

---

# 零售業的數據運用

---

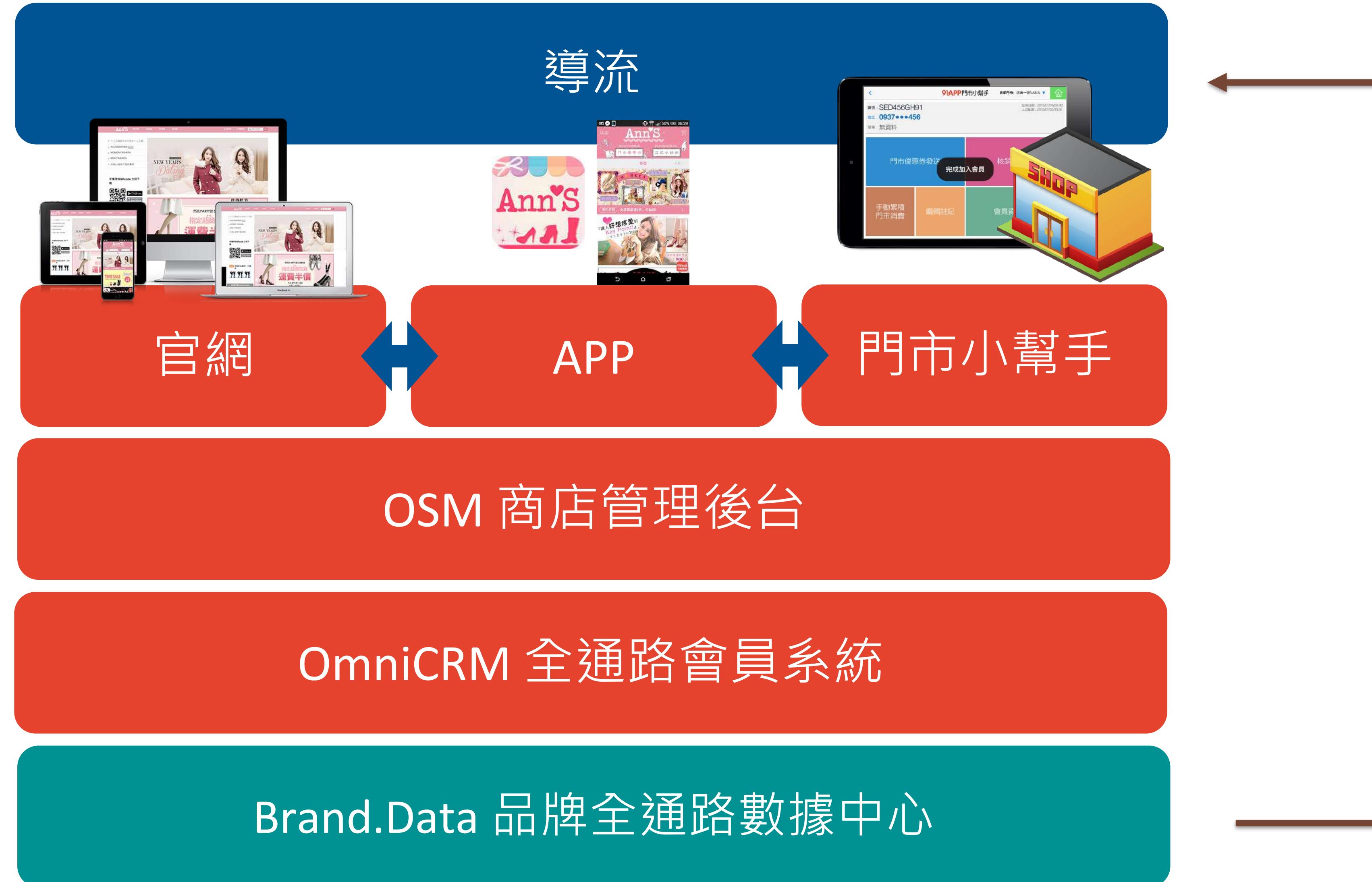
91APP 產品長 李昆謀

**91APP**

品牌新零售專家

# 91APP 品牌新零售解決方案

91APP



# 品牌專屬購物APP

91APP

中華電信 09:21 21% Timberland

門市優惠券 最新動態 人氣商品 折扣活動

Timberland 45 YEARS - NEVER MISSED A BEAT.

