



XXX电商平台2019年数据分析

汇报人

时间



CONTENTS



分析背景

01

02

分析思路

分析过程

03

04

结论建议

PART1

分析背景

背景：

2019年，平台经过一年的发展，销售体量、客户群体、平台规模达到新的高度。现对平台2019年销售数据进行分析。

数据来源：

平台现有数据2019年1月1日0时0分0秒-2019年12月31日23时59分59秒

注：平台数据分析，涉及到的业务规则，来源于公司现行运营规则。

PART2

分析思路





PART3



分析过程

10975
万



GMV

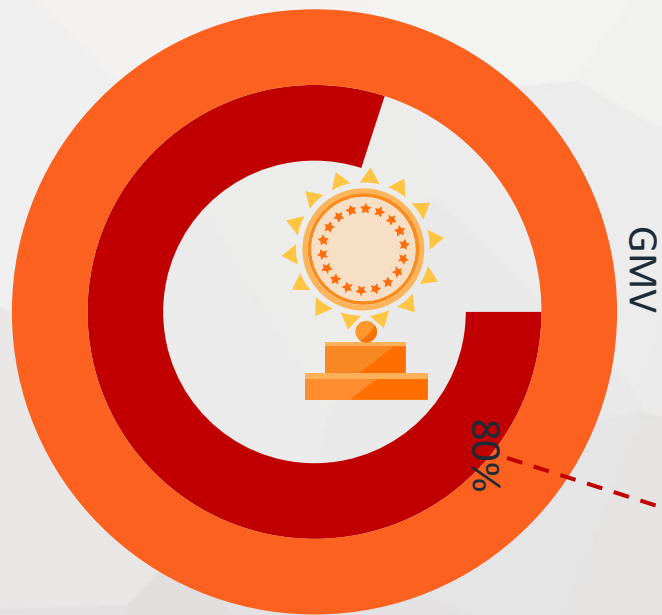
