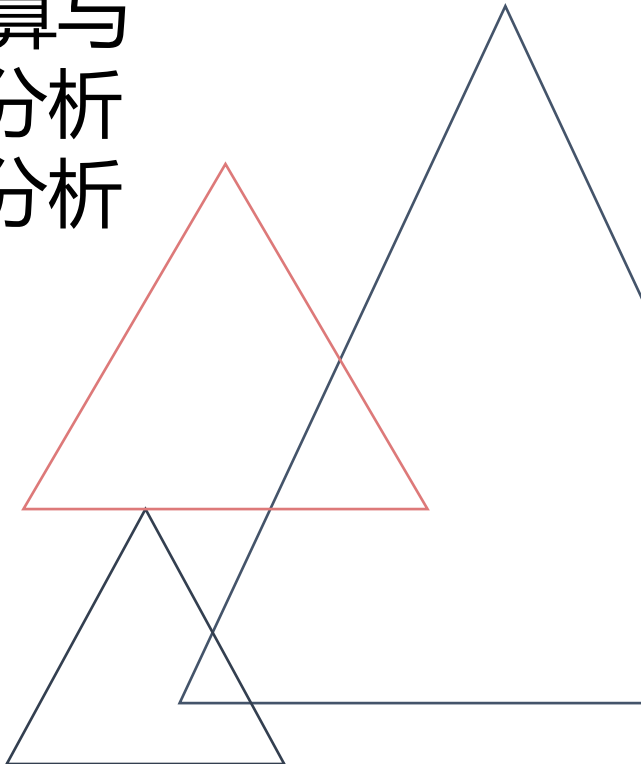




消费者运营分析

11.3.1消费者复购率计算与分析
&11.3.2复购间隔分析
&11.3.3复购产品归因分析





CONTENTS

1 消费者复购率计算与分析

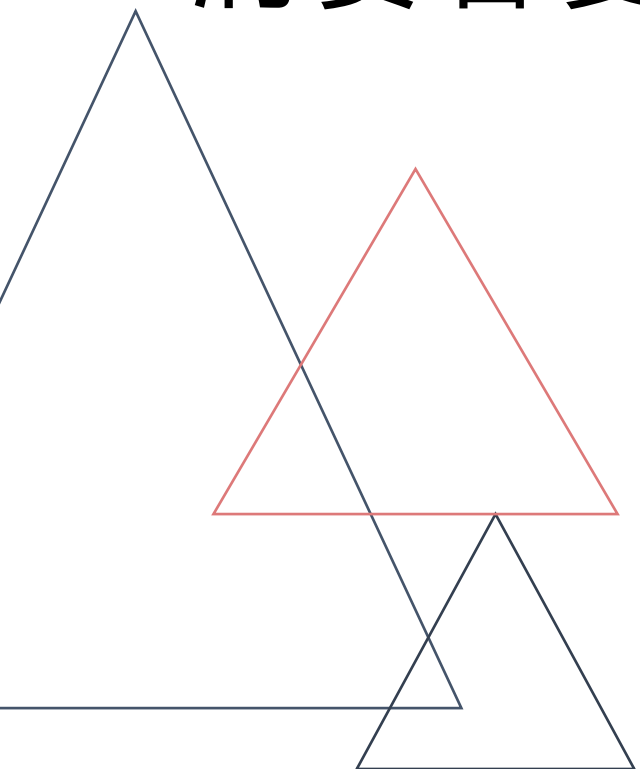
2 复购间隔分析

3 复购产品归因分析



PART ONE

消费者复购率计算与分析




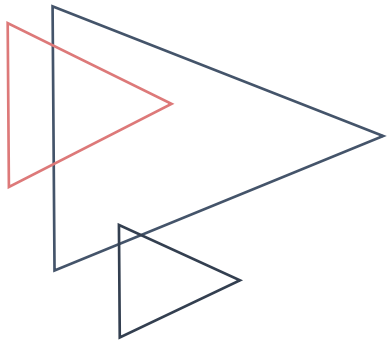


消费者复购率计算与分析

1. 复购率计算

复购率可以分为“用户复购率”和“订单复购率”。

- 用户复购率=单位时间内：购买两次及以上的用户数/有购买行为的总用户数。如单位时间内，回头客购买人数/总购买人数，计算出来的比例，则为重复购买率。例如在一个月內，有100个消费者成交，其中有20个是回头客，则重复购买率为20%。
 - 订单复购率=单位时间内：第二次及以上购买的订单个数/总订单数。如在某个季度中，一共产生了100笔交易，其中有20个人有了二次购买，这20个人中的10个人又有了三次购买，则重复购买次数为30次，重复购买率为30%。
- 



