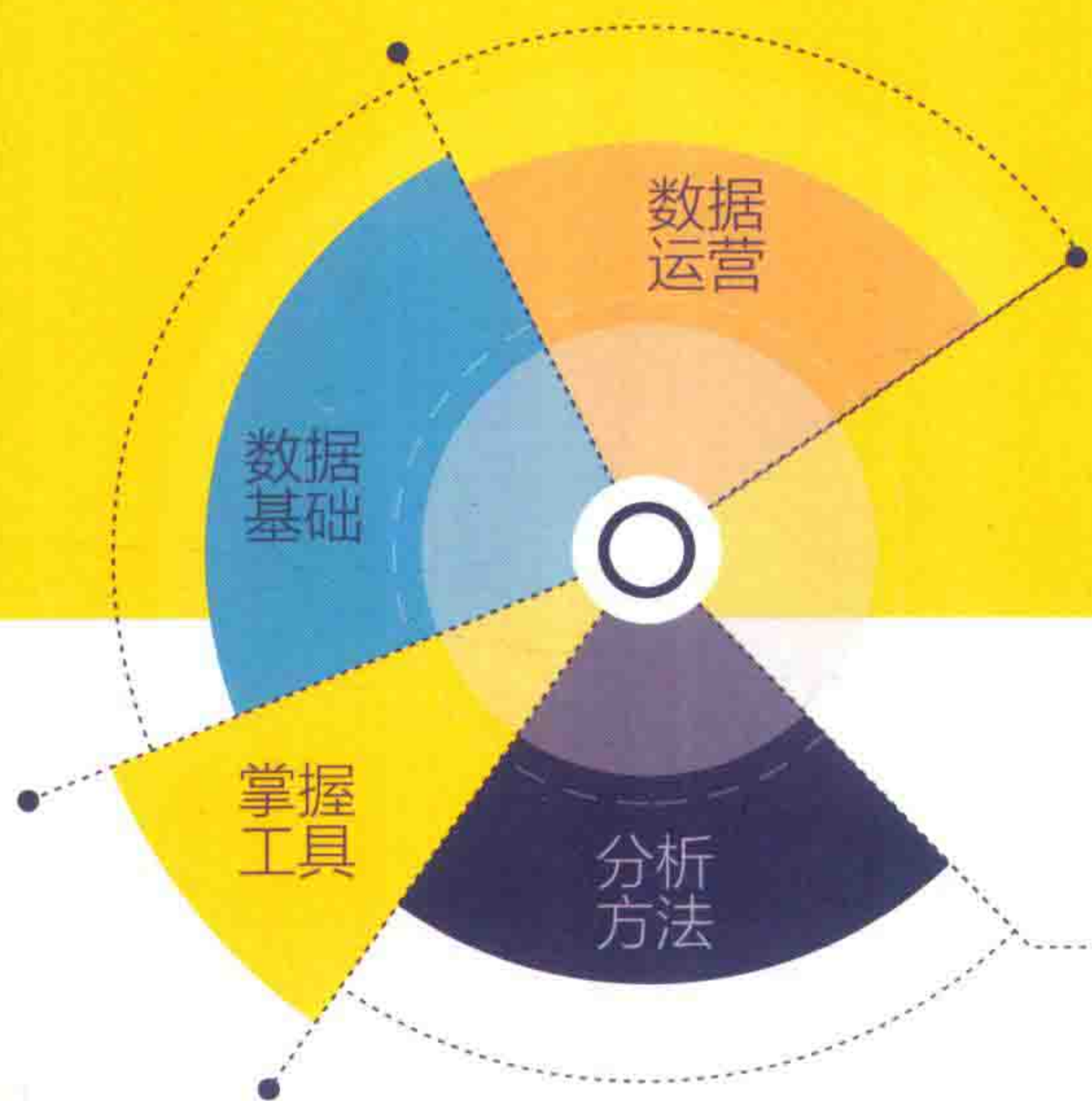




使用Excel工具，轻松完成店铺数据分析！
处理数据从此不再让你头疼！
内容超多，全书额外赠送56页知识！

谁说菜鸟不会 电商 数据分析



·小2哥 著

海外借

中国工信出版集团

电子工业出版社
PUBLISHING HOUSE OF ELECTRONICS INDUSTRY
<http://www.phei.com.cn>



谁说菜鸟不会

电 商

数据分析

小2哥 著

电子工业出版社

Publishing House of Electronics Industry

北京·BEIJING

内 容 简 介

对于淘宝、天猫店铺来说，大数据和数据化运营的概念早已深入人心，数据分析已经成为电商从业人员不可或缺的一项技能。本书用通俗的语言、通用的 Excel 工具，从实践入手，帮你迅速掌握电商数据分析技巧。菜鸟也能迅速成长起来。本书共 4 篇，分别介绍数据分析基础知识、Excel 在数据分析过程中的使用、数据分析的常用方法，以及淘宝日常运营工作中数据分析的应用。本书从基础开始讲解如何利用数据分析提升店铺流量和销量、如何应用数据做内容营销和老顾客营销，以及日常的规划和预算。本书以丰富典型的应用案例演示操作步骤，内容全面，涵盖淘宝数据分析过程中的方方面面，真正做到把理论和实操结合起来。

本书可供从事淘宝运营工作的人员和电子商务专业的本科生使用，也可供缺乏数据分析技能的人员阅读参考。

未经许可，不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。
版权所有，侵权必究。

图书在版编目 (CIP) 数据

谁说菜鸟不会电商数据分析 / 小 2 哥著. —北京 : 电子工业出版社, 2018.6
ISBN 978-7-121-34340-7

I . ①谁… II . ①小… III . ①电子商务 - 数据处理 IV . ① F713.36 ② TP274

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2018) 第 120575 号

责任编辑 : 张彦红

印 刷 : 北京富诚彩色印刷有限公司

装 订 : 北京富诚彩色印刷有限公司

出版发行 : 电子工业出版社

北京市海淀区万寿路 173 信箱 邮编 : 100036

开 本 : 787 × 980 1/16 印张 : 16.25 字数 : 376 千字

版 次 : 2018 年 6 月第 1 版

印 次 : 2018 年 9 月第 3 次印刷

定 价 : 89.00 元

凡所购买电子工业出版社图书有缺损问题，请向购买书店调换。若书店售缺，请与本社发行部联系，联系及邮购电话：(010) 88254888, 88258888。

