

数据化运营与流量变现

Operation & Data

演讲人：袁野

跨界互联
数聚未来

第四届中国数据分析师行业峰会
CHINA DATA ANALYST SUMMIT

北京 中国大饭店 2017.07

自我介绍

平台天猫，品牌美的，旗舰店运营
国内国际，实物+虚拟，价值与信任。
多年运营，1年产品，融会贯通

📍 杭州

电商平台

📍 广东-佛山-顺德

品牌商

📍 上海

运营商

📍 上海

外企

📍 上海

金融

天猫 TMALL.COM



美的 Midea



Miele



行业提升

干掉对手

赚钱赚钱赚钱

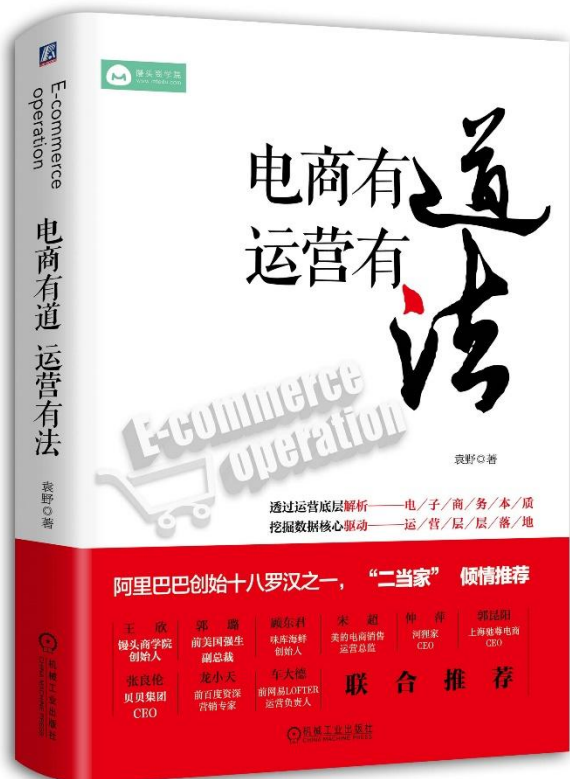
什么都想要

价值与信任

现在



自我介绍



《电商有道，运营有法》

电商全链路，运营全维度

- 第1本，多维度深挖线上运营之纵深，从电商到流量变现；
- 第1本，全链路探寻电商运营之奥义，从规划到落地实操；
- 第1本，工具化总结运营技法之精髓，从阅读到即学即用。

今天的内容，能解决什么问题？

知识

大数据做战略，小数据定策略

互联网公司如何引导流量

有流量的公司如何变现

电商数据贯穿运营的跨界使用

数据化运营的7个思维，4种用法，2个闭环

高阶数据运营实例-从假设到验证

社交

越分享，越受益

放下腼腆，打个招呼建个群

目录

- ◆ 01 电商运营的规划能力—基于流量新特征的全面运营规划
- ◆ 02 电商运营的变现特点—可能是流量变现的最终形态
- ◆ 03 电商数据贯穿运营的跨界—以大数据贯通运营闭环
- ◆ 04 数据化运营的高阶实战

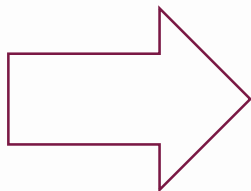
内在逻辑：趋势分析—产生策略—关键指标—运营实战—高阶升华

数据贯穿：引流方法—转化方法—留存方法—回流方法

目录

- ◆ 01 电商运营的规划能力—基于流量新特征的全面运营规划
- ◆ 02 电商运营的变现特点—可能是流量变现的最终形态
- ◆ 03 电商数据贯穿运营的跨界—以大数据贯通流量运营闭环
- ◆ 04 数据化运营的高阶实战

- 1) 网络行为集中度高
- 2) 自我决策为主
- 3) 大部分为价格诱导型
- 4) 二维静态视觉体验
- 5) 人口红利消失导致流量乏力



- 1) 超级碎片化
- 2) 群体引导和决策增多
- 3) 电商历史变迁看运营变迁
- 4) 二维加强动态体验
- 5) 超级增加频次和时长

*注意，下面每一种趋势和策略，都有“大数据”支持，我需要时间做成风格统一的报表

- 1) 网络行为集中度高
- 2) 自我决策为主
- 3) 大部分为价格诱导型
- 4) 二维静态视觉体验
- 5) 人口红利消失导致流量乏力

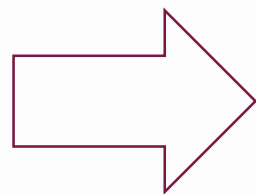
- 1) 超级碎片化
- 2) 群体引导和决策增多
- 3) 电商历史变迁看运营变迁
- 4) 二维加强动态体验
- 5) 增加频次和时长

