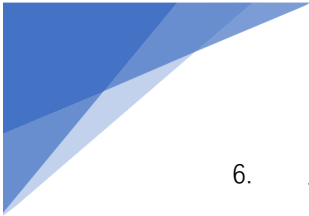
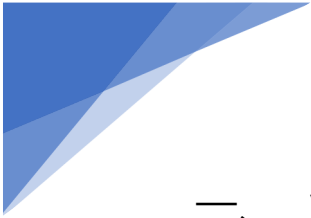


# 数据分析的业务知识大全

一、	业务的定义和分类 .....	3
二、	产品 .....	3
1.	设计前 .....	3
2.	设计中 .....	3
3.	设计后 .....	3
4.	怎么进一步了解产品 .....	3
三、	运营 .....	3
1.	定义 .....	3
2.	种类 .....	3
3.	内容运营 .....	4
4.	提升业绩运营 .....	4
5.	服务类运营 .....	4
6.	运营的关注点 .....	4
7.	运营的考核指标 .....	4
8.	怎么进一步了解运营 .....	4
四、	渠道 .....	5
1.	定义 .....	5
2.	作用 .....	5
3.	关注点 .....	5
4.	怎么进一步了解渠道 .....	5
五、	用户 .....	5
1.	用户的作用 .....	5
2.	常见的用户分层角度 .....	5
3.	用户价值 RFM .....	6
4.	用户生命周期 AARRR .....	6
5.	用户活跃度 .....	6



- 6. 业务相关维度 ..... 7
- 7. 如何进一步了解用户 ..... 7
- 六、 盈利 ..... 7
- 七、 企业的组织架构 ..... 7
- 八、 面试业务知识技巧 ..... 7
  - 1. 通用技巧 ..... 7
  - 2. 实例 ..... 8



## 一、 业务的定义和分类

什么是业务，借用某个大 V 的定义，就是把产品，以合理的方式，通过渠道，卖给用户，赚取利润。所以业务基本就分为这几类：产品、运营、渠道、用户、利润。

## 二、 产品

### 1. 设计前

需要一些宏观数据

### 2. 设计中

确定需要收集哪些用户信息，我们能收集哪些，做一个埋点上的设计。

### 3. 设计后

主要是产品迭代，更多是关注用户的使用情况。没有一个产品刚出来就是完美无缺的。产品迭代需要三个方面的数据支持：用户量、客群结构、功能点使用情况。

### 4. 怎么进一步了解产品

第一，亲自使用产品、卖点、用户、各个功能特别熟悉——意向行业、公司

第二，产品配套的营销、运营推广——经典文章、资深人士的意见——搜一下意向的公司

第三，产品优化通用的指标——数据如何指导产品优化——网上有很多文章

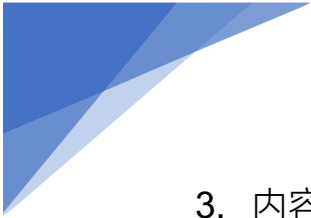
## 三、 运营

### 1. 定义

能够接触到用户的地方就会接触到运营

### 2. 种类

内容、提升业绩、服务类



### 3. 内容运营

各种 push 啊、公众号、微博、品牌方。主要目的是：通知用户某些事情、唤醒用户、与用户互动、做活动

### 4. 提升业绩运营

目的：促进消费

有哪些方式：促销活动、新品试用、节日纪念日活动（京东 618、淘宝双 11）

### 5. 服务类运营

针对用户的主动行为去做出反应。

### 6. 运营的关注点

接触用户的渠道有哪些？哪种渠道最好？

关注时机：热点

运营方式和运营目的：

传递信息：关注文案、包装、希望用户如何回应

提升业绩：方式、后续效果怎样

服务：哪种方式最受用户喜爱、能解决问题

### 7. 运营的考核指标

内容类：到达率、相应度


业绩：短期、长期、成本控制、ROI

服务用户：用户量、使用率、满意度

### 8. 怎么进一步了解运营

1、归纳每一类的运营方式：常用的内容运营方式、常用的拉动业绩方式、会员管理方式、等等

2、归纳每类情况业务部门会关注什么指标，为什么？



## 四、 渠道

### 1. 定义

就是把产品暴露在用户面前

### 2. 作用

拉新和销售。

线上：拉新和接触客户、产品推销、交易、跟进。主要途径：网络广告、应用商店、短信、电话。

线下：门店、传统企业包括加盟、代理——销售、拉新（地推）

搜索推广效果转化漏斗

### 3. 关注点

关注业绩相关指标，包括客单价、成交量、订单付、新增客户、渠道成本（获客成本、获客质量）等等

### 4. 怎么进一步了解渠道

了解常见的关于业绩/拉新的相关指标

大致了解常见的销售方式、销售流程、特点

观察我们遇到的销售是怎么做的

## 五、 用户

### 1. 用户的作用

存在就是一种价值。互动、活跃、存在过

带来消费。分为直接消费和促进消费

转介绍、带来流量。分享有奖、微信转发到朋友圈免费领取课程、个人影响力 大 V、主播

### 2. 常见的用户分层角度



做用户分析，最根本也是最重要的就是用户数据。

用户画像：根据用户的静态信息、行为等等对用户进行分类、分层。

切入点非常重要

### 3. 用户价值 RFM

✓ 最近一次消费(Recency)

