****

**互联网服务平台数据分析月报**

**南网互联网公司技术服务部**

**2020年9月**

# 总体数据指标

## 运营分析

### **1.应用系统用户注册总数：**

指标定义：互联网公司所有系统已有账号的用户总数

展示形式：饼状图展示各系统的总用户数

分析目的：了解互联网公司系统的用户体量

### 2.应用系统的总活跃用户数：

指标定义：

日活：每天登录的用户数量

月活：一个月内，总的活跃用户数量

展示形式：折线图

分析目的：根据活跃增长情况，判断产品是否能进行大规模推广

### 应用系统的总推广数：

指标定义：截止当月，所有应有系统总的推广单位数

展示形式：柱状图

分析目的：根据推广的数据，判断产品的推广进度

### 4.访问量（pv）：

指标定义：页面浏览量或点击量

展示形式：折线图

分析目的：衡量一个应用的用户访问量，对于高访问量的应用可考虑广告等宣传（引流）业务

### 5.独立访客（uv）：

指标定义：指访问互联网应用的不同IP地址的人数

展示形式：折线图

分析目的：检测用户的使用应用的整体历程

## （二）销售分析

## 1.订单总数：

指标定义：互联网公司所有应用近三个月每月的总订单数

展示形式：柱状图+折线图

目的：观察订单的变化趋势及异常分析

## 下单总数：

指标定义：互联网公司所有应用近三个月每月的成功下单数

展示形式：柱状图+折线图

目的：观察成功下单的数量变化趋势及异常分析

## 总交易额：

指标定义：互联网公司所有应用近三个月每月的总交易额

展示形式：柱状图+折线图

目的：观察三个月的总交易额的数据变化趋势及异常分析

## 平台资源分析

平台资源类别：

近三月入驻的供应商数量及其供应的商品种类，合作的酒店、机票、用车、火车票的公司

展示形式：柱状图展示

目的：分析平台合作资源的增长情况，判断资源分配是否合理，分析其中的额原因

# 电子商城

**（**以最近三个月的数据做对比分析**）**

## （一）运营分析

### **用户注册数：**

分析的具体数据：近三月各平台的入驻商家和新增用户变化

展示形式：折线图

目的：展示商家入驻和新增用户情况，体现电子商城的规模变化，分析增长速度有无异常，如有异常，要向业务了解原因，提出合理的解决方案。

### **活跃用户数：**

分析的具体数据：本月各平台提交订单的用户量

展示形式：折线图

目的：展示各平台活跃用户情况，体现用户的活跃度情况，分析活跃度是否过低，如果活跃度过低，需要分析问题原因，提出合理的解决方案。

### **在架商品情况**

分析的具体数据：近三月在架商品数量变化，本月具体在架商品情况

展示形式：折线图（变化），表格（具体情况）

目的：展示商品在架情况，体现电子商城的规模变化，分析增长速度有无异常，如有异常，要向业务了解原因，提出合理的解决方案。

## 销售分析

### **采购金额情况：**

分析的具体数据：近三月各专区采购金额，本月各单位采购金额和年度采购额

展示形式：折线图

目的：展示采购业务概况。

采购商品类别占比，占比最高类别，占比最高商品

### **采购商品类别情况：**

分析的具体数据：各专区采购商品类别占比

展示形式：饼状图，折线图

目的：展示采购类别占比，分析用户对商品的需求以及需求趋势。

### **采购占比最高商品情况：**

分析的具体数据：采购占比最高的几个类别，采购占比最高几种商品

展示形式：饼状图，折线图

目的：展示采购类别占比，分析用户对商品的需求以及需求趋势。

## 平台资源分析

### **用户问题数量情况：**

分析的具体数据：用户问题数量变化

展示形式：折线图（变化），饼状图（分布）

目的：展示用户问题数量变化趋势，统计用户问题数量合理区间和用户问题数量警戒区间，

### **用户问题情况分布：**

分析的具体数据：用户问题数量变化

展示形式：折线图（变化），饼状图（分布）

目的：展示用户问题数量分布，判断常见问题并分析是否存在异常，提出解决方案和调整意见。

# 三、商旅通运营分析

**（**以最近三个月的数据做对比分析**）**

## 运营分析

### **用户注册数：**

分析的具体数据：近三月的各月用户注册数

展示形式：柱状图+折线图

目的：观察该应用近期的用户增长情况，增长速度如何，有无异常，如有异常，分析原因，提出合理的解决方案。

### **活跃用户数：**

分析的具体数据：近三月的各月的月活

展示形式：柱状图+折线图

目的：观察该应用近期的用户月活情况，如果用户月活跃度反应不好，分析其原因，并针对原因对产品的功能、性能的改善。

### 3.推广的单位数：

分析的具体数据：近三月的各月推广单位数

展示形式：柱状图+折线图

目的：观察该应用近期的推广情况，推广的进展是否顺利，如不顺利，分析原因，提出的解决方案

## 销售分析

### **订单数：**

分析的具体数据：近三月的各月四个模块（机票、酒店、火车票、用车）的订单量

展示形式：饼状图

目的：观察该应用近期的各模块的订单占比情况，为后续的拓宽业务提供正确的方向。

### **下单数：**

分析的具体数据：近三月的各月用户成功下单的订单数，用订单数—下单数=其他状态的订单数

展示形式：饼状图展示下单数和其他状态的订单数

目的：观察该应用近期的其他订单的状态，分析订单没有完成的原因：例如退改签或系统故障情况等等其他原因，并根据一些系统故障原因进行及时的修复，避免影响用户体验。

## 平台资源分析

### **机票热门出发地top10和目的地top10排行：**

分析的具体数据：近三月的各月用户热门的出发地和目的地

展示形式：表格统计

目的：分析出用户的出行偏好，对热门地点的酒店、用车等业务拓展有科学的数据依据。

1. **酒店品牌订单量前top10和倒数top10的排行：**

分析的具体数据：近三月的各月酒店品牌订单量前10位的酒店与倒数后10位的酒店

展示形式：表格统计

目的：分析出用户的酒店品牌喜好度，对后续协议酒店签订合作合同有指导意义。