

8.1-8.14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%	3,004,266	43,308	1.4%	21.0%	72.1%	41
	超市	1,138,600	8.8%	7,916,004	1,109,942	14.0%	97.5%	159.3%	98
	红孩子	507,800	5.9%	2,888,525	141,462	4.9%	27.9%	83.3%	50
	小计	1,853,100	5.0%	13,808,795	1,294,712	9.4%	69.9%	189.4%	82
大家电	冰洗	129,450	3.5%	853,003	33,558	3.9%	25.9%	112.4%	56
	厨卫	90,150	3.0%	1,501,150	26,471	1.8%	29.4%	58.8%	41
	黑电	89,400	2.8%	916,033	17,230	1.9%	19.3%	67.2%	38
	空调	64,950	2.7%	2,624,869	43,981	1.7%	67.7%	62.1%	65
	小计	373,950	3.0%	5,895,055	121,240	2.1%	32.4%	68.3%	47
智能3C	电脑	151,650	2.4%	2,102,947	63,348	3.0%	41.8%	125.5%	65
	数码	23,040	1.0%	744,939	5,210	0.7%	22.6%	69.9%	42
	通讯	205,500	6.7%	1,697,596	49,313	2.9%	24.0%	43.6%	32
	小计	380,190	3.4%	4,545,482	117,871	2.6%	31.0%	75.6%	49
生活家居	生活电器	194,171	6.0%	1,133,754	68,455	6.0%	35.3%	100.6%	61
	小计	194,171	6.0%	1,133,754	68,455	6.0%	35.3%	100.6%	61
汽车	汽车	22,500	0.2%	488,946	2,135	0.4%	9.5%	198.5%	46
	小计	22,500	0.2%	488,946	2,135	0.4%	9.5%	198.5%	46
其他	海外购	-	-	1,688,888	22,948	1.4%	0.0%	0.0%	0
	会员管理中心	-	-	16,131,154	972,401	6.0%	0.0%	0.0%	0
	小计	-	-	17,820,042	995,349	5.6%	0.0%	0.0%	0
	合计	2,823,911	3.8%	43,692,074	2,599,762	6.0%	92.1%	156.8%	95

8.1-8.14精准营销贡献买家259.9万，转化率6.0%，目前月度达成评估95分。

1.通讯整体达成评估存在缺口，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.黑电和汽车买家数增长较慢，黑电转化率在大家电中表现较好，所以建议加大营销量。汽车买家增长较慢，建议提高对交叉人群推送频次。

注：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。

