

中国电子
商务协会
副会长李一楠
作序推荐

凤凰高新教育 罗奕炎◎编著

淘宝、天猫 微店

网店大数据分析 & 营销 从入门到精通

丰富的教学视频

与书同步的140分钟视频教程
5小时手把手教您装修出品质店铺视频教程
15个网店宝贝优化必备技能视频教程
手把手教你把新品打造成爆款视频教程
6小时Photoshop照片处理视频教程

超实用电子书

新手开店快速促成交易的10种技能
不要让差评毁了你的店铺——应对差评的10种方案
你不能不知道的100个卖家经验与盈利技巧
10招搞定“双11”“双12”营销活动

超人气素材

28款详情页设计与描述模板
46款搭配销售套餐模板
162款秒杀团购模板
200套首页装修模板
396个关联多图推荐格子模板
330个精美店招模板
660款设计精品水印图案
2000款漂亮店铺装修素材

配套的PPT课件

制作精美，拿来就用

赠送



配套光盘



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

淘宝、天猫 微店

网店大数据分析 & 营销

从入门到精通

凤凰高新教育 罗奕炎◎编著



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

内 容 提 要

本书从零开始,基于“淘宝、天猫、微店”3个平台,教会读者如何获取网店运营的各类数据,如何整理数据,如何分析数据,以及如何利用数据及时发现店铺的问题,找出解决问题的思路与方法,让网店经营更科学、更有效。

全书以“网店大数据分析必知篇→淘宝和天猫网店数据分析与运营篇→微店数据分析与运营篇”为写作线索,分为3篇,共10章内容。

第1篇为网店大数据分析必知篇(第1~3章),系统地讲解网店大数据的作用、如何通过大数据找到蓝海市场、网店大数据的种类,以及大数据分析工具与分析方法等内容。第2篇为淘宝和天猫网店数据分析与运营篇(第4~9章),重点介绍淘宝店、天猫店运营中的大数据分析及利用,包括通过大数据定位产品及店铺,利用大数据合理做营销推广、搜索排名与引流转化,使用大数据优化客户管理及库存等内容。第3篇为微店数据分析与运营篇(第10章),从无线端入手,讲解无线端与PC端的不同之处,并说明如何利用这些不同点进行数据化运营,掌握无线端店铺的销售;还补充讲解微店市场的数据运营,帮助那些在微店APP开店的卖家,经营好微店平台的店铺。

本书不仅适合想创业的广大毕业生、在校大学生、初创业者、兼职寻求者、自由职业者,也可供有产品、有门店想扩大销售渠道的商家及个体老板学习参考,还可以作为各类院校或培训机构电子商务相关专业的教材参考用书。

图书在版编目(CIP)数据

淘宝、天猫、微店网店大数据分析营销从入门到精通 / 凤凰高新教育, 罗奕炎编著. —北京: 北京大学出版社, 2017.8

ISBN 978-7-301-28374-5

I. ①淘… II. ①凤… ②罗… III. ①网络营销 IV. ①F713.365.2

中国版本图书馆CIP数据核字(2017)第128340号

- | | |
|-------|---|
| 书 名 | 淘宝、天猫、微店网店大数据分析营销从入门到精通 |
| | TAOBAO、TIANMAO、WEIDIAN WANGDIAN DASHUJU FENXI YU YINGXIAO CONG RUMEN DAO JINGTONG |
| 著作责任者 | 凤凰高新教育 罗奕炎 编著 |
| 责任编辑 | 尹毅 |
| 标准书号 | ISBN 978-7-301-28374-5 |
| 出版发行 | 北京大学出版社 |
| 地 址 | 北京市海淀区成府路205号 100871 |
| 网 址 | http://www.pup.cn 新浪微博: @北京大学出版社 |
| 电子信箱 | pup7@pup.cn |
| 电 话 | 邮购部 62752015 发行部 62750672 编辑部 62580653 |
| 印 刷 者 | 三河市博文印刷有限公司 |
| 经 销 者 | 新华书店 |
| | 787毫米×1092毫米 16开本 17.75印张 彩插2 457千字 |
| | 2017年8月第1版 2017年8月第1次印刷 |
| 印 数 | 1—3000册 |
| 定 价 | 49.00元 |

