

(Excel版)

用数据思维开启新媒体与电商之门！
36个案例助您从运营新手成为高手！

新媒体和电商 数据化运营

用户画像 + 爆款打造 + 营销分析 + 利润提升

王力剑◎编著



清华大学出版社

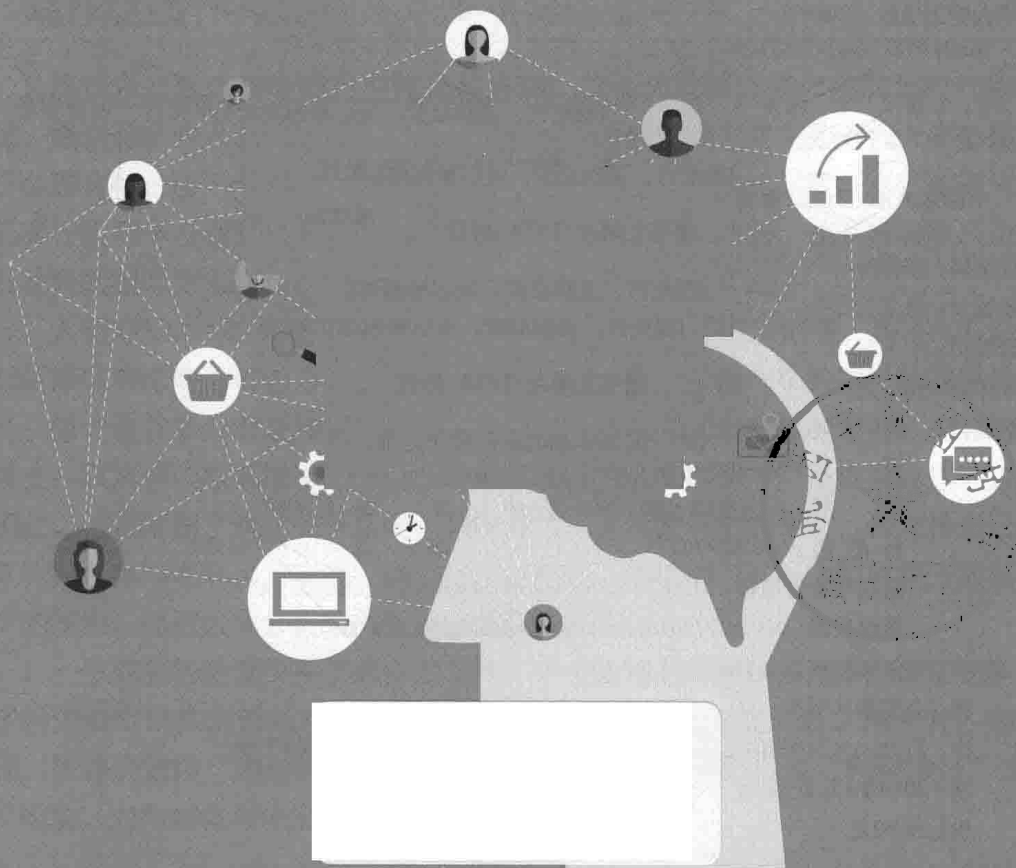


非
外
借

新媒体和电商 数据化运营

用户画像 + 爆款打造 + 营销分析 + 利润提升

王力剑◎编著



清华大学出版社
北京

内 容 简 介

如何用Excel分析新媒体与电商运营数据?

本书是新媒体与电商运营的集合,分为用户画像、爆款打造、营销分析与利润提升四个模块。全书通过12章专题内容、36个经典案例、42个专家提醒、740张高清图片,以及180多分钟的视频讲座,帮您轻松成为新媒体、电商运营数据分析高手。

本书通过Excel来分析新媒体与电商运营数据,包括:

如何通过数据分析提高公众号中的活跃粉丝数?

如何通过数据分析打造月销上万的爆款产品?

