

8.1-8.15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%	3,056,692	45,254	1.5%	21.9%	74.0%	43
	超市	1,138,600	8.8%	8,072,197	1,149,532	14.2%	101.0%	161.8%	100
	红孩子	507,800	5.9%	2,915,231	152,208	5.2%	30.0%	88.8%	54
	小计	1,853,100	5.0%	14,044,120	1,346,994	9.6%	72.7%	193.8%	84
大家电	冰洗	129,450	3.5%	959,654	38,600	4.0%	29.8%	114.9%	58
	厨卫	90,150	3.0%	1,579,808	28,884	1.8%	32.0%	60.9%	44
	黑电	89,400	2.8%	936,917	19,463	2.1%	21.8%	74.2%	43
	空调	64,950	2.7%	2,666,964	45,525	1.7%	70.1%	63.2%	67
	小计	373,950	3.0%	6,143,343	132,472	2.2%	35.4%	71.6%	50
智能3C	电脑	151,650	2.4%	2,200,731	68,794	3.1%	45.4%	130.2%	67
	数码	23,040	1.0%	770,192	5,841	0.8%	25.4%	75.8%	46
	通讯	205,500	6.7%	1,745,470	54,447	3.1%	26.5%	46.8%	35
	小计	380,190	3.4%	4,716,393	129,082	2.7%	34.0%	79.8%	52
生活家居	生活电器	194,171	6.0%	1,269,110	82,345	6.5%	42.4%	108.1%	65
	小计	194,171	6.0%	1,269,110	82,345	6.5%	42.4%	108.1%	65
汽车	汽车	22,500	0.2%	580,157	2,422	0.4%	10.8%	189.8%	46
	小计	22,500	0.2%	580,157	2,422	0.4%	10.8%	189.8%	46
其他	海外购	-	-	1,811,055	27,245	1.5%	0.0%	0.0%	0
	会员管理中心	-	-	16,391,520	998,908	6.1%	0.0%	0.0%	0
	小计	-	-	18,202,575	1,026,153	5.6%	0.0%	0.0%	0
	合计	2,823,911	3.8%	44,955,698	2,719,468	6.0%	96.3%	159.4%	98

8.1-8.15精准营销贡献买家271.9万，转化率6.0%，目前月度达成评估97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。

