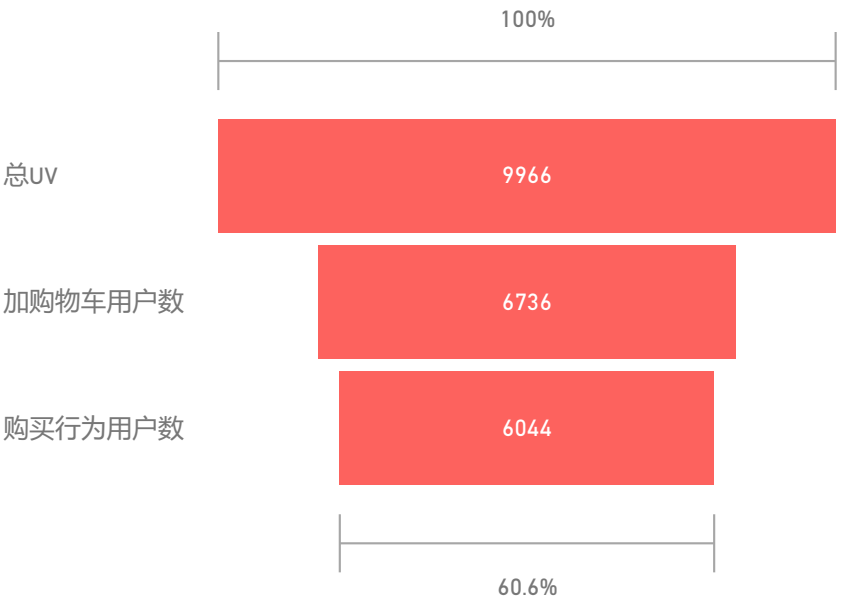
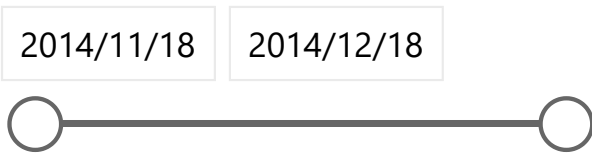
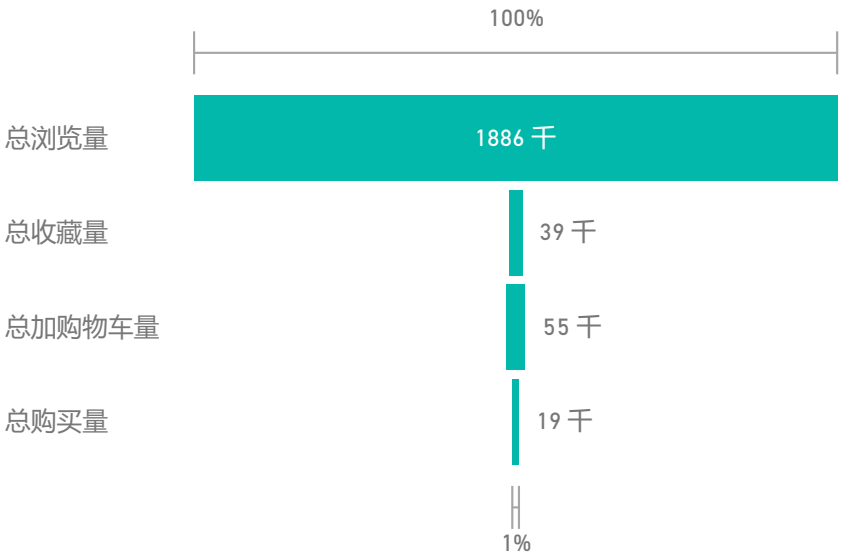


