

实验 5-2 根据分析结果决定营销方案

建议课时：60 分钟

一、教学目标

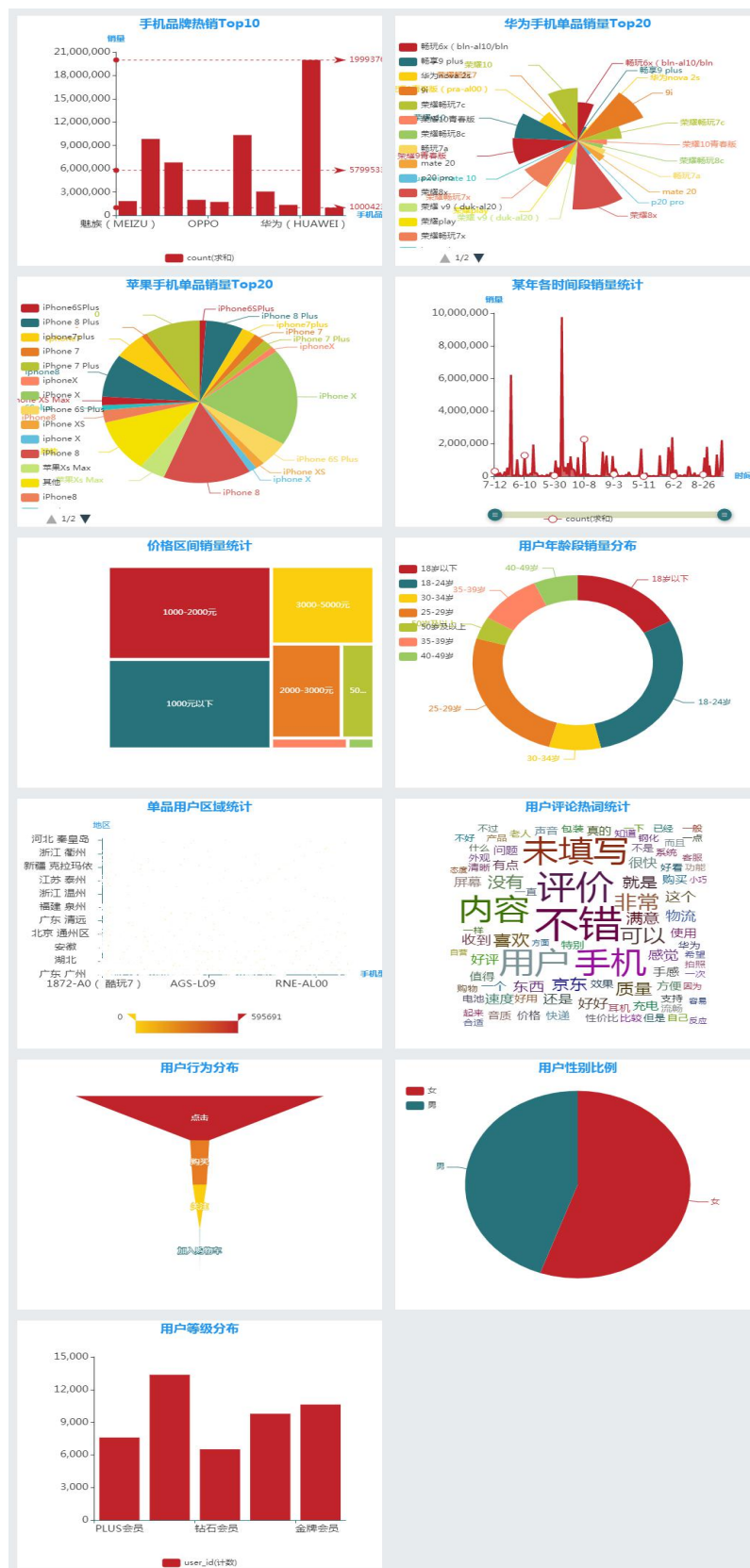
- 了解数据大屏分析的意义；
- 了解多维度数据关联分析的重要性；
- 了解根据数据分析结果制定营销方案的方法；