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

举报电话:010-62752024 电子信箱:fd@pup.pku.edu.cn

图书如有印装质量问题,请与出版部联系。电话:010-62756370

此为试读,需要完整PDF请访问: www.ertongbook.com

Preface

序言

“电子商务”开创了全球性的商业革命，带动商业步入了数字信息经济时代。近年来我国电子商务发展迅猛，不仅创造了新的消费需求，引发了新的投资热潮，开辟了新的就业增收渠道，为“大众创业、万众创新”提供了新空间，同时加速与制造业融合，推动服务业转型升级，催生新兴业态，成为提供公共产品、公共服务的新力量，成为经济发展新的原动力。

在商务部、中央网信办、发改委三部联合发布的《电子商务“十三五”发展规划》中，预计到2020年将实现电子商务交易额超过40万亿元，同比“十二五”末翻一番，网络零售额达到10万亿元左右。电子商务正以迅雷不及掩耳之势，进入到百姓生活的方方面面，可以说，电子商务已经成为网络经济中发展最快、最具潜力的新兴产业，而且是一个技术含量高，变化更新快的行业，要做好电子商务产业，应认清行业的发展趋势，快速转变思路，顺应行业的变化。电商行业的发展呈现了以下5个较为鲜明的发展趋势。

移动购物。2016年天猫“双十一”全天交易总额为1207亿元，其中无线端贡献了81.87%的占比，这是阿里巴巴举办“双十一”8年来的最高交易额，比2015年全年交易额的912亿元、无线端贡献的68%，有了大幅度增长。随着智能终端和移动互联网的快速发展，移动购物的便利性越来越突出。在主流电商平台的大力推动下，消费者对于通过移动端购物的接受程度也大大增加，用户移动购物习惯已经养成。无线购物正在迅猛地发展，21世纪不仅仅是PC端网购的时代，更是无线端网购的新时代。

电子商务向三、四、五线城市及农村电商渗透。如果说前10年是电子商务的起步和发展阶段，一、二线城市享受着电子商务带来的产业升级变化和大众的生活便利，那么，后10年会是三、四、五线城市，以及农村电商发展的黄金时期。随着国家政策的大力扶持，以及交通运输、网络物流的改善，电商正在逐渐渗透到三、四、五线城市及农村电商市场。

社交购物。社交购物的模式大家一定不陌生，在我们的社交平台上已经充斥着各种各样的电商广告，同时通过亲人、朋友等向我们推荐，作为我们的购物参考。社交购物可以让大家在社交网络

上更加精准地营销，更个性化地为顾客服务。

大数据的应用。大家知道如果以电子商务的盈利模式逐渐作为一个升级，最低级的盈利是靠商品的差价。往上一点的是为供应商商品做营销，做到返点。再往上一点的盈利是靠平台，通过流量、顾客，然后收取平台使用费和佣金提高自己的盈利能力。再往上一点是金融能力，也就是说为我们的供应商、商家提供各种各样的金融服务得到的能力。而在电子商务迅猛发展的今天，我们要通过电子商务顾客大量的行为数据，分析和利用这个大数据所产生的价值，这个能力是当前电子商务盈利的最高层次。

精准化营销和个性化服务。这个需求大家都有，都希望网站为我而设，希望所有为我推荐的刚好是我要的，所以以后的营销不再是大众化营销，而是精准化营销。而这个趋势也是基于数据应用来实现的，通过数据的分析为顾客提供个性化的营销和服务。

然而，随着我国电子商务的急剧发展，互联网用户正以每年 100% 的速度递增，电子商务人才严重短缺，预计我国在未来 10 年大约需要 200 万名电子商务专业人才，人才缺口相当惊人。行业的快速发展与人才供应不足的矛盾，形成电子商务领域巨大的人才真空。从社会调查实践来看，大量中小企业正在采用传统经济与网络经济相结合的方式生产经营，对电子商务人才的需求日益增加。

