# 模块七 网店数据分析

**一、单选题**

1.阿里指数目前分为区域指数、( )两大模块。

A.时间指数

B.销量指数

C.行业指数

D.百度指数

2.生意经是在淘宝（ ）里订购。

A.卖家中心

B.服务市场

C.常用操作

D.店铺管理

3.( ) 生意参谋团队致力培养卖家数据化运营能力的学习互动平台。

A.数据学院

B.业务专区

C.市场行情

D.数据作战室

4.下列哪项不是生意参谋实时中能提供的数据（ ）。

A.实时概况

B.实时来源

C.实时榜单

D.活动分析

5.生意参谋中的商品分析不包含（ ）。

A.商品概况

B.商品效果

C.商品温度计

D.商品监控

6.与转化相关的指标包括（ ）、全店转换率、宝贝成交转换率。

A.访客量

B.浏览量

C.停留时间

D.跳失率

7.关于直通车指标，以下说法错误的是（ ）。

A.展现量是直通车推广的宝贝在直通车展示位上的显示次数，不包含自然搜索，展现量越大不利于引流。

B.点击量是直通车推广的宝贝在直通车展示位上被点击的次数。点击量越大说明产品的价格、主图等因素对买家的吸引力越大。

C.平均点击花费是直通车推广宝贝花费/点击量。

D.平均展现排名是每次展现排名的总和/展现量。

8.关于首页相关的指标，以下说法错误的是（ ）。

A.首页停留时间是指用户在一次访问内停留在首页的时长。首页停留时间越长表示首页设计的效果越好，对客户吸引力越强。

B.首页链接点击率是指首页总浏览量/首页导航链接点击率。

C.首页跳失率，是指访问了首页后，没有再访问网店其他页面就离开的访客人数，占所有访问首页人数的比例。

D.首页展示宝贝的点击率占首页总浏览量的百分比。点击率越小，越不利于全店宝贝转化。

9.网店数据分析用Excel整理数据的方法包括（ ）。

A.排序

B.分组

C.简单计算

D.以上都是

10.以下数据分析思路顺序哪个正确？（ ）

A.数据采集-数据整理-数据分析-得出结论-运营调整

B.数据采集-数据整理-数据分析-运营调整-得出结论

C.数据采集-数据整理-运营调整-数据分析-得出结论

D.数据采集-运营调整-数据整理-数据分析-得出结论

**二、简答题**

1.阿里指数和百度指数有哪些不同点？

2.网店数据采集中与流量相关的指标都有什么？

3.网店数据采集中与成交相关的指标都有什么?

4.网店运营基础指标体系是什么（绘图）？

**三、论述题**

1.获取数据前为什么要明确目的？

2.网店数据分析各个阶段的工作内容是什么？

3.利用生意参谋分析竞争对手主要看哪方面数据？如何优化？

4.直通车的优点是什么？

**四、实训拓展题**

学生根据老师指定店铺和商品，按照要求完成数据分析与运营调整工作，保存数据整理结果文件，并提交给实训教师。

**参考答案：**

**一、单选题**

1-5 CBADD 6-10 DABDA

**二、简答题**

1.阿里指数和百度指数有哪些不同点？

答：阿里指数是阿里巴巴出品的基于大数据研究的社会化数据展示平台, 百度指数是以百度海量网民行为数据为基础的数据分享平台，是当前互联网乃至整个数据时代最重要的统计分析平台之一。

2.网店运营中与流量相关的指标都有什么？

答：浏览量（PV）、访客数（UV）、访问深度、停留时间、回头客占比、到达页浏览量、到达页浏览量占比

3.网店数据采集中与成交相关的指标都有什么?

答:拍下件数、拍下笔数、拍下金额、成交用户数、成交回头客数。

4.网店运营基础指标体系是什么（绘图）？

答：



**三、论述题**

1.获取数据前为什么要明确目的？

答：大数据时代，淘宝网店也一样可以有效利用数据来合理地优化网店的管理和运营，而且可以借助多种便捷的工具进行数据统计和分析。卖家在采集、整理数据时，必须明确获取数据的目的，只有目标明确，才能收集有效解决店铺对应问题的数据。

2.网店数据分析各个阶段的工作内容是什么？

答：（1）获取、收集数据：通过各大数据平台收集相关的数据信息，比如淘宝的生意参谋、百度的百度指数等平台。

（2）整理数据：将从各大数据平台收集的数据根据数据分析的目的加以整理（分组归类、筛选、简单计算等），以方便后续分析工作。

（3）分析数据：对之前整理的数据进行进一步的加工，根据分析目的以图形、表格等形式将这些数据呈现出来，清晰展现数据走势、变化等，并表述这些数据走势、变化的情况原因。

（4）得出结论：根据数据分析的情况整理并总结，得出相应的调整策略。

3.利用生意参谋分析竞争对手主要看哪方面数据？如何优化？

答：利用生意参谋分析竞争对手主要看流失金额以及引起本店流失店铺数。可以通过竞店产品针对标题、卖点、详情页，店铺装修进行优化。

4.直通车的优点是什么？

答：（1）多：多维度、全方位提供各类报表以及信息咨询，为推广宝贝打下坚实的基础。

（2）快：快速、便捷的批量操作工具，让宝贝管理流程更科学、更高效。

（3）好：智能化的预测工具，制定宝贝优化方案时更胸有成竹，信心百倍。

（4）省：人性化的时间、地域管理方式，有效控制推广费用，省时、省力、更省成本。