**About Job 03 : Customer Profile Analysis - 1**

How to define customers in retail industry

如何定義何謂消費者──以零售產業為例？

其他產業並不清楚，但根據有限的實體零售業經驗，一開始在定義什麼算「消費者」上踩了許多坑，何謂消費者？直覺上為給定一段時間內在門店有消費紀錄的人。

然而這邊會遇到的第一個坑是：商品類別。商品包含：實體商品、服務以及其他不知所以的東西，有些算業績，而有些不算，像是根據年度業績報表只算實體商品，但有時通路的臨時需求又希望看到「實體商品 + 服務」的業績，此時如果有人只有買服務而沒有實體商品呢？(例如2019年12月買了冷氣，2020年1月加附了安裝費)，又或只買了不算進業績的實體商品呢？(有時候購買店內附設飲料店的奶茶不算進業績)，根據上述較為狹義的消費者應該為：

以為這樣就結束了嗎？當然沒有，第二個坑是退換貨，一般公司的訂單紀錄資料庫若有退換貨，原則上是根據退換貨的日期新增一條負向紀錄，如果要排除退換貨則是：

不過實務上這樣處理起來實在太麻煩了，為了要比對「只有退換貨記錄的人」

，必須查詢最底層的明細資料，利用會員編號(或卡號)與發票號碼或甚至商品編號進行唯一值比對，導致效率低落，又或在解釋上這位顧客的確「有到店」，有與實體門店進行互動，若是排除掉這部分的人，同時也會排除掉這份資訊，因為個人大多使用：

輕鬆、簡單、方便，而且人數比較多，通路也比較開心。