面对市场对电子商务人才的迫切需求，人才的培养已得到普遍重视，国内很多大学及职业院校都已开设了电子商务专业，力争在第一时间将符合需求的专业人才推向市场。目前市场上关于电子商务的图书很多，但很多图书内容时效性差、技术更新落后、理论多于实际操作。北京大学出版社出版的这套电子商务教程，结合了当前几大主要电商运营平台（淘宝、天猫、微店三大平台），并针对电商运营中重要的岗位（如网店美工、网店运营推广）和热点技术（如手机淘宝、大数据分析、爆款打造）等，进行了全面的剖析和系统的讲解。我相信这套教程是中国电子商务人才培养、产业发展创新的有效补充，能为电商企业、个体创业者、电商从业者带来实实在在的帮助。互联网的发展很快，电商的发展更是如此，相信电商从业者顺应时代发展，加强学习，一定能做出自己更大的成绩。

中国电子商务协会副会长

李一杨

Foreword

前言

◆ 致读者

在大数据诞生之前，很多网店卖家都是依靠自己的行业经验来运营网店，而现在，已经有越来越多的卖家开始意识到数据是网店运营坚实可靠的后盾。信息化、数据化时代的到来，让“大数据运营”成了一个被用烂的词，几乎每一个网店卖家都知道数据运营的重要性。但是数据运营中的“数据”究竟是什么，卖家却只能说出一二，不能将其说得全面和透彻。网店卖家在这个信息化时代进行数据运营，前置条件是确保自己真的懂数据，明白数据运营的意义所在。如此，才能正确地使用数据利器优化和提高自己的网店生意。

可以说，无论是在淘宝、天猫平台开店，还是自己经营微店，如果不懂大数据分析就轻易决定网店的运营策略，那么都将会被市场所淘汰。

或许很多读者会觉得数据分析是一项很专业、需要专门指导和专业工具才能进行的工作，然而事实是，任何网店卖家只要掌握方法和思路，都可以轻松地进行自家店铺的数据分析和数据运营。

网店大数据运营的核心在于“数据”，卖家需要的网店数据有哪些、这些数据又要在哪里找、找到这些数据后又要怎么分析，通过分析结果又如何来参考进行运营与营销，这些都是一环扣一环。

《淘宝、天猫、微店网店大数据分析与营销从入门到精通》一书都会一一解答，教会你如何通过大数据找到市场的蓝海、如何通过大数据定位自己的店铺和产品，如何花最少的钱做最有效的营销推广，如何通过大数据做好店铺管理与库存优化，微店如何有效地利用大数据。

大数据分析营销，让量化的数据帮卖家总结过去、分析现在、决胜将来！帮助开淘宝店、天猫店、微店的商家学会大数据运营方法！

◆ 本书内容

全书按照“网店大数据分析必知篇→淘宝和天猫网店数据分析与运营篇→微店数据分析与运营篇”为写作线索，分为3篇，共10章内容。

第1篇为网店大数据分析必知篇（第1~3章），系统地讲解网店大数据的作用、如何通过大数据找到蓝海市场、网店大数据的种类，以及大数据的分析工具与分析方法等内容。

第2篇为淘宝和天猫网店数据分析与运营篇（第4~9章），重点介绍淘宝店、天猫店运营中的大数据分析及利用，包括通过大数据定位产品及店铺，利用大数据合理做营销推广、搜索排名与引流转化，使用大数据优化客户管理及库存等内容。

第3篇为微店数据分析与运营篇（第10章），从无线端入手，讲解无线端与PC端的不同之处，并说明如何利用这些不同点进行数据化运营，掌握无线端店铺的销售；还补充讲解微店市场的数据运营，帮助那些在微店APP开店的卖家，经营好微店平台的店铺。

