

客户类型	最近交易距离 当前天数 (黏性)	累计单数 (忠诚度)	累计交易金额 (收入)	对应货运圈的成员场景
重要价值客户	↑	↑	↑	RFM都很大，优质客户，需要保持
重要唤回客户	↓	↑	↑	交易金额和交易次数大，但最近无交易。需要唤回
重要深耕客户	↑	↓	↑	交易金额大贡献度高，且最近有交易。需要重点识别
重要挽留客户	↓	↓	↑	交易金额大，潜在的有价值客户。需要挽留
潜力客户	↑	↑	↓	交易次数大，且最近有交易。需要挖掘
新客户	↑	↓	↓	最近有交易，接触的新客户，有推广价值
一般维持客户	↓	↑	↓	交易次数多，但是贡献不大，一般维持
流失客户	↓	↓	↓	FM值均低过平均值，最近也没再发货相当于流失

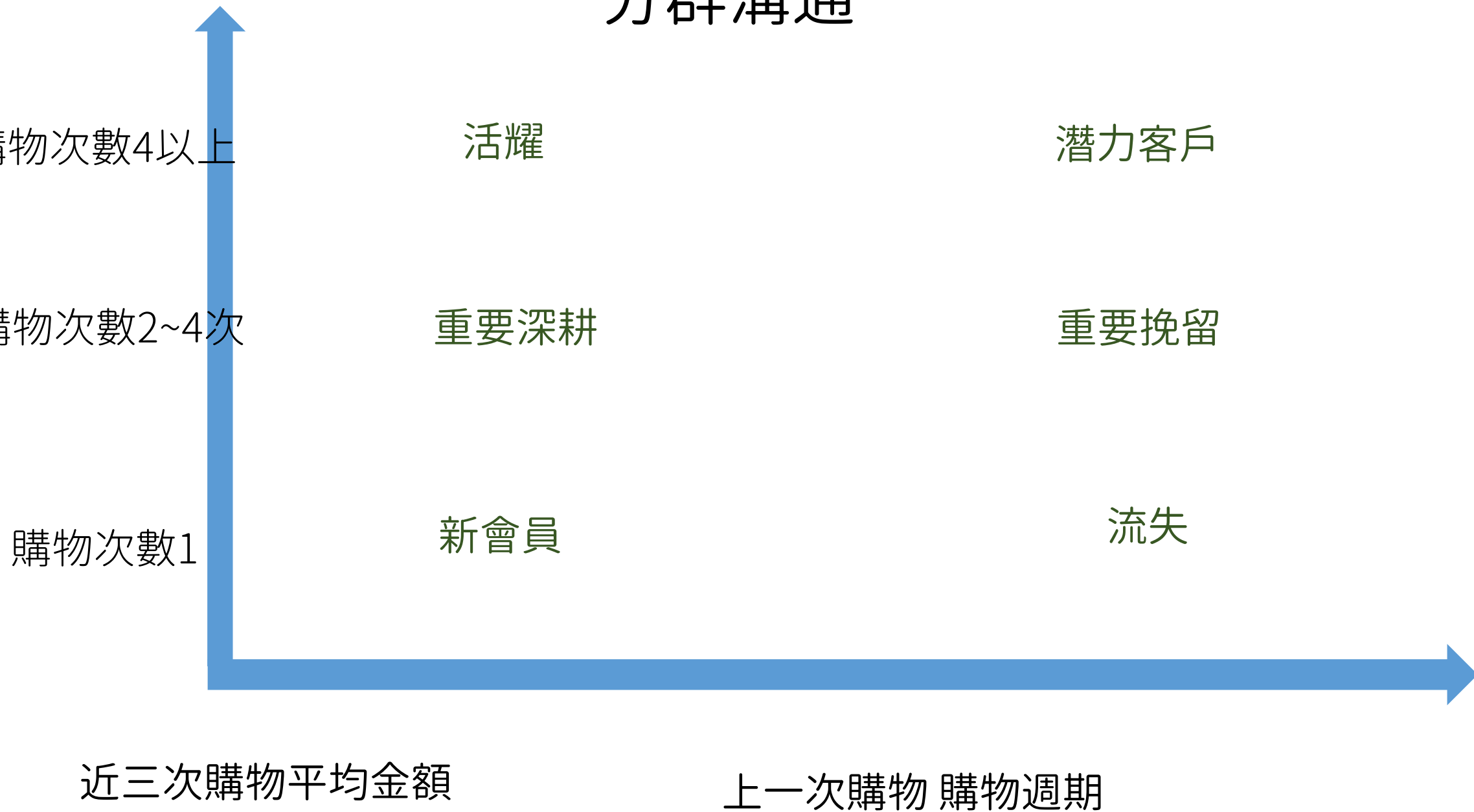
滿件折扣

			活躍	潛力客戶	重要深耕	一般維持	新會員	流失
實驗1			15件			4件		1件
	件數高到低 折扣一樣							
實驗2			9折			8折		75折
	折扣到低到高 件數一樣							
實驗3								
	折扣、件數一樣							

