

# G組期中專案發表



政治大學商業分析社 第三屆  
2024.11.22

## Agenda

---

01. 執行摘要
02. 問題定義
03. 假說驗證
04. 策略建議
05. 預期效益
06. 時程規劃
07. 附錄

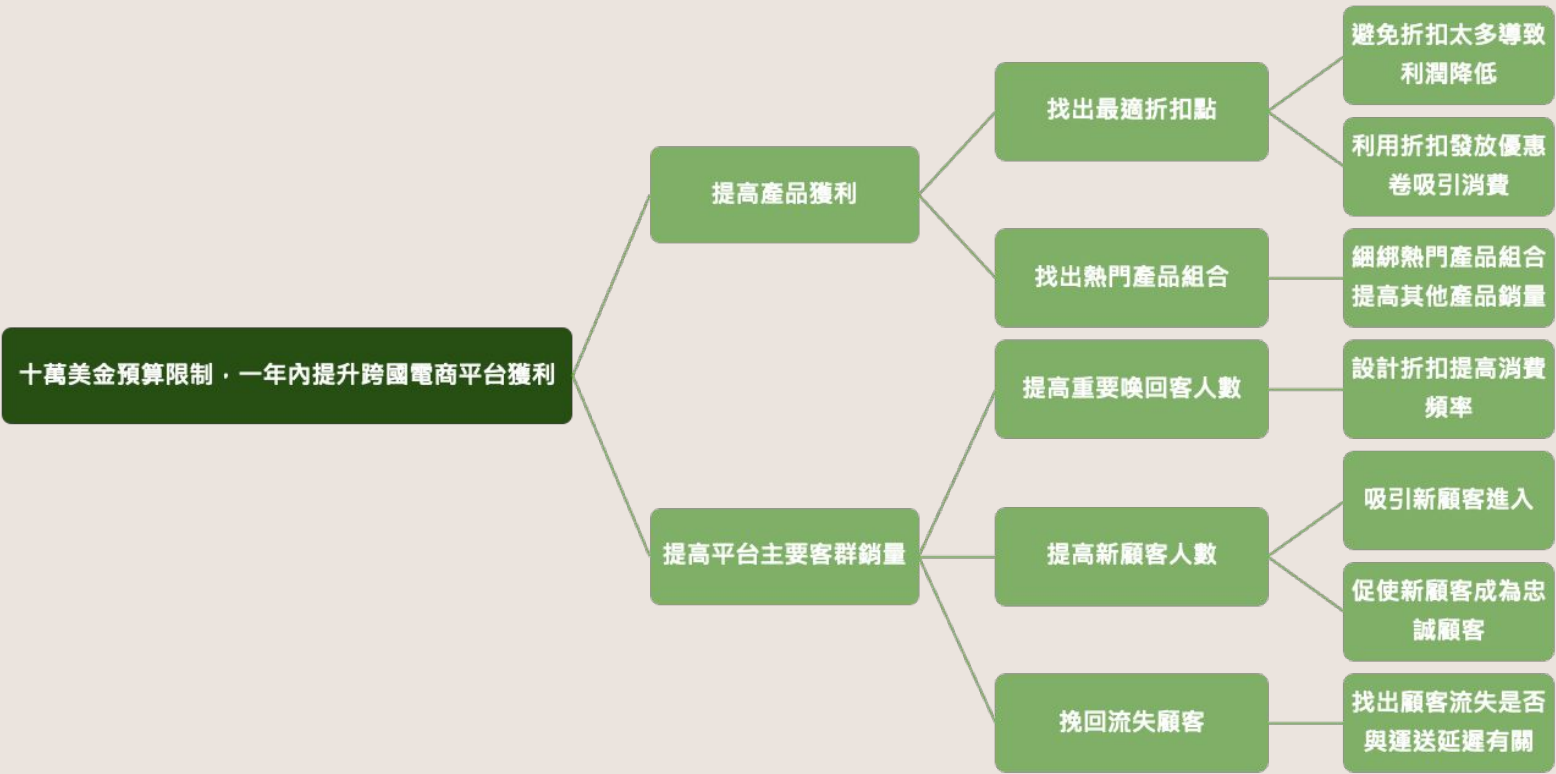


# 執行摘要

專案目標	如何在十萬美金的預算限制，一年內提升跨國電商平台的獲利			
問題拆解	提升平台獲利方式獲利可分為成本面與顧客面			
分析流程	問題定義	成本面 利用最適折扣提高利潤＋綑綁策略		顧客面 提高重要喚回客＋增加新顧客＋挽回流失顧客
		利用RFM模型分析主要顧客群體		
	假說建立	將低銷量、高淨利產品與高銷量產品綑綁銷售進行推廣		流失顧客因延遲運送而增加
		重要喚回客戶、新顧客、流失顧客為本策略主要解決對象		
	假說驗證	1. 找出綑綁銷售的產品組合 2. 找出銷量少但淨利高的產品		延遲運送達2天，會員將大幅流失