◆ 本书特色

本书充分考虑淘宝、天猫、微店用户的实际情况，通过通俗易懂的语言、翔实生动的实例，系统地讲解了“淘宝、天猫、微店”大数据分析营销的相关知识。本书具有以下特色。

① 真正“学得会，用得上”。全书围绕当前最实用、最流行的三大创业平台——淘宝、天猫、微店来讲述大数据分析营销的相关知识。即使读者以前完全不懂大数据运营，也能由此入门，学会通过大数据定位产品及店铺，利用大数据合理做营销推广、搜索排名与引流转化，使用大数据优化客户管理及库存。

② 案例丰富，参考性强。全书通过相关案例进行分析讲解，完整地剖析了大数据分析运营的相关技能。并且总结了14个“大师点拨”的内容，汇总成功卖家的经验心得，吸取成功卖家大数据分析的方法与策略，并将他们之所以成功的宝贵经验加以总结和提炼，帮助卖家提高开网店的成功率。

③ 思维导图，直观易学。所谓字不如图，在信息化时代，人对图的接收效率要远远高于文字。本书穿插了大量的思维导图，帮助卖家快速掌握淘宝、天猫、微店的大数据分析与运营管理的方法与技巧。

◆ 超值光盘

本书配套光盘内容丰富、实用、超值，不仅赠送与书同步的教学视频，还赠送了皇冠卖家运营实战经验、运营技巧的相关电子书。另外，还为新手卖家提供了丰富的网店装修模板。具体内容如下。

1. 实用的开店视频教程

① 5小时手把手教您装修出品质店铺视频教程。

- ② 15个网店宝贝优化必备技能视频教程。
- ③ 6小时 Photoshop 照片处理视频教程。
- ④ 与书同步的140分钟网店大数据分析与营销视频教程。

2. 超值实用的电子书

- ① 新手开店快速促成交易的10种技能。
- ② 不要让差评毁了你的店铺——应对差评的10种方案。
- ③ 你不能不知道的100个卖家经验与赢利技巧。
- ④ 10招搞定双十一、双十二。

3. 超人气的网店装修与设计素材库

- ① 28款详情页设计与描述模板
- ② 46款搭配销售套餐模板
- ③ 162款秒杀团购模板
- ④ 200套首页装修模板
- ⑤ 396个关联多图推荐格子模板
- ⑥ 330个精美店招模板
- ⑦ 660款设计精品水印图案
- ⑧ 2000款漂亮店铺装修素材

4. PPT 课件

本书还提供了较为方便的PPT课件，以便教师教学使用。

◆ 读者群体

本书尤其适合以下类型的读者学习参考。

- ① 在淘宝、天猫平台开店的店主
- ② 淘宝、天猫、微店的运营人员
- ③ 品牌企业的电商部门人员
- ④ 互联网运营专员
- ⑤ 电商产品经理
- ⑥ 各类院校或培训机构电子商务相关从业人员

本书由凤凰高新教育策划并组织编写。本书作者为电商实战派专家，具有多年大数据分析与应用经验，特别擅长商业数据营销与案例分析。本书同时也得到了众多淘宝、天猫、微店卖家及运营高手的支持，他们为本书奉献了自己多年的运营实战经验，在此向他们表示衷心的感谢。同时，由

于互联网技术发展非常迅速，网上开店的相关规则也在不断变化，书中疏漏和不足之处在所难免，敬请广大读者及专家指正。

读者信箱：2751801073@qq.com

投稿邮箱：pup7@pup.cn

读者QQ群：218192911

第1篇 网店大数据分析必知篇

第1章 大数据分析基础知识

- 1.1 认识大数据 / 2
 - 1.1.1 什么是大数据 / 2
 - 1.1.2 大数据分析的作用 / 6
 - 1.1.3 大数据的5个生活案例 / 11
 - 1.2 告别盲目,用大数据找到蓝海市场 / 18
 - 1.2.1 定位有市场的类目 / 18
 - 1.2.2 定位有价值的类目 / 26
 - 1.2.3 定位有竞争优势的类目 / 28
- 本章小结 / 33

