

肯驛國際叫車吧提升客戶使用率專案

專案目標

從肯驛集團導流更多新客到叫車吧以提升總體「機場接送」服務的使用率

從數據發現

肯驛國際母集團與叫車吧的**客戶重疊率低**

肯驛集團與叫車吧**聲量差距大**

關鍵決策欄位資料大量缺失

不同人數客群的接送服務型態有顯著差異

方法與建議

透過現有資料模擬
關鍵欄位作為決策
判斷基準

設定分眾行銷
策略與成效並
設立成效指標
以便追蹤

單人客

來回率較低，推出來回訂購優惠方案以
提升來回率

雙人客

因現有策略發展良好，故維持現有客群
行銷與保留策略

團體客

秋冬交接之際為淡季，透過非價格誘因-
熱飲兌換方案**刺激淡季團體預訂**

提升叫車吧與肯驛國際在客戶心中的連結度

SEO優化、提升品牌標誌連結性

負責項目

1. 負責使用Python針對企業內百萬筆資料進行清理、分析、視覺化等
2. 發現肯驛母集團與叫車吧客戶重疊率低，且叫車吧聲量較競品低 **70%**，提出品牌聯結策略獲業主認可