



第二十七节：必备模型及其应用（四）

主讲老师 侯梓熙



+++++

本节课程内容

RFM模型

1.什么是RFM模型

2.RFM三个参数的含义

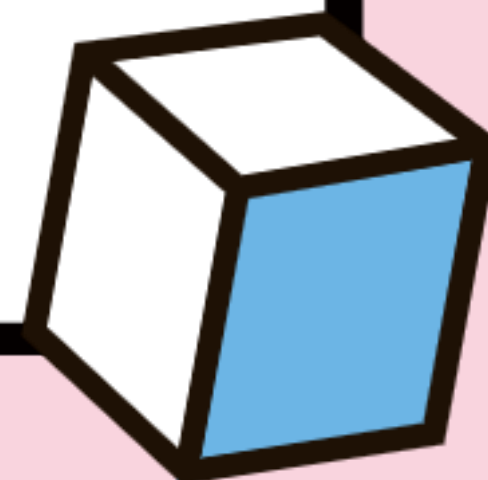
3.RFM对应的8中类型

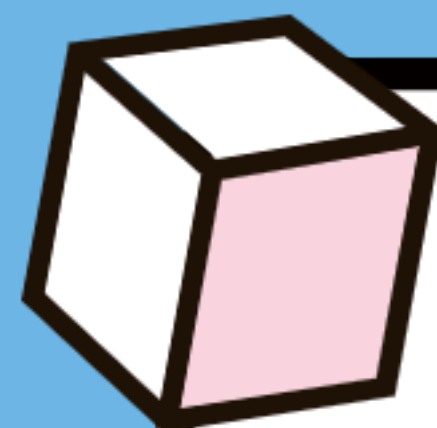
4.如何建立RFM模型

5.三个参数的影响因素和应用场景



RFM模型



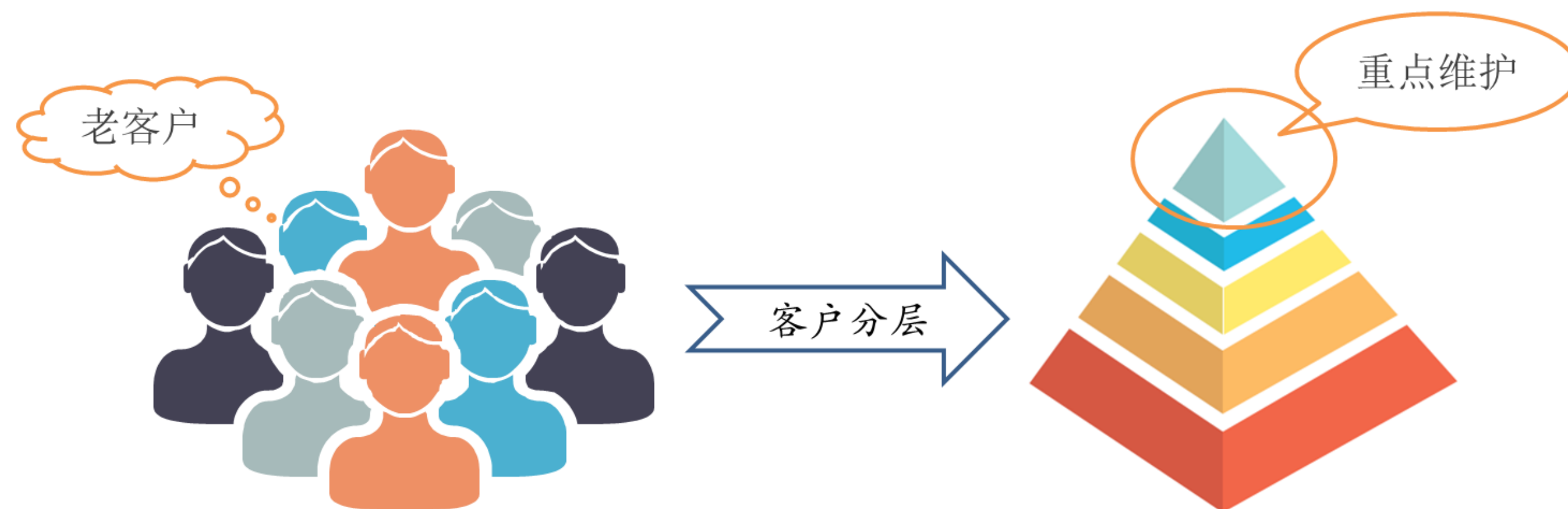


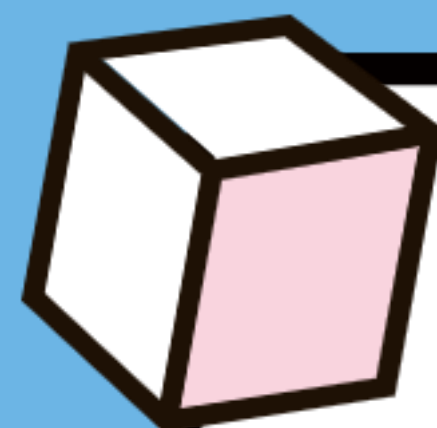
什么是RFM模型？



