

agent分析思路

角色	角色定位/目标	分析结构	核心指标参考
门店店长	门店经营责任人、团队管理者、现场指挥官 完成销售目标、提升团队效率、保障客户体验与现场运营顺畅	核心概览	销售额、销量、客单价、转化率、毛利、损耗率
		消费者及导购效能	客流量、进店率、新客数 vs 老客数、会员渗透率（当日）、导购个人销售额、转化率排名
		商品结构分析	品类数量、品类贡献率、战略品销售额、品类交叉销售率、缺货SKU数（影响销售）、滞销商品库存、促销商品动销率、退货商品类型分布
		门店日常管理	试穿次数、试穿转化率、坪效、时段销售分布
		专题预警	客户流失预警（未回购天数）、断码断货预警
导购 （销售人员）	一线成交执行者、客户关系建立者 完成个人销售任务、提升提成收入、获得客户认可与好评	个人业绩	销售额、人均销售额、销冠销售额、转化率、连带率
		销售拆解	品类数量、品类贡献率、战略品销售额、品类交叉销售率、时段销售分布
		专题预警	客户流失预警（未回购天数）、断码断货预警
总部高层 （CEO/总经理/高管）	企业战略决策者、资源调配者、全局绩效负责人 实现可持续增长、保障盈利能力、推动战略落地、提升组织健康度	经营成果	销售额、毛利率、全渠道GMV、达成率、毛利、损益率、费用率、成本健康度
		客户经营	会员数、会员渗透率、新客户数 vs 老客户数、客户流失率、复购率、客群结构（高价值客户占比）
		增长质量	全渠道GMV、新品销售占比、战略品达成率、渠道贡献度变化、滞销SKU占比
		终端效能	坪效、渠道协同效应指数、全渠道客户占比、区域门店效能对比、员工人效top（人均产出）
总部运营 （含商品/供应链、区域运营分析）	商品生命周期管理者、流程优化者、区域绩效推动者	商品表现	SKU动销数、滞销SKU数量、新品数量、件单价、销售数量、销售金额、转化率、坪效、毛利率（按品类）

	实现商品高效流转、 库存健康、门店运营 标准化与执行力提升	品类策略	品类数量、品类贡献率、战略品销售额、品类交叉销售率、品类满意度评分
		采购与库存	库存数量、库存周转率、滞销SKU占比、库龄结构、缺货率、缺货次数、调拨数量、到货次数
		区域运营	客流量、进店量、转化率、坪效、人效、服务响应时效、导购连带率、销冠转化率
会员运营 (CRM/私域团队)	客户生命周期管理者、复购引擎建设者 提升会员活跃度、留存率、LTV（客户生命周期价值）与私域资产沉淀	会员规模	会员数、新增会员数、复购率、渗透率
		活跃与忠诚	会员购买次数、客户流失率、会员RFM分层（高/中/低价值）、会员购买频次、沉默会员数、跨渠道会员活跃度、会员推荐率（NPS）
		价值贡献	私域客单价、会员GMV占比、会员毛利贡献
		渠道融合	跨渠道客户数、全渠道客户占比
渠道管理 (代理商/分销/多渠道)	渠道生态建设者、合作伙伴管理者 拓展渠道网络、管理代理商绩效、促进渠道协同、避免冲突	渠道规模	代理商数量、代理商覆盖区域、渠道GMV、销售额/量
		渠道绩效	渠道转化次数、代理商贡献率、渠道毛利率、代理商佣金返利、渠道费用率
		协同效率	代理商数量、星级分布、代理商覆盖区域密度、跨渠道客户数（线上线下互通）、渠道客户复购率、调拨数量、到货次数（供货及时性）
		健康度	渠道贡献度变化、缺货率（渠道侧）、渠道专供品销售表现、退货率
电商运营	线上增长引擎、流量转化专家 提升线上GMV、优化转化率、降低获客成本、反哺全渠道	电商概览	访问量（UV）新客户数（线上）、转化率、线上GMV、退货率、毛利率（线上）、客单价、
		转化效率	转化率、加购率、支付成功率、退货率
		销售分析	成交金额、成交单数、客单价、销售数量、新品销售占比、门店TOP商品占比（线上爆款）、复购率（线上）
		平台质量	平台佣金、缺货率（影响发货）、平台佣金、物流成本