



Course Code CTV23G04

# 產品數據分析

## 打造網路產品的決策引擎

### Decision Engine for Product Data Analysis

#### Contact Us

Tel/ Whatsapp: +852 91425680

E-mail: [course@cmt-global.co](mailto:course@cmt-global.co)

Website: <http://www.cmt-global.co>





# 產品數據分析

## 打造網路產品的決策引擎

從擁有億級使用者的跨國企業，到成長強勁的新創團隊，都必須透過使用者資料分析，改善產品與商業決策的品質。因此，我們總結過去協助跨國企業進行數據分析的經驗，結合「假說思考」、「產品策略」與「數據分析技巧」，幫助你釐清與定義產品問題，辨認有策略意義的相關數據，並透過 A/B 測試、同類群組比較、漏斗分析、因子分析、個人化等不同類型的方法，提升產品決策品質並持續優化使用者體驗。

### 課程費用:

HK\$1,600

### 課程總時數:

8小時

### 上課地點:

九龍尖沙咀科學館道 1 號康宏廣場南座 15 樓 1506 室

### 導師介紹:

Hazel Wong





# 產品數據分析

## 打造網路產品的決策引擎

### 第一部分：完整的產品分析方法論

在課程的一開始，我們會幫大家建立「產品策略」與「數據分析」的必備知識——除了產品生命週期與數據分析工具箱的介紹外，我們也會仔細講解如何根據不同「商業模式」與「成長階段」，訂定完善的產品數據衡量指標，以及組織如何從無到有建立資料決策體系。

### 第二部分：資料分析與洞見挖掘技巧

從「產品的整體發展」出發，了解產品成長、互動以及品質上的產品策略與數據分析方法。我們將會教你如何建構「產品成長與互動」的正向循環，並基於互動機制與使用頻率設計適當的衡量指標，跳脫只看 MAU、轉換率、跳出率的既有框架。接著，我們會進一步解析「使用者體驗」與「產品品質」的衡量方法。透過這個章節，你將可以透過數據分析，衡量整個產品生態系的健康程度，並找出可以優化產品的機會，確保產品可以擁有持續的成長與互動機制。



# 產品數據分析

## 打造網路產品的決策引擎

### 第三部分：大量的產品個案研究與分析

我們以「客戶體驗旅程」為核心，幫助你利用數據掌握使用者啟動、價值探索、習慣建立、長期留存等各個階段的表現。同時，我們會利用之前介紹過的分析工具（使用者分群、Funnel Conversion、Cohort Analysis、A/B 測試等）與不同產品案例 (Headspace, Crunchbase, Pinterest, Quora, Pocket, Spotify, Amplitude, Airbnb, Medium 等等)，了解數據分析與個人化 (Personalization) 如何幫助產品找出流程改善、體驗優化、與產品行銷的機會點，優化客戶體驗與決策中的各個面向。如何搭建 Python 雲端平台。

### 第四部分：從A/B 測試到數據需求評估

我們將進入「數據分析落地階段」—— 探討實驗設計(A/B testing)的細節，從依據商業目標設計指標、如何控制好重要的變因、進行用戶抽樣與樣本數決定、監控過程中的指標變化、到衡量實驗結果並做出決策。同時，我們也會進一步講解數據分析需求的評估，如何將一次性分析產品化，以及數據儀表板 (Dashboard) 的建立，幫助團隊更有效率完成數據分析工作。