

电商行业 数据指标体系

讲师：萨缪尔 Samuel

A portrait of a man with short black hair, wearing a black t-shirt, standing with his hands on his hips. The background is a dark grey with repeating '网易出品' (NetEase Product) and 'PRODUCE BY NETEASE' watermarks.

萨缪尔老师

网易数据分析教研负责人，

前盛大游戏战略规划总监、前腾讯游戏商业智能中心Leader

上海交通大学高金硕士，《哈佛管理导师》外部导师

- **知乎大V：「萨缪尔」** 主要聚集与商业分析、行业与战略分析、Python数据分析等
- **BAT** 互联网巨头商业洞察分析 & 咨询公司战略咨询背景
- 擅长行业趋势研究和战略管理咨询工具，**为20多家上市公司提供战略发展决策建议**

电商企业指标体系

看板金字塔 1+X+N

1

内容和用途

- 内容：大盘分析 (各模块核心指标)
- 分析类型：决策分析

X

作用与理念

- 决策信息 宽度与效率的平衡
- 核心大数 关键逻辑

N

电商企业指标体系

看板金字塔 1+X+N

内容和用途

- 内容：各业务模块，如流量、用户、商家、品类、业务线、补贴、城市、物流、收支UE
- 分析类型：模块分析

作用与理念

- 层层下钻 多维打开
- 全视角 全链路
- 系统化 标准化

电商企业指标体系

看板金字塔 1+X+N

内容和用途

- 内容：各个核心项目
- 分析类型：专题分析

作用与理念

- 项目360
- 补充性 阶段性 专业性 拓展性

某电商企业指标体系

看板金字塔 1+X+N

	大盘 (1)	流量 (N1)	买家 (N1)	卖家 (N1)	行业 (N1)	销售转化 (N1)	市场营销 (N1)	风控 (N1)	物流 (N1)	收支UE (N1)	核心项目 (N2)
大盘											
流量											
买家											
卖家											
行业											
销售转化											
市场营销											
风控											
物流											
收支UE											

核心框架

- 刻画业务，主线清晰，遵循两个三件套：规模/结构/趋势，判断/归因/策略
- 沉淀分析思路，根据看数逻辑设计产品，按照讲一个case，先看什么指标，后看什么的顺序设计

某电商企业指标体系

看板金字塔 1+X+N

	大盘 (1)	流量 (N1)	买家 (N1)	卖家 (N1)	行业 (N1)	销售转化 (N1)	市场营销 (N1)	风控 (N1)	物流 (N1)	收支UE (N1)	核心项目 (N2)
大盘											
流量											
买家											
卖家											
行业											
销售转化											
市场营销											
风控											
物流											
收支UE											

结构逻辑

- 分门别类遵循MECE原则，即不重不漏
- 颗粒度太细时：可考虑2级TAB，截面分析/趋势分析平衡等方式展示
- 不同模块、指标之间：从左到右/从上往下，通常“先总后分”，或遵从一定业务逻辑
- 相似模块、指标之间：排序逻辑，可按重要程度、高频、强抓手性、用户诉求等降序或部分前置

某电商企业指标体系

看板金字塔 1+X+N

	大盘 (1)	流量 (N1)	买家 (N1)	卖家 (N1)	行业 (N1)	销售转化 (N1)	市场营销 (N1)	风控 (N1)	物流 (N1)	收支UE (N1)	核心项目 (N2)
大盘											
流量											
买家											
卖家											
行业											
销售转化											
市场营销											
风控											
物流											
收支UE											

形式表现

- 横纵轴：模块通常不超过10个
- 页面：最好1屏讲清楚故事，用户在做判断、问题定位时尽量不用下拉/打开/跳转等操作
- 维度：保留核心维度1-3个，建议删除或隐藏次要维度
- 指标：层级通常不超过3层



示例：核心大盘数据

		年度	季度	月度	周	日					
		2021年（截至2020年	2021年Q1	2021年Q2	2021年4月	2021年5月	2021年6月	最近一周	上周	2021.7.28	2021.7.29
交易额	GTV										
	华东										
	华南										
	华北										
	西南										
	西北										
	东北										
流量与用户	客单价										
	UV										
	访问率										
	登录用户数										
商家	下单用户数										
	新下单用户数										
	有效商家数										
	营业商家数										
品类	动销商家数										
	Top100商家订单占比										
收支											
.....											

1 时间序列明确

2 明确下钻维度

3 确定各个模块的核心指标

4 各个模块完备结构清晰



示例：X-流量分析

课程

总结

1

电商的指标体系：金字塔1+X+N

2

核心大盘数据的显示要求