滿件折扣

			活躍	潛力客戶	重要深耕	一般維持	新會員	流失
實驗1		件數高到低折扣一樣		件數高到低折扣一樣	折扣、件數一樣			
實驗2								
實驗3								

分群溝通

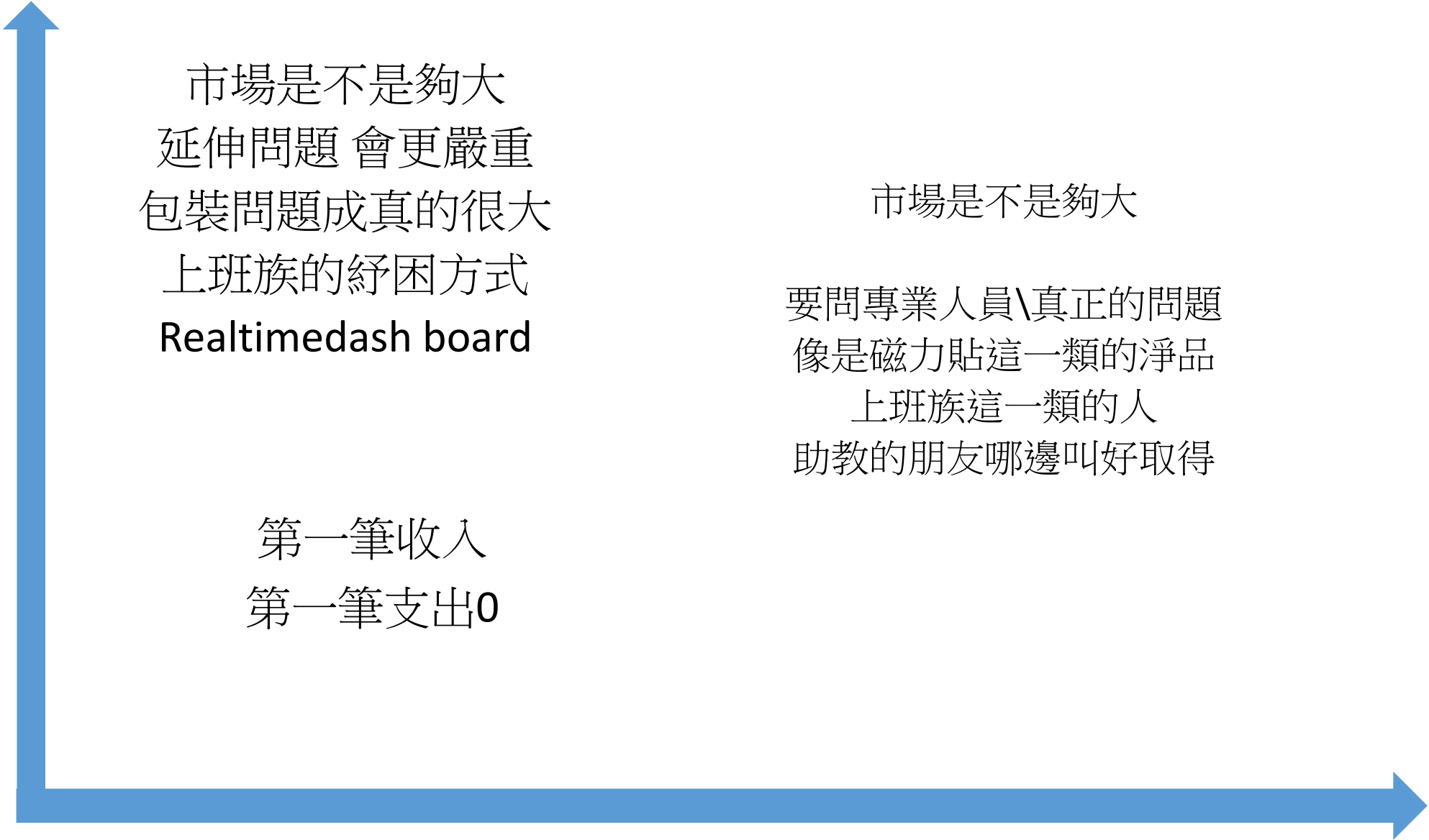


購物週期

- 最近4次購物間格平均
- 近兩次購物時間間格平均
- 不足4次以3次計算平均
- 不足3次以2次計算平均
- 抓其中一個變數換掉到達葉面

推播&折價卷 為了知道RFM參數設定

- 任選優惠價
 - 滿件打折
 - 滿件折現
 - 滿額打折
 - 滿額折現
 - 滿額贈
- 我想知道
 - 週期 應該如何訂定
 - 前幾次消費的周間平均
 - 頻率關係
 - 平率高低可知何時該打和商品
 - 金額
 - 幾次消費的平均



市場是不是夠大
延伸問題 會更嚴重
包裝問題成真的很大
上班族的紓困方式
Realtimedash board

第一筆收入
第一筆支出0

市場是不是夠大

要問專業人員\真正的問題
像是磁力貼這一類的淨品
上班族這一類的人
助教的朋友哪邊叫好取得