



第1章

数据分析： 知道你的精准 用户是谁



学前提示

随着大数据概念的兴起，越来越多的企业在进行商业化运作的时候，都会结合大数据进行分析。本节将以微信、新榜、清博、今日头条等多个平台为例介绍用户数据分析的内容。



要点展示

- 学习预热 4 个要点
- 新媒体数据的分析流程
- 分析与构建用户画像
- 用户画像数据分析

1.1 学习预热 4 个要点



在阅读本书之前，先来对本书进行预热，本书一共分为4个要点，分别是读者定位、内容定位、特色定位、写作思路。通过介绍本书的4个要点，能快速让读者了解全书概貌，便于以后的阅读，也能让读者准确地定位自己，最后能得到意想不到的收获。

1.1.1 读者定位：本书适合人群



本书思路清晰，内容丰富，语言简洁明了，以图文并茂的方式贯穿全文，可为以下几类人群提供借鉴。

(1) 新媒体和电商平台的数据分析人员。本书采用数据化分析对新媒体以及电商运营的用户画像、爆款打造、营销分析与利润提升4个方面进行详细解读。从基础要领到各个经典案例，以全程图解的形式，对每一个知识点进行详细解读，分分钟让人看懂并掌握相关技巧，让无任何基础的读者也可以快速掌握用Excel对新媒体数据及电商数据进行分析的运营方法。

(2) 新媒体和电商运营的创业人员。新媒体数据的一大价值就在于为相关的人员提供重要的参照依据。而本书则旨在为新媒体和电商运营的创业人员运用Excel对数据进行分析提供全方位指导，让大家能够通过本书实实在在地对数据分析有一个很好的了解，包括数据的重要性等。

(3) 处于电商和新媒体运营低潮期的商家。本书从4个方面讲述新媒体数据。用户画像、营销分析这两个方面的内容可以帮助新媒体运营商家更好地了解客户的需求、兴趣等方面的内容，以便于商家能给客户提供想要的东西，优化营销运营的策略。爆款打造、利润提升这两个方面的内容则是解析如何将商品打造成爆款提升自己的利润，所以这本书非常适合这类商家进行观看学习。

(4) Excel数据分析的初学者、爱好人员。本书所有的数据分析都有相对应的案例进行辅导说明，以图文并茂的方式帮助读者很好地理解制作表格的每一个步骤，而且每个步骤都有标注，可以节省读者的阅读时间，提高阅读效率。

1.1.2 内容定位：重点知识阐述



本书围绕新媒体与电商运营中大家重点关心的用户画像、爆款打造、营销分析、利润提升这4大块的内容进行解读，并配以具体的应用案例增加说服力。无论是零基础的商家学习如何进行新媒体和电商营销，还是有一定基础的商家希望找到更有效的

运营策略，都能从中有所收获。

具体来说，本书对数据分析、用户数量、用户属性、用户兴趣、爆款行业、爆款产品、爆款流量、广告营销、运营平台、提高利润、降低成本以及提高销量12大内容分章节进行了具体的解读。

而在对每个知识点进行具体解读时，又按照是什么（What）、为什么（Why）、怎么做（How）、何时做（When）、谁来做（Who）的基本思路层层梳理，让读者不仅可以了解相关内容，更能将本书中的技巧快速运用到实际经营中。

1.1.3 特色定位：本书独特之处



(1) 思路清。本书根据5W2H法（What：是什么；Why：为什么做；Who：谁来做；When：何时做；Where：在哪里做；How：怎么做；How Much：做多少）安排内容，通过问答的形式呈现全书结构，读者一看便能知道本书的行文思路。书中的每个知识点按知识解析、效果欣赏、操作过程三个版块分别进行解读，让读者快速把握相关内容。

(2) 内容精。本书对数据分析、用户数量、用户属性、用户兴趣、爆款行业、爆款产品、爆款流量、广告营销、运营平台、提高利润、降低成本以及提高销量等内容进行了详细的论述，可以说关于新媒体与电商数据化运营的重点知识全都涵盖其中。