RFM模型是衡量客户价值和客户创利能力的重要工具和手段。在众多的客户关系管理(CRM)的分析模式中，RFM模型是被广泛提到的。该模型通过一个客户的近期购买行为、购买的总体频率以及花了多少钱3项指标来描述该客户的价值状况。

简单来讲是通过一定方法，将用户分为不同的类别，针对不同类别的用户提供差异化的营销内容和服务，实现精准营销，提高用户的留存率和复购率，增加公司整体营收。





RFM的含义

R (Recency)

客户最近一次交易时间的间隔。R值越大，表示客户交易发生的日期越久，反之则表示客户交易发生的日期越近。

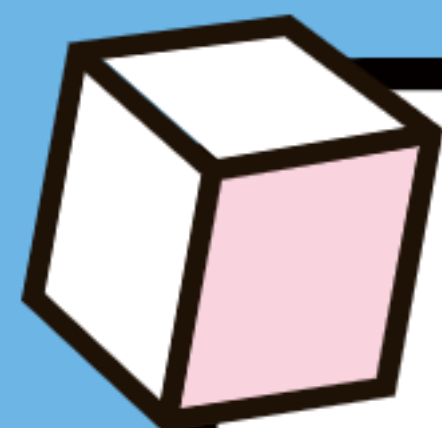
F (Frequency)

