1. 总体

人群特征（现在只有属性特征），还可以加行为特征

商户：六个餐厅，气泡，（大小按人流）

是否可以加入商户的数据？

1. 1.单日客流量，一周变化情况

影响：周末，节日，天气

2.高峰期时间—人流分析（选哪个餐？）

得到一个最高峰的时间点（早上中午和晚上），做适度引申

（还有平均等候时间，平均就餐时间）

这部分我还要再重做，@沈，你先跳过

二点五. 过度段落

TBD 有点突兀

1. 笼仔饭的困境

3.1 困境介绍，见后面的表（流量和营业额）

3.2 分析问题所在

『价格』

『销售策略』?这个有点扯

『客户满意度』（回头客）

See data in spend\_amount\_per\_perchase\_lunch\_dinner.csv

控制变量：特色饭类，四餐二楼西面

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | 流量 | 营业额 | 人均消费 | 价格区间 |
| 笼仔饭 | 9983 | 100097 | 10.0 | 9-14 |
| 粉面饭 | 15972 | 166316 | 10.4 | 7-19 |
| 烧腊饭 | 24111 | 181496 | 7.5 | 9-11 |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 曲线模式 | 销售模式（基于曲线模式猜的） |  |  |  |
| 单峰 | 套餐 |  |  |  |
| 曲线 | 组合 |  |  |  |
| 单峰 | 套餐 |  |  |  |

关键点：如何连蒙带骗的说明烧腊饭的流量是因为消费水平低带来的（人均消费），粉面饭的流量是因为选择余地更多带来的（销售模式）

说明这个问题请见gen/spend\_amount\_per\_perchase\_lunch\_dinner\_graph的图

图中显示了3种典型价格-人流曲线

1. 平缓型（sheet1左）
2. 尖峰型（一个或两个峰，由单点组成）sheet1右
3. 多峰型（峰缓增速降-见sheet0）有可能只有缓增或只有速降 -见sheet1下

注：有些情况下2或3比较难区分，不要在意这些细节

素材：

交大人最愿意接受的饭菜价格：7元

交大人能忍受的饭菜最高价格：13元

最后是回头客分析： 数据见gen\visit\_freq文件夹

毫无疑问，笼仔饭又是最差的….

Visit\_freq.csv 是所有店的消费次数分布，我觉得可以提一下呈幂率分布这件事，要不要画幂率曲线，高大上一点？？

Alpha值主要分布在1.5-2，见visit\_freq\_power\_law…csv，其实没什么用 - -

这里对消费次数分布再做了一次提取

见visit\_freq\_statistic.csv

直接show给你

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | 1 | 2～3 | 4：9 | 10～29 | 30～150 |
| 笼仔饭 | 2653 | 1204 | 488 | 128 | 5 |
| 粉面饭 | 1954 | 1323 | 972 | 333 | 15 |
| 烧腊饭 | 3738 | 2457 | 1504 | 401 | 19 |
| SUM | 1 | 2～3 | 4～9 | 10～29 | 30～150 |
| 4478 | 0.592452 | 0.26887 | 0.108977 | 0.028584 | 0.001117 |
| 4597 | 0.42506 | 0.287796 | 0.211442 | 0.072439 | 0.003263 |
| 8119 | 0.460402 | 0.302623 | 0.185244 | 0.04939 | 0.00234 |

发现笼仔饭59%的人吃了一次没吃过第二次，

吃4～9次的人的比率是同类的一半，>10次的就更少