GMV
破亿

8879
万

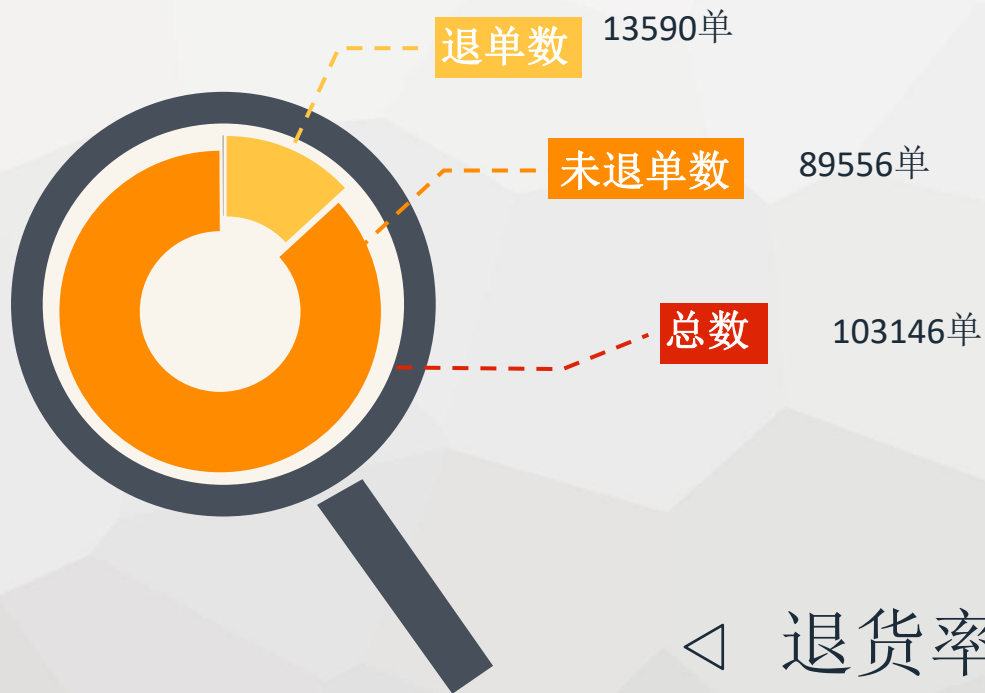


净成交总额

净成交额
不足9000万



净成交总额占比GMV
80%

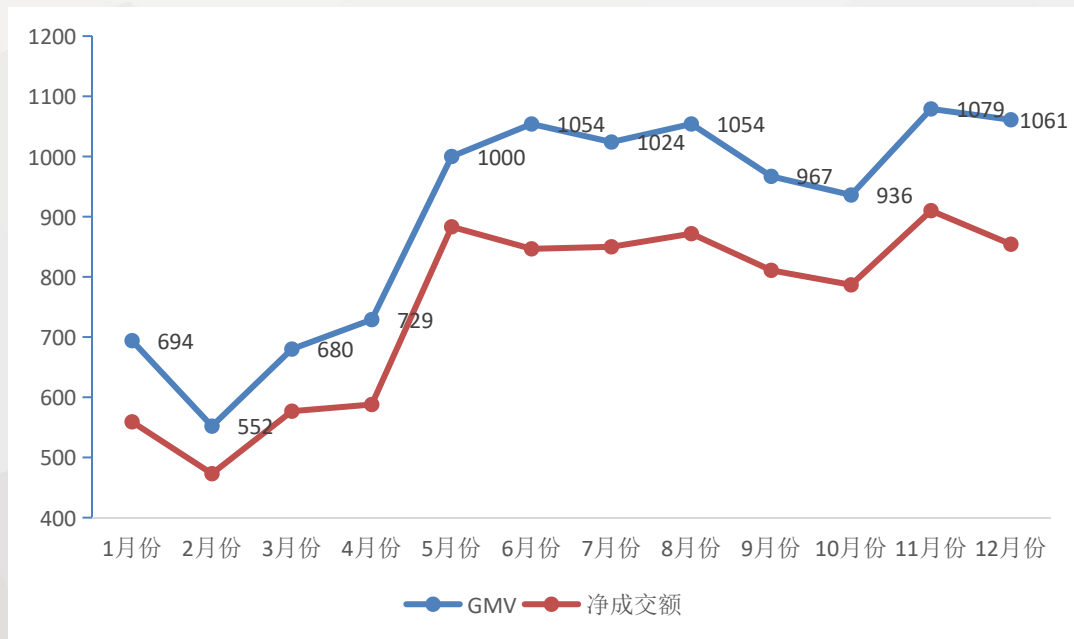


◁ 退货率13.18%

销售趋势

11

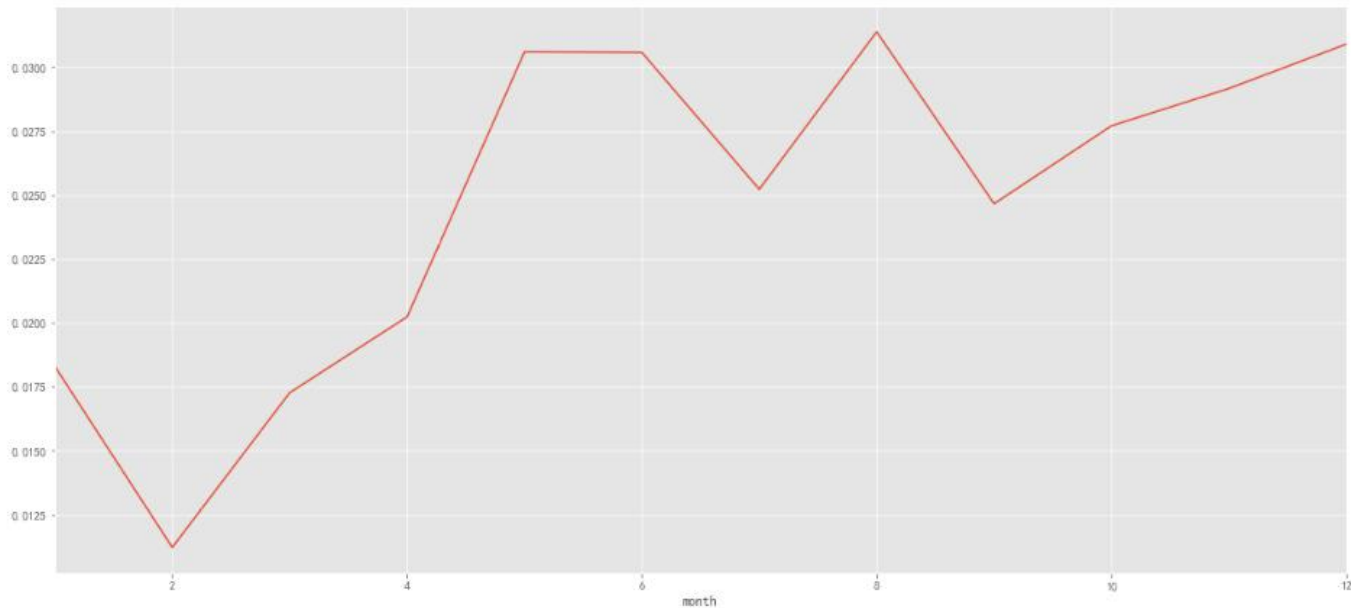
1. 年终大促、双十一大促期间，销售额达到全年较高水平。
2. 2月份销售额达到全年最低，因春节线上消费疲惫有关，符合行业状态。
3. 5月份、11月份的运营促销策略显著，增速较快。