阿里巴巴

腾讯

百度

苹果、安卓手机



互联网巨头的入口之战

交易型入口、社交型入口、信息型入口、硬件入口

产品碎片：用户都不够用了

时间碎片：没事上网，有事也上网，各种姿势上网

决策碎片：UGC/PGC，信息获取方式多，消费场景多

- 1) 网络行为集中度高
- 2) 自我决策为主
- 3) 大部分为价格诱导型
- 4) 二维静态视觉体验
- 5) 人口红利消失导致流量乏力



理性需求为主，单点询问

个体决策，个体查询，单点依赖

- 1) 超级碎片化
- 2) 群体引导和决策增多
- 3) 电商历史变迁看运营变迁
- 4) 二维加强动态体验
- 5) 增加频次和时长



被“唤醒”的需求

群体引诱，信任感强，一呼百应

- 1) 网络行为集中度高
- 2) 自我决策为主
- 3) 大部分为价格诱导型
- 4) 二维静态视觉体验
- 5) 人口红利消失导致流量乏力

- 1) 超级碎片化
- 2) 群体引导和决策增多
- 3) 电商历史变迁看运营变迁
- 4) 二维加强动态体验
- 5) 增加频次和时长



二手—新品—品牌清货—品牌直营—跨境—品质少选择—全物互联
疑似风口

运营变迁：建基础--信用体系--招商--扶持--缩链路--选产品

打爆款的惯用思维

陷阱：骗取信息、质量低劣、炒信誉

交易、支付、物流基础体系完善，重点在“选品”

一组清晰明了的策略

- 超级碎片化 → 产品全渠道、传播（内容）全渠道
- 群体引导 → 社群兴起与垂直维护
- 高质少选 → 用户决策模型，缩短链路
- 二维静态体验 → 新科技助力AR，VR，短视频
- 增频次增时长 → 全面CRM，营销娱乐化

