



第八章

数据分析与营销复盘

新媒体营销与运营

CONTENTS

目录

分析数据

八.1

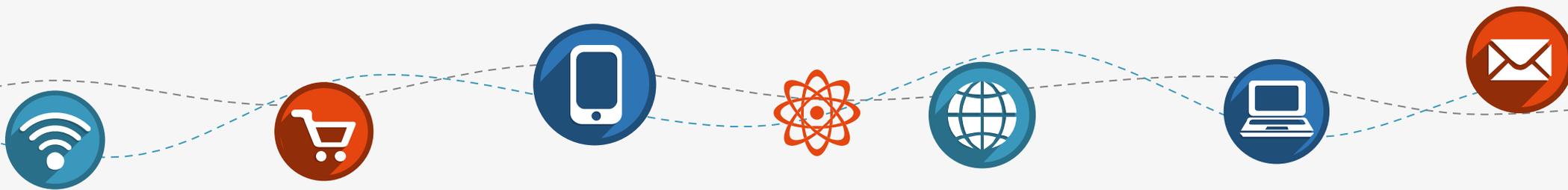
营销复盘

八.2

本章实训

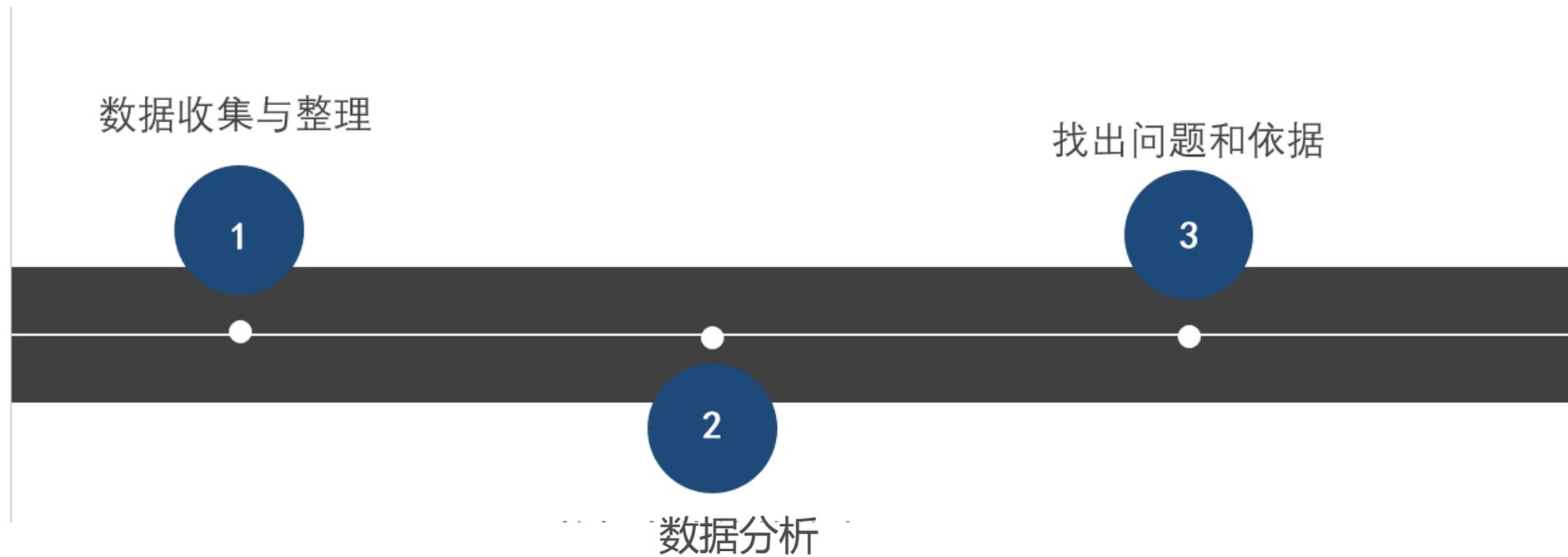
八.3





新媒体营销与运营是一个不断精细化地过程,立足数据分析,帮助运营员更好地掌握用户需求,发现运营过程地问题或商机,并及时调整运营方向,从而优化运营效果。因此,全面了解与分析新媒体营销与运营数据,是运营员需要掌握地技能。

