User_analysis

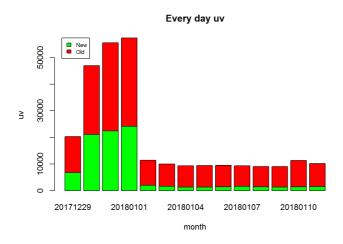
责書野

本报告对2017-12-29用户至2018-01-11这两周的行为进行了 分析

包括反映用户数目的UV,反映用户活跃度的:人均PV,用户活跃时长,以及反映用户黏度的次日留存,本次报告加入了路径深度的分析,加入了转化部分,并采用多种方式作图

本次报告用R语言自动化生成报告的框架搭建,今后将在此基础上不断改进优化

近两周的日活跃度(UV)



平均UV为19906,

最大UV为57334

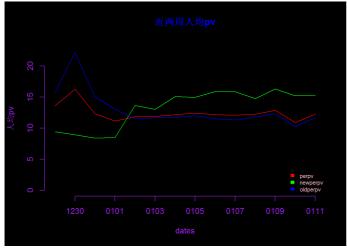
最大值发生在20180101

有0 天新用户在UV值上超过老用户

20171230 用户UV明显高于平均值 20180102 用户UV明显低于平均值

12月30日到1月1日这三天日用户(UV)很高

近两周人均PV



总体PV均值为12.4382364

总体PV最大值为16.2509796 最大值发生在 20171230

总体PV最小值为10.8824047 最小值发生在 20180110

新用户PV均值为13.2294454

新用户PV最大值为16.3203065 最大值发生在 20180109

新用户PV最小值为8.3934938 最小值发生在 20171231

老用户PV均值为12.980041

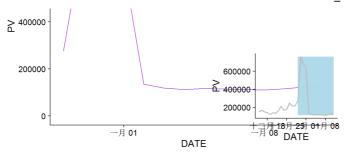
老用户PV最大值为22.1758466 最大值发生在 20171230

老用户PV最小值为10.2613075 最小值发生在 20180110

有10 天新用户在人均PV值上超过老用户

20171230, 20180101, 20180102, 20180103, 20180104, 20180105, 20180106, 20180108 新用户和老用户的趋势不一样





画中画分析,大图,小图中高亮处均表示示近两周pv趋势,而小图整体表示近一个月的pv情况 近两周波动比较明显 12月30日,12月31日到1月1日属于峰值 之后就一直较低

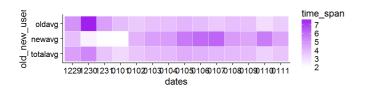
用户活跃时长

```
## Using fdt as id variables

## Warning in `levels<-'(`*tmp*`, value = if (nl == nL) as.character(labels)
## else pasteO(labels, : duplicated levels in factors are deprecated

## Warning in `levels<-'(`*tmp*`, value = if (nl == nL) as.character(labels)
## else pasteO(labels, : duplicated levels in factors are deprecated

## Warning in `levels<-'(`*tmp*`, value = if (nl == nL) as.character(labels)
## else pasteO(labels, : duplicated levels in factors are deprecated</pre>
```



	20171229	20171230	20171231	20180101	20180102	20180103	20180104
totalavg	4.683921	5.378519	3.642488	3.050686	3.606623	3.879774	3.924479
newavg	3.796277	2.361291	1.971982	1.941383	4.126647	4.692486	4.769225
oldavg	5.034759	7.688001	4.694120	3.826769	3.499972	3.732860	3.782629

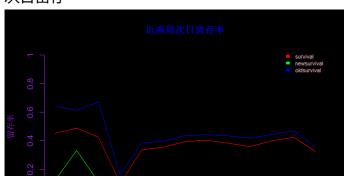
	20180105	20180106	20180107	20180108	20180109	20180110	20180111
totalavg	4.294193	4.170668	3.978229	3.926222	3.871487	3.269212	3.599219
newavg	5.734799	6.141207	6.267616	4.791169	4.518563	5.676023	4.511491
oldava	4 058877	3 830764	3.505806	3.771359	3.760840	2.908985	3 443226

对于用户访问时长作的热力图

以1月1日为分界线,新年前老用户访问时长高于新用户访问时长,但在新年后出现了新用户访问时长高于老用户访问时长的现象 在12月30日,12月31日至1月1日,新用户访问时长很低

