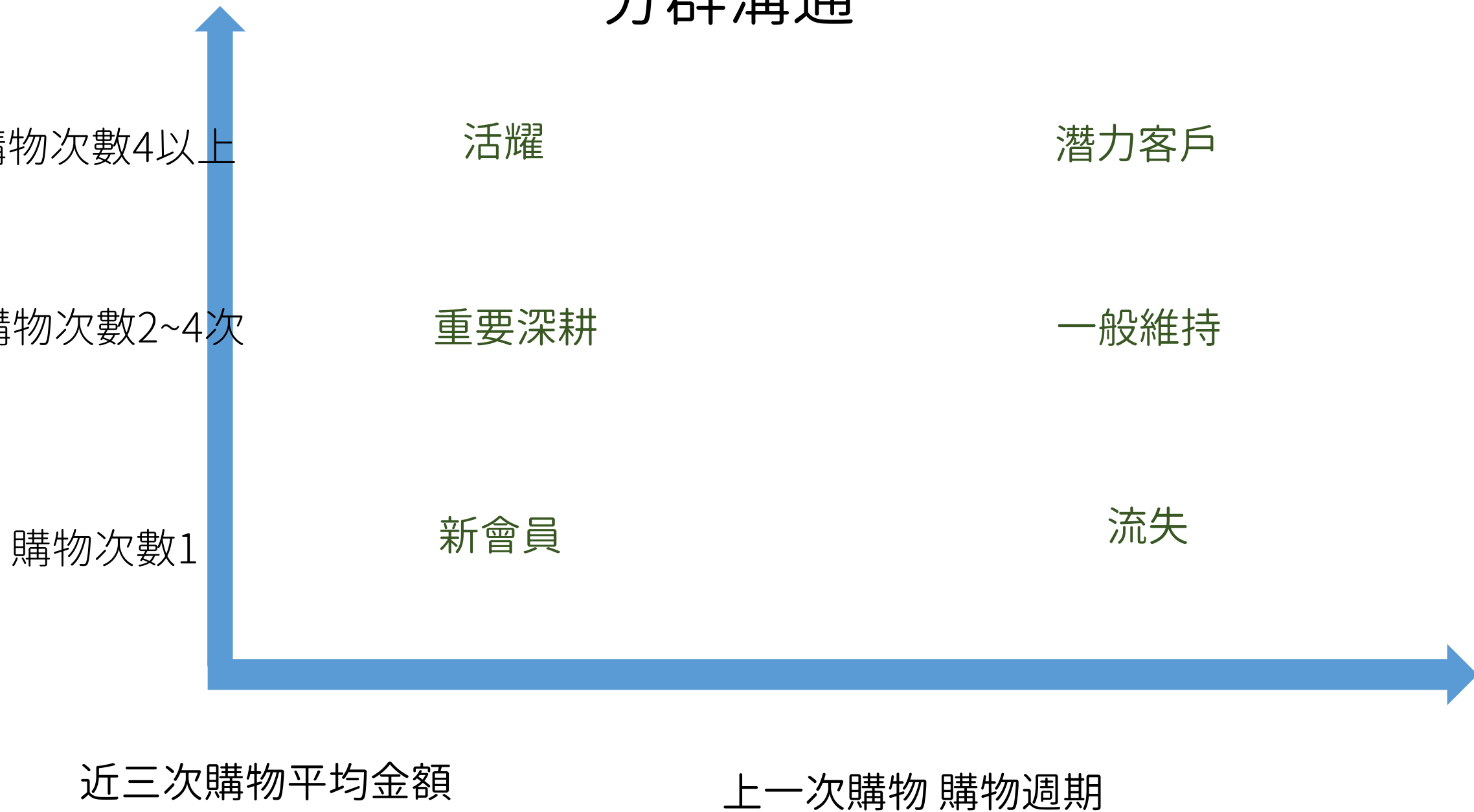


客户类型	最近交易距离 当前天数 (黏性)	累计单数 (忠诚度)	累计交易金额 (收入)	对应货运圈的成员场景
重要价值客户	↑	↑	↑	RFM都很大，优质客户，需要保持  交易金额和交易次数大，但最近无交易。需要唤回  交易金额大贡献度高，且最近有交易。需要重点识别  交易金额大，潜在的有价值客户。需要挽留
重要唤回客户	↓	↑	↑	
重要深耕客户	↑	↓	↑	
重要挽留客户	↓	↓	↑	
一般维持客户	↓	↑	↓	交易次数多，但是贡献不大，一般维持  FM值均低过平均值，最近也没再发货相当于流失
流失客户	↓	↓	↓	

