

第 5 章

数 据 分 析

数据分析指的是使用适当的统计分析方法对程序系统收集起来的大量数据进行分析，提取有用信息和形成图形图像，最后对数据的信息和图形图像进行详细研究分析和概括总结的过程，最终帮助企业管理者做出正确的判断，提高企业成功概率。

在20世纪早期数据分析的数学基础就已经确立，但是数据分析实际操作是不可能的。直到21世纪各行各业的人都在使用计算机工作，使得数据分析实际操作成为可能，帮助企业发展。数据分析是数学与计算机科学相结合的产物。

案例一

曾经有个商人想做一个很赚钱的企业，于是调研各个行业。商人不看企业的财务报表，不看企业的人员架构，不看企业的加班度，而是看企业停车场的豪车。

商人发现某个大厦停车场价值1000万元以上的汽车有5%，价值100万～1000万元的汽车有50%，价值50万～100万元的汽车有40%，价值1万～50万元的汽车有5%。于是根据数据，再调查整个大厦都有什么企业，调研数据如下表所示。于是商人决定投资石油业和珠宝业，最后成功赚了很多钱。

行业	汽车价值/万元	占比/%
石油业、珠宝业	1000	5
石油业、珠宝业	100～1000	50
珠宝业	50～100	40
珠宝业、广告业	1～50	5

案例二

很多企业的数据分析仅仅分析表面的数据，如果不过滤掉一些没有用的数据，根本无法发挥数据分析的作用。

例如，一个电商企业有3个商品，第1个商品卖了90个，第2个商品卖了7个，第3个商品卖了3个。于是根据这样的数据分析，运营人员决定把第1个商品再采购1000个。但是采购第1个商品1000个后，后续没有卖出多少。

为什么呢？可能由于该商品已经饱和了，可能已经没优惠了，可能由于售后口碑不好，可能由于影响健康问题，可能由于数据不准确等。这说明数据分析需要通过加工、整理和分析。

总结

不同的场合，使用不同的数据分析方法，都需要将收集的数据通过加工、整理和分析，使其转化为可用信息。常见的转化方式有人为转化或系统自动转化。

人为转化指的是人使用软件工具，将获得的数据进行分析。这种方式效率较慢，数据多容易出错。

系统自动转化指的是人给出算法和逻辑，让系统自动分析数据库里的数据，最终将有用的数据形成图形图像和建议。这种方式效率较快，数据越多需要较长的运算时间，其效率取决于计算机的运算速度。

在统计学领域中，数据分析可以划分为描述性统计分析、探索性数据分析以及验证性数据分析。

描述性统计分析指在数据之中发现新的特征，将数据运用制表和分类、图形以及计算概括性数据来描述数据特征的各项活动。

探索性数据分析指为了形成值得假设的检验而对数据进行分析的一种方法。

验证性数据分析指已有假设的证实或证伪，人为验证实际操作能力。

5.1 电商系统数据表

电商系统数据表的概念

电商系统数据表指的是电商网站平台通过平台运营，自动生成系统数据表，实时显现

在后台管理页面。让企业管理者可见电商系统平台的运营数据。电商系统数据包括总会员数、总访问数、总订单数、总金额、成交数、订单数、今日注册、今日登录、今日订单、未处理订单、七日新增、七日活跃等数据内容。

适合范围

电商系统数据适合电商系统，CMS，OA系统，社交系统，博客系统，金融系统（银行、基金、证券），ERP进销存系统，CRM系统，协同管理系统，新闻系统，项目管理系统，Bug跟踪系统等。