一组清晰明了的策略——提炼关键点

产品全渠道、传播（内容）全渠道

全渠道

社群兴起与垂直维护

大社群

用户决策模型，缩短链路

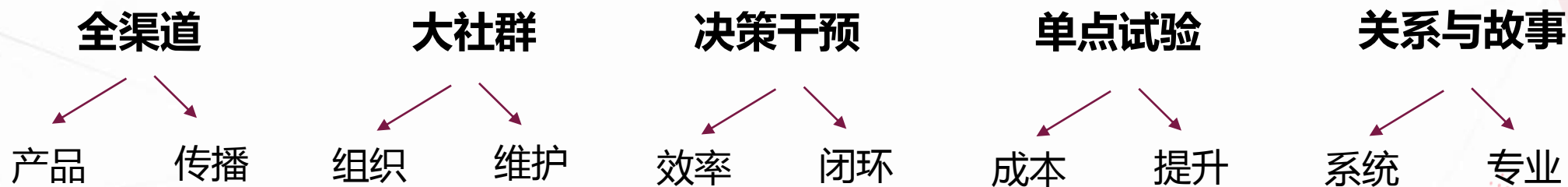
决策干预

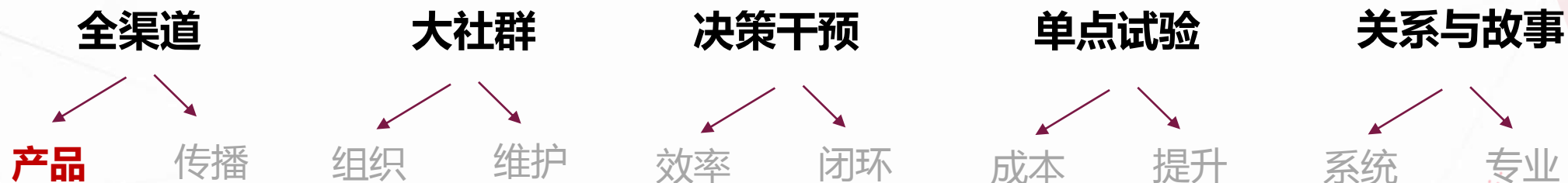
新科技助力AR，VR，短视频

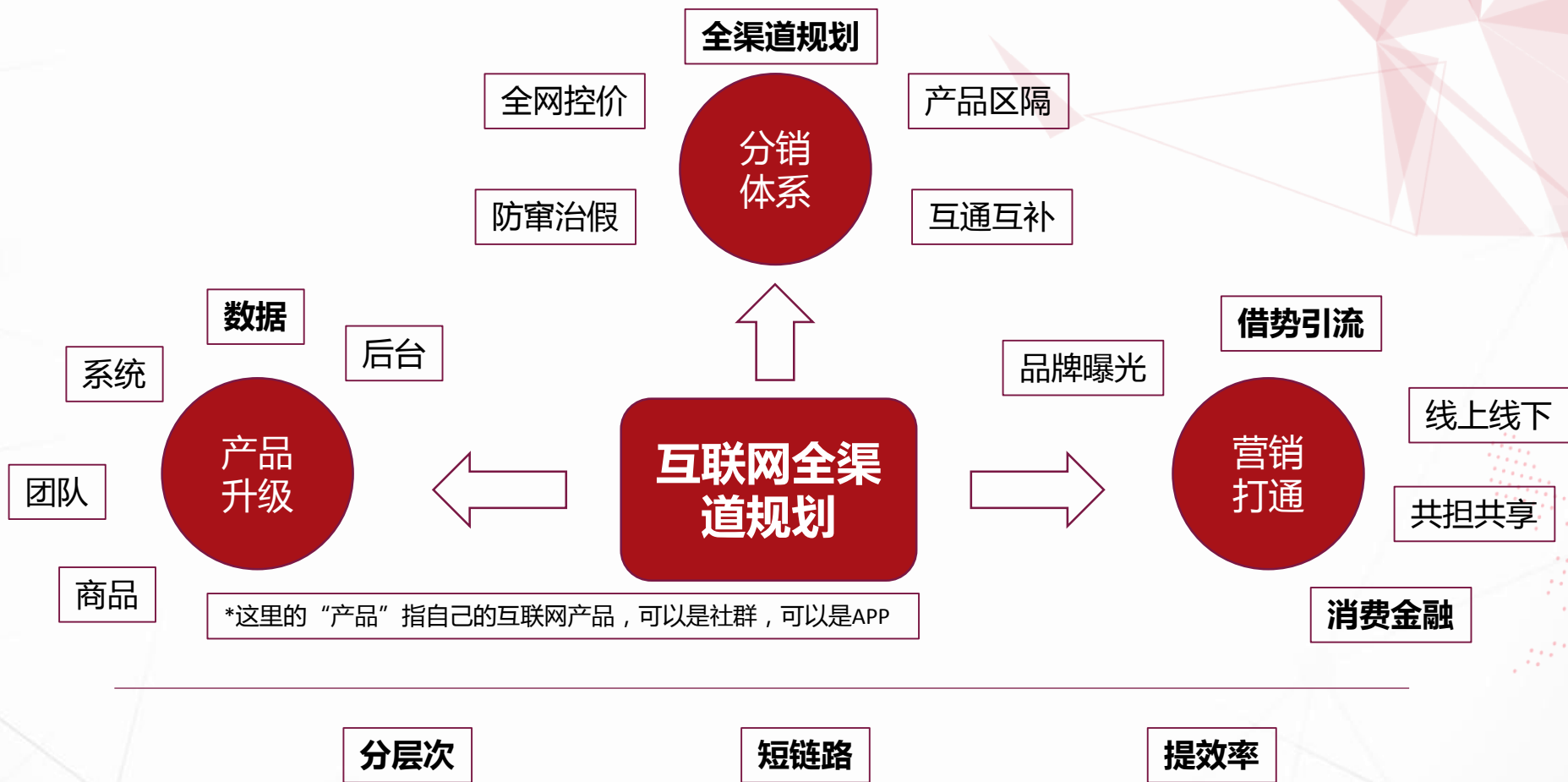
单点试验

全面CRM，营销故事化娱乐化

关系与故事







全渠道规划

总原则：渠道分级，不同渠道政策、产品、价格、合作方式不同，各有侧重，各有优势。

一级 出量和造势，做深

自有项目 大平台（天猫京东） 微商城-服务号

二级 垂直并高效，做宽

天猫授权和大C 京东POP 其他垂直B2C

三级 长尾且可控，做广

淘系-分销-**代销** 微商系-各种公号-**代销** 微商社群-**代销**

渠道健康度

全网控价
防窜治假

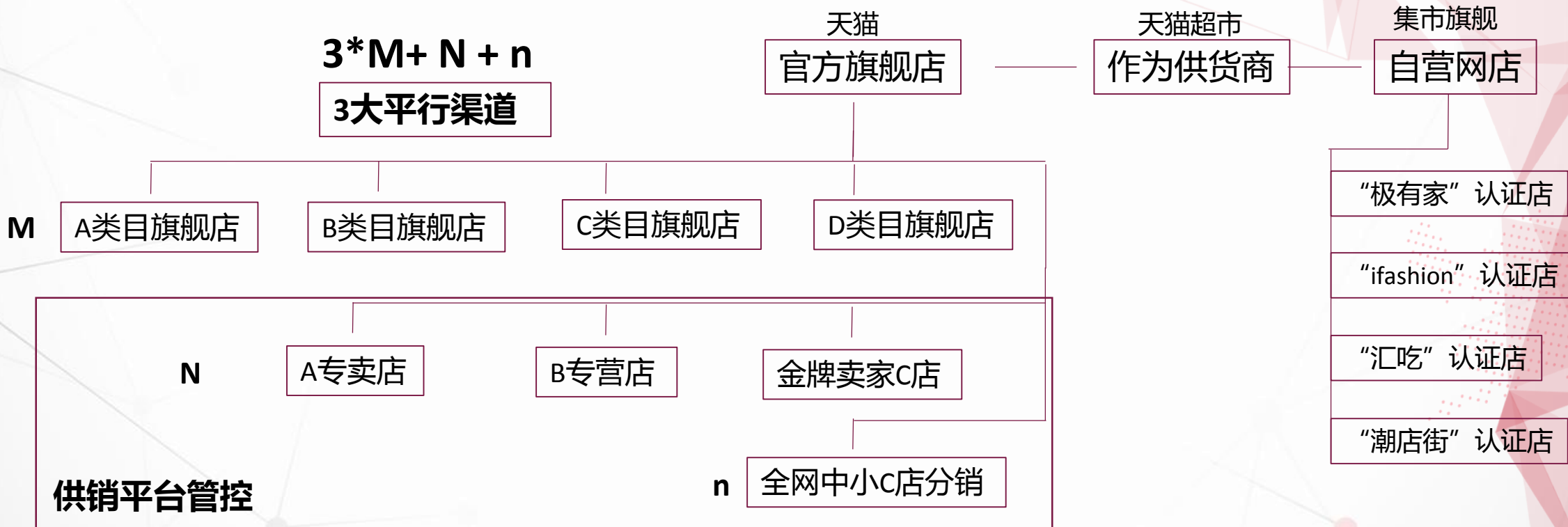
守护**品牌**三条生命线

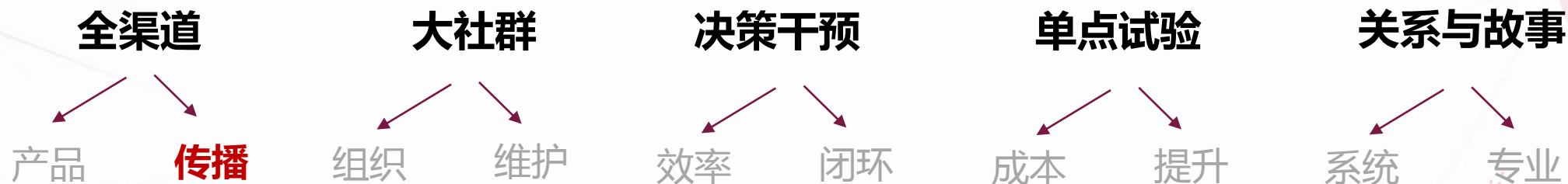
解决方案：商品系统升级+巡查员+供销平台+跟踪条码

产品区隔
互通互补

区隔主推，库存互通，价格互补

一级渠道再深化 “全渠道”





客户群 微信

社区 微博

异业 借势

软文 大社交

*all in 分销

免费

*直接访问 应对千人千面

商品详情

资源置换 电商平台导航导购

官方活动

购物车

这是四维流量运营工具，找到适应你业务的内容

站外

站内

站外付费传统媒体

站外付费自媒体

站外付费流量入口

站外付费双微推广

付费

直通车/钻展

站内CPC

商务舱