消费者复购率计算与分析

2. 复购率分

例：某网店运营人员现有该网店2022年7月—2023年2月的订单数据，希望深入了解该网店二月的消费者复购情况。数据采集自商家后台的订单报表和宝贝报表。

解：分析思路如下。

第一步：从8个月数据中提取出二月的数据来计算复购率，那么复购率的计算值是不是需要某个值作为参照标准呢？高于这个值表示二月复购率较为理想，低于这个值表示二月复购率不达标。

第二步：同时计算出2022年7月—2023年1月数据的平均复购率和二月的复购率，比较二月的复购率和近7个月的平均复购率，若二月的复购率高于近7个月的平均复购率，则可谓运营颇有成效。

消费者复购率计算与分析

(3) 复购率计算实操

例11-5：某淘宝网店2022年7月—2023年2月消费者购买数据如图11-46所示，计算用户复购率。

解：如图11-47所示，在【数据】选项卡区中，单击【从表格】选项，将数据导入Power Query编辑器，成功导入Power Query编辑器的数据如图11-48所示。

买家会员名	总金额	订单付款时间
	119	2022/7/1 10:02
	59	2022/7/1 22:11
	89	2022/7/2 15:30
	69	2022/7/2 15:54
	89	2022/7/3 21:13
	89	2022/7/5 11:22
	59	2022/7/5 12:13
	114	2022/7/5 20:15
	59	2022/7/8 19:08
	59	2022/7/8 15:47
	198	2022/7/9 0:02
	119	2022/7/9 18:47
	69	2022/7/11 14:28
	134	2022/7/11 10:06
	119	2022/7/11 20:21

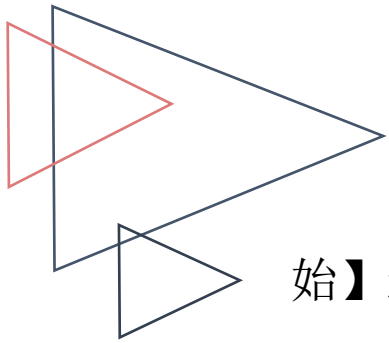
图11-46



图11-47

买家会员名	总金额	订单付款时间
	119	2022/7/1 10:02:57
	59	2022/7/1 22:11:08
	89	2022/7/2 15:30:59
	69	2022/7/2 15:54:38
	89	2022/7/3 21:13:35
	89	2022/7/5 11:22:44
	59	2022/7/5 12:13:31
	114	2022/7/5 20:15:24
	59	2022/7/8 19:08:25
	59	2022/7/8 15:47:21
	198	2022/7/9 0:02:43
	119	2022/7/9 18:47:24
	69	2022/7/11 14:28:13
	134	2022/7/11 10:06:27
	119	2022/7/11 20:21:19
	89	2022/7/11 23:58:40
	119	2022/7/12 19:24:08
	119	2022/7/12 20:49:01
	59	2022/7/12 22:01:06

图11-48



消费者复购率计算与分析

将“订单付款时间”类型改为【日期】。如图11-49所示，选中“订单付款时间”列，单击【开始】选项卡中的【数据类型】下的【日期】选项，运行结果如图11-50所示。

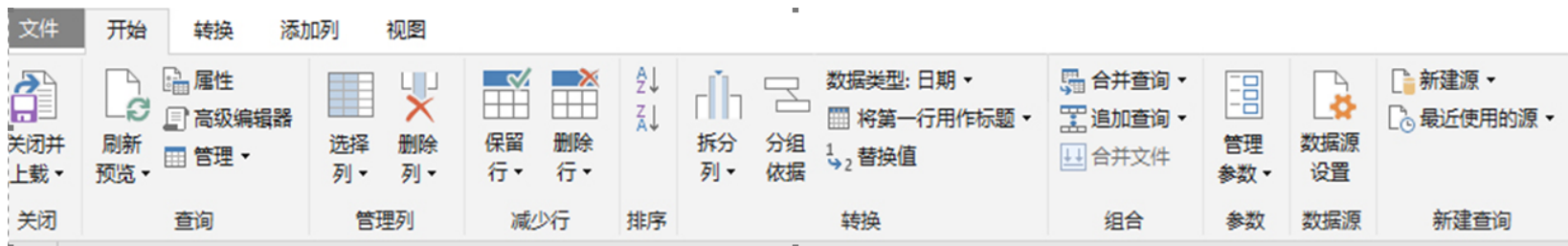


图11-



图11-

消费者复购率计算与分析

将同一天购买两次的消费者去重。选中全字段，单击【开始】选项卡中【删除行】下的【删除重复项】选项。随后统计每个消费者在2022年7月—2023年1月的购买次数。单击【开始】选项卡中的【分组依据】选项，给数据分组，填入图11-51所示的信息，运行结果如图11-52所示。