如何选择性价比最高且最有效的产品营销渠道?

如何在电商行业快速、有效地提高产品的利润?

本书适合新媒体和电商平台的数据分析人员、新媒体和电商运营的创业人员、处于新媒体和电商运营低潮的商家或企业、对新媒体与电商运营感兴趣的人群、Excel数据分析的初学者或者爱好人员阅读,还可以作为各中、高级Excel用户的辅助教材。

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签,无标签者不得销售。

版权所有,侵权必究。侵权举报电话:010-62782989 13701121933

图书在版编目(CIP)数据

新媒体和电商数据化运营:用户画像+爆款打造+营销分析+利润提升 / 王力剑编著. —北京:清华大学出版社, 2019

ISBN 978-7-302-51571-5

I. ①新… II. ①王… III. ①传播媒介—运营管理 ②电子商务—商业经营—运营管理 IV. ①G206.2 ②F713.36

中国版本图书馆CIP数据核字(2018)第257825号

责任编辑:杨作梅

装帧设计:杨玉兰

责任校对:李玉茹

责任印制:杨 艳

出版发行:清华大学出版社

网 址: <http://www.tup.com.cn>, <http://www.wqbook.com>

地 址:北京清华大学学研大厦A座 邮 编:100084

社总机:010-62770175 邮 购:010-62786544

投稿与读者服务:010-62776969, c-service@tup.tsinghua.edu.cn

质量反馈:010-62772015, zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

印装者:三河市国英印务有限公司

经 销:全国新华书店

开 本:170mm×240mm 印 张:16.75 字 数:268千字

版 次:2019年1月第1版 印 次:2019年1月第1次印刷

定 价:59.80元

前言

写作驱动

现如今新媒体与电商行业越来越火热，这两种营销方式俨然成为时代的潮流。越来越多的人追赶着时代的脚步，通过这两种营销方式盈利的人大多都是从不会到会的，而一个人在这个新行业慢慢地摸索，需要很长时间。本书主要从当前流行的四个方面来讲述新媒体营销与电商营销的分析技巧，让读者吸收其中的经验轻松实现更大盈利。

人们对Excel软件的认识大多都仅限于行政办公等事件记录，殊不知Excel对新媒体与电商运营也有着极大的用处。而且，现如今是一个数据风暴的时代，几乎每个企业都会涉及数据分析，通过数据向消费者阐述产品的好处、企业的信誉度，以及通过数据提示企业出现的问题、需要改进的地方以及做得好的地方。因此，作者策划了这本关于新媒体与电商数据化运营分析的书籍，希望将自己多年的新媒体与电商运营实战经验进行总结整理，能帮助有需要的读者提升数据分析的能力，通过数据分析来得到自己想要的答案。

一个成功的运营少不了数据的支持，一个主观的想法不如用数据来证明。为了给读者提供实质性的帮助，笔者通过提取新媒体与电商两者之间关键的知识，最终决定以“用户画像”“爆款打造”“营销分析”以及“利润提升”这4个模块，对新媒体与电商如何数据化运营进行介绍。

前言

本书内容

本书通过“专业线+技能线”两条线索帮助读者精通Excel软件，快速成为新媒体与电商运营数据分析高手！

第一条是运营专业线。本书主要由12大专题内容组成，从新媒体与电商运营的四大模块入手，分为数据分析、用户数量、用户属性、用户兴趣、爆款行业、爆款产品、爆款流量、广告营销、运营平台、提高利润、降低成本、增加销量等。

第二条是Excel技能线。本书安排了36个经典的新媒体与电商运营数据表格进行讲解，内容涉及Excel软件的数据编辑、格式设置、自动填充、排序与筛选、数据透视表与数据透视图、图形与图表、公式与函数、冻结窗格等功能，全程录制的语音视频教学(可以从清华大学出版社官网下载，地址：<http://www.tup.tsinghua.edu.cn>)，可以帮助读者快速精通Excel软件。

