**任务一：**

一是通过对卷烟社会存销比、动销率、库存周转率、条包比例、单笔销售额5个指标的监控，构建市场预警模块和响应机制，掌握市场消费特征消费趋势变化和调整营销决策。

指标：

存销比 = 月末库存金额 / 当月销售额

动销售率 = 本月已销品牌数 / 店铺经营的商品总品种数（数据缺失，用90%模拟）

库存周转率 = 该期间的出库总金额 / 该期间的平均库存金额

条包比例 = 条笔数 / 包笔数

单笔销售额 = 总销售额 / 总销售笔数

~~销售波动率 = 衡量销售数据波动程度~~

~~笔均销量 = 总销量 / 总销售笔数~~

预警：

指标平均值波动超过25%

测试使用的数据是现代终端2,3月数据

**任务二：**

二是围绕客户的基础信息、主销规格、品牌宽度等5类数据，全面掌握、准确诊断客户经营情况，提供针对性经营指导。

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 指标分类 | 指标内容 | 权重 |
| 基础信息 | 总购进量 | 0.1979 |
| 销售金额 | 0.1527 |
| 市场类型 | 0.0596 |
| 商圈类型 | 0.0842 |
| 经营业态 | 0.1204 |
| 主销规格 | 一二类烟销量 | 0.1343 |
| 一二类烟销售金额 | 0.1336 |
| 销售额同比增长率 | 0.0858 |
| 品牌宽度 | 品牌宽度 | 0.0465 |
| 客户信用 | 信用等级 | 0.0034 |
| 信用得分 | 0.0728 |
| 客户规范度 | 卷烟陈列面积 | 0.0571 |
| 电子结算成功率 | 0.0132 |
| 是否是现代终端 | 0.0253 |
| 卷烟价格执行情况 | 0.0139 |
| 配合程度 | 0.1405 |