



# 啤酒与尿布的当代版

## —— 电子商务中的商品分析

洪健飞  
2012年11月

- **分析数据之前...**
- **指标体系的搭建**
- **案例**
  - **商品生命周期**
  - **商品价值分析**
  - **品牌地图**

# 分析数据之前...

- 团队协作很重要



- 对分析价值的预期要合理

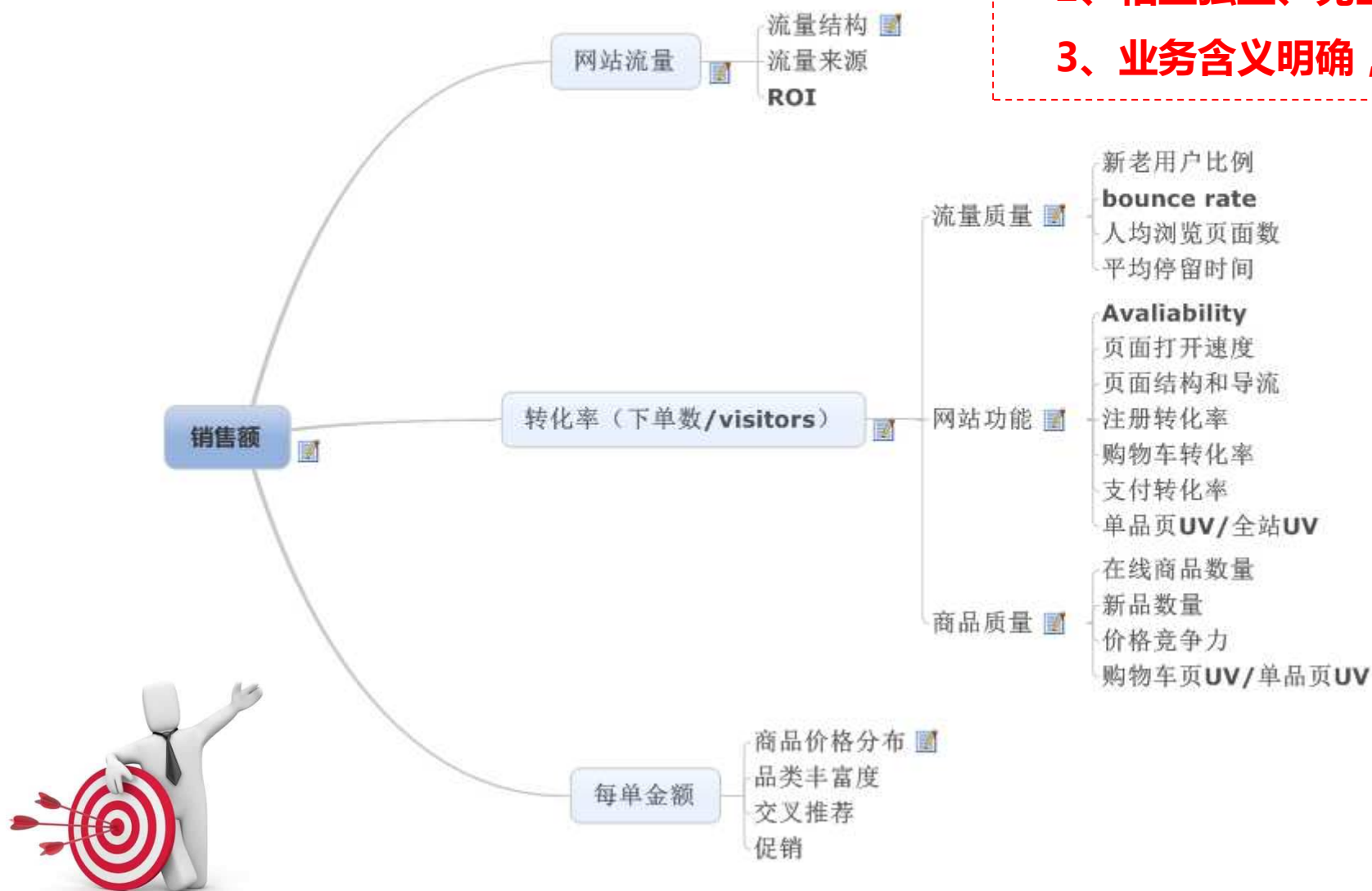
- 标准化
- 精确化
- Surprise ( 常常没有 )