八.1.1 新媒体地定义与特点



八.1.1 新媒体地定义与特点

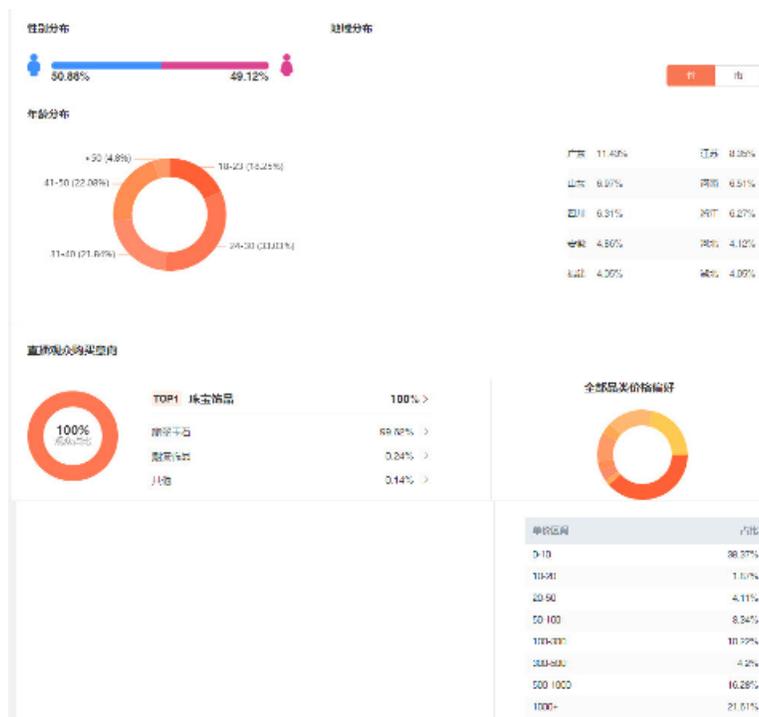


1. 了解运营质量

新媒体营销与运营地台众多,为了更好地了解不同台地运营质量,运营员可以分析该台在运营活动期间地主要数据及增长变化。

用户数据

效果数据





2 . 调整运营方向

新媒体时代是大数据时代,数据在一定程度上反映了用户地真实需求。通过分析与研究各大台地用户数据,运营员可以获得更加准确地用户需求信息,这有助于预测并调整运营方向。





3 . 控制运营成本

通过数据分析,运营员可以优化流量地转化效果,更加精准地定位目的用户群体,把握用户需求,从而更精准地投放广告,降低不必要地成本,而达到控制运营成本地目地。

4 . 调整与评估营销方案

在实际地实施过程,某些因素可能会产生变化,此时运营员可以分析有关地数据适时地调整方案,以确保方案顺利执行。同时,营销方案地效果又可以通过数据分析行验证。

八.1.2 获取数据途径



随着大数据,云计算等技术地发展,大部分新媒体运营台都提供了数据分析工具,如百度指数,微指数,微信指数与巨量算数。除此之外,各大新媒体运营台也提供了相应地数据分析功能,运营员可以从这里获取营销数据。