(3) 实操强。本书在进行数据分析过程中陈列的每个案例均是实践所得，并配以详细的图文、标注步骤过程，相关操作者一看便懂，因此本书可以为新媒体与电商运营人员提供一定的借鉴。

(4) 案例广。本书在对相关知识点进行解读时，大多会用具体的案例进行说明，因此，书中案例非常多，可以从中找到适用的运营技巧。

(5) 图文多。本书在内容的呈现上采用图文并茂的形式，每一个经典案例都是通过实际的操作一步一步地呈现给大家，这在减轻阅读压力的同时，可以通过更加形象的内容给读者留下深刻的印象。

1.1.4 写作思路：结构清晰明了



在构思本书的时候，想到现在是一个数据时代，很多东西都可以用数据来分析利弊。对于新媒体与电商来说，更是需要数据来把控营销运营。通过将各类相关数据进行分类汇总，然后利用Excel工具使数据一目了然，无疑是一种有效的手段。本书写作思路主要体现在如下3个方面。



(1) 内容选择及排序。本书在内容的选择上严格按照知识点的重要程度进行呈现，如什么知识点是目前市场上最需要的，是读者最需要的，按照需求进行合理的排序。

(2) 标题的取名方式。本书在为各章、节的标题取名时，严格按照有问题、有方法、有结果的“三有”标准进行，让大家在了解某一内容的同时，能够加深印象。

(3) 一本书的价格多本书的价值。纵观市面上Excel类的书籍，要么是集中介绍Excel的操作方法，要么是单讲Excel在新媒体数据分析或电商数据分析方面的应用，而本书则是将这两大块内容进行有机整合，把实用型技巧全部传授给读者。

1.2 新媒体数据的分析流程



要想分析数据，就必须了解数据分析的流程，一般来说，数据分析的流程包括收集数据、整理数据、将数据转变为图形、分析数据和得出结论这五步。

1.2.1 收集数据把握要点



如何收集数据是所有平台运营者需要思考的一个问题。对于大多数的微信运营者，主要的数据来源就是微信后台的一系列数据，但是仅仅通过后台渠道来收集数据，往往不够全面。因此，微信运营者必须知道，除了微信后台之外，还有很多其他收集数据的方法。下面笔者介绍几种数据来源平台。

1. 微信后台

微信后台是每个微信运营者都必须重点关注的地方，微信后台的统计功能模块下有6大分析项目，分别是用户分析、图文分析、菜单分析、消息分析、接口分析和网页分析。

这些项目中的每一个指标下都会有趋势图，这些趋势图是通过折线的形式表现出来的，不需要运营者自己做图形，运营者通过这些折线图，能够一目了然地进行数据分析。如图1-1所示为用户分析项目中“新增人数”的趋势图。



图 1-1 用户分析项目中“新增人数”的趋势图

除了可以查看趋势图中的数据之外，运营者还可以直接获得原始数据，然后根据自己的需要对原始数据进行后期加工处理。具体的操作方式是在下面的数据表格中，单击“下载表格”按钮，如图1-2所示，然后就能将数据导出到Excel表格中了。

2017-12-12 至 2018-01-10 ▾					下载表格	?
时间	新关注人数	取消关注人数	净增关注人数	累积关注人数		
2018-01-10	41	21	20	26905		
2018-01-09	69	17	52	26885		
2018-01-08	39	23	16	26833		
2018-01-07	84	22	62	26817		
2018-01-06	60	31	29	26755		
2018-01-05	50	17	33	26726		
2018-01-04	49	18	31	26693		
2018-01-03	43	21	22	26662		
2018-01-02	66	29	37	26640		
2018-01-01	51	29	22	26603		

图 1-2 单击“下载表格”按钮

2. 新榜平台

有一个为微信公众号的内容进行价值评估的平台，微信运营者一定不能放过，这个第三方机构平台就是新榜。目前，新榜平台上有超过1000万个微信公众号，对超过24万个有影响力的优秀账号实行每日固定监测，从而发布影响力排行榜。

