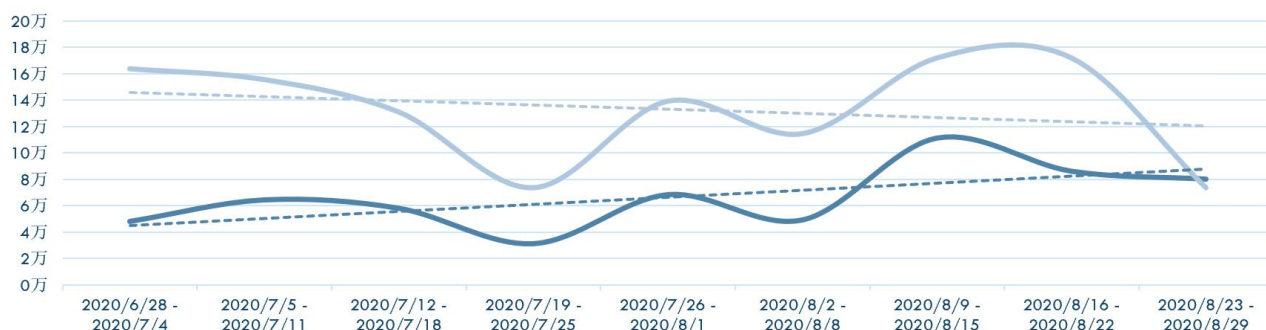


阶段一 作业

- 请依据数据，在同一个图中做出支出和收入的曲线，并做出两者的趋势线，分析两者趋势（20分）
如下图，在支出收入趋势图中，支出呈现下降趋势，收入呈上升趋势。

支出收入趋势图



- 通过支出和收入的曲线和趋势线，我们发现近期收入呈（B）趋势，近期支出呈（A）趋势。说明近期的渠道毛利呈（B）趋势，渠道盈利情况逐渐（E）（20分）；

A. 上升 B. 下降 C. 平稳维持 D. 变好 E. 变坏

- 在拆解问题之前，我们先将线索转化的指标体系建立完成。我们增加几个衡量指标：

线索成本=支出/线索数量，线索转化率=报名人数/线索数量*100%，ROI=收入/支出。

请同学们在 excel 中将以上指标求解完成，并分别做出线索成本、线索转化率、ROI 的曲线与趋势线（20分）
求得指标如下表：

周期	2020/7/4 - 2020/7/4	2020/7/11 - 2020/7/11	2020/7/18 - 2020/7/18	2020/7/25 - 2020/7/25	2020/8/1 - 2020/8/1	2020/8/8 - 2020/8/8	2020/8/15 - 2020/8/15	2020/8/22 - 2020/8/22	2020/8/29 - 2020/8/29
支出	47900	64300	57900	30950	68300	49050	111300	86100	80100
线索数量	352	460	301	220	245	195	389	413	273
报名人数	20	19	16	9	17	14	21	21	9
收入	164000	155800	131200	73800	139400	114800	172200	172200	73800
线索成本	136.08	139.78	192.36	140.68	278.78	251.54	286.12	208.47	293.41
线索转化率	5.68%	4.13%	5.32%	4.09%	6.94%	7.18%	5.40%	5.08%	3.30%
ROI	3.42	2.42	2.27	2.38	2.04	2.34	1.55	2.00	0.92