策略建議				
1. 針對全體會員：會員分級制度搭配綑綁策略，高級會員可享有更多特定品類優惠 2. 針對重要挽回客：透過EDM給予優惠卷，提高Recency與Frequency 3. 針對新客：完成新手任務，可享有優惠卷 4. 針對流失客戶：透過EDM給予優惠卷與延遲運送補償，且回歸平台可享有會員等級優惠				

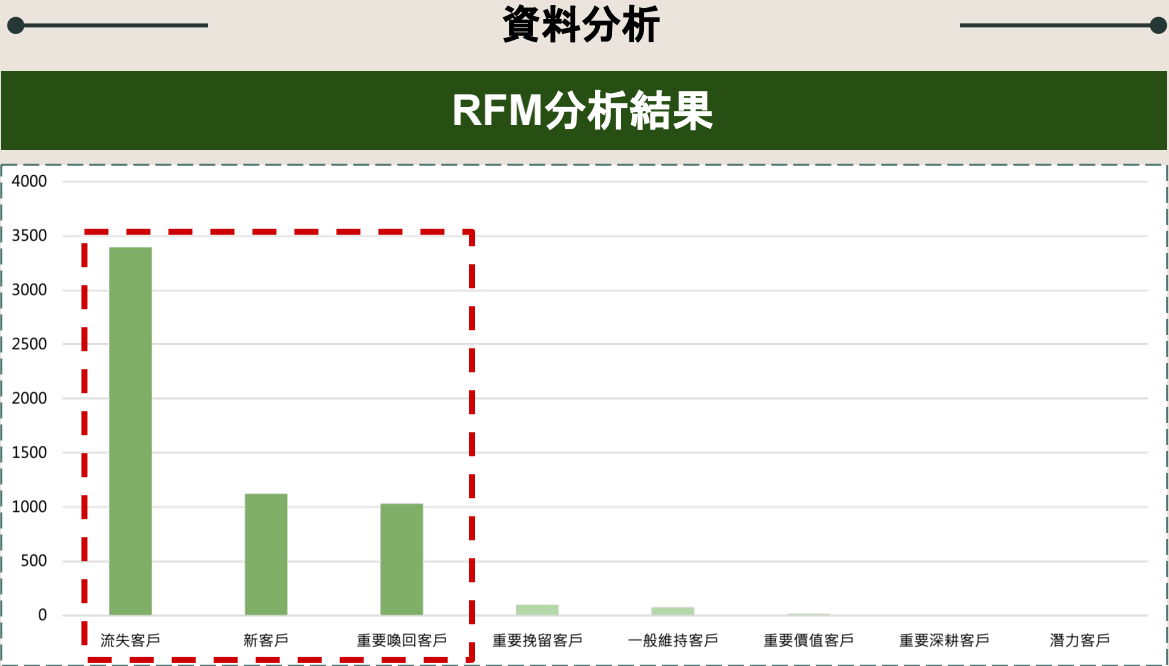
問題定義

# 透過拆分品類與顧客類型，找出策略切入點



假說驗證

# 重要喚回客戶、新顧客、流失客戶超過八成, 故選做本策略實施對象



Source: Kaggle

### 關鍵洞察

- 將R\_Score、F\_Score、M\_Score各自分成三個級距
- 橫軸為各客戶組別的計數總數
- 流失客戶RFM\_222
- 新客戶RFM\_322
- 重要喚回客戶RFM\_223