通过新榜平台，微信运营者可以查询某个公众号的排名情况，还可以查询、统计

周期内的其他数据，包括：

- 发布数据；
- 总阅读数据、头条阅读数；
- 点赞数；
- 当日排名数据。

3. 清博平台

清博是一个大数据平台，目前拥有超过300万微信粉丝的社交矩阵，与BAT三大巨头、网易、今日头条等互联网公司深度合作。

在清博指数平台上，微信运营者只需要在首页输入微信公众号的ID或者名称，就能看到它的排名情况，还可以收集以下的数据，包括：

- 微信总榜排名；
- 微信传播指数；
- 总阅读量、头条总阅读量；
- 文章点赞数等。

4. 今日头条、一点资讯等

微信公众平台的运营者，可以在今日头条、一点资讯这样的平台发布文章，然后在后台查看并整理统计数据。如图1-3所示为今日头条图文内容数据走势图。



图 1-3 今日头条图文内容数据走势图

1.2.2 整理数据最为关键

整理数据的方法有很多，例如，剔除多余的、无用的数据或元素，以免对后面的数据分析造成某种干扰，如图1-4所示。

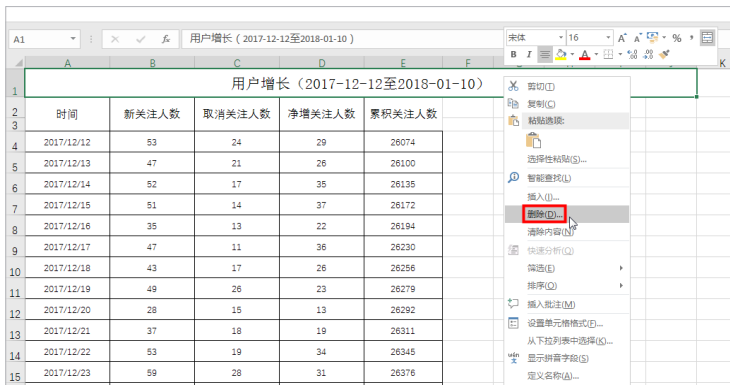


图 1-4 删除不需要的元素

对数据进行简单的计算，以发现更多信息点，为后面的数据分析打下基础。数据的计算包括求和、求平均数等，计算数据的方式在“公式”选项卡中，如图1-5所示。

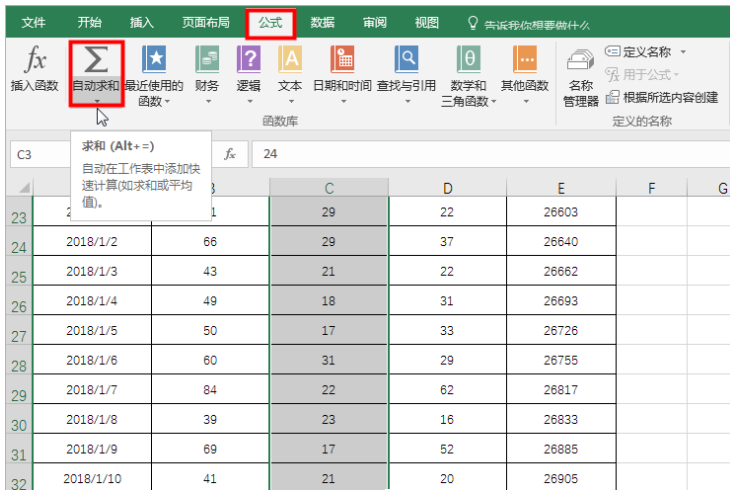


图 1-5 计算数据

对于一些需要特别注意的数据，为了不在后面的分析中将其遗忘，可以将其标注出来，例如改变数据的颜色和字体、为单元格填充颜色等。改变数据颜色只要单击

“字体颜色”按钮，就能选择想要的颜色；如果要进行其他标注，可以选中数据，然后更改数据所在单元格的格式，如图1-6所示。

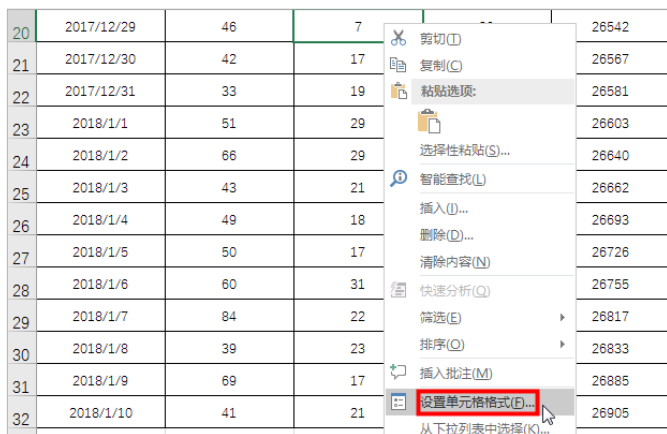


图 1-6 设置单元格格式

1.2.3 将数据转变为图形

数据其实有多种表现形式，纯数据的表格形式往往不容易看到重点，所以整理好数据后，要将数据转变为图形，以方便运营者观察数据。如图1-7所示为新关注人数的折线图。



图 1-7 新关注人数的折线图

对于数据的表现形式，笔者总结出了以下几点。

- 折线图：可用于分析数据随时间连续变化的趋势；

- 饼图：可用于分析数据的占比大小及其与数据总和之间的关系；
- 条形图：可用于对比分析各项数据的情况；
- 面积图：可用于分析数据的量随时间变化的递减程度及总值；
- 散点图：可用于表现若干个数据点之间的关系。

1.2.4 分析新媒体运营数据