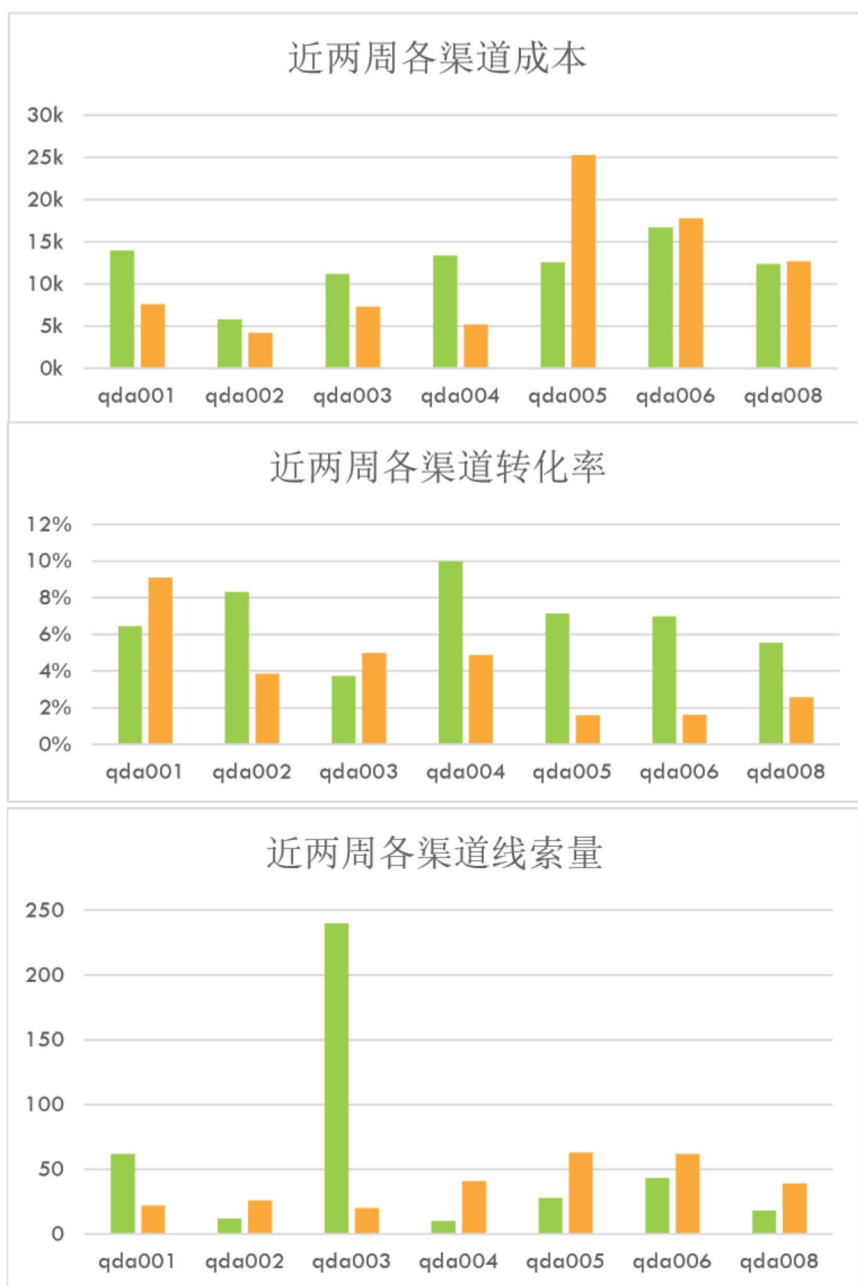
曲线及趋势图如下：



- 请筛选出各渠道近两周（数据表中的最后两周）的数据，计算每周的各渠道的成本、转化率、线索量，

周别 34				周别 35			
渠道名称	W1渠道总成本	W1渠道转化率	W1线索量	渠道名称	W2渠道成本	W2渠道转化率	W2线索量
qda001	14000	6.45%	62	qda001	7600	9.09%	22
qda002	5800	8.33%	12	qda002	4200	3.85%	26
qda003	11200	3.75%	240	qda003	7300	5.00%	20
qda004	13400	10.00%	10	qda004	5200	4.88%	41
qda005	12600	7.14%	28	qda005	25300	1.59%	63
qda006	16700	6.98%	43	qda006	17800	1.61%	62
qda008	12400	5.56%	18	qda008	12700	2.56%	39
总计	86100	5.08%	413	总计	80100	3.30%	273

