GMV(营业额)下降怎么分析

ः; Status	Done
★ 分类	指标
≡ 子标题	GMV下降
≔ 子类	异动分析

GMV下降怎么分析

某电商APP上个月的GMV(成交总额)下降了25%,请你分析一下具体原因。

1. 验证数据真实性

1. 确认数据源准确性

确定订单是否因为网络波动,接口挤压导致订单未完全入数据库,使得计算的金额减少

2. 对其指标口径

仔细核对GMV的统计逻辑和之前是否相同、按照相同的逻辑再取数据对比

2. 外部因素 PEST

数据周期性波动拉长时周期,观察数据变化趋势可能会受到季节、节假日、周末、时刻等因素的影响政策影响(热点事件)法律政策,娱乐舆情观察竞品表现是否是整个行业都受到影响

1. 是否有热点事件影响

GMV(营业额)下降怎么分析

往往一些热点事件会导致数据发生比较大的变化,比如一些活动的上线,都会使 dau 发生波动

2. 是否有竞品的影响

是不是其他视频公司购买了一个很高热电视剧的版权,导致了我司流量的流失

3. 有没有政治政策的影响, 比如某会期间会进行管控等等

3. 异常数据分析

- 1. 问题的轻重
 - 需要有一个标准
 - 一般情况下下降了25%的确不少了,但若是活动后的一个月、运营大调整的一个 月,等内部外部特殊情况那又要另说了
- 2. 拉趋势
 - 定位是否个别日期原因,需要判断是否时间的极值影响
- 3. 同比、环比

可以考虑对比上个月数据,或者对比去年的数据,去看这个数据的下降是否符合业务周期性特点

4. 原因定位

4.1指标拆解

1. 对GMV拆解

GMV = 订单数 × 订单均价

2. 从这两个指标,针对商品、用户类别、渠道等进行拆分对比,看一下是全部都整体下降了还是某一类发生了下降

GMV(营业额)下降怎么分析

2.GMV拆解&下钻

C端拆解:GMV=UV*转化率*单价

UV:可以再拆到不同流量来源,站内/站外

转化率:可以再细化到加购率、成交转化率等

客单价

B端拆解:GMV=在线商家数*动销率*店均GMV

如果是直播业务,也可以是GMV=直播场次*平均曝光*转化率**

B端拆解的方式更适用于供给端驱动的市场

其他横向拆解方式

分行业拆解:GMV=A品类GMV+B品类GMV+...

分活动拆解:GMV=A活动+B活动+其他非活动GMV

分地区拆解:GMV=A市场GMV+B市场GMV+...

4.2 拆解维度

- 商品品类/产品线
- 技术
- 时段维度
- 活动效果(运营)
- 用户(地域,新老)

销量:新老用户:

- 老用户方面,看看是否有老用户流失比较严重
- 新用户方面,对比最近周期,看看是否获客下降或者转换率下降

客单价:RFM:

- 分析各构成客户消费单价是否有所下降
- 对重要价值/重要发展/重要保持客户推送关怀信息对一般保持/挽留等价格敏感型客户发放优惠卷

4.3 解决

- 可对上一个环比周期以及本周期的用户做个聚类,给用户分层。对比不同圈层的标准涨跌幅,看不同圈层的用户存量、人均价值、平均消费频次的变化来决定要针对哪个圈层的用户定制有针对性的营销策略或流失用户召回策略
- 营销策略方面,可对历史订单数据做一个关联分析,一方面可以分析用户购物偏好, 另一方面可以对具有强关联性商品做捆绑销售提高销量

GMV(营业额)下降怎么分析