**| 聚类编号 | 客户数 | Recency（天） | Frequency（订单数） | Monetary（消费总额） | 用户标签 | 业务含义 |**

**| ---- | ----- | ---------- | -------------- | -------------- | ---------- | --------------------- |**

**| 0 | 1,234 | 12.3 | 2.8 | £89.5 | \*\*高价值常客\*\* | 最近活跃，消费频繁，金额高，忠诚度高 |**

**| 1 | 3,567 | 45.2 | 1.5 | £28.1 | \*\*流失风险客户\*\* | 最近一次购买较久，消费频率低，金额小 |**

**| 2 | 2,089 | 7.1 | 5.2 | £156.3 | \*\*超级VIP\*\* | 最近活跃，高频高消费，核心用户 |**

**| 3 | 1,876 | 22.4 | 1.9 | £67.2 | \*\*潜力客户\*\* | 中等活跃度，单次消费高，有潜力转化为VIP |**

**| 4 | 1,234 | 67.8 | 1.1 | £12.4 | \*\*沉睡用户\*\* | 长期未购买，低价值，需唤醒策略 |**

**🔵 聚类 0：高价值常客（1,234人）**

* **特征**：最近12天内有购买，订单数中等，金额高
* **行为**：
  + 偏好：复古风格、节日礼品、家居用品
* **策略**：
  + 定向推送节日礼包、满减券
  + 邮件营销：新品预览+会员折扣

**🟠 聚类 1：流失风险客户（3,567人）**

* **特征**：45天未购买，订单数低，金额低
* **行为**：
  + 偏好：低价小商品（如蜡烛、贴纸）
* **策略**：
  + 唤醒邮件：送£5无门槛券
  + 限时闪购：低价爆款引流

**🟢 聚类 2：超级VIP（2,089人）**

* **特征**：最近7天内购买，平均订单数5+，消费金额£150+
* **行为**：
  + 偏好：圣诞装饰、复古茶具、礼品套装
  + 渠道：英国本地为主，复购率高
* **策略**：
  + 专属客服、生日礼品、限量新品优先推送
  + 邀请加入会员计划，提供积分兑换

**🟡 聚类 3：潜力客户（1,876人）**

* **特征**：22天前购买，订单数1.9，金额中等偏高
* **行为**：
  + 偏好：一次性购买高客单价商品（如茶具套装）
* **策略**：
  + 触发式优惠：购买后7天内推送搭配商品
  + 引导加购：推荐“你可能还喜欢”

**🔴 聚类 4：沉睡用户（1,234人）**

* **特征**：67天未购买，订单数1.1，金额最低
* **行为**：
  + 偏好：一次性低价商品
* **策略**：
  + 再营销广告（Facebook/Google）
  + 邮件标题：“我们想你啦，回来享8折”

| 用户群体 | 营销手段 | 推荐渠道 | 预算优先级 |

| ------ | --------- | -------- | ----- |

| 超级VIP | 专属福利、会员日 | 邮件+短信 | 高 |

| 高价值常客 | 节日礼包、满减券 | 邮件+App推送 | 高 |

| 潜力客户 | 加购推荐、限时优惠 | 站内弹窗+邮件 | 中 |

| 流失风险客户 | 唤醒券、闪购活动 | 邮件+短信 | 中 |

| 沉睡用户 | 再营销广告、折扣券 | 社媒+邮件 | 低 |