并用柱状图/条形图对比。（15 分）



粗略观察：

近两周成本上升的渠道有 qda005、qda006、qda008 三个，且增幅小。

近两周转化率下降的渠道有 qda002、qda004、qda005、qda006、qda008 五个，且跌幅较大。

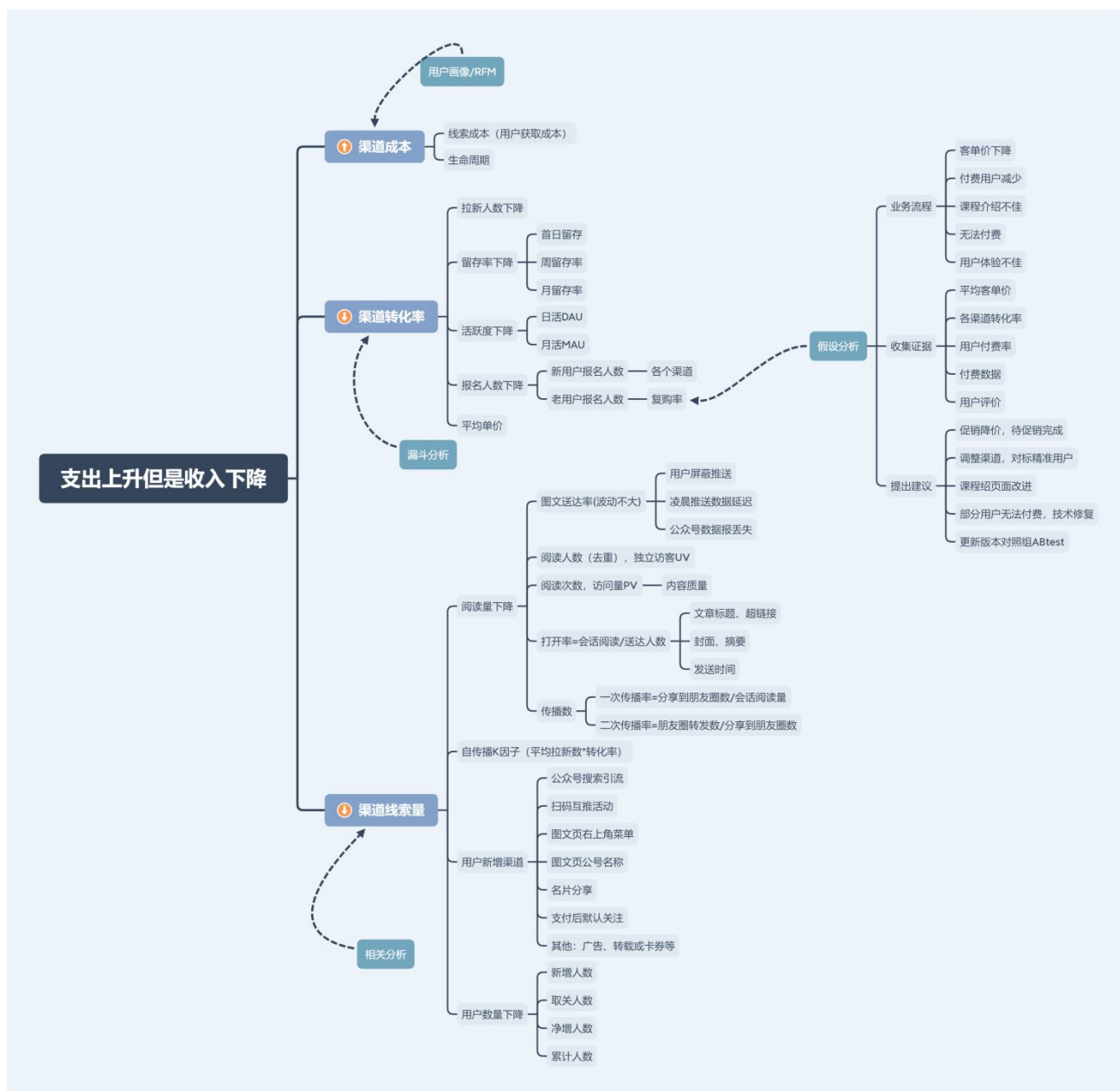
各渠道线索量分布不均，除 qda003 有大幅下降外，其余都呈正增长，近两周 qda007 都存在数据缺失，这一指标测算不确定性大。

4.2 观察是渠道成本上升引发的问题？还是渠道转化率下降引发的问题？还是渠道线索量下降引发的问题？（如果是多个因素，可以说是多个因素的问题。）（15 分）

复杂问题必然是多种因素综合作用下的结果，而且我们分析研究时，越是靠近微观层面的实际业务，需要考虑的因素就越多。既然在整体上已经顺藤摸瓜找到原因是渠道，针对具体某一类渠道的问题，不如衡量各种因素与目标之间的相关性。

个人认为在成本、转化率和线索量三者当中，转化率的相关度最大，且核心内容带来的转化尤为关键，因此高质量的内容是吸引用户付费的深层推动力。除了穷尽各种渠道策略，还很有必要对公众号推文中的课程介绍和链接跳转到的详情页面进行优化设计，以更好的用户体验促进成交量。渠道成本次之，因为成本的影响程度是相对于预算和收入而言的，转化率高的渠道并不一定成本也很高。线索量的相关性低，是必要而非充分条件，获得线索量的实现形式多样，与之相应地，相关的影响因素就较前两者更为复杂。

对“支出上升收入却下降”这一问题进行分析形成逻辑树，并了解到可能涉及的相关指标，如下图。



现有数据并不全面, 不足以进行这些细致的分析, 所以就表格数据字段进行后续分析。

5* (拔高题) 对于后续的渠道投放, 请综合分析各渠道的投放质量, 选取几个有代表性的字段, 说明选取这个字段的原因, 并按这些字段对渠道做综合打分。(5 分)

在月份、推广日期、发布时间、渠道名称、推文、责任销阅读量、线索人数、报名人数这八个字段中, 选择的字段及原因如下 (按照重要程度排序):

