

项目 1 新媒体数据分析概述



随着以数字化和移动网络为主体的新媒体时代的到来，媒体内容的生产方式和信息传播的方式都产生了巨大的革新。在新媒体时代，数据和媒体越来越多地融合在一起，数据分析技术已经渗透到了新媒体的各个领域。本项目将介绍新媒体数据分析的概念和价值、新媒体数据分析的步骤，以及新媒体数据分析人员的基本要求。



任务 1.1 认识新媒体数据分析

在新媒体时代，数据分析具有非常重要的作用和意义。运用新媒体数据分析手段进行内容生产，促进信息传播，已然成为新媒体运营的常态。

子任务 1.1.1 什么是新媒体数据分析



图 1-1 数据分析

新媒体数据分析就是利用各种数据统计分析方法，对新媒体平台上产生的大量数据进行收集、整理、分析和挖掘，从中提炼有用的信息并加以研究和总结的过程。简单来说，数据分析就是将数据转化为有用信息的过程，如图 1-1 所示。

新媒体数据包括用户行为数据（如浏览量、点赞数、评论数等）、内容数据（如文章、视频、图片等），以及社交媒体数据（如社交网络上的用户关系、传播路径等）等。

新媒体数据分析的目的是通过对这些数据进行深入的研究，获取对企业和机构运营和决策具有价值的信息。这些信息包括用户画像、用户兴趣和需求、内容热度、传播效果分析等。借助新媒体数据分析，企业和机构可以更好地了解用户行为和反馈，优化内容和策略，提升用户参与度和留存率，同时也可以通过分析竞争对手的数据来评估自身在市场上的竞争力。

新媒体数据分析主要依赖于数据分析工具和技术，如数据挖掘、机器学习、人工智能等。通过对大数据进行统计和模型分析，可以发现不同数据之间的关联性和规律性，并根据这些规律对运营决策进行调整和优化。

子任务 1.1.2 新媒体数据分析的价值

随着新媒体行业竞争的加剧，精细化运营势在必行。不少新媒体运营人员逐渐从过去靠感觉、凭经验运营，转向由数据驱动运营决策，通过数据来指导运营工作。总体来说，新媒体数据分析包含以下四大价值，如图 1-2 所示。

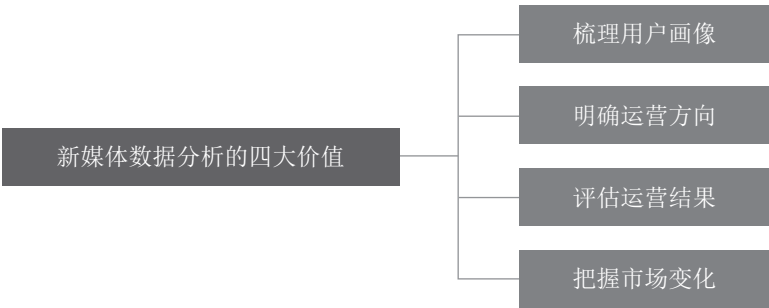


图 1-2 新媒体数据分析的四大价值

1. 梳理用户画像

用户画像是指通过对用户行为数据进行挖掘和分析，得出的关于用户属性特征的信息。用户画像包括用户的基本信息（如性别、年龄、地域等）、兴趣爱好、消费习惯、行为习惯等方面的信息。

通过对用户在平台上的浏览、点赞、评论等行为数据的分析，从而得出用户的兴趣爱好和行为习惯。同时，也可以通过用户注册信息、购买行为等数据，从而得到用户的基本信息和消费习惯。

用户画像的作用很多。首先，用户画像可以帮助企业和机构进行精准的目标用户定位。企业可以根据用户画像优化产品和服务，从而提高用户的满意度和参与度。其次，用户画像可以帮助企业和机构进行精准的广告投放。基于对用户画像的了解，企业可以将广告投放给潜在用户，进而提高广告的转化率。最后，用户画像还可以帮助企业 and 机构进行市场和竞争对手分析，了解用户群体和市场趋势，制定更有效的营销策略。

用户画像的建立需要借助数据分析工具和技术，如数据挖掘、机器学习等。通过对海量的用户数据进行整理、分析和挖掘，得出用户的属性特征信息。同时，用户画像也需要不断地更新和优化，随着用户行为和需求的变化，还需要不断地对用户进行画像重新建立。

新媒体运营工作围绕用户展开，明确用户画像非常重要。某微信公众号的用户性别分布如图 1-3 所示。从图 1-3 中可以看到关注该公众号的男性用户要略高于女性用户，那么该公众号发布的内容就应该更侧重于与男性用户相关的话题，如金融、科技、游戏等。