站内CPM

淘宝客/联盟推广

站内/外CPS

聚划算

站内付费活动

限时抢购

客户群

活跃维持 舆论引导
志愿者制 客户分层
专享特权

微信

服务号
订阅号
闭环

软文

规律输出
定点定时

免费

社区

及时回复
舆情监管
话题引导

微博

粉丝互动
舆论引导
有问必答
定点定时

大社交

全员参与
群发群闪

异业

调性相关
体量相当
产品互补

借势

热点敏感
话题衔接
大牌为伍

付费

站外

站内

客户群

活跃维持 舆论引导
志愿者制 客户分层
专享特权

微信

服务号
订阅号
闭环

软文

规律输出
定点定时

免费

社区

及时回复
舆情监管
话题引导

微博

粉丝互动
舆论引导
有问必答
定点定时

大社交

全员参与
群发群闪

异业

调性相关
体量相当
产品互补

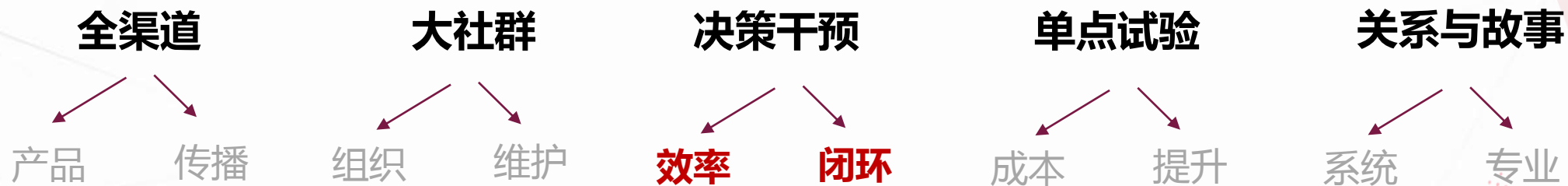
借势

热点敏感
话题衔接
大牌为伍

付费

站外

站内





这是用户消费决策模型，找到适应你业务的内容

网站硬广
线下活动
需求大词
媒体软文
名人推荐
意见领袖

视觉传达
创意优秀
新奇好玩
促销信息
赠品信息
方便记忆
口碑印象

结果优质
(SEO)
易于寻找
(SEM)
评测对比
三方口碑
百科经验

抢先收藏
社交分享
线下体验
参与活动
购买使用
体验服务

当面聊天
线上社区
社交软件
电商评价
通讯群组
知道杂谈

总结

流量新特征

运营策略

工具1：4维度流量分解

工具2：用户决策模型

目录

- ◆ 01 电商运营的规划能力—基于流量新特征的全面运营规划
- ◆ 02 电商运营的变现特点—可能是流量变现的最终形态
- ◆ 03 电商数据贯穿运营的跨界—以大数据贯通运营闭环
- ◆ 04 数据化运营的高阶实战