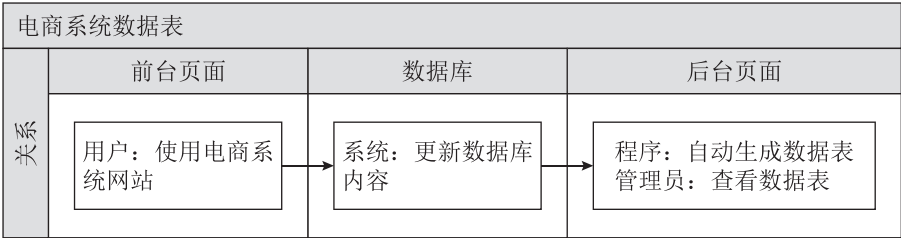
目的

企业的目的：便于电商系统的运营，有利于企业对商品进货、销售、存货的管理；减少库存的压力，使资金流动。

前台和后台的关系说明

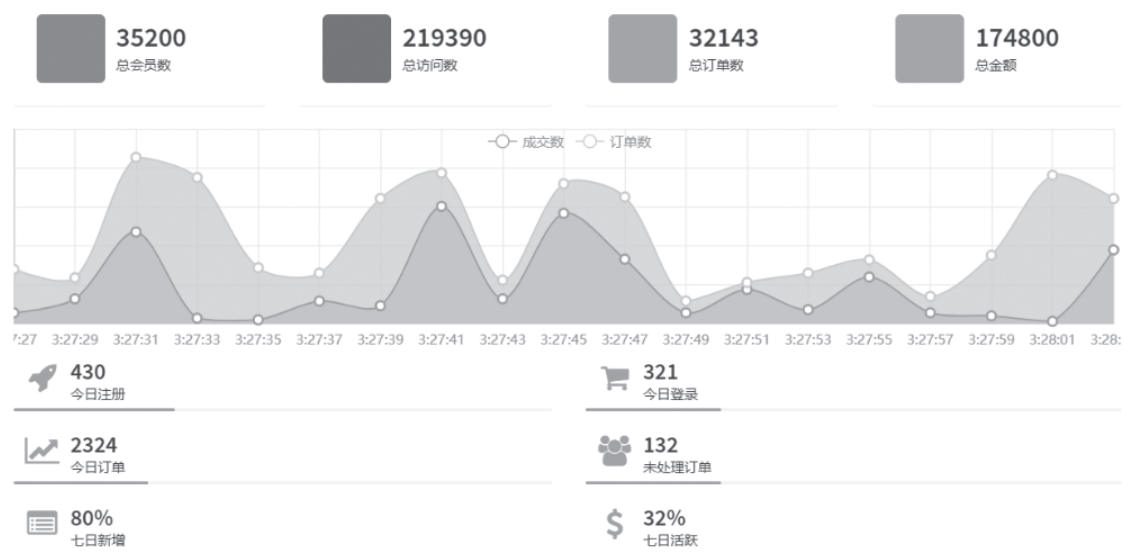
- （1）前台页面：用户使用电商系统网站。
- （2）数据库：系统更新数据库内容。
- （3）后台页面：程序自动生成数据表。管理员查看数据表。

下图展示了前台和后台的关系。



实例

电商系统数据表如下图所示。



说明

1. 从一个会员进入系统到完成购物商品，可以了解的数据包括总会员数、总访问数、总订单数、总金额、每个时间段的成交数和订单数、今日注册、今日登录、今日订单、未处理订单、七日新增、七日活跃等数据。

2. 运营与管理人员通过数据分析，可以安排人员采购、发货、更换新的服务器、轮流值班等。

3. 生成背景：互联网电商企业的运作，依赖电商系统。以往的电商系统没有这么完善，而且很简单，用户购买了什么商品，后台管理员查看到用户购买了什么商品，然后发货给用户，那么这交易就完成了。当运营管理人员需要知道这个月的销售量、注册量、订单量等数据，就要每个月由部门的负责人手动统计数据，这样就会导致企业运营效率低下。于是互联网电商企业为了促使电商的数据统计，完善了电商系统后台数据统计模块，用于统计整个电商交易的数据。这样能够实时统计，无须人员线下手动统计，既省时间又省人力，同时还可以准确计算数据。这些数据能够帮助电商平台运营得更好，确立更好的战术。

4. 生成方法和计算方法问答如下。

问：总会员数是如何生成的呢？

答：总会员数是递增的。例如目前有会员数35 200个，当新用户注册成功后，那么这个新注册的会员就是第35 201个。

注册页面示例如下图所示。注册成功就递增1个总会员数。

注册

E-mail
用于登录及找回密码，不会公开，请放心填写

用户名
填写4-16个字符，一个汉字为两个字符

密码
为了您的帐号安全，建议密码最少设置为6个字符以上

确认密码

手机号码 手机号码是我们联系您的最重要方式，并用于优惠券的短信通知

验证码 请输入下面验证码上的字母或数字



所在城市

☒ 订阅每日最新团购信息

问：总访问数是如何生成的呢？

答：访问数是递增的。

(1) 当输入www.rysos.com后，计1个访问数，访问数递增。

(2) 不同时间一直访问www.rysos.com，一天中一直没有退出过浏览器，也只算一个访问数。

(3) 当输入www.rysos.com后，关闭了浏览器，再输入www.rysos.com。访问数为2次。因为首次进来算第1次，关闭浏览器重新进来算第2次，所以访问数为2次。

(4) 不管用户是会员或非会员，都计算在总访问数里。例如，会员访问2次，非会员访问10次，那么总访问数就为12次。

问：总订单数是如何生成的呢？

答：我们都试过网上购物。购物时，通常用户的操作是先挑选要买的商品加入购物车，再提交订单，然后付款，最后收货。提交订单后，总订单数就递增1。

例如，

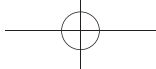
(1) 当用户提交订单后，还没有付款，总订单数就增加1。

(2) 当用户提交订单后，已经付款，总订单数就增加1。

(3) 当用户提交订单后，总订单数就增加1。但是用户没有付款，后续不想买了取消了订单，那么总订单数就减少1。相当于总订单数没有增加和减少。

问：总金额是如何生成的呢？

答：每个用户支付订单时，可见订单总额=商品总金额+快递费+包装费。当用户支付订单总额后，这个用户的订单总额计入后台的总金额。后台的总金额=所有用户已支付订单总额。



