

和消费者谈恋爱 大数据时代消费者洞察和运营

第一财经商业数据中心 CBNDData 黄磊



第一财经数据商学院

YICAI DATA SCHOOL



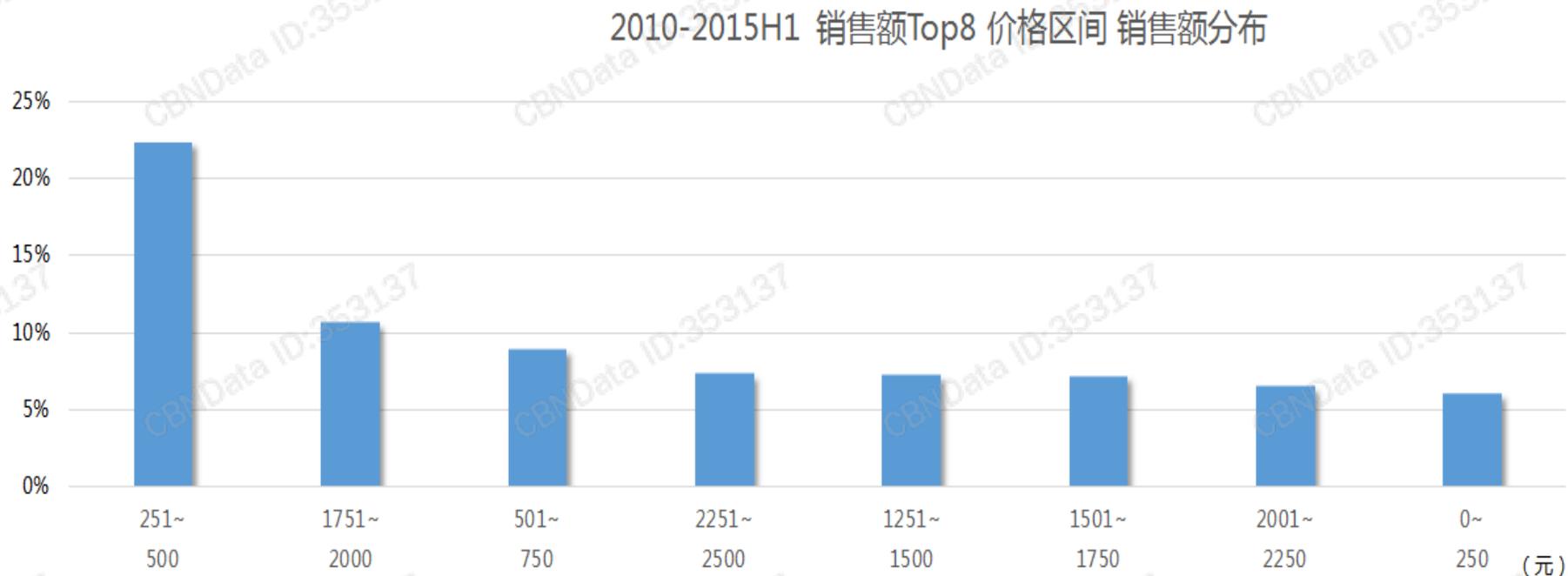
画像：消费者的多元形象

画像：消费者的多元形象



画像：消费者的多元形象（1）

我们对价格假设，是否还奏效？

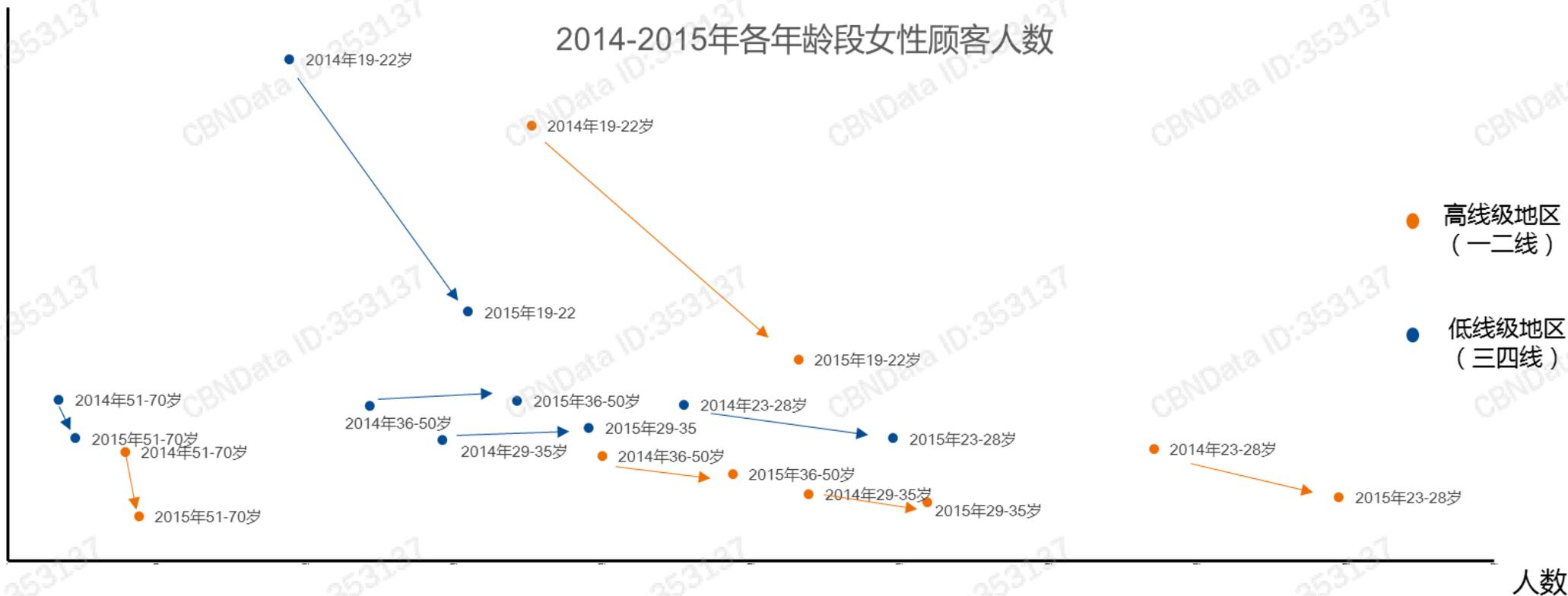


画像：消费者的多元形象（2）

