

分析方法

5W2H分析方法

5W是指对于所有的现象都追问5个问题：
what (是什么)、when (何时)、where (何地)、why (为什么)、who (是谁)，2H是指再追问2个问题：how (怎么做)、how much (多少钱)

5W2H分析方法可以帮助我们解决简单的问题，但是在复杂的商业问题面前不起作用，因为复杂的商业问题不会只有一个原因，而是由多个原因引起的

逻辑树分析

逻辑树分析方法是把复杂问题拆解成若干个简单的子问题，然后像树枝那样逐步展开

费米问题 —— 芝加哥有多少钢琴调音师？

需要注意的是，逻辑树分析方法在解决业务问题时，经常不是单独存在的，会融合在其他分析方法里，辅助解决问题

PEST分析

PEST分析方法是对公司发展宏观环境的分析，经常用于行业分析，通常是从政策、经济、社会和技术这四个方面进行分析

政策 (Policy) —— 政策环境主要包括政府的政策、法律等，可以从这样几个问题去展开研究：相关法律法规/投资政策有哪些？最新的税收政策是什么？对公司有什么影响？

经济 (Economy) —— 经济环境主要指一个国家的国民收入、消费者的收入水平等，经济环境决定着公司未来市场能有多大

社会 (Society) —— 社会环境主要包括一个地区的人口、年龄、收入分布、购买习惯、教育水平等

技术 (Technology) —— 技术环境是指外部技术对公司发展的影响

多维度拆解分析

通过多维度拆解数据，可以发现一些与数据整体相反的结论，这种现象被称为“辛普森悖论” (Simpson's Paradox)，也就是在某些情况下，考察数据整体和数据的不同部分，会得到相反的结论

是什么？

有什么用？ —— 只看数据整体，我们可能注意不到“数据内部各个部分构成的差异”，我们需要从多个维度去观察数据，并相互验证，才能得出相对可靠的结论

从哪些维度去拆解？

指标构成 —— 销售额 = 新用户销售额 + 老客户销售额
—— 新用户销售额 —— 新用户数*转化率*新用户客单价
—— 老客户销售额 —— 老客户数*复购率*老客户客单价

业务流程 —— 推广效果 (新增用户数) —— 看到广告 -> 进店 -> 选择商品 -> 购买

某款APP低龄用户 (18岁以下) 留存率比高龄用户低很多

指标构成 —— 不同的低龄用户表现是否有差异？ —— 小学/初中/高中

业务流程 —— 新用户下载APP，注册账号
—— 新用户看到APP首页推荐的内容 —— 推荐的内容可能不是低龄用户想看的，从而导致留存率差
—— 用户可能会在APP里搜索自己感兴趣的内容 —— 低龄用户可能搜不到想看的内容，从而导致留存率差

对比分析

和谁比？

和自己比

和行业比

如何比？

数据整体的大小 —— 平均值/中位数/业务指标

数据整体的波动 —— 变异系数 = 标准差 / 平均值
—— 变异系数可用来衡量整体数据的波动情况

趋势变化 —— 时间折线图 —— 以时间为横轴、数据为纵轴绘制的折线图，可以了解数据从过去到现在发生了哪些变化，还可以通过过去的变化预测未来的动向
—— 环比 —— 和上一个时间段对比，用于观察短期的数据集，例如本周和上周对比，本月和上月对比
—— 同比 —— 与去年同一个时间段进行对比，用于观察长期的数据集

注意事项 —— 在进行比较的时候，要注意比较对象的规模要一致。

假设检验分析

相关分析

群组分析

(1) 提出假设
(2) 收集证据
(3) 得出结论

是什么？

归因分析 —— 有什么用？

4P营销理论

产品 (Product) —— 公司提供给目标市场的有形或无形产品，包括产品实体、品牌、包装、样式、服务、技术等
—— 产品不能满足用户需求？

价格 (Price) —— 用户购买产品时的价格，包括基本价格、折扣价格、付款期限及各种定价方法和定价技巧等
—— 价格和竞争对手比没有优势？

渠道 (Place) —— 产品从生产公司到消费用户所经历的销售路径
—— 某个地区的渠道没有货了？

促销 (Promotion) —— 企业利用各种方法刺激用户消费，来促进销售的增长，包括广告、人员推销、营业推广等。例如买一送一、过节打折等
—— 促销活动没有效果？

用户/产品/竞品

用户 —— 来源渠道
—— 用户进入店铺
—— 假设1：进入店铺的用户减少？例如流量减少或者推广引入了大量低质的用户

业务流程 —— 看到“成为会员送折扣券”活动
—— 点击领取会员卡
—— 假设2：想领取会员卡的用户减少？例如店铺增设了不用领券就能领取的其他折扣券，分散了用户的注意力

领取折扣券
—— 假设3：成为会员后，想领折扣券的用户减少？例如折扣券需要达到某个门槛才能使用，门槛设置太高对用户失去吸引力

产品 —— 产品是否符合用户需求？

竞品 —— 竞品是否在搞活动？

案例分 析

日活跃率
留存率
复购率