**資料統計內容：**

整體銷售趨勢統計及預測：

不同部分區分：會員部分與非會員部分、品類、節日；

統計維度：銷售單數、商品件數、實收額度、總額度、會員數。

會員：

本身屬性：性別、年齡、擁有車、地區；

消費特性：消費天數、消費單數、消費商品件數、最近消費、消費額度、消費品類；

權益：會員卡等級、優惠券。

品類專櫃：

銷售狀況：銷售額度、面積、消費單數。

微信綁定關注

**資料分析：**

整體銷售趨勢統計及預測：

時間序列

會員：

A，不同本身屬性的消費特性差別(地區、年齡、性別、擁有車)；

B，不同時間節點最後消費時間、平均間隔天數、最後消費間隔天數在平均間隔天數中的;

C，會員的單量與額度總量：

單量不成對數正態，額度成對數正態；單量的變化值收到單一的影響因素，額度的變化值受多種的影響因素。

專櫃：

1. 單量與額度，同品類間，不同品類間的對比：

同品類間的不同牌子突出品牌優勢

1. 專櫃的關聯性別，購買a品牌同時購買b品牌的可能性分析；

節日效應：

A，人流、销售额預測

活动效应：

P值與近一月內是否再次消費的概率

**資料收集及存儲方式：**

整體銷售趨勢統計及預測：

**資料統計方式：**

主體A的B屬性增加量XB做二項選擇，A的個數NA關於XB正態分佈