例如，用户A订单总额为170 000元，用户B订单总额为4800元，都已经支付成功了，那么后台的总金额为174 800元。

问：成交数和订单数有什么不同呢？

答：通常订单数 $\geq$ 成交数。因为购物时，通常用户的操作是先挑选要买的商品加入购物车，再提交订单，然后付款，最后收货。

(1) 用户提交了订单，订单数就增加1。用户付款后，成交数就增加1。

(2) 订单数=成交数：订单数为10，这10单的用户都已经付款了，那么成交数就为10。

(3) 订单数>成交数：订单数为10，这10单中有8个用户付款了，2个用户未付款，那么成交数就为8。

问：今日注册是如何生成的呢？

答：统计今日注册的用户数量。例如，今天是2018年10月1日，今天只要是在00:00 至24:00注册的都属于2018年10月1日的注册用户量。

问：今日登录是如何生成的呢？

答：统计今日登录的用户数量。例如，今天是2018年10月1日，今天只要是在00:00 至24:00登录的都属于2018年10月1日的登录用户量。

问：今日订单是如何生成的呢？

答：统计今日订单的数量。例如，今天是2018年10月1日，今天只要是在00:00 至24:00用户提交的订单，都计入今日订单数量。

问：今天的未处理订单是如何生成的呢？

答：今日订单中未发货的都属于未处理订单。在系统中，后台管理员一般输入正确的快递公司和快递号的为已处理的订单。例如，今天用户的订单为2324张，管理员已经录入系统并发货订单为2192张，那么未处理订单为132张。

问：七日新增是如何生成的呢？

答：上周的注册用户是20人，本周的注册用户是36人，本周比上周来说就新增了80%。

公式： $(36-20)/20 \times 100\% = 80\%$ 。

问：七日活跃是如何生成的呢？

答：注册用户有100个，最近七日只有32个注册用户登录和浏览网站，那么七日活跃为32%。

公式： $32/100 \times 100\% = 32\%$ 。

备注：每套系统的生成方法的逻辑都是不一样的，通常由运营人员或产品经理给出计算方法。开发人员需了解逻辑，懂得数据从何来、怎么计算和使用、怎么统计就可以规划实现出此电商系统数据表统计模块。

5. 图表中信息的意义如下。

电商数据表对企业分析和运营是有很大帮助的。数据不可能有假的，只有人造假数据。

依据真实的数据，管理层可以更快地做出明智的战略决策；推广人员能够知道推广前和推广后引来的用户量，能增加真实销量的渠道就多使用；采购人员能够了解到哪些畅销商品需求大，那么就再采购些货；运维人员能够知道目前服务器是否能够负载当前用户浏览量，随时变更服务器架构和优化数据库程序。

随着数据表的变化，电商企业的各类人员需要不断改进工作方法，这样才能保持为企业创造价值。

因此，不论是电商企业什么岗位的人员，都可以利用运营的数据，把工作做得更好。

5.2 用户使用的浏览器分析

用户使用的浏览器分析的概念

用户使用的浏览器分析指的是用户打开某款浏览器，输入网站地址后，该网站后台管理页面可以获取到用户使用哪款浏览器。网站可以通过用户使用的浏览器数据，进行分析。

适合范围

用户使用的浏览器分析适合电商系统，CMS，OA系统，社交系统，博客系统，金融系统（银行、基金、证券），ERP进销存系统，CRM系统，协同管理系统，新闻系统，项目管理系统，Bug跟踪系统等。

目的

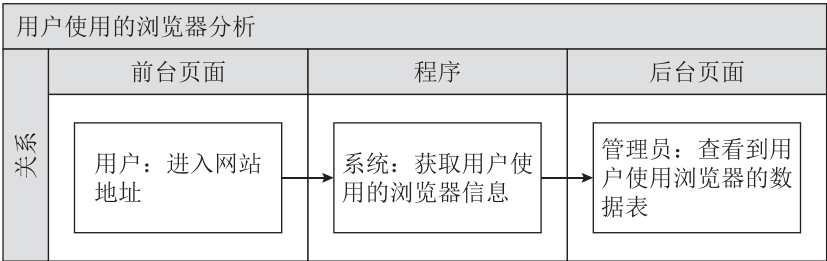
企业的目的：便于企业开发一套网站系统，兼容用户最常用的几款浏览器。

前台和后台的关系说明

- （1）前台页面：用户进入网站地址。
- （2）程序：系统获取用户使用的浏览器信息（数据库记录数据）。
- （3）后台页面：管理员查看到用户使用浏览器的数据表。

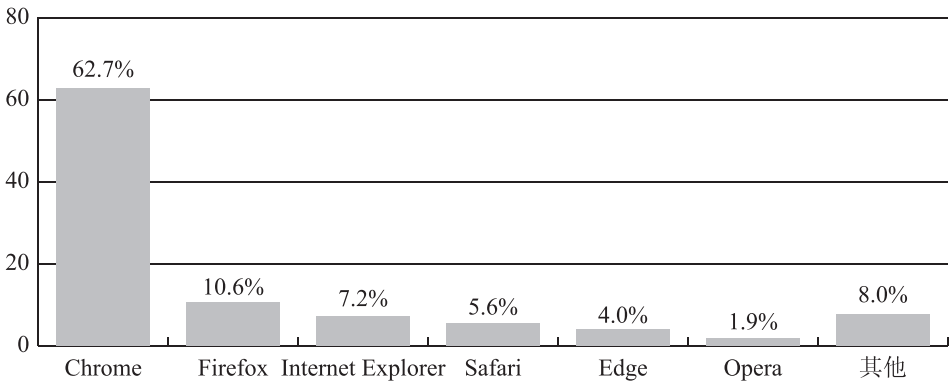


下图展示了前台和后台的关系。



实例

用户使用的浏览器分析后台页面如下图所示。



说明

1. 用户进入系统后，系统可以抓取到用户使用的浏览器。
2. 可以详细地知道多少人使用什么浏览器，使用占比多少。
3. 网站系统支持所有的浏览器和样式不错位是不可能的，所以支持最多用户使用的浏览器是必要的。通过平台运营一段时间后，就可精准地获取数据信息。
4. 生成背景：每个网站系统的客户端的开发语言都不一样，可能是用ASP、ASP.NET、PHP、JSP等语言开发。假如客户端采用PHP开发，并且程序与前端是分离开的，那么就会有二个文件：一个文件是PHP的程序文件；另一个文件是界面文件（界面文件通常是HTML+CSS）。