我们对人群的感知，是否还可靠？

增长率

2014-2015年各年龄段女性顾客人数

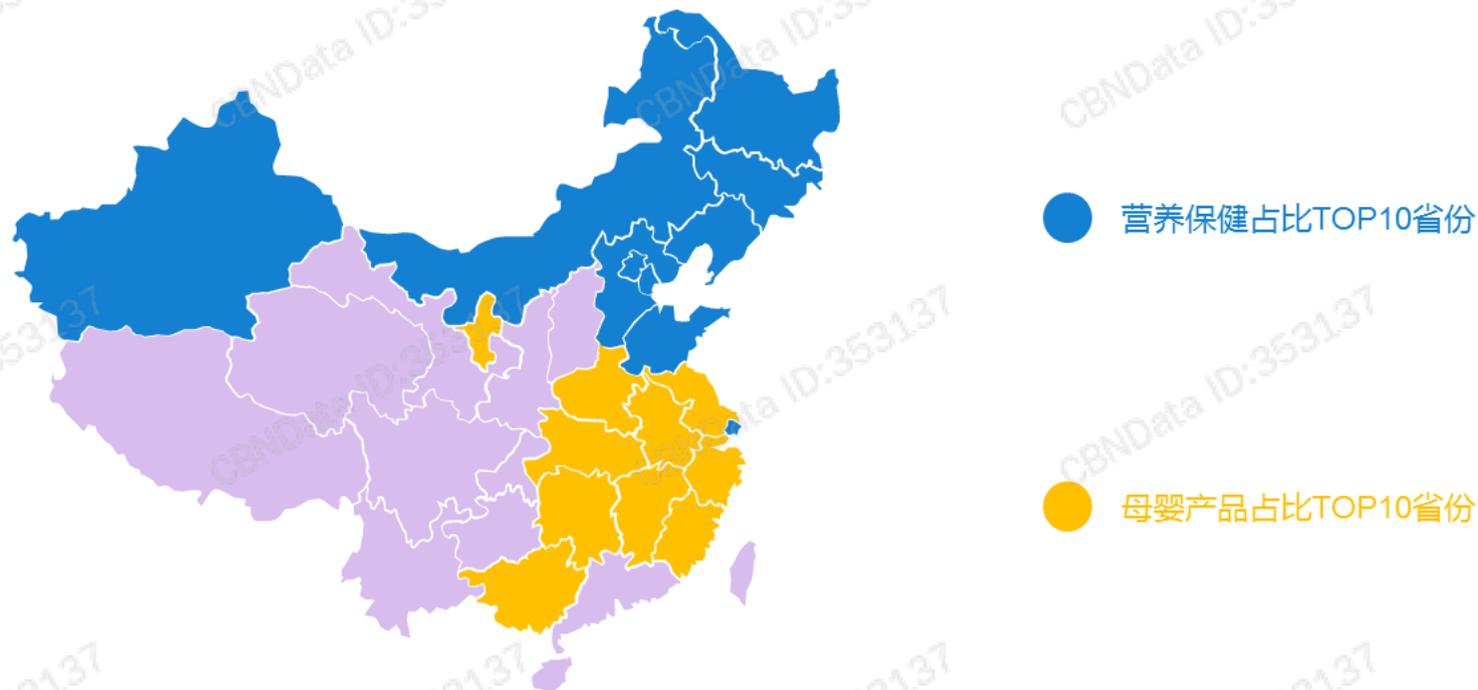


来源：第一财经数据商学院《2016中国女性消费市场研究报告》

画像：消费者的多元形象（3）

我们对区域的判断，是否取决于走多远？

2014-2015 天猫国际用户各区域品类偏好 营养保健vs.母婴产品



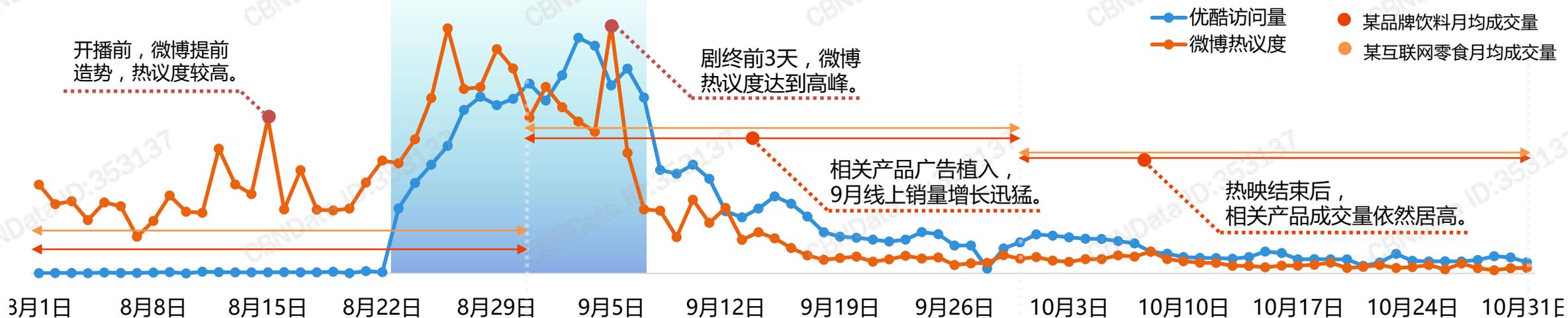
来源：第一财经数据商学院《2015跨境消费大数据报告》

画像：消费者的多元形象（4）

从娱乐到社交到转化成交，消费者身份变迁的链路如何？

《微微一笑很倾城》优酷访问量、微博热议度以及相关产品月均成交量走势图

《微微一笑很倾城》优酷播放时间段



来源：第一财经数据商学院《2016中国互联网消费生态大数据报告》

画像：消费者的多元形象（5）

2015一级城市大学生护肤品消费品类分布及TOP10品牌



预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_17270