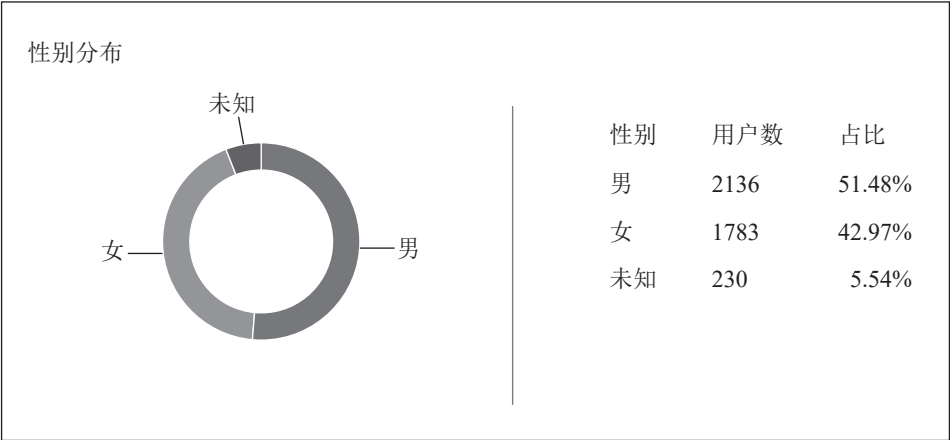


图 1-3 某微信公众号的用户性别分布

2. 明确运营方向

企业的运营方向是通过对用户需求和企业自身优势的综合分析得出的。对于用户需求，企业可以通过分析后台用户反馈数据得到，如粉丝量、评论量、点赞量等；对于企业自身优势，企业可以从自己过去发布内容的反馈数据中得到，如发布哪个主题的内容更受欢迎。



例如，某企业对其运营的几个新媒体账号的粉丝量进行统计，如图 1-4 所示。根据统计结果，该企业抖音账号的粉丝量最多，故该企业应当将内容运营的重心放在抖音平台。

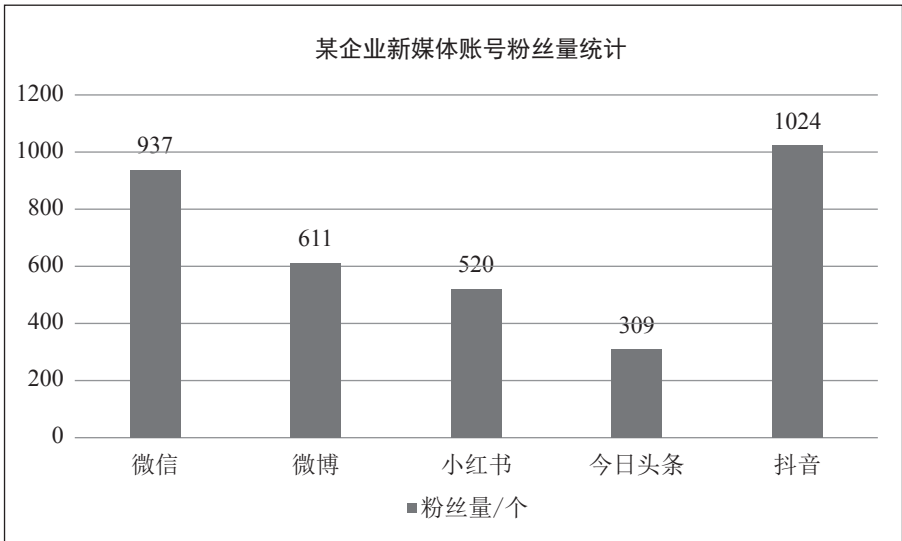


图 1-4 某企业新媒体账号粉丝量统计

明确企业运营方向的步骤及其具体方法如下。

- (1) 数据收集和整理。收集并整理用户的反馈数据，包括粉丝量、评论量、点赞量等。同时，对过去发布的内容进行回顾和分析，了解哪些话题或内容更受欢迎，可以帮助企业了解用户的兴趣和需求。
- (2) 数据挖掘和分析。通过数据分析工具和技术，对收集到的数据进行深入挖掘和分析。可以通过统计分析、情感分析、主题分析等方法来获取更多的信息。
- (3) 用户调研和反馈收集。除了分析后台数据，还可以主动进行用户调研，通过问卷调查、访谈等方式了解用户的需求和反馈。
- (4) 竞争对手分析。关注竞争对手的运营方向，从中找出各自的劣势和优势。
- (5) 总结和归纳。通过分析数据和调研结果，总结用户的需求和偏好，并结合企业自身的优势，找到与市场 and 用户之间的契合点。
- (6) 制定运营策略。根据以上分析结果，明确运营方向，制定运营策略。这包括确定发布内容的主题、格式、频率，以及与用户互动的方式等。

在制定运营策略的过程中，需要不断地观察、分析和总结，根据用户的实际反馈情况调整和优化运营策略。同时也要保持敏锐的市场感知，密切关注行业趋势和竞争对手的动向，及时调整运营方向，以保持市场竞争力和市场关注度。

3. 评估运营结果

评估运营结果是确保新媒体运营工作持续改进和成功的重要环节。通过数据分析可以及时发现新媒体运营工作中遇到的各种问题，为制定下一步运营方案提供参考依据。

例如，某企业新媒体部门在策划新产品线上推广方案时，计划在微信、微博、抖音 3

个平台推广新产品。推广方案实施一个月后，数据分析人员对 3 个平台的推广费用和销售数量进行了统计，如表 1-1 所示。从表 1-1 可以看到，微信和微博两个推广平台的推广费用虽然比抖音平台的推广费用低，但它们新产品的销售数量也远远低于抖音平台。因此，在后期新产品的推广运营上，企业应适当减少微信和微博两个推广平台的推广力度，并加大抖音平台的推广力度。

表 1-1 新产品线上运营数据统计

推广平台	推广费用 / 元	销售数量 / 件
微信	1000	172
微博	600	91
抖音	1200	680

【提示】在评估运营结果时，除要关注收益情况和数据进展外，还要结合成本投入，考虑企业的投入产出比（ROI）。

评估运营结果的具体方法和步骤如下。

（1）设定关键指标（KPI）。在开始运营前，制定明确的关键指标，用于衡量运营结果的成功与否。这些指标应该与企业的目标和运营策略相对应，如点击率、转化率、用户留存率等。