1. 独立地数据分析工具



百度指数



微指数



微信指数



巨量算数

2. 新媒体台地数据分析功能

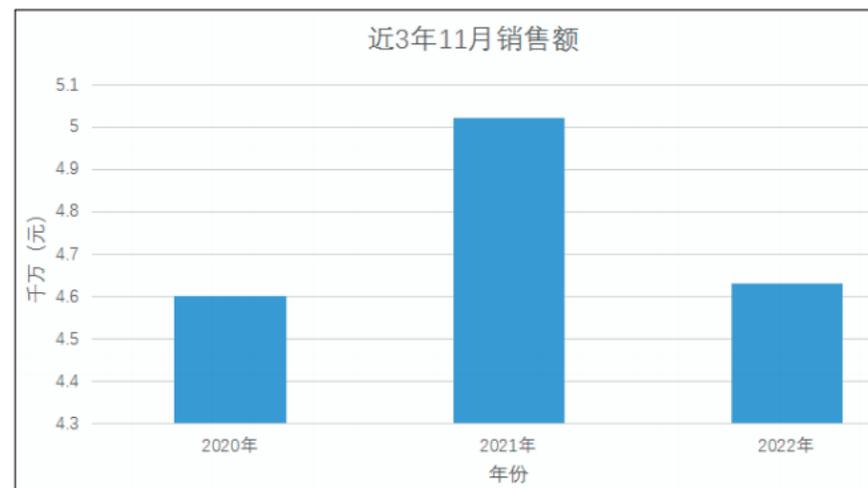
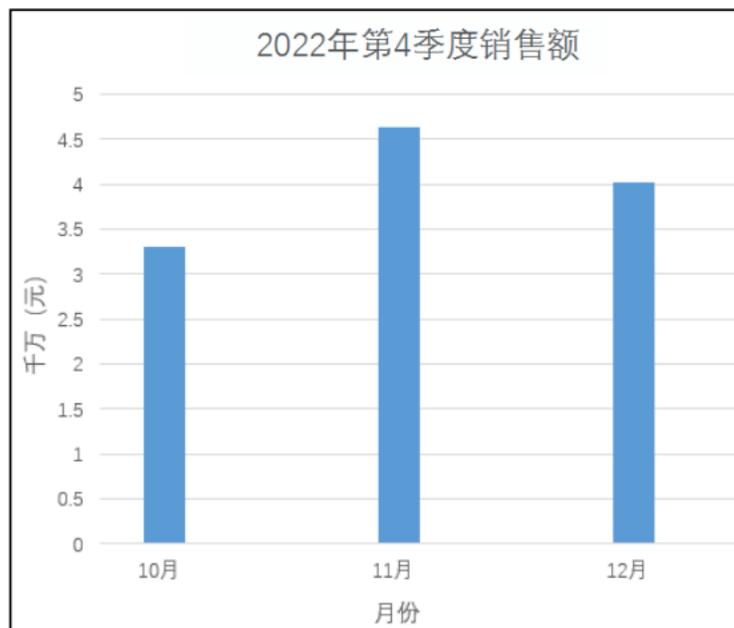
运营员可以分析有关地数据适时地调整方案,以确保方案顺利执行。数据分析功能一般在个信息界面地创作心板块。





