



揭阳职业技术学院

电子商务创业学院

《商务数据分析》教案

(2025-2026 学年第 1 学期)

教师姓名：廖志豪

所授专业：电子商务

授课班级：电子商务(自主招生)241

课程整体教学设计

一、课程的性质和任务

本课程为 1+X 证书课证融通课程。2019 年 4 月，教育部等四部门印发了《关于在院校实施“学历证书+若干职业技能等级证书”制度试点方案》的通知，部署启动 1+X 证书制度试点工作。1+X 证书制度试点是“职教 20 条”的重要改革部署，也是重大创新。在电子商务领域，商务数据蕴藏着巨大的商机，通过对商务数据进行专业而深入的分析，可以挖掘其内在的商业价值，发现新的商机，电子商务数据分析已是电子商务从业人员不可或缺的一项重要技能。

本课程依据《电子商务数据分析职业技能等级标准》（中级），设计的活页式、工作手册式实践教材，通过构建电子商务数据分析的整体知识框架，包括市场数据分析、运营数据分析等，让学生掌握电子商务领域数据分析技能，能够熟练开展电子商务数据分析，培养能够胜任大数据时代电子商务数据化运营工作的技能人才。

二、教学目标与要求

（一）总体目标

通过本课程的学习，能够掌握数据采集与处理方案的撰写，通过数据分析目标，明确数据指标类型、数据获取渠道，并对数据进行初步整理。掌握电子商务领域数据分析技能，能够熟练开展电子商务数据分析，包括市场数据分析、运营数据分析、产品数据分析。能够根据不同电子商务情境下的数据分析目标，开展数据监控、分析，及时发现数据异常并提出优化建议，完成数据分析报告撰写。

（二）知识目标

- （1）了解电子商务运营的概念及基本内容；
- （2）了解电子商务数据化运营的含义；
- （3）熟悉电子商务企业组织架构及各部门职责；
- （4）了解数据采集与处理方案；
- （5）熟悉电子商务数据指标体系；
- （6）熟悉电子商务数据采集渠道数据类型；
- （7）熟悉常用电子商务数据采集工具的使用范围及功能；
- （8）了解市场数据分析的内容；

- (9) 明确市场数据分析的价值；
- (10) 了解市场需求分析的重要性；
- (11) 熟悉竞争对手的界定方法；
- (12) 了解运营数据分析的必要条件及内容；
- (13) 熟悉客户数据分析、推广数据分析、销售数据分析、供应链数据分析的相关知识及指标；
- (14) 熟悉产品数据分析的概念和内容；
- (15) 了解产品搜索指数和产品交易指数分析的维度；
- (16) 掌握产品搜索指数和产品交易指数分析的方法；
- (17) 掌握产品获客能力和产品盈利能力分析的方法；
- (18) 能熟悉电子商务常用数据指标及其含义；
- (19) 熟悉数据监控的一般流程；
- (19) 了解数据监控报表制作的设计要素；
- (20) 了解报告的主要类型及各类型的特点。

(三) 能力目标

- (1) 能够选择合理的数据分析指标，并选择适合的数据采集渠道与工具；
- (2) 能够完成数据采集与处理方案的撰写；
- (3) 能够结合行业发展分析目标采集相应数据；
- (4) 能够各项数据的完成市场数据分析；
- (5) 能够运用数据分析的方法完成客户画像对客户进行分类；
- (6) 能够在 Excel 中完成流量结构分析；
- (7) 能够利用数据分析方法找出影响销售额变化的原因；
- (8) 能够独立完成采购需求计划分析；
- (9) 能够独立完成订单时效分析；
- (10) 能够独立完成仓储数据的相关分析；
- (11) 能够利用百度指数完成产品搜索指数分析；
- (12) 能够利用生意参谋完成产品交易指数的采集；
- (13) 能够独立完成产品获客能力分析，并给出定位引流产品的合理建议；
- (14) 能够独立完成产品 SKU 分析；
- (15) 能够结合监控目标选定合适的监控数据指标；

- (16) 能够完成监控数据表的创建并设定数据异常波动范围；
- (17) 能够完成数据分析图表的制作；
- (18) 能够完成数据分析报告的撰写；
- (19) 能够对数据分析结果形成有效的分析结论。

(四) 思政目标

- (1) 熟悉电子商务企业在运营中应该遵循的相关法律法规；
- (2) 能够在电子商务数据化运营过程中坚持科学的价值观和道德观；
- (3) 熟悉计算机信息技术相关法律法规，合理合法的开展数据收集行为；
- (4) 遵守职业道德，在进行数据分析时不弄虚作假；
- (5) 具备数据保密意识，尊重公民隐私，遵守职业道德；
- (6) 具备良好的数据安全意识，以及较强的数据判断能力；
- (7) 具备较强的系统化思维和文字表达能力。

三、教学方法与手段

本课程是一门实践性很强的学科，所以该课程的教学基于理论教学，以实验为主，培养学生掌握电子商务领域数据分析技能，能够熟练开展电子商务数据分析，开展数据监控、分析，及时发现数据异常并提出优化建议，完成数据分析报告撰写。在教学方法改革方面，采取理实一体化等教学策略，不断地探索、应用各种教学方法，强调各种方法的综合利用，构建合理的教学方法体系。