老用户在12月30日访问时间达到峰值,其他时间没有达到这样的高度

次日留存





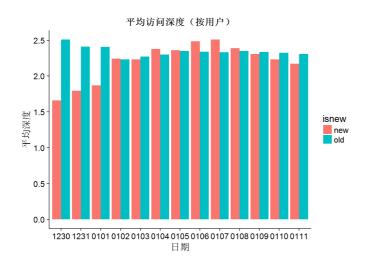
次日留存率,新老用户波动均明显,新老用户均在12月30日留存率出现明显峰值,而在1月1日留存率出现波谷

新老用户访问平均深度(按用户)

```
## Warning in `levels<-`('*tmp*', value = if (n1 == nL) as.character(labels)
## else pasteO(labels, : duplicated levels in factors are deprecated

## Warning in `levels<-`('*tmp*', value = if (n1 == nL) as.character(labels)
## else pasteO(labels, : duplicated levels in factors are deprecated

## Warning in `levels<-`('*tmp*', value = if (n1 == nL) as.character(labels)
## else pasteO(labels, : duplicated levels in factors are deprecated</pre>
```



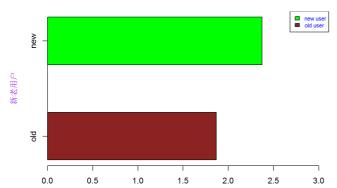
	20171230	20171231	20180101	20180102	20180103	20180104
new	1.66	1.8	1.87	2.24	2.23	2.38
old	2.51	2.41	2.41	2.23	2.27	2.3

	20180105	20180106	20180107	20180108	20180109	20180110	20180111
new	2.36	2.48	2.51	2.39	2.31	2.23	2.17
old	2 35	2 34	2 33	2 35	2 33	2.33	2 31

老用户访问深度几乎总大于2,新用户访问深度在2的上下波动

从12月30日~1月1日,新老用户访问深度差距较大,接近0.8,之后后新老用户访问深度差距不明显,几乎并驾齐驱,很多天新用户访问深度大于老用户





深度

总体来看,新老用户访问深度差异不像之前几个月那么明显了

新用户不同机型分布

20 9▲

vivo Y66

36

Show	how 20 v entries Search:																	
	sym	model	2017- 12-29	2017- 12-30	2017- 12-31	2018- 01-01	2018- 01-02	2018- 01-03	2018- 01-04	2018- 01-05	2018- 01-06	2018- 01-07	2018- 01-08	2018- 01-09	2018- 01-10	2018- 01-11	sum	rank
1	1 🛦	iPhone 6s	858	2168	2675	2205	91	72	64	65	83	65	62	64	46	89	8607	1
2	-1▼	iPhone 6	839	3424	1813	1321	96	67	65	46	56	89	63	77	89	67	8112	2
3	1▲	iPhone 5s	568	1385	1161	1001	12	11	10	25	5	3	7	12	23	21	4244	3
4	-1▼	iPhone 6 Plus	515	1089	1000	877	67	32	52	47	44	33	69	35	45	51	3956	4
5	3▲	iPhone 5c	661	1108	842	818	4		2	1		1			13	8	3458	5
6	3▲	iPhone 5	359	1186	972	906	3	3		2	3			2	9	5	3450	6
7	-1▼	iPhone 6s Plus	454	882	756	704	76	61	57	41	70	51	66	66	54	70	3408	7
8	-3▼	iPhone 7 Plus	424	596	495	559	109	86	51	71	96	113	98	96	94	116	3004	8
9	-2▼	iPhone 7	381	528	436	525	77	69	65	71	64	50	74	71	83	82	2576	9
10	22▲	iPhone 4S	81	503	451	347					2		1	1	2	9	1397	10
11	-1▼	vivo X9	102	171	151	162	66	69	66	82	69	61	61	68	81	77	1286	11
12	1▲	iPhone X	82	199	167	123	44	43	59	37	64	68	56	81	71	65	1159	12
13	2▲	iPhone SE	138	276	208	159	2	1	2	4	8	11	9	6	9	20	853	13
14	-3▼	vivo X7	62	105	99	113	51	39	41	45	42	57	37	39	54	48	832	14
15	-3▼	vivo X20A	54	96	106	85	64	53	46	35	53	35	65	40	52	33	817	15
16	-2▼	MHA- AL00	53	131	114	107	42	30	24	26	34	39	31	25	27	34	717	16
17	2▲	iPhone 8 Plus	82	121	109	107	28	39	15	32	30	23	39	31	19	39	714	17
18	5▲	iPhone 8	66	172	85	208	20	10	12	11	11	18	25	19	20	25	702	18
19	-2▼	Redmi Note 3	63	153	108	130	49	16	17	9	18	6	16	9	13	16	623	19