分组依据

● 基本 ○ 高级

指定分组所依据的列以及所需的输出。

分组依据

买家会员名

新列名

计数

操作

对行进行计数

柱

确定 取消

图11-51

	A ^B C 买家会员名	1.2 计数
1	买家会员名	1
2	买家会员名	1
3	买家会员名	1
4	买家会员名	1
5	买家会员名	1
6	买家会员名	1
7	买家会员名	1
8	买家会员名	1
9	买家会员名	1
10	买家会员名	1
11	买家会员名	3
12	买家会员名	1
13	买家会员名	1
14	买家会员名	1
15	买家会员名	1

图11-52

消费者复购率计算与分析

如图11-53所示，对计数结果进行筛选，留下计数结果大于1的行，运行结果如图11-54所示。

A ^B _C 买家会员名	1.2 计数
1	
2	
3	
4	
5	
6	
7	
8	
9	
10	
11	
12	
13	
14	
15	
16	
17	
18	

图11-53

A ^B _C 买家会员名	1.2 计数
1	3
2	2
3	2
4	2
5	2
6	2
7	2
8	2
9	2
10	2
11	2
12	2
13	2
14	2
15	2
16	2

图11-54

消费者复购率计算与分析

如图11-54所示，单击【开始】选项卡中的【关闭并上载】选项，将数据加载至工作表，工作表中的数据如图11-55所示。

统计留下的买家消费者名个数即为7个月内复购的买家数，此处得到的复购买家数为：648；

总买家数为：24444-1380+648=23712；

故可知7个月内该网店平均复购率为： $648/23712=0.027327935$ 。

从8个月数据中筛选出二月销售收据，重复步骤（1）～（3）即可得到二月的复购情况，此处通过计算得出二月的消费者复购率为0.028571429。发现2月的复购率比近7个月的复购率高，故说明网店二月的复购率处于正常值范围。



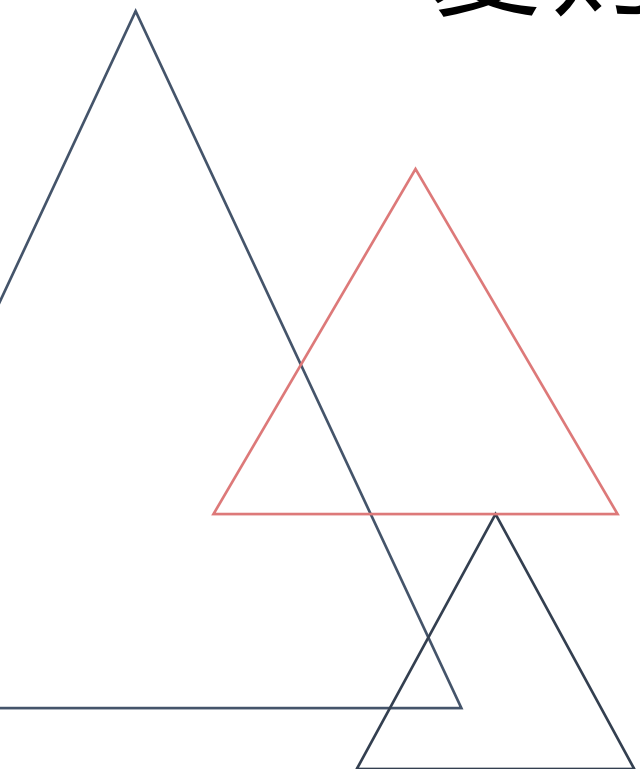
图11-55

买家会员名	计数
ym@...@...	3
162...	2
131...	2
131...	2
131...	2
131...	2
131...	2
131...	2
131...	2
131...	2
131...	2
131...	2
131...	2
131...	2
131...	2
131...	2
131...	2
131...	2
131...	2
131...	2
131...	2
131...	2

图11-56

PART TWO

复购间隔分析



复购间隔分析

1. 复购间隔定义

复购间隔天数，即消费者复购的时间间隔，当然数据中会出现一个消费者复购多次（ ≥ 3 ）的情况，此处把它定义为消费者距今最近的两次购买时间的差值。依据复购时间间隔的大小，将消费者分为4组，如表 11-2所示。

可以根据复购时间间隔安排唤醒消费者的活动和时间，提高唤醒老消费者的效果，并且可进行一系列活动增加新消费者黏度。网店在运营过程中，关于网店风格和调性的确定也可以参考这方面的数据。