质量投诉请发邮件至 zlts@phei.com.cn，盗版侵权举报请发邮件至 dbqq@phei.com.cn。

本书咨询联系方式：010-51260888-819, faq@phei.com.cn。

前言

数据的重要性已经被越来越多的公司、个人所认识，对淘宝卖家而言，大数据和数据化运营的概念更是早已深入人心，数据分析和数据化运营已成为淘宝从业人员不可或缺的一项职场技能。

本书汇集我7年淘宝运营工作经验和实操案例，通过大量日常运营工作中的案例系统地介绍数据在淘宝运营过程中的应用，希望能够帮助不懂淘宝数据分析或者想要学习淘宝数据分析的人了解和初识淘宝数据分析。

我不是一名专业的数据分析师，因此不敢说自己在数据化运营方面有多大的本事。但在7年淘宝运营工作中，我一步一步地摸索淘宝数据分析，总结出了一些自己认为有意思的经验和技巧，借助本书和广大的同行分享。

我撰写这本书的初衷，一方面是希望把自己这7年的实践经验总结和提炼，形成具有实际操作性的知识，并分享给想要学习这方面知识的读者，另一方面是希望能够弥补目前市场上缺乏这类书的遗憾，我经常听到网友说，目前市场上数据分析类的书，要么太高大上，要么和淘宝运营搭不上边，真正淘宝运营的数据分析类书太少，大部分写这类书的作者可能并没有真正运营过淘宝，没有开过淘宝店铺。所以，我希望能够把自己日常运营的经验分享给大家。

本书的定位是淘宝职场技能类图书，并非Excel等计算机类的书，主要读者对象是刚入门的淘宝运营人员和淘宝数据分析能力完全缺乏的人员。因此，本书都是从基础性操作开始一步一步地演示，主要考虑的是实用性和落地性。

本书分为4篇。

第1篇，认识篇。主要介绍数据分析的一些基础知识和用途，让初学者对数据分析有初步的了解和认识。

第2篇，工具篇。主要介绍在数据分析中应用的Excel工具，后期的很多内容都建立在这些操作的基础之上。因此，如果没有学好这章，可能后面很多内容都无法操作。

第3篇，分析方法篇。主要介绍在数据分析过程中最常用的一些方法，让初学者对数据分析的方法有一个清晰的逻辑思维。

第4篇，数据运营篇。主要演示在实际过程中需要用到的一些数据分析案例，帮助读者把前面学到的内容应用到实际工作中。

本书引用的是 Excel 2016 版，该版本与其他版本可能会存在一些略微的不同。

本书从真正动笔到最终完成用时半年以上，我在写作过程中多次自我怀疑，甚至有过想要放弃的念头。说实话，我低估了写这本书的难度，总以为把自己掌握的东西和经验写出来很简单，像平时和大家聊天一样就可以了。可是实际上并没有这么简单，因为受限于自身文笔能力，总感觉没办法通过文字把自己积累的经验完全地表达出来，有很多东西总感觉只能意会，没办法言传，毕竟我只是一名淘宝店铺运营操盘手，并非专业作家，也从未从事过与文学相关的工作。因此，写得不足和遗漏的地方，希望广大读者海涵。

