1. 数据分析方法论

1.1数据分析方法论和数据分析方法的区别：

数据分析方法论是对数据分析的宏观指导，就像是一个数据分析的前期规划，指导着后期数据分析工作的开展。

如数据采用何种方法分析？有几个方面需要分析？各个方面有何指标？……

数据分析方法是指具体的分析方法，常见的有：对比分析、交叉分析、相关分析、回归分析等。数据分析方法主要是从微观角度指导数据分析。

1.2 PEST分析法（主要用于行业分析）

PEST：政治（Political）、经济（Economic）、社会（Social）、技术（Technological）

这四类影响企业的主要外部环境因素进行分析。一般用于对宏观环境的分析，由于行业和企业自身的特定和经营方式，分析的具体内容可能会有差异。

行业、企业：

* 政治环境：主要观察国家对这个行业或者企业的倾向态度。关键指标：政治体制、经济体制、税收政策等。
* 经济环境：宏观反映国民经济发展水平和发展速度。微观的因素直接决定了企业目前及未来的市场大小。关键指标：GDP及增长率、进出口总额、利率汇率等。
* 社会环境：文化水平影响需求层次，信仰风俗会禁止某些活动的进行，价值观会影响人们对组织目标、活动及组织存在的认可。关键指标：人口规模、性别比例、出生率、购买习惯、教育状况、信仰情况等。
* 技术环境：技术环境除了要考察与企业所处领域直接相关的技术手段的发展变化外，还应了解：国家对科技开发的投资和支持重点、技术转移和技术商品化速度、专利及其保护情况、该领域发展动态和研究费用总额等。

1.3 5W2H分析法（用户行为分析、业务专题分析）

5W2H：何因（why）、何事（what）、何人（who）、何时（when）、何地（where）、如何做（how）、何价（how much）。该方法简单方便，容易理解，广泛应用于企业营销管理活动等方面。

用户购买行为分析：

Who：谁是我们的用户？用户有何特点？

What：公司提供什么产品及服务？与用户需求一致？

Why：用户购买产品目的是什么？产品哪里吸引顾客？

When：何时购买？多久再次购买？

Where：用户在哪里购买？各个地区用户构成怎样？

How：用户购买方式怎样？

How much：用户购买花费时间、交通等成本各是多少？