（2）数据收集和整理。收集和整理与关键指标相关的数据，包括访问量、页面浏览量、用户行为数据、广告投放效果等。

（3）数据分析和比较。通过统计分析和对比，对收集到的数据进行深入分析。关注数据的趋势、变化和差异，找出问题和改进的空间。

（4）探索原因和因果关系。通过数据分析和对比，找出运营结果的原因和因果关系。比如，某个活动的转化率低，可以通过分析用户行为数据和活动设计等方面找出原因，并据此调整运营策略。

（5）用户调研和反馈收集。除了数据分析，还要主动进行用户调研和反馈收集，了解用户满意度、需求变化等因素。可以通过问卷调查、用户访谈等方式获取用户意见和反馈。

（6）总结和反馈。将数据分析和用户反馈整合，总结运营结果的优点和改进的方向。及时向相关人员和团队反馈，以便做出相应的调整和改进。

（7）持续改进。根据评估的结果，制定计划并执行相应的改进措施。同时持续关注和监测运营结果，及时调整和优化运营策略，确保运营效果持续提升。

评估运营效果是一个循环的过程，需要与运营策略和目标的调整相结合。通过持续的数据分析和用户反馈，不断改进和优化运营策略，提升运营效果。

4. 把握市场变化

通过大数据分析把握市场变化，企业可以更准确地预测市场走向，及时调整营销策略，提前把握商机，以保持竞争优势。



大数据可以帮助企业研究关键词关注趋势。通过分析搜索引擎中用户对于特定关键词的搜索频率和变化趋势，企业可以了解市场对于某个产品或服务的关注程度，从而判断市场需求的变化。例如，某款手机品牌在某段时间内搜索量呈上升趋势，表明市场对该品牌的关注度增加，企业可以及时推出相关产品或调整营销策略，满足用户需求。

通过百度指数查询“短视频”这一关键词的搜索趋势，以判断短视频行业当前的社会热度，从而做好企业短视频运营的相关规划，如图 1-5 所示。

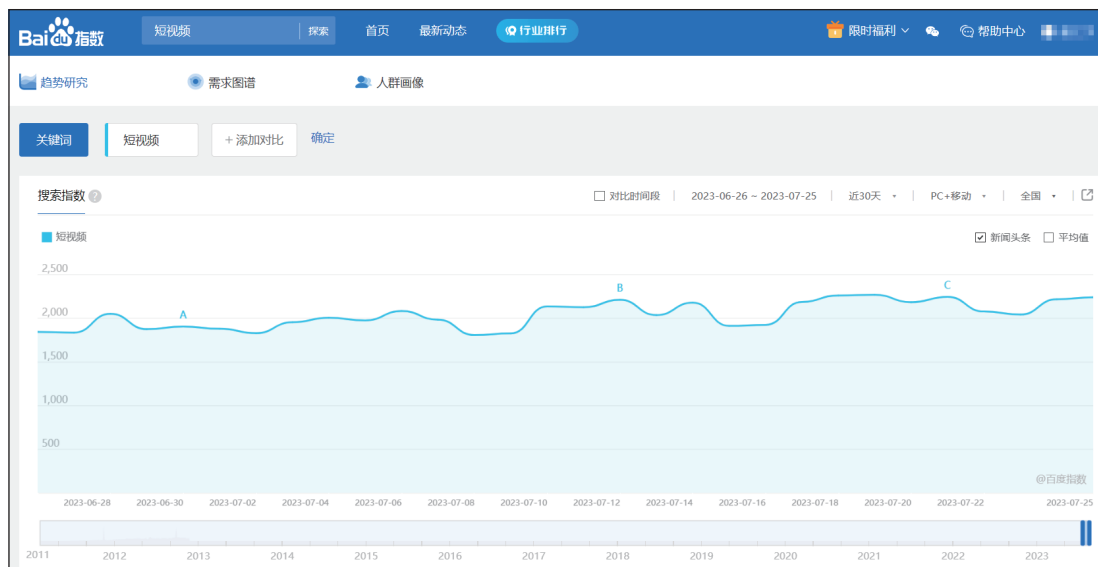


图 1-5 百度指数的“搜索指数”板块

大数据也可以洞察用户需求变化。通过分析用户在社交媒体、电子商务平台等渠道的行为数据，企业可以了解用户对产品或服务的反馈和意见，从而洞察用户需求的变化。例如，用户在社交媒体上频繁提及某个功能或特性，说明用户对该功能有较高的需求，企业可以据此开发相应的产品或服务。

大数据还可以监测竞争对手的动态。通过分析竞争对手的行为数据，如市场活动、产品推出等，企业可以了解竞争对手的策略和动向。例如，竞争对手在某段时间内频繁推出新产品，企业可以据此判断竞争对手的发展重点，灵活调整自己的产品开发和市场推广计划。

综上所述，通过进行大数据分析，企业可以把握市场变化，研究关键词从而关注趋势、洞察用户需求变化，从行业视角分析市场特点，以及监测竞争对手动态，从而更好地应对市场挑战，保持竞争优势。

任务 1.2 新媒体数据分析的步骤

数据分析是在明确分析目的的前提下，对数据进行收集、整理、加工和分析等一系列操作，并提炼有用信息的一个过程。新媒体数据分析一共包括 5 个步骤，如图 1-6 所示。