同时，需要提醒各位读者的是，淘宝运营瞬息万变，本书部分内容以及页面的截图可能在读者阅读时已经发生了变化，但是我相信不会影响对本书核心内容的解读，请广大读者知悉并谅解。

刘祥

2018年5月

读者服务

轻松注册成为博文视点社区用户 (www.broadview.com.cn), 扫码直达本书页面。

- **下载资源**：本书如提供示例代码及资源文件，均可在 [下载资源](#) 处下载。
- **提交勘误**：您对书中内容的修改意见可在 [提交勘误](#) 处提交，若被采纳，将获赠博文视点社区积分（在您购买电子书时，积分可用来抵扣相应金额）。
- **交流互动**：在页面下方 [读者评论](#) 处留下您的疑问或观点，与我们和其他读者一同学习交流。

页面入口：<http://www.broadview.com.cn/34340>



目录

第 1 篇 认识篇	1
1.1 什么是淘宝数据分析	1
1.2 淘宝数据分析的作用	2
1.3 淘宝数据分析人员的基本要求	4
1.4 淘宝数据分析过程中的五个错误	5
1.5 淘宝数据分析的六个步骤	7
第 2 篇 工具篇	9
2.1 Excel 函数的应用	9
2.1.1 VLOOKUP 函数的使用方法和应用	9
2.1.2 OFFSET 函数的使用方法和应用	12
2.1.3 MATCH 函数的使用方法和应用	15
2.1.4 SUM、SUMIF、SUMIFS 函数的使用方法和应用	19
2.1.5 COUNT、COUNTIF、COUNTIFS 函数的使用方法和应用	22
2.1.6 ROW、COLUMN 函数的使用方法和应用	24
2.1.7 IF、IFERROR、AND、OR 函数的使用方法和应用	27
2.1.8 MAX、MIN、LARGE、SMALL 函数的使用方法和应用	30
2.1.9 AVERAGE 函数的使用方法和应用	32
2.1.10 INT、ROUND 函数的使用方法和应用	32
2.1.11 YEAR、MONTH、DAY 函数的使用方法和应用	33
2.1.12 WEEKDAY、WEEKNUM 函数的使用方法和应用	34
2.1.13 NOW、TODAY 函数的使用方法和应用	36
2.1.14 INDEX 函数的使用方法和应用	36

2.1.15	LEFT、LEFTB、RIGHT、RIGHTB、MID、MIDB 函数的使用方法和应用	38
2.1.16	FIND、FINDB 函数的使用方法和应用	40
2.1.17	LEN、LENB 函数的使用方法和应用	42
2.1.18	SUMPRODUCT 函数的使用方法和应用	42
2.2	数据透视表分析工具的应用	45
2.2.1	创建数据透视表	45
2.2.2	用数据透视表进行百分比计算	48
2.2.3	利用数据透视表进行同比和环比计算	52
2.2.4	利用数据透视表进行数据分组统计	55
2.2.5	切片器在数据透视表的应用	70
2.2.6	更改数据源和刷新数据透视表	72
2.2.7	数据透视表中插入公式	77
2.3	玩转 Excel 图表	79
2.3.1	Excel 基本图表样式	79
2.3.2	双坐标图	89
2.3.3	漏斗图	92
2.3.4	波士顿矩阵图	100
2.3.5	帕累托图	108
第 3 篇 分析方法篇		111
3.1	AB 测试法	111
3.2	杜邦分析法	112
3.3	对比分析法	125
3.4	5W2H 分析法	126
3.5	漏斗图分析法	127
3.6	问题树分析法	128
第 4 篇 数据运营篇		131
4.1	市场行情分析	131
4.1.1	市场容量分析	131
4.1.2	行业发展趋势分析	139
4.1.3	竞品市场行情分析	142