用户经常使用各种浏览器浏览网站，用不同浏览器浏览同样的网站时，可能有些浏览器浏览会错位，有些浏览器浏览则正确。那么就可以调整界面文件，即HTML+CSS前端程

序文件。但是并不是调整HTML+CSS前端程序文件就可以修复所有浏览器错位问题。所以记录用户登录使用的浏览器分析能够帮助企业，使得前端程序必须兼容用户最常用的几款浏览器。

目前常用的浏览器有Chrome、Firefox、Internet Explorer、Safari、Edge、Opera等。

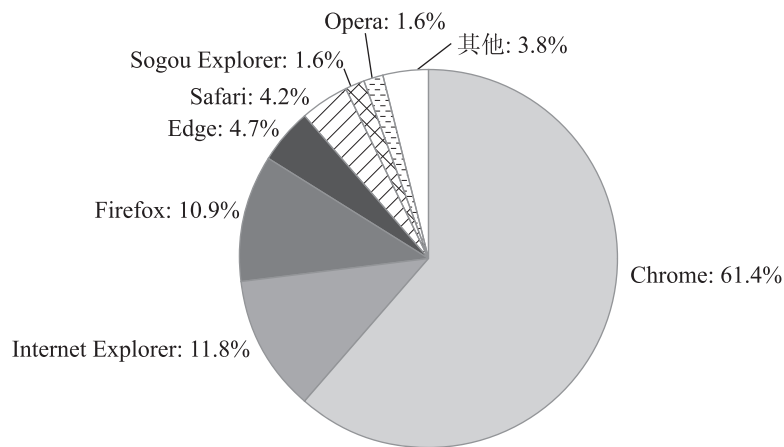
5. 生成方法和计算方法。

问：浏览器占比数据是如何产生的？

答：例如有1000个用户使用不同的浏览器登录某一网站，其中614个用户使用Chrome浏览器，118个用户使用Internet Explorer浏览器，109个用户使用Firefox浏览器，47个用户使用Edge浏览器，42个用户使用Safari浏览器，16个用户使用Sogou Explorer浏览器，16个用户使用Opera浏览器，38个用户使用其他浏览器。那么后台则记录浏览器的占比，如：61.4%、11.8%、10.9%、4.7%、4.2%、1.6%、1.6%、3.8%。

公式：使用某款浏览器的用户/使用浏览器浏览的所有用户 × 100%。

如：614/1000 × 100%=61.4%。



问：可以按日、按周、按月、按年统计用户使用浏览器占比数据吗？

答：可以。按日，则统计当天00:00至24:00的数据即可，然后系统后台生成日数据。

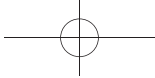
按周，则统计周一至周日的数据即可，然后系统后台生成周数据。

按月，则统计每月1号至每月最后1天的数据即可，然后系统后台生成月数据。

按年，则统计每年1月1号至12月最后1天的数据即可，然后系统后台生成年数据。

6. 图表中信息的意义如下。

浏览器分析数据能提高用户体验，当用户使用Chrome、Firefox、Internet Explorer、Safari浏览器都能完美兼容，那么对用户来说很有意义的。



如果老板使用其他浏览器占比1%，用户使用Chrome浏览器占比99%，调整界面程序HTML+CSS也无法兼容。那么就可以用浏览器分析数据说服你的老板，使老板转变常用的浏览器。

5.3 男女用户的身高和体重分析

男女用户的身高和体重分析的概念

男女用户的身高和体重分析指的是按照网站平台男女用户的身高和体重为数据，系统自动形成图形图像的数据表，供管理员分析。

适合范围

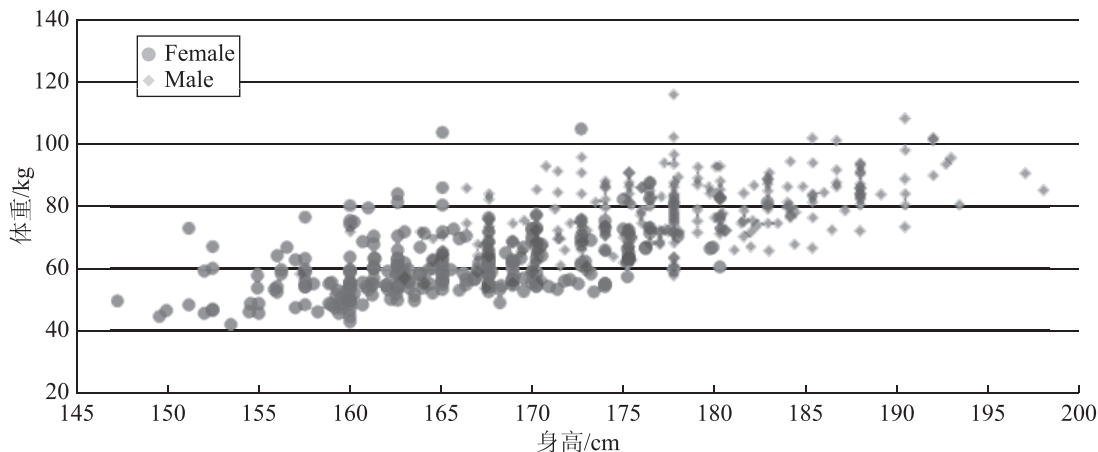
男女用户的身高和体重分析适合电商系统，CMS，OA系统，社交系统，博客系统，金融系统（银行、基金、证券），ERP进销存系统，CRM系统，协同管理系统，新闻系统，项目管理系统，Bug跟踪系统等。