图 1-6 新媒体数据分析的步骤

子任务 1.2.1 明确目的

进行数据分析必须要有明确的分析目的。数据分析人员首先要考虑的就是做数据分析的目的是什么？要达到什么样的效果？需要解决什么业务问题？只有在明确分析目的的前提下，数据分析人员才能找准分析的方向，也才能知道接下来要收集哪些数据。如果分析目的都不明确，数据分析就会失去方向和意义，最终也达不到想要的结果，成为无效的分析。

明确分析目的的思路很简单：数据分析人员需要先根据数据分析的需求，提炼出需要解决的具体问题，然后找到问题的关键点，再来确定新媒体数据分析的目的。

例如，某新媒体企业当前的数据分析需求是“提升企业抖音账号的粉丝数量”；根据这一需求可以提炼出需要解决的具体问题是“企业抖音账号的粉丝数量增长缓慢”；进一步分析后可以发现，出现这个问题的根本原因在于“抖音账号发布的内容不能很好地吸引用户持续关注”。因此，接下来数据分析人员就可以将“找到抖音账号内容创作和发布过程中的不足之处”设定为此次数据分析的目的。

具体来说，明确分析目的可以包括但不限于以下几方面。

（1）对用户行为的理解。通过分析用户在新媒体平台上的行为数据，如点击率、停留时间、转化率等，可以了解用户对内容的偏好和互动方式，从而优化内容和策略，提供更有针对性的内容，增加用户黏性和活跃度。

（2）追踪品牌表现。通过分析新媒体上关于品牌的讨论和评价数据，可以了解用户对品牌的态度和感受，以及品牌在竞争环境中的表现。这有助于品牌管理者调整品牌形象和营销策略，提升品牌认知度和好感度。

（3）分析竞争对手。通过分析竞争对手在新媒体上的活动和用户反馈，可以了解竞争对手的优势和弱点，挖掘竞争对手的营销策略和用户需求的变化。这可以为企业制定更有效的竞争策略提供参考。

（4）探索潜在商机。通过挖掘用户在新媒体中的需求和痛点，可以找到一些未被满足的市场需求，从而发现潜在商机。同时，对用户行为和用户关注的关键词进行趋势分析，有助于预测市场发展方向，及时调整产品或服务策略。

子任务 1.2.2 采集数据

在明确分析目的之后，数据分析人员需要根据分析目的有针对性地收集、整理相关数据，也就是采集数据、挖掘数据。

明确数据分析所需要的数据后，数据分析人员就可以正式开始采集数据。需要注意的是，在数据采集过程中，数据分析人员还需要确保数据的准确性和合法性。保护用户隐私



是关键，需要遵循相关的法律法规和隐私政策，采取必要措施保护用户的个人信息。

总之，通过针对性的数据采集，数据分析人员可以获得到与分析目的相关的有效数据，为后续的数据分析提供支持。同时，数据采集过程中也需要注意确保数据的质量和合规性。

子任务 1.2.3 处理数据

数据处理是数据分析过程中非常重要的一个环节，它将直接影响数据分析的结果，也是整个数据分析过程中用时最多的一个环节。数据分析人员在采集数据环节获取到的数据通常属于原始数据，这样的数据一般不能直接用于数据分析。因此，数据分析人员还需要对采集到的数据进行清洗、处理、加工等一系列工作，使这些待分析的数据在数据质量和规范上能够符合数据分析的标准，为后面具体的数据分析做准备。

1. 数据处理的具体步骤

在数据处理环节中，数据分析人员需要运用各种方法和技巧，对数据进行深入挖掘和优化，为后续的数据分析打下坚实基础。数据处理的具体步骤如下。

(1) 数据清洗。检查和处理数据中的错误、缺失值、异常值等，确保数据的完整性和准确性。例如，删除重复数据、填充缺失值、处理异常值等。数据清洗可以使用 Excel 的筛选、排序和填充等功能，或使用 Python 的数据处理库 Pandas 进行数据导入和清洗操作。

(2) 数据预处理。对数据进行预处理，使其适合后续的数据分析任务。包括数据格式转换、数据分类、数据标准化等。例如，将日期格式转换为标准格式、对数据进行分组标记、将数据进行归一化处理等。Excel 可以通过公式和函数实现数据转换和处理，Python 的 Pandas 库和 NumPy 库也提供了丰富的函数和方法来进行数据预处理。

(3) 数据集成与合并。不同来源、不同格式的数据进行整合和合并，使其融合到一个一致的数据集中。例如，将多个 Excel 表合并为一个，或将不同数据源的数据进行关联和合并。Excel 可以使用 VLOOKUP、INDEX、MATCH 等函数进行数据关联和合并，Python 的 Pandas 库也提供了 merge 和 concat 等函数来进行数据的连接与合并。

(4) 数据转换与计算。对数据进行转换和计算，生成新的变量和指标。例如，对销售数据进行转换和计算后，可得到增长率等新的变量和指标。Excel 可以使用公式和函数来进行数据转换和计算，Python 也提供了各种数学和统计函数供数据计算使用。

【提示】本书只讲解 Excel 处理数据的方法。

2. 数据处理的工具选择

数据处理的方法和技巧非常重要，但选择适当的工具同样很关键。常用的数据处理软件有很多，如 Excel、Python、SPSS 和 MATLAB 等。在数据处理过程中，数据分析人员可以利用这些工具对原始数据进行清洗、加工和整理，使其符合数据分析的标准。

(1) 数据清洗可以使用 Excel 的筛选、排序和填充等功能，或使用 Python 的数据处理

库，如 Pandas 进行清洗操作。

(2) Excel 可以通过公式和函数实现数据转换和处理，Python 的 Pandas 和 NumPy 库也提供了丰富的函数和方法来进行数据预处理。

(3) Excel 可以使用 VLOOKUP、INDEX、MATCH 等函数进行数据集成和合并，Python 的 Pandas 库也提供了 merge 和 concat 等函数来进行数据的合并与连接。