4.1.4	市场潜力分析	148
4.1.5	解剖竞争对手爆款的前世今生	158
4.2	店铺流量分析	168
4.2.1	关键词有效度分析	168
4.2.2	关键词趋势分析	177
4.2.3	店铺四大流量诊断分析	186
4.3	店铺转化分析	198
4.3.1	店铺访客分析	198
4.3.2	店铺人群画像分析	204
4.3.3	会员分群管理与营销	209
4.3.4	单品服务数据分析	228
4.3.5	单品详情页数据分析	232
4.4	那些不被你关注的规划和预算	235
4.4.1	全店年销售额规划	235
4.4.2	目标规划细分拆解	239
4.4.3	推广费用的规划	243
4.4.4	爆款规划与推广	244
4.4.5	自然搜索流量优化与规划	247
4.4.6	选款思维维度	251

(以下附录部分内容请到专门网页上下载阅读)

附录 A	淘宝数据分析的重要指标	253
附录 B	INDIRECT 函数的使用方法和应用	256
附录 C	淘宝数据分析过程中比较实用的 Excel 技巧	258
附录 D	数据透视表的布局和格式的调整	272
附录 E	瀑布图	280
附录 F	会员关系管理分析	284
附录 G	竞争情报分析	293

第1篇

认识篇

马云说：互联网还没搞清楚的时候，移动互联就来了；移动互联还没搞清楚的时候，大数据就来了。确实，这几年淘宝的发展，或者说电商行业的发展是“爆炸”式的。越来越多的商家愿意把传统行业搬入互联网，愿意在淘宝上投入资金。现在已经不再是当年一根网线和一台计算机就能当老板的时代了，但是每天仍然有无数的人涌入淘宝，也有无数的人被淘汰。那么，怎样才能让自己的店铺在这个竞争激烈的环境中生存下来呢？这就是我们要解决的核心问题。

解决这个核心问题最重要的一个因素就是数据化运营，从行业选择，到选款和选品，到定价，到库存管理，到优化推广等，整个过程可以说都离不开数据分析。如果脱离数据分析，要在这个行业赚点运气钱倒还可以，但是要想持续在这个行业中生存很难。

淘宝数据化运营成为近年来兴起的一个新概念。它在运营的基础上提出数据驱动店铺的口号，把数据与店铺的经营结合起来，为日常运营提供决策的依据。

数据作为一种客观的事实，能够真实地反映出店铺的状况，可以告诉我们产品的状况、买家的需求情况和喜爱偏好、买家的行为习惯等，从而让我们能够有针对性地优化和调整，不再像无头苍蝇一样盲目地胡乱行动。

1.1 什么是淘宝数据分析

简单地说，淘宝数据分析就是指利用各种手段有目的地对收集来的数据整理、汇总归纳和处理分析，提炼出对我们有帮助的信息，最大化地发挥这些数据的作用，是为了提取有用的信息和形成结论从而对数据研究和概况总结这样的过程。

淘宝数据分析的目的是把隐藏在一大堆看起来杂乱无章的数据背后的信息提炼出来，总结它们的原因或者规律等。例如，访客数、转化率、客单价、停留时间、访问深度、下单人数、支付人数、支付转化率、人均浏览量等，如果不关注背后的信息，这些数据放在一起看起来可能是杂乱无章的，但是经过一系列的加工处理之后，就能根据我们的需求目标总结出它们之间背后的信息和规律。

在日常的淘宝运营过程中，数据分析可以帮助运营人员或者决策人员判定和决策，让他们

可以根据数据分析的结果采取适当的行动。例如，想要预测双十一当天店铺能够卖多少货，以便备货，这时我们就必须依赖数据分析才能完成，否则，就只能瞎猜。

1.2 淘宝数据分析的作用

可以说，如今的电商从业人员处在一个数据爆炸性增长的大数据时代，我们都知道数据运营和数据分析对工作的重要性，那么淘宝数据分析对店铺到底有什么作用呢？

1. 了解现状

简单地说，就是通过以前获取到的数据了解现在处于一个什么状况，现在是好还是坏、是积极的还是消极的、是增长趋势还是下滑趋势。

例如，我们经常会分析店铺最近一个月的销售额、流量、转化率、付费投入等情况，通过这些数据了解店铺的整体运营现状，评估店铺目前的状态是好还是坏，好又好到什么程度？是稍微变好了还是比行业均值好？还是比行业优秀店铺都好？坏又坏到什么程度？是比前一段时间坏了？还是相对于竞争对手来说是坏的？我们也经常会分析每一个单品的情况，分析它的流量来源渠道，了解单品的发展趋势和变动情况。

