5/3課後心得

今天的課程教我們如何使用urcosme的資料做分析，並且做出市場區隔，再結合近一次消費日期、消費頻率，將顧客分為：先前客、一次客、常貴客、新顧客，藉此就可以針對不同客群規劃不同的行銷方案，讓先前客的來店平率增加、讓一次客再次前來消費、讓具有淺力的新顧客增加忠誠度、也要維持常貴客的新鮮感，將每一位顧客都培養成忠實的常貴客後，便能提高整體營收，也能確保顧客的穩定度，我覺得最酷的是交叉比對，利用以性別及產品分類的RF分析圖，可以看出來男生女生的消費習慣不盡相同，我們便可以針對這個現象推出不同的促銷方案，不論性別，講顧客一網打進，我們可以在講區隔變數作轉換，並做不同的組合分析出別的現象，推出各種行銷活動，增加收益。

今天終於可以運用當初爬的資料做分析了，不過對於程式碼我還是有些地方不太了解，希望可以學習更多有關程式碼的解讀，這樣才能舉一反三，自已寫一些程式碼爬需要的資料或製作其他分析圖。