一、登录页面

二、首页内容

1、轮播图

2、链接跳转

（客户人群：商品购买率与平均值之差图表、人口特征会员购买男女占比图、消费特征首购商品统计、消费相关高关注商品情况）

（生命周期：会员生命周期阶段占比、近7天新增会员走势、近7天人群流量走势、近7天成交量走势）

（终生价值：高忠诚客户终生价值、客户终生价值top10预测、客户终生价值）

3、文章查看

三、客户人群

**第一个图表：**商品购买率与平均值之差

**表格信息：**

**会 员**：姓名、会员编号、性别、年龄、手机号、消费门店、注册门店、地区、省份、城市

**非会员**：姓名、性别、年龄、手机号、消费门店、注册门店、地区、省份、城市

【备注：姓名、会员编号可点击进入个人信息；带下划线的字段可以下拉筛选；表格信息每页展示15或者20条，做出一页即可】

**图表表名：（默认柱状图）**

**会 员**：

人口特征--男女占比(饼状图)、年龄、学历、职业、城市、个人月收入、价值取向

消费特征--会员等级、会龄、积分值、积分值、首购商品(词云图)、首购金额、消费态度、购买动机、消费总额、消费频次、客单价、提篮数

消费相关系数--信用度、忠诚度、满意度、推荐值、购物偏好(词云图)、品牌总提及、品牌第一提及、高关注商品、信息渠道、广告记忆、兴趣爱好(词云图)、意见(词云图)

**非会员**：

【在会员基础上去掉 会员等级、会龄、积分值】

年龄：20岁以下、21-25岁、26-30岁、31-35岁、36-45岁、46-50岁、51岁以上

学历：未知、小学、初中、高中、中专/技校、大专、本科、硕士、博士、其他

职业：国家机关、党群组织、企业、事业单位负责人、专业技术人员 、办事人员、商业、服务业人员 、农林牧渔水利业生产人员 、生产、运输设备操作人员及有关人员 、军人 、其他

城市：深圳、广州、香港、上海、北京、

个人月收入：5000元以下、5001-8000元、8001-12000元、12001-20000元、20001元以上

价值取向：象征性价值观、体验性价值观、享乐型价值观、经济型价值观、功能型价值观

会员等级：铁牌会员、铜牌会员、银牌会员、金牌会员、钻石会员、皇冠会员

会龄：1年以内、1-2年、2-3年、3-5年、5年以上

积分值：100分以内、101-500分、501-1000分、1001-2000分、2001分以上

首购商品：钻石戒指女戒、钻石对戒、钻石项链、黄金吊坠、黄金婚嫁套装、碧玺吊坠、金镶玉吊坠、和田玉手镯、碎钻耳钉、金条、金币、元宝、珍珠项链、珍珠吊坠、珍珠耳饰、黄金生肖、黄金财神

首购金额：1000元以下、1001-5000元、5001-10000元、10001-20000元、20001-50001元、50001-10万元、10万以上

消费态度：

购买动机：自我犒赏、节俗性需求、结婚、生日、社交赠礼、投资

消费总额：1000元以下、1001-5000元、5001-10000元、10001-20000元、20001-50001元、50001-10万元、10万以上

消费频次：一年3次以上、一年2次、一年一次、两年一次、三年以上一次、

客单价：1000、1k-3k、3k-5k、5k-10k、10k以上

提篮数：1件、2件、3件、4件、5件、6件以上

信用度：高、中、低

忠诚度：高、中、低

满意度：不满意、基本满意、满意、很满意、非常满意

推荐值：1-10分

购物偏好：项链、戒指、手镯、脚链、彩宝、钻石

品牌总提及：老凤祥、周大生、周生生、周大福、六福珠宝、卡地亚、潮宏基、钻石小鸟、戴梦得、谢瑞麟、金伯利钻石

品牌第一提及：老凤祥、周大生、周生生、周大福、六福珠宝、卡地亚、潮宏基、钻石小鸟、戴梦得、谢瑞麟、金伯利钻石

高关注商品：钻石戒指、钻石项链、黄金吊坠、彩宝、珍珠

信息渠道：朋友介绍、自主逛街、电视广告、社交平台、品牌忠诚者

广告记忆：一生只送一人的钻戒、And after all this time,you’re still one I love、经过这么长时间，你仍是我的爱人、爱 伴你一生，因为爱很美、一枚婚戒，一个故事、一生一戒、每一颗珍珠里都筑着一个少女梦、缔造一生的承诺，纵享恒久的情缘