收集和整理数据之后，需要将数据进行对比、分析趋势变化并且找出其中的一些特殊点，再结合平台具体的运营情况进行分析。

例如，若看到某个时间段，阅读量突然暴增或者骤减，运营者就必须了解这些时间段内推送的文章是什么，都有什么特点，然后查出导致阅读量暴增或者骤减的原因。

再如，若平台的新增用户在某个时期突然持续性地暴增，那么很有可能是微信公众平台在这个时间发布活动了，从而导致用户持续性增加，也有可能是其他原因导致平台用户持续增长，运营者需要根据这些数据，将深层次的原因找出来，为以后的平台运营打下基础、积累经验。

1.2.5 得出优化营销方式



分析完数据后，就要得出结论了，结论通常是解释造成这样的数据的原因，运营者通常要纵观全局，才能挖掘出深层次的原因。

例如，对于某个开全国连锁店的商家，若通过企业微信公众平台，发现某个省的用户分布比其他省高出很多，这个时候，企业的微信平台运营者就需要分析为什么会出现这样的情况，于是运营者就从多个角度提出设想，进行对比分析，最后找出原因——发现是该省的宣传工作做得更好，导致该省的用户数量比较多。于是得出结论：一些小小的举动往往能够带来不可预料的结果。因此，公司就将该省的宣传手段推行到其他省的连锁店，来帮助提高企业微信公众平台的粉丝量。

1.3 分析与构建用户画像



在粉丝经济时代，用户画像在任何领域都能够起到非常重要的作用。通过用户调研、数据分析、问卷访谈等方式，将用户的一些基本信息和行为属性综合起来，可得出用户的精准画像。将用户这个角色更加立体化、个性化、形象化，可以帮助运营者能够针对用户的属性特点，找出最好的运营方式。



1.3.1 用户画像的含义



用户画像又叫用户角色，是团队用来分析用户行为、动机、个人喜好的一种工具。用户画像能够让团队更加聚焦用户群体，对目标用户群体有一个更为精准的了解和分析。

对微信公众运营者来说，如果没有一个精准的期望目标，而是用户画像模糊，比如既囊括了男人女人、老人小孩，又囊括了文艺青年、热衷八卦的青年等，这样的产品终究会走向消亡。

用户画像除了包括综合人体属性、兴趣、地域、预购等要素之外，其实还有更多细化的内容，例如：

- 星座；
- 婚否；
- 身高体形；
- 购买力；
- 购物类型；
- 颜色偏好；
- 消费信用水平；
- 是否有房、车；
- 心理健康程度；
- 社交类型和活跃度等。

1.3.2 用户画像的作用



对微信公众平台来说，每一个平台都是为特定的用户提供服务而存在的，不存在平台适合每一个人。而作为一种虚拟形象存在的用户画像，并不是运营者脱离实际虚构出来的，它是由一群有代表性的用户群体和目标受众的各类数据总结而来的。