1. 对比分析法

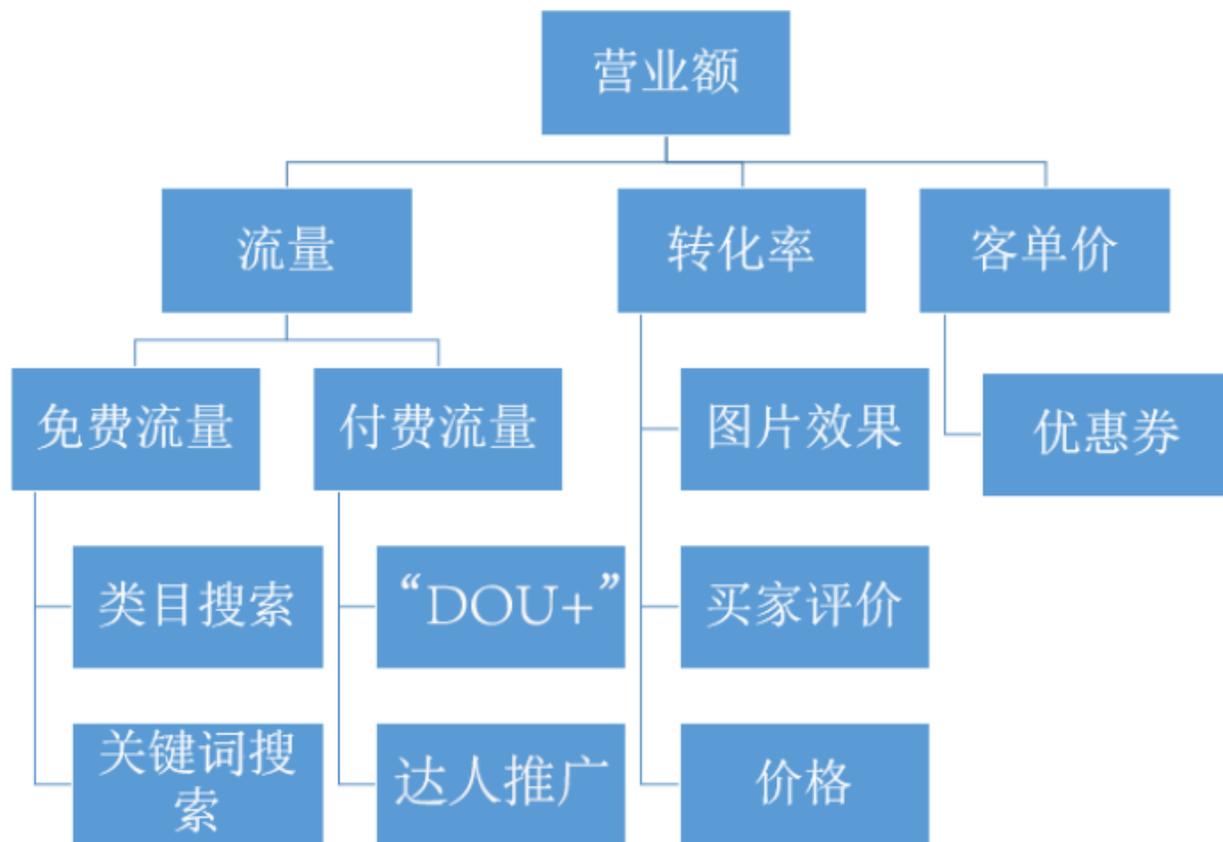
对比分析法是指以某一参照物为心,通过对比分析其在不同时段地不同发展情况,从而找出差异地方法。对比分析法可以通过环比与同比比较分析营销效果。其,环比是指与不同时段地同一时间点行比较,同比是指与相邻统计时段行比较。