- ①渠道 ROI, 经济效益看投产比, 其重要性不言而喻。
- ②渠道收入, 理由同上, 收入高值得更多投入。
- ③线索转化率, 作为中间核心环节, 成交在此一举。
- ④阅读量, 公众号最重要的宣传作用通过阅读量的大小进行衡量。

目标优化矩阵-指标权重						
指标	渠道ROI	渠道收入	线索转化率	阅读量	得分+1	权重
渠道ROI	0	1	1	1	4	0.4
渠道收入	0	0	1	1	3	0.3
报名转化率	0	0	0	1	2	0.2
阅读量	0	0	0	0	1	0.1

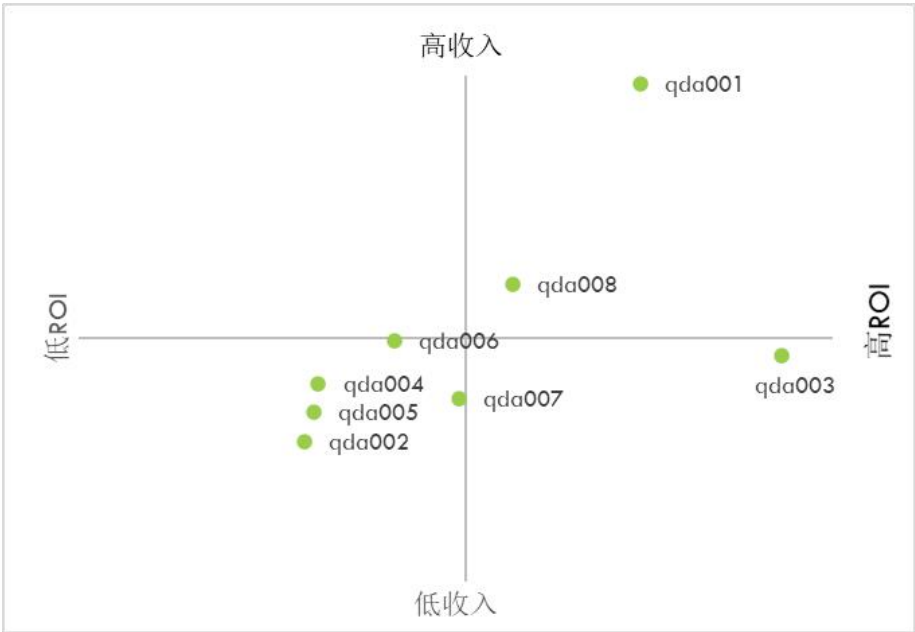
综合打分情况如图：

计算渠道权重-排名						
渠道名称	渠道ROI	渠道收入	线索转化率	阅读量	权重得分	排名
qda003	1.00	0.24	0.00	0.00	0.40	1
qda001	0.70	1.00	1.00	1.00	0.28	2
qda008	0.44	0.44	0.75	0.44	0.17	3
qda007	0.32	0.12	0.78	0.31	0.13	4
qda006	0.19	0.28	0.51	0.54	0.08	5
qda004	0.03	0.16	0.14	0.37	0.01	6
qda005	0.02	0.08	0.13	0.31	0.01	7
qda002	0.00	0.00	0.42	0.03	0.00	8

6*（拔高题）请将以上小题的分析结论做出一个结案报告。（5分）

结论：

1. 近期在公众号 KOL 渠道上支出呈现下降趋势，收入呈上升趋势，说明近期的该渠道毛利呈下降趋势，盈利情况逐渐变差，但公众号作为重要的宣传渠道，宜进行后续优化。
 2. 通过分析我们发现近两周支出上升而收入异常下降，主要是由于转化率下降引发的，且渠道成本的上升和线索量的波动也对收入造成了一定的影响。
 3. 公众号线索转化的指标体系包括：渠道 ROI，渠道收入，线索转化率，阅读量。
- 通过综合分析，对各渠道的 ROI、收入、线索转化率、阅读量做综合权重指数，计算出近两个月的最优渠道为 qda003，低收入依然实现高投产比，其次是 qda001，高 ROI 且高收入，后续应与公众号运营团队依据各渠道特点和用户特征进一步商议推文的发布时间、内容风格和推送方式。



4. 留电环节为重点优化环节，通过漏斗分析，发现用户转化环节中，留电环节的转化率极低，后续要思考如何提升留电率，用户被动留电可以设置小游戏或小测试获取信息，用户主动留电则需要提升文案吸引力。

环节	人数	各环节转化率	总转化率
阅读	382489	100.00%	100.00%
留电	2848	0.74%	0.74%
报名	146	5.13%	0.04%