

树状指标体系：按照维度或者计算方式拆解总指标

销售额

会员销售额 非会员销售额

会员人数 ~~非会员人数~~ 会员人均销售额

帕累托分析(二八法则)：80%问题是由20%的原因造成的。
帮助找核心内容/重点部分

帕累托图：1. 统计出每个类别的指标值并排序
2. 计算累计百分比(80%到1)
3. 组合图(簇状柱形图和折线图)
4. 图表设置：柱状图间隔宽度为9坐标轴最大标识指标总计值。
折线图次要生标设置在刻度上，次要坐标轴由0到1。

同期群分析：按初始行为发生时间的不同划分同期群，对持续一段时间内的行为差异进行分析

可视化分析法 比较类 构成类 序列类 统计类

数据分析流程方法

- 业务理解
- 数据收集
- 数据处理
- 数据分析
- 报表绘制
- 报告撰写

5W2H分析

What
Why
Who
When
Where

How much
How to do

漏斗模型

分类模型 波士顿矩阵模型

对产品进行分类
市场占有率：企业实力
销售增长率：市场需求

销售增长
明星产品
现金牛产品
问题产品
瘦狗产品

RFM模型

对用户进行分类
R：最近一次消费日期距离观测日期的时间间隔
F：一段时间内用户的消费频次
M：一段时间内用户的消费金额

模型应用步骤：

1. 求出每个用户的R值、F值、M值
2. 确定阈值(平均值、中位数、2/3法阈值) **可以多个阈值**
3. 根据阈值划分为R程度、F程度、M程度
4. 根据分类模型对用户进行分类
5. 对不同类别的用户采取不同的运营措施。

用户信息分类：

基本属性：姓名、性别、年龄、职业等(政府国企等)

行为属性：消费日期、消费金额、消费商品信息等

计划跟进+跟进
需求替代高低