第2章 大数据分析在网店运营中的应用

- 2.1 网店大数据分析的六大核心数据 / 35
 - 2.1.1 店铺首页数据 / 35
 - 2.1.2 收藏和加购数据 / 38
 - 2.1.3 客服数据 / 40
 - 2.1.4 行业数据 / 43
 - 2.1.5 商品数据 / 46
 - 2.1.6 店铺整体数据 / 49

- 2.2 网店大数据分析的四大思维 / 54
 - 2.2.1 对比思维 / 54
 - 2.2.2 拆分思维 / 59
 - 2.2.3 维度思维 / 60
 - 2.2.4 假说思维 / 61
- 本章小结 / 65

第3章 网店大数据分析工具和方法

- 3.1 获取数据源的四大主要渠道 / 67
 - 3.1.1 百度指数获取数据源 / 67
 - 3.1.2 阿里指数获取数据源 / 73
 - 3.1.3 店铺工具获取数据源 / 79
 - 3.1.4 小插件获取数据源 / 81
 - 3.2 大数据分析的常用工具 / 87
 - 3.2.1 利用 Excel 建立数据源及进行基础分析 / 87
 - 3.2.2 为 Excel 添加数据分析工具做深度分析 / 92
 - 3.3 大数据分析的3种常用方法 / 93
 - 3.3.1 预测法 / 93
 - 3.3.2 异常检测法 / 94
 - 3.3.3 关系探索法 / 95
- 本章小结 / 97

第2篇 淘宝和天猫网店数据分析与运营篇

第4章

利用大数据分析确定店铺和产品定位

- 4.1 消费人群数据分析定位店铺和产品 / 99
 - 4.1.1 根据目标消费人群定位店铺风格 / 99
 - 4.1.2 根据目标消费人群定位产品 / 103
 - 4.1.3 根据目标消费人群定位定价 / 106
- 4.2 利用大数据挖掘店铺的潜力爆款 / 108
 - 4.2.1 潜在爆款的基本要素 / 109
 - 4.2.2 从市场容量开始分析 / 110
 - 4.2.3 分析产品销售趋势 / 113
 - 4.2.4 指标综合分析找出店铺爆款 / 116
- 4.3 利用大数据分析提升店铺页面装修 / 121
 - 4.3.1 店铺页面分类 / 121
 - 4.3.2 店铺页面需要关注的指标 / 123
 - 4.3.3 店铺页面跳失率深度解析 / 124

本章小结 / 125

第5章

利用大数据分析做好营销优化

- 5.1 影响产品权重的重要因素 / 127
 - 5.1.1 影响产品权重的相关因素 / 127
 - 5.1.2 影响店铺权重的相关因素 / 129
- 5.2 数据化营销活动提升店铺业绩 / 133
 - 5.2.1 精准的假日营销策划 / 133
 - 5.2.2 巧设竞品参照, 捕获消费者 / 136

- 5.2.3 巧用套餐法, 提升连带销售 / 137
- 5.2.4 让消费者占尽便宜——“赠送”促销法 / 139
- 5.2.5 如何判断营销数据的健康程度 / 140

本章小结 / 142

第6章 电商数据化运营是王道

- 6.1 数据化运营必知的四大转化率 / 144
 - 6.1.1 店铺静默转化率 / 144
 - 6.1.2 询单转化率 / 147
 - 6.1.3 免费流量的转化率 / 149
 - 6.1.4 付费流量的转化率 / 155
- 6.2 关注支付率和退款率, 让店铺良性发展 / 160
 - 6.2.1 支付转化率是销售额的核心 / 160
 - 6.2.2 控制好退款率, 提升店铺“权重” / 161
- 6.3 通过大数据分析提升付费推广效率 / 163
 - 6.3.1 分析直通车的投放 / 163
 - 6.3.2 分析钻展的投放 / 167