45週年品牌月 全館消費  
滿\$5500 現折\$500  
滿\$11000 現折\$1000  
部分商品除外

首頁 我的收藏 購物車 搜尋 會員專區

中華電信 09:21 20% 商品分類

Timberland 男款深咖啡色全粒面皮革 Cross Mark 鞋 | A1T...  
\$6,900

Timberland 男款小麥黃正絨面皮革 Cross Mark 鞋 | A1TQA2...  
\$6,900

Timberland 男款黑色正絨面皮革 Killington 運動靴 | A1TP2...  
\$5,900

Timberland 男款黑色淺口運動靴 | A1TLW015  
\$3,900

首頁 我的收藏 購物車 搜尋 會員專區

中華電信 09:22 20% 購物車

確認購物車 > 付款與運送方式 > 資料填寫

Timberland 男款黑色正絨面皮革 Killington 運動靴 | A1TP2001  
US7

1 + 折扣後 \$5,400 省 \$500

已符合 45週年品牌月滿額現折  
不適用折價券

已符合折扣活動  
滿額折扣 滿\$5,500現折\$500...  
45週年品牌月滿額現折  
折扣 \$500 >

未符合折扣活動  
滿額贈禮 滿\$5,500送贈品  
10月Special Gift滿額贈  
再湊\$100送贈品 >

折價券 購物車內的商品皆不適用折價券

1 項商品  
商品金額小計: \$5,900  
滿額滿件折扣: -\$500  
折價券: -\$0

下一步

中華電信 09:22 20% 付款與運送方式

確認購物車 > 付款與運送方式 > 資料填寫

付款方式

信用卡一次付清

信用卡3期0利率 每期\$1,800 9家銀行

信用卡6期0利率 每期\$900 9家銀行

信用卡12期0利率 每期\$450 9家銀行

LINE Pay 可用LINE Points點數折抵

ATM付款 帳號將於訂單送出後提供

運送方式

最低運費

宅配 宅配 免運 免運

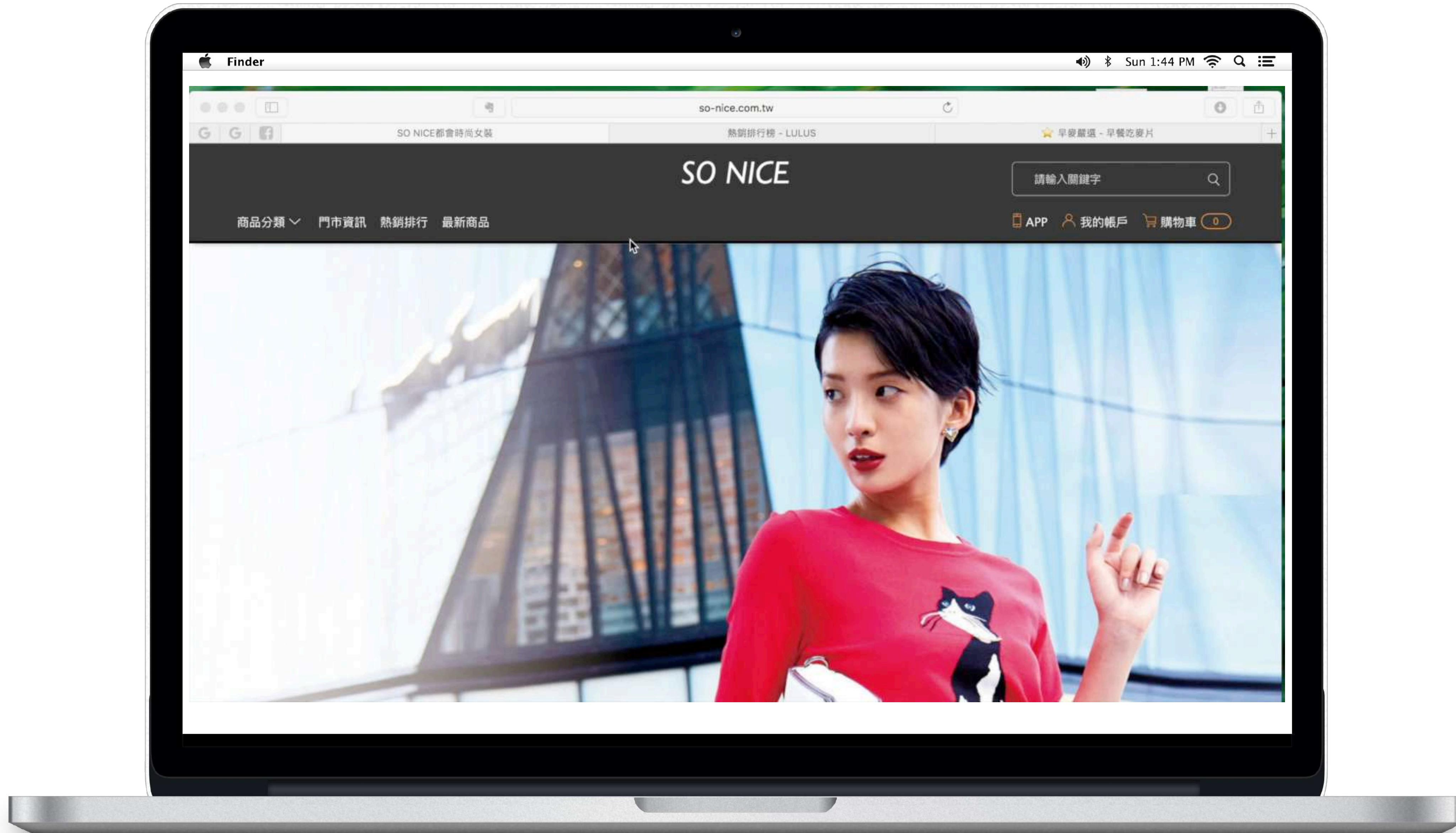
下一步

活動

商品展示

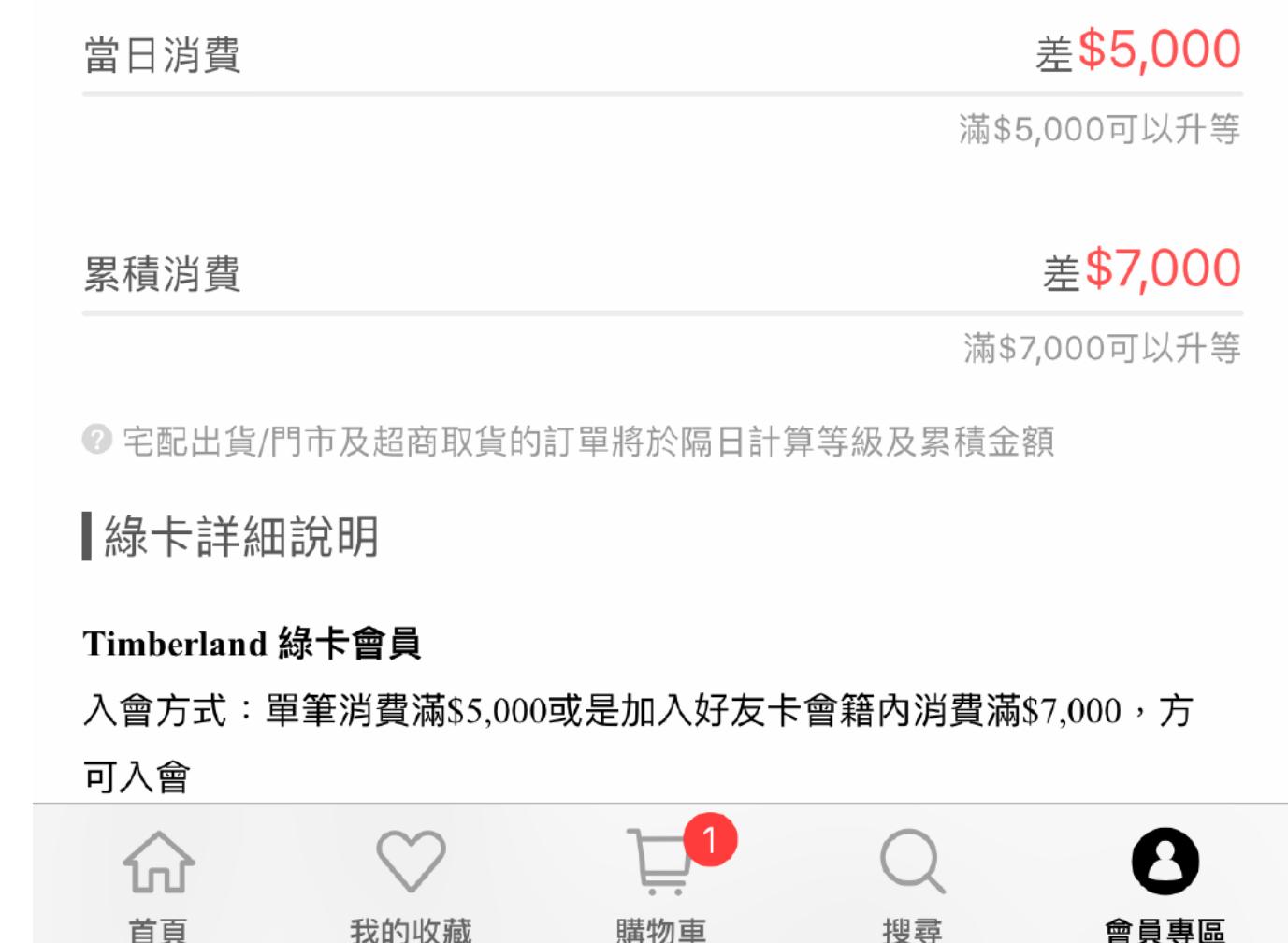
購物車

金物流



# APP就是品牌會員卡

91APP





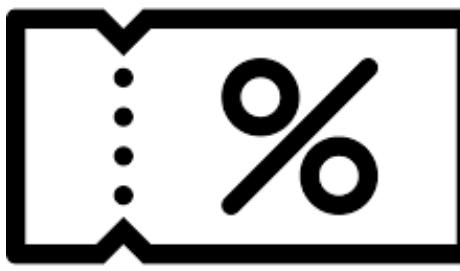
# 全通路一致性的會員服務

## 同步識別



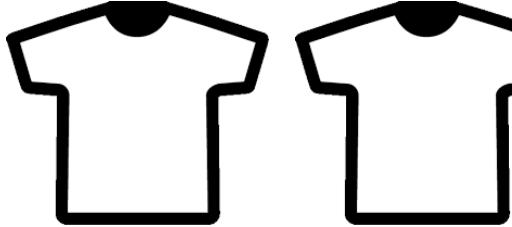
會員到線上或門市  
都可被識別為同一人

## 同步優惠



無論線上或門市，  
同一會員可有相同優惠