目的

企业的目的：了解网站系统的用户身高和体重，便于采购。例如，电商平台的用户都是170cm、60kg的男生和女生，那么企业采购M码就可以很容易地完成销售目标。

实例

男女用户的身高和体重图如下图所示。



说明

1. 用户注册完成后, 用户可以填写基本资料: 身高和体重。

2. 用户填写了身高和体重信息后, 系统后台可以实时了解。

3. 从上图可见, 女生身高在160~170cm较多, 男生身高在170~180cm较多。如果是电商服装企业, 那么时就会把女生160~170cm和男生在170~180cm的码数的服装进多点, 减少其他身高的码数。

4. 生成背景: 做服装的电商企业, 它们的货物就是服装, 服装有S、M、L等的码数, 有了会员的身高和体重的数据, 那么采购就可以更加精准了。这样可以节省采购成本, 采购的货源也会卖得很快, 使企业资金流转得更快。可见男女用户的身高和体重分析, 能为服装企业带来一定的价值。

5. 生成方法和计算方法如下。

问: 身高和体重数据如何生成的呢?

答: 目前了解到的生成方式会有两种。第一种是注册会员后, 由用户完善资料, 用户自己填写的身高的体重数据; 第2种是根据用户购买服装的码数, 系统按逻辑规则判断用户的身高和体重。

问: 系统按逻辑规则如何判断用户的身高和体重呢?

答: 正常情况下, 例如一件男服装M码, 适合身高165~170cm、体重55~65kg的男生穿。如果你在电商网站系统购买服装, 买M码。那么后台系统数据图会生成一个圆点将你归类在身高165~170cm、体重55~65kg的男生。

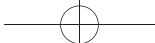
非正常情况下, 例如一件男服装M码, 适合身高165~170cm、体重55~65kg的男生穿。一件女服装M码, 适合身高160~165cm、体重45~55kg的女生穿。一个用户突然买了一件男装M码和一件女装M码。那么系统判断不了账号所属人的身高和体重, 系统数据图会按用户购物的衣服码数区分, 生成两个圆点将你归类在身高165~170cm、体重55~65kg的男生和身高160~165cm、体重45~55kg的女生。相当于购买多少件衣服, 就生成多少个圆点。

6. 图表中信息的意义如下。

从图中所示, 该服装类电商系统可见女生在160~170cm的用户较多, 男生在170~180cm的用户较多。

如果女生的S码适合150~160cm, M码适合160~170cm, L码适合170~180cm。根据系统后台的数据图, 采购人员需采购10件衣服, 那么可以S码采购2件, M码采购7件, L码采购1件。

这样采购有什么优势呢? 由于自己的平台160~170cm的购买者较多, 这样采购便于采购的货快速地卖光, 再采购新货, 使得资金流转更快, 企业能够减少库存压力。



5.4 统计报表

统计报表的概念

统计报表指的是用户购买商品后，系统后台可以按国家或地区统计出用户的订单数量和销售额。

适合范围

统计报表适合电商系统，CMS，OA系统，社交系统，博客系统，金融系统（银行、基金、证券），ERP进销存系统，CRM系统，协同管理系统，新闻系统，项目管理系统，Bug跟踪系统等。

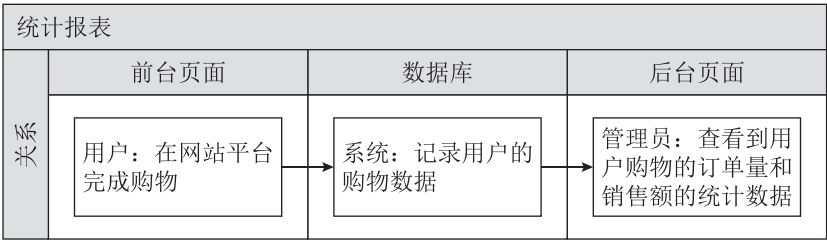
目的

企业的目的：获取销售量较好的国家或地区信息，企业可以有针对性地推广，以达到销售目标。

前台和后台的关系说明

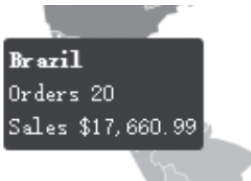
- （1）前台页面：用户在网站平台完成购物。
- （2）程序：系统记录用户的购物数据。
- （3）后台页面：管理员查看到用户购物的订单量和销售额的统计数据。