- 摆正业务和数据的关系

- 业务导向，数据驱动

- **分析数据之前...**
- **指标体系的搭建**
- **案例**
  - **商品生命周期**
  - **商品价值分析**
  - **品牌地图**

# 指标体系的搭建



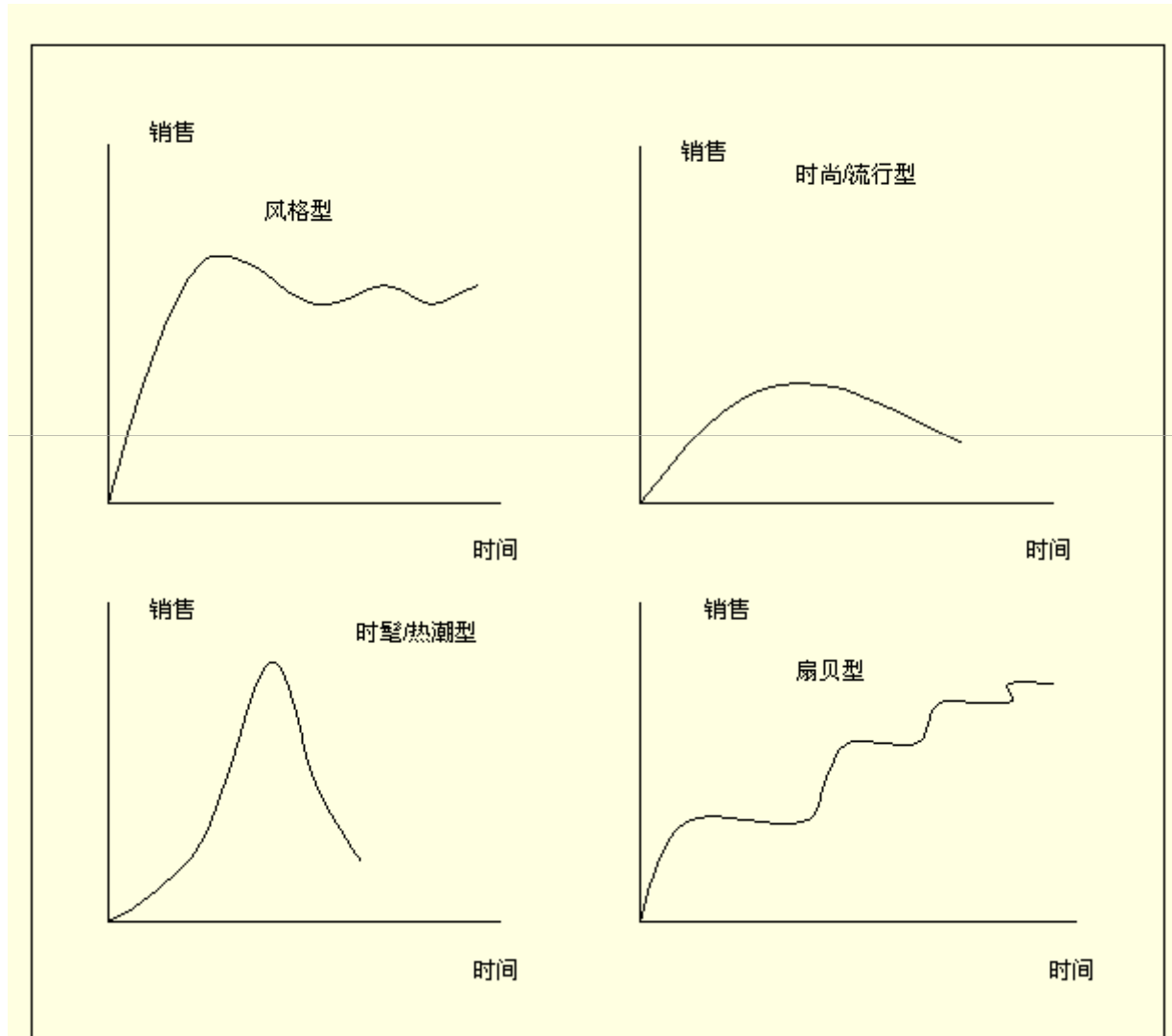
## 什么是好的metrics ?