## 同步服務



無論線上或門市，可有  
一樣的服務體驗，相同的  
商品種類。

線上購物，門市取貨  
門市購物，線上宅配  
同步可處理退換貨服務

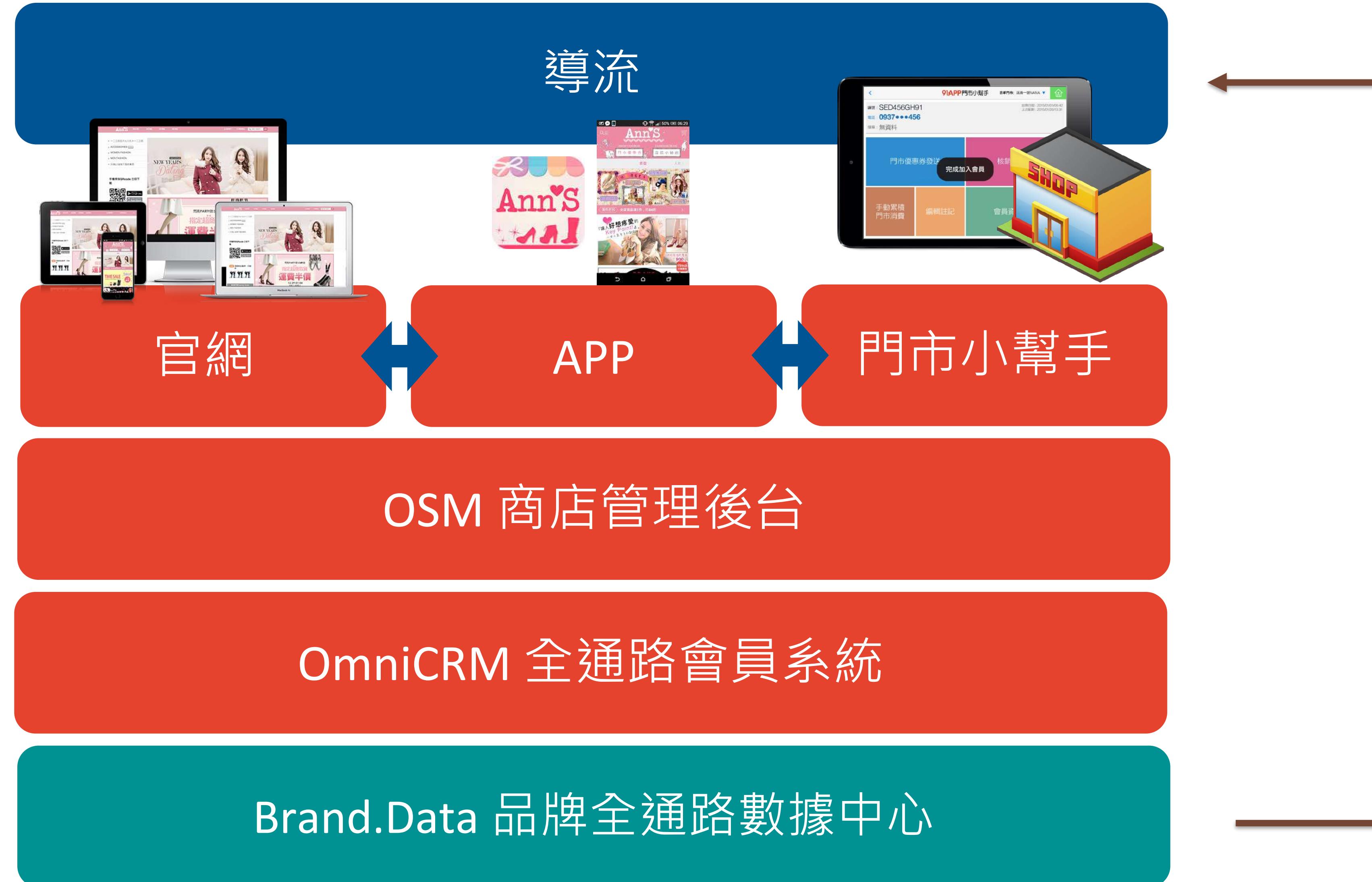
## 同步累積



會員在線上或門市消費，  
都可累積消費記錄或點數，  
延續會員權益

# 91APP 品牌新零售解決方案

91APP



10,000+ 知名品牌客戶



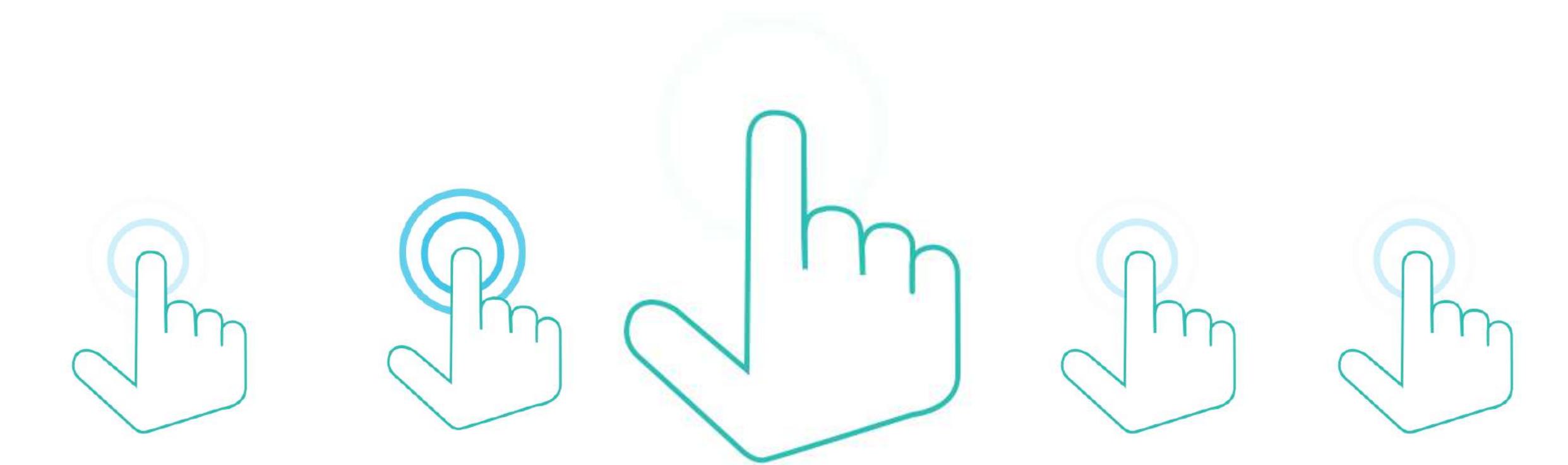


來客數      ×      提袋率      ×      客單價      =      業績

訪客數      ×      轉換率      ×      客單價      =      業績

# 品牌全通路數據中心 – 線上用戶行為

91APP



官網, APP上的每一個點擊  
所有的用戶行為數據收集

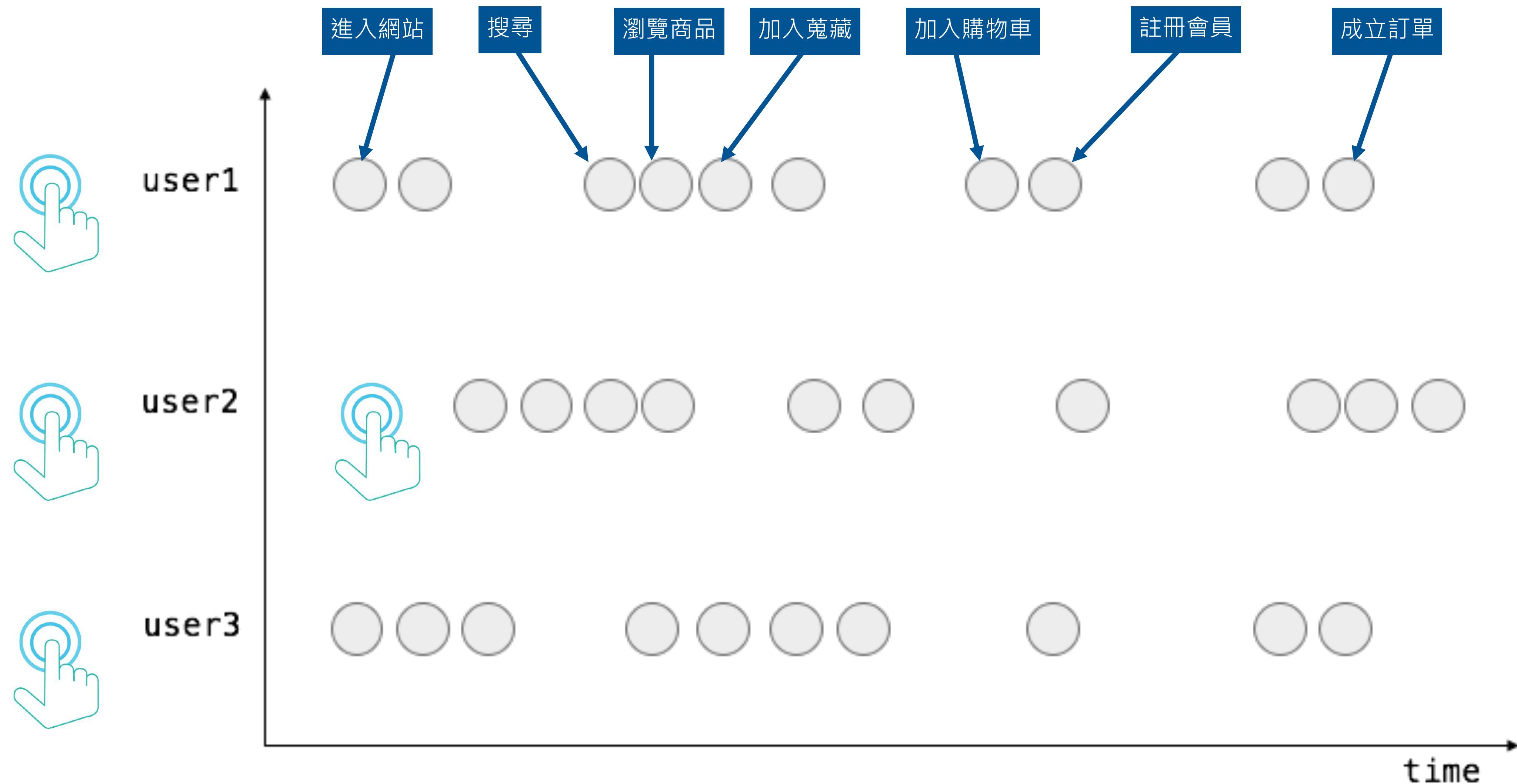
# 行為數據 構成 用戶歷程



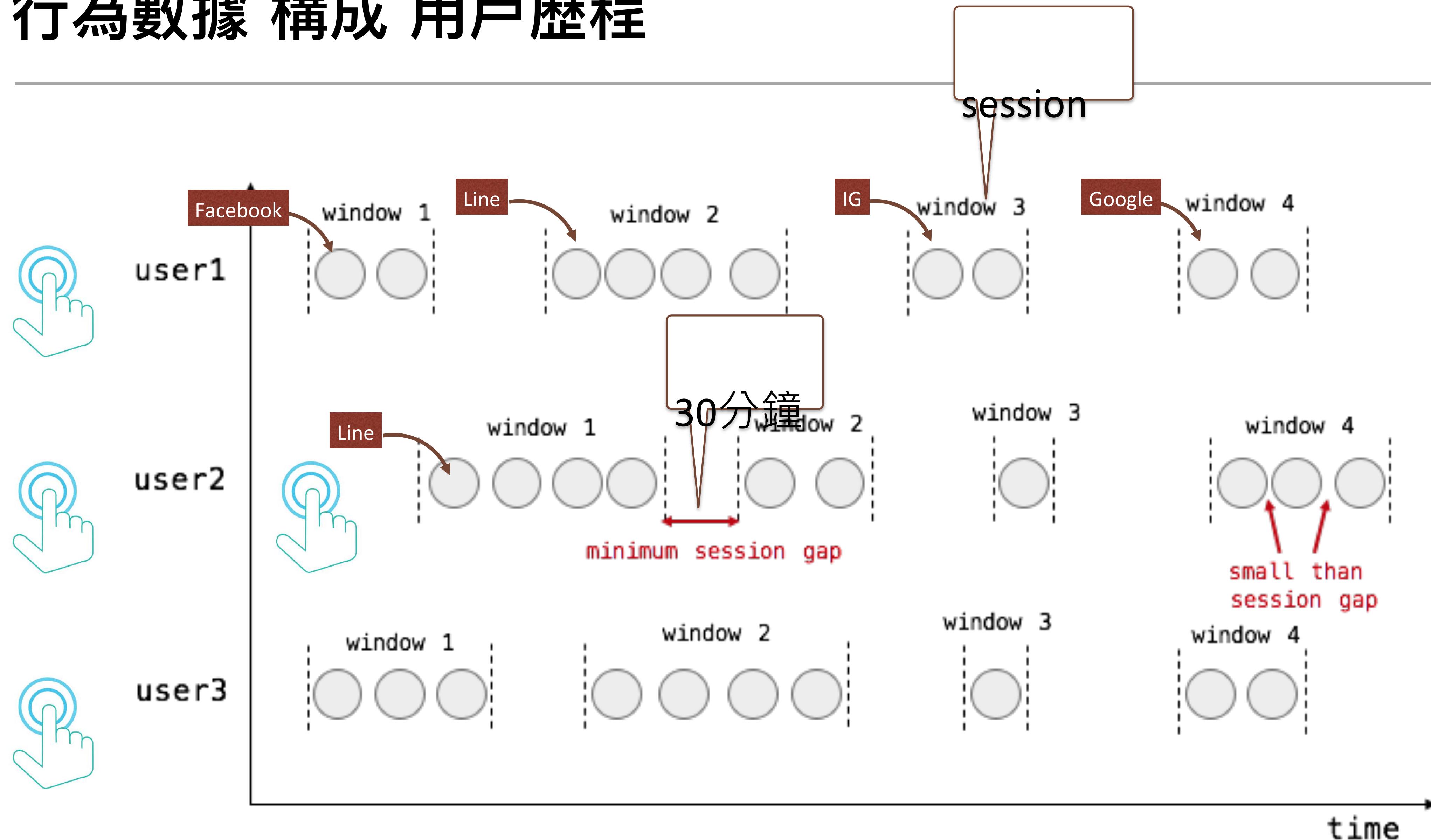
Online Shopping Customer Journey Map



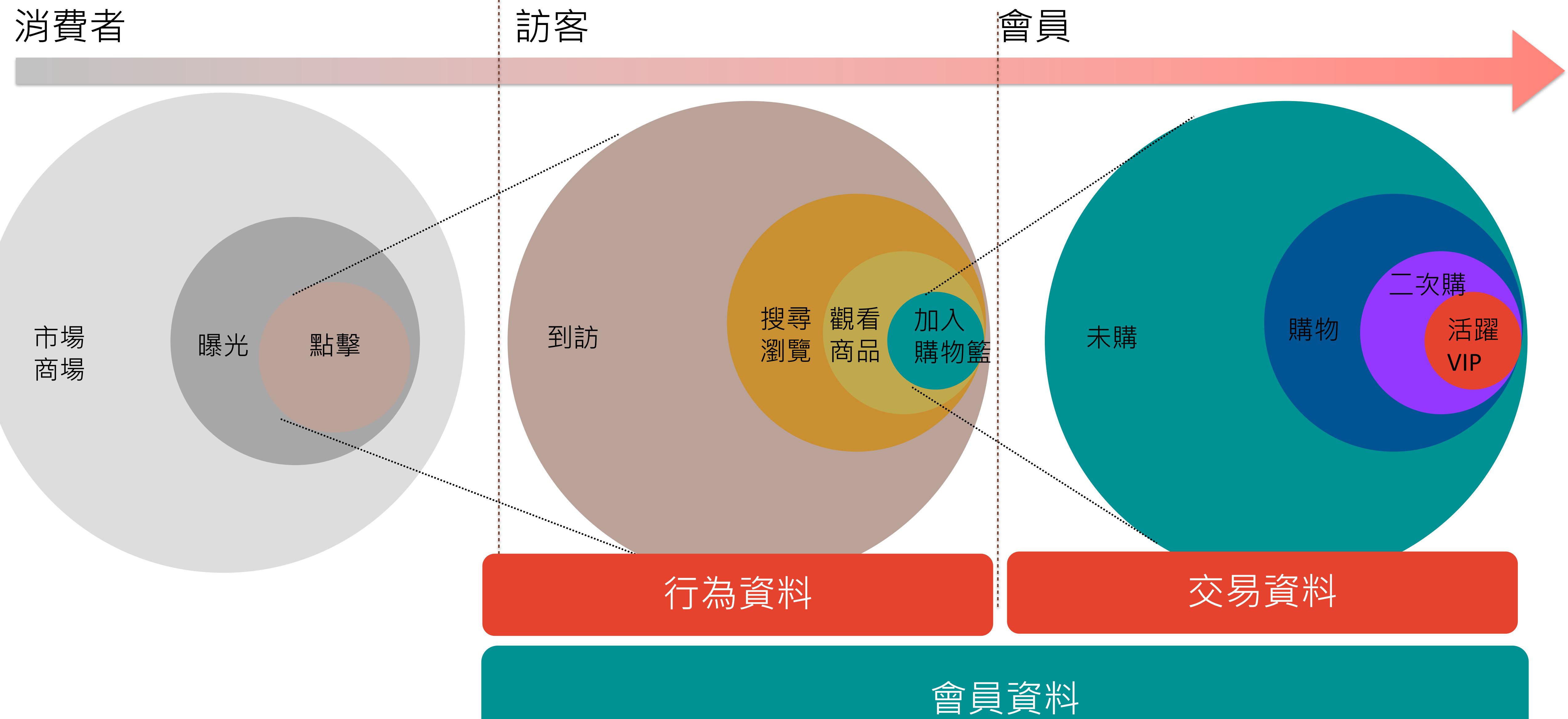