用户画像最核心的目的是给用户打上一个标签，从而实现数据的分类统计。比如，在北京地区的用户有多少，喜欢唱歌的用户有多少，男性用户和女性用户分别是多少，等等。

除了可以利用用户画像数据做最简单的数据分类统计之外，还可以进行关联数据计算和聚类数据分析等。例如，在北京地区的女性用户占多少比例，在北京地区的用户年龄分布情况，等等。

用户画像通过大数据处理方式，为运营者带来了更为便利、更为精准化的数据结果，让运营者在投放广告、投放平台内容的时候，能够准确地抓住用户的心理，将他们想要的信息投放出去，满足他们的需求。

1.3.3 构建用户画像的方法



在学习构建用户画像之前，微信运营者必须知道一个优秀的、令人信服的用户画像需要满足的5个条件，具体如下。

- 基本性：指该用户画像是否是基于对真实用户的情景访谈。
- 真实性：数据要真实，用户画像要像真实的人物一样被呈现出来。
- 目标性：用户画像是否包含与产品相关的高层次目标，是否包含关键词来描述该目标。
- 数量：用户画像的数量最好不超过 3 个，以便设计团队能记住每个用户画像的特点。
- 应用性：确保团队能够利用用户画像进行相关的产品设计决策。

创建用户画像主要分为以下5个步骤。

（1）收集数据和准备工作：确定平台用户类型，设计数据分析方案和提纲。

（2）制作亲和图：把在各平台收集到的大量的定性资料，按其相近性进行归纳整理。

（3）人物原型框架：将亲和图中用户的重要特征描述出来，形成用户画像的框架。

（4）优先级排序：微信运营者可以和产品、市场以及各组领导一起来完成用户画像的优先级排序工作。

（5）完善人物原型：这是最后一步，完善用户画像。

1.4 用户画像数据分析



当我们了解构建用户画像的意义后，接下来我们需要分析用户新增与取关数据、分析后台用户的属性、分析用户的兴趣指向，这样可以帮助我们更好地了解精准用户的特征，使我们对自己的用户进行精准定位。

1.4.1 了解粉丝的重要性



了解粉丝的重要性，其实就是了解市场上各行各业对目标用户群体定位的重要



性，在互联网时代，谁拥有更多的粉丝量，谁就能更快地取得商机，获取盈利。

但是，仅仅拥有一定的粉丝量还是不够的，还要懂得粉丝的心理。通过一系列的后台数据构建用户画像，才能为微信运营提供更多的决策依据，让企业的决策达到如下要求。

- 数据的精准度高。
- 成本费用合理。
- 企业推广的效果好。

而一个好的决策依据，有助于用户的增加，实现吸粉的效应。因此，构建用户画像、制定更好的决策、实现增粉是一个良性的循环生态。

1.4.2 分析后台用户数据



在微信公众平台后台，有一个数据指标能够帮助平台运营人员了解用户的动向，那就是“昨日关键指标”。在“昨日关键指标”上可以看到四类数据，分别是：

- 新关注人数。
- 取消关注人数。
- 净增关注人数。
- 累积关注人数。

如图1-8所示为“用户分析”功能项下的“昨日关键指标”数据显示页面。



图 1-8 “昨日关键指标”数据显示页面

从图1-8可以看出，“昨日关键指标”主要是以“日”“周”“月”为时间单位

轴，分析用户数量在不同时间点的变化情况。

在平时，微信运营者可能还看不出这些数据的变化，但是当微信平台推出了新的计划后，这些关键指标就能起到很好的作用了，它能够反映新计划的效果，微信运营人员可以根据这些数据指标总结经验，查漏补缺。

专家提醒



关于微信公众平台的运营，众所周知，所有的发展和建设都必须建立在微信粉丝群上，没有足够数量的粉丝群体，再多的努力也是白费。因此，微信公众号的运营者要特别关心用户的动态，了解用户的“昨日关键指标”就是很好的切入点。