- 1、目标导向
- 2、相互独立、完全穷尽
- 3、业务含义明确，可监测可操作

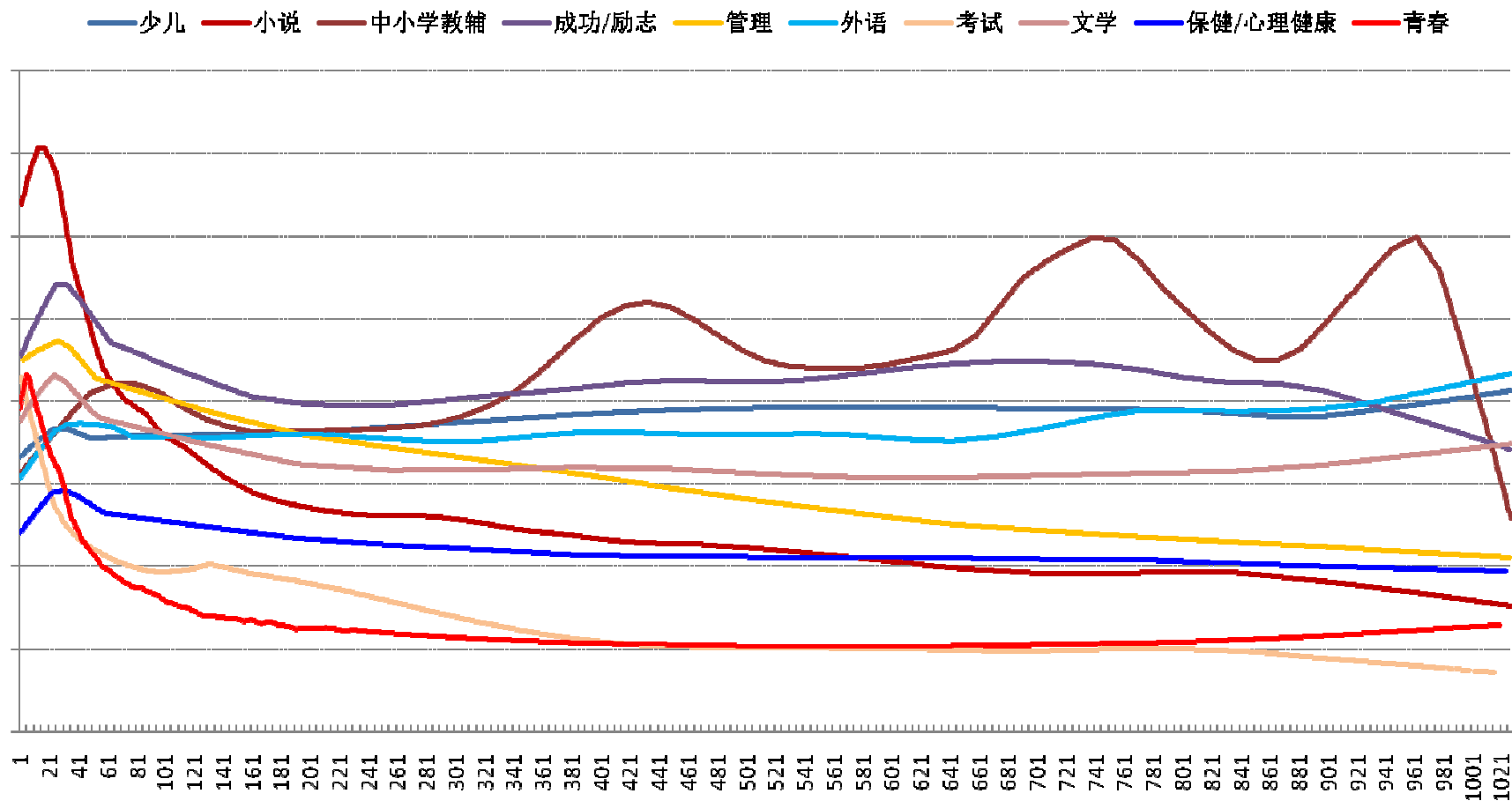
- 分析数据之前...
- 指标体系的搭建
- 案例

- 商品生命周期
- 商品价值分析
- 品牌地图

# 案例 - 商品生命周期：理论上的形式



# 案例 - 商品生命周期：实际分析结果



周期型、长销型、快速衰退型、缓慢衰退型 - 制定针对性的营销策略



# 案例 - 商品生命周期：数据分析要点

- 统计方法的选择 – 曲线拟合（局部多项式回归）
- 粒度 – 二级类
- 时间段 – 连续三年
- 异常数据的剔除 – 促销、节假日.