# 行為數據 構成 用戶歷程



# 行為數據 構成 用戶歷程

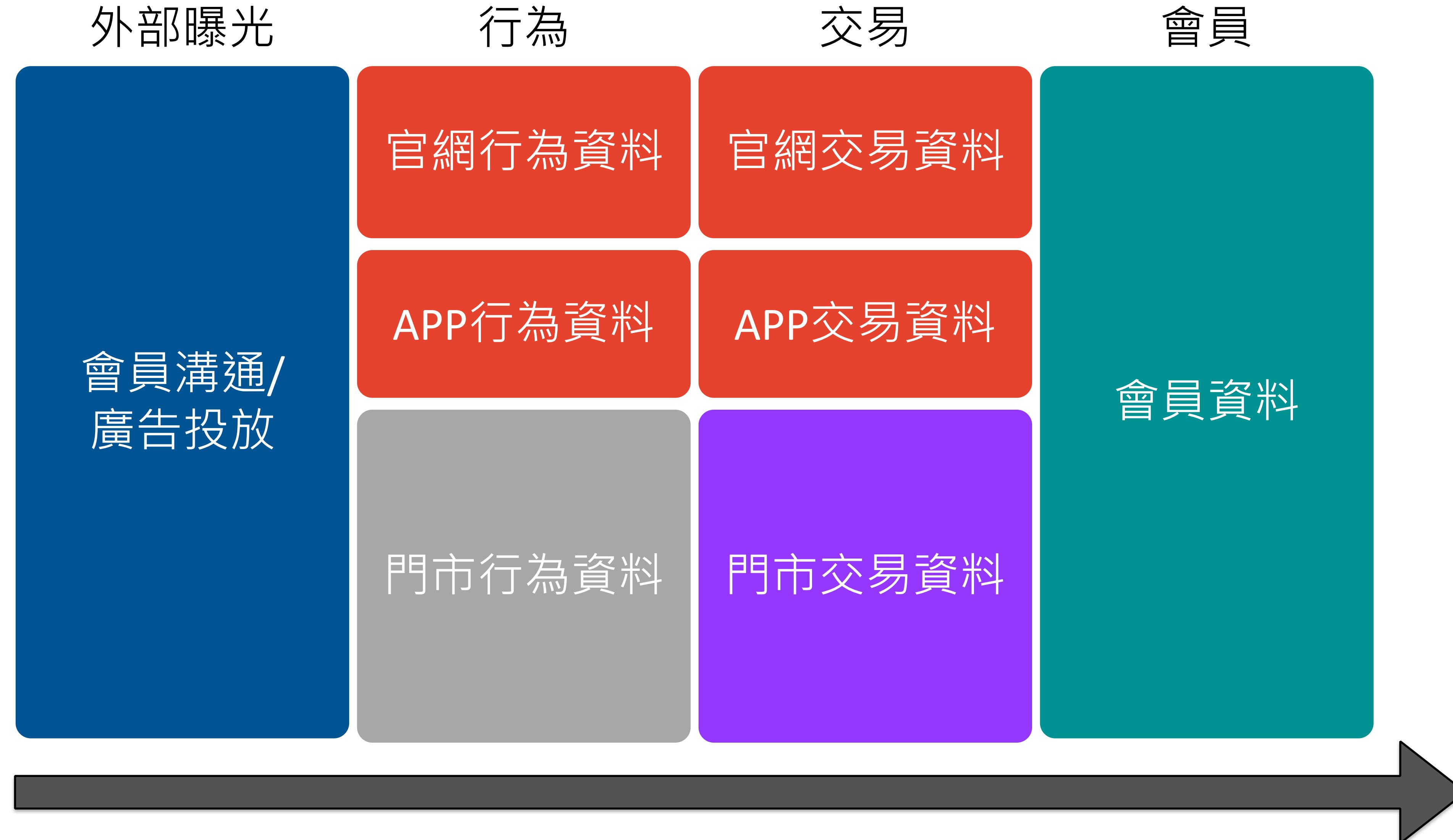


# 消費者的完整購物歷程

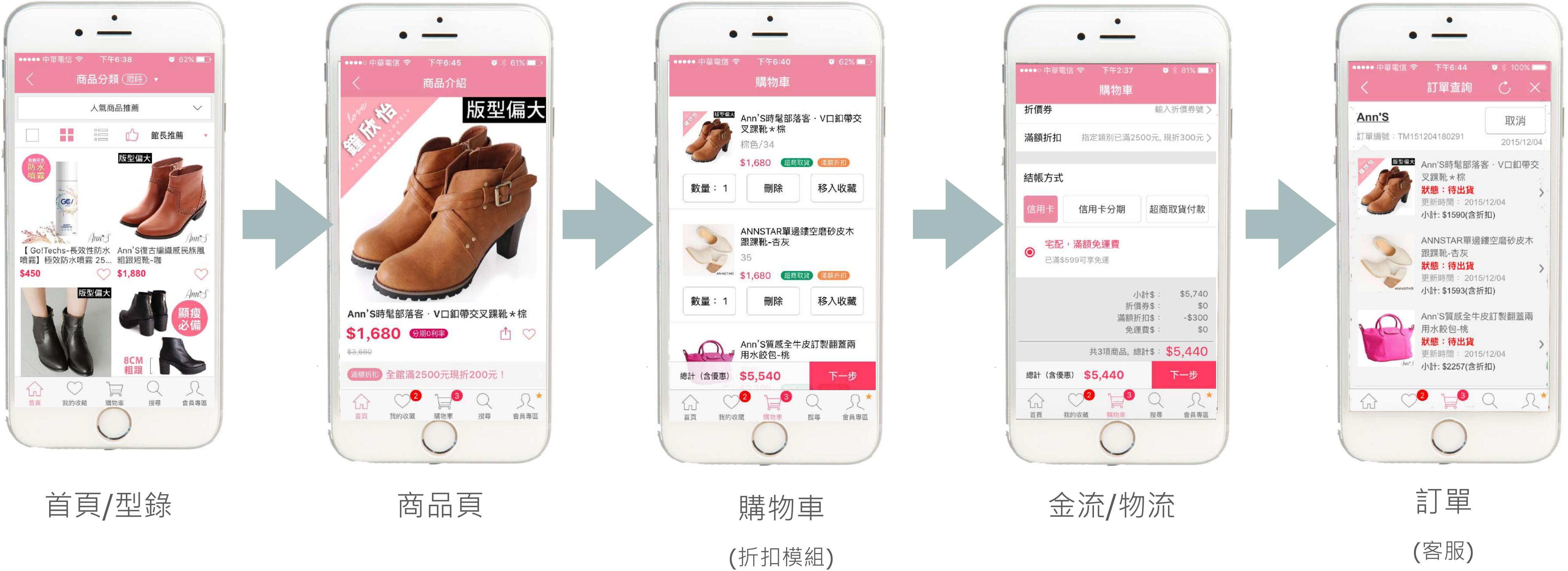


# 全通路全景數據

91APP



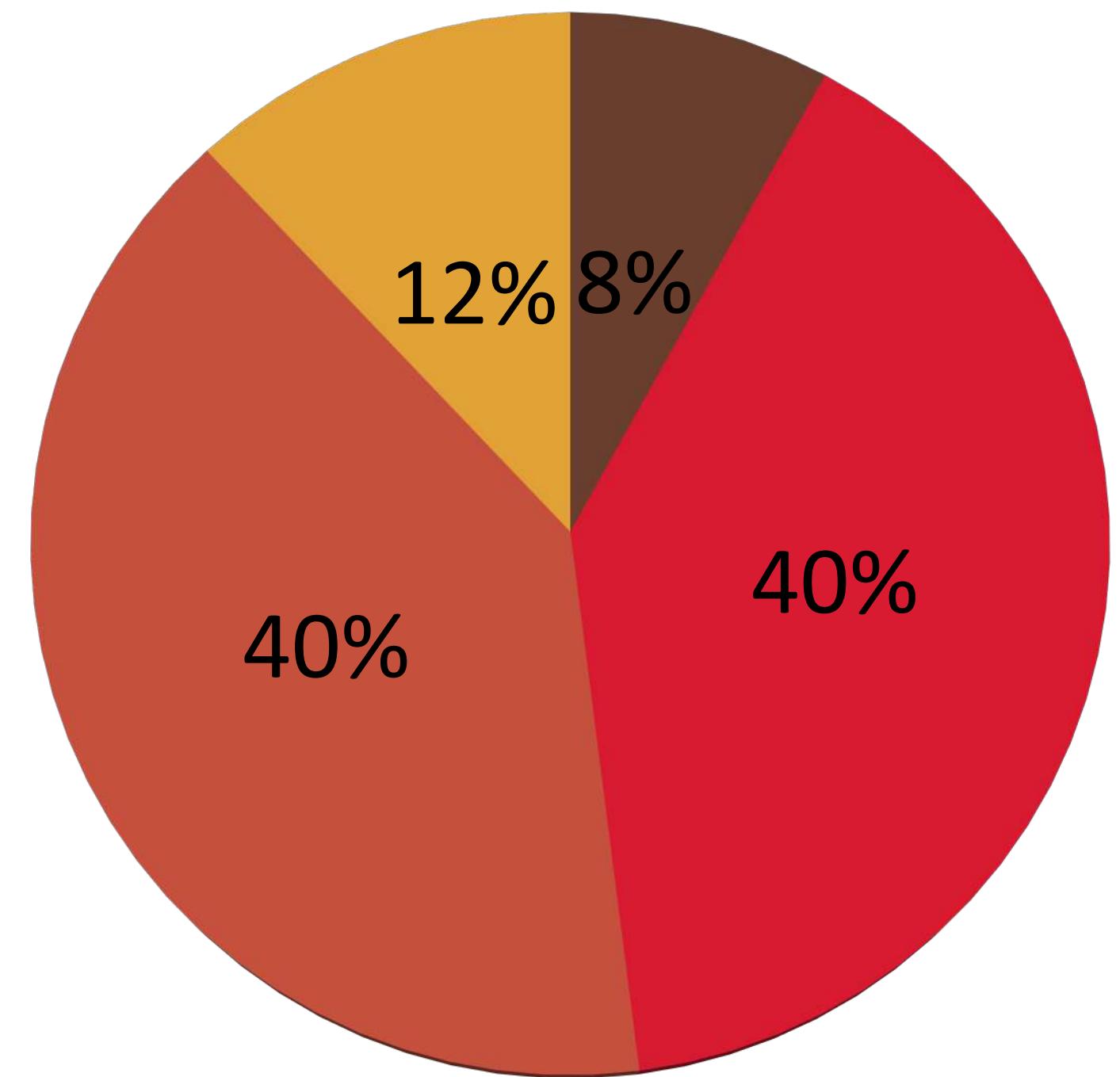
# 購物主流程



OSM商店管理系統

# 首頁僅佔不到一成的流量

■ 首頁 ■ 商品列表頁 ■ 商品頁 ■ 其他



# 購物車 與 折扣模組



$$1,200 \times 90\% - 100 = 980$$

$$(1,200 - 100) \times 90\% = 990$$

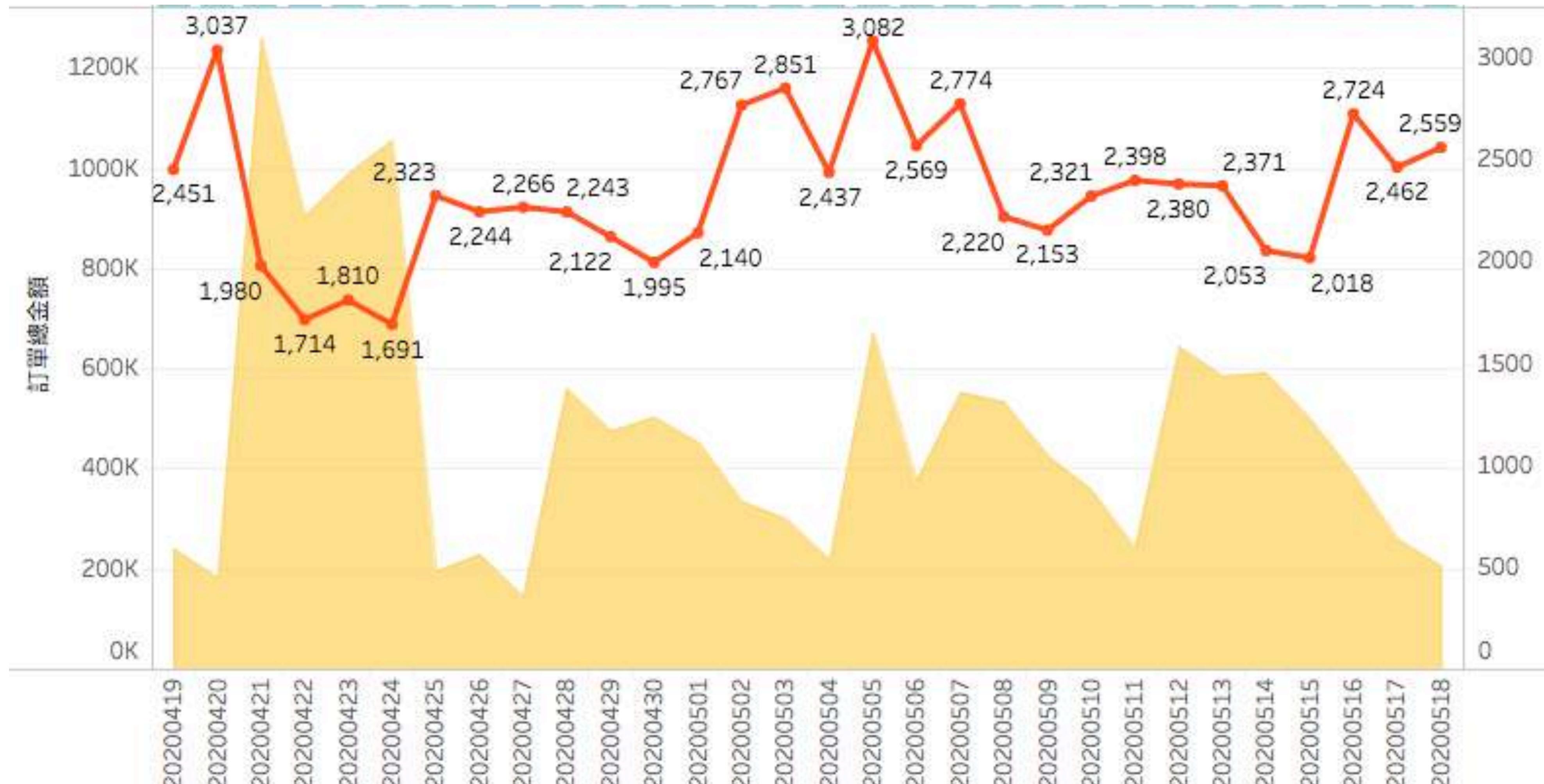
# 折扣的數學問題

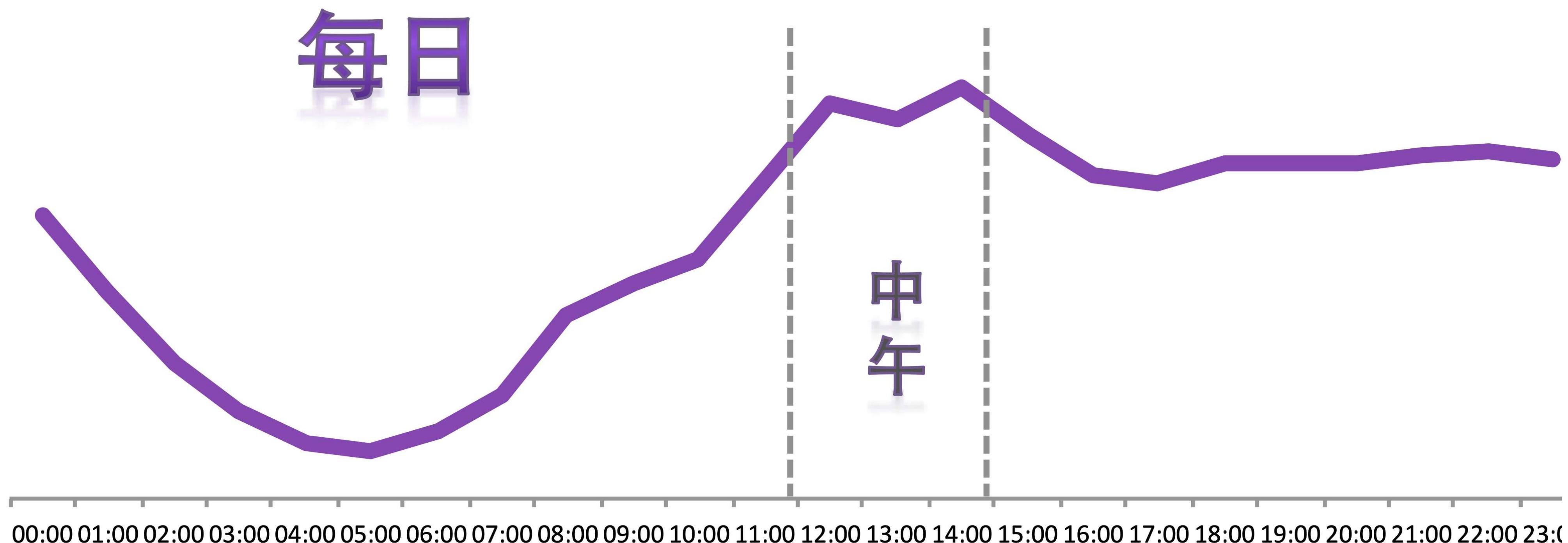
91APP

訪客數	轉換率	客單價	=	業績
10,000	3.5%	1,000		350,000
滿1,200打9折	3.7%	1,100		407,000
發200元折價券	4.2%	800		336,000
發100元折價券	4.0%	900		360,000
發100元折價券, 單筆滿千才可使用	3.9%	950		370,500