在淘宝日常运营中经常通过分析日报、月报、单品监控、标题优化监控等多种形式的数据报表达到了了解现状的目的。

2. 分析原因

了解现状之后，就必须分析为什么会发生这样的情况。

例如，通过标题优化监控了解到现状是单品的搜索流量上升了，这是对单品情况的基本了解，但是仅仅了解现状是没有用的。我们要真正弄明白为什么会发生这样的情况？是因为修改了标题造成的？还是因为最近销量增长权重高了？还是因为某个关键词的突然爆发？等等，只有进一步展开原因分析，确定具体的原因，才真正对我们有帮助。

要分析出原因，是必须依赖数据的。例如，单品的搜索流量最近大幅上升了，想要知道是不是优化了标题的效果，那么就需要把标题优化前和优化后的数据对比分析，如果正好在改了标题之后，加进来的那个关键词带来了大量的流量，那么说明可能就是因为改了标题导致流量上升。

了解现状一般是整体分析，而分析原因一般是专题分析，而且往往都是根据现状进行原因分析。有时候会发现，分析原因和了解现状有很多地方是交叉的。

3. 预测未来

在了解了现状，也分析出了原因之后，还需要预测接下来会发生什么状况。只有这样，才能对决策有帮助。

例如，在标题优化监控时，了解到标题流量下滑了，而且分析原因是因为我们改了关键词，原来的关键词不再带来流量，新加入的关键词还没有原来的关键词带来的流量多，根据分析是

因为目前这个关键词竞争大，我们的宝贝权重比较低，所以并没有带来满意的效果。这个时候就应该开始预测未来了，接下来这个款的流量会如何发展？我们的单品权重接下来会如何发展？当单品权重提升以后，该关键词能不能在竞争中分到比较大的流量？如果能的话，我们要做的就是积累权重；如果不能的话，我们可能就要重新优化标题。

4. 及时发现问题

作为淘宝卖家，如果没有及时发现异常情况，可能会导致整个店铺垮掉。相信很多卖家都有这样的体验，本来一个店铺做得好好的，突然之间就流量下滑、销售额下滑。可怕的是，很多商家竟然不知道是什么原因造成的。

实际上，任何一个异常的情况都是有原因的。所以，了解现状和分析原因，是有助于发现问题的。

我们经常需要监控全店的各类数据，及时发现数据的异常情况。例如，某店手淘搜索流量的统计数据如图 1-1 所示，可以看到在 7 月 11 日之后手淘搜索流量下滑了，这就是已经出现了异常的数据、发生了问题。此时，我们需要立即分析数据是否有误，如果没有误的话立即分析原因，为什么会造成这样？是正常波动还是异常行为？如果是异常行为，那就要及时调整优化，毕竟问题刚刚出现的时候，还是有很多补救方法的。如果没有及时发现这个问题，等到最后损失惨重的时候才发现，那么可能就来不及补救了。