同时，在教学内容方面，既要严谨求实又要贴近学生的实际生活，科学准确地讲授相关概念和理论，有理有据地介绍有关方法，重视案例在教学中的作用，避免不必要的概念和理论灌输，将学生不感兴趣、枯燥的理论学习细化为课堂模拟项目，激发学生的探索、学习兴趣，最大限度地提高教学质量。

四、理论与实践课程内容与学时分配

课程内容和学时分配表

篇章	内容	学时	小计
模块一 电子商务数据化运营认知	单元一 电子商务运营认知	3	3
	单元二 电子商务数据化运营认知	3	3

模块二 数据采集与处理的方案制定	单元一 数据分析目标制定	3	3
	单元二 数据分析指标制定		
	单元三 数据采集渠道及工具选择	3	3
	单元四 数据采集与处理的方案撰写	3	3
模块三 市场数据分析	单元一 市场数据分析认知	3	3
	单元二 行业数据分析	3	3
	单元三 行业数据分析	3	3
模块四 运营数据分析	单元一 运营数据分析认知	3	3
	单元二 客户数据分析	3	3
	单元三 推广数据分析	3	3
	单元四 供应链数据分析	3	3
	单元五 销售数据分析	3	3
模块五 产品数据分析	单元一 产品行业数据分析	3	3
	单元二 产品成本数据分析	3	3
	单元三 产品销售数据分析	3	3
模块六 数据监控与报告撰写	单元一 数据监控	3	3
	单元二 数据分析报告撰写	3	3
合计		54	54

商务数据分析教案

模块 1

学时内容	电子商务数据化运营认知	学时	6
教学目的和要求	了解数据、大数据和商务数据的含义。 了解商务数据的价值。 了解商务企业的部门构成与职责。 熟悉数据化运营的价值和 workflows。 掌握商务数据的来源与采集。 掌握商务数据分析的意义、方法和流程。		
课程思政育人目标	能够在电子商务数据化运营过程中坚持科学的价值观和道德观。 具备数据保密意识，尊重公民隐私，遵守职业道德。		
教学重点	商务企业的部门组织结构构成方式、优缺点。 商务数据的来源渠道、采集和清洗方法。 商务数据分析的流程和方法。		
教学难点	商务数据的价值和工作流程。 商务数据的分析方法、分析流程。		
教学方法	理论教学；案例教学；课堂讨论		
教学设计	1、教学思路：（1）讲解商务数据概述的基础知识，包括正确商务数据、商务数据的价值；（2）讲解商务企业架构与数据化运营，包括商务企业的部门构成与职责、数据化运营的价值和 workflows；（3）讲解商务数据的来源与采集，包括采集方法、数据的清洗方法；（4）讲解商务数据分析的认知，包括两商务数据分析的意义、方法和流程；（5）安排课堂实训和课后练习，对知识进行掌握。 2、教学手段：（1）通过演示讲解基础知识，讲解结束后通过课后练习巩固所学知识；（2）对于重点内容着重讲解。 3、教学资料及要求：对商务数据的基础知识进行掌握，让学员了解商务数据化运营应注意那些问题，加深学员的知识面。		
教学内容			
讨论问题：1、如何利用八爪鱼采集器自动识别并采集二手笔记本电脑数据？ 2、如何使用火车采集器采集散文类图书数据？ 3、如何整理类目、客单价和销售额格式？ 4、如何计算、排列、筛选并汇总销售数据？ 内容大纲：具体可结合本章的 PPT 课件进行配合讲解。 1.1 商务数据概述 1.1.1 正确认识商务数据 1.1.2 商务数据的价值 1.2 商务企业架构与数据化运营 1.2.1 商务企业的部门构成与职责 1.2.2 数据化运营的价值			

1.2.3 数据化运营的工作流程

1.3 商务数据的来源与采集

1.3.1 商务数据的来源

1.3.2 商务数据的采集方法

【实战操作】使用八爪鱼采集器自动识别并采集二手笔记本电脑数据

【实战操作】使用火车采集器采集散文类图书数据

1.3.3 商务数据的清洗方法

【实战操作】整理商品库存数据

【实战操作】整理类目、客单价和销售额格式

【实战操作】计算、排列、筛选并汇总销售数据

1.4 商务数据分析认知

1.4.1 商务数据分析的意义

1.4.2 商务数据分析的方法

1.4.3 商务数据分析的流程

1.5 课堂实训

1.5.1 利用八爪鱼采集器手动采集招聘数据

1.5.2 整理并加工招聘数据

1.6 课后练习

- (1) 数据与信息有什么区别？
- (2) 如何从技术层面的角度理解大数据的含义？
- (3) 什么是商务数据，它有什么价值？
- (4) 直线型组织结构、职能型组织结构、直线职能型组织结构各有什么优缺点？
- (5) 数据化运营有什么价值？包括哪些环节？
- (6) 商务数据的来源有哪些？
- (7) 商务数据分析的意义是什么？
- (8) 有哪些常见的商务数据分析方法？
- (9) 简述常规商务数据分析的基本流程。
- (10) 如果需要 BOSS 直聘网站中室内设计师搜索列表页的前 5 页招聘公司、法人代表、招聘职位和月薪数据，应该如何利用八爪鱼采集器进行手动采集？



