

## (三) 用户生命周期-用户"老龄化"程度重

## 1. 相关概念

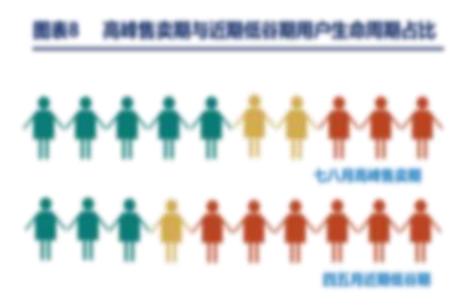
FMM 用户生命周期定义由数据人员根据其独有的业务模式,结合用户第一笔下单时间和最后一笔下单时间及过程中下单规律 所确定。

- 1) FMM 某个用户生命周期:第一笔下单时间与最后一笔下单时间之差,即用户的使用的使用时长。
- **2) FMM 用户平均生命周期:** XX 天。根据 FMM 用户的历史消费数据,截止 2018. 12. 31 的 FMM 用户平均的生命周期为 XX 天,即 FMM 用户从第一笔下单时间开始,到最后一笔下单日期结束为止,中间经过了 XX 天。
- 3) FMM 用户生命周期:结合 FMM 用户平均生命周期及公司业务模式,将 FMM 用户生命周期分为前期,中后期,末期三个阶段。 前期:用户的使用时间占据平均生命周期 1/3,即使用时间为 XX 天以下,用户处于购餐活跃期。
  - 中期:用户的使用时间占 FMM 用户平均生命周期 1/3-2/3,其使用时间为 XX 天,用户处于购餐初步衰退期
  - 后期:用户使用时间占 FMM 用户平均生命周期的 2/3-1,其使用时间为 XX 天,用户处于中期衰退期。
  - 末期: 用户使用时间超过用户平均生命周期,用户基本不下单,或者已经开始死亡。

## 2. FMM 用户生命周期变化

销售量的变化与用户的生命周期有着不可分割的联系,处于生命前期的用户往往由于新鲜感,会频繁下单,处于用户活跃状态,会单周下多单,甚至可能会单日下多单;而生命周期中后期的用户,其处于购餐疲劳期,下单时间间隔会增长,下单次数减少,有转向流失用户的趋势;而生命周期末期的用户,超过了平均生命周期,但是这些用户简单的可以分为两种,一是忠诚度很高的用户,不管如和均会购餐,但是其下单频次、金额稳定,变化程度不大;另一种则是即将死亡用户,变化程度高,很可能第二天就会再购买。

综合其不同生命周期用户的购餐特点,不同阶段不同生命周期用户的占比,对销售量的多少起着关键的因素。在用户量一定的情况下,生命周期前期的用户占比高,则销售量高;用户生命周期中后期,或末期的用户占比高,前期的用户占比低,则用户的销售量必然会降低。



- 2018 年 7 月,8 月 月均活跃用户:XX 人 前期用户占比:XX 中后期用户占比:XX 末期用户占比:XX
- 2019年4月,5月 月均活跃用户:XX人 前期用户占比:XX 中后期用户占比:XX%
  末期用户占比:XX
- 近期低谷期的用户少于售卖高峰期活跃用户 XX 以上,是导致销售量减少的一个重大原因
- 售卖高峰期的前期用户占比高,新用户少,下单率高,购餐频次高,销售量高;近期低谷期的末期用户占比高,前期用户的占比少,购餐频次少,趋于稳定,销售量低。