2

23

27

21

15

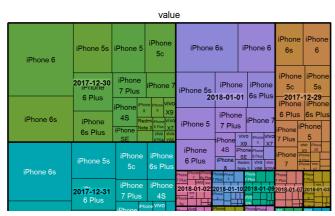
540

20

Showing 1 to 20 of 100 entries iphone手机排名前列,前十名全部被iphone系列手机占据,之后是Vivo系列还有红米等手机,安卓机偏少

109

104





结构矩形树图,大矩形为日期,小矩形为具体机型,按从大到小的顺序,从上到下,从左到右排列

新用户不同城市分布

Shov	/ 20 ▼	entries							Se	arch:								
	sym	city	2017- 12-29	2017- 12-30	2017- 12-31	2018- 01-01	2018- 01-02	2018- 01-03	2018- 01-04	2018- 01-05	2018- 01-06	2018- 01-07	2018- 01-08	2018- 01-09	2018- 01-10	2018- 01-11	sum	rank
1	1.▲	上海	446	2288	1791	1544	242	160	179	123	178	198	165	148	243	152	7614	1
2	1▲	苏州	470	2152	2703	1416	71	87	59	83	60	83	63	61	58	56	7364	2
3	51▲	泉州	18	1156	2038	3552	10	3	3	8	15	9	4	11	12	6	6833	3
4	0	南京	305	1515	1332	1115	110	96	70	165	110	155	87	94	55	61	5215	4
5	-4▼	北京	423	1169	845	538	201	190	171	156	186	190	204	147	162	148	4568	5
6	212▲	漯河	5	689	1305	1620	1	5		2	2	5	9	1		1	3645	6
7	-2▼	石家 庄	304	258	334	2006	57	68	51	106	97	55	55	44	74	131	3566	7
8	-2▼	重庆	421	494	257	163	88	116	112	75	91	93	86	75	80	60	2131	8
9	6▲	合肥	150	573	183	794	33	41	44	25	32	44	48	21	27	33	2021	9
10	2▲	无锡	64	361	379	617	58	30	27	36	47	37	37	44	34	39	1776	10
11	2▲	沈阳	94	191	347	280	64	52	64	52	39	62	32	38	43	40	1355	11
12	-2▼	宁波	548	214	201	240	24	7	19	11	20	26	12	15	12	10	1347	12
13	9▲	长沙	194	143	364	347	37	24	27	38	28	35	29	26	15	32	1324	13
14	-5▼	济南	80	148	437	155	47	59	54	43	55	40	34	30	46	69	1251	14
15	-7▼	天津	189	222	149	76	99	49	45	46	48	51	55	109	29	95	1233	15
16	-9▼	郑州	158	222	142	136	79	65	49	50	54	70	52	49	54	59	1185	16
17	-1▼	杭州	140	153	214	266	54	28	44	33	25	44	36	29	21	26	1092	17
18	-7▼	成都	65	137	113	104	78	50	67	63	39	57	55	28	37	42	898	18
19	1▲	保定	216	109	91	200	72	42	19	30	11	72	13	8	17	17	900	19
20	9▲	台州	75	150	214	276	26	17	13	10	21	25	10	13	18	8	858	20

Previous 1 2 3 4 5 6 Next

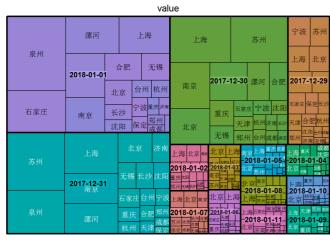
Showing 1 to 20 of 101 entries

整体流量平稳偏低 上海,苏州.泉州占据前三名

北京排名第四,但整体新用户一直保持稳定

泉州,漯河,长沙,台州名次上升较多(也有可能是由于前面城市的下降)