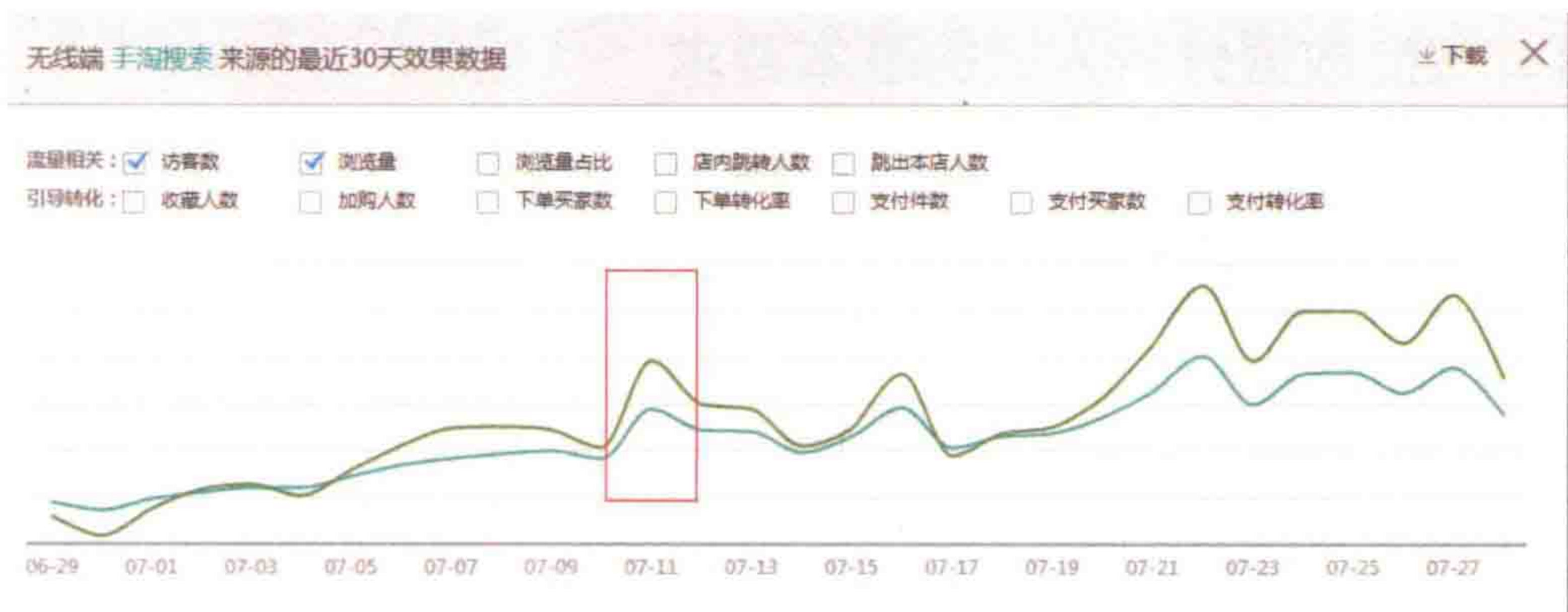


图 1-1

5. 决策依据

在决策的时候需要有一个依据，需要利用数据帮助决策。

举一个小例：如果你是一家公司的运营，老板告诉你最近利润不太乐观，打算降低一下推广费用来提高利润，这时你是不是要直接听老板的话，降低推广费用呢？

肯定不行，你需要对目前的数据进行分析。图 1-2 所示为某店铺流量来源数据图，你需要对这个图进行分析，分析目前付费流量情况如何，你还需要分析目前店铺的推广费用是多少？

目前店铺推广费用带来的效果怎样？如果降低了推广费用会造成什么样的影响？它会不会带来更多的利润？如果不能达到目的，那么肯定就没办法降低。这些决策都是需要很多数据作为参考依据的。



图 1-2

淘宝数据分析的重要指标请见附录 A。

1.3 淘宝数据分析人员的基本要求

要成为一名合格的淘宝数据分析师其实是有难度的，或者说是有一定要求的。淘宝数据分析师需要付出一定的时间和精力、要有一定的耐心和承受能力。下面这些要求是我根据 7 年来淘宝操盘的经验总结出的思想和感悟。

1. 有清晰的逻辑思维能力

很多商家经常说不会数据分析、不知道该怎么分析、不知道该分析哪些内容，其实这就是没有一个清晰的逻辑思维。在做数据分析的时候，他脑海中没有一个分析的结构和框架，假如说，要是给他一个分析的思维导图，告诉他应该先分析什么，后分析什么，应该分析哪些内容，那么他肯定就知道如何做数据分析。

数据分析有时候看起来是特别复杂的，如果没有框架和思维，那么就可能会走入死胡同没办法出来。因此，作为一名淘宝的数据分析人员，这一点是必需的要求。

2. 懂产品

很多商家总是要我帮忙给他做数据分析，但是我每次都拒绝了，其实，拒绝并不是不愿意帮忙，而真正的原因是我未必懂你的产品，如果不懂产品是很难做好数据分析的。

可能很多人会觉得，淘宝数据分析不就是通过数据分析问题吗？如果要是对产品都完全懂了还要分析吗？不就已经清楚了吗？

其实,分析数据不只是看数据表面的东西,更重要的是看隐藏在数据背后的问题。有些时候,如果不懂产品,会让数据给误导,只有懂产品的时候,才能更好、更有效地分析出问题。

当对产品特别了解的时候,你会对看到的数据特别敏感,如果不懂产品,你看到的就是一堆数据或者一堆图表而已,只知道它的趋势是上升还是下降,但是这些代表的是什么含义可能你就知道了,单纯只是一个看得懂表面数据的数据分析师不是一个好的淘宝数据分析师。

3. 有耐心和好奇心

在很多人看来,淘宝数据分析是一件非常枯燥无味的事情,每天和数据打交道,要算这儿算那儿的,看这儿看那儿的。如果没有耐心的话,很难做好这个行业,特别是耐心不够的时候,稍微看到一点小问题就觉得已经发现了全部,结果真正的问题根本就没有发现。而要发现真正的问题是需要不停地忍耐,不停地探索。

