

- 问题1：分析并提高流量的方法
  - 搜索流量(关键词):
  - 排行榜商品榜;
  - 渠道来源分析
  - 流量着陆页分析--店内路径分析
  - 访问时间及低于
  - 商品套餐
  - 运营活动
  - 渠道广告
- 具体描述下用户画像内容
  - 是什么
  - 怎么用
  - 用户画像用途
  - 工作中的运用:
- 需要对用户流失进行分析，请说说你的思路
  - 流失用户分类，明确流失用户群体
  - 新用户流失
  - 老用户流失:
  - 渠道流失分析
  - 商品流失分析
- 页面流量突然下降，请说说你的分析思路
  - 流量统计自生问题
  - 运营活动结束后，导致流量回落
  - 流量渠道 投放结束，导致流量下降
- 一堆商品中销售量有高有低，请分析如何使高销量的商品销量更好，低销量商品销量变高
  - 高销量更好
  - 销售低商品
  - 高销量商品和低销量商品，找到工作，做关联销售，做活动;

## 问题1：分析并提高流量的方法

---

### 搜索流量(关键词):

选择热门关键词，设置容易被搜索到关键词，增加流量

## 排行榜商品榜；

让商品进入排行榜，增加曝光度，提高商品流量

## 渠道来源分析

渠道占比分析，什么渠道占比重，什么渠道有上升的趋势，什么渠道下降了

## 流量着陆页分析--店内路径分析

从什么地方来的，访问了什么页面，干了什么事，之后又干什么了

## 访问时间 & 低于

什么时间段是访问高峰期，什么地域访问人数多

## 商品套餐

商品关联销售，推荐商品，套餐商品，让顾客多访问商品，多停留；

## 营销活动

针对增加流量，做一个专题活动，推动流量短期上升

## 渠道广告

增加曝光度，依据用户画像，进行重点投放；

---

# 具体描述下用户画像内容

---

## 是什么

用户画像是对用户属性的描述，核心工作即是给用户贴“标签”，抽象出的一个标签化的用户模型，将用户群体进行区分，群体内部相似，群体之外有差异；

## 怎么用

具体到应该场景就是用户性别、年龄、地域、会员等级，职业分布，下单时间段，手机系统，喜好品牌，购买能力；

### ### 划分

寻找关键变量，对目标用户/客户进行聚类分析；

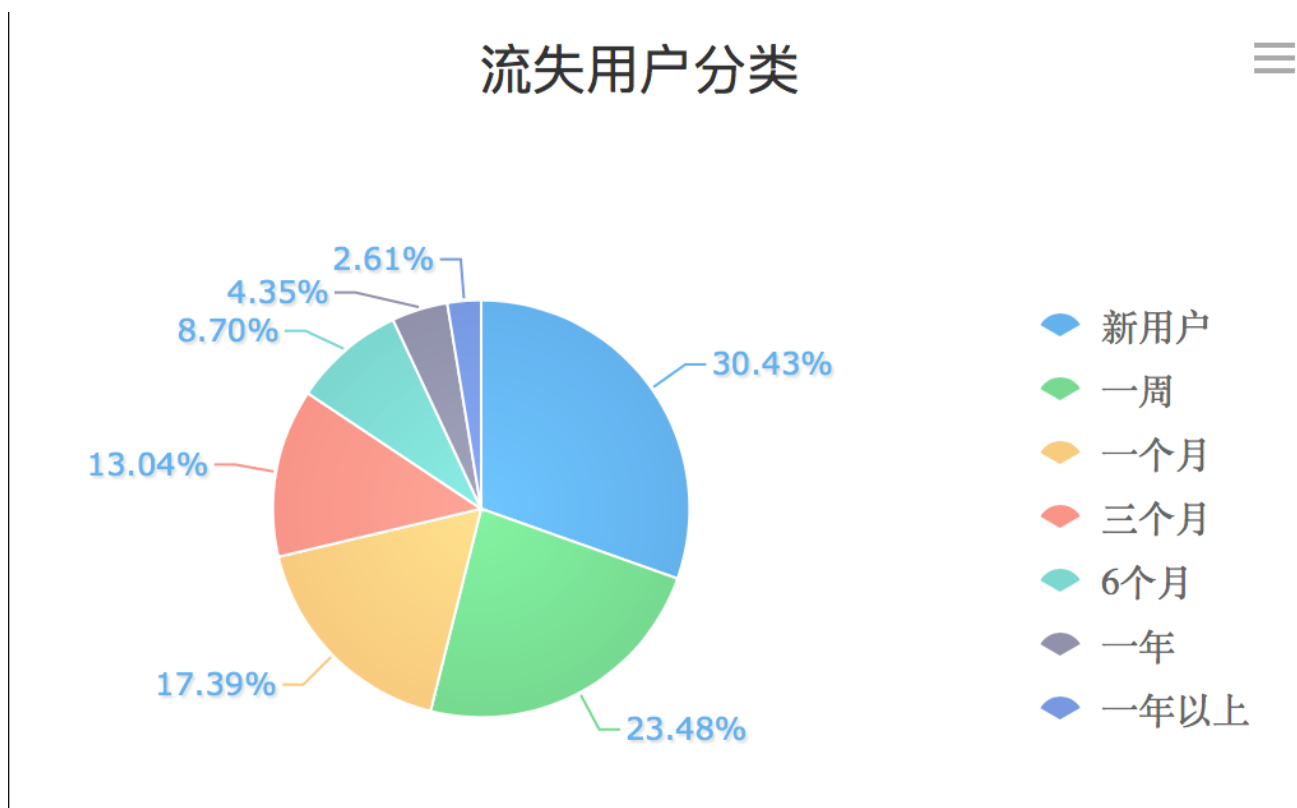
## 用户画像用途

- 1.精准营销，分析产品潜在用户，针对特定群体利用短信邮件等方式进行营销；
- 2.数据挖掘，构建智能推荐系统，利用关联规则计算，喜欢红酒的人通常喜欢什么运动品牌，利用聚类算法分析，喜欢红酒的人年龄段分布情况；
- 3.进行效果评估，完善产品运营，提升服务质量，其实这也就相当于市场调研、用户调研，迅速下定位服务群体，提供高水平的服务；
- 4.业务经营分析以及竞争分析，影响企业发展战略