### 目標

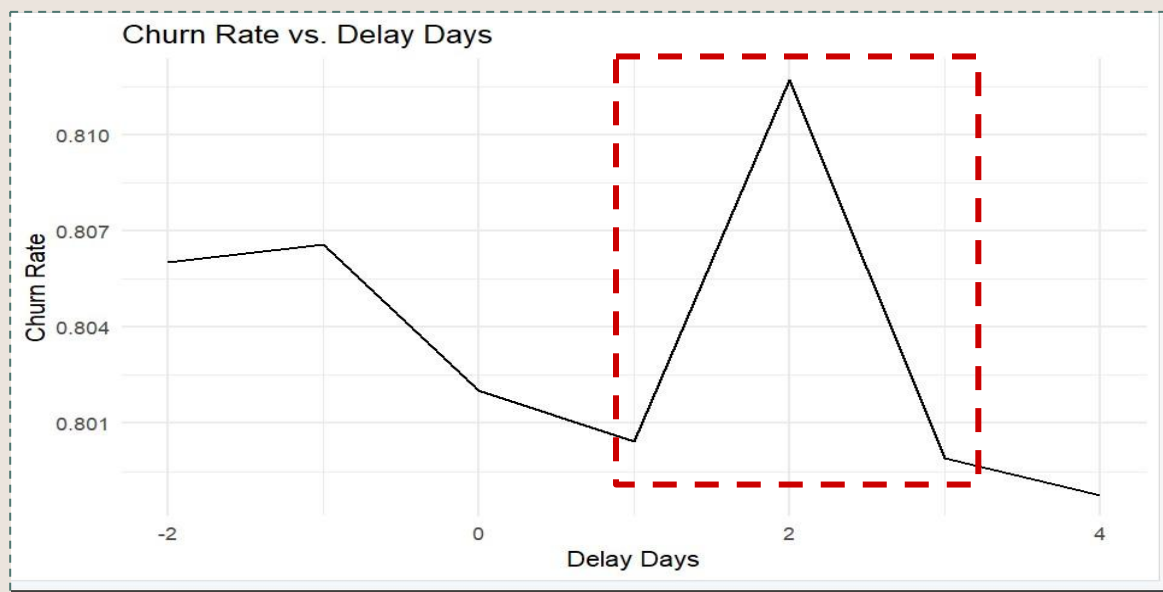
- **流失客戶**: 預防流失、增加回購誘因，進而再度回歸平台
- **新客戶**: 增加購買、註冊意願，引導成為忠誠顧客
- **重要喚回客戶**: 維持購買力，提供優惠刺激消費，增加購買頻率