在“昨日关键指标”下方，微信运营者还能够看到“新增人数”“取消关注人数”“净增人数”“累积人数”的趋势图。

1. 新增人数

在“新增人数”的趋势图中，微信运营者可以选择“最近30天”“最近15天”和“最近7天”这几个时间段进行查看。如图1-9所示为“最近15天”的“新增人数”趋势图。



图 1-9 “最近 15 天”的“新增人数”趋势图

将鼠标指针指向不同的节点(日期点)，还能够看到该日期详细的新增人数数据，如图1-10所示。





图 1-10 新增人数数据

在分析新增人数的趋势数据图时，要注意如下两方面的内容。

- 一是观察新增人数的趋势，以此来判断不同时间段的宣传效果。
- 二是注意趋势图中的几个特殊的点——“峰点”和“谷点”。“峰点”就是趋势图上突然上升的节点，“谷点”就是趋势图上突然下降的节点，当出现很明显的“峰点”和“谷点”时，就意味着平台推送可能发生了不同寻常的效果。

除了可以查看“最近7天”“最近15天”“最近30天”的趋势图外，微信运营者还可以根据实际情况自定义时间段进行查看。查看的方式是单击自定义时间框，然后会弹出相应的时间选择栏，在时间表中选好时间段，再单击“确定”按钮即可，如图1-11所示。



图 1-11 自定义时间段

如果微信运营者想要和某个时期的数据进行对比，可以单击右上方的“按时间对比”按钮，就会得出相应的对比数据，微信号运营者可以自己定义要对比的时间。如图1-12所示为2017年12月27日到2018年1月10日和2017年12月12日到2017年12月26日的新关注人数的数据对比。



图 1-12 新关注人数数据对比

如果要取消对比，单击右上角的“取消对比”按钮即可，如图1-13所示。如果微信公众号运营者想要了解粉丝在不同渠道的增长数量，可以在“数据来源”下拉列表中选择，如图1-14所示。



图 1-13 单击“取消对比”按钮



图 1-14 “数据来源”下拉列表

2. 取消关注人数

“取消关注人数”也是微信运营者要着重考查的数据，因为维持一个老客户比增加一个新客户，其成本要低得多。如果企业的微信公众号遇到了取消关注的情况，就一定要重视起来，尤其是那种持续“掉粉”的情况，企业更要分析其中的原因，尽可能防止这种情况出现。

以微信公众号“手机摄影构图大全”为例，在微信公众平台的后台，其“最近30天”的“取消关注人数”的数据趋势图如图1-15所示。

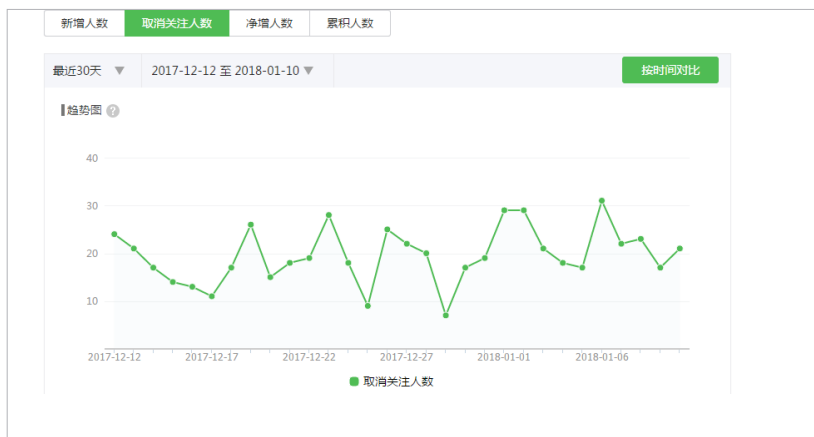


图 1-15 “取消关注人数”趋势图

“取消关注人数”和“新增人数”的数据一样，都能够选择“最近7天”“最近15天”“最近30天”或者自定义时间查看趋势图。

通过“取消关注人数”的数据就能了解每天有多少粉丝取消了对微信公众平台的关注，一旦发现这个取消关注的趋势图呈现增长的趋势，微信运营者就要格外注意了，要努力找出问题所在，然后尽可能避免这种趋势继续增长。