销售复购率

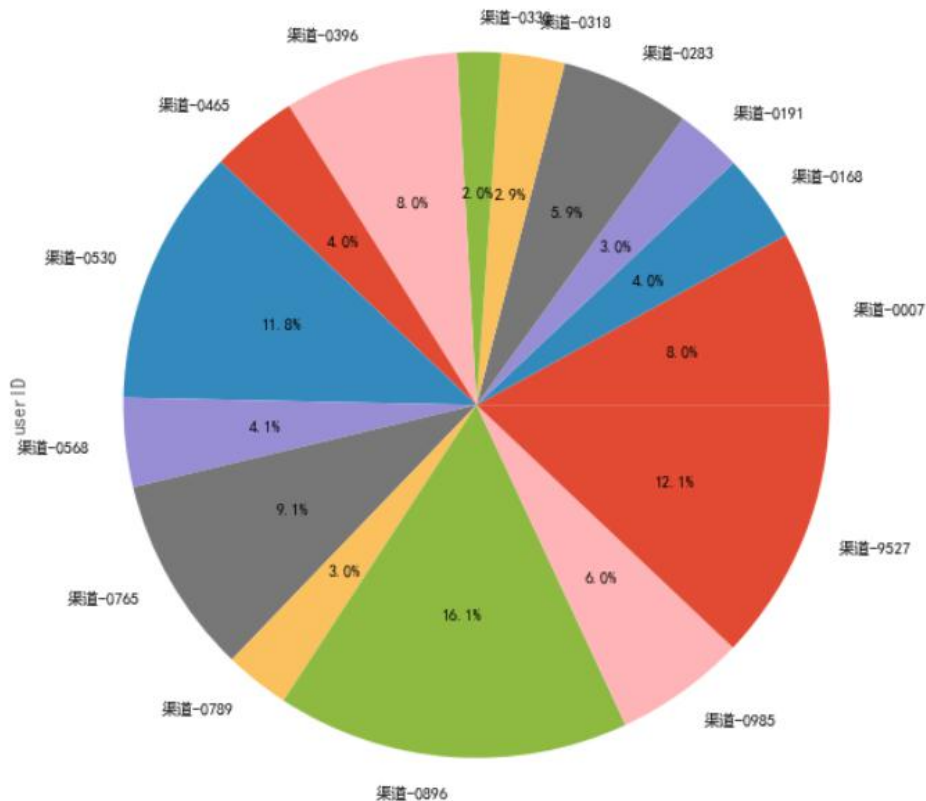
12

1. 用户复购率符合平台发展周期曲线，符合销售走势。
2. 平台全年复购率水平较低，即使在年终大促与双十一大促期间，复购率仍然未超过3.25%，远低于行业水平。
3. 建议平台数据加强对用户数据埋点，以便研究用户行为，提高复购率。