客户在最近一段时间内交易的次数。F值越大，表示客户交易越频繁，反之则表示客户交易不够活跃。

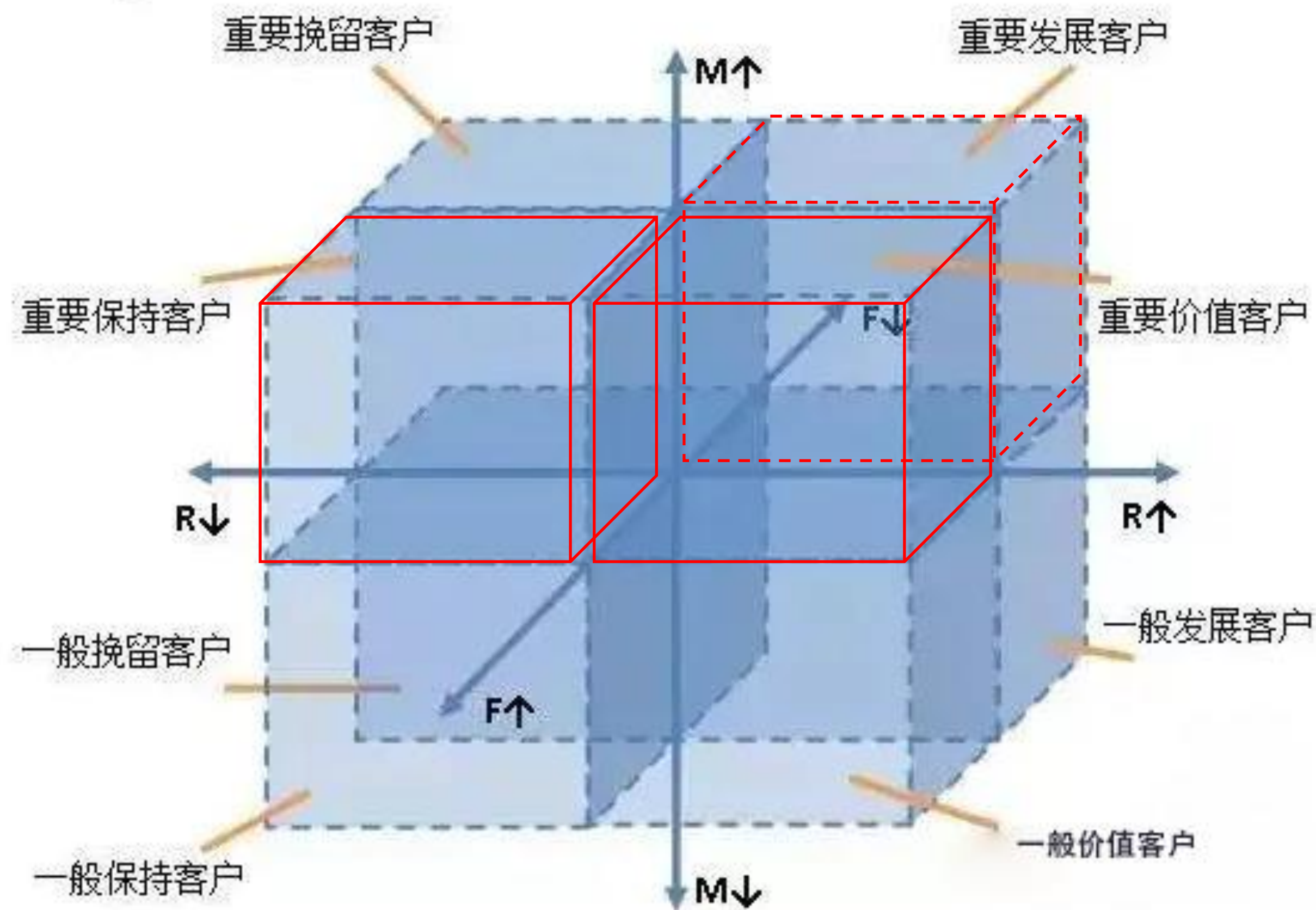
M (Monetary)

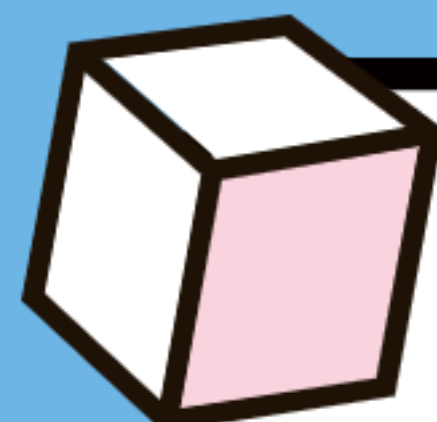
客户在最近一段时间内交易的金额。M值越大，表示客户价值越高，反之则表示客户价值越低。