复购间隔	消费者分组
小于30天	活跃消费者
30~90天	可激活消费者
90~180天	预流失消费者
180天以上无复购	流失消费者

表 11-

复购间隔分析

2. 复购间隔计算实操

例：某网店营运人员现有该网店2022年7月—2023年2月的销售订单数据，希望从数据中将消费者进行复购时间间隔归类。数据采集自商家后台的订单报表和宝贝报表。

2022年7月—2023年2月消费者信息数据集如图11-57所示。

解：将数据导入Power Query编辑器并将“订单付款时间”转化为【日期】类型，并进行每位消费者的去重操作，结果如图11-58所示。

买家会员名	总金额	订单付款时间
	119	2022/7/1 10:02
	59	2022/7/1 22:11
	89	2022/7/2 15:30
	69	2022/7/2 15:54
	89	2022/7/3 21:13
	89	2022/7/5 11:22
	59	2022/7/5 12:13
	114	2022/7/5 20:15
	59	2022/7/8 19:08
	59	2022/7/8 15:47
	198	2022/7/9 0:02
	119	2022/7/9 18:47
	69	2022/7/11 14:28
	134	2022/7/11 10:06
	119	2022/7/11 20:21

图 11-57 消费者信息数据集

买家会员名	总金额	订单付款时间
	119	2022/7/1
	59	2022/7/1
	89	2022/7/2
	69	2022/7/2
	89	2022/7/3
	89	2022/7/5
	59	2022/7/5
	114	2022/7/5

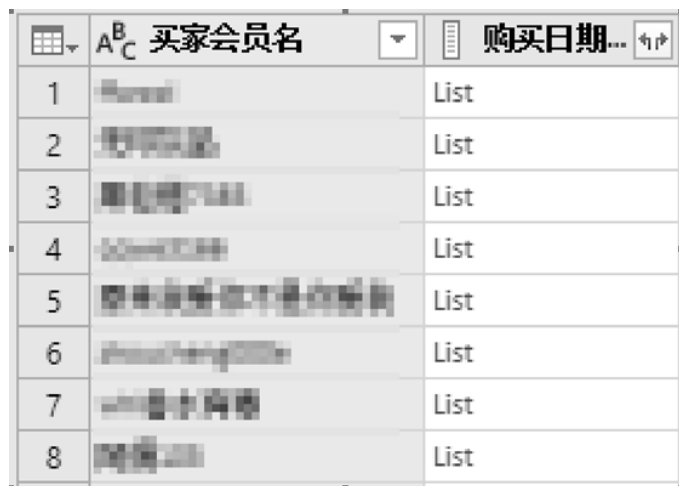
图 11-58 去重后的数据

复购间隔分析

将每位消费者的订单付款时间以列表形式进行分组。在函数编辑栏输入：“Table.Group(更改的类型, {“买家消费者名”}, {{“购买日期列表”, each([订单付款时间]), type list}})”，即可得到以消费者名称为分组依据的按列表分组的表，每位消费者对应的List中包含了该消费者的所有购买时间，如图11-59所示。

将每位消费者的最近两个购买时间作为新列插入表中：如图11-60所示，在【添加列】选项卡中，单击【自定义列】。在【自定义列公式】框输入：“List.MaxN([购买日期列表], 2)”。注：由于日期越晚数值越大，因此取最大的两个数。

运行结果如图11-60所示。



	A ^B C 买家会员名	购买日期...
1	ffwool	List
2	无印灰品	List
3	果粒橙7385	List
4	qqwe3166	List
5	原来我爱你不是你爱我	List
6	zhoucheng000e	List
7	whl香水有毒	List
8	阿娟105	List

图11-59



自定义列

新列名: 距今最近两个购买日期

自定义列公式: =List.MaxN([购买日期列表], 2)

可用列: 买家会员名, 购买日期列表

<< 插入

了解 Power Query 公式

✓ 未检测到语法错误。

确定 取消

图11-60



	A ^B C 买家会员名	购买日期...	ABC 123 距今最近两...
1	ffwool	List	List
2	无印灰品	List	List
3	果粒橙7385	List	List
4	qqwe3166	List	List
5	原来我爱你不是你爱我	List	List
6	zhoucheng000e	List	List
7	whl香水有毒	List	List
8	阿娟105	List	List
9	t_1492940005282_0823	List	List
10	陈琳101030	List	List
11	yukuai宝贝1	List	List
12	百shishunli	List	List
13	一页旧约	List	List

图11-61

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/985231301100011342>