设置循环页面采集

- (11) 打开从店侦探中采集的商品详情数据，如何通过数据清洗和加工操作对数据内容进行适当处理？

行	列	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O
1	销售量 (仅C类)	品牌	新加坡	新加坡	收藏量	评价数	估算日销售量	日销量	2天销量	7天销量	30天销量	30天付款人数
2	3551	YOUNG TIME	26.8	5.9	1910	126	0	35	49	32.43%	154	26
3	69	群群也	28	16.8	100	13	0	0	2	0.00%	15	11
4	3396	YOUNG TIME	58~148	29.8~48.8	6190	20	0	0	1	<=0.00%	9	8
5	256	YOUNG TIME	60	15	248	2	0	0	0	0.00%	0	0
6	1043	群群也	68~148	19.9~49.8	86	3	0	0	0	0.00%	0	0
7	124	群群也	28	26	20	1	0	0	0	0.00%	0	0
8	26	群群也	128	68.8	4	1	0	0	0	0.00%	0	0
9	5639	YOUNG TIME	126~446	49.9~148.9	2894	11	49	1	3	400.00%	19	19
10	698	YOUNG TIME	58	14.5	146	6	0	0	0	0.00%	1	1
11	643	YOUNG TIME	68	29.8	124	1	0	0	0	0.00%	2	2
12	3120	YOUNG TIME	28	25.8	6996	16	0	0	1	100.00%	4	4
13	1138	群群也	108~118	35	474	0	0	0	0	0.00%	0	0
14	5	群群也	148	48	20	0	0	0	0	0.00%	0	0
15	1852	群群也	50	18.8	396	22	0	0	3	0.00%	28	13
16	1926	群群也	239	26	1290	0	0	0	0	0.00%	0	0
17	765	群群也	68.8	29.8	382	1	0	0	4	100.00%	6	6

数据处理后的效果

小结

- 1、了解商务数据的价值和含义。
- 2、理解商务企业的部门构成与职。
- 3、熟悉商务数据的来源、采集。
- 4、掌握商务数据分析认知。

思考及作业

想一想：

1. 数据与信息有什么区别？
2. 如何从技术层面的角度理解大数据的含义？
3. 什么是商务数据，它有什么价值？
4. 直线型组织结构、职能型组织结构、直线职能型组织结构各有什么优缺点？
5. 数据化运营有什么价值？包括哪些环节？
6. 商务数据的来源有哪些？
7. 商务数据分析的意义是什么？
8. 有哪些常见的商务数据分析方法？
9. 简述常规商务数据分析的基本流程。

模块2

学时内容	数据采集与分析方案制定	学时	9
教学目的和要求	<p>熟悉数据分析目标的制定以及指标的选择与分类。</p> <p>了解数据采集渠道、采集工具和分析工具的选择。</p> <p>掌握市场数据、运营数据、商品数据的采集与分析方案的制定。</p>		
课程思政育人目标	<p>熟悉计算机信息技术相关法律法规，合理合法的开展数据收集行为。</p> <p>遵守职业道德，在进行数据分析时不弄虚作假。</p> <p>具备良好的数据安全意识，以及较强的数据判断能力。</p>		
教学重点	<p>数据分析目标的制定。</p> <p>数据采集渠道、采集工具。</p> <p>数据采集分析工具的选择。</p> <p>商品数据的采集与分析方案的制定。</p>		
教学方法	理论教学；案例教学；课堂讨论		
教学难点	制定商品数据的采集与分析方案		
教学设计	<p>1、 教学思路：（1）讲解数据分析目标与指标制定的相关知识，明确数据分析目标的制定、数据分析指标的选择与分类；（2）讲解数据采集渠道与工具选择的相关知识，明确数据采集选择的渠道和工具、数据分析工具的选择；（3）讲解采集与分析方案制定的相关知识，包括市场数据、运营数据、商品数据的采集与分析方案；（4）安排课堂实训和课后练习，对知识进行掌握。</p> <p>2、 教学手段：（1）通过演示讲解基础知识，讲解结束后通过课后练习巩固所学知识；（2）对于重点内容着重讲解。</p> <p>3、 教学资料及要求：对商务数据分析目标与指标制定的基础知识进行掌握，让学员了解采集与分析方案意那些问题，拓展学员知识面。</p>		
教学内容			
<p>知识回顾：在前面讲解了商务数据的含义、价值、来源与采集方法分析，以及商务企业的部门组织结构构成的方式，本章将对采集与分析方案制定的相关知识进行介绍。</p> <p>讨论问题：1、如何使用 Excel 分析并统计员工月均销售额？ 2、如何制定制定市场规模数据采集与分析方案 3、如何制定推广数据采集与分析方案？ 4、如何制定商品指数数据采集与分析方案？</p> <p>内容大纲：具体可结合本章的 PPT 课件进行配合讲解。</p> <p>2.1 数据分析目标与指标制定</p> <p> 2.1.1 数据分析目标的制定</p> <p> 2.1.2 数据分析指标的选择与分类</p> <p>2.2 数据采集渠道与工具的选择</p>			