(4) Excel 可以使用公式和函数来进行数据转换和计算，Python 也提供了各种数学和统计函数供数据计算使用。

【提示】在众多数据处理的软件中，Excel 的使用率最高。Excel 是一款普及性较强且非常容易入门的数据分析软件，能够满足大多数新媒体数据分析工作的需要。在本书后续的内容中，将会为大家系统地讲解如何使用 Excel 进行新媒体数据分析。

子任务 1.2.4 分析数据

经过加工与处理后的数据，具有了可分析性，这时数据分析人员就可以正式开始对数据进行了。分析数据是整个流程中最为关键的一个环节，无论是前面的数据采集还是数据处理均是在为具体分析数据提供服务。在分析数据过程中，数据分析人员往往需要利用一些分析工具来帮助自己建立数据模型，使其能够对数据进行深度分析。

因此，分析数据就是使用工具（如 Excel、SPSS 等）和科学的方法（如方差、回归等）与技巧，对经过加工和处理后的数据进行深度分析，挖掘出数据之间的因果关系、内部联系和业务规律，从而获得一些有价值的结论，为企业决策提供参考。

常见的新媒体数据分析主要包括 4 方面的内容，即流量分析、销售分析、内容分析和执行分析，如图 1-7 所示。

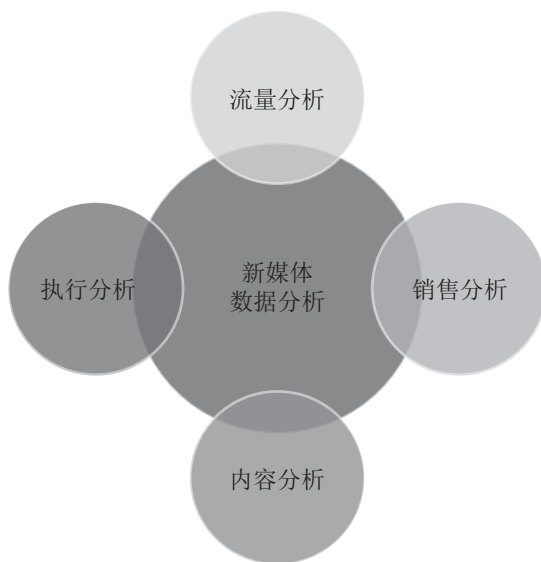


图 1-7 新媒体数据分析的内容



1. 流量分析

流量分析的主要目的是了解用户在新媒体平台中的行为习惯和兴趣偏好，从而优化企业或个人在该平台上的运营策略，提升用户体验和转化率。在流量分析中，常用的数据指标包括访问量、访问时间、跳出量和跳出率等。这些指标可以帮助评估企业或个人在该平台上的运营情况以及用户的行为和兴趣偏好等。

(1) 访问量。访问量是指网站或网店的访问人次。通过对访问量的分析，可以了解网站或网店受到的关注程度和流量变化趋势。访问量的增加可能表示网站推广和营销活动的效果好，或者用户对网站内容和服务感兴趣。

(2) 访问时间。访问时间是指用户在网站或网店中停留的时间长度。通过对访问时间的分析，可以了解用户对网站内容的关注程度和兴趣，以及用户的购买意愿和转化率。较长的访问时间可能表示用户对网站内容满意并进行了深入了解，而较短的访问时间可能表示用户对网站内容和服务不感兴趣或不满意。

(3) 跳出量和跳出率。跳出量是指在访问网站或网店后没有进一步浏览站内或店内的其他页面而离开的用户数量。跳出率是指跳出量与总访问量的比例。通过对跳出量和跳出率的分析，可以了解用户对网站或网店内容和服务的满意度，以及用户对页面体验的好感度。较高的跳出量和跳出率可能表示用户对网站内容不感兴趣或用户体验不佳，需要进行进一步的优化和改善。

【提示】随着移动互联网的迅猛发展，现在的网站和网店流量大部分都来自于移动端。因此，在流量分析中，移动端流量数据成为主要的分析对象。移动端流量数据包括H5访问量、微网站流量和微网站跳出率等。通过对这些移动端流量数据的分析，可以了解移动用户对网站或网店的访问情况和行为习惯，从而优化网站或网店的运营策略，提升用户体验和转化率。

2. 销售分析

销售分析是指通过对下单数量、支付比例、二次购买数量等销售数据进行分析，以了解当前互联网销售的情况和问题，并提出相应的优化策略。

(1) 下单数量。下单数量是指在一定时间内用户下单购买的数量。通过对下单数量的分析，可以了解产品或服务的受欢迎程度和销售趋势，为进一步的运营决策提供依据。如果下单数量增加，可能意味着产品或服务的推广活动效果好，也可能用户对产品或服务的需求上升。

(2) 支付比例。支付比例是指实际支付订单数与下单数量的比例。通过对支付比例的分析，可以了解用户对订单的真实购买意愿以及支付环节的转化率。如果支付比例较低，可能意味着存在用户购买意愿不强烈、支付流程复杂等问题，需要优化产品、服务或支付流程，提升用户的支付转化率。

(3) 二次购买数量。二次购买数量是指用户在首次购买后再次购买的数量。通过对

二次购买数量的分析,可以了解用户的忠诚度和复购率,衡量产品或服务的用户黏性和质量。如果二次购买数量较低,可能意味着产品或服务的用户黏性不够,需要开展提升用户留存率和忠诚度的措施。