假說驗證

# 延遲天數達 **兩天**，將造成大量顧客流失

## 資料分析

### 流失率與運送延遲關係



Source: Kaggle

## 關鍵洞察

- 根據羅吉斯回歸檢定發現平台顧客流失率與運送延遲有顯著關係
- 當延遲天數為**2天**時，顧客流失率達到高峰

# 針對平台全體顧客建立會員分級制度，提供專屬優惠、提高顧客忠誠度

## 會員分級制度

依照全體顧客累積的**消費金額**來劃分三個會員等級

➡以**\$61.59**、**\$104.59**為兩個級距

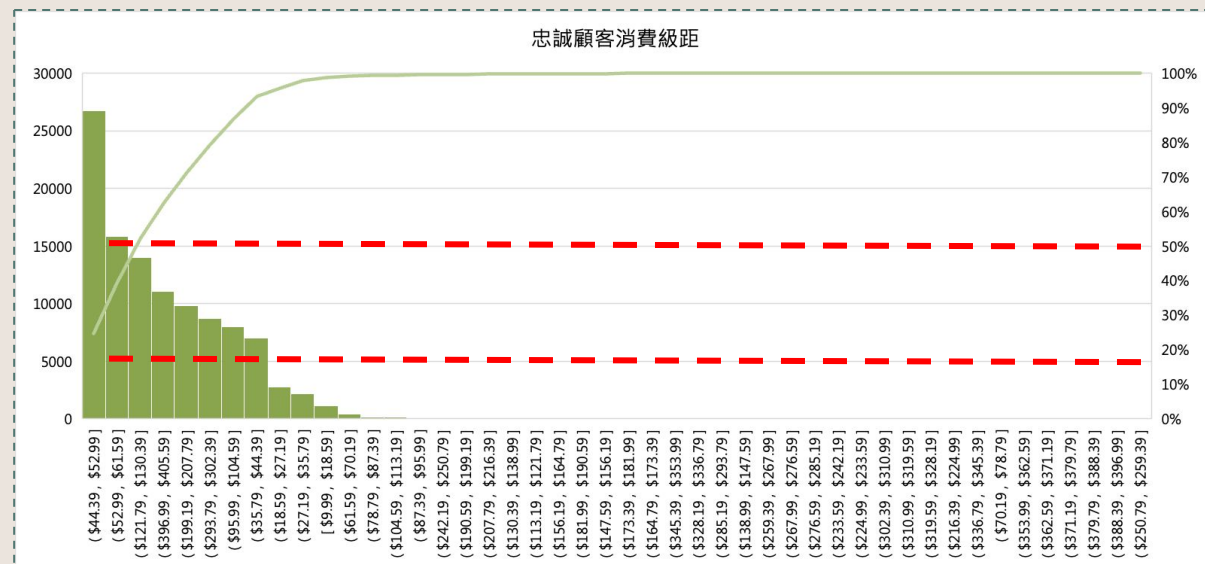
會員等級越高，所能獲得的特定品類優惠券、專屬服務越多

➡**提高銷售額**

➡**維持忠誠顧客**

➡**提高顧客購買頻率**

目標：降低回購時間間隔 (R)、增加全體顧客購買頻率 (F)、金額 (M)



策略建議

# 針對平台全體顧客策略分析：綑綁銷售策略提升高利潤 產品銷量

## 綑綁策略

目標：放大高利潤商品價值，提升高銷量商品附加銷售

Confidence熱點圖

Cleaned Antecedent	'Field & Stream Sport...	'Pelican Sunstream 1...	'Perfect Fitness Perfe...	Cleaned Consequents					
	'Field & Stream Sportsman 16 Gun Fire Safe'	'Pelican Sunstream 100 Kayak'	'Perfect Fitness Perfect Rip Deck'	'Diamondback Women's Serene Classic Comfort Bl'	'Nike Men's CJ Elite 2 TD Football Cleat'	'Nike Men's Dri-FIT Victory Golf Polo'	'Nike Men's Free 5.0+ Running Shoe'	'O'Brien Men's Neoprene Life Vest'	'Under Armour Girls' Toddler Spine Surge Runni'
'Field & Stream Sportsman 16 Gun Fire Safe'		0.7074	0.8439	0.6627	0.8239	0.8008	0.6362	0.7774	0.5819
'Pelican Sunstream 100 Kayak'	0.7485		0.8481	0.6565	0.8230	0.8049	0.6298	0.7790	0.5917
'Perfect Fitness Perfect Rip Deck'	0.7358	0.6988		0.6578	0.8136	0.7951	0.6240	0.7704	0.5805
'Diamondback Women's Serene Classic Comfort Bl'	0.7455	0.7085	0.8487		0.8238	0.8009	0.6336	0.7749	0.5849
'Nike Men's CJ Elite 2 TD Football Cleat'	0.7413	0.7004	0.8403	0.6594		0.7944	0.6310	0.7670	0.5791
'Nike Men's Dri-FIT Victory Golf Polo'	0.7406	0.7035	0.8434	0.6584	0.8159		0.6276	0.7720	0.5766
'Nike Men's Free 5.0+ Running Shoe'	0.7553	0.7065	0.8497	0.6686	0.8313	0.8056		0.7837	0.5907
'O'Brien Men's Neoprene Life Vest'	0.7449	0.7054	0.8466	0.6600	0.8161	0.7999	0.6326		0.5837
'Under Armour Girls' Toddler Spine Surge Runni'	0.7524	0.7231	0.8610	0.6723	0.8317	0.8062	0.6435	0.7877	