用户取消对微信公众平台关注的原因可能有很多种。下面笔者总结了几种用户取消关注的主要原因。

- (1) 对推送的消息不感兴趣。
- (2) 微信公众平台常常发布硬广。
- (3) 没有定期更新公众号文章动态。
- (4) 帮助投票，投完就取消关注。
- (5) 领取了优惠券，领完就取消关注。
- (6) 一些其他的客观原因。

通常来说，用户取消关注最大的原因是对推送的消息不感兴趣。如果取消对微信公众平台关注的人数一直在增加，那么微信平台运营者就要从以上几个方面查找原因了，然后才能对症下药。

3. 净增人数

看了“新增人数”和“取消关注人数”之后，可能微信运营者还是不知道每天净增了多少用户，这时就可以通过“净增人数”趋势图进行查看。如图1-16所示为“手机摄影构图大全”公众号“最近30天”的“净增人数”趋势图。



图 1-16 “净增人数” 趋势图

从图1-16可以看出，该平台在2017年12月12日至2018年1月10日之间，“净增人数”上下浮动较大，但总体的人数是增加的，说明该平台的用户一直维持着增长的趋势。

微信运营者在分析“净增人数”数据时，需要注意特殊的高点和特殊的低点，因为这些点往往预示着平台的一些问题。

净增人数也是检验企业推广效果很好的手段，假设企业在两个不同的时间点展开了不同内容的推广，那么就可以将这两个时间段的数据进行对比，从而判断不同的推广内容产生的效果有何不同。如图1-17所示为2017年12月12日至2018年1月10日和2017年11月12日至2017年12月11日之间的数据对比。



图 1-17 “净增人数” 的对比

4. 累积人数

在“累积人数”趋势图中，可以看到企业微信公众平台总人数的情况。如图1-18所示为“手机摄影构图大全”公众号“最近15天”的“累积人数”趋势图。



图 1-18 “累积人数”趋势图

从图1-18中可以看出，微信公众号“手机摄影构图大全”从2017年12月27日至2018年1月10日的“累积人数”呈现逐步上升的趋势，而且增长趋势相对比较平缓，没有出现大幅度的变化。

“累积人数”趋势图其实不仅仅展现了一定时期内的总体人数的增长情况，还可以在特殊时间段里，供微信运营者对数据进行深层次的分析。

例如，在企业开展营销活动期间，就可以查看活动前、活动前期、活动中期和活动后期这四个时间段的“累积人数”趋势图。通常来说，如果企业的活动做得好，在活动前期，用户累积数会大幅增加，到了中期，用户累积数会趋于平缓，等到了活动后期，用户数可能会出现小幅度的波动。

需要注意的是，如果在活动后期，用户累积数出现了大幅度的波动，例如突然大幅度下降，那么就说明活动策划可能存在某些问题，这是微信运营者和活动策划者需要重点注意的地方。

5. 详细数据

在微信公众平台“用户分析”页面的最下方有详细数据，如图1-19所示。

2017-12-27 至 2018-01-10 ▾				下载报告	🔍
时间	新增关注人数	取消关注人数	净增关注人数	累积关注人数	
2018-01-10	41	21	20	26905	
2018-01-09	69	17	52	26885	
2018-01-08	39	23	16	26833	
2018-01-07	84	22	62	26817	
2018-01-06	60	31	29	26755	
2018-01-05	50	17	33	26726	
2018-01-04	49	18	31	26693	
2018-01-03	43	21	22	26662	
2018-01-02	66	29	37	26640	

图 1-19 详细数据

1.4.3 分析后台用户属性

在微信后台的“用户分析”页面中，除了可以了解用户的增长数据之外，还能够了解用户的分布属性。下面以“手机摄影构图大全”微信公众号为例，主要从性别、语言、地域等三个方面进行介绍。