作者信息

本书由王力剑编著，参与编写的人员还有彭爽、刘胜璋、刘向东、刘松异、刘伟、卢博、周旭阳、袁淑敏、谭中阳、杨端阳、李四华、柏承能、刘桂花、柏松、谭贤、谭俊杰、徐茜、刘嫔、苏高、柏慧等人，在此表示感谢。由于水平有限，书中难免有疏漏之处，恳请广大读者批评、指正。

编者

第 1 章 数据分析：知道你的精准用户是谁 1

- 1.1 学习预热 4 个要点 2
 - 1.1.1 读者定位：本书适合人群 2
 - 1.1.2 内容定位：重点知识阐述 2
 - 1.1.3 特色定位：本书独特之处 3
 - 1.1.4 写作思路：结构清晰明了 3
- 1.2 新媒体数据的分析流程 4
 - 1.2.1 收集数据把握要点 4
 - 1.2.2 整理数据最为关键 7
 - 1.2.3 将数据转变为图形 8
 - 1.2.4 分析新媒体运营数据 9
 - 1.2.5 得出优化营销方式 9
- 1.3 分析与构建用户画像 9
 - 1.3.1 用户画像的含义 10
 - 1.3.2 用户画像的作用 10
 - 1.3.3 构建用户画像的方法 11
- 1.4 用户画像数据分析 11
 - 1.4.1 了解粉丝的重要性 11
 - 1.4.2 分析后台用户数据 12
 - 1.4.3 分析后台用户属性 19
 - 1.4.4 分析用户兴趣指向 21

第 2 章 用户数量：洞悉用户人数的变化趋势 23

- 2.1 “新增用户”分析：了解粉丝增长趋势 24
 - 2.1.1 导出 Excel 数据表 25
 - 2.1.2 用折线图显示数据 28
 - 2.1.3 分析新增用户趋势 29
- 2.2 “用户流失”分析：掌握人数流失趋势 32
 - 2.2.1 创建用户流失趋势表 33
 - 2.2.2 计算流失率、创建图表 36
 - 2.2.3 设置流失率警戒线 39
- 2.3 “累积关注人数”分析：精确客户群体 42
 - 2.3.1 整理 Excel 数据表 43
 - 2.3.2 统计资深用户人数 45
 - 2.3.3 分析用户累积趋势 47

第3章 用户属性：掌握特征实现更好的运营49

- 3.1 “性别比例”分析：把握性别痛点50
 - 3.1.1 创建性别比例统计表 51
 - 3.1.2 不同性别人数的占比 51
 - 3.1.3 分析最佳推广的方式 54
- 3.2 “地域人数”分析：地域营销基础55
 - 3.2.1 创建地域人数统计表 56
 - 3.2.2 对数据进行重新排序 57
 - 3.2.3 分析地区用户关注度 60
- 3.3 “终端使用”分析：量变决定质变61
 - 3.3.1 创建终端使用人数统计表 62
 - 3.3.2 插入复合条饼图查看数据 62
 - 3.3.3 分析用户使用终端的性质 64

第4章 用户兴趣：掌握用户心理才能对症下药67

- 4.1 “文章类型偏好”分析：决定文章方向68
 - 4.1.1 创建文章类型偏好统计表 69
 - 4.1.2 计算偏好文章数量占比 69
 - 4.1.3 设置图表分析占比数据 72
 - 4.1.4 分析文章类型偏好情况 73
- 4.2 “热度关键词”分析：吸引用户视线73
 - 4.2.1 创建热度关键词统计表 74
 - 4.2.2 分析热度关键词的占比 77
 - 4.2.3 插入柱形图表分析数据 78
 - 4.2.4 分析热度关键词的作用 79
- 4.3 “热度平台”分析：把握机会实现双赢80
 - 4.3.1 创建热度平台统计表 81
 - 4.3.2 对热度平台进行排序 81
 - 4.3.3 选择合作和增粉的平台 84