滿件折扣

			活耀	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							

# 分群溝通

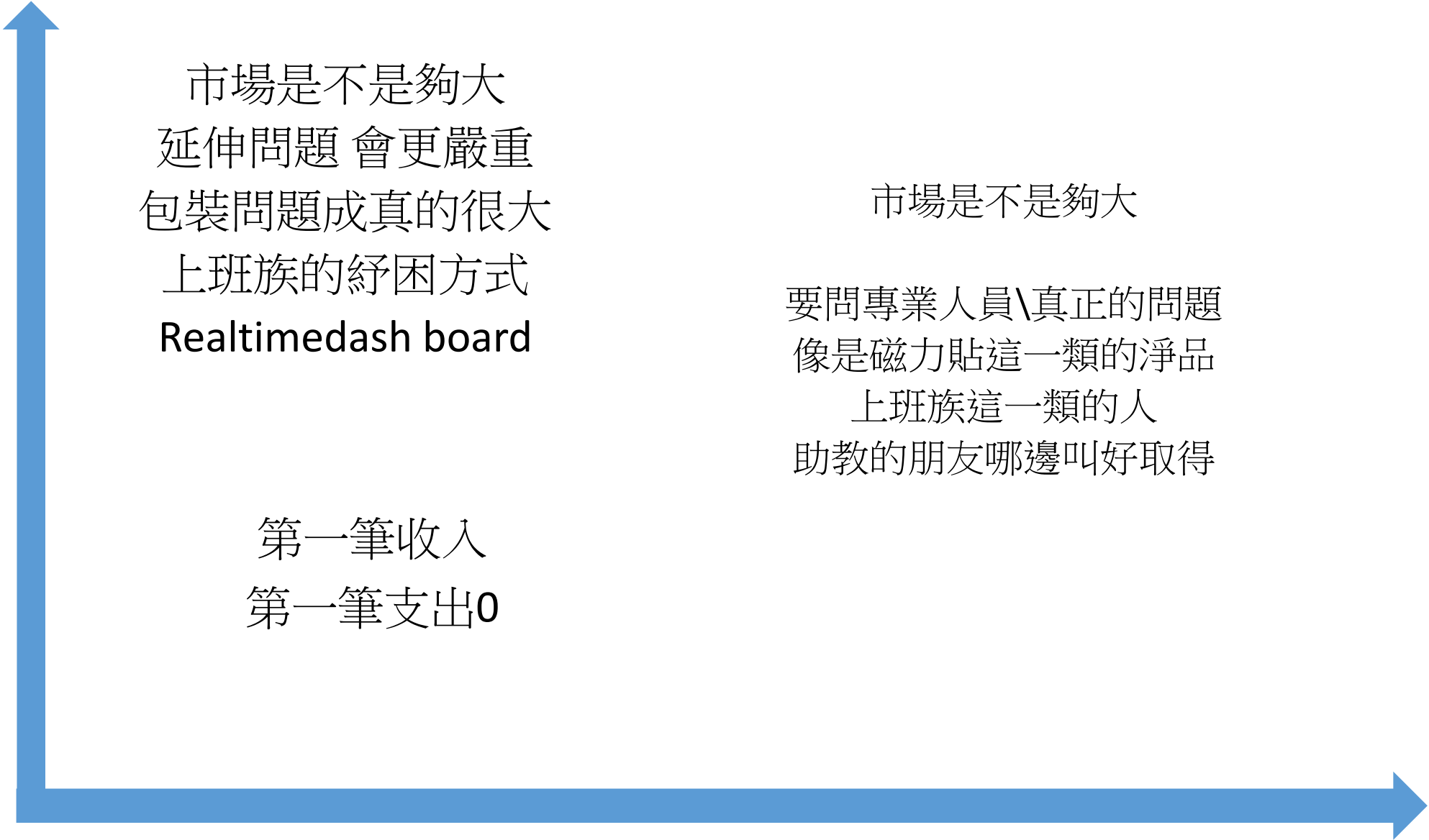


# 購物週期

- 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