

电商成交订单分析报告

一、分析目的

本次数据分析的目标是通过对电商平台的成交订单数据进行深入分析，了解用户的购买偏好和决策行为，优化投放策略，提高整体销售转化率和收入。

二、数据来源与背景

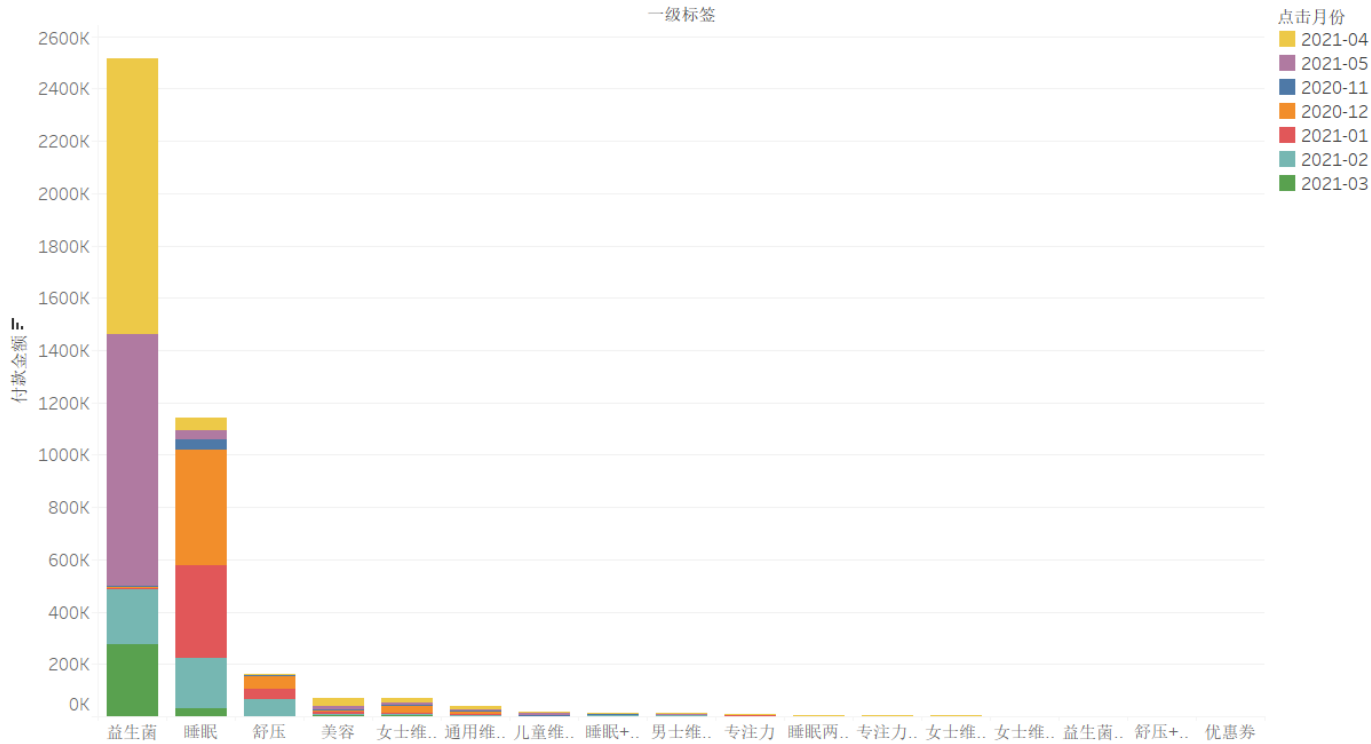
本次分析基于电商平台的实际销售数据，包含以下四个核心部分：

- 最受用户欢迎的产品
- 重点关注的投放页面
- 商品决策时间和付款金额关系
- 最佳广告投放时间段

三、数据分析与结果

- 最受用户欢迎的产品

商品付费排行



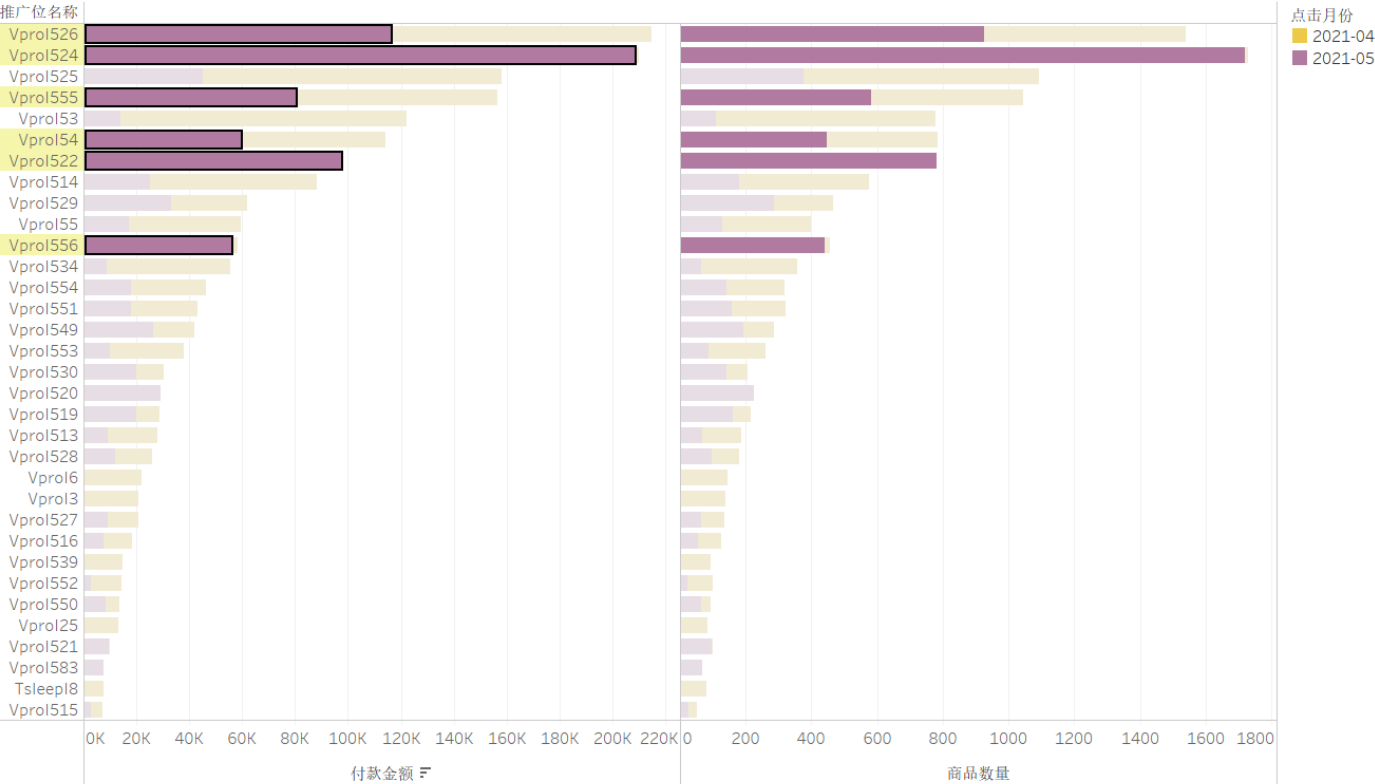
益生菌产品付款金额遥遥领先，是用户最愿意购买的产品

- 从图中可以看到，不同类别的商品在支付金额上的表现存在显著差异。
- 益生菌产品** 的支付金额遥遥领先，总支付金额接近 2600K，显示出用户对该类产品有着极高的消费意愿。
- 排名第二、第三的是 **睡眠产品**（约1400K）和 **舒压产品**（约180K）。
- 其他产品如美容、女士维生素、男士维生素、儿童维生素等支付金额相对较低，显示出这些产品的市场潜力有限。

结论： 益生菌和睡眠产品是目前最受用户欢迎的商品，建议在这两个品类上增加投放预算和优化推广内容。

2. 应该重点关注哪些投放页面？

近两月推广付费排行



从近两月的付款表现上看，以下页面最值得关注
Vprol526、524、555、54、522、556

- 从最近两个月的推广表现来看，页面 **Vprol526** 和 **Vprol524** 的支付金额排名第一和第二，均超过 200K。
- **Vprol555** 和 **Vprol525** 的支付金额也保持在较高水平，超过 150K。
- 在商品数量方面，Vprol526 和 Vprol524 同样处于领先地位，表明这两个页面的用户转化率较高。