根據關聯規則，從6589個消費組合中篩選出8\*8=64種商品組合，發現「顧客若先購買縱軸的八樣商品(不包含Rip Deck)，皆會連帶購買 Perfect Fitness Perfect Rip Deck」的機率最高。

Support: 0.56 ➡ 有56%以上的交易組合出現「Gun Fire Safe、Rip Deck」

Confidence: 0.84 ➡ 「買Gun Fire Safe的人中有84%會接著購買Rip Deck」

➡ 鎖定熱門商品組合進行綑綁：購買Field & Stream Sportsman 16 Gun Fire Safe的顧客中，有84%會接著購買Rip Deck。

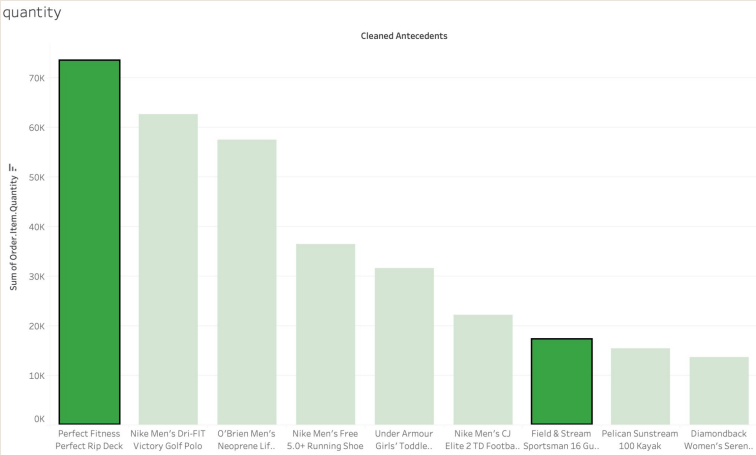


策略建議

# 針對平台 全體顧客 策略分析：綑綁銷售策略

綑綁銷售策略

目標：放大高利潤商品價值，提升高銷量商品附加銷售



Field & Stream Sportsman 16 Gun Fire Safe為高利潤低銷量產品，而 Perfect Fitness Perfect Rip Deck為高銷量產品。透過綑綁策略提升銷量。

原先折扣力度兩者皆約為9折

➡調整組合折扣力度至 85 折，以降低總價的綑綁策略吸引顧客購買，進而帶動其銷量。推出「強身安全組合」或是「家庭防護與健身套裝」

## 針對平台 重要喚回顧客 策略分析：以回購提醒、優惠券策略

### 回購提醒

目標：減少重要喚回客 戶回購時間 (R)

流失客戶平均流失日約107日，重要喚回消費頻率為50日/次，於50-107日之間寄送EDM提醒顧客，提供最新商品型錄等等，提醒顧客再次購買

### 免運券吸引顧客

目標：增加重要喚回客 戶購買頻率 (F)

透過EDM提醒重要喚回客能夠使用免運卷  
→提高購買意願



50 日 ↑

1 張

## 針對平台 **新顧客** 提供新手任務活動，增加平台黏著度並刺激消費

### 增加新顧客的平台黏著度

#### 新手任務牆

1. 完善個人資料
2. 首次評論商品
3. 分享產品頁面
4. 追蹤店家

### 增加新顧客使用平台頻率 (F)

完成新手任務



獲得新手禮包(免運券組合)