# 活動期間的促購效果

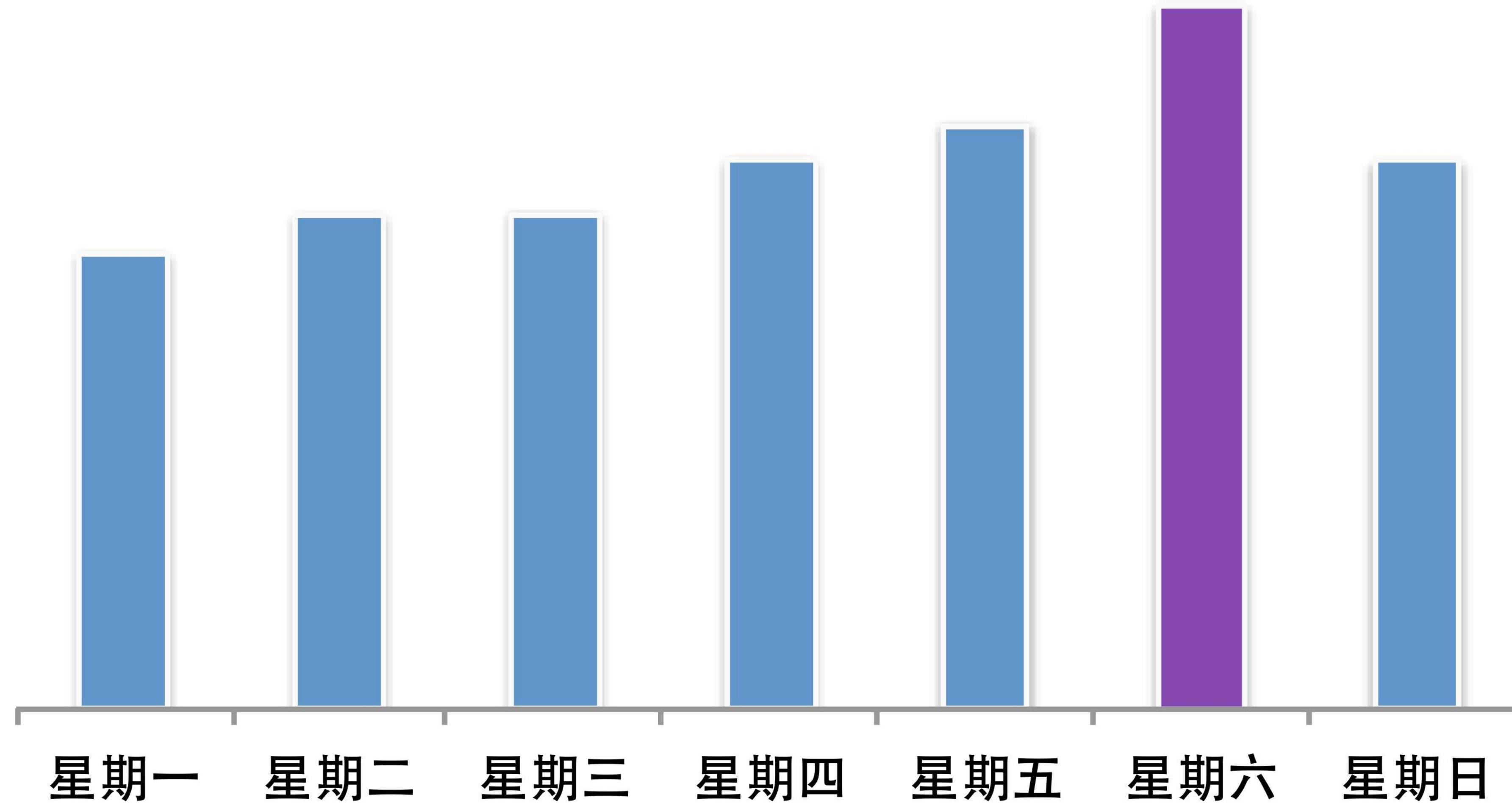
91APP





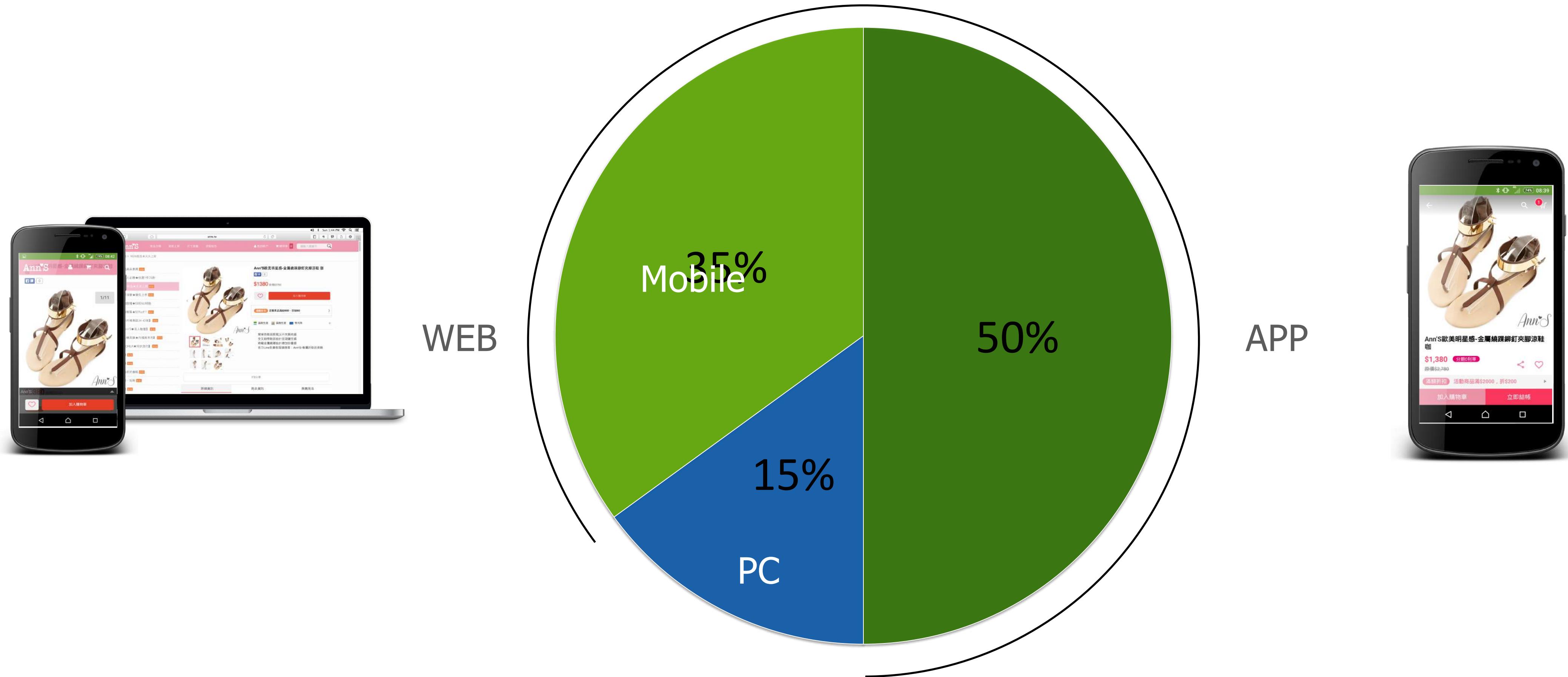
# 星期幾業績最好？

91APP



# 品牌電商跨裝置業績來源佔比

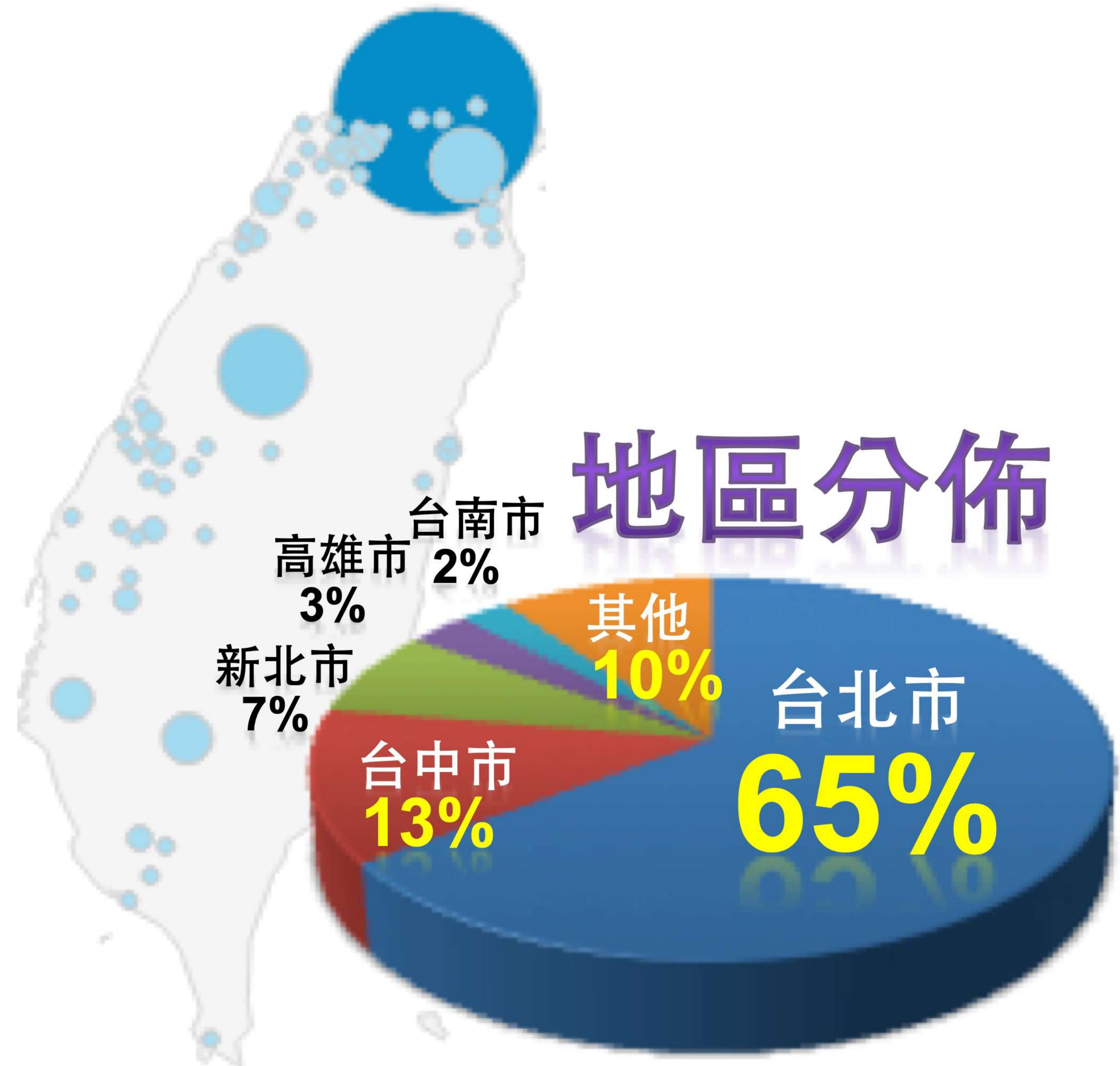
91APP



# 全通路的業績分佈

B01 全通路營運成效

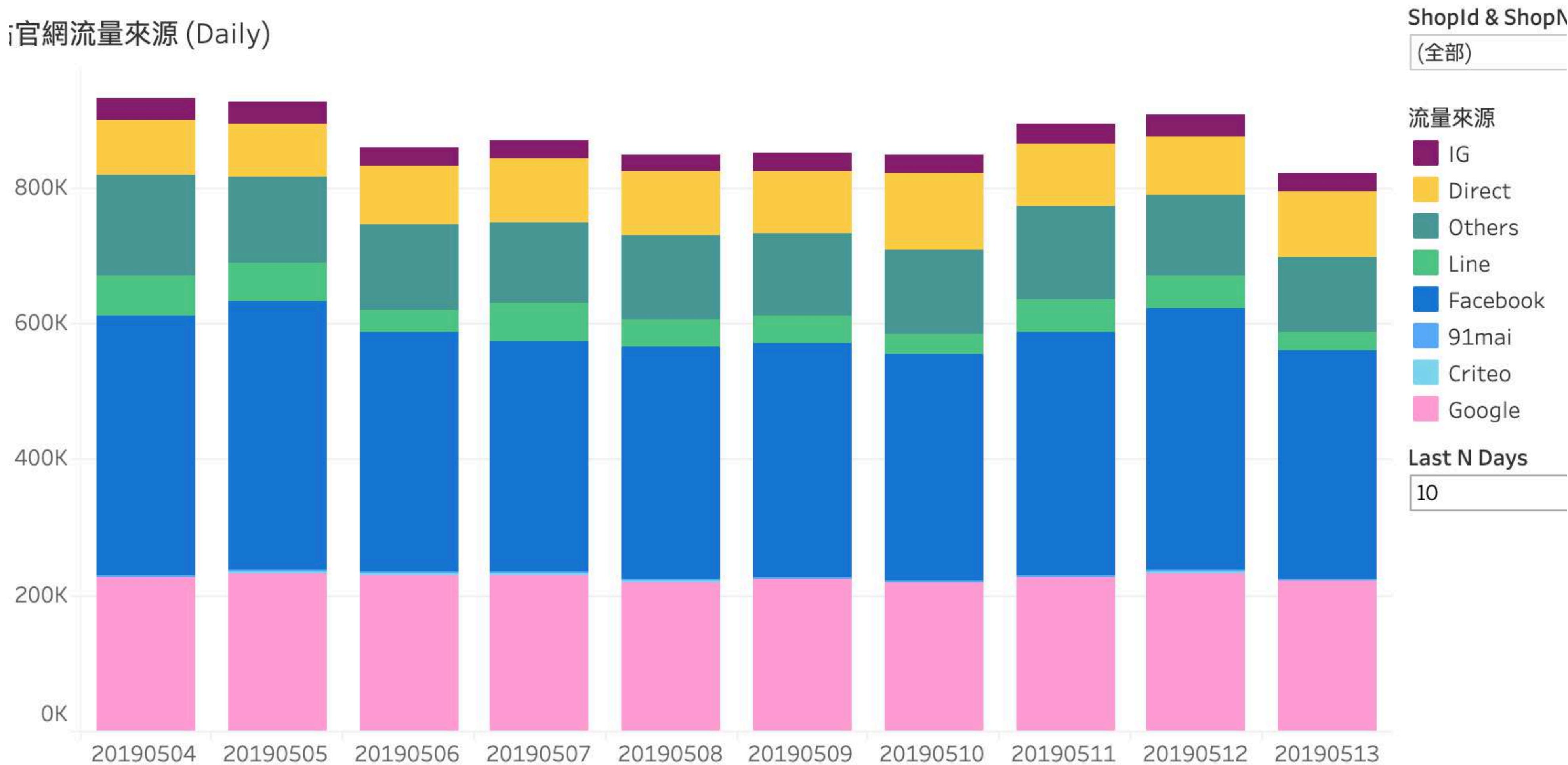




# 網站流量來源分析

91APP

i官網流量來源 (Daily)