电商APP用户行为分析



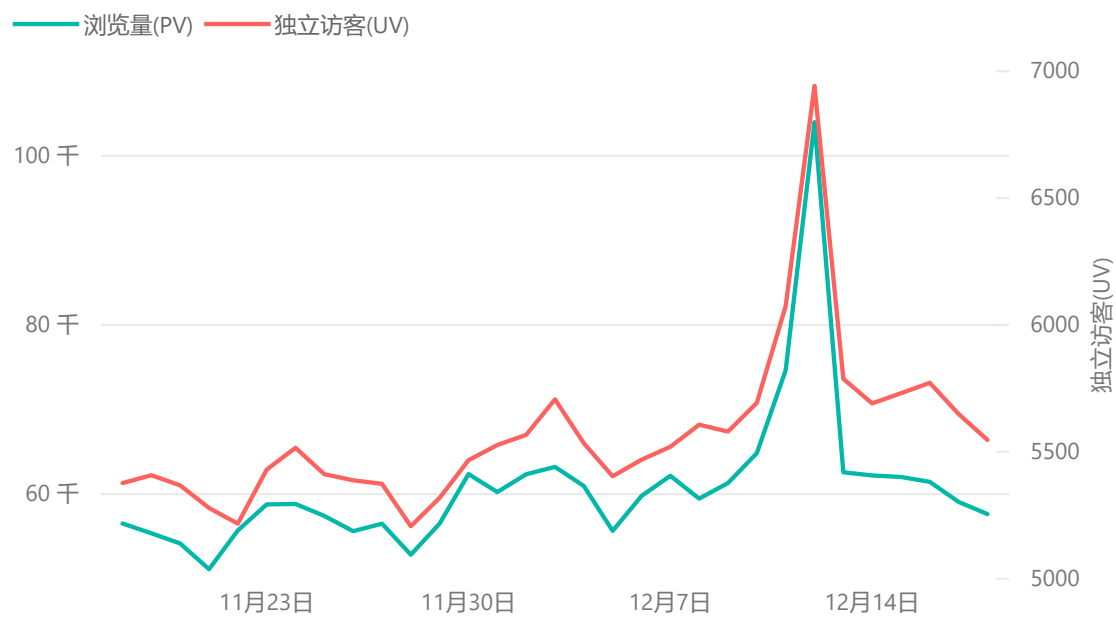
环节转化漏斗图



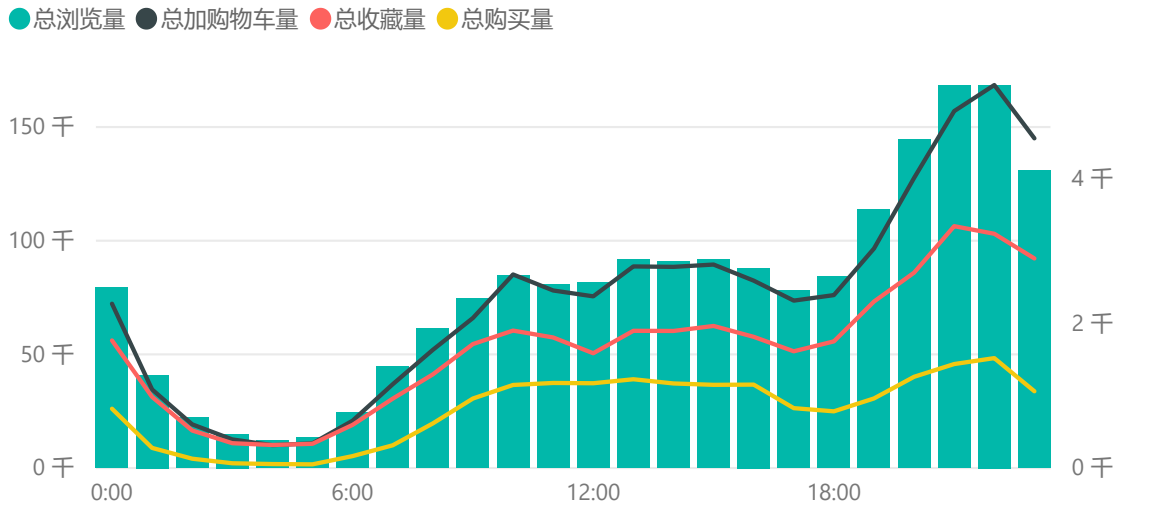
2014年11月18日

开始时间

日UV和日PV变化曲线



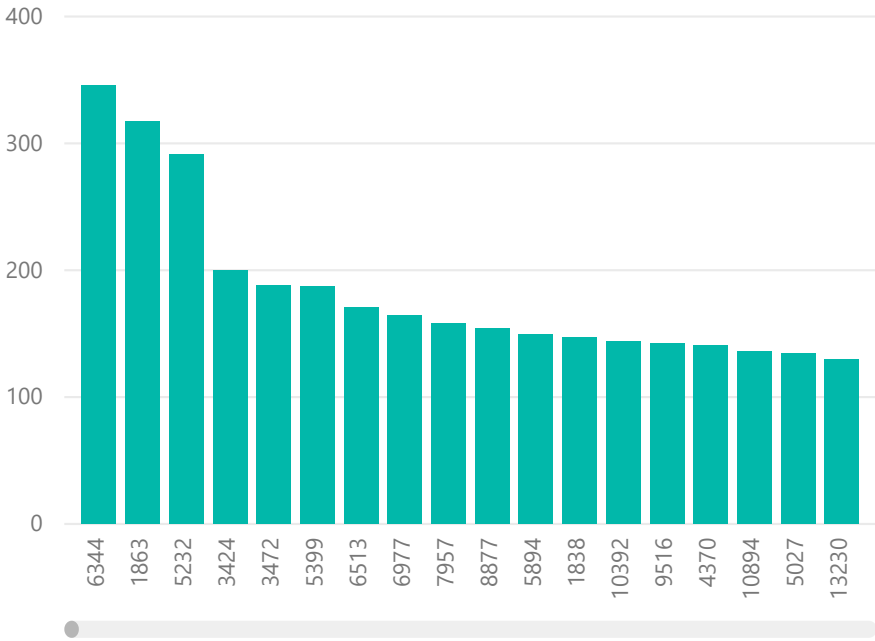