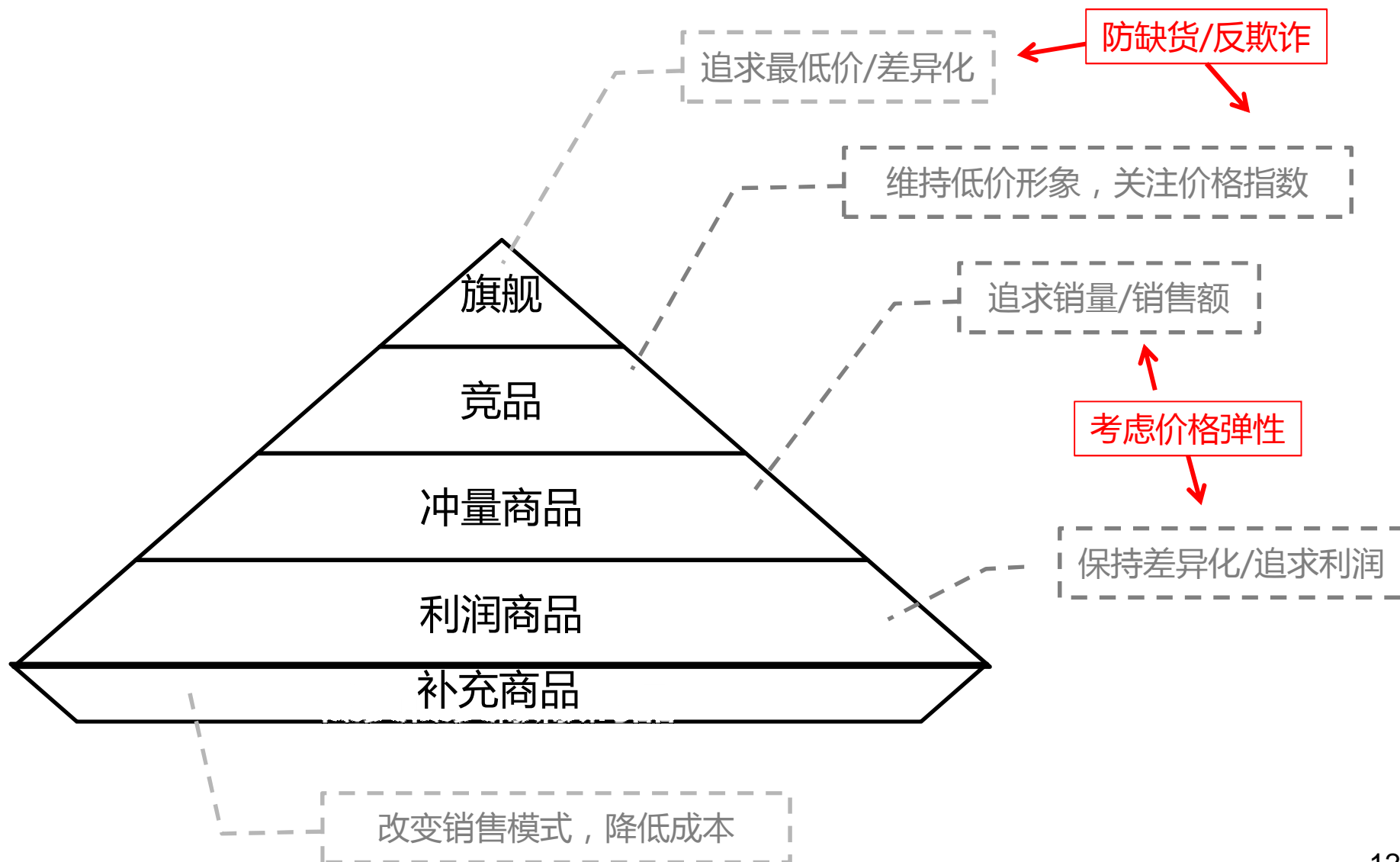


- 分析数据之前...
- 指标体系的搭建
- 案例
  - 商品生命周期
  - 商品价值分析
  - 品牌地图

# 案例 - 商品价值分析：价值形式

- 人气 (IUUV)
- 新客
- 销售额
- 毛利额
- 品牌形象
- 顾客忠诚 .