好奇心就更加不用说了,我们已经说过,数据分析需要探索隐藏在数据背后的东西,所以脑中必须要有“十万个为什么”,为什么会产生这样的结果,为什么下降,为什么18~24岁的人最多等,只有解决了这些为什么,才算真正地找到突破口。要做到提出一个问题,紧接着通过验证回答这个问题,然后又要提出另外一个问题。这都是需要好奇心和耐心才能做到的。

4. 掌握基本的统计分析专业知识

就目前情况来说,暂时还没有要求淘宝数据分析和传统数据分析一样专业,淘宝数据分析主要是懂得与实际操作结合起来,但是,一些基本统计分析专业知识也必须掌握,掌握基本的理论知识之后,要更多地与实际操作结合起来。

5. 客观公正

这一点也很重要,在运营淘宝的时候,特别是运营淘宝久了的人,总是喜欢凭自己的主观经验决定,容易把自己的主观经验带入数据分析中,而这一点是万万不可的,做淘宝数据分析一定要保持客观的公正态度。

1.4 淘宝数据分析过程中的五个错误

下面五个错误是新手最常见,也是最典型的错误。

1. 从主观意识出发做数据分析

这是大部分新手都会犯的错误,在刚刚接触数据分析的时候,他们总是形成一种主观意识,对最后的结论做出预先的判断。例如,在一开始他心里就认定搜索流量下滑是因为转化率,所以他做数据分析的时候,一直围绕转化率做分析和验证。

这种行为其实是万万不可的,如果一开始不是站在客观的角度,总是想用数据验证你的想法是正确的,那么你会发现无论怎么做你的想法都是对的,因为从一开始挖掘数据、采集数据的时候,你都是想方设法验证你的主观观点。

因此，客观性是淘宝数据分析人员要具备的基本要求之一，在做数据分析的时候要避开这个错误，一开始可以有自己的怀疑和一些想法，但是顶多只能是在怀疑的层次，要尽量保持中立的态度，不但要验证你的想法的正确性，而且还需要验证你的想法的错误性。

2. 过分地专注数据的表面信息

这一点也是新手最容易犯的错误之一，在做数据分析的时候过分地相信数据表层的信息，而忽略实际和背后的东西。

例如，经常会碰到这样一个情况，有很多商家在优化标题的时候，首先都会看搜索指数，当他发现搜索指数比较低的时候，他认为这个词就不能用，因为没有人搜索。

可是实际上呢？很多这种没有搜索指数的词恰好就是最容易转化的词。

从数据角度来说，这个词的搜索指数特别低，需求它的人会少很多。从某种角度来说，它确实好像不太适合做标题，因为我们做标题的想法可能都是希望更大的流量。

但是搜索指数低并不代表没有人搜索，搜索指数是淘宝指数化处理的数据，搜索指数低只是说它的占比不高，但是，中国网民有几亿人，0.001%的占比其实人数也不少，但是0.001%经过淘宝处理之后可能会显示为0，看起来好像没有搜索，实际上并非如此，而且，往往这些词是你宝贝的精准词，竞争也少，特别是在宝贝权重低的时候，也许这些词正好可以带来流量，虽然带来的流量不会太大，但是会有，而且还会成交，如果你只停留在数据表面的话，就会让这些数据误导。

3. 忽略了数据来源的重要性

很多新手在做数据分析的时候，只想着怎么获取数据做图表，但是没有考虑这些数据的来源是否有参考依据。

例如，经常需要对店铺的人群进行地域分析。很多商家会通过自己店铺买家人群的收货地址进行地域分析，从理论上来说，这是没有问题的。但是如果你的店铺本身有差异性，比如你订单的成交都是来自广东省，只是因为你平时开车只开了广东省，所以才导致你店铺的订单基本都是来自广东省的，这个时候，如果拿自己店铺的订单做分析，那么最后的结果是会误导你的，因为获取数据本身就是片面的。

因此，在今后的数据分析过程中，一定要从多个方面、多个渠道获取数据，不仅仅只是自己店铺，也不仅仅只是行业数据，要从多个角度获取数据并分析，千万不要单一地依靠某个渠道的数据，因为如果这个渠道数据有问题，那么整个过程都会出现问题。

4. 不管三七二十一先做个图表再说

在刚学数据分析的时候，很多人总是喜欢把所有的数据都拿出来做成图表，总感觉做一个图表是特别酷的事情，不作图就不酷了，很多时候根本不需要做图表也硬要做一个图表，这就有点本末倒置了。作图的目的是分析数据，更直观地分析数据，但是如果数据本来就已经很直观了，那么再做一个图表就多余了。