本章小结 / 168

第7章

做好客服管理, 提升产品销量

- 7.1 客服的绩效考核与激励 / 170
 - 7.1.1 客服的绩效考核 / 170

- 7.1.2 激励客服 / 174
- 7.2 打造金牌客服 / 175
 - 7.2.1 如何管理客服 / 176
 - 7.2.2 如何培训客服 / 177
- 本章小结 / 192

第 8 章

提升流量，做好个性化搜索分析

- 8.1 揭开个性化搜索的神秘面纱 / 194
 - 8.1.1 手机电商的崛起 / 194
 - 8.1.2 大量的消费者标签 / 195
 - 8.1.3 丰富的产品属性 / 198
- 8.2 万变不离其宗，个性化搜索的基础要素 / 199
 - 8.2.1 相关性匹配 / 200
 - 8.2.2 反作弊模型 / 202
 - 8.2.3 关键词的搜索转化效果 / 203
 - 8.2.4 销量递增模型 / 204
 - 8.2.5 店铺营销力层级模型 / 205
- 8.3 个性化搜索的影响因素 / 206
 - 8.3.1 价格段 / 207
 - 8.3.2 地域分布 / 207
 - 8.3.3 购物记录 / 208
 - 8.3.4 人群标签 / 210
- 8.4 玩转个性化搜索的实操办法 / 213
 - 8.4.1 两步做好类目布局 / 214

- 8.4.2 卡好价格段争取买家人群 / 216
- 8.4.3 商品关键词布局 / 218
- 8.4.4 商品地域搜索布局 / 219
- 本章小结 / 220

第 9 章

通过大数据，优化库存与会员营销

- 9.1 找到商品备货、补货的核心 / 222
 - 9.1.1 分析商品的生命周期 / 222
 - 9.1.2 淘宝助理采集基础数据 / 224
 - 9.1.3 精准计算商品备货、补货量 / 225
- 9.2 补什么样的货买家最喜欢 / 227
 - 9.2.1 备货时的商品属性选择 / 227
 - 9.2.2 补货时的商品属性选择 / 228
- 9.3 为什么要分析会员数据 / 234
 - 9.3.1 会员分析让销售额一翻再翻 / 234
 - 9.3.2 在不得罪会员的基础上广告营销 / 235
- 9.4 会员数据的获取与处理 / 236
 - 9.4.1 利用 CRM 软件和后台获取会员数据 / 236
 - 9.4.2 会员数据实操处理 / 240
- 9.5 3 种方法管理与分析会员 / 241
 - 9.5.1 RFM 分析法 / 241
 - 9.5.2 分组法 / 243
 - 9.5.3 等级细分法 / 245
- 本章小结 / 248

第3篇 微店数据分析与运营篇

第10章

利用生意参谋分析店铺无线端数据

- 10.1 无线端店铺引流用这3招 / 250
 - 10.1.1 抓住每一个流量入口引流 / 250
 - 10.1.2 无线端精准引流好词 / 255
 - 10.1.3 同行对比学习 / 259
- 10.2 有的放矢——无线端店铺访客分析 / 261
 - 10.2.1 无线端店铺访客时段分析 / 262
 - 10.2.2 无线端店铺访客地域分析 / 264

10.2.3 无线端店铺访客分析 / 266

10.3 无线端行业潜力商品分析 / 268

10.3.1 通过品牌分析选择无线端潜力商品 / 269

10.3.2 微店潜力爆款商品选择 / 270

本章小结 / 272

附录

电子商务常见专业名词解释 (内容见光盘)

第1篇

网店大数据分析必知篇

“网店大数据”分析已不是一个新鲜名词，越来越多的卖家意识到这不再是一个凭经验就能做运营的时代，而是一个利用数据有凭有据做分析运营的时代。但是真正能做好数据分析的卖家少之又少。究其原因，不少卖家根本没有明白什么是数据分析和数据分析的基本思路，以及网店数据分析有什么方向，就开始盲目进行，结果自然不理想。