1. 用户性别比例分析

在经营微信公众号的过程中，如果微信管理者想要知道用户的性别属性，就可以在后台的“用户分析”页面中单击“用户属性”按钮，如图1-20所示。



图 1-20 单击“用户属性”按钮

进入“用户属性”页面，可以查看微信公众平台的性别分布图，如图1-21所示。

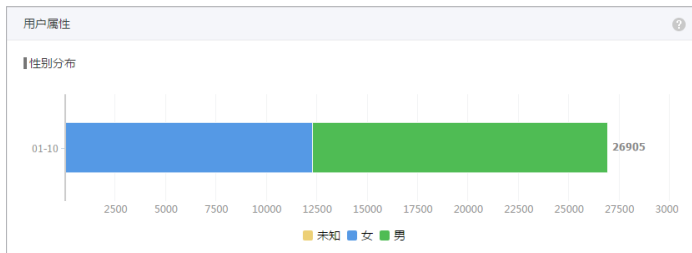


图 1-21 性别分布图

把鼠标指针放在分布图上，就能看到分布的数据，从图1-21中可以看出，“手机摄影构图大全”公众号的男性成员比例要大于女性成员比例，微信运营者要根据微信公众号的定位来判断这样的比例是否和微信公众号的目标用户群体相匹配。

2. 用户语言分布数据

如图1-22所示为“手机摄影构图大全”公众号的语言分布图。

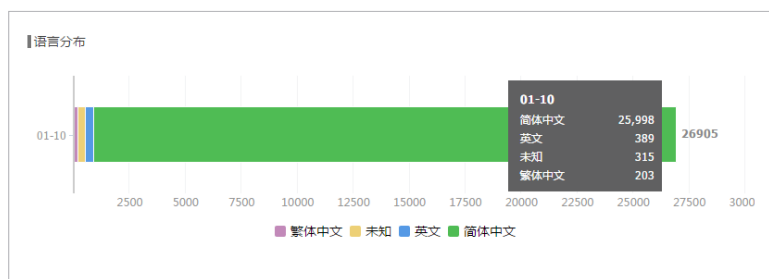


图 1-22 语言分布图

从图1-22中可以看出，在“手机摄影构图大全”公众号的粉丝群体中，使用简体中文的用户数量为25 998人，使用英文的用户数量为389人，使用繁体中文的用户数量为203人，还有使用未知语言的用户为315人。

3. 用户地域分布数据

2015年9月，微信公众平台对用户的地理位置数据进行了优化，给微信管理者带来了极大的便利，提供了各个省份和城市的分布情况。

省份分布图能够让微信管理者看到微信粉丝在各省的分布情况，在省份分布图的左侧是一张省份地图，将鼠标指针放在地图上，就会出现相应省份的名称和该省份的用户数量。省份分布图的下方是省份对应用户数的具体数据，单击“用户数”旁边的三角按钮可以将用户数据从高到低或者从低到高进行排序，让微信运营者能够更方便地了解用户的分布情况，如图1-23所示。



图 1-23 各省份对应用户数的具体数据

城市分布数据在省份分布数据的下方，微信管理者既可以查看全国的城市用户分布情况，也可以查看某个省的城市用户分布情况，单击“城市分布”旁边的下拉三角按钮，就会弹出可选的选项，如图1-24所示。



图 1-24 城市用户分布情况

1.4.4 分析用户兴趣指向

用户的兴趣分析就是指用户的需求分析，需求在哪里兴趣就在哪里，用户对于文章的偏好可以通过平台的热门文章来分析。

例如，分析“今日头条”平台的“手机摄影构图大全”公众号的热门文章。进入“今日头条”的“手机摄影构图大全”公众号页面，在右侧可以看到“近期最佳文章”的排行，从文章标题下方的阅读量可以看出用户的兴趣指向，用户越感兴趣的文章阅读量越高，如图1-25所示。



图 1-25 近期最佳文章排行

另外，在“简书”平台的“手机摄影构图大全”主页中，单击上方的“热门”标签，也可以查看该主页中所发布的热门文章列表，如图1-26所示。



图 1-26 查看热门文章列表

除了可以从热门文章观察文章的阅读数和点赞数来分析用户的需求外，还可以通过点赞率来分析。如图1-27所示为“手机摄影构图大全”微信公众号写的一些热门文章，可以通过查看文章点赞的次数来了解用户对文章的偏好。



图 1-27 查看微信公众号的文章点赞次数

专家提醒



运营者还可通过对微信公众号文章下方的评论留言，分析该文章是否符合用户的偏好。