一天中用户行为次数



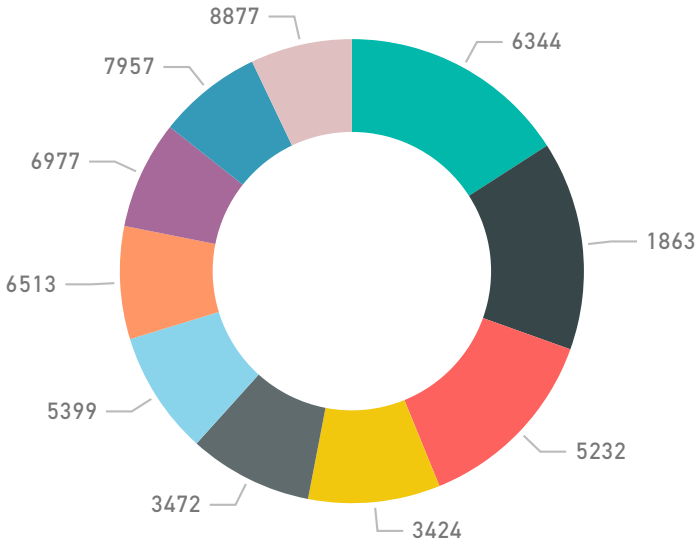
购买量前十的商品分类

商品分类	总购买量
6344	346
1863	317
5232	291
3424	200
3472	188
5399	187
6513	171
6977	164
7957	158
8877	154
总计	2176

总购买量(按 商品分类)



