



电商平台数据分析与用户洞察培训

汇报人：PPT可修改

2024-01-22



目录

- 电商平台数据概述
- 用户行为数据分析
- 商品数据分析
- 市场与竞争数据分析
- 用户画像与标签体系建立
- 数据驱动下的营销策略制定
- 数据分析工具与技术应用



01

电商平台数据概述

Chapter





数据来源与类型

包括订单、支付、物流等交易环节的数据，反映电商平台的交易情况和用户购买行为。

包括广告投放、促销活动、优惠券等营销手段的数据，反映营销效果和用户反馈。

用户行为数据

包括用户的浏览、搜索、点击、购买等行为数据，反映用户需求和兴趣。

交易数据

商品数据

包括商品的基本信息、价格、销量、评价等数据，反映商品的销售情况和用户满意度。

营销数据



数据处理与清洗

01

数据清洗

去除重复、无效和异常数据，保证数据的准确性和一致性。

02

数据转换

将数据转换为适合分析的格式和类型，如将时间戳转换为日期格式。

03

数据合并

将不同来源的数据进行合并，形成完整的数据集。

04

数据抽样

根据需要选择部分数据进行处理和分析，提高处理效率。



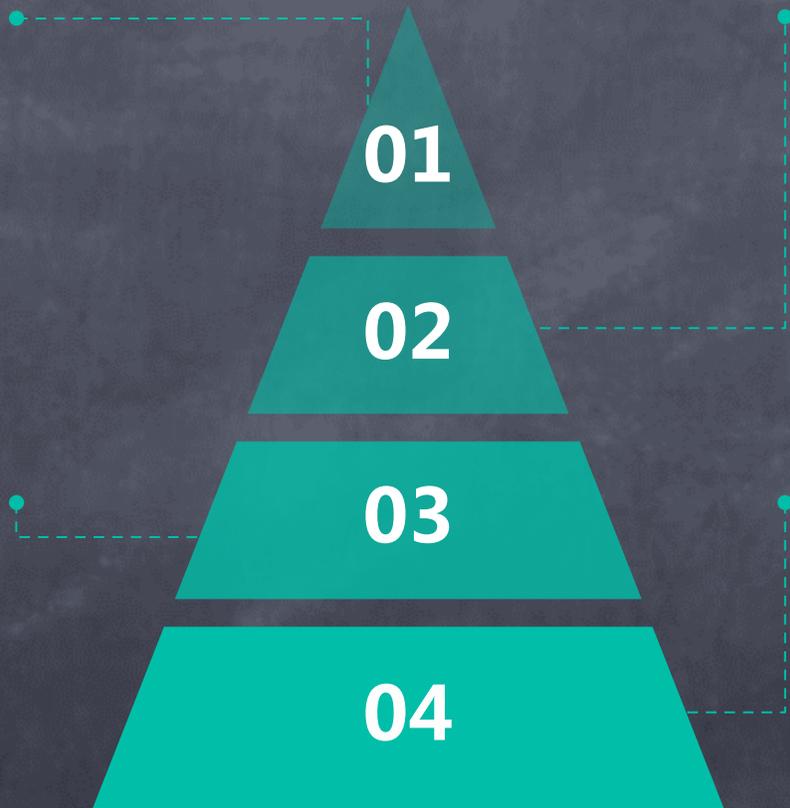
数据可视化与报告

数据可视化

利用图表、图像等形式将数据呈现出来，便于理解和分析。

数据解读

对可视化结果和报告进行解读和分析，发现数据背后的规律和趋势。



数据报告

将分析结果以报告的形式呈现出来，包括数据的统计描述、趋势分析、对比分析等。

数据应用

将分析结果应用于电商平台的运营和决策中，提高平台的效率和用户满意度。



02

用户行为数据分析

Chapter



以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：
<https://d.book118.com/767033126022006101>