

91APP

期末專題 PITCH



B04310036 余京儒

B04704016 林家毅

B04704017 周永堂

R06323061 詹苡晴

PART I

目標

PART II

資料來源

AGENDA

PART III

預計分析策略與方法

PART IV

預期效益與潛在問題

目標

1

對於所有新加入的顧客，從消費屬性判斷他屬於哪一類客群

2

根據客群分類，探討平台提供的不同折扣優惠對每一類顧客能創造的銷售額成長

| 資料來源 – 91APP

Member

MemberID
Birthday
Gender
RegisterType
MinOrderDate
OpenCardPresent
LastBirthdayPresent
IsInBlackList

Ecoupon

ECouponId
ECouponStartDate
ECouponEndDate
DiscountPrice
ECouponTypDef

Orders

SalesOrderSlaveId
DateId
MemberId
OrderGroupCode
StatusDef
SalePageId
SalesOrderTotalPay
ECouponId

Promotion

SalesOrderSlaveId
PromotionId
PromotionCondition

分析策略 與方法

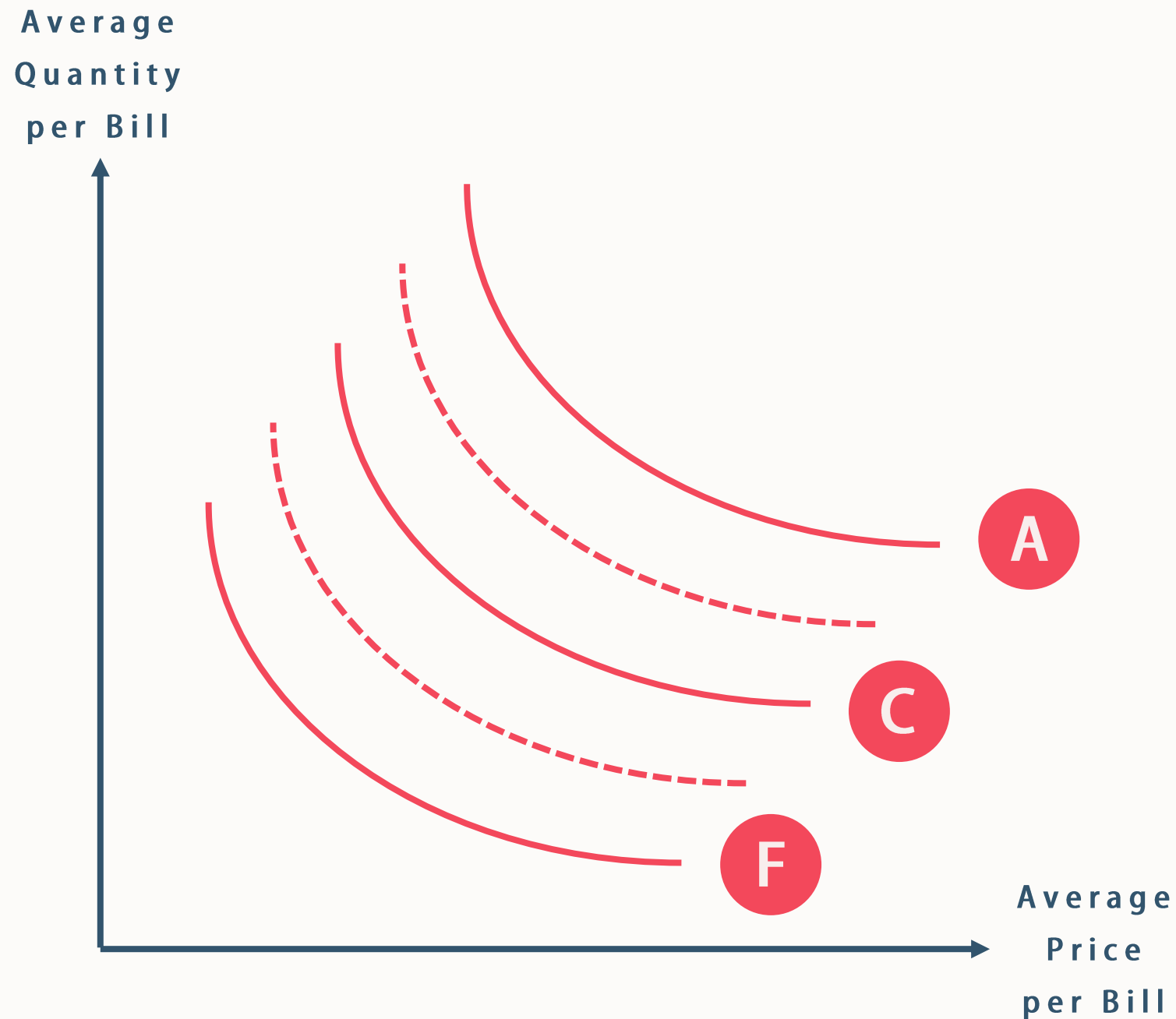
對於所有顧客(MemberId)

根據每筆訂單平均客單價和平均商品數量將所有顧客分到不同類別(A~F)，並將類別標記在每筆訂單。最後用標記過的訂單和類別訓練模型，目標是當有一筆新訂單進入時可以辨別該顧客未來的類別。

對於所有類別(A~F)和折扣種類(Promotion)

透過統計方法檢驗不同類別消費者對不同折扣的敏感性。對於顯著的結果，希望能給出建議，讓平台能針對各類別消費者推出最有吸引力的折扣，提高顧客的平均客單價和訂單數量

分析策略 與方法



預期
效益

驗證 Model 在 Testing Data 上的
預測準確性

納入 Training Data 的變數是否合理？
機器學習導出結果該用分類或是機率？

潛在
問題