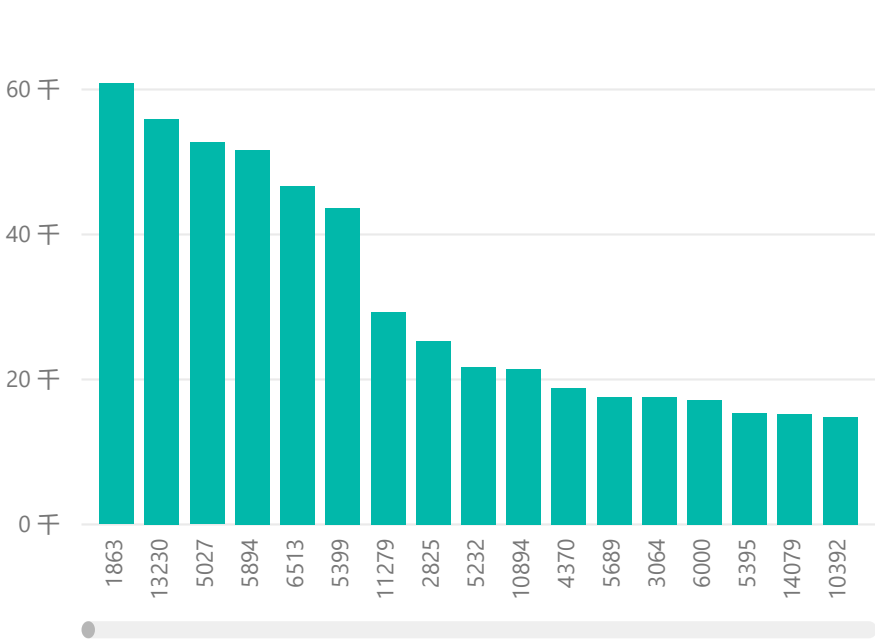
总购买量(按 商品分类)



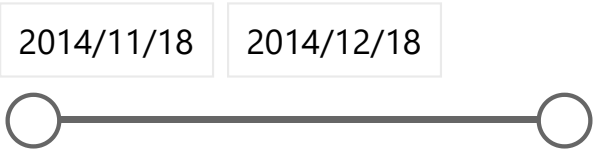
点击量前十的商品分类

商品分类	总浏览量
1863	60828
13230	55873
5027	52685
5894	51620
6513	46681
5399	43645
11279	29327
2825	25261
5232	21747
10894	21471
总计	409138

总浏览量(按 商品分类)