流量分析

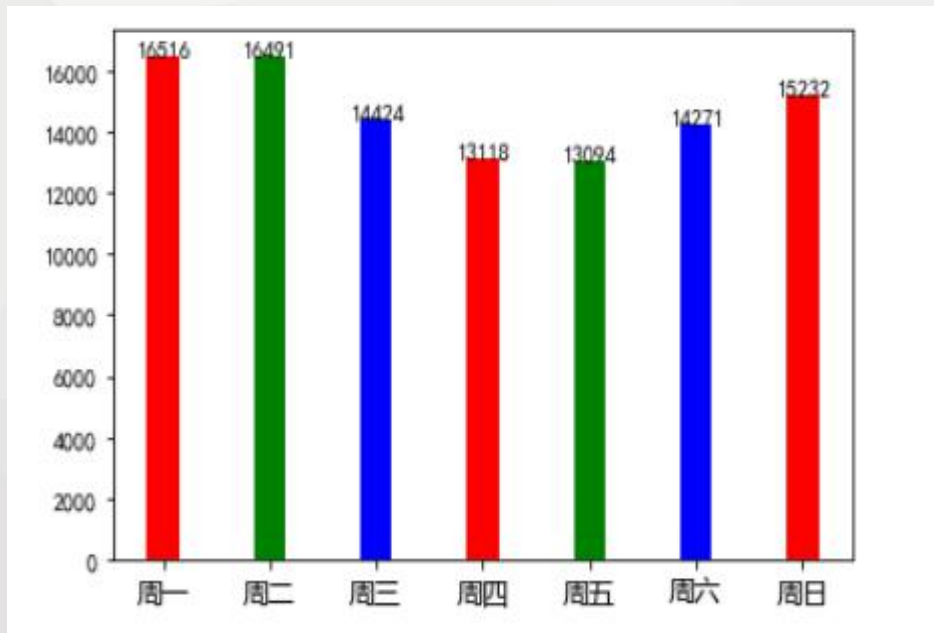
各渠道来源用户占比



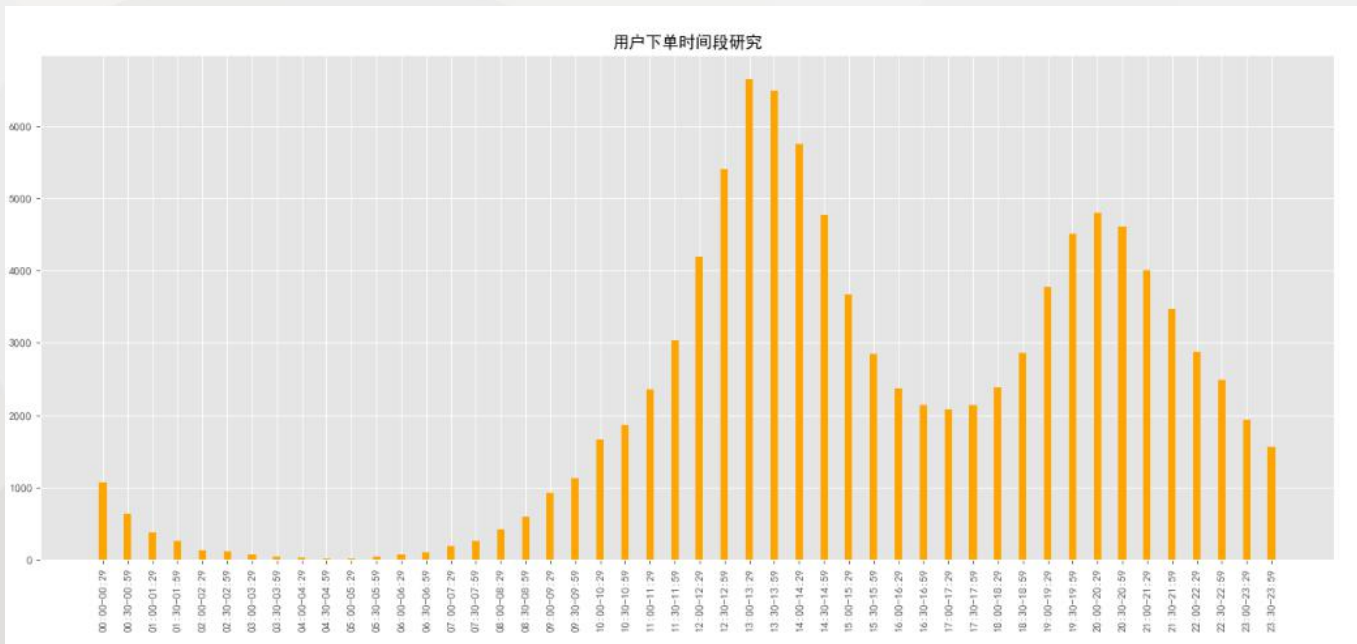
1. 渠道-0896、渠道-9527、渠道-0530获客能力较强，建议增加流量投入。