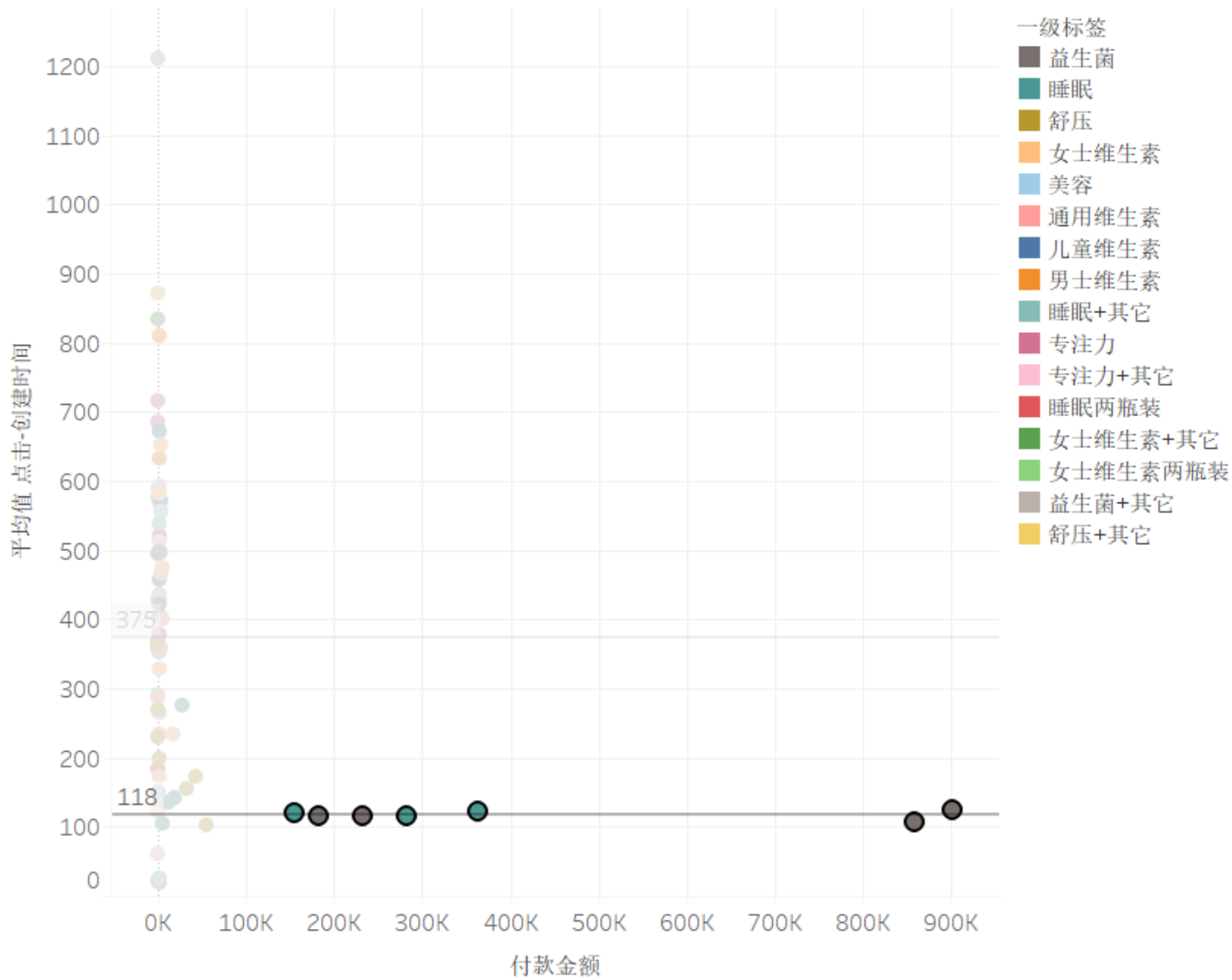
需要特别关注的投放页面包括：

- Vprol526
- Vprol524
- Vprol555
- Vprol54
- Vprol522
- Vprol556

结论：应集中优化上述投放页面的内容和推广方式，以最大化转化率和收入。

3. 商品决策时间与付款金额关系

商品决策时间和付款关系



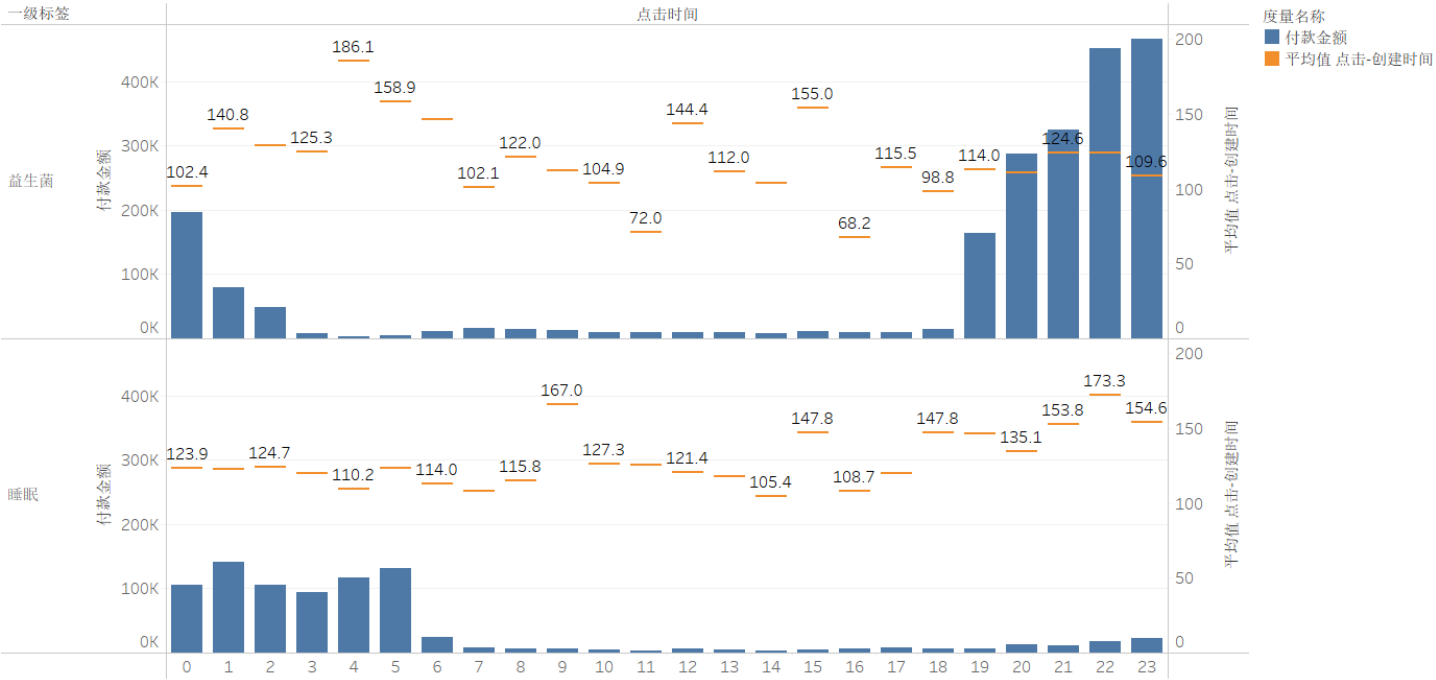
决策时间过长不利于最后的转化和成交，平均时间尽量保持在116秒左右

- 数据显示，用户的平均决策时间与付款金额之间呈现出明显的负相关趋势。
- 付款金额高的商品，用户的平均决策时间保持在 **118秒** 左右。
- 但存在部分商品的决策时间超过 375 秒甚至达到 1200 秒，这种情况可能导致用户流失或最终未完成支付。

结论：为了提高用户的转化率，建议通过优化商品描述和购买流程，尽量将用户的平均决策时间保持在 **116秒** 左右。

4. 最佳广告投放时间段

最佳投放时间段



益生菌最佳投放时间为19-24，睡眠产品最佳投放时间为0-5

- **益生菌产品** 的最佳投放时间为 **19:00–24:00**，此时的支付金额最高，用户活跃度和转化率均处于峰值状态。
- **睡眠产品** 的最佳投放时间为 **0:00–5:00**，符合用户的使用场景（睡前使用），此时的点击率和支付金额都处于高位。

结论：

1. 建议在 19:00–24:00 重点推广益生菌产品，利用晚间用户活跃度提升转化率。
2. 在 0:00–5:00 推广睡眠产品，匹配用户的实际需求场景，优化效果。