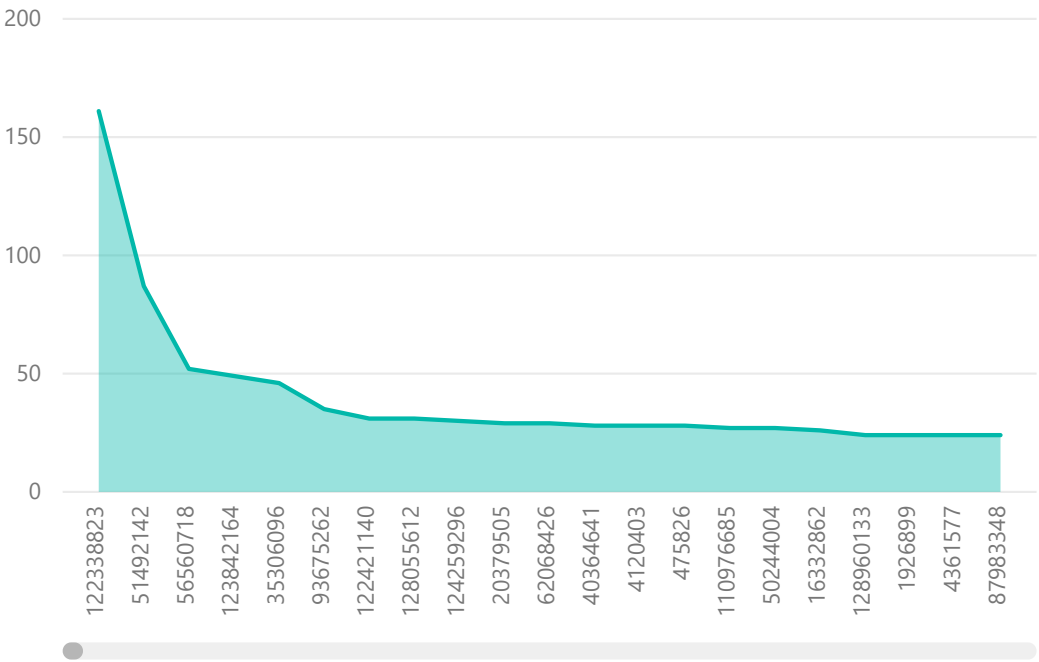
2014年11月18日
开始时间



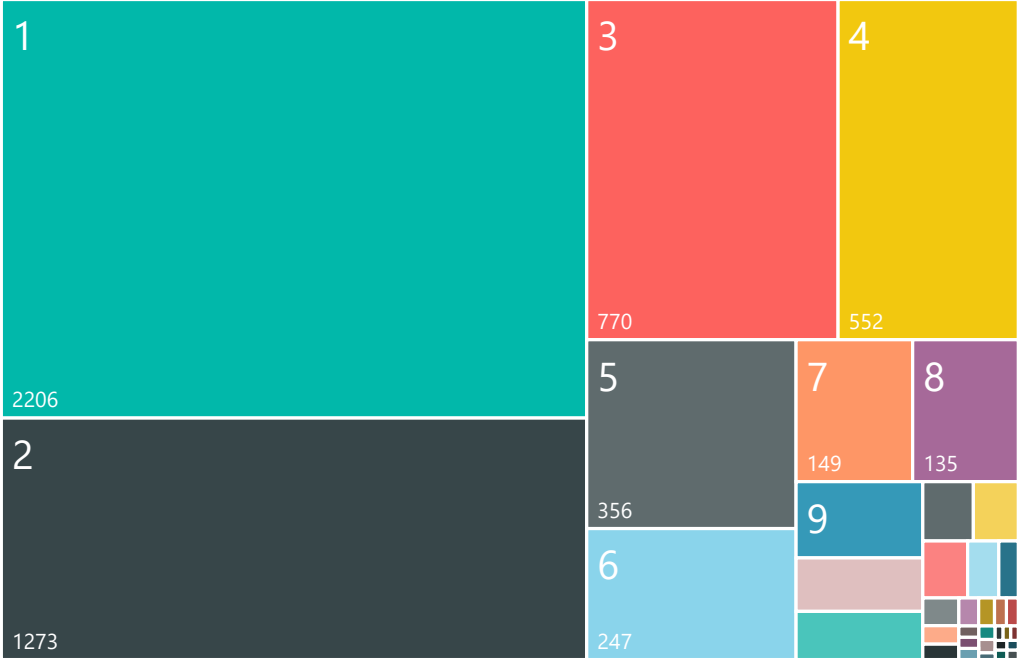
用户购买次数

用户ID	购买次数
122338823	161
51492142	87
56560718	52
123842164	49
35306096	46
93675262	35
122421140	31
128055612	31
124259296	30
20379505	29
62068426	29
475826	28
4120403	28
40364641	28
50244004	27
110976685	27

总购买量(按 用户ID)



购买行为的用户组成

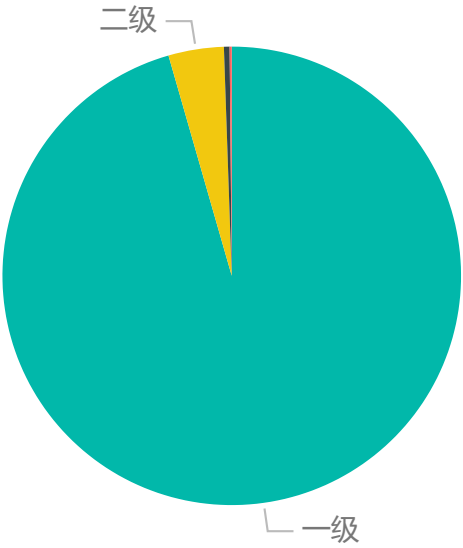


将有购物行为的用户根据购物次数分为四级：

- 一级：1~10
- 二级：11~20
- 三级：21~30

用户等级	购买次数 的计数
一级	5775
二级	236
三级	24
四级	9
总计	6044

用户分级 一级 二级 三级 四级



2014年11月18日

开始时间

