

大家好，我是翰林，分析数据是我们做电商，做运营所必备的技能。一名优秀的电商人，就必须学会从各项繁杂的数据中找到自己所需要的线索，从而推导出店铺下一步的方向。

但就分析数据而言，有很多误区是大部分商家都会犯的，今天翰林就针对这些误区给大家分析一下，避免大家再次踩坑。

一、老访客不是老客户

在生意参谋-流量-访客分析-访客分布页面，我们可以看到很多数据，包括访客的地域分布、淘气值分布、消费层级、性别等等。

其中有个老访客，是经常被大家所忽略，也是经常被误解的。误解什么呢？我给大家看看在生意参谋里老访客的概念。

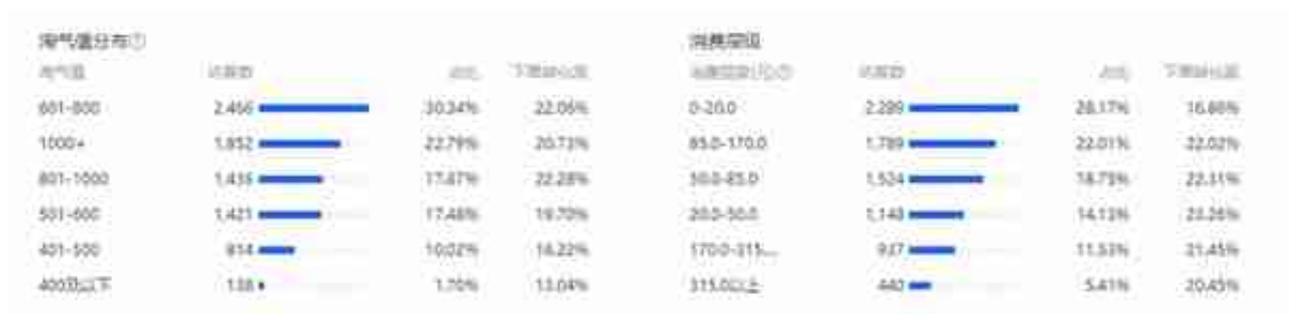
性别	占比	下单转化率
男	4,525 38.86%	17.15%
女	6,943 59.62%	12.80%
未知	177 1.52%	7.34%

大部分商家对于性别应该会有这样的想法，即哪个性别的人群占比高，我就主推哪一类人群。这一想法乍一看没错，但实际上还是有点片面的。

比如我们是做口红类目的，这一类目按理说是女生在使用，购买人群也大部分是女生。但难道男生就不会买吗？

如果我们是做直通车推广，在搜索“口红”这一关键词下，即使是男生，他只要搜索了这一关键词，就说明他有这一需求。当然不是说他买口红要自己用，更大的可能是买来为了送人。

这一情况就告诉我们，在类目下不能单单凭借受众性别人群的数量，就直接否定了另一类人群的消费能力。甚至就口红这一类目而言，男性购买口红的转化率还会高于女性。



在官方的说法中，淘气值是基于用户过去12个月在淘宝的“购买、互动、信誉”等行为综合计算得出的一个数值。

其实

简单来说

，就是看你在淘宝

购买的频率如何，频率越高，淘气值

就越高。

但这并不代表用户是否有较高的消费能力，所以通过淘气值来评判用户的消费能力是一个比较片面的数据对比。

另外这里翰林再说一下消费层级，消费层级是根据商家所在行业的来访者购物价格偏向所计算的。这什么意思呢？意

思就是这里的

消费层级指的是，这些用户人群在你这个类目下愿意花多少钱，并不是说这些用户在所有类目都愿意花这些钱。

翰林举个例子，比如说一名用户购买鞋子愿意花500以上，那他在鞋子这个类目所展现出来的消费层级就是500以上；而同样是他，在购买衣服时只愿意花费70、80元，那他在衣服类目的消费层级就是70-80。

说了这么多，其实主要内容就是希望大家在做数据分析时，能够清晰自己分析数据的情况，以及通过这一数据能够得到什么样的思路。如果在分析数据时，连数据的含义都没有搞清楚，那又何谈能够做好数据分析呢？

今天关于数据分析的内容就分享到这里，如果大家对于上面的内容有疑问，可以随时咨询翰林。