2.2.1 数据采集渠道的选择

2.2.2 数据采集工具的选择

2.2.3 数据分析工具的选择

【实战操作】使用 Excel 分析并统计员工月均销售额

2.3 采集与分析方案的制定

2.3.1 市场数据采集与分析方案

【实战操作】制定市场规模数据采集与分析方案

2.3.2 运营数据采集与分析方案

【实战操作】制定推广数据采集与分析方案

2.3.3 商品数据采集与分析方案

2.4 课堂实训

2.4.1 分析会员数据增减情况

2.4.2 制定竞争对手商品结构数据采集与分析方案

2.5 课后练习

(1) 商务数据分析的需求收集可以从哪些方面入手？

(2) 需求分析可能涉及到哪些步骤？

(3) 如何选择数据分析指标？

(4) 就电商企业而言，常见的业务类型有哪几种？

(5) 解释浏览量、访客数、点击数、客单价、支付转化率、商品动销率等指标的含义。

(6) 某淘宝网店在运营过程中发现部分商品持续数月销售情况低迷，严重影响了资金流转并占用了仓库。现要求对商品进行分析，找出月销量低于网店平均水平 50% 的商品并进行分析。试制定网店销售数据采集与分析方案。

小结	1、熟悉数据分析目标与指标制定。 2、熟悉数据采集渠道与工具的选择。 3、掌握采集与分析方案的制定。
思考及作业	想一想： 1. 商务数据分析的需求收集可以从哪些方面入手？ 2. 需求分析可能涉及到哪些步骤？ 3. 如何选择数据分析指标？ 4. 就电商企业而言，常见的业务类型有哪几种？ 5. 解释浏览量、访客数、点击数、客单价、支付转化率、商品动销率等指标的含义。 6. 某淘宝网店在运营过程中发现部分商品持续数月销售情况低迷，严重影响了资金流转并占用了仓库。

第3章

学时内容	市场数据分析	学时	9
教学目的和要求	<p>掌握行业发展分析的具体方法。</p> <p>熟悉市场需求分析的方法。</p> <p>掌握客户人群画像的分析方法。</p> <p>了解如何确定竞争对手。</p> <p>掌握竞店与竞品的数据分析操作。</p> <p>熟悉竞争品牌的数据分析操作。</p>		
课程思政育人目标	<p>熟悉电子商务企业在运营中应该遵循的相关法律法规。</p> <p>能够在电子商务数据化运营过程中坚持科学的价值观和道德观。</p> <p>具备数据保密意识，尊重公民隐私，遵守职业道德。</p>		
教学重点	<p>市场数据、市场需求分析的方法。</p> <p>客户人群画像的分析方法。</p> <p>竞争数据的分析方法。</p>		
教学难点	<p>行业发展分析的具体方法</p> <p>客户人群画像的分析方法</p>		
教学方法	理论教学；案例教学；课堂讨论		
教学设计	<p>1、教学思路：（1）讲解行业数据的基础知识，包括行业发展分析、市场需求的分析、客户人群画像分析等；（2）讲解确定竞争数据的相关知识，包括确定适合的竞争对手、竞店数据、竞品数据分析、竞争品牌数据分析等；（3）安排课堂实训和课后练习，对知识进行掌握。</p> <p>2、教学手段：（1）通过演示讲解基础知识，讲解结束后通过课后练习巩固所学知识；（2）对于重点内容着重讲解。</p> <p>3、教学资料及要求：对商务数据分析目标与指标制定的基础知识进行掌握，让学员了解采集与分析方案意那些问题，拓展学员知识面。</p>		
教学内容			

知识回顾：在前面讲解了数据采集与分析方案制定，本章将对行业发展分析的相关知识进行介绍。

讨论问题：1、如何分析女鞋中凉鞋子行业近一年市场需求量的变化趋势？
2、如何分析竞店整体的销售情况和商品结构？
3、如何分析竞品每周的销售情况？

内容大纲：具体可结合本章的 PPT 课件进行配合讲解。

3.1 行业数据

3.1.1 行业发展分析

- 【实战操作】预测女鞋行业未来 5 年的市场规模
- 【实战操作】分析女鞋子行业近一年的市场容量
- 【实战操作】查看女鞋行业的集中度情况
- 【实战操作】利用蛋糕指数分析女鞋各子行业的市场潜力
- 【实战操作】借助波士顿矩阵分析女鞋各子行业的前景
- 【实战操作】分析女鞋中靴子和低帮鞋子行业的稳定性