互联网变现的3种方式

卖东西

电子商务

淘宝商家、京东、网易严选

做广告

互联网广告

淘宝平台、网易新闻、百度、腾讯门户

加特权

增值服务

付费的商学院、优酷会员、游戏

卖东西

做广告

代销

流量风险几乎为0

产品代销，广告型卖东西

资金、库存风险在供应商

有交易过程，利润差做“广告费”，

物流、售后由供应商负责

类似超市，租赁货架

目录

- ◆ 01 电商运营的规划能力—基于流量新特征的全面运营规划
- ◆ 02 电商运营的变现特点—可能是流量变现的最终形态
- ◆ 03 电商数据贯穿运营的跨界—以大数据贯通运营闭环
- ◆ 04 数据化运营的高阶实战

数据化运营的7个思维，4种用法，2个闭环



1. 分解思维
2. 追踪思维
3. 结合思维
4. 对比思维
5. 节点思维
6. 锚点思维
7. 标记思维



1. 趋势
2. 构成
3. 对比
4. 关系



1. 用户行为闭环
2. 运营工作闭环

数据化运营的7个思维，4种用法，2个闭环



1. 分解思维
2. 追踪思维
3. 结合思维
4. 对比思维
5. 节点思维
6. 锚点思维
7. 标记思维



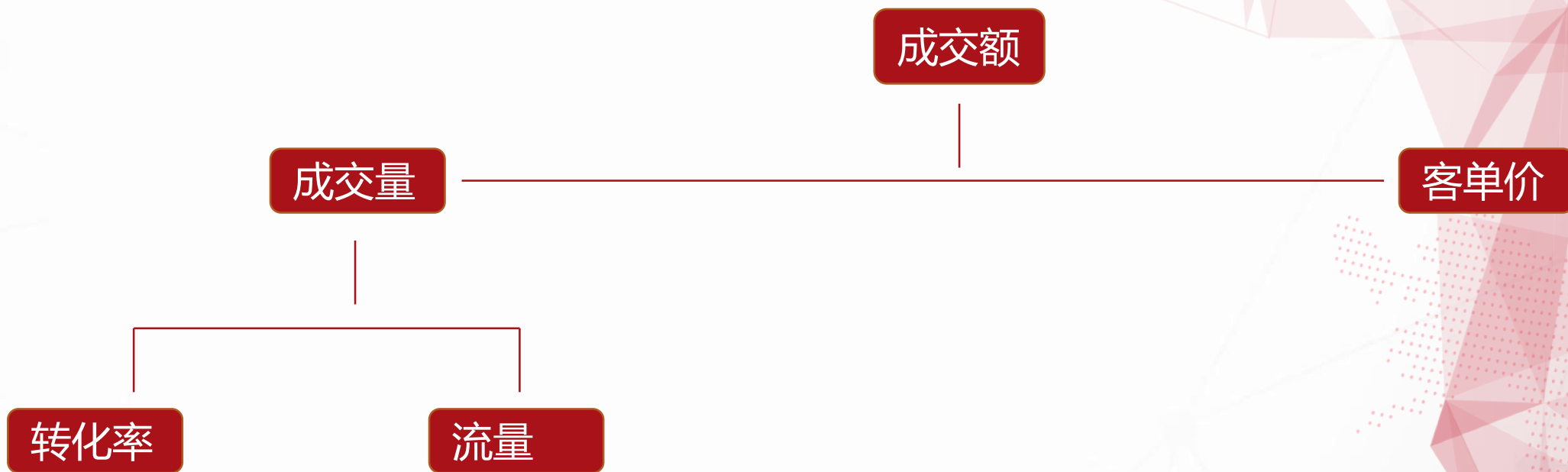
1. 趋势
2. 构成
3. 对比
4. 关系



1. 用户行为闭环
2. 运营工作闭环

数据化运营的7个思维，4种用法，2个闭环

1. 分解思维
2. 追踪思维
3. 结合思维
4. 对比思维
5. 节点思维
6. 锚点思维
7. 标记思维



数据化运营的7个思维，4种用法，2个闭环

静默转化率

转化率

询单转化率

价格

导购

懂产品

赠品

懂活动

描述

懂卖萌

评价

响应快

优惠

懂用户

快递

懂推销

体验

1. 分解思维
2. 追踪思维
3. 结合思维
4. 对比思维
5. 节点思维
6. 锚点思维
7. 标记思维

数据化运营的7个思维，4种用法，2个闭环

导购

数据化做导购

数量+质量 → 加权平均算总分

基于行业热搜大数，决定一级品类词

1. 分解思维
2. 追踪思维
3. 结合思维
4. 对比思维
5. 节点思维
6. 锚点思维
7. 标记思维

导航（购物动线）改进										
一级：	全部分类	首页	保暖	保温杯/壶	床品	服饰	厨房	箱包	日用	品牌故事
词类：	导航词	导航词	营销词	品类词	品类词	品类词	品类词	品类词	营销词	营销词
链接：	下拉出分类	首页	保暖专题页	杯子list	床品list	服饰list 内衣，外衣， 睡衣	烹饪锅具list 厨房配件list	箱包list	日用专题页 收纳，口罩， 皂盒	专题页--目 前品牌故事 页

