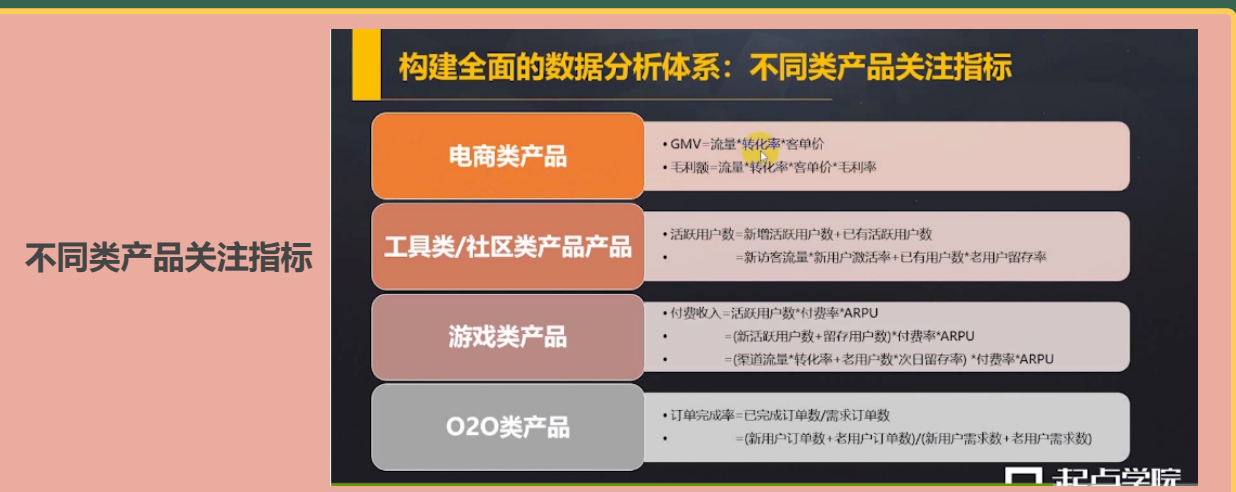
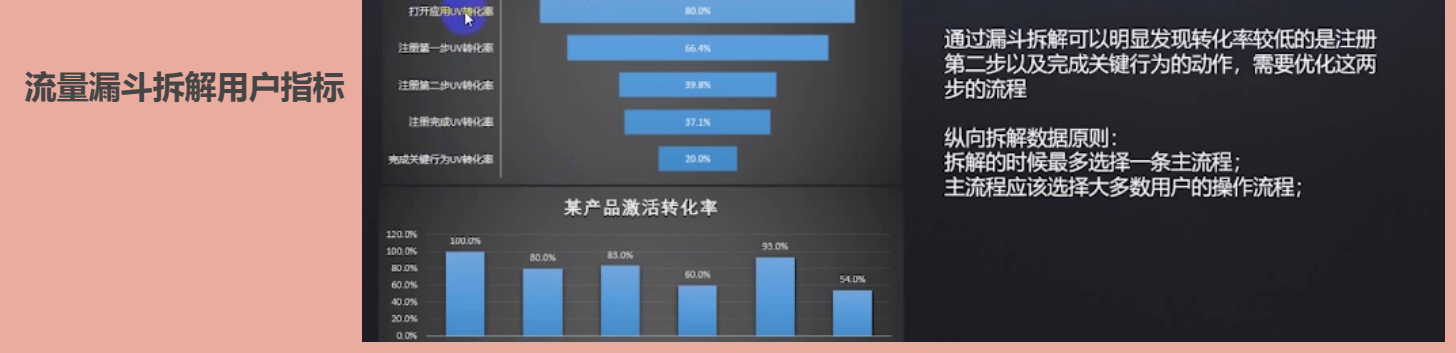