3.1.2 市场需求分析

- 【实战操作】分析女鞋中凉鞋子行业近一年市场需求量的变化趋势

3.1.3 客户人群画像分析

3.2 竞争数据

3.2.1 确定适合的竞争对手

3.2.2 竞店数据分析

- 【实战操作】分析竞店整体的销售情况和商品结构

3.2.3 竞品数据分析

- 【实战操作】分析竞品每周的销售情况

3.2.4 竞争品牌数据分析

3.3 课堂实训

3.3.1 分析童装行业近一年的市场行情

3.3.2 分析竞店童装近 30 日的销售情况

3.4 课后练习

- (1) 如何理解行业集中度？该指标的计算公式是什么？
- (2) 市场潜力可以用哪个指标来分析？该指标与市场容量的关系可以划分为哪几种情况？
- (3) 波士顿矩阵适用于分析行业的哪方面情况？该工具可以产生哪几种产品类型？
- (4) 分析行业波动情况应借助哪些指标？这些指标的计算公式各是什么？
- (5) 简述客户人群画像的含义及作用。
- (6) 哪些情况下企业会产生竞争对手？
- (7) 可以从哪些维度来识别竞争对手？
- (8) 打开“女装市场容量.xlsx”文件，通过创建“月份”项目和数据透视表，分析女装各子行业的容量占比，以饼图的形式体现出来，并插入切片器查看各月份的占比情况。
- (9) 打开“女装行业趋势.xlsx”文件，利用数据透视图（类型为折线图）和切片器，分析女装各子行业在 2020 年的变化趋势。
- (10) 打开“女装市场潜力.xlsx”文件，利用蛋糕指数分析女装套子行业下各细分行业的市场潜力情况。

<p>(11) 打开“女装竞店分析.xlsx”文件，通过数据透视表中对二级类目计数的方式分析该竞店经营类目的占比情况，然后依次分析各二级类目的总销量、平均销售额和平均客单价。</p>	
<p>小结</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1、熟悉行业数据的分析方法。 2、熟练掌握竞争数据的分析方法。
<p>思考及作业</p>	<p>想一想：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 如何理解行业集中度？该指标的计算公式是什么？ 2. 市场潜力可以用哪个指标来分析？该指标与市场容量的关系可以划分为哪几种情况？ 3. 波士顿矩阵适用于分析行业的哪方面情况？该工具可以产生哪几种产品类型？ 4. 分析行业波动情况应借助哪些指标？这些指标的计算公式各是什么？ 5. 简述客户人群画像的含义及作用？ 6. 哪些情况下企业会产生竞争对手？ 7. 可以从哪些维度来识别竞争对手？

模块4

学时内容	运营数据分析	学时	15
教学目的 和要求	<p>熟悉流量来源的分类与流量数据的分析。</p> <p>掌握客户画像、客户价值与忠诚度的分析。</p> <p>掌握推广渠道、关键词推广和活动推广数据的分析。</p> <p>熟悉采购数据、物流数据和库存数据的分析。</p> <p>掌握交易数据、销售客服数据和售后服务数据的分析。</p>		
课程思政 育人目标	<p>遵守职业道德，在进行数据分析时不弄虚作假。</p> <p>具备数据保密意识，尊重公民隐私，遵守职业道德。</p> <p>具备良好的数据安全意识，以及较强的数据判断能力。</p>		
教学重点	<p>掌握客户画像、客户价值、客户忠诚度的分析方法。</p> <p>掌握交易数据、销售客服数据、售后服务数据的分析方法。</p> <p>掌握推广渠道、关键词推广、活动推广数据的的分析方法。</p>		
教学难点	运营数据的分析方法		
教学方法	理论教学；案例教学；课堂讨论		
教学设计	<p>1、教学思路：（1）讲解流量数据的相关知识，包括流量来源的分类、流量结构分析、页面流量分析等；（2）讲解客户数据的相关知识，包括客户画像分析、客户价值分析、客户忠诚度分析等；（3）讲解推广数据的相关知识，包括推广渠道分析、关键词推广效果分析、活动推广效果分析等；（4）讲解供应链数据的相关知识，包括采购数据分析、物流数据分析、库存数据分析等，（5）讲解销售数据的相关知识，包括交易数据分析、销售客服数据分析、售后服务数据分析等；（6）安排课堂实训和课后练习，对知识进行掌握。</p> <p>2、教学手段：（1）通过演示讲解基础知识，讲解结束后进行相关的课后练习；（2）对于重点操作可以着重演示，并加强举例说明。</p> <p>3、教学资料及要求：除教材中的实例外，（1）通过演示讲解基础知识，讲解结束后通过课后练习巩固所学知识；（2）对于重点内容着重讲解。</p>		
教学内容			