刺激新顧客消費頻率



策略建議

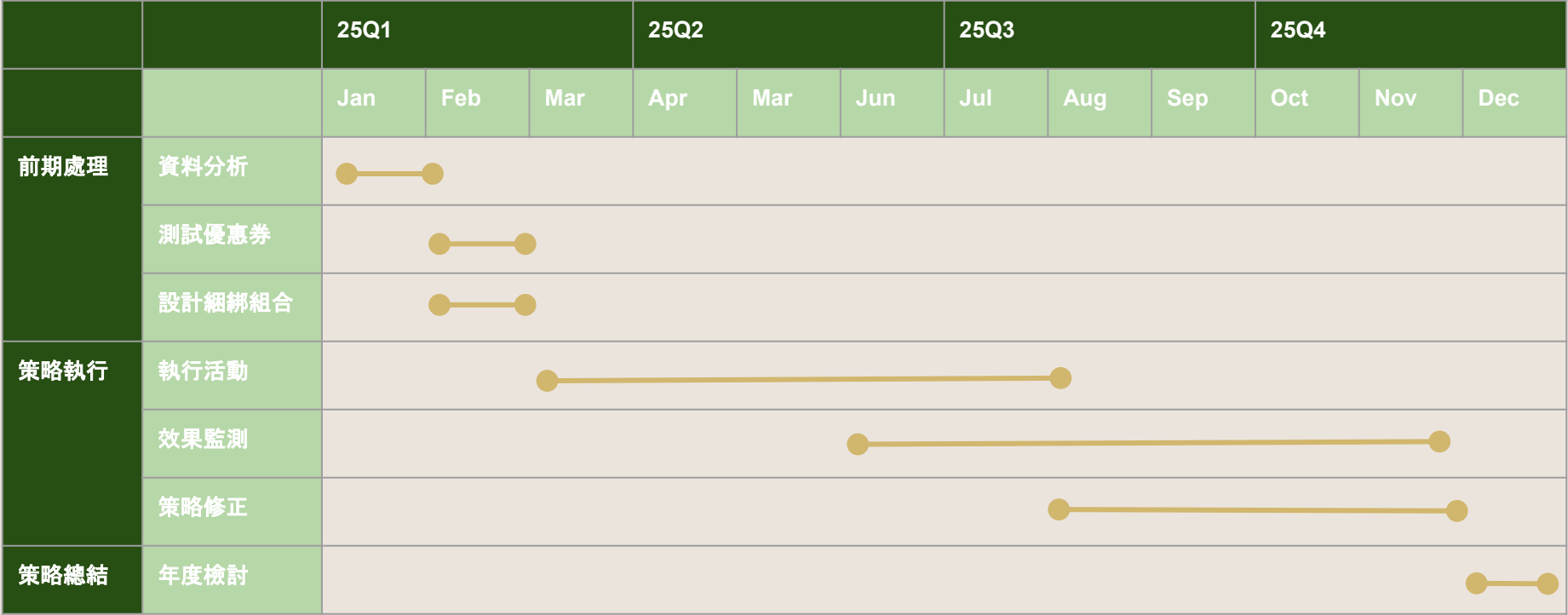
## 針對平台 流失顧客 策略分析：以優惠喚回、定期提醒、流失預警策略



# 預期將為平台於 2025年帶來約 124,000元利潤，ROI 達159%

總收入	免運券	免運券總收入公式＝發放數量X購買轉換率X平均客單價 算式: (3,394張 X 2次+2151張) X 5% X \$132.98 X 1.2 = \$59,435.40
	綑綁銷售	綑綁優惠券總收入公式＝利潤X購買兌換率X瀏覽人數 算式: (\$5.72+\$39.9) X 56% X 5,545人 X 1.2 = \$141,659.22
總成本	免運券	免運券總成本公式＝物流平均單價X預估使用人次 算式: \$115 X 8,939 X 5% = \$51,399.25
	綑綁銷售	綑綁優惠券總成本公式＝利潤X讓利空間X預估購買人次 算式: (\$5.72+\$39.9) X 1.15 X 5545人X 56% X (1-0.84) = 26,065.29
總利潤	總收入 - 總成本 = 201,094.62 - 77,464.54 = 123,630.08	