# 案例 - 商品价值分析：简化的钻石模型



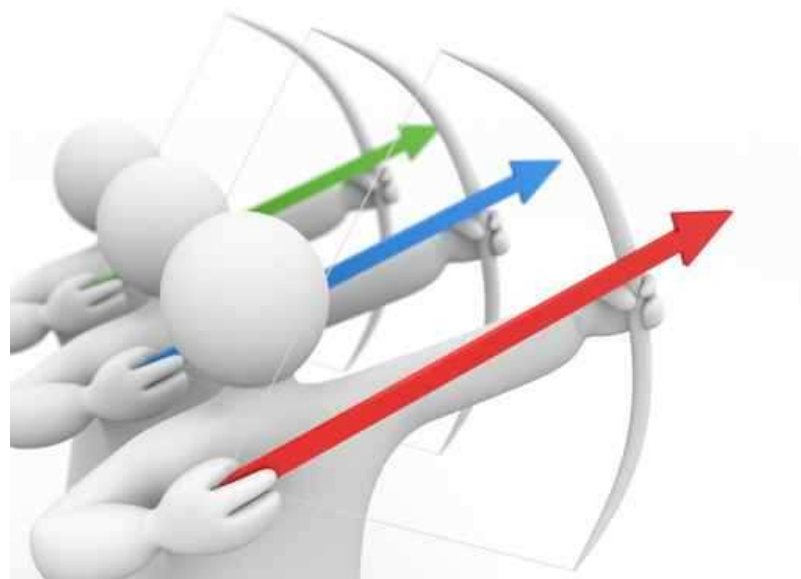
# 案例 - 商品价值分析：运营落地

## 准备：

1. 竞争对手商品数据抓取
2. 商品价值分析
3. 测试价格弹性、制定价格策略

## 实施：

1. 重点投放旗舰、冲量商品
2. PR旗舰、竞品
3. 长尾深耕利润商品
4. 补充商品要低调

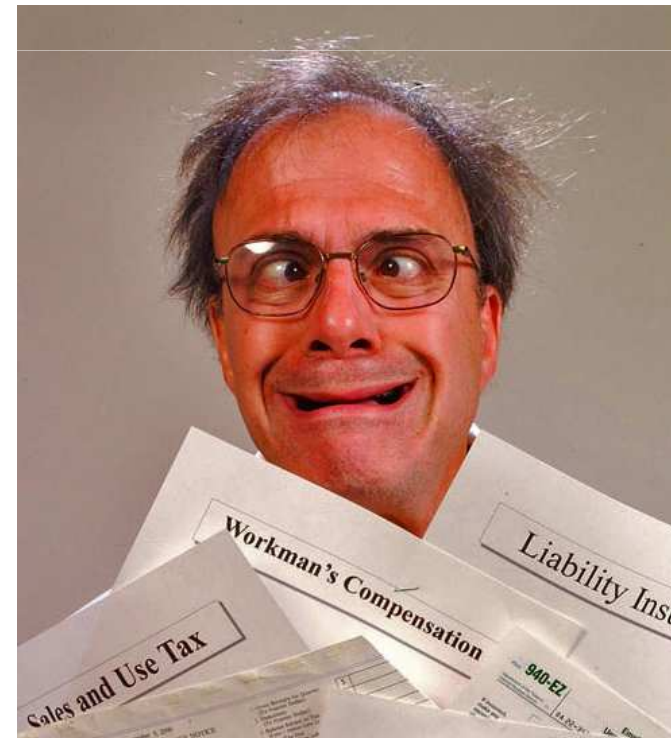


- 分析数据之前...
- 指标体系的搭建
- 案例
  - 商品生命周期
  - 商品价值分析
  - 品牌地图



# 案例 – 品牌地图：数据分析要点

- 统计方法：关联规则 by User
- 随机波动的剔除：设定购买人数阈值
- 促销的排除：不考虑促销期间数据
- 异常数据的剔除：经销商购买、代购、礼品