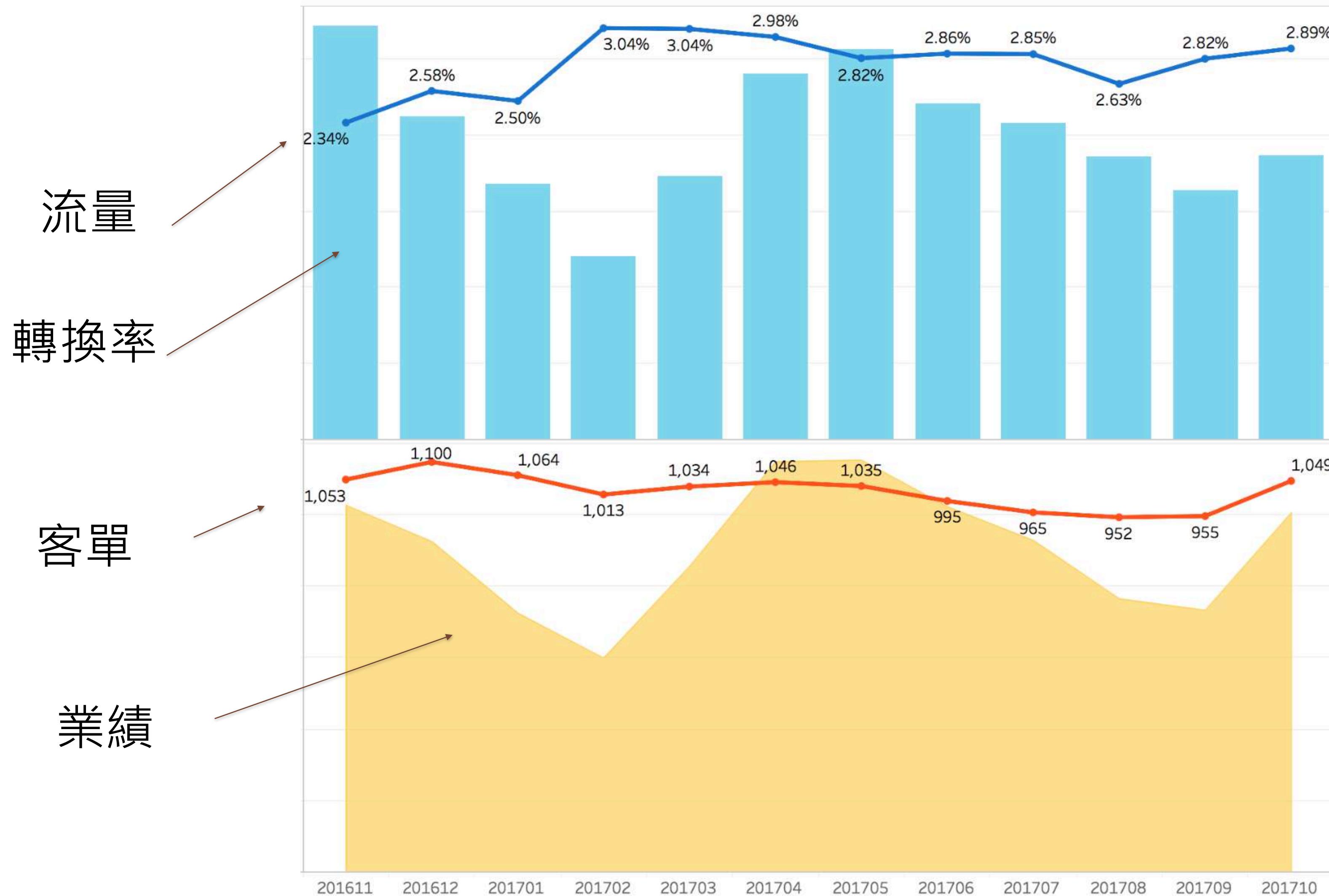


來客數      ×      提袋率      ×      客單價      =      業績

訪客數      ×      轉換率      ×      客單價      =      業績

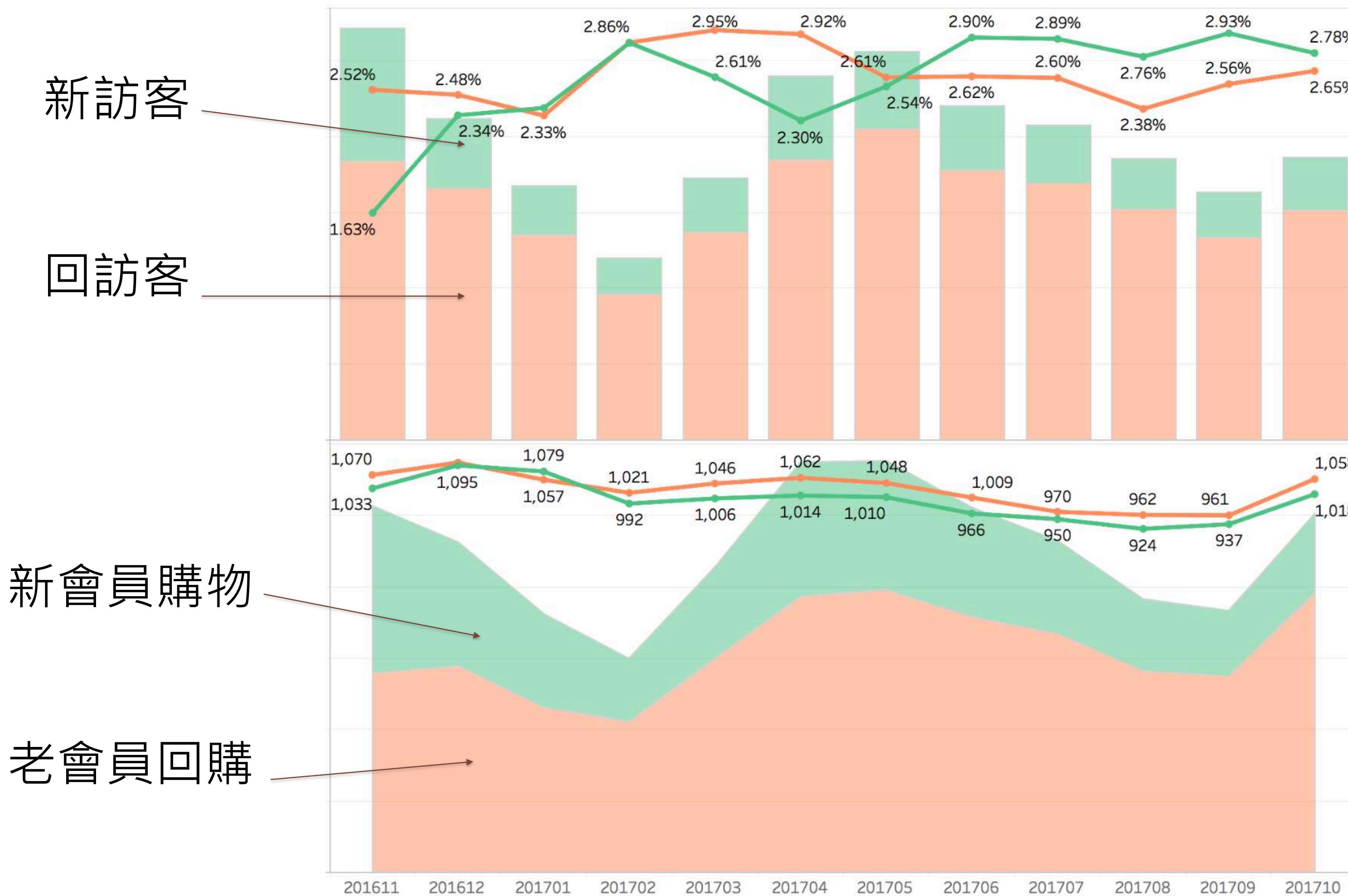
# 營運趨勢

91APP



# 新客 / 熟客 新會員 / 老會員

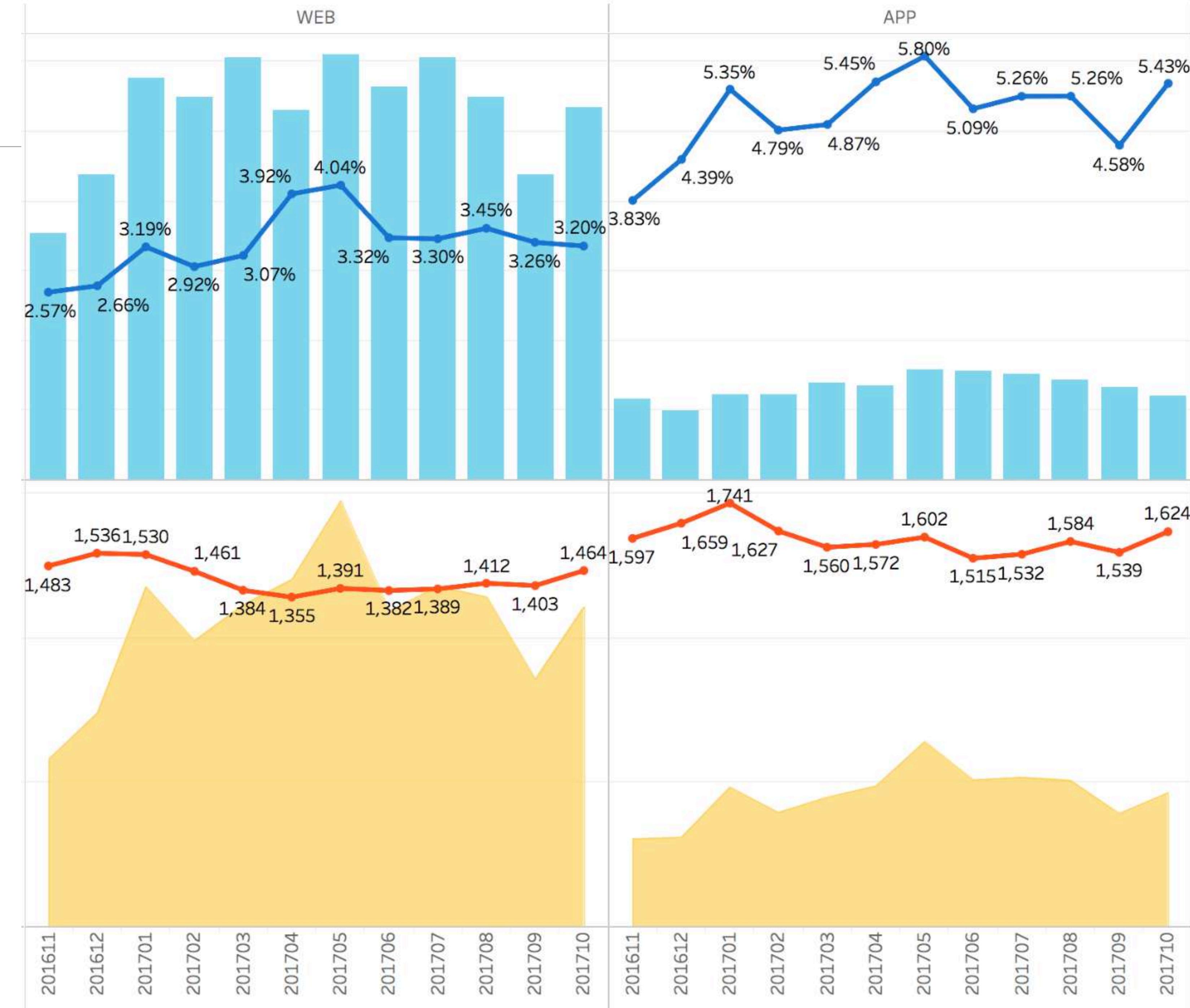
91APP



老會員回購佔了  
8成以上的業績

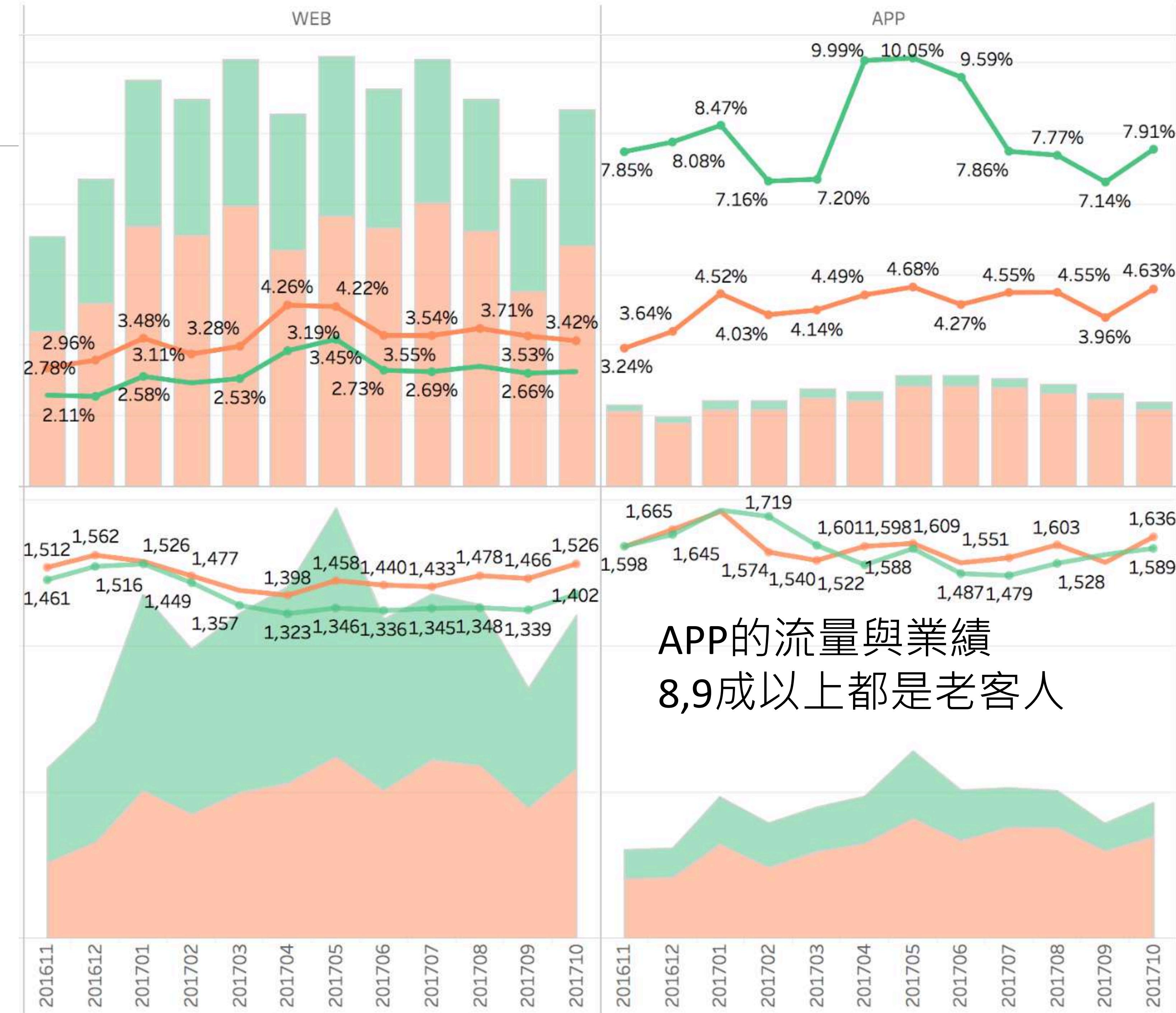
# WEB v.s APP

APP轉換率高於WEB  
APP客單價高於WEB



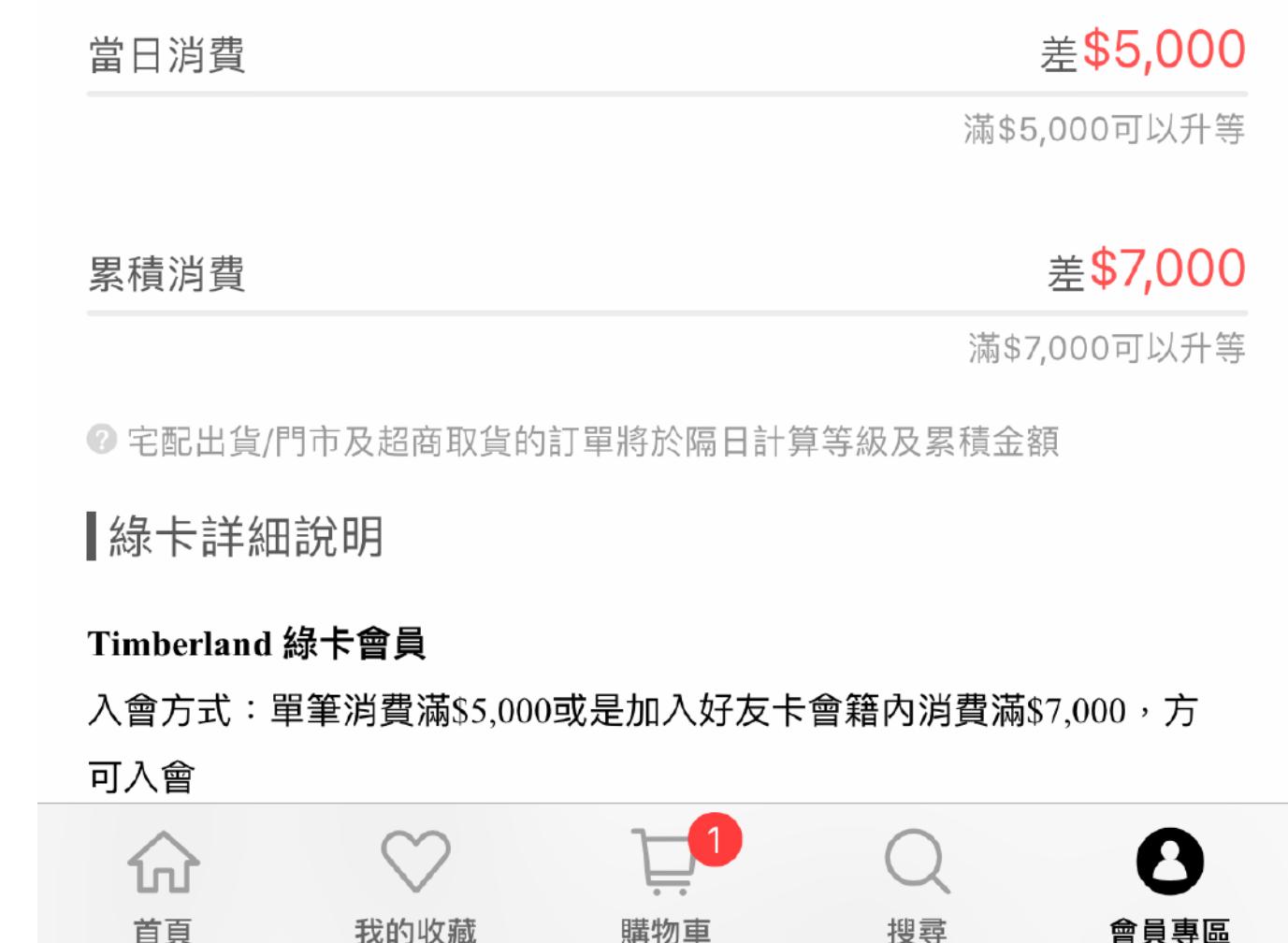
# WEB v.s. APP

WEB找新客人  
APP經營熟客



# 品牌零售的重心：會員經營

91APP



# 會員名單圈選系統

91APP

91APP OSM

功能搜尋 | 使用手冊 | 公告通知 | 登出

總覽 | 商店營運總覽 | 批次作業進度查詢 | 所有訂單查詢 | 宅配訂單管理 | 超商取貨訂單管理 | 貨到付款訂單管理 | 門市自取訂單管理 | 國家/地區宅配訂單管理 | 取消訂單管理 | 退貨訂單管理 | 換貨訂單管理 | 商品管理 | 會員管理 | 我要發問 | 單與通知

行銷名單與通知 > 名單圈選

## 名單圈選 beta 使用手冊

商店  僅提供圈選台灣會員

選取名單類型

- 自訂條件名單** 透過自訂的條件來篩選客戶分群
- NAPL名單** 系統演算提供您智慧分群名單

什麼是自訂條件名單？ 提供會員屬性、商品偏好、活動參與、消費紀錄四個種類的各式條件，讓您依照不同需求去篩選名單，找到最符合行銷目標的對象，進行進一步的行銷活動。

會員管理

- 名單圈選
- 名單管理
- 名單通知管理
- APP訊息推播設定
- 佈景主題與廣告
- 折扣與行銷活動
- 門市功能管理
- 營運報表
- 帳務管理
- 客服管理
- OSM設定
- 客戶關係管理(CRM)

建立名單條件

條件類型 **會員屬性**

- 會員屬性
- 消費紀錄
- 商品偏好
- 活動參與

而且

人數試算

濾除項目  濾除黑名單

若進行試算結果無誤，即可下載名單

\* 名單命名  (0/20)

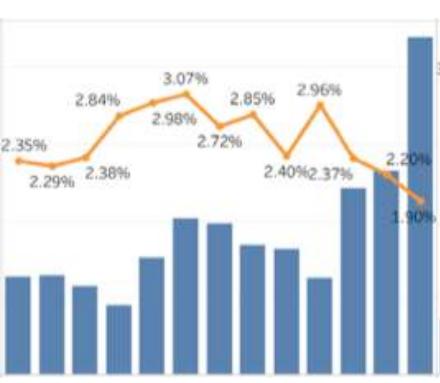
人數試算

# 會員名單圈選 + 通知中心 + 活動成效

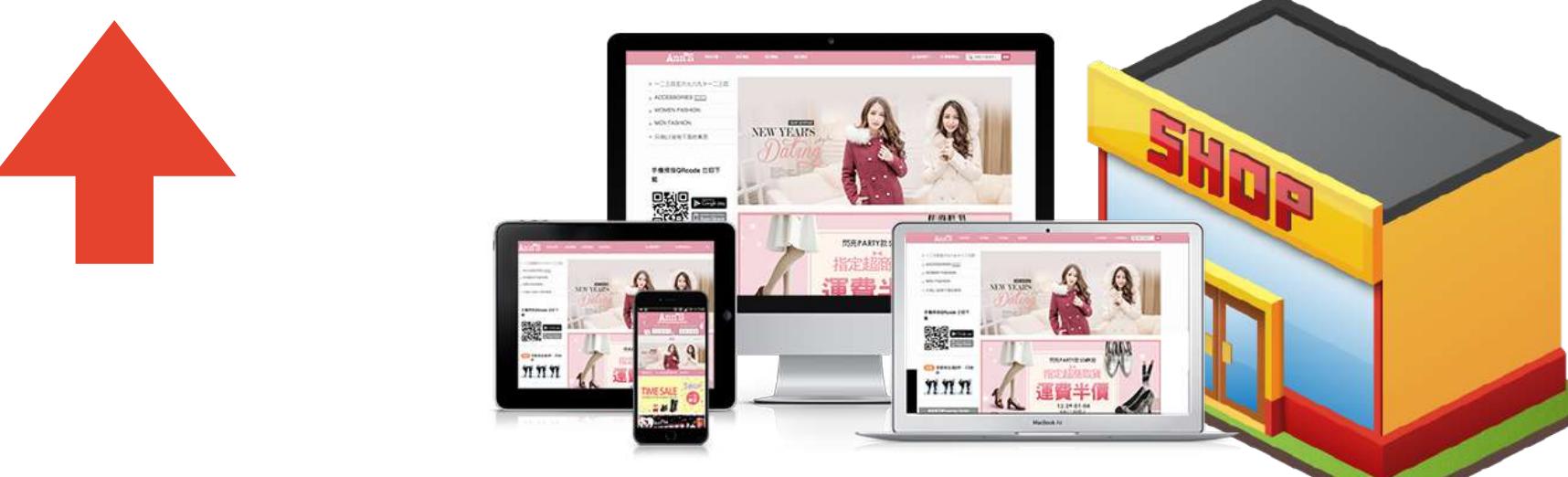
## 名單圈選

The screenshot shows the 'Member List Selection' interface. On the left, there's a sidebar with categories: '商品偏好' (Product Preferences), '會員屬性' (Member Attributes), '商品偏好' (Product Preferences) which is selected and highlighted in blue, '活動參與' (Activity Participation), and '消費貢獻' (Contribution). A