2.数据分析的流程

数据分析流程：需求分析-需求提取-数据需求-数据分析-报告撰写-报告分享-投入应用



案例分析

网站分析指标：UV、PV、点击率、转化率、网页停留时间、网站停留时间、跳出率、退出率

渠道分析指标：新增用户数、用户转化率、渠道ROI、渠道流量、渠道流量占比

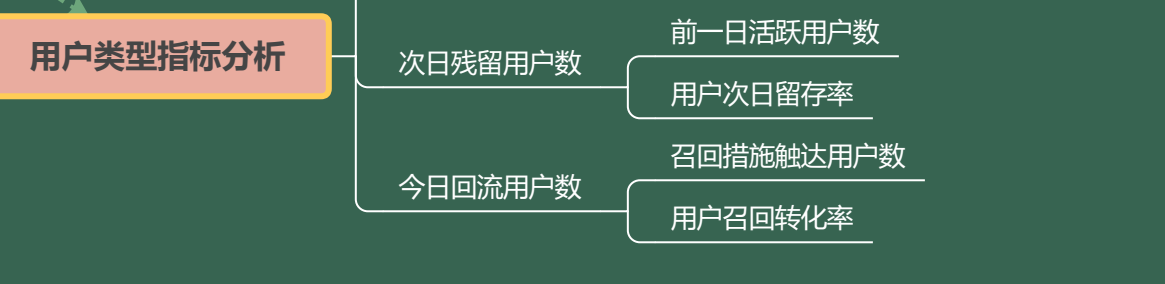
