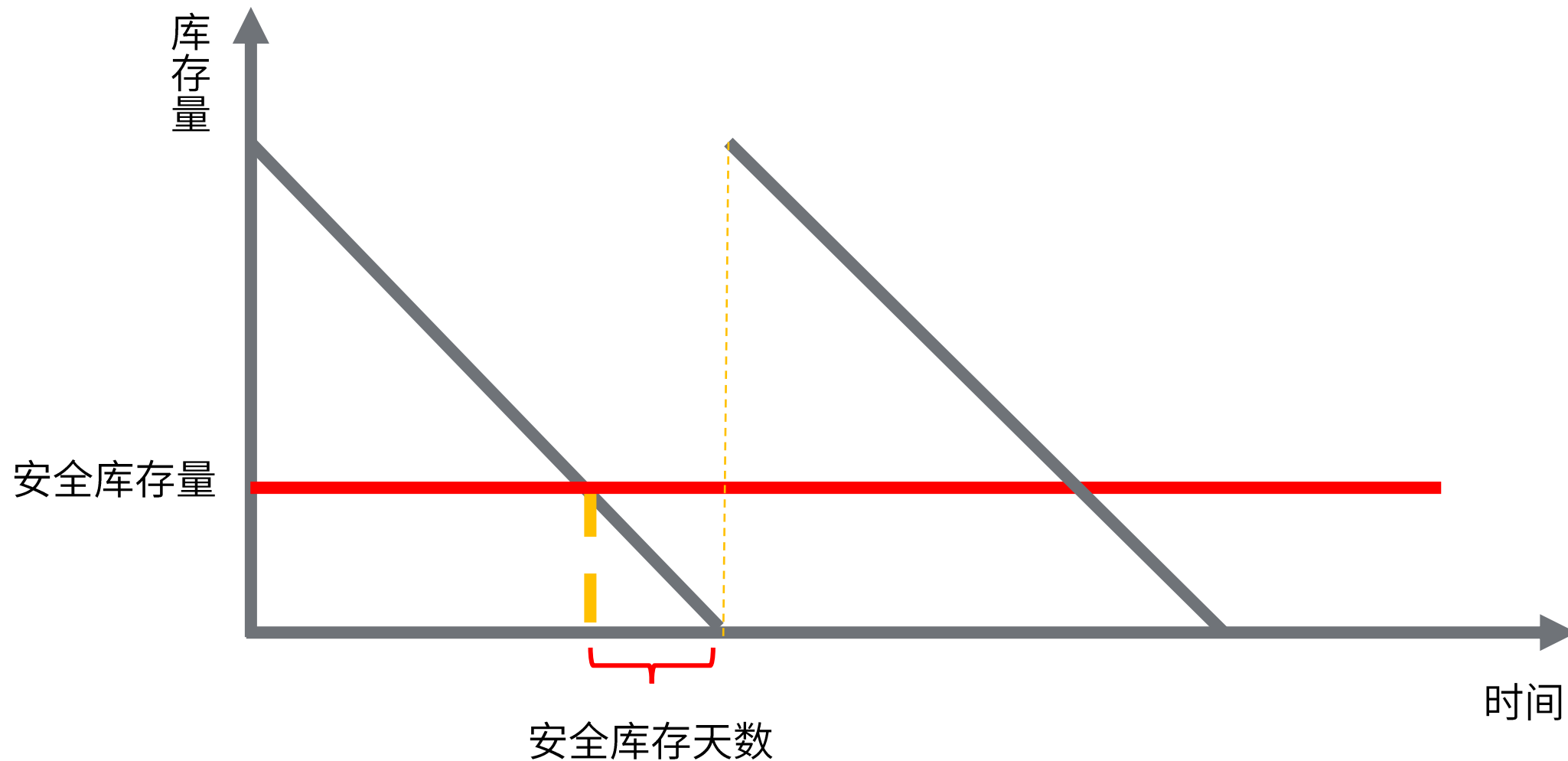


消费者



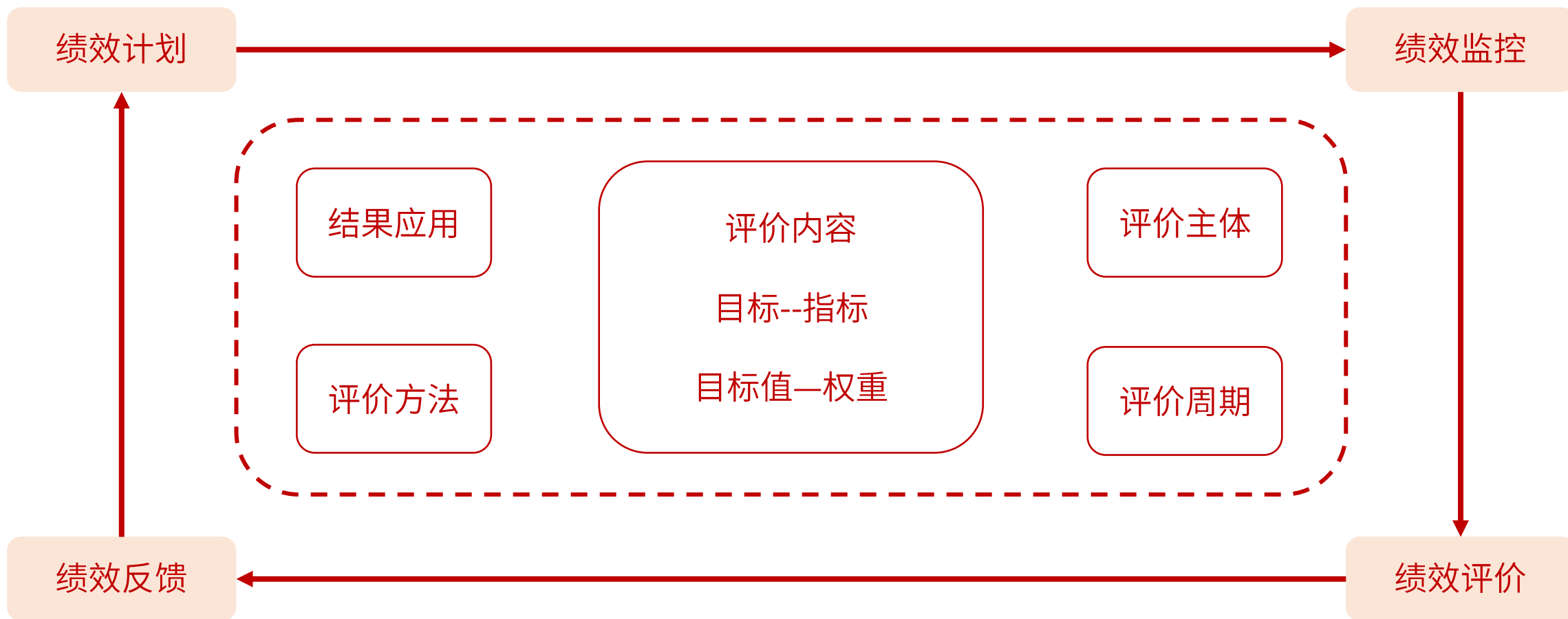
常用场景指标-库存相关指标

库存周转天数=库存量/最近n天平均销量>=安全库存天数



- 库龄=存放仓库时长
- 库存周转次数=平均库存量/出库总量
- 订货满足率=按合理需求正常供货次数/产品被要求供货的总次数
- 缺货率=缺货次数/总订货次数
- 售罄率=1-库存金额/进货金额





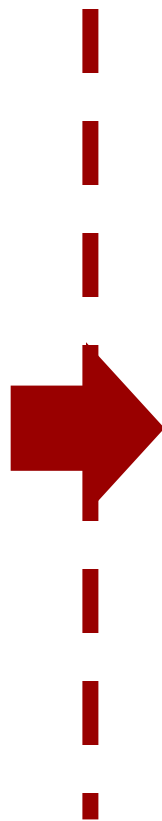
常用场景指标-绩效类指标

指标类别		指标	评价内容	评价方法	评价主体
绩效 90%	任务 60%	开发任务完成率20%	产品开发及时完成	开发任务里程碑， 期末通过评审	主管 副总经理
		产品的技术稳定性20%	提高研发治理，追求技术先进性	产品投入市场因技术问题 导致的产品批次数	主管 副总经理
		文档规范性5%	加强部门文档管理	文档有序归档， 符合质量管理规范要求	主管 副总经理
		重要任务完成情况15%	对公司下达重要任务的重视	期初确定里程碑， 期末检查是否按时完成	主管 副总经理
	管理 10%	预算控制4%	控制费用降低成本	是否按预算制度使用资金 是否超预算	主管 财务经理
		下属行为管理3%	严格管理下属	下属员工出勤率、违规事件数量	主管 人事经理
		关键人员流失率3%	保证人才稳定	核心技术人员或主管职务以上 流失率低于X%	主管 人事经理
	周边 20%	部门合作满意度20%	促进部门协同，保证业务正常运转	合作部门评价	主管 副总经理
	能力 10%	能力素质专业及技能 10%	提升拓展能力素质专业知识及技能	培训出勤率、培训通过率	主管 人事经理

推广渠道



