

8.1-8.12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%	2,781,216	37,743	1.4%	18.3%	67.9%	38
	超市	1,138,600	8.8%	6,584,487	949,598	14.4%	83.4%	163.9%	90
	红孩子	507,800	5.9%	2,381,078	123,395	5.2%	24.3%	88.1%	50
	小计	1,853,100	5.0%	11,746,781	1,110,736	9.5%	59.9%	191.0%	76
大家电	冰洗	129,450	3.5%	687,931	27,492	4.0%	21.2%	114.2%	53
	厨卫	90,150	3.0%	1,206,098	22,075	1.8%	24.5%	61.0%	39
	黑电	89,400	2.8%	714,999	14,832	2.1%	16.6%	74.1%	40
	空调	64,950	2.7%	2,072,048	40,945	2.0%	63.0%	73.2%	67
	小计	373,950	3.0%	4,681,076	105,344	2.3%	28.2%	74.8%	47
智能3C	电脑	151,650	2.4%	1,676,281	42,785	2.6%	28.2%	106.3%	57
	数码	23,040	1.0%	487,375	4,258	0.9%	18.5%	87.4%	46
	通讯	205,500	6.7%	1,292,176	39,617	3.1%	19.3%	46.0%	30
	小计	380,190	3.4%	3,455,832	86,660	2.5%	22.8%	73.1%	43
生活家居	生活电器	194,171	6.0%	720,553	45,353	6.3%	23.4%	104.9%	54
	小计	194,171	6.0%	720,553	45,353	6.3%	23.4%	104.9%	54
汽车	汽车	22,500	0.2%	348,299	1,881	0.5%	8.4%	245.5%	45
	小计	22,500	0.2%	348,299	1,881	0.5%	8.4%	245.5%	45
其他	海外购	-	-	1,657,423	22,186	1.3%	0.0%	0.0%	0
	会员管理中心	-	-	14,742,774	936,334	6.4%	0.0%	0.0%	0
	小计	-	-	16,400,197	958,520	5.8%	0.0%	0.0%	0
	合计	2,823,911	3.8%	37,352,738	2,308,494	6.2%	81.7%	162.8%	89

8.1-8.12精准营销贡献买家230万，转化率6.2%，目前月度达成评估89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，8.

8当天的冲刺较大幅度提高了买家达成增长，与之前对比，进步较大。

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。