其中,漯河,泉州,石家庄数据有一定异常



结构矩形树图,大矩形为日期,小矩形为具体城市,按从大到小的顺序,从上到下,从左到右排列

新用户不同渠道分布

Show	v 20 v entrie	s					Search:									
	channels	2017- 12-29	2017- 12-30	2017- 12-31	2018- 01-01	2018- 01-02	2018- 01-03	2018- 01-04	2018- 01-05	2018- 01-06	2018- 01-07	2018- 01-08	2018- 01-09	2018- 01-10	2018- 01-11	sum
1	二维码- Android	766	5566	9119	10710	93	18	30	52	28	86	21	36	46	102	26673
2	二维码-IOS	923	8579	5634	5318	41	14	15	48	42	38	17	27	93	123	20912
3	Appstore	3468	3603	4294	3544	452	392	333	308	368	385	350	311	277	300	18385
4	30015	149	1330	1616	3008	26	21	24	15	23	28	18	10	57	18	6343
5	vivo	360	369	318	264	346	346	299	293	337	377	328	307	335	302	4581

6	小米	400	521	508	292	394	156	115	97	101	134	113	84	92	69	3076
7	华为	201	350	293	296	158	165	139	136	137	192	166	134	145	151	2663
8	二维码-其他	138	380	222	291	96	18	31	23	19	15	10	27	26	29	1325
9	360手助	59	108	88	144	70	86	72	80	75	99	49	79	91	103	1203
10	百度手助	87	88	85	86	58	44	39	46	41	39	40	85	75	83	896
11	联想乐商店2	86	125	144	75	73	46	36	33	62	28	13	5	1		727
12	豌豆荚	53	70	58	48	34	65	40	30	37	34	42	39	56	39	645
13	oppo2	38	35	30	41	38	54	66	64	21	51	39	46	36	36	595
14	应用宝	56	76	71	75	15	19	14	10	18	16	12	9	16	13	420
15	百度推广1	27	51	59	64	23	19	11	17	18	30	4	1	2	2	328
16	联通沃商店2	7	17	33	29	22	28	27	22	21	22	24	15	12	13	292
17	百度推广2		2				12	34	39	36	39	35	6	4	6	213
18	oppo1	5					2					48	43	43	42	183
19	VIVO应用商 店	1	14	14	15	22	18	16	7	20	7	10	13	10	11	178
20	三星	13	22	19	13	4	7	8	5	3	7	3	5	3	7	119

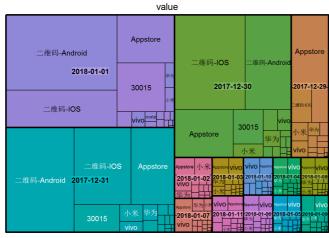
Previous

Next

Showing 1 to 20 of 33 entries

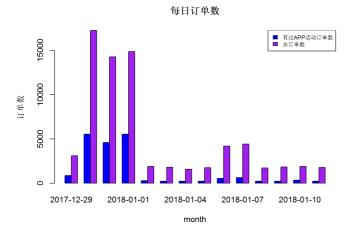
安卓机和ios二维码排名前二,之后是IOS APP STORE, 30015,小米,vivo,华为排在其后

12月31日后数据出现明显暴涨,1月2日后回复正常,机型排名前三和第四名有很大差距



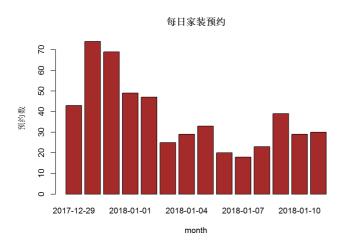
结构矩形树图,大矩形为日期,小矩形为具体渠道,按从大到小的顺序,从上到下,从左到右排列

转化问题 每日订单数



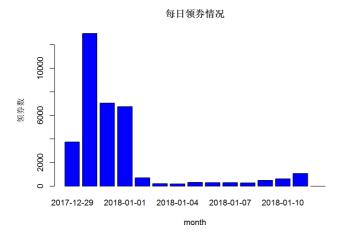
在APP上有过活动的人生成的订单占比较少,订单峰发生在12月30日,12月31日和2018年1月1日

家装预约



变化浮动没有往期那么大 12月30日31日附近比较高,年底效应?之后变化比较平稳

领券情况



12月30日出现峰值,12月31日和1月1日数据有所回落,但仍然较高