除此之外,销售数据还包括销售额、订单平均价值、产品类别的销售分布等数据指标。通过对这些数据的综合分析,可以了解产品或服务的销售情况和特点,找出销售问题和机会,并制定相应的销售策略和措施,以提升销售业绩和用户满意度。

3. 内容分析

内容分析是指对新媒体发布的内容进行统计分析。借助内容分析,可以评估新媒体文章或视频的标题、内容以及推广策略等方面的效果。通过对数据的分析和反馈,可以及时调整和优化内容的创作和传播策略,提升文章或视频的品质和影响力,增加用户的关注和参与度。常见的新媒体内容分析数据包括浏览量、转发量、推荐量等。

(1) 浏览量。浏览量是指文章或视频被浏览的次数。通过对浏览量的分析,可以了解文章或视频的受关注程度和传播效果。高浏览量可能意味着文章或视频的标题和内容吸引人,或者文章、视频在社交媒体等渠道上得到了广泛的分享和推广。

(2) 转发量。转发量是指文章或视频被转发分享的次数。通过对转发量的分析,可以了解文章或视频的传播范围和效果。高转发量可能表示文章或视频的内容有吸引力,被认为有价值或有趣,从而被更多人转发和分享。

(3) 推荐量。推荐量是指文章或视频被推荐给他人浏览的次数。通过对推荐量的分析,可以了解文章的被推荐程度和用户满意度。高推荐量可能表示文章或视频质量好、内容有价值,被用户认可,愿意将其推荐给他人。

此外,还可以针对文章或视频的点击率、停留时间、评论互动等数据指标进行更详细的内容分析。通过对这些数据的分析,可以了解文章的互动程度、用户参与程度和反馈情况,从而优化文章或视频的内容和发布策略,提升用户体验和内容传播效果。

4. 执行分析

执行分析是指对新媒体团队日常执行工作的情况进行分析和评估,以判断新媒体团队的工作效率和执行力。执行分析常见的数据指标包括文章撰写速度、客服响应效率、软文发布频率等。

(1) 文章撰写速度。文章撰写速度是指新媒体团队撰写和发布文章的速度。通过对文章撰写速度的分析,可以了解新媒体团队的工作效率和响应速度。提高文章撰写速度可以更好地满足读者需求,及时传递信息,增加新媒体的影响力。

(2) 客服响应效率。客服响应效率是指新媒体团队对用户咨询和意见的响应速度和处理效率。通过对客服响应效率的分析,可以了解新媒体团队在解决用户问题上的能力和效率。高效的客服响应可以提升用户满意度,增加用户黏性,并提升品牌形象。

(3) 软文发布频率。软文发布频率是指新媒体团队发布软文的频率。通过对软文发布频率的分析,可以了解新媒体团队对产品或服务推广的活跃程度和持续推进的能力。适当



的软文发布频率可以增加品牌曝光，提高产品销量。

除了上述数据指标以外，还可以根据具体的工作内容和目标，进行更具体的执行分析。比如，对广告投放的效果进行评估，对社交媒体推广的内容分布进行分析，对用户活跃度和参与度进行统计等。

通过执行分析，可以评估新媒体团队的工作效率和执行力，发现问题和瓶颈，并及时进行调整和优化。同时，也可以制定相应的目标和指标，对新媒体团队的执行情况进行监测和追踪，以持续改进和提升工作效率。

子任务 1.2.5 呈现数据

数据分析结果通常以图表的方式呈现，以便更直观地传达信息，帮助读者更好地理解 and 解读数据。以下是几种常用的图表类型。

- (1) 柱状图：用于展示不同数据类别之间的比较，比如不同产品的销售量对比。
- (2) 折线图：用于展示数据随时间的变化趋势，比如销售额随着时间的增长变化。
- (3) 饼图：用于展示数据的部分与整体的比例关系，比如不同地区的销售占比。
- (4) 散点图：用于展示两个变量之间的关系，比如广告费用和销售额之间的相关性。
- (5) 漏斗图：用于展示逐步筛选过程中的数据流动情况，比如整个销售漏斗中不同环节的转化率。

- (6) 热力图：用于展示数据在二维空间上的分布和密度，比如不同地区的人口密度分布。

除了上述常见的图表类型以外，还可以根据数据的具体特点和分析需求，选择其他合适的图表类型。图表应该具备清晰、简明和突出重点的特点，避免信息过载和混乱。图表的标签、标题和注释可以帮助读者更好地理解 and 解读数据。

此外，数据分析结果还可以结合文字说明或其他形式汇报，以更详细、深入的方式呈现，解释数据背后的含义、趋势和洞察点。图表和文字结合使用，可以提供一个全面、准确、易理解的数据分析报告，帮助决策者做出决策和行动计划。

任务 1.3 新媒体数据分析人员的基本要求

新媒体数据分析是一个非常辛苦的工作。它不仅要求数据分析人员具备一定的责任心、分析能力、专业技能知识，还要具备一定的工作经验和沟通能力。下面为大家讲解新媒体数据分析人员的基本要求，以便大家能够更好地认识和理解新媒体数据分析岗位。

子任务 1.3.1 责任心

数据分析人员必须要具备严谨、负责的工作态度，客观、真实地分析新媒体运营过程中存在的问题，为决策者提供有效的参考依据。数据分析人员的责任心具体体现在以下几方面。

(1) 使命感：数据分析人员需要认识到自己的工作对公司或组织的成功至关重要。他们应该对自己的工作感到自豪，并意识到自己的工作对整个团队和公司的价值。因此，他们会尽一切努力确保自己的工作得到最好的结果。