下图展示了前台和后台的关系。



实例

全国订单和销售价统计报表如下图所示。



说明

- 1. 通过统计报表可以查看某地区的订单数和销售额。
- 2. 根据用户提交订单填写的收货地址，可以按地区统计。
- 3. 有些电商企业是做全球性销售的，通过后台的地图，管理员的鼠标经过每一个国家，显示该国家在该网站购买的订单数量和销售额。
- 4. 如何判断购物用户属于哪个国家的呢？常见的判断方法有根据邮寄的地址为准、根据IP地址为准、根据GPS定位为准。作者认为根据邮寄地址为准是最准确的。因为用户通过代理IP或IP地址库错误，就会导致统计错误。根据GPS定位，如果用户是一个代购者，帮助全世界的用户代购商品，并由商家直接寄到全球各位用户手中，那么会导致统计错误。根据邮寄地址为准，那么哪个国家的用户接收货物，这条订单记录就统计进哪个国家是最好的。
- 5. 生成背景：目前，很多电商企业都不仅仅是做自己国家、自己城市的生意，而是做全球的生意。通过电子商务即可为企业实现全球生意的梦。为了能够统计用户在电商系统购买的订单和金额的数据，用户填写收货地址时，国家、省份、城市需要用户选择，而不是要用户输入。因为用户输入，系统是很难统计数据是属于哪个国家、省份、城市的。目前很多中大型电商企业，收货地址的国家、省份、城市都是需要用户选择的，如下图所示。

添加新地址

* 收件人:

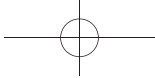
* 收货地址: 请确认您的收货地址

* 详细地址:

* 手机号码: 或

地址标签:

可见收货地址的省份需要用户选择，那么系统后台的数据统计就可以统计到每个省的订单数量和销售额。



统计到数据，以便企业线下和线下结合运营，拓展业务时，可以按照销量较高的城市优先拓展。

6. 生成方法和计算方法如下。

问：订单数量和销售额是如何生成的呢？

答：订单数量指用户从提交订单到付款，用户付款1次，为1个订单，企业发1次快递。用户付款3次，为3个订单，企业发3次快递。

销售额指用户付款的总和。用户付款2次，第1次付款100元，第2次付款80元，那么销售额为180元。

问：系统统计某个城市的订单数量和销售额必须选择吗？

答：通常来说必须选择。例如，用户输入地址“广东省深圳市南山区××大厦××室”。虽然输入的内容有广东省，但是系统很难统计到广东省的数据。如果用户选择“广东省”，那么数据就能够很容易统计到广东省的订单数量和销售额数据。

7. 图表中信息的意义如下。

订单数量和销售额数据表对企业运营有很大帮助。企业的一级城市代理商一个月订单数量只有20个，销售额仅有17 660.99元。四级城市代理商一个月订单数量有1000个，销售额100万元。连四级城市的代理商做得都比一级城市的代理商好，这样就不合适了，企业可以做出调整，撤销一级城市代理资格，或者增加规则——一级城市代理商需要每月销售额200万元，二级城市代理商需要每月销售额100万元，三级城市代理商需要每月销售额80万元，四级城市代理商需要每月销售额50万元，每月业务不达标就取消代理资格。

可见利用订单销量和销售额的数据，可以帮助企业提升和拓展业务，提高业绩。

5.5 全年的商品销量

全年的商品销量的概念

全年的商品销量指的是某个商品全年12个月的销售量。

适合范围

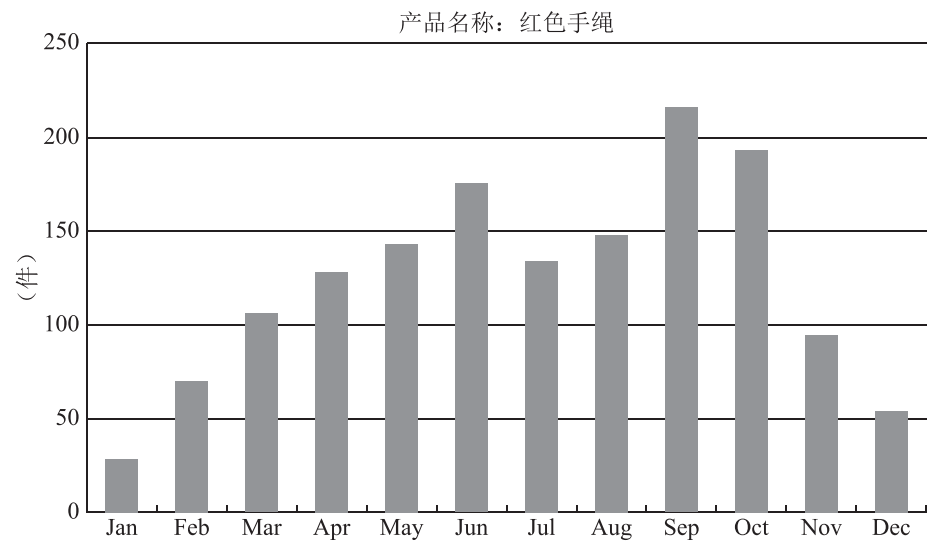
全年的商品销量适合电商系统，CMS，OA系统，社交系统，博客系统，金融系统（银行、基金、证券），ERP进销存系统，CRM系统，协同管理系统，新闻系统，项目管理系统，Bug跟踪系统等。