## 工作中的运用：

O2O 效果分析（分析报告中讲述）

需要对用户流失进行分析，请说说你的思路



流失用户分类，明确流失用户群体

新用户流失

从用户体验，产品是否满足用户需求分析

老用户流失：

老用户流失再细分，购买2次，3次，多长时间未购买

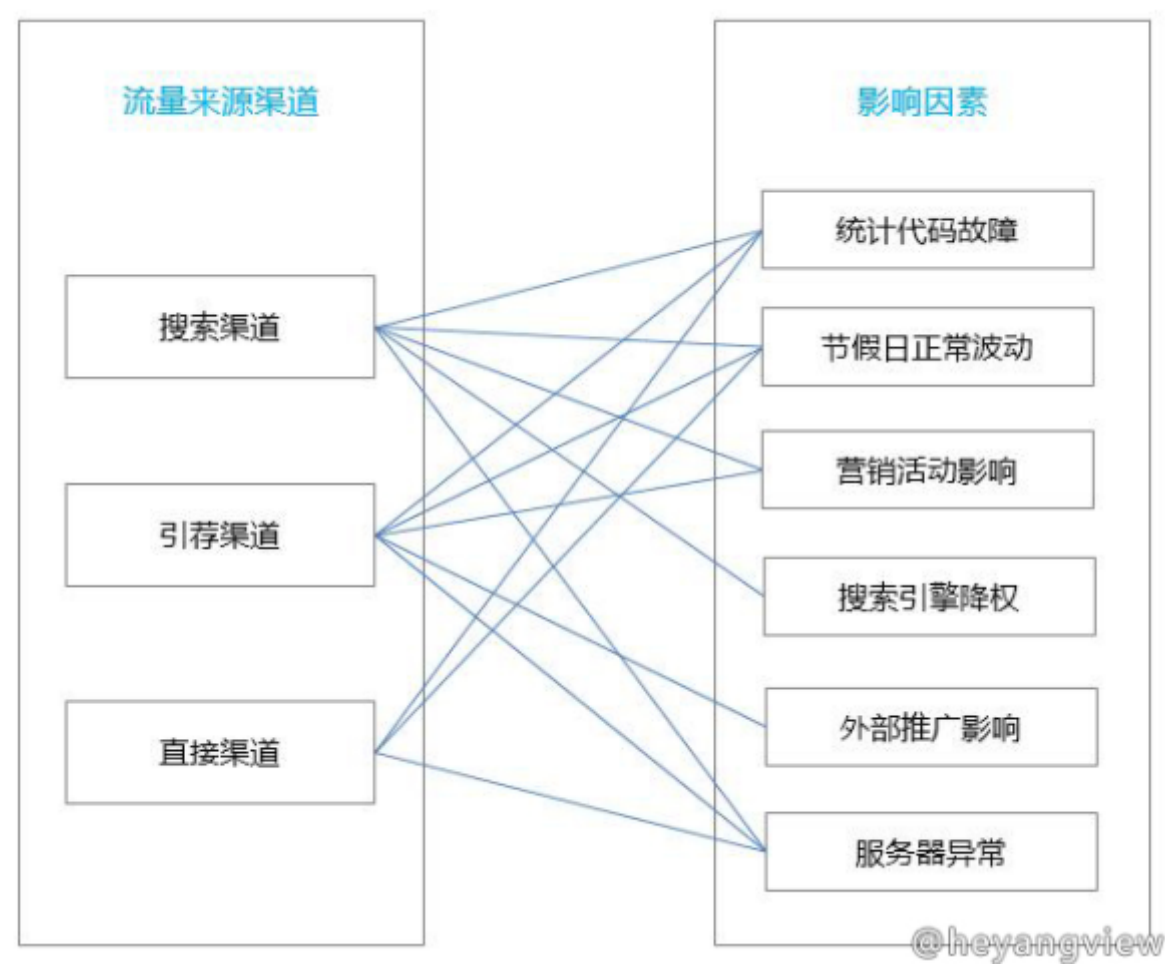
渠道流失分析

哪个渠道带来流量下降明显，导致用户流失

商品流失分析

哪个商品流向下降，导致用户流失

页面流量突然下降，请说说你的分析思路



流量统计自生问题

- 1.数据统计错误
- 2.APP版本升级，流量统计代码未放正确
- 2.页面无法正常访问

运营活动结束，导致流量回落

流量渠道 投放结束，导致流量下降

网站流量突然下降应该怎么找原因？

流量突然下降的六大原因及对策

一堆商品中销售量有高有低，请分析如何使高销量的商品销量更好，低销量商品销量变高

---

高销量更好

- 1.分析高销量商品好的原因；  
商品标题(关键词)、价格、目标群体、渠道来源
- 2.销售好商品存在的问题：  
优化，提高
- 3.商品关联销售、推荐销售
- 4.渠道推广，打广告
- 5.做活动

销售低商品

- 1.原因分析，改进
- 2.借鉴高销量商品，销售好的方面，改进
- 3.和高销量商品 搭配销售

高销量商品和低销量商品，找到工作，做关联销售，做活动；