(2) 专注力：数据分析人员必须专注于他们正在处理的任務，并将注意力集中在手头的工作上。他们应该理解，即使是小错误也可能导致大问题，因此他们必须认真对待每一项任务，以避免出现错误或问题。

(3) 细致入微：数据分析人员需要细致入微地处理数据。他们应该仔细检查所有数据，以确保它的准确性、完整性和合规性。他们还需要了解数据的来源和背景，以便更好地理解数据。

(4) 团队合作：数据分析人员需要与团队成员密切合作，共同完成任务。他们需要与同事建立良好的沟通和合作关系，以便共同解决问题，并确保所有人都对工作的进展有清晰的了解。

(5) 及时性：数据分析人员需要按时完成任务。他们应该意识到，数据是在不断变化的，因此尽快分析数据是非常重要的。如果他们不能及时地分析数据，就可能错过一些重要的信息和机会。

(6) 可信赖：数据分析人员需要值得信赖。他们应该始终遵循道德和职业标准，并以诚实和公正的态度对待团队成员。他们应该能够保护公司的数据和信息，并始终保持诚信。

子任务 1.3.2 分析能力

新媒体数据分析人员需要具备的对数据敏锐的分析能力，可以从以下几方面进行拓展。

(1) 数据解读能力：数据分析人员首先需要能够理解和解读数据。这包括理解数据的来源、数据的类型、数据的质量、数据的准确性等。在新媒体领域，数据可能来自各种不同的平台和来源，而且通常量非常大，因此数据分析人员需要能够快速准确地理解这些数据，才能从中提取有效信息。

(2) 数据清洗和整理能力：由于新媒体数据通常包含大量的噪声和异常数据，因此数据分析人员需要具备清洗和整理数据的能力。这包括识别和处理缺失数据、错误数据、重复数据等，以确保数据分析的准确性。

(3) 规律发现能力：数据分析人员需要具备从海量的数据中找出规律的能力。这包括识别数据的模式、趋势、关联性等。例如，他们需要能够通过分析用户的行为数据，发现用户的兴趣、喜好以及行为习惯，从而帮助企业制定有针对性的营销策略。

(4) 问题解决能力：数据分析人员需要能够从数据中发现和解决问题。这需要他们具备批判性思维和独立思考的能力，以便从数据中找出问题的线索，并提出解决方案。

(5) 预测能力：数据分析人员还需要具备预测能力，能够根据现有的数据预测未来的趋势和发展。这需要他们能够理解和使用各种预测模型和方法，例如时间序列分析、回归分析等。



(6) 决策支持能力：新媒体数据分析人员最终需要将分析结果转化为对企业的决策支持。他们需要能够将复杂的数据分析结果转化为易于理解的报告和建议，帮助企业做出明智的决策。这需要他们具备良好的沟通技巧和报告制作能力。

子任务 1.3.3 专业技能知识

新媒体数据分析人员需要具备专业的技能知识，具体内容如下。

(1) 数学：这包括但不限于概率、统计、线性代数、微积分等数学知识。这些数学知识是数据分析的基础，帮助数据分析师理解和解释数据，以及建立有效的数据模型。例如，概率可以帮助我们理解随机现象，统计可以帮助我们解读数据中的模式，线性代数可以用来处理多维数据，微积分则可以用来理解和描述连续数据。

(2) 统计学：这包括回归分析、时间序列分析、假设检验、方差分析等。这些统计方法可以使我们对数据进行深入理解，比如数据的分布、数据的变化趋势、数据之间的相关性等。例如，回归分析可以用来理解两个或多个变量之间的关系，时间序列分析可以用来理解和预测数据的时间变化，假设检验可以帮助我们判断数据是否符合我们的预期，方差分析则可以用来比较不同组数据的差异。

(3) 计算机科学：这包括数据结构、算法、编程语言（如 Python、R、SQL 等）、数据库管理、数据处理和清洗技术等。这些计算机知识可以帮助数据分析师有效地处理和分析大量数据。例如，数据结构和算法可以帮助我们有效地存储和处理数据，编程语言可以帮助我们完成自动化数据处理过程，数据库管理可以让我们有效地存储和管理大量数据，数据处理和清洗技术可以帮助我们清理错误和异常数据。

(4) 新媒体和互联网相关知识：这包括新媒体平台的运营模式、用户行为分析、内容营销策略等。这些知识可以帮助数据分析师更好地理解新媒体平台的数据，以及如何将这些数据应用到业务决策中。例如，数据分析师需要了解各种新媒体平台的运营特点，用户的在线行为模式，以及如何利用数据优化内容和营销策略等。

(5) 数据可视化：将数据分析结果通过图形或图表的形式展示出来，使结果更直观易懂。这需要掌握如 Excel、Tableau、Power BI 等数据可视化工具。

子任务 1.3.4 经验与沟通能力

数据分析人员需要具备一定的相关工作经验，以更好地理解数据和业务。同时，他们还需要具备良好的沟通能力、跨部门合作能力，以便为业务部门提供有针对性的数据支持和服务。

(1) 工作经验：数据分析人员需要具备一定的的工作经验，这可以帮助他们了解新媒体平台的运营模式和数据结构，更好地理解数据并从中提取有价值的信息。这种经验可能来自于各种不同的领域，如市场营销、媒体策划、用户研究等。他们还需要熟悉新媒体平台的运营模式，了解如何通过数据驱动的决策来优化运营。此外，数据分析人员还需要了解数据是如何收集和存储的，以及如何处理和分析这些数据。