目的

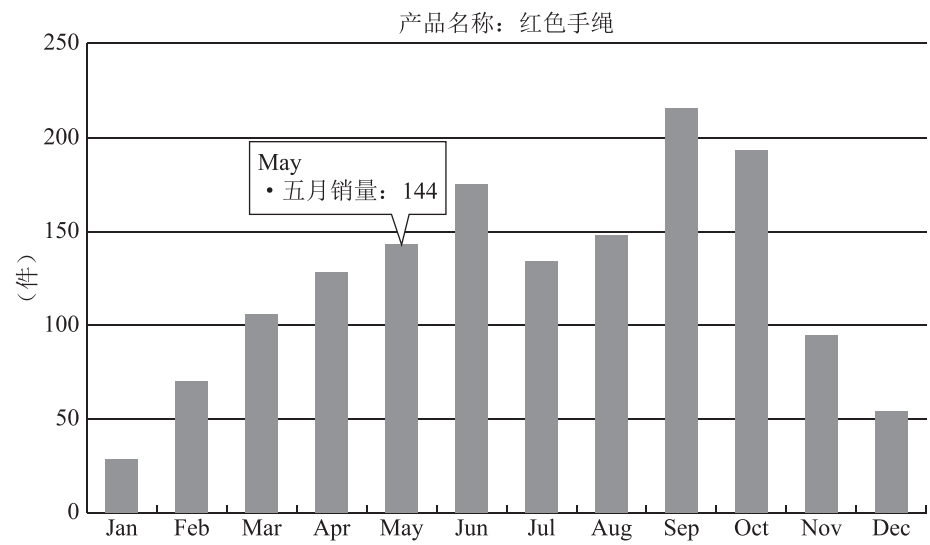
企业的目的：了解商品的销售量，根据商品的销售量判断商品的生命周期，便于根据销售量推广商品，提升公司业绩。例如，企业刚刚代理一款商品，在不推广的情况下可以销售100件，推广后销售了10000件。

实例

产品每月销量如下图所示。



下图为鼠标经过的效果图。



说明

1. 用户付款后，系统记录每月的销量。
2. 本例为“红色手绳”商品的按月查询的全年销量。
3. 9月和10月销量最高，那么在这段时间去推广、投放广告，业绩可能就翻倍。但如果在销量最低的1月和12月去推广，就可能浪费大量的广告费，也增加不了多少业绩。

5.6 每天的外卖销量

每天的外卖销量的概念

每天的外卖销量指的是用户每天早餐、午餐、晚餐在商家消费，商家根据实际销售的数据形成可视化数据报表。

适合范围

每天的外卖销量适合电商系统，CMS，OA系统，社交系统，博客系统，金融系统（银行、基金、证券），ERP进销存系统，CRM系统，协同管理系统，新闻系统，项目管理系统，Bug跟踪系统等。

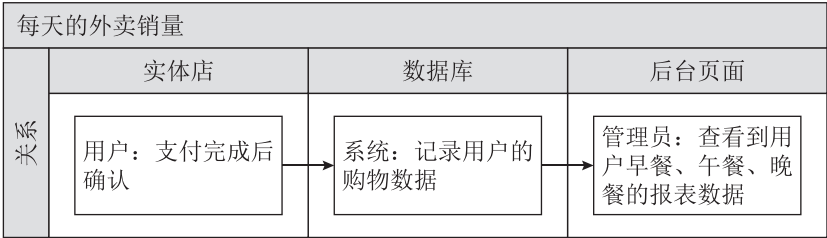
目的

企业的目的：针对用户用餐的习性采购食物，防范食物卖不完造成的损失，也为了每天都能采购到新鲜的材料。

前台和后台的关系说明

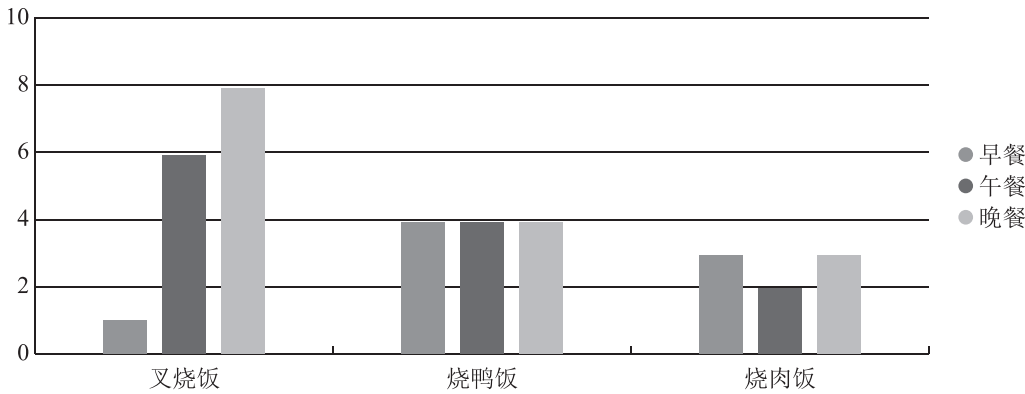
- （1）实体店：用户支付完成后确认。
- （2）数据库：系统记录用户的购物数据。
- （3）后台页面：管理员查看到用户早餐、午餐、晚餐的报表数据。