第5章 爆款行业：掌握现有市场和未来趋势87

- 5.1 “行业市场容量”分析：了解市场行情88
 - 5.1.1 创建表格分析数据 89
 - 5.1.2 创建数据透视表 89

5.1.3	插入数据透视图	92
5.2	“商家经营阶段”分析：把握商家运营情况	95
5.2.1	创建商家经营阶段统计表	95
5.2.2	插入散点图分析数量占比	98
5.2.3	设置散点图表的展示效果	99
5.3	“市场商品搜索”分析：了解客户需求	101
5.3.1	创建市场商品搜索趋势表	102
5.3.2	通过折线图分析市场商品趋势	104
5.3.3	设置趋势线展现搜索走向	105

第6章 爆款产品：分析月销上万的电商优品 107

6.1	“爆款产品属性”分析：精确客户喜好	108
6.1.1	创建爆款产品属性分析表	109
6.1.2	创建产品成交量透视表	110
6.1.3	创建产品销售额透视表	112
6.2	“爆款产品销量”分析：了解季节性热款	114
6.2.1	高亮显示产品销售数据	115
6.2.2	用图标集查看产品销量	116
6.2.3	用迷你图展现销量状况	117
6.3	“地区销量指数”分析：了解产品差异化	120
6.3.1	创建地区销量指数统计表	120
6.3.2	用色阶高亮显示销售指数	122
6.3.3	插入柱形图分析销售指数	123
6.4	“新老客户购买”分析：掌握消费人群变化	125
6.4.1	创建新老客户购买统计表	126
6.4.2	用函数统计老客户的数据	126
6.4.3	用函数统计新客户的数据	130

第7章 爆款流量：将浏览访问量转化为商品销量 133

7.1	“买家浏览量”分析：了解客户动态	134
7.1.1	创建买家浏览量统计表	135
7.1.2	设置折线图查看浏览量走势	136
7.1.3	分析店铺月平均浏览量走势	138
7.2	“不同渠道访问”分析：精确访问浏览量	142
7.2.1	创建不同渠道访问统计表	143

7.2.2	用函数计算付费渠道数据	144
7.2.3	用函数计算其他渠道数据	145
7.3	“成交转化率”分析：把握不同渠道访问数据	147
7.3.1	创建成交转化率统计表	147
7.3.2	通过柱形图表分析数据	149
7.3.3	分析各渠道成交转化率	151

第8章 广告营销：小投资、大回报的有效方法 153

8.1	“广告主信息”分析：选择最佳广告位	154
8.1.1	创建广告主信息统计表	155
8.1.2	设置饼图查看广告位信息	155
8.1.3	设置饼图的样式分析数据	156
8.2	“广告主关键指标”分析：寻找合适方案	158
8.2.1	创建广告关键指标统计表	159
8.2.2	插入圆环图查看曝光度信息	159
8.2.3	设置圆环图表的样式及轮廓	160
8.3	“流量主曝光数据”分析：选择最佳推广方式	161
8.3.1	创建流量主曝光数据统计表	162
8.3.2	插入折线图查看曝光量趋势	162
8.3.3	分析15天曝光量的发展趋势	164
8.4	“流量主关键指标”分析：得出广告收益	164
8.4.1	创建流量主关键指标统计表	165
8.4.2	插入组合图查看数据的走势	165
8.4.3	分析流量主点击率与收入趋势	168

第9章 指数分析：多方面提高平台运营能力 169

9.1	“指数维度数据”分析：了解平台运营情况	170
9.1.1	创建指数维度数据分析表	171
9.1.2	设置雷达图查看各项数据	171
9.2	“指数维度趋势”分析：了解数据变化趋势	174
9.2.1	创建指数维度趋势统计表	175
9.2.2	插入折线图查看维度趋势	175
9.2.3	分析头条号指数变化趋势	177
9.3	“入驻领域指数”分析：了解账号排行	179
9.3.1	创建入驻领域指数统计表	179
9.3.2	插入自定义组合图查看数据	180