知识回顾：在前面讲解了市场数据分析内容的相关知识，本章重点从流量数据、客户数据、推广数据、供应链数据和销售数据的角度出发，详细介绍运营数据的分析方法。

讨论问题：1、如何利用 RFM 模型细分并管理客户？
2、如何分析客户年龄与地域分布？
3、如何分析客户画像中的各个维度特征？

内容大纲：具体可结合本章的 PPT 课件进行配合讲解。

4.1 流量数据

4.1.1 流量来源的分类

4.1.2 流量结构分析

【实战操作】分析店铺流量构成情况

4.1.3 页面流量分析

【实战操作】页面流量数据访问排行分析

4.2 客户数据

4.2.1 客户画像分析

【实战操作】分析客户画像中的各个维度特征

4.2.2 客户价值分析

【实战操作】利用 RFM 模型细分并管理客户

4.2.3 客户忠诚度分析

【实战操作】分析一周内复购率的变化趋势

4.3 推广数据

4.3.1 推广渠道分析

【实战操作】利用投入产出比分析各推广渠道的效果

4.3.2 关键词推广效果分析

【实战操作】全面分析各关键词的推广效果

4.3.3 活动推广效果分析

【实战操作】分析活动推广的转化和拉新效果

4.4 供应链数据

4.4.1 采购数据分析

【实战操作】分析不同供货渠道的采购单价走势

4.4.2 物流数据分析

【实战操作】分析某物流公司的物流时效情况

【实战操作】分析各种物流异常情况的出现比例

4.4.3 库存数据分析

【实战操作】库存预警设置与管理

4.5 销售数据

4.5.1 交易数据分析

【实战操作】分析单品流量与转化数据

4.5.2 销售客服数据分析

4.5.3 售后服务数据分析

【实战操作】计算某电商企业需要的5分好评数量

4.6 课堂实训

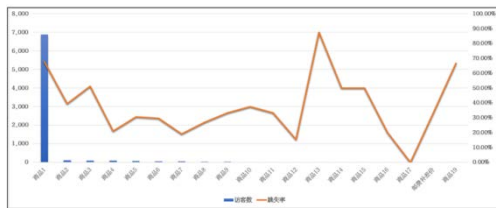
4.6.1 分析客户年龄与地域分布

4.6.2 分析童装单品流量渠道数据

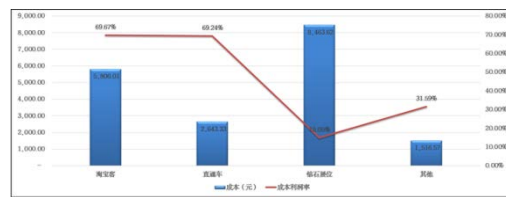
4.6.3 分析童装商品的库存周转率

4.7 课后练习

- (1) 淘宝网流量一般可以分为哪几种类型？
- (2) 客户画像有哪些作用？
- (3) 什么是客户标签？
- (4) 如何理解 RFM 模型？
- (5) 复购率的含义是什么？应该如何计算该指标？
- (6) 总结提升客户忠诚度的方法。
- (7) 淘宝网中常见的推广渠道有哪些？它们是如何实现推广的？
- (8) 商品推广时设计的关键词有哪些类型？各有何特点？
- (9) 提升关键词质量的方法有哪些？
- (10) 库存天数和库存周转率的含义和计算公式各是什么？
- (11) 如何有效提升转化率？
- (12) 什么是客单价？如何提高客单价？
- (13) DSR 系统中推算所需 5 分好评数的原理和计算公式是什么？
- (14) 采集某日各商品详情页的浏览量、访客数、点击人数和跳失率等指标，分析各商品详情页的流量情况。
- (15) 采集淘宝客、直通车、钻石展位和其他推广渠道的成本、成交额等数据，分析各推广渠道的成本利润率。
- (16) 利用已有的 KPI 考核系统，计算某客服的 KPI 各项得分以及总分情况



析各商品详情页的访客数和跳失率



各推广渠道的成本利润率情况

小结

- 1、掌握流量数据分析的方法。
- 2、掌握客户数据分析的方法。
- 3、掌握推广数据分析的方法。
- 4、掌握供应链数据分析的方法。
- 5、掌握销售数据分析的方法。

思考及作业

- 想一想：
1. 淘宝网流量一般可以分为哪几种类型？
 2. 客户画像有哪些作用？
 3. 什么是客户标签？
 4. 如何理解 RFM 模型？
 5. 复购率的含义是什么？应该如何计算该指标？
 6. 总结提升客户忠诚度的方法。
 7. 淘宝网中常见的推广渠道有哪些？它们是如何实现推广的？
 8. 商品推广时设计的关键词有哪些类型？各有何特点？
 9. 提升关键词质量的方法有哪些？
 10. 库存天数和库存周转率的含义和计算公式各是什么？

- | | |
|--|--|
| | <ol style="list-style-type: none">11. 如何有效提升转化率?12. 什么是客单价? 如何提高客单价?13. DSR 系统中推算所需 5 分好评数的原理和计算公式是什么? |
|--|--|