# 時程規劃



Source: Kaggle

# 附錄

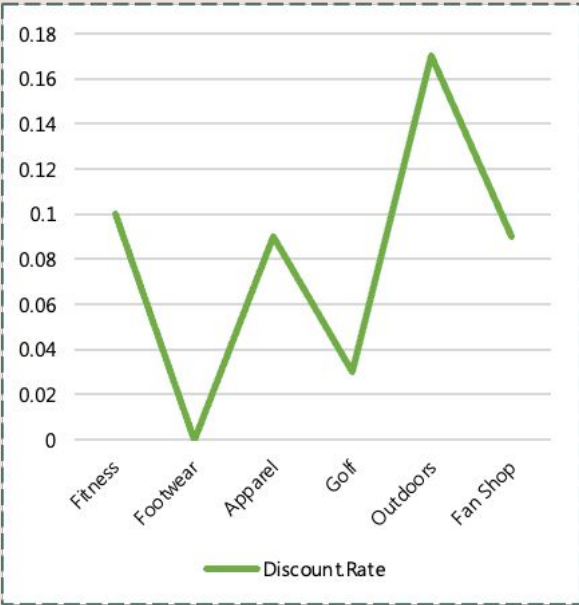


**政治大學商業分析社 第三屆**  
**2024.11.23**

除Fan Shop外，其他品類皆有提升折扣的空間(現有折扣約為 9折)

資料分析

各品類目前折扣



Source: Kaggle

各品類最佳折扣

optimal_discount_rates		
	Optimal_Discount_Rate	Predicted_Benefit
Apparel	2%	20.56208949
Golf	2%	20.07498209
Footwear	16%	36.89919403
Outdoors	6%	17.27789475
Fan Shop	0%	37.22319586
Fitness	6%	29.54165953

關鍵洞察

- 以隨機森林演算法，預測品類最佳折扣率與預期效益
- Fan Shop屬於高銷量高淨利產品無需進行折扣
- 可以提高Footwear折扣率，藉此促進銷量
- 針對Apparel、Golf、Outdoors、Fitness四大特定品類設計優惠卷

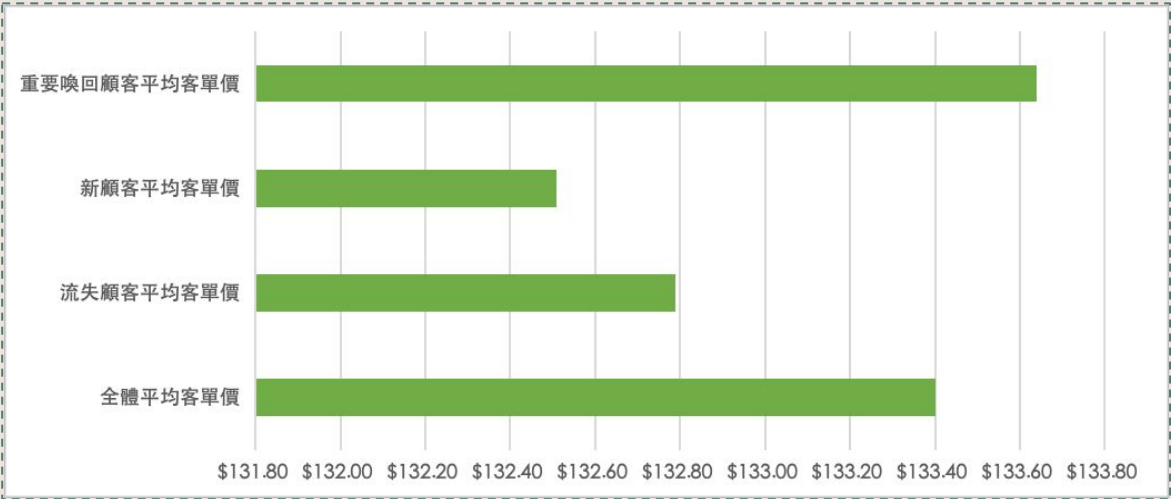


附錄

# 驗證細綁策略是否適用於主要客 戶類型

## 檢驗各個顧客分群是否需刺激消費

### 平均客單價分析結果



Source: Kaggle

### 關鍵洞察

- 以全體平均客單價當作標準，新顧客以及流失顧客之平均客單價均低於全體平均，顯示需透過策略刺激消費(M)來增加獲利。
- 重要喚回顧客策略需針對購買頻率(R)以及購買時間(F)以增加獲利。