5. 没有明确的分析思路

当有人要我给他指导数据分析的时候，我先要问的是你的分析思路是怎样的？或者说，你做这个分析的时候框架是怎么设定的，如果要是我发现你的思路本身就存在问题的话，后面不管你做得多好我也不会往下看，因为错误的分析思路得到的分析结果也是错误的，而这一点恰好又是新手最容易犯的错误，很多新手在分析的时候从来都不去考虑分析思路，只知道盲目地获取各种数据、做各种图表。

1.5 淘宝数据分析的六个步骤

前几节介绍了淘宝数据分析是什么、它的作用有哪些、做一个淘宝数据分析人员要具备哪些条件，以及典型的五个错误。下面针对做淘宝数据分析具体要做哪些内容、应该如何一步一步实现等问题，总结了六个步骤。

1. 确定目标和分析内容的框架

这一步在实际工作中是非常重要的，但是又经常被人忽略，特别是对新手来说，很多人一开始做数据分析的时候根本就不知道应该干什么，更别说确定目标和思路，以为数据分析就是做图表、看数据。

如果没有明确的目的和分析内容的框架，那么在这个过程中会感觉非常迷茫，因为没有明确的目的，很多人在做数据分析的时候，根本不知道该干什么，只是一张又一张不停地做图表，却没有想过做这张图表有什么用、能达到什么目的。在做图表的过程中，因为没有目的，所以也不知道到底应该做多少张图表，就像一只无头苍蝇一样胡乱行动。

因此，在做淘宝数据分析的时候，第一步要做的是确定明确的目标和分析内容框架，要梳理好分析思路，把目标分解开来。要明白目的是什么、想要达到什么样的效果、应该通过哪种方法实现、应该做哪些图表、应该用哪些分析的方法。只有这样，在整个过程中才不会迷失方向。

2. 数据采集

数据采集要建立在目标上，因为只有明确了目标和思路，才知道接下来应该采集哪些数据。例如，如果想要分析转化率和流量之间有没有相关性，那么只需要调取与访客数和转化率相关的数据，其他一切不相关的、没有任何关联的数据可以不用采集。

做淘宝数据采集的时候一般都是手动复制，或者下载，当然，也可以利用爬虫工具，但是如果使用生意参谋的话最好不要频繁地使用爬虫工具，因为淘宝是打击爬虫工具的。

采集数据的途径有很多，最常见的有生意参谋、生e经、店铺订单数据、淘宝排行榜数据。

3. 数据处理

即使有了明确的目的和分析内容的框架，采集到的数据也难免是杂乱无章、不规律的，这个时候需要进行数据处理。数据处理就是把采集到的数据根据目的加工整理，该删除的删除、该计算的计算，形成一种需要的数据形式。

4. 数据展示和分析

数据展示和分析是这六个步骤里面的重中之重，把采集到的数据处理完之后需要通过这些数据得出一些有价值的、有实际意义的结论，这才是做数据分析的真正目的，而要得出这些有价值的信息就要把数据直观地展示并加以分析。

在数据分析环节中，往往需要利用一些工具。在淘宝数据分析中，最常见的有 Excel、SPSS、MySQL。需要利用这些工具建立数据模型，把数据更直观地展示出来，更加有效地传递信息和表达分析师的观点，经常做的各种 Excel 图表就属于数据展示和分析。

5. 撰写报告

撰写报告是要把分析的数据总结和呈现出来，很多的时候，做的数据不仅仅只是自己观看。例如，如果你是淘宝运营，你分析的数据可能要给老板看，你就需要把分析的思路、过程、得出的结论呈现给老板，供他决策参考，这个时候就需要撰写报告。

淘宝数据分析的报告无需像专业的商业报告那样，应该以实用为目的，无需太多的形式主义，只要把得出的结论通过图文并茂的形式呈现出来，能够让阅读的人很轻易地理解就行了。做淘宝数据分析主要还是要考虑实用性。

6. 推动建议落实

单纯只是一份报告呈现结果是没什么用的，好的分析报告一定要有建立和解决问题的方案，而这些方案必须推动落实，否则的话，如果只是写给人看看，然后放一边就不管了，那么整个数据分析的过程和报告就没有真正发挥它的作用。这就是为什么在撰写报告的时候要以实用为主，因为真正目的在于解决问题的方案、在于真正地利用数据帮助决策和优化。