数据化运营的7个思维，4种用法，2个闭环

导购

1. 分解思维
2. 追踪思维
3. 结合思维
4. 对比思维
5. 节点思维
6. 锚点思维
7. 标记思维

序号	热词	搜索指数	搜索人气	点击指数	点击率	成交指数	转化率
1	四件套	19,582,200	6,838,750	14,883,250	76.00%	534,350	7.39%
2	被子	9,485,717	5,006,238	13,693,613	122.86%	505,538	9.53%
3	电热毯	3,329,741	2,493,471	10,331,118	199.37%	406,217	13.53%
4	枕头	3,273,479	2,696,465	11,006,315	219.47%	445,240	14.14%
5	窗帘	2,420,900	1,933,961	9,058,163	217.73%	171,767	5.51%
6	毛巾	2,357,597	2,184,187	7,461,407	172.96%	347,948	12.57%
7	地毯	2,039,567	1,928,132	7,765,788	204.91%	231,427	8.44%
8	羽绒被	1,862,125	967,771	4,082,268	95.74%	95,419	5.18%
9	被套	1,747,342	1,384,968	6,338,360	178.48%	142,965	6.15%
10	沙发垫	1,703,825	1,507,601	14,086,757	513.70%	335,870	16.51%
11	毛毯	1,477,192	1,308,880	6,348,392	204.97%	213,737	10.91%
12	荞麦枕	1,468,147	499,036	1,581,522	33.91%	17,132	1.08%
13	床单	1,135,603	1,044,471	3,731,483	127.30%	90,100	4.31%
14	抱枕	1,127,427	1,108,054	3,517,386	105.27%	144,974	7.69%
15	棉被	1,024,896	918,022	4,592,820	181.17%	126,380	7.75%
16	床垫	728,879	605,127	3,274,555	30.54%	64,694	4.88%
17	浴巾	722,617	804,391	4,086,346	206.73%	147,031	10.46%
18	羊毛被	719,077	360,284	1,857,476	74.58%	50,887	5.75%
19	桌布	673,094	673,400	5,145,834	295.40%	121,972	9.81%
20	被	581,157	770,640	614,791	21.10%	8,044	0.28%
21	婴儿浴巾	577,410	311,715	1,364,094	42.78%	43,195	5.31%
22	四件套纯棉	539,788	497,101	5,706,765	404.17%	117,404	12.28%
23	床上四件套	523,323	421,241	5,582,055	402.74%	67,428	7.02%
24	蚕丝被	478,281	475,776	2,751,866	172.99%	41,969	3.51%
25	地垫	469,567	480,231	3,484,120	224.49%	77,374	7.22%
26	蚊帐	460,305	419,041	2,721,938	175.94%	85,658	9.70%

数据化运营的7个思维，4种用法，2个闭环

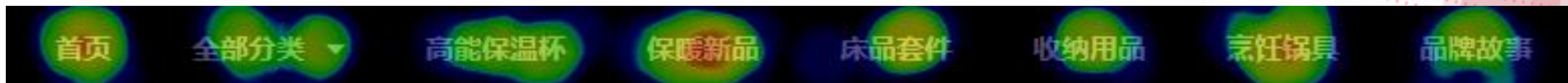
导购

数据化做导购

二级品类词如何确定？一个数据运用小技巧

1. 归纳同类词。
2. 搜索人气权重40% + 成交指数 30% + 转化率 30%
3. 排序好后看热力图，不断升级改进

1. 分解思维
2. 追踪思维
3. 结合思维
4. 对比思维
5. 节点思维
6. 锚点思维
7. 标记思维



一直找不到与竞争对手的差距在哪里而乱投广告

来源名称	浏览次数	占比	浏览人数	人均浏览次数	来源名称	浏览次数	占比	浏览人数	人均浏览次数	差距
总流量	17678	100.00%	13839	1.33	总流量	11353	100.00%	9312	1.24	-4527
淘宝站内搜索	8849	50.06%	6770	1.31	淘宝站内搜索	4184	36.85%	3317	1.26	-3453
宝贝搜索	4988	28.22%	3851	1.3	宝贝搜索	2349	20.69%	1839	1.28	-2012
天猫搜索	3470	19.63%	2609	1.33	天猫搜索	1659	14.61%	1338	1.24	-1271
类目搜索	351	1.99%	277	1.27	类目搜索	141	1.24%	116	1.22	-161
淘客搜索	40	0.23%	33	1.21	淘客搜索	35	0.31%	24	1.46	-9
广告来源	3168	17.92%	2640	1.2	广告来源	3370	29.68%	3011	1.12	371
直通车	2838	16.05%	2378	1.19	直通车	1590	14.01%	1375	1.16	-1003
淘宝客	329	1.86%	261	1.26	淘宝客	350	3.08%	270	1.3	9
钻石展位+	1	0.01%	1	1	钻石展位+	1430	12.60%	1366	1.05	1365
主要页面	3863	21.85%	3096	1.25	主要页面	2395	21.10%	1910	1.25	-1186
天猫	2416	13.67%	1948	1.24	天猫	892	7.86%	723	1.23	-1225
店铺页	806	4.56%	606	1.33	店铺页	885	7.80%	681	1.3	75
宝贝页	617	3.49%	519	1.19	宝贝页	592	5.21%	481	1.23	-38
淘宝首页	24	0.14%	23	1.04	淘宝首页	26	0.23%	25	1.04	2