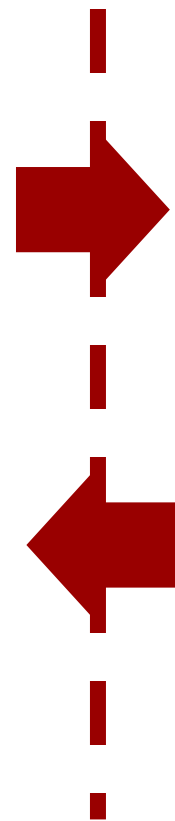
注册



使用



离开





注册用户

我在XXXX年XX月XX日 XX时XX分XX秒注册了，编号是X001
我在XXXX年XX月XX日 XX时XX分XX秒通过弹框广告来到这里
我曾经在XXXX年XX月XX日 XX时XX分XX秒 购买了商品X消费Y元
我在XXXX年XX月XX日 XX时XX分XX秒 购买了商品X消费Z元
...



非注册用户

有人在XXXX年XX月XX日 XX时XX分XX秒通过弹框广告来到这里
有人在XXXX年XX月XX日 XX时XX分XX秒 浏览了商品详情页www.XXXXXX.cn
有人在XXXX年XX月XX日 XX时XX分XX秒 购买了商品X消费X元
...

例1：统计2021/01/01日消费的会员数和消费的非会员数，会员编号为空则为非会员

订单编号	消费明细	会员编号	消费额
1	2021/01/01 08: 34	M110	100
2	2021/01/01 08: 51		100
3	2021/01/01 09: 51		100
4	2021/01/01 09: 59	M283	100
5	2021/01/01 10: 05	M002	100
6	2021/01/01 12: 22	M110	100
7	2021/01/01 12: 24		100
8	2021/01/01 12: 46		100
9	2021/01/01 14: 17	M113	100
10	2021/01/01 15: 49		100
11	2021/01/01 18: 54		100



消费会员数：

消费非会员数：

常用场景指标-客户相关指标



量

注册用户数

浏览用户数

登录用户数

...



质

活跃用户数

复购用户数

留存率

在线时长

...