9.3.3 分析入驻领域指数数据对比	182
--------------------------	-----

第 10 章 提高利润：挑选热销商品的进货方法 183

10.1 “热销商品搜索”分析：了解客户需求趋势	184
10.1.1 创建热销商品搜索统计表	184
10.1.2 查看商品生命周期搜索趋势	185
10.1.3 设置工作表的图表样式	186
10.2 “热销商品利润”分析：了解盈利情况	188
10.2.1 创建热销商品利润统计表	189
10.2.2 设置组合图查看商品数据	191
10.2.3 分析商品周期的利润趋势	193
10.3 “热销商品款式”分析：找到最热产品	195
10.3.1 创建热销商品款式统计表	196
10.3.2 统计热销商品款式成交量	197
10.3.3 插入不同款式销售柱形图	199
10.4 “热销商品颜色”分析：精确成交比例	202
10.4.1 创建热销商品颜色统计表	202
10.4.2 统计热销商品不同颜色的成交量	203
10.4.3 插入复合条饼图分析数据	205

第 11 章 降低成本：提升商品利润的首要条件 207

11.1 “采购时机”分析：掌握最佳购买时间	208
11.1.1 创建商品采购时机选择表	208
11.1.2 用函数统计商品平均价格	212
11.1.3 插入折线图对比商品价格	216
11.2 “采购渠道”分析：掌握最佳购买渠道	217
11.2.1 创建采购商品渠道统计表	218
11.2.2 对合作商家进行排序	221
11.2.3 统计不同合作商的采购价格	222
11.3 “进价趋势”分析：了解商品价格走向	224
11.3.1 创建商品进价趋势统计表	225
11.3.2 插入折线图查看价格走势	225
11.3.3 设置折线图分析价格趋势	227

第 12 章	提高销量：用数据玩转商品销售盈利	229
12.1	“商品销售量”分析：了解销量数据详情	230
12.1.1	创建商品销售量统计表	231
12.1.2	冻结表头便于查看数据	233
12.1.3	设置表格密码保护数据	234
12.2	“亏本商品”分析：精确不盈利产品	237
12.2.1	创建亏本商品统计分析表	237
12.2.2	突出显示亏本的商品信息	240
12.3	“商品退货退款”分析：找到症结原因	242
12.3.1	创建商品退货退款统计表	243
12.3.2	删除工作表中的重复数据	244
12.3.3	用函数统计退货原因次数	247
12.3.4	创建条形图查看数据信息	248
附录 1	知识点框架	251
附录 2	本书技巧总结	256



第1章

数据分析： 知道你的精准 用户是谁



学前提示

随着大数据概念的兴起，越来越多的企业在进行商业化运作的时候，都会结合大数据进行分析。本节将以微信、新榜、清博、今日头条等多个平台为例介绍用户数据分析的内容。



要点展示

- 学习预热 4 个要点
- 新媒体数据的分析流程
- 分析与构建用户画像
- 用户画像数据分析

1.1 学习预热 4 个要点



在阅读本书之前，先来对本书进行预热，本书一共分为4个要点，分别是读者定位、内容定位、特色定位、写作思路。通过介绍本书的4个要点，能快速让读者了解全书概貌，便于以后的阅读，也能让读者准确地定位自己，最后能得到意想不到的收获。

1.1.1 读者定位：本书适合人群



本书思路清晰，内容丰富，语言简洁明了，以图文并茂的方式贯穿全文，可为以下几类人群提供借鉴。

(1) 新媒体和电商平台的数据分析人员。本书采用数据化分析对新媒体以及电商运营的用户画像、爆款打造、营销分析与利润提升4个方面进行详细解读。从基础要领到各个经典案例，以全程图解的形式，对每一个知识点进行详细解读，分分钟让人看懂并掌握相关技巧，让无任何基础的读者也可以快速掌握用Excel对新媒体数据及电商数据进行分析的运营方法。