兴趣爱好：时尚潮流美妆，影视，视频，明星娱乐，综艺搞笑，游戏动漫，萌宠，星座情感， 音乐，体育，运动健身，美食，旅游，摄影，数码，历史军事，科学，收藏，学术，医疗养生、IT互联网、电商，财经、教育、法律 、婚庆，艺术设计、房产家装、汽车交通、公益

意见：提高售后服务质量、导购态度需要改进、期待更加精致的工艺、要跟随潮流、官网感觉产品不齐全

**个人信息筛选：**

基本特征：性别、年龄、学历、职业、收入

行为特征：会员>>会员等级、消费频次、客单价、购买动机、信息渠道

非会员>>消费频次、客单价、购买动机、信息渠道

**个人详细信息：（除了消费记录其他都要有编辑功能-**可用鼠标悬浮灰色笔**）**

基本信息：姓名、性别、年龄、学历、职业、城市、会员编号、会员等级、微信号、手机号、QQ号

消费信息：会员积分、注册门店、注册时间、购买过的门店、生命周期阶段、满意度、信用度、推荐值、忠诚度、消费总额、消费次数、最近消费时间、信息渠道

【非会员的个人信息去--会员编号、会员等级、会员积分、注册门店、注册时间、生命周期阶段】

活动信息：

积分兑换记录：

标签：30岁、吃货、爱折扣、有车一族、有孩子、剁手党

沟通方式：短信、邮件

消费记录>>折线图表（纵轴>价格、横轴>时间 【点上要显示出 商品、价格、数量】）

动态记录：

来访记录（时间、来访目的：首饰保养）

电话记录（时间、通话时长、主要内容）

短信记录（时间、祝福短信、生日快乐 上面编辑框下对应的就是确认发送）

邮件记录（时间、主题、内容）

微信动态（时间、访问模块、时长）

销售计划：（计划时间、执行时间、周年庆、短信通知会员回馈活动）

相关联系人：（姓名、关系、手机号）

1. 生命周期

会员生命周期：会员生命周期时间走势（曲线图）、会员生命周期阶段占比（柱状图）、近7天新增会员走势（折线）、近7天人群流量走势（折线）、近7天成交量走势（折线图）

【备注：是近7天图表的日期都是可选的：一月、两月、一季度、半年、一年、自选时间】

产品生命周期：待定暂不做

1. 终生价值

【备注：针对的是高忠诚会员客户人群】**--此备注要写在页面上**

图表：高忠诚客户终生价值

（纵轴金额、横轴时间；历史当前潜在价值堆叠或者层叠）

表格明细：姓名、会员编号、历史价值、当前价值、潜在价值

1. 工作圈

个人信息【此处指的是用户信息】姓名、性别、年龄、工号、手机号、微信号、职位、负责范围、入职日期、开业日期、门店地址、主营品牌

发布动态【内容-对应时间 与个人信息中动态记录类似】

市场营销活动

联系人

店员

客户关怀【备注：过去的日期灰色显示】

设置

账号密码修改

部门和用户设置

公司组织架构、用户列表、查询、新增用户（姓名、性别、手机号、职位、邮箱、角色、主管、主部门、辅部门）

角色和权限设置

公司角色、操作权限、数据权限、字段权限

客户-权限：查看客户、新增客户、编辑客户、删除客户、导出客户、导入客户

设置权限：部门和用户设置、

角色和权限设置（查看公司或门店信息、编辑公司或门店信息）

自定义产品字段设置、

公司或门店信息设置【备注：店长可以修改自己门店的地址】

安全设置（账户密码设置、日志查询）

自定义产品字段：【备注：参考Excel珠宝品类细分】

公司或门店信息：公司logo、

公司名称、

企业简称、

所属行业（所属行业选择：电信、教育、高科技、政府、制造业、服务业、能源、零售、媒体、娱乐、咨询、金融、公共事业、非盈利事业、其他）、

所在地区【备注：可选】

公司地址、

门店地址、

公司规模（<10人、10-20人、20-50人、50-100人、100-500人、500以上）

门店规模（<5人、5-10人、10-20人、20人以上）

安全设置：密码规则设置

日志查询