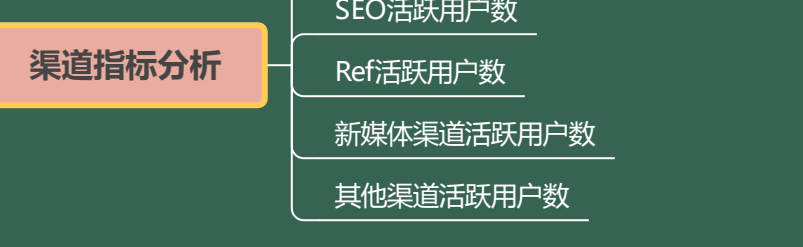
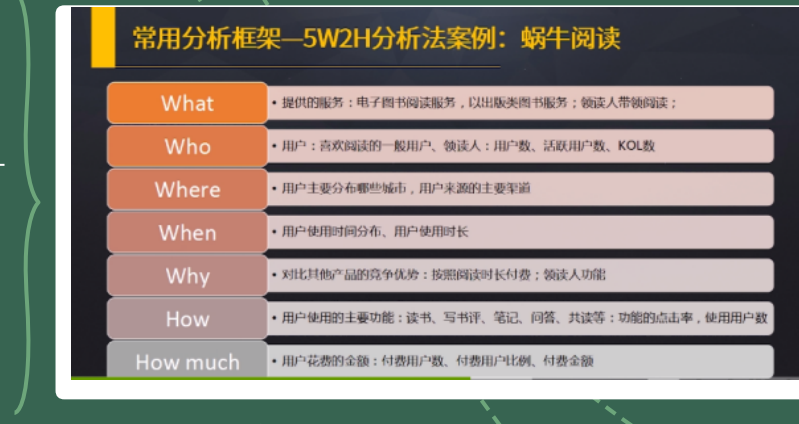
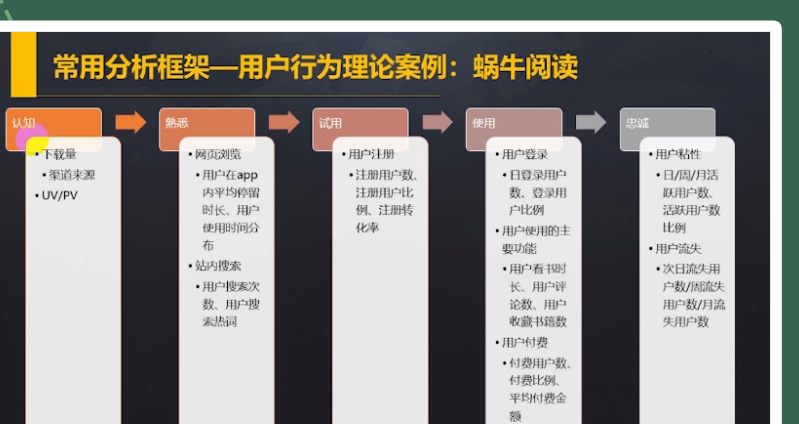
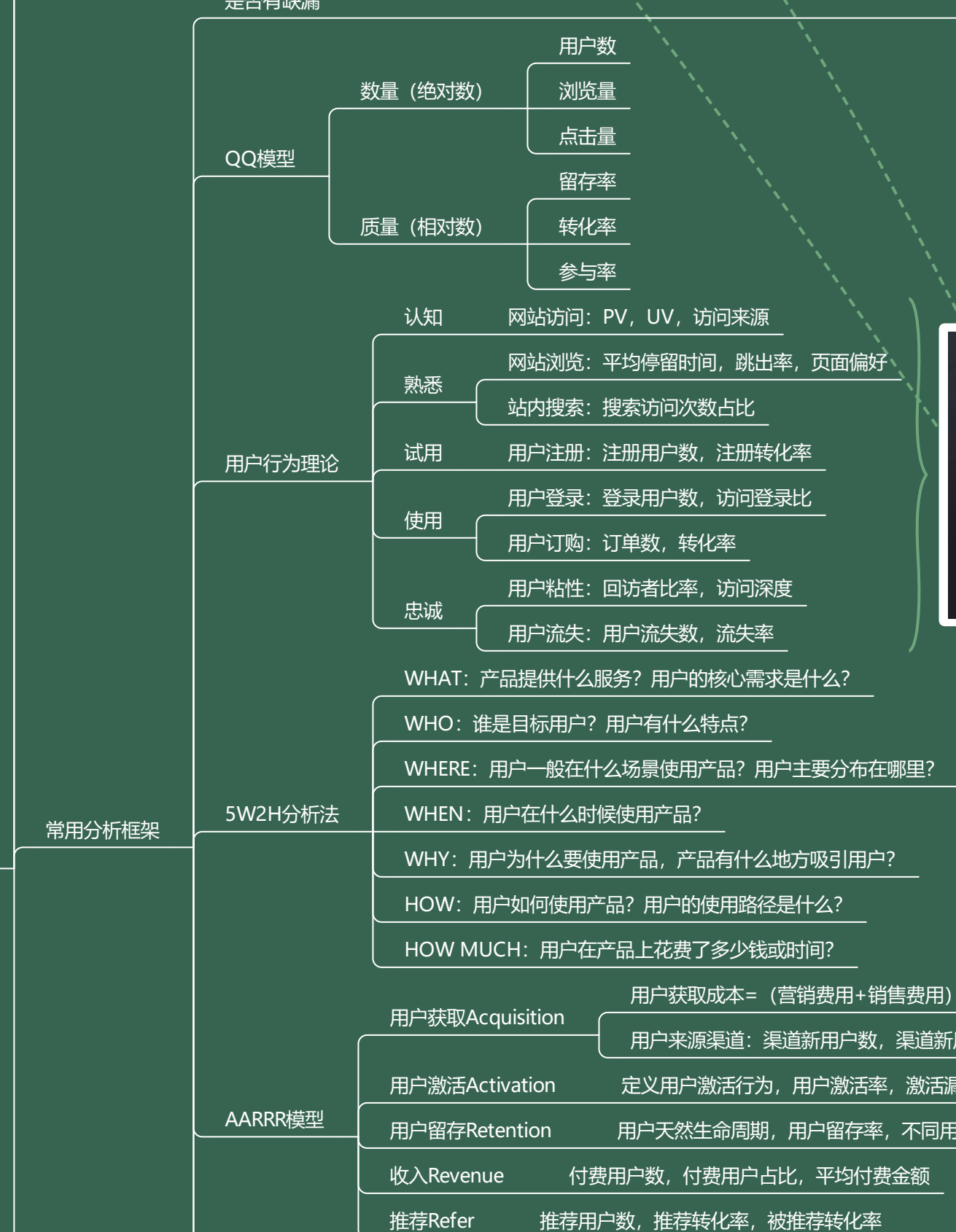
活动效果指标：活动点击率、活动参与人数、活动转化率、活动ROI