✓ 消费频率(Frequency)

✓ 消费金额(Monetary)

参考这个链接 <http://wiki.mbalib.com/wiki/RFM%E6%A8%A1%E5%9E%8B>

写的非常清楚，里面还有实例分析。

### 4. 用户生命周期 AARRR

#### 1) 获取用户 Acquisition

如何低成本的获客、怎么打动用户、抓住用户的吸引力

#### 2) 激活 Activation

如何避免注册多、打开少，让用户称为产品真正的使用者

用户的激活路径是怎样的？用户在哪一步流失？怎么提升转化率？

配合一些策略：补贴、发 push 唤醒用户

#### 3) 留存 Retention

让用户养成使用产品的习惯，对于用户的生命周期有不同的策略

#### 4) 变现 Revenue

根据商业模式的不同，创造收益的方式也不同。

今日头条：通过创造广告位、雇佣写手创造更多内容

电商：直接购买

需要重视的是，**夹点**。指的是用户损失潜在收益的地方，比如电商购买付费的路径，分析用户在哪一步停止付钱。

#### 5) 推荐 Reference

### 5. 用户活跃度

月活、周活、日活、沉默、高活、低活



## 6. 业务相关维度

婚恋网站和支付宝

## 7. 如何进一步了解用户

了解行业内常见的用户数据，具体就是指，行业内到底能够收集到哪些数据。

不同维度的用户分层

不同维度的用户标签

知乎上很多这种文章，运营会画很多思维导图

## 六、 盈利

利润=收入-成本

成本包括：产品、推广、人力、渠道、运转、新客，收入则取决于企业的盈利模式。

盈利模式包括以下几种：

To B

To C

To B & To C

## 七、 企业的组织架构

互联网的企业组织架构基本包括：

管理层、产品、技术、运营、市场

产品包括设计、落地、优化，类似于项目经理的岗位。

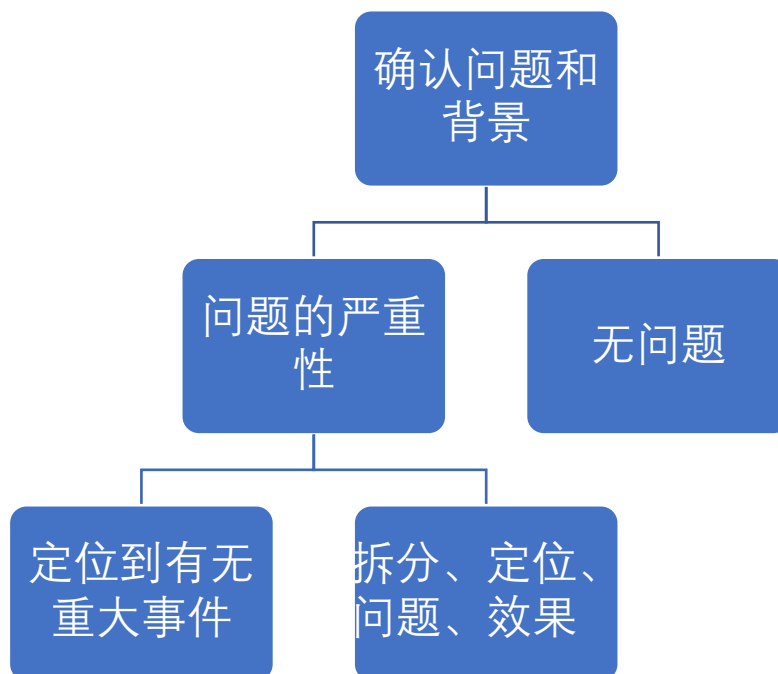
技术包括前端、后端

运营分为产品、内容、活动三个方面

市场包括品牌推广、销售

## 八、 面试业务知识技巧

### 1. 通用技巧



## 2. 实例

### 举例 1 重大波动问题

面试官说：哎呀，我们最近业绩很不好，怎么办？

第一步，询问相关背景：具体指哪些指标、原来多少、现在多少？具体下降了多少？  
一步步咨询

面试官说：我们那个销售额下降了 **90%**。

结合行业背景来看，问题是不是真的很严重。有些行业下降 90%也是很正常的，比如节假日、旅游

**不是行业背景问题，业绩确实下滑这么多，而且问题很严重**

核查数据是否准确，数据是否错误、遗漏，因为重大问题是小概率事件，很多情况下是数据出了问题

**数据没有错误，最近是否有重大事件出现**


迅速做出反应，能用的方法都用上，因为事已至此，只能尽力挽救。

### 举例 2 普通的上升下降问题（用户量、活跃度、新增、销量减小）

面试官：我们最近用户量突然下降了

用户指注册用户吗？具体是哪些指标，原来多少、现在多少





面试官：日活注册量下降 10%

是否行业规律

不是行业规律，继续拆分问题

时间维度：什么时候下降

新用户/老用户问题

新用户：哪些渠道

老用户：长期用户、短期用户、没有需求还是哪里体验不好

衡量改善成本和效果

定位到地推的新增用户少了