本篇将从网店数据分析的基础入手，讲解数据分析思路、基本的工具、数据分析的实操步骤，让卖家打好基础，开始真实有效的数据分析之路。

第1章

大数据分析基础知识

本章导读



本章是网店数据运营的基础知识，在讲解了什么是大数据分析以及大数据分析的思路后，趁热打铁，利用数据进行蓝海市场的分析，帮助卖家解决网店运营中最基础的问题——如何找到成交量大、利润高且竞争小的商品市场？

知识要点



通过本章内容的学习，大家能够掌握数据分析的思路，并且根据自身情况找到理想的商品市场。学习完本章后需要掌握的相关技能如下。

- 大数据分析的核心要点是什么
- 大数据分析是如何利用在生活中的
- 大数据分析是如何利用在网店中的
- 从成交量、利润、竞争度3个方面分析市场
- 店铺如何做好全年的运营规划



1.1 认识大数据

随着信息化时代的到来，“大数据运营”成了一个被用烂的词，几乎每一个网店卖家都知道数据运营的重要性。但数据运营中的“数据”究竟是什么，卖家们却只能说出一二，不能将其说得全面和透彻。网店卖家在这个信息化时代进行数据运营，前置条件是确保自己真的懂数据，明白数据运营的意义所在。如此，才能目的明确地使用数据利器优化网店生意。

1.1.1 什么是大数据

麦肯锡全球研究所给的大数据的定义是：一种规模大到在获取、存储、管理、分析方面大大超出了传统数据库软件工具能力范围的数据集合，具有海量的数据规模、快速的数据流转、多样的数据类型和价值密度低四大特征。

1. 需要卖家关注的大数据类型

事实上，所谓的大数据并不单指数字类信息，还应该包括文字类、图形类信息。文字和图形从表面上看与数据没有关系，但是只要经过挖掘和处理，同样可以找到背后的数据意义。卖家运营网店，不应只关心数字类信息，而应将数据信息的收集范围扩大到不同的层面。从数字、文字和图形的信息范畴，进行全面的网店大数据运营。

网店的数据之所以能称为“大数据”，是因为网店的数据信息庞大。例如，一个日销量上万的网店，每日收集和需要处理分析的数据量就远远不是一张简单的 Excel 表能囊括完全的。下面先来了解一下网店卖家会遇到的 3 种数据类型。

(1) 数字类信息

数字类信息是网店卖家最常见的数据类型，其特点是以数字的形式直接表现网店不同方面的运营状态。图 1-1 所示的是某网店利用生意参谋查看到的网店固定日期下的“商品分析”数据、“售后服务分析”数据、“购买流失”数据。利用这些数据，卖家可以清楚地知道对应商品当天的经营状态。