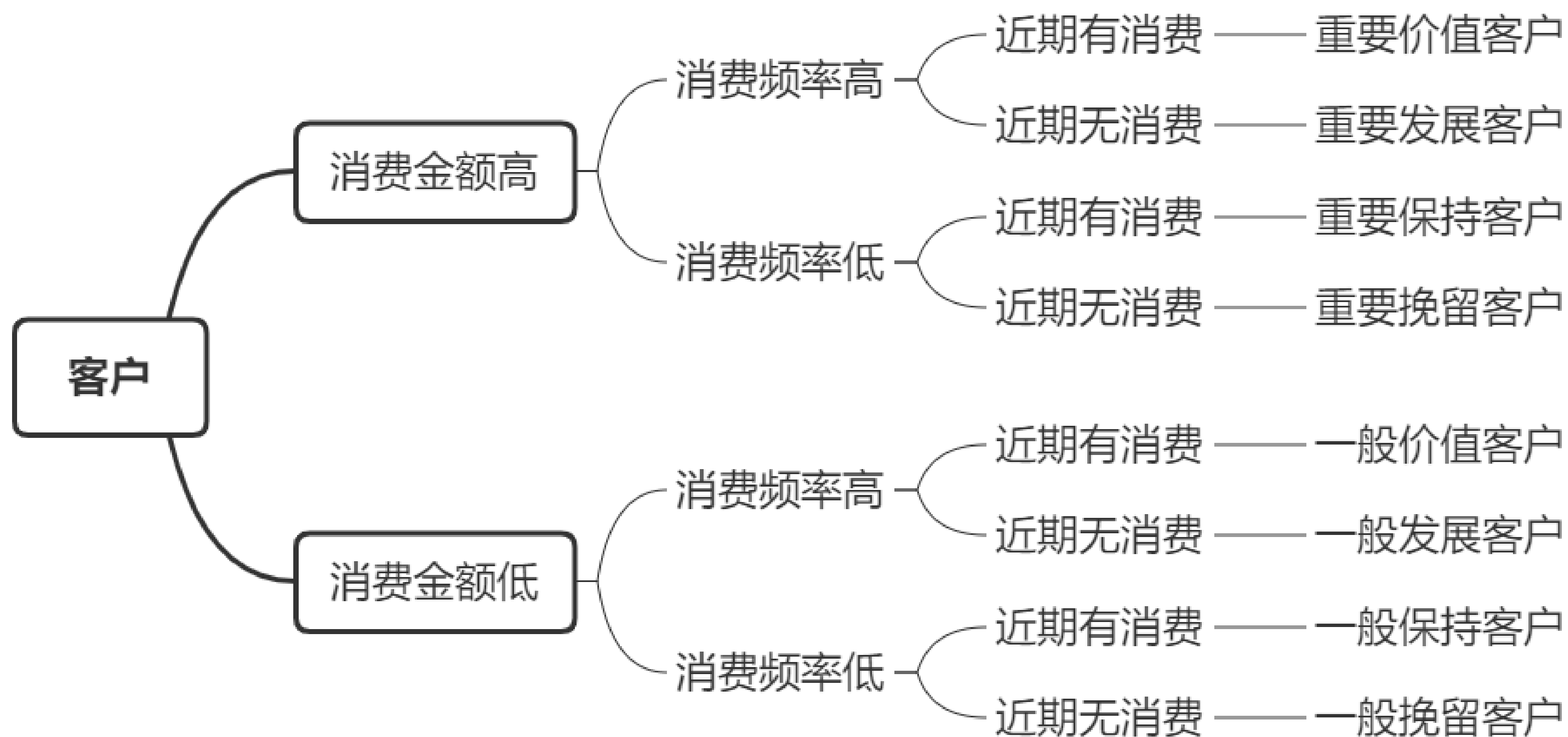


RFM模型

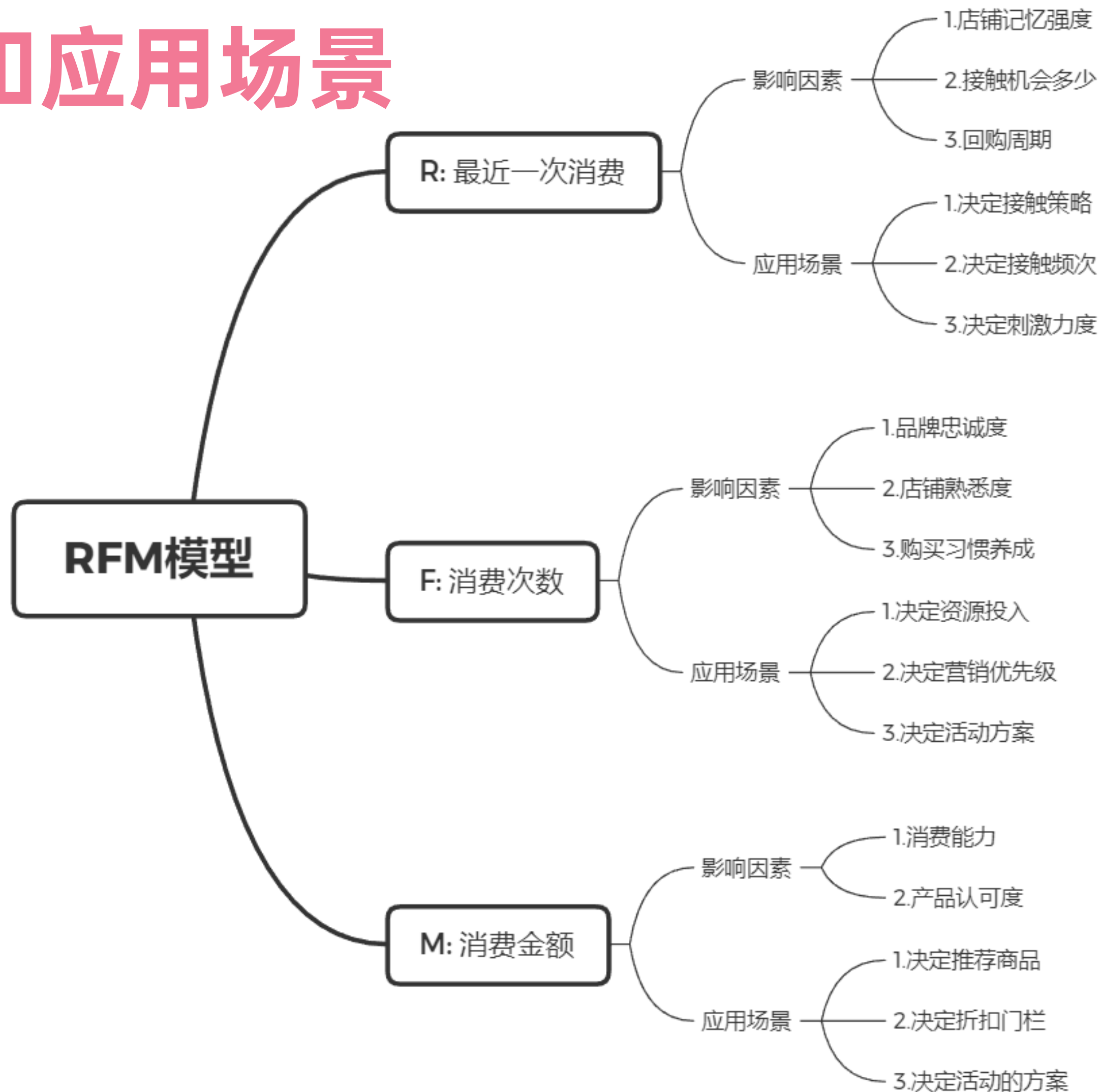




RFM模型的8种客户类型



影响因素和应用场景



本节课程回顾

RFM模型

1.什么是RFM模型

2.RFM三个参数的含义

3.RFM对应的8中类型

4.如何建立RFM模型

5.三个参数的影响因素和应用场景

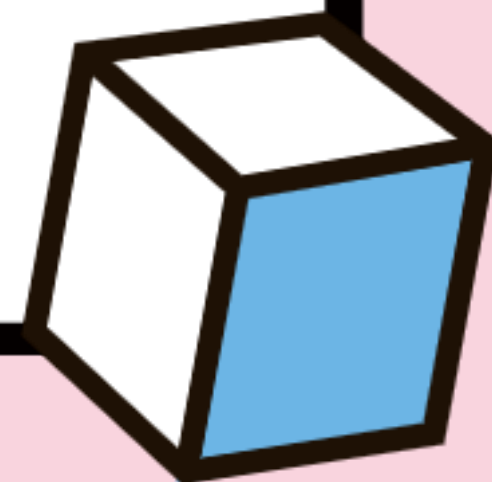
+++++



THANK YOU

感谢观看

主讲老师 侯梓熙



+++++