二、数据分析及指导

以下是实验中得出的用户画像数据：

user_id	tag_id1	tag_name1	tag_type1	tag_id2	tag_name2	tag_type2	tag_id3	tag_name3	tag
1267317597	A111U001_001	男	用户性别	A111U002_006	40-49岁	用户年龄段	A111U003_003	银牌会员	用户
1307114525	A111U001_001	男	用户性别	A111U002_002	18-24岁	用户年龄段	A111U003_004	铜牌会员	用户
1409910532	A111U001_001	男	用户性别	A111U002_006	40-49岁	用户年龄段	A111U003_004	铜牌会员	用户
1507516575	A111U001_001	男	用户性别	A111U002_003	25-29岁	用户年龄段	A111U003_003	银牌会员	用户
1677082671	A111U001_001	男	用户性别	A111U002_007	50岁及以上	用户年龄段	A111U003_004	铜牌会员	用户
1733669095	A111U001_001	男	用户性别	A111U002_003	25-29岁	用户年龄段	A111U003_005	PLUS会员	用户
1737026910	A111U001_002	女	用户性别	A111U002_001	18岁以下	用户年龄段	A111U003_005	PLUS会员	用户
1750671975	A111U001_002	女	用户性别	A111U002_004	30-34岁	用户年龄段	A111U003_004	铜牌会员	用户
1751454784	A111U001_002	女	用户性别	A111U002_003	25-29岁	用户年龄段	A111U003_003	银牌会员	用户
1786979723	A111U001_002	女	用户性别	A111U002_005	35-39岁	用户年龄段	A111U003_001	钻石会员	用户
1788306931	A111U001_001	男	用户性别	A111U002_003	25-29岁	用户年龄段	A111U003_004	铜牌会员	用户
1845363174	A111U001_002	女	用户性别	A111U002_003	25-29岁	用户年龄段	A111U003_002	金牌会员	用户
1849423873	A111U001_002	女	用户性别	A111U002_003	25-29岁	用户年龄段	A111U003_003	银牌会员	用户
1883112467	A111U001_002	女	用户性别	A111U002_003	25-29岁	用户年龄段	A111U003_005	PLUS会员	用户
1912484221	A111U001_002	女	用户性别	A111U002_006	40-49岁	用户年龄段	A111U003_005	PLUS会员	用户
1940545471	A111U001_002	女	用户性别	A111U002_002	18-24岁	用户年龄段	A111U003_004	铜牌会员	用户
2010151743	A111U001_001	男	用户性别	A111U002_003	25-29岁	用户年龄段	A111U003_003	银牌会员	用户
2163137941	A111U001_001	男	用户性别	A111U002_002	18-24岁	用户年龄段	A111U003_005	PLUS会员	用户
2171193167	A111U001_001	男	用户性别	A111U002_003	25-29岁	用户年龄段	A111U003_001	钻石会员	用户
2199740622	A111U001_002	女	用户性别	A111U002_002	18-24岁	用户年龄段	A111U003_005	PLUS会员	用户
2283172917	A111U001_002	女	用户性别	A111U002_003	25-29岁	用户年龄段	A111U003_004	铜牌会员	用户
2285678940	A111U001_001	男	用户性别	A111U002_003	25-29岁	用户年龄段	A111U003_003	银牌会员	用户

以下是 PandaBI 平台制作的各图表组成的数据仪表盘，根据下图分析数据之间的简单关联；



根据上述图表分析数据的指导意义及营销方案的制定：

1. 图一是京东平台手机热销品牌 Top10 排行，其中华为、苹果、小米

这三个大家熟知的品牌销量占比最大。

2. 图二和图三是实验中选取的销量前二的两个手机品牌进行的单品销量统计数据。可以看到华为品牌中荣耀 8x(10.15%)、荣耀 9 青春版(7.99%)、荣耀 v10 (7.79%)、荣耀畅玩 7x (7.8%)、荣耀 10 (7.79%) 的销量占比接近一半。说明华为荣耀型号的手机销量都较好。苹果品牌中 iPhone X(21.72%) 和 iPhone8 (21.09%) 销量占比 42.81%。可以结合时间段单品销量分析什么时间什么型号的手机销量较好，精准确定手机营销方案。

3. 图四是某年京东平台各时间段手机销量变化趋势，其中总销量为 63787101 部，可以直观的看到 11-11 当天的销量 9761076 部，占比为 15.30%。可以根据销量最好的手机品牌及手机单品类型在双 11 等特殊时间段制定相关营销方案促进商品营销。

4. 图五是各价格区间手机销量，可以看到 1000 元以下以及 1000-2000 元的手机在京东平台销量最佳，我们可以结合手机热销单品具体确定哪款手机受欢迎度最高。

5. 图六、图十、图十一是在用户角度统计不同属性指标的手机销售数据，统计的总用户为 47875 人次。京东平台用户性别比例接近，男性用户占 45.2%，女性用户占 54.8%；18-30 岁的用户占比超过一半，其中 18-24 岁销量占比 29.32%，25-29 岁销量占比 25.05%；用户会员等级集中到铜牌会员和银牌会员。我们可以结合实验中的用户画像数据分析每个用户的会员等级与年龄分布情况以及用户行为数据之间的关系，针对每个用户实现精准营销。

6. 图七是手机单品各地区销量分布情况，分布越密集的区域说明该区域某手机单品销量越好。在制定营销方案时可考虑分区域销售某手机单品（比如华为荣耀 v10、iPhoneX 等）实现精准营销。

7. 图八是用户评论信息中 Top200 热词统计，从热词统计中可以分析用户对手机的哪些方面比较重视；可以看到服务、质量、屏幕、充电、价格、电池、声音、物流、耳机、手感、颜色、系统、外观等词出现次数很多，说明用户比较关心手机的各方面功能以及京东服务质量、物流等。根据热词分析商家或厂商可以作出相应的调整。

8. 图九是用户行为统计数据，包括点击、加入购物车、购买、关注四

种行为。真正项目中的用户日志无法获取，所以用户行为方面做简单的分析即可，可以结合实验中得出的用户画像数据分析每个用户的各种行为权重，从而确定该用户的价值模型。

9. 可以根据用户画像数据挖掘用户的价值，结合用户行为权重以及用户会员等级，在数据充足的情况下也可结合用户收入水平、消费水平构建用户价值模型，可以划分为重要价值用户、重要保持用户、重要发展用户、重要挽留用户、一般价值用户、一般保持用户、一般发展用户、一般挽留用户等多个价值模型。在后续制定营销方案时根据该模型实现每位用户的精准推荐。