

8.1-8.13累计									
类目	事业部	贡献买家数指标	转化率指标	营销数量	贡献买家数	转化率	累计达成贡献买家数	累计达成转化率	达成评估
大快消	百货	206,700	2.0%	2,874,174	40,703	1.4%	19.7%	70.8%	40
	超市	1,138,600	8.8%	6,744,574	996,107	14.8%	87.5%	167.8%	92
	红孩子	507,800	5.9%	2,507,318	131,170	5.2%	25.8%	89.0%	51
	小计	1,853,100	5.0%	12,126,066	1,167,980	9.6%	63.0%	194.6%	78
大家电	冰洗	129,450	3.5%	737,310	28,762	3.9%	22.2%	111.5%	53
	厨卫	90,150	3.0%	1,229,728	23,032	1.9%	25.5%	62.4%	40
	黑电	89,400	2.8%	725,233	15,211	2.1%	17.0%	74.9%	40
	空调	64,950	2.7%	2,083,086	41,312	2.0%	63.6%	73.5%	68
	小计	373,950	3.0%	4,775,357	108,317	2.3%	29.0%	75.4%	48
智能3C	电脑	151,650	2.4%	1,698,383	43,857	2.6%	28.9%	107.6%	57
	数码	23,040	1.0%	631,296	4,625	0.7%	20.1%	73.3%	41
	通讯	205,500	6.7%	1,338,351	41,291	3.1%	20.1%	46.3%	31
	小计	380,190	3.4%	3,668,030	89,773	2.4%	23.6%	71.4%	43
生活家居	生活电器	194,171	6.0%	1,087,062	57,802	5.3%	29.8%	88.6%	53
	小计	194,171	6.0%	1,087,062	57,802	5.3%	29.8%	88.6%	53
汽车	汽车	22,500	0.2%	354,535	1,922	0.5%	8.5%	246.4%	45
	小计	22,500	0.2%	354,535	1,922	0.5%	8.5%	246.4%	45
其他	海外购	-	-	1,672,210	22,401	1.3%	0.0%	0.0%	0
	会员管理中心	-	-	15,137,392	946,128	6.3%	0.0%	0.0%	0
	小计	-	-	16,809,602	968,529	5.8%	0.0%	0.0%	0
	合计	2,823,911	3.8%	38,820,652	2,394,323	6.2%	84.8%	162.5%	91

8.1-8.13精准营销贡献买家239.4万，转化率6.2%，目前月度达成评估91分。

- 1.通讯整体达成较低，建议针对行为人群进行精准营销，大促期间对活跃度不高的用户控制营销频率，尝试交叉人群营销。
- 2.百货汽车买家数增长较慢，汽车主要在于营销量不足，建议加大营销量。百货累计增长较慢，建议提高对交叉人群推送频次。
- 3.针对营销量不足的事业部，首先建议筛选人群主要筛选行为人群，交叉人群。其次排重机制对每个事业部都是平等的，爆发事业部当天对其他非爆发事业部最终发送人数是存在影响的，且为了考虑用户体验，对排重天数有一定要求，排重天数越长相应的营销量也随之减少。最后请各个事业部周六周日安排好值班人员，避免出现周六周日无营销活动。