1. 分解思维
2. 追踪思维
3. 结合思维
4. 对比思维
5. 节点思维
6. 锚点思维
7. 标记思维

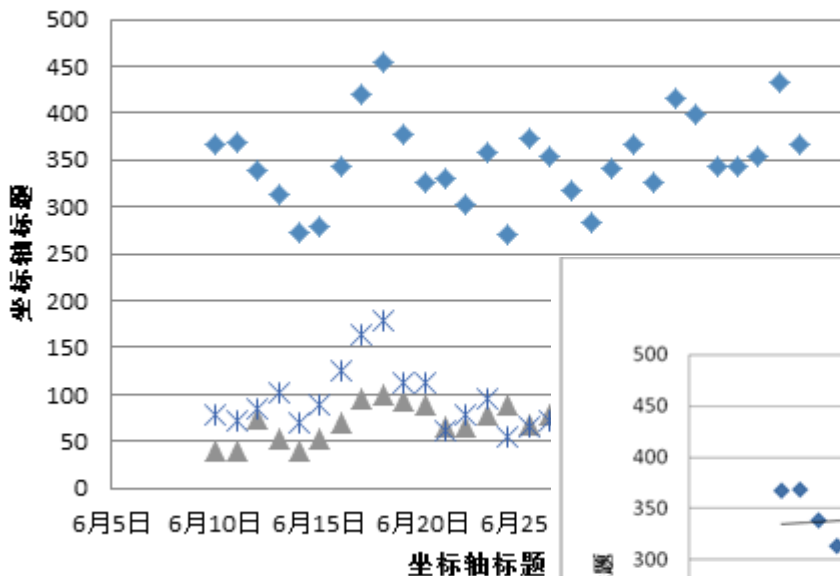
行为标记，数据告诉你什么是有效的运营

日期	SC861A		型号2		型号3		动作	
	淘宝搜索	天猫搜索	淘宝搜索	天猫搜索	淘宝搜索	天猫搜索		
6月10日	367	264	39	56	79	64	标题修改标记 0点修改标题1	
6月11日	368	239	41	57	71	54	美的手持式吸尘器 家用车用小型迷你 静音除螨正品特价 包邮SC861A	
6月12日	338	214	75	67	85	67		
6月13日	313	229	52	55	101	66		
6月14日	272	194	41	43	69	61		
6月15日	278	197	53	92	89	68		
6月16日	343	262	69	89	125	82		
6月17日	419	325	96	175	164	132		
6月18日	455	662	100	268	236	164		
6月19日	378	280	94	97	112	130		0点修改标题2
6月20日	327	221	88	115	112	83		美的吸尘器除螨便 携静音包邮家用车 用轻便400W大吸 力SC861A
6月21日	331	175	65	71	61	79		
6月22日	303	200	66	62	79	78		
6月23日	358	198	79	94	96	84		
6月24日	271	202	89	74	54	99		
6月25日	373	243	67	131	65	59		
6月26日	354	274	79	88	73	87		
6月27日	318	194	54	74	54	73		
6月28日	283	212	96	83	59	74		
6月29日	340	196	59	58	46	68	0点修改标题3	
6月30日	367	256	88	94	63	66	【顺丰包邮】美的 SC861A吸尘器家用 车用便携除螨超静 音正品特价	
7月1日	325	239	66	64	55	59		
7月2日	416	252	80	62	57	53		
7月3日	398	195	65	61	52	50		
7月4日	343	171	94	57	54	36		
7月5日	343	207	85	65	43	53		
7月6日	353	182	63	45	35	69		
7月7日	432	255	74	74	65	66		
7月8日	366	215	80	78	55	65		