第5章

学时内容	产品数据分析	学时	9
教学目的和要求	<p>掌握产品的覆盖、测试与定位的分析方法。</p> <p>熟悉产品的定价策略和技巧。</p> <p>掌握产品的销售数据分析与上下架管理。</p>		
课程思政育人目标	<p>熟悉电子商务企业在运营中应该遵循的相关法律法规。</p> <p>能够在电子商务数据化运营过程中坚持科学的价值观和道德观。</p> <p>具备数据保密意识，尊重公民隐私，遵守职业道德。</p> <p>具备良好的数据安全意识，以及较强的数据判断能力。</p>		
教学重点	<p>产品覆盖的分析方法。</p> <p>测试与定位的分析方法。</p> <p>产品销售数据的分析方法。</p> <p>产品上下架管理的分析方法。</p>		
教学难点	掌握产品的市场、成本和销售方面的数据进行分析。		
教学方法	理论教学；案例教学；课堂讨论		
教学设计	<p>1、教学思路：（1）讲解产品市场数据的相关知识，包括产品覆盖分析、产品测试数据分析、产品定位分析等；（2）讲解产品成本数据的相关知识，包括产品定价策略分析、产品定价技巧等；（3）讲解产品销售数据的相关知识，包括产品销售趋势、指标与SKU分析、产品退款金额与退款率分析、产品上下架管理与优化等。（4）安排课堂实训和课后练习，对知识进行掌握。</p> <p>2、教学手段：（1）通过演示讲解基础知识，讲解结束后通过练习来巩固所学知识；（2）对于重点操作可以着重演示，并加强举例说明。</p> <p>3、教学资料及要求：除教材中的实例外，（1）通过演示讲解基础知识，讲解结束后通过课后练习巩固所学知识；（2）对于重点内容着重讲解。</p>		
教学内容			
<p>知识回顾：前面介绍了运营数据分析的相关知识，本章将重点对产品的市场、成本和销售方面的数据进行分析。</p> <p>讨论问题：1、如何对产品的销售数据进行分析？ 2、如何对产品进行定价策略？有那些定价技巧？</p> <p>内容大纲：具体可结合本章的PPT课件进行配合讲解。</p> <p>5.1 产品市场数据</p> <p>5.1.1 产品覆盖分析</p> <p>【实战操作】分析女鞋行业的热门类目</p> <p>5.1.2 产品测试数据分析</p> <p>5.1.3 产品定位分析</p> <p>【实战操作】分析产品测试数据定位产品</p> <p>5.2 产品成本数据</p> <p>5.2.1 产品定价策略分析</p>			

	<p>【实战操作】参照竞争对手为产品定价</p> <p>5.2.2 产品定价技巧</p> <p>5.3 产品销售数据</p> <p>5.3.1 产品销售趋势、指标与 SKU 分析</p> <p>【实战操作】分析产品 SKU 销售数据</p> <p>5.3.2 产品退款金额与退款率分析</p> <p>【实战操作】分析女士小白鞋近半个月的退款率</p> <p>5.3.3 产品上下架管理与优化</p> <p>5.4 课堂实训</p> <p>5.4.1 规划童装产品的类目与属性覆盖</p> <p>5.4.2 分析童装产品的销售情况</p> <p>5.4 课后练习</p> <p>(1) 如何理解“二八市场”？</p> <p>(2) “UV价值”和“UV利润”两个指标的含义是什么？</p> <p>(3) 产品定位有哪些类型？</p> <p>(4) 产品定价策略有哪些？</p> <p>(5) 简述锚定效应、损失厌恶、诱饵效应和心理账户在定价中的应用。</p> <p>(6) 产品的生命周期有哪几个阶段？</p>
<p>小结</p>	<p>1、熟悉产品市场数据的分析。</p> <p>2、熟悉产品成本数据的分析。</p> <p>3、熟悉产品销售数据的分析。</p>
<p>思考及作业</p>	<p>想一想：</p> <p>1. 如何理解“二八市场”？</p> <p>2. “UV价值”和“UV利润”两个指标的含义是什么？</p> <p>3. 产品定位有哪些类型？</p> <p>4. 产品定价策略有哪些？</p> <p>5. 简述锚定效应、损失厌恶、诱饵效应和心理账户在定价中的应用。</p> <p>6. 产品的生命周期有哪几个阶段？</p>

模块6

学时内容	数据监控与报告撰写	学时	6
教学目的和要求	<p>了解数据监控的基本知识。</p> <p>掌握常见的几种数据可视化分析方法。</p> <p>了解数据分析报告的作用和类型。</p> <p>熟悉数据分析报告的结构和内容。</p> <p>熟悉利用 Word 和 PowerPoint 制作数据分析报告的方法。</p>		
课程思政育人目标	<p>熟悉电子商务企业在运营中应该遵循的相关法律法规。</p> <p>能够在电子商务数据化运营过程中坚持科学的价值观和道德观。</p> <p>具备较强的系统化思维和文字表达能力。</p>		
教学重点	<p>理解数据对比、趋势可视化分析的方法。</p> <p>理解数据趋势、占比、分布可视化分析的方法。</p> <p>数据分析报告的结构。</p> <p>数据分析报告的内容。</p> <p>使用 Word 制作分析报告。</p> <p>使用 PowerPoint 制作分析报告。</p>		
教学难点	<p>掌握常见的 5 种数据可视化分析方法。</p> <p>将详细围绕数据分析报告的基本知识和制作方法进行介绍。</p>		
教学方法	理论教学；案例教学；课堂讨论		
教学设计	<p>1、教学思路：（1）讲解数据监控的相关知识，包括数据监控的意义和目标、数据监控中的指标分级、数据监控报表、数据监控的预警与控制等；（2）讲解数据可视化的相关知识，包括数据可视化基本流程、数据对比可视化分析、数据趋势可视化分析、数据占比可视化分析、数据分布可视化分析等；（3）安排课堂实训和课后练习，对知识进行掌握。（4）讲解数据分析报告认知的相关知识，包括数据分析报告的作用、类型、结构和内容等；（5）讲解数据分析报告撰写的相关知识，包括使用 Word 制作分析报告、使用 PowerPoint 制作分析报告等；（6）安排课堂实训和课后练习，对知识进行掌握。</p> <p>2、教学手段：（1）通过演示讲解基础知识，讲解结束后通过练习来巩固所学知识；（2）对于重点操作可以着重演示，并加强举例说明。</p> <p>3、教学资料及要求：除教材中的实例外，（1）通过演示讲解基础知识，讲解结束后通过课后练习巩固所学知识；（2）对于重点内容着重讲解。</p>		
教学内容			