(2) 新媒体和电商运营的创业人员。新媒体数据的一大价值就在于为相关的人员提供重要的参照依据。而本书则旨在为新媒体和电商运营的创业人员运用Excel对数据进行分析提供全方位指导，让大家能够通过本书实实在在地对数据分析有一个很好的了解，包括数据的重要性等。

(3) 处于电商和新媒体运营低潮期的商家。本书从4个方面讲述新媒体数据。用户画像、营销分析这两个方面的内容可以帮助新媒体运营商家更好地了解客户的需求、兴趣等方面的内容，以便于商家能给客户提供想要的东西，优化营销运营的策略。爆款打造、利润提升这两个方面的内容则是解析如何将商品打造成爆款提升自己的利润，所以这本书非常适合这类商家进行观看学习。

(4) Excel数据分析的初学者、爱好人员。本书所有的数据分析都有相对应的案例进行辅导说明，以图文并茂的方式帮助读者很好地理解制作表格的每一个步骤，而且每个步骤都有标注，可以节省读者的阅读时间，提高阅读效率。

1.1.2 内容定位：重点知识阐述



本书围绕新媒体与电商运营中大家重点关心的用户画像、爆款打造、营销分析、利润提升这4大块的内容进行解读，并配以具体的应用案例增加说服力。无论是零基础的商家学习如何进行新媒体和电商营销，还是有一定基础的商家希望找到更有效的

运营策略，都能从中有所收获。

具体来说，本书对数据分析、用户数量、用户属性、用户兴趣、爆款行业、爆款产品、爆款流量、广告营销、运营平台、提高利润、降低成本以及提高销量12大内容分章节进行了具体的解读。

而在对每个知识点进行具体解读时，又按照是什么（What）、为什么（Why）、怎么做（How）、何时做（When）、谁来做（Who）的基本思路层层梳理，让读者不仅可以了解相关内容，更能将本书中的技巧快速运用到实际经营中。

1.1.3 特色定位：本书独特之处

(1) 思路清。本书根据5W2H法（What：是什么；Why：为什么做；Who：谁来做；When：何时做；Where：在哪里做；How：怎么做；How Much：做多少）安排内容，通过问答的形式呈现全书结构，读者一看便能知道本书的行文思路。书中的每个知识点按知识解析、效果欣赏、操作过程三个版块分别进行解读，让读者快速把握相关内容。

(2) 内容精。本书对数据分析、用户数量、用户属性、用户兴趣、爆款行业、爆款产品、爆款流量、广告营销、运营平台、提高利润、降低成本以及提高销量等内容进行了详细的论述，可以说关于新媒体与电商数据化运营的重点知识全都涵盖其中。

(3) 实操强。本书在进行数据分析过程中陈列的每个案例均是实践所得，并配以详细的图文、标注步骤过程，相关操作者一看便懂，因此本书可以为新媒体与电商运营人员提供一定的借鉴。

(4) 案例广。本书在对相关知识点进行解读时，大多会用具体的案例进行说明，因此，书中案例非常多，可以从中找到适用的运营技巧。

(5) 图文多。本书在内容的呈现上采用图文并茂的形式，每一个经典案例都是通过实际的操作一步一步地呈现给大家，这在减轻阅读压力的同时，可以通过更加形象的内容给读者留下深刻的印象。

1.1.4 写作思路：结构清晰明了

在构思本书的时候，想到现在是一个数据时代，很多东西都可以用数据来分析利弊。对于新媒体与电商来说，更是需要数据来把控营销运营。通过将各类相关数据进行分类汇总，然后利用Excel工具使数据一目了然，无疑是一种有效的手段。本书写作思路主要体现在如下3个方面。