(2) 沟通能力：数据分析人员需要与业务部门和所在团队进行有效的沟通。他们需要能够将复杂的数据分析结果转化为易于理解的建议和策略，以帮助非数据分析背景的决策者做出明智的决策。同时，他们也需要能够清晰地向业务部门解释数据的含义和价值，以便这些数据能够被有效利用并推动业务发展。此外，数据分析人员还需要能够与其他数据分析师、数据科学家等进行有效的合作，共同解决复杂的数据问题。

课堂实训 列举新媒体数据分析的应用案例



很多新媒体运营者会通过发布带有热点话题的内容，来吸引用户关注，从而打开产品的营销渠道。想更好地找到热点话题，可以参考各数据分析平台的相关排行榜，具体可以从以下三方面入手进行分析。

1. 利用百度指数分析热点趋势

百度指数是互联网时代非常重要的数据分析平台之一，该平台是基于百度用户行为数据建立起来的，通过该平台新媒体数据分析人员能够了解某个话题的热门程度。如果运营者想要了解某个话题的热度趋势，在百度指数搜索栏里输入热点关键词，查看该关键词的搜索指数趋势图即可，如图 1-5 所示。

如果数据分析人员需要同时分析多个热点关键词时，还可以点击“添加对比”按钮添加对比词，同时查看多个关键词的搜索指数趋势图，对比它们的热度情况，如图 1-8 所示。

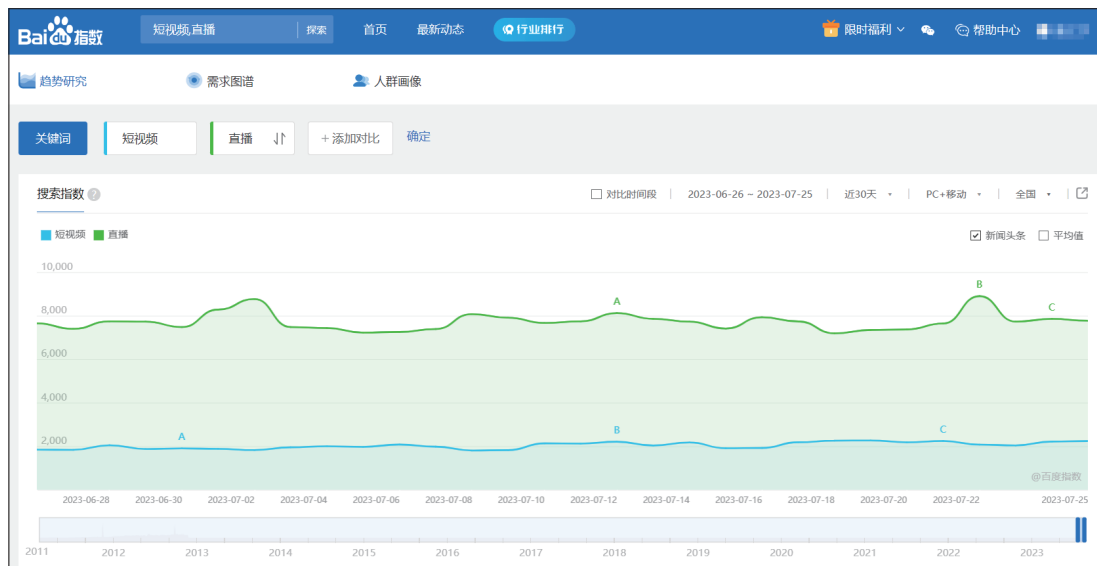


图 1-8 对比分析两个关键词的搜索指数

2. 利用微博热搜分析热点话题

“微博热搜”向用户展示了微博平台关注度比较高的热点事件，是互联网行业中最受



用户欢迎的热搜榜单之一。查看“微博热搜”的方法很简单，在微博手机端登录账号后，点击页面下方的“发现”按钮，进入微博“发现”页面，接着点击“更多热搜”按钮，如图 1-9 所示；进入“微博热搜”页面即可查看当前微博的热搜话题排行情况，如图 1-10 所示。



图 1-9 微博“发现”页面



图 1-10 “微博热搜”页面

新媒体运营人员可以根据自己所在平台运营的方向，找到自己关注的领域的话题，然后将这个话题嵌入自己推送的内容中，以此提高用户对内容的关注度和查看欲望。

3. 利用天猫榜单分析热销产品

对于电商类或者以销售产品为主的新媒体运营者来说，关注市场行情，及时挖掘热销产品非常重要。数据分析人员可以通过“天猫榜单”来查看天猫平台的热销产品排行榜。具体的操作为：登录手机淘宝以后，在搜索框中输入“天猫榜单”，点击搜索按钮，如图 1-11 所示；进入“天猫榜单”页面，即可查看不同产品类目的热销榜单，如图 1-12 所示；点击任意产品类目热销榜旁边的“查看更多”按钮，可查看该类目完整的产品热销榜，如图 1-13 所示。除了热销榜以外，在“天猫榜单”中还可以查看产品的好评榜、回购榜以及活动期间的热卖榜和加购榜。



图 1-11 搜索“天猫榜单”



图 1-12 进入“天猫榜单”页面



图 1-13 查看完整产品热销榜

课后作业

1. 请简述新媒体数据分析的价值。
2. 请简述新媒体数据分析的步骤。