收入指标：付费人数、转化率、订单数、客单价、GMV、复购频次、毛利率、毛利额

用户类型指标：新增用户、活跃用户、留存用户、回流用户、流失用户

用户价值指标：用户最近一次下单时间、用户下单频次、用户消费总金额

作用：寻找是否有重要的数据指标没有关注到，数据分析如何入手，数据报告写好后是否有缺漏

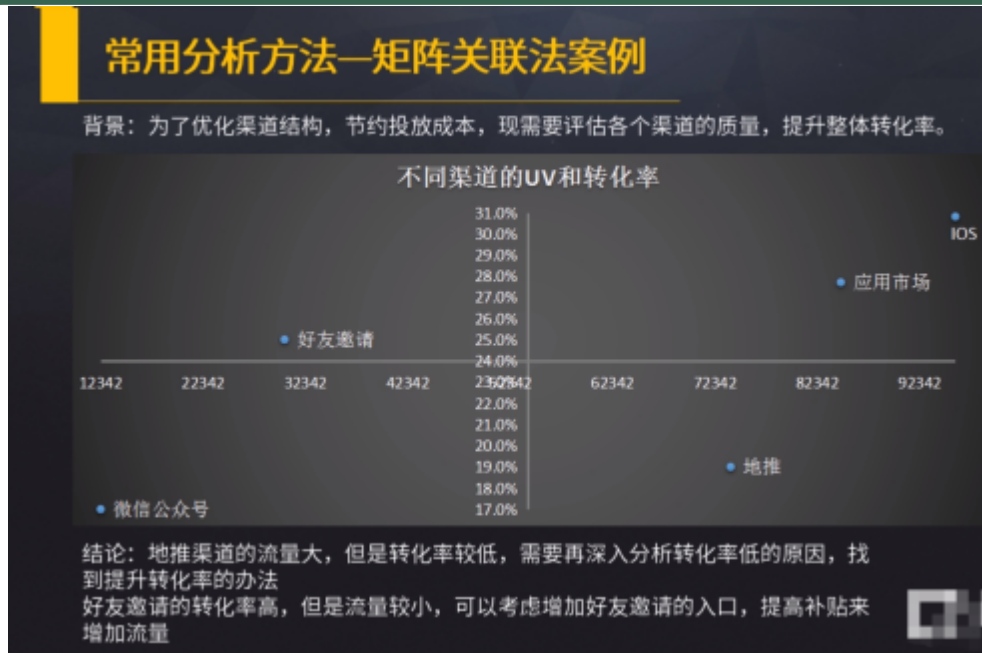


可以制作漏斗图，例如用户获取为100%，来分析用户在那一步流失



用于判断某个数据是好还是坏，以及某几个数据之间的差异性

用于数据包含的信息多样化，且各种类型的数据之间差异较大，用于分析不同类型数据之间的差异数据之间的差异，经常与对比分析法一起使用。

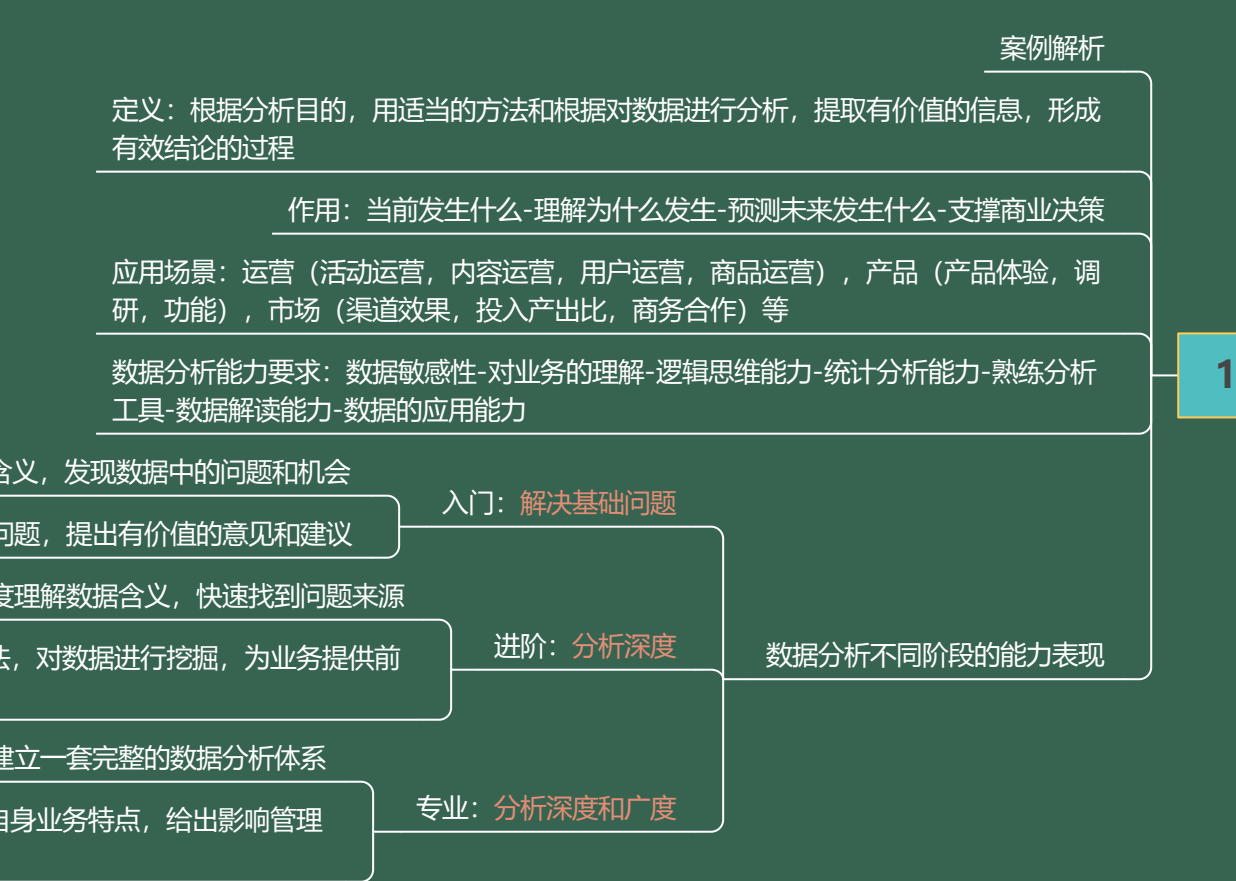


3.数据分析

数据分析

常用名词解释

通常称为网站成交金额，属于电商平台企业或交易指标，主要指拍下订单的总金额，包含已付款和未付款两部分。	GMV
是指独立用户/独立访客，指访问某个站点或点击某条新闻的不同IP地址的人数，独立IP记录第一次进入网站的具有独立IP的访问者	UV
案例中提到的点是指无人货架业务在各个公司所放置的开放式货架，一个货架就是一个点位	点位
就是上架得到的货架的数量	点位数
点位可以分为运营中和下线状态的点位，运营中就是指实际有商品可以正常售卖的点位，下线点位是指点位由于各种原因无法正常运营，只能将点位下线。	下线点位
点位等级就是运营人员根据点位的gmv产出，对于点位进行的分级，不同的运营目的可以有不同的分级规则	点位等级
相互独立完全穷尽，要做到不重，不遗漏的分类，而且能八五问题的核心，并成为有效解决问题的方法	MECE原则
毛利/营业收入*100% = (主营业务收入-主营业务成本) / 主营业务收入*100%，毛利额 = 销售收入-销售成本	毛利率
投入产出比：项目产生收益/项目投入所有市场费用	ROI
每用户平均收入、时间段内运营商从每个用户所得到的利润，高端的用户越多，ARPU越高	ARPU



4.excel数据分析

5.数据驱动运营

6.数据报告撰写