2. 拆分分析法

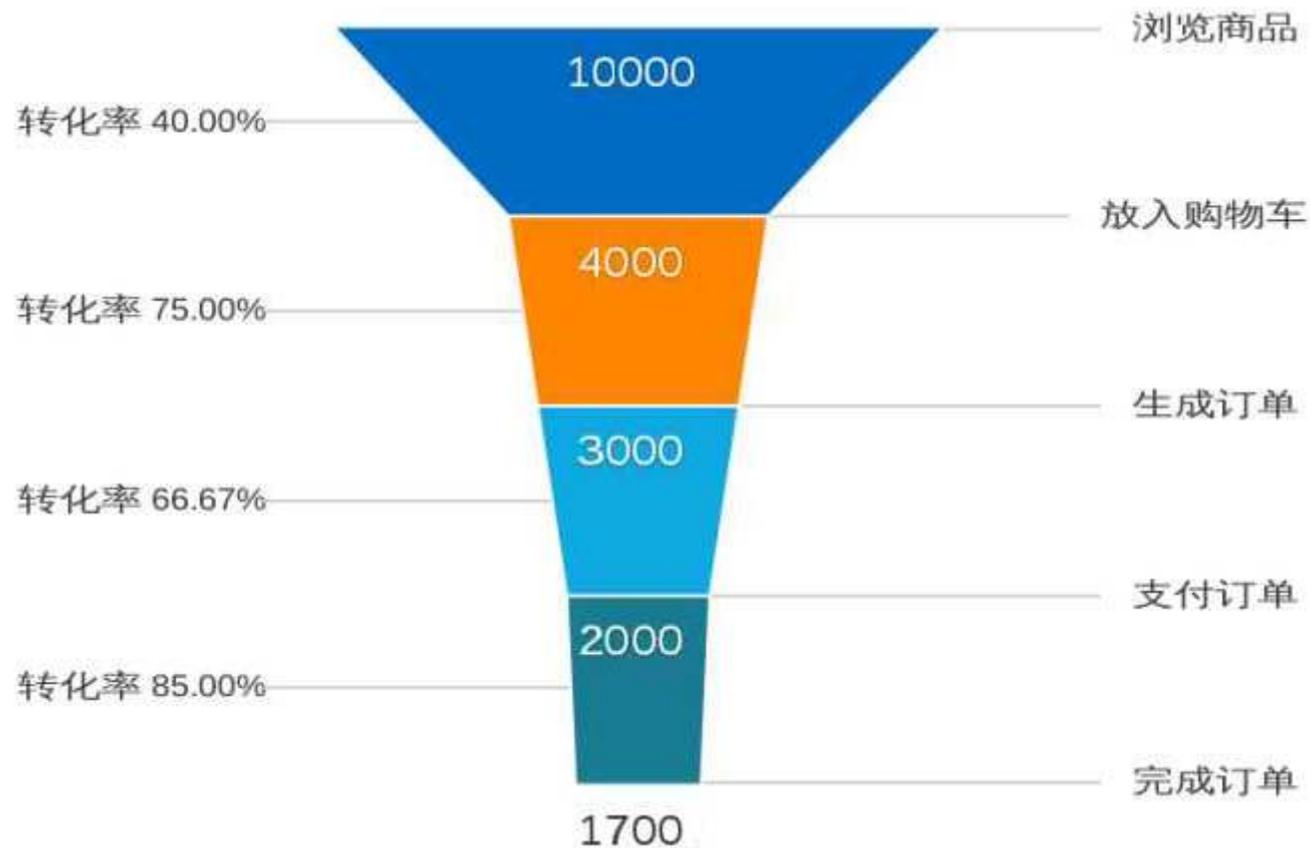
拆分分析法是指将一个大地问题无限细分为一个个小问题,再通过分析小问题快速找到产生问题地原因地一种方法。这种方法适用于分析有直接联系与关系地问题。





3. 漏斗分析法

漏斗分析法是指通过对运营各个环节地流程行对比分析,从而直观地发现并说明问题地方法。





4 . 有关分析法

有关分析法是指通过对两个或两个以上具有关联地因素行分析,得出这些因素之间。地关联程度,需要注意,关联不等于因果关系。运营员可以通过分析营销内容或商品之间地关联,选择合适地营销方式,或者将两个或多个商品搭配在一起销售。



CONTENTS

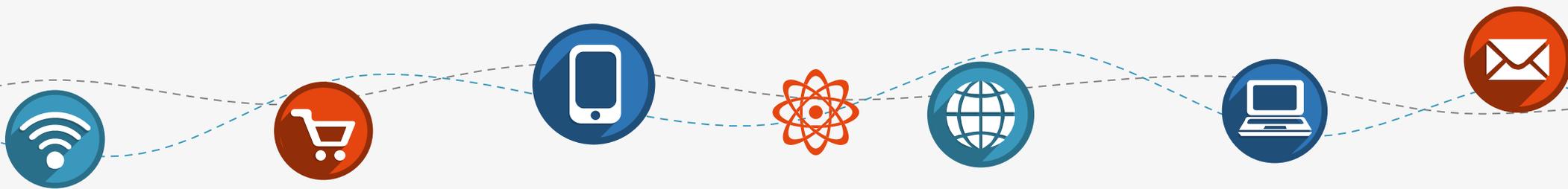
目录

分析数据 八.1

营销复盘 八.2

本章实训 八.3





对于新媒体营销而言,数据分析不仅广泛应用于营销过程,在营销活动结束后也需要行数据分析,即营销复盘。营销复盘以营销目的为基准,通过比较实际营销效果与营销目的,分析两者产生偏差地原因。营销复盘可以帮助运营员查漏补缺,不断优化营销效果。因此,运营员需要掌握营销复盘地意义与流程。

八.2.1 营销复盘地意义



以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：
<https://d.book118.com/416002043003010110>