2. 渠道0330、渠道0318、渠道-0191获客能力较差，建议更改该三门渠道的策略或暂停三门渠道合作。

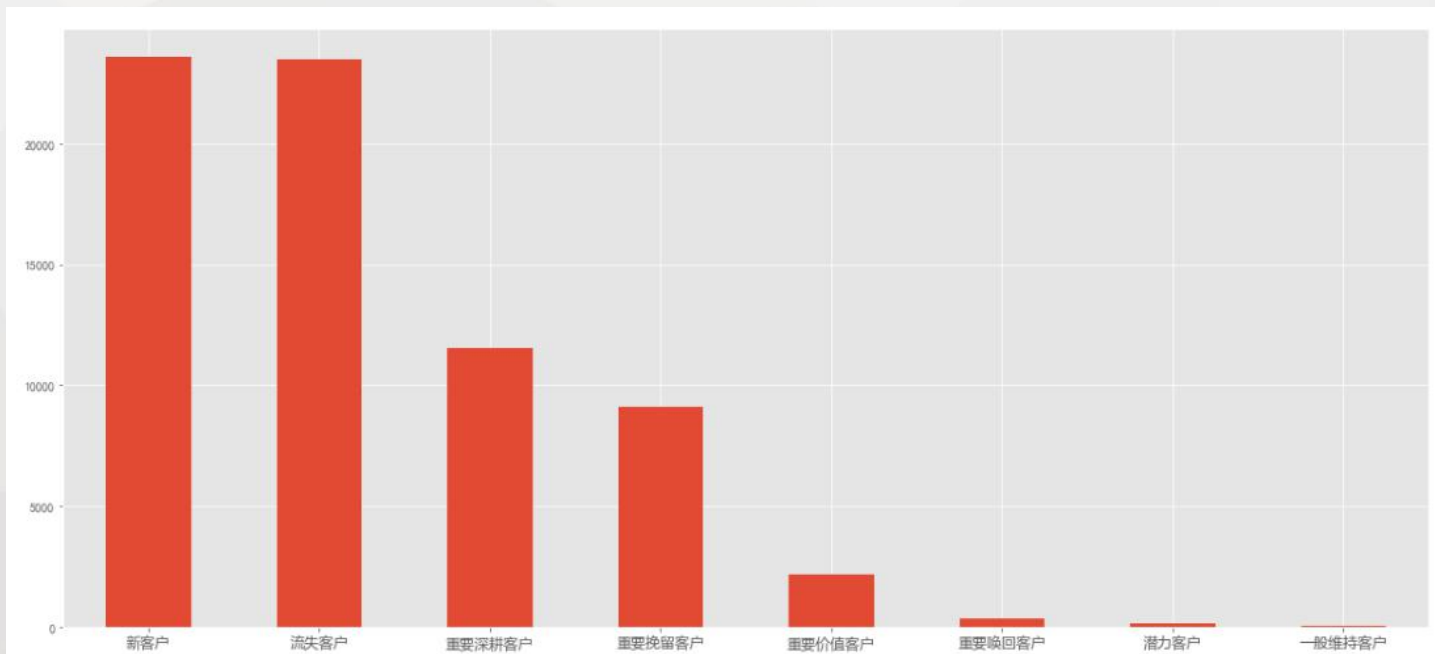
1. 周一、周二用户订单量达到每周高峰，周六、周日达到此高峰，应保障平台人员的全面供给。
2. 周四、周五用户订单量达到每周低谷，可将平台人员休息时间安排在周四或周五。



1. 每日11:00-23:30, 用户比较活跃, 下单量比较密集, 建议将全员上班时间为后移, 稍早于11:00。
2. 每日12:00-15:00, 19:00-22:00, 用户下单量较高; 建议增大该时间段内的促销活动及商品推送服务。



1. 新客户与流失客户几乎持平，且流失客户所占比例较高；建议更改目前留存策略。
2. 重要价值客户与重要深耕客户数量、占比较少，应向该两类用户倾斜资源，个性化服务、DM营销，附加销售。
3. 增加新用户的社区活动，提高客户兴趣，增加客户粘度。





PART4

结论建议

整体运营

提高GMV，净成交额

销售

5月、11月运营促销策略推广；复购率低，平台数据加强用户销售数据埋点；

流量

提高渠道-0896、渠道-9527、渠道-0530流量投入
更改或暂停渠道0330、渠道0318、渠道- 0191流量

用户

客户流失严重，更改目前留存策略；
增大重要客户比例，倾斜资源，个性化服务、DM营销，附加销售。
增加新用户社区活动，提高兴趣，增加客户粘度



THANK YOU

1. 时间是花费在业务上，而不是纠结PPT
2. 不要根据PPT模板做报告，而是根据报告选择PPT模板
3. 纵向分结构，横向选顺序