知识回顾：前面介绍了产品数据分析的相关知识，本章将重点对数据的 5 种数据可视化分析方法进行分析。

讨论问题：1、数据可视化的基本流程有那些？数据之间主要关系是什么？
2、数据对比、趋势、占比和分布分析？

内容大纲：具体可结合本章的 PPT 课件进行配合讲解。

6.1 数据监控

6.1.1 数据监控的意义和目标

6.1.2 数据监控中的指标分级

6.1.3 数据监控报表

6.1.4 数据监控的预警与控制

【实战操作】监控产品核心指标的变化情况

6.2 数据可视化

6.2.1 数据可视化基本流程

6.2.2 数据对比可视化分析

【实战操作】对比某女鞋企业近几年销量情况

6.2.3 数据趋势可视化分析

【实战操作】分析市场成交量和竞争对手的变化趋势

6.2.4 数据占比可视化分析

【实战操作】使用双饼图分析各地区销售占比

6.2.5 数据分布可视化分析

【实战操作】利用散点图分析各店铺的经营效果

6.3 数据分析报告认知

6.3.1 数据分析报告的作用

6.3.2 数据分析报告的类型

6.3.3 数据分析报告的结构和内容

6.4 数据分析报告撰写

6.4.1 使用 Word 制作分析报告

【实战操作】制作企业物资采购分析报告

6.4.2 使用 PowerPoint 制作分析报告

【实战操作】制作市场与竞争分析报告

6.5 课堂实训——数据监控并进行可视化分析

6.5.1 实训目标及思路

6.5.2 操作方法

6.6 □课后思考和练习

(1) 在数据监控中如何对指标分级？

(2) 数据监控报表的核心组成元素有哪些？

(3) 数据预警需要明确哪些内容？

(4) 数据控制的大致流程是怎样的？

(5) 简述数据可视化的基本流程。

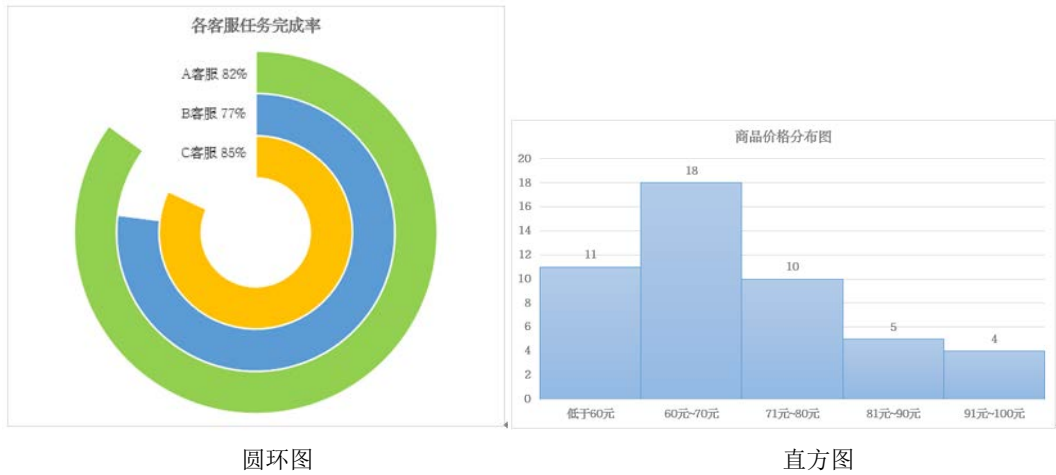
(6) 在数据可视化分析中，数据之间的关系主要有哪些？

(7) 对图表进行视觉设计时，应重点考虑哪几个方面？

(8) 数据对比、趋势、占比和分布分析分别对应的常用图表类型是什么？

(9) 打开“圆环图.xlsx”文件，利用其中的数据创建图所示的圆环图，显示各客服任务完成率情况。

(10) 打开“直方图.xlsx”文件，利用柱形图来创建直方图，查看店铺商品价格的分布情况。



<p>小结</p>	<p>1、熟悉数据监控的基础知识。 2、掌握数据可视化分析的方法。</p>
<p>思考及作业</p>	<p>想一想：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 在数据监控中如何对指标分级？ 2. 数据监控报表的核心组成元素有哪些？ 3. 数据预警需要明确哪些内容？ 4. 数据控制的大致流程是怎样的？ 5. 简述数据可视化的基本流程。 6. 在数据可视化分析中，数据之间的关系主要有哪些？ 7. 对图表进行视觉设计时，应重点考虑哪几个方面？ 8. 数据对比、趋势、占比和分布分析分别对应的常用图表类型是什么？