- 生活方式的提炼。





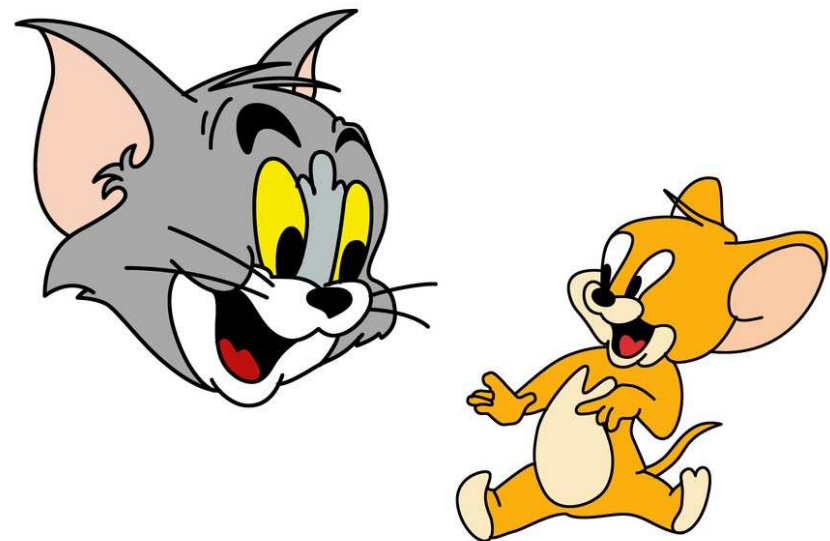
# 广告时间~~~ 诚征Partner

## 我们有什么？

- 目标：打造B2C行业一流的BI团队
- 数据：海量购买数据
- 项目：丰富、有趣、有挑战性的研究主题
- 同事：聪明、充满好奇心、激情不灭的分析同事
- 团队：和谐、融洽、心态开放的团队
- 薪水：有竞争力的薪酬体系
- Bonus：沙漠中的绿洲 -- 美女同事。。。

## 我们想找谁？

- 聪明
- 热情驱动，好奇心强
- Team work



# 谢谢！

业务导向、数据驱动

Contact Us : [gideon.ge@wal-mart.com](mailto:gideon.ge@wal-mart.com)

[carl.hong@wal-mart.com](mailto:carl.hong@wal-mart.com)