

## 任务 5：——活跃度与漏斗模型

了解活跃度的含义

分析的数据包括每日新增用户（Acquisition），用户从浏览到购买的整个环节的转化流失情况（浏览，收藏，加购，购买）（Activation），用户次日、3 日后、7 日后的留存情况（Retention），和用户在分析期间的复购次数以及复购率（Revenue）。因为目前数据类型有限，所以不对用户传播（Refer）进行具体分析。

补充：跳失率是指，用户通过相应入口进入，只访问了一个页面就离开的访问次数占该页面总访问次数的比例，公式为  $\text{跳失率} = \frac{\text{只点击一次浏览的用户数量}}{\text{总用户访问量}}$

### 要求

1. 生成以日为单位的活跃度图（所有行为都参与统计）
2. 定义新增用户为出现第一次购买行为的用户，生成增长新客的统计图
3. 浏览/加购/收藏/购买数统计，并且生成横向的 bar 漏斗图。我们分为两个版本，一个版本对数据不做处理，另一个版本将同一个用户的多次行为统一按照 1 次计算，对比两个版本的结果表达看法。（答案，淘宝用户浏览远比其他行为多）
4. 计算统计期间内的跳失率