(1) **内容选择及排序。**本书在内容的选择上严格按照知识点的重要程度进行呈现，如什么知识点是目前市场上最需要的，是读者最需要的，按照需求进行合理的排序。

(2) **标题的取名方式。**本书在为各章、节的标题取名时，严格按照有问题、有方法、有结果的“三有”标准进行，让大家在了解某一内容的同时，能够加深印象。

(3) **一本书的价格多本书的价值。**纵观市面上Excel类的书籍，要么是集中介绍Excel的操作方法，要么是单讲Excel在新媒体数据分析或电商数据分析方面的应用，而本书则是将这两大块内容进行有机整合，把实用型技巧全部传授给读者。

1.2 新媒体数据的分析流程



要想分析数据，就必须了解数据分析的流程，一般来说，数据分析的流程包括收集数据、整理数据、将数据转变为图形、分析数据和得出结论这五步。

1.2.1 收集数据把握要点

如何收集数据是所有平台运营者需要思考的一个问题。对于大多数的微信运营者，主要的数据来源就是微信后台的一系列数据，但是仅仅通过后台渠道来收集数据，往往不够全面。因此，微信运营者必须知道，除了微信后台之外，还有很多其他收集数据的方法。下面笔者介绍几种数据来源平台。

1. 微信后台

微信后台是每个微信运营者都必须重点关注的地方，微信后台的统计功能模块下有6大分析项目，分别是用户分析、图文分析、菜单分析、消息分析、接口分析和网页分析。

这些项目中的每一个指标下都会有趋势图，这些趋势图是通过折线的形式表现出来的，不需要运营者自己做图形，运营者通过这些折线图，能够一目了然地进行数据分析。如图1-1所示为用户分析项目中“新增人数”的趋势图。



图 1-1 用户分析项目中“新增人数”的趋势图

除了可以查看趋势图中的数据之外，运营者还可以直接获得原始数据，然后根据自己的需要对原始数据进行后期加工处理。具体的操作方式是在下面的数据表格中，单击“下载表格”按钮，如图1-2所示，然后就能将数据导出到Excel表格中了。

时间	新关注人数	取消关注人数	净增关注人数	累积关注人数
2018-01-10	41	21	20	26905
2018-01-09	69	17	52	26885
2018-01-08	39	23	16	26833
2018-01-07	84	22	62	26817
2018-01-06	60	31	29	26755
2018-01-05	50	17	33	26726
2018-01-04	49	18	31	26693
2018-01-03	43	21	22	26662
2018-01-02	66	29	37	26640
2018-01-01	51	29	22	26603

图 1-2 单击“下载表格”按钮

2. 新榜平台

有一个为微信公众号的内容进行价值评估的平台，微信运营者一定不能放过，这个第三方机构平台就是新榜。目前，新榜平台上有超过1000万个微信公众号，对超过24万个有影响力的优秀账号实行每日固定监测，从而发布影响力排行榜。

通过新榜平台，微信运营者可以查询某个公众号的排名情况，还可以查询、统计

周期内的其他数据，包括：

- 发布数据；
- 总阅读数据、头条阅读数；
- 点赞数；
- 当日排名数据。

3. 清博平台

清博是一个大数据平台，目前拥有超过300万微信粉丝的社交矩阵，与BAT三大巨头、网易、今日头条等互联网公司深度合作。

在清博指数平台上，微信运营者只需要在首页输入微信公众号的ID或者名称，就能看到它的排名情况，还可以收集以下的数据，包括：

- 微信总榜排名；
- 微信传播指数；
- 总阅读量、头条总阅读量；
- 文章点赞数等。

4. 今日头条、一点资讯等

微信公众平台的运营者，可以在今日头条、一点资讯这样的平台发布文章，然后在后台查看并整理统计数据。如图1-3所示为今日头条图文内容数据走势图。



图 1-3 今日头条图文内容数据走势图