下图展示了前台和后台的关系。

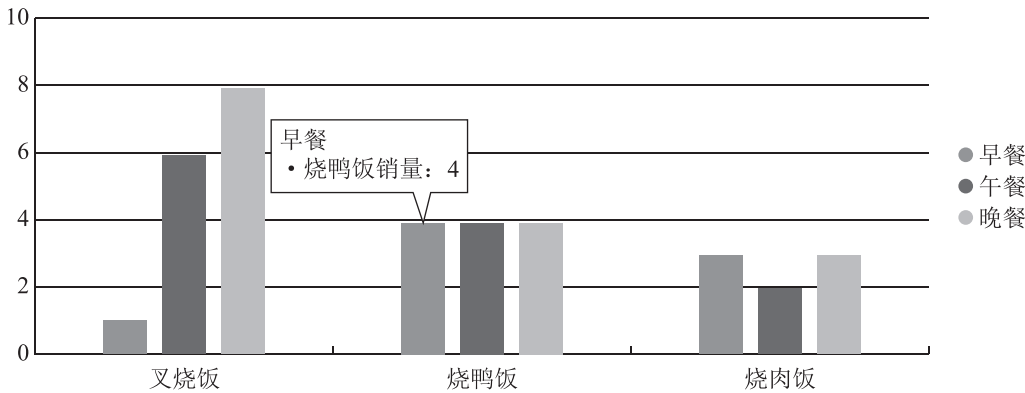


实例

每天的外卖销量图如下图所示。

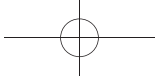


下图为鼠标经过的效果。



说明

1. 点餐系统：一个用户点餐后，销量会增加1。如果再细化，按时间段区分，6~10点



为早餐，11~14点为午餐，18~22点为晚餐，那么就很容易统计出早餐、午餐、晚餐各种饭的销量。

2. 每天都可以统计出前一天的数据，那么实际销售各种饭和时段就有了数据依据。有了这些数据，采购人员可以按照这些数据，采购各种材料，而且可以减少每天剩余的材料，使用户每天都可以吃到更新鲜的饭菜。

5.7 汽车速度表

汽车速度表的概念

汽车速度表指的是用户开汽车时，汽车里的系统程序实时显示当前汽车的速度。

适合范围

汽车速度表适合电商系统，CMS，OA系统，社交系统，博客系统，金融系统（银行、基金、证券），ERP进销存系统，CRM系统，协同管理系统，新闻系统，项目管理系统，Bug跟踪系统等。

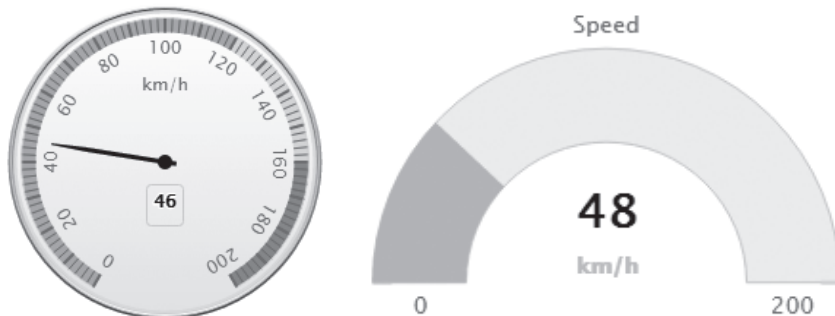
目的

企业的目的：让用户知道自己开汽车的当前速度，是否速度过快或者速度过慢。

个人的目的：根据汽车的实际速度和道路要求的速度，司机可以自行调整汽车速度。

实例

汽车速度表如下图所示。



说明

- 1. 用户一开车，汽车速度表就显示车的速度；用户开车时看到路面有限速，再看下自己已超速，那么就可以减速。
- 2. 如果想做得再优秀点，那么用户超速时系统可以通过声音通知用户减速。

5.8 来源网站统计

来源网站统计的概念

来源网站统计指的是用户直接输入网站地址或者用户在其他网站单击网站地址进入网站，系统记录并统计的过程。

适合范围

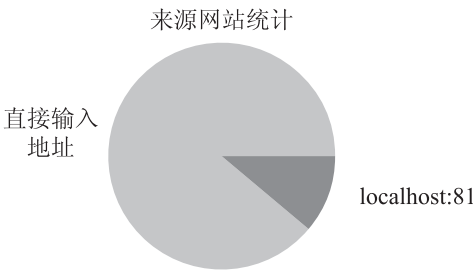
来源网站统计适合电商系统，CMS，OA系统，社交系统，博客系统，金融系统（银行、基金、证券），ERP进销存系统，CRM系统，协同管理系统，新闻系统，项目管理系统，Bug跟踪系统等。

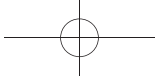
目的

企业的目的：促使网站系统更加安全，推广更加有效。例如，记录用户的来源网站，企业可以加大在来源网站进行推广。

实例

来源网站统计分析图如下图所示。





说明

1. 系统能够统计来源的网站。用户可能是直接输入网站地址进入的，也可能是单击其他网站地址跳转来进入的。
2. 统计来源网站，企业可以精准地分析已投放广告的效果。