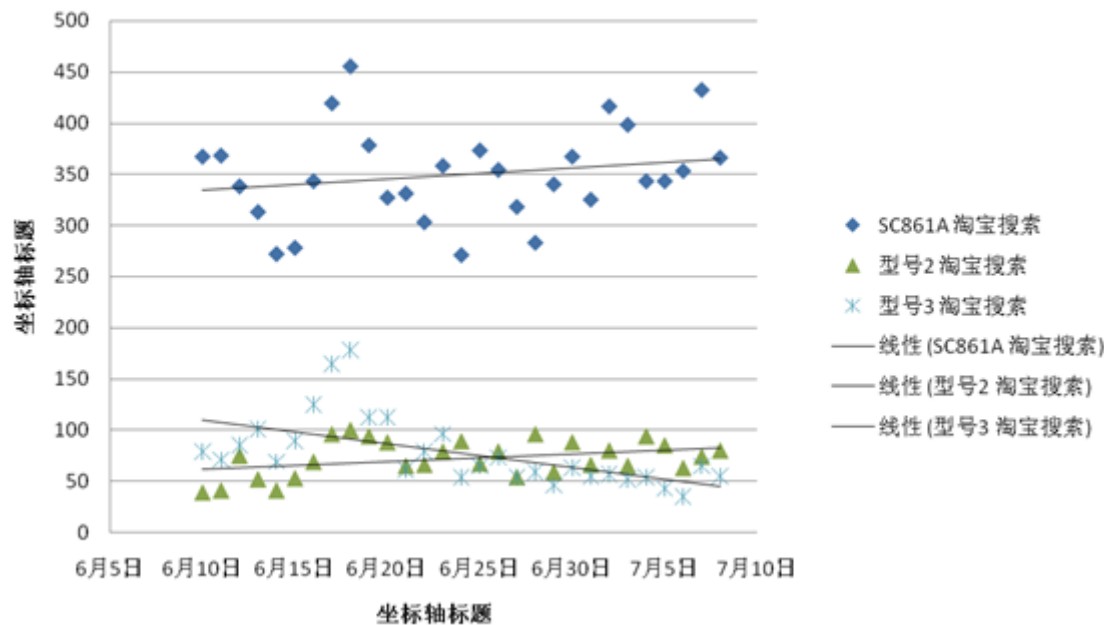
1. 分解思维
2. 追踪思维
3. 结合思维
4. 对比思维
5. 节点思维
6. 锚点思维
7. 标记思维

行为标记，数据告诉你什么是有效的运营

搜索流量分析



搜索流量分析

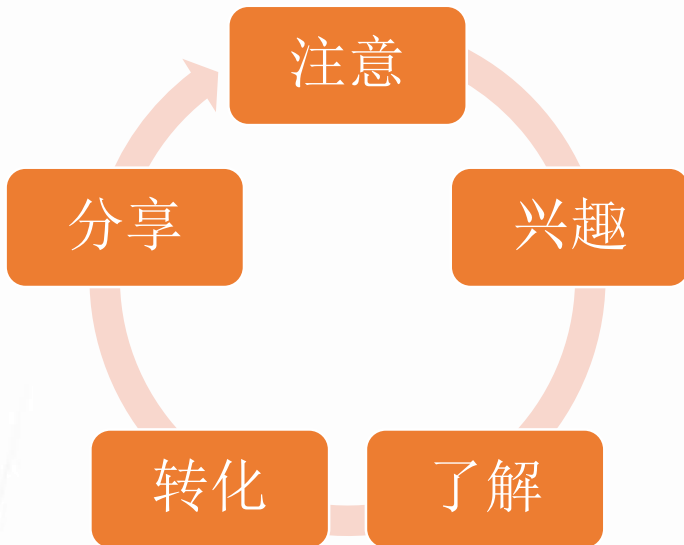


1. 分解思维
2. 追踪思维
3. 结合思维
4. 对比思维
5. 节点思维
6. 锚点思维
7. 标记思维

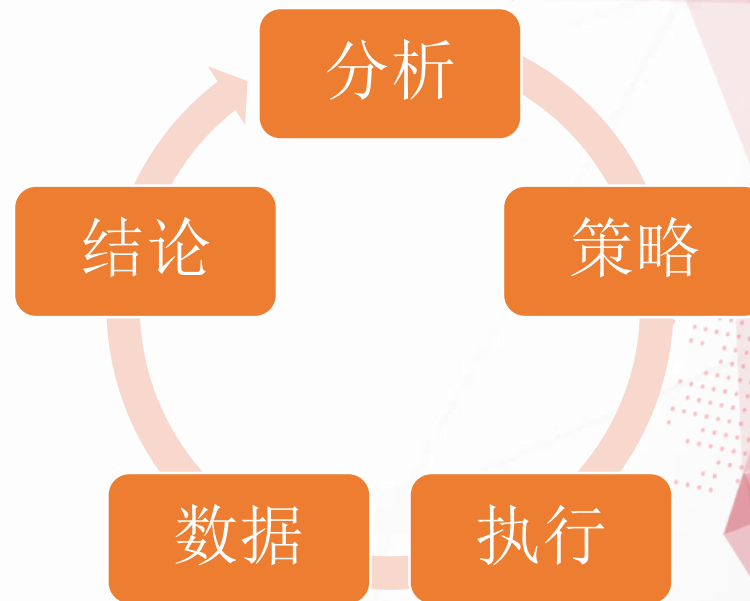
2个工作闭环

- 1. 用户行为闭环
- 2. 运营工作闭环

用户决策端闭环



运营端工作闭环



假设—证明—改进



CDA 数据分析师
www.cda.cn

THANKS

跨界互联 数聚未来

第四届中国数据分析师行业峰会
CHINA DATA ANALYST SUMMIT