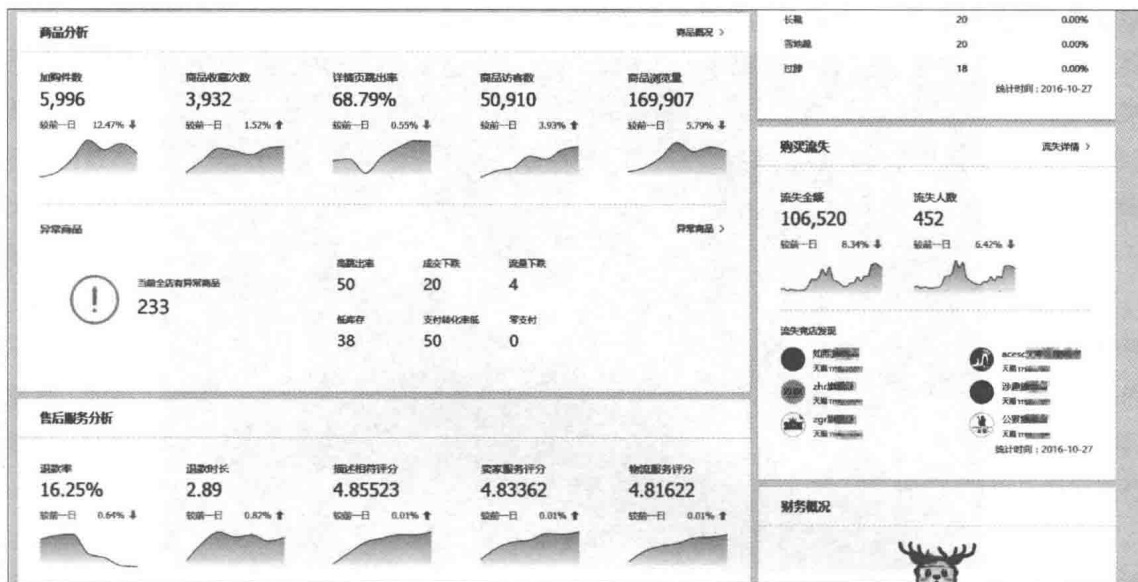


图 1-1 生意参谋中的数字信息

(2) 文字类信息

文字类信息同样具有数据分析的意义。例如,店铺消费者有哪些标签,是“森女”还是“靓女”,是“运动”还是“慵懒”。又如,店铺消费者的人群主要是“女性”还是“男性”,是“年轻人”还是“中年人”,或者是“老年人”。这些文字类信息看似与数据联系不大,但是对网店运营同样有战略性意义。卖家可以根据文字信息调整运营方法,甚至可以挖掘出文字背后的数据,如网店有多少客户是“女性”,又有多少客户是“男性”。图 1-2 所示的是某网店利用生意参谋查看到的店铺访客的“营销偏好”和“关键词 TOP”的文字类信息。从这些信息中,卖家可以对店铺的营销方式和商品关键词做出调整。



图 1-2 生意参谋中的文字信息

(3) 图形类信息

网店的图形类信息主要用于帮助卖家的店铺做装修和图片设计。如图 1-3 所示,卖家可以通过生意参谋的热力图,分析消费者在网页中哪个位置的点击量最大,从而调整店铺的装修元素。

又如,图 1-4 和图 1-5 所示的是同一款商品的不同主图设计。卖家需要确定哪一张主图的表现方

式能获得更高的点击率。这些都是图形类信息带来的网店运营意义。



图 1-3 点击热力图

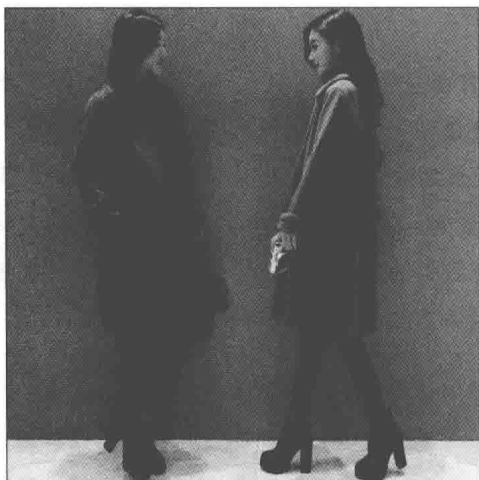


图 1-4 模特露脸的主图设计



图 1-5 模特无脸的主图设计

2. 剖析大数据特征，找准数据运营核心

通过前面的讲解，相信卖家们已经了解了什么是网店大数据。为了找准网店数据运营的方向，卖家还需要明白大数据的特征是什么，从大数据的本质出发，是数据运营的基础所在。

(1) 容量特征

网店大数据有容量特征，指的是数据量的大小。日销一万余件的网店和日销一百件的网店数据容量是不同的；同一网店，取 1 天的数据和取 10 天的数据容量也是不同的。正是因为数据的容量特征，卖家进行数据分析时要选择尽可能多的数据作为分析基数，基数越大，数据分析的准确性也就越高。

例如，某网店卖家想知道店铺的消费人群是男性居多还是女性居多，卖家统计了店铺一天中的访客，有 89 位女性，56 位男性，于是卖家得出“女性消费者居多”的结论。这样的结论准确性较低，因为数据分析的基数太小。卖家应该至少统计店铺半个月内的访客数量，以此来评估店铺的访客性别。