red arrow points from the '商品偏好' button in the sidebar to the '商品偏好' dropdown in the main area. The main area has a dropdown for '曾將商品加入收藏' (Added to Favorites) with options: '曾經瀏覽商品頁' (Viewed Product Page), '曾經瀏覽分類頁' (Viewed Category Page), '收藏清單有商品' (Favorites List Has Products), '曾將商品加入購物車' (Added to Shopping Cart), '購物車商品未結帳' (Cart Items Not Checked Out), and '曾經購買商品' (Purchased Products). Another red arrow points from the '收藏清單有商品' option in the dropdown to the '而且' (And) button above the filtering options. To the right of the dropdown are three buttons: '而且' (And) in blue, '或者' (Or) in blue, and '排除' (Exclude) in red. Below these are radio buttons for '消費次數' (Number of Purchases), '累積消費金額' (Total Purchase Amount), and '消費次數與累積消費金額' (Number of Purchases and Total Purchase Amount). A red arrow points down to the '消費次數' radio button. To the right of these buttons are input fields for '次數高於 (≥)' (Greater than or equal to) and a value '0' with a '次' (Time) suffix. A large red arrow points down to the '0' field. At the bottom, there's a '人數試算' (Population Calculation) section with a calculator icon, a note '若進行試算結果無誤，即可下載名單' (If the calculation result is correct, you can download the list), a '人數試算' (Population Calculation) button, and a total count '總計 44,435 人' (Total 44,435 people).

## 活動成效



官網/APP/門市 全通路消費

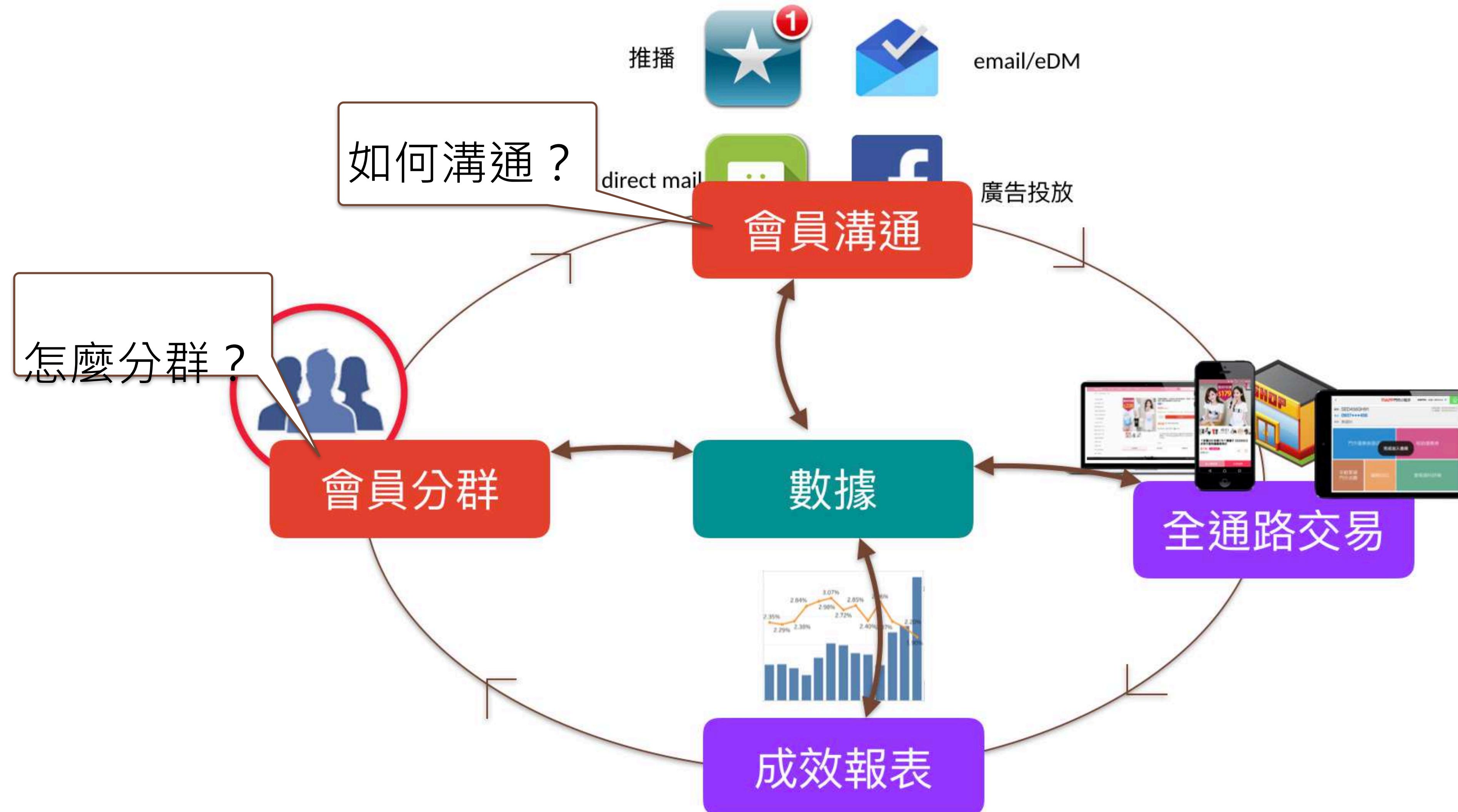


通知中心  
推播 / 簡訊 / EDM  
WEB push / Line /  
門市Call客



# 會員經營循環 - 會員有效溝通帶動成長動能

91APP



# Member Retention Cost 會員經營成本

