
小测试

一、项目名称：电商行业用户画像分析报告

二、项目背景：某线上母婴平台发现最近一年各类营销活动的效果不佳，且总体销售额没有明显的增长。据了解，以往的营销活动面向所有用户，部分用户无论有无营销活动均稳定的消费，而有些用户很长时间未消费可能已转变为流失人群。

三、分析目的和价值

平台逐渐意识到用户分类的重要性。实现用户分类后，可针对不同用户实施组合促销、会员卡充值、满减等营销活动。

四、分析要求

1. 以 2019 年 8 月 3 日为分析时点统计每个用户的 R 值、F 值、M 值
2. 运用平均值作为 RFM 各维度对应高低程度的判断值
3. 使用判断函数或查找函数划分出不同的用户类别
4. 针对不同用户给出不同的运营策略建议
5. 交付物为 word 或 pdf 形式的报告

五、数据说明

作业中提供的数据为 2019 年 1 月至 7 月某母婴电商平台的销售数据，其中，流水号为购物篮编号，一次购物产生一个购物篮编号，一个购物篮内可添加多个商品。

注：R、F、M 每个维度下划分为两个程度，用户分类如下表

类别	R	F	M
重要价值用户	高	高	高
重要发展用户	高	低	高
重要保持用户	低	高	高
重要挽留用户	低	低	高
一般价值用户	高	高	低
一般发展用户	高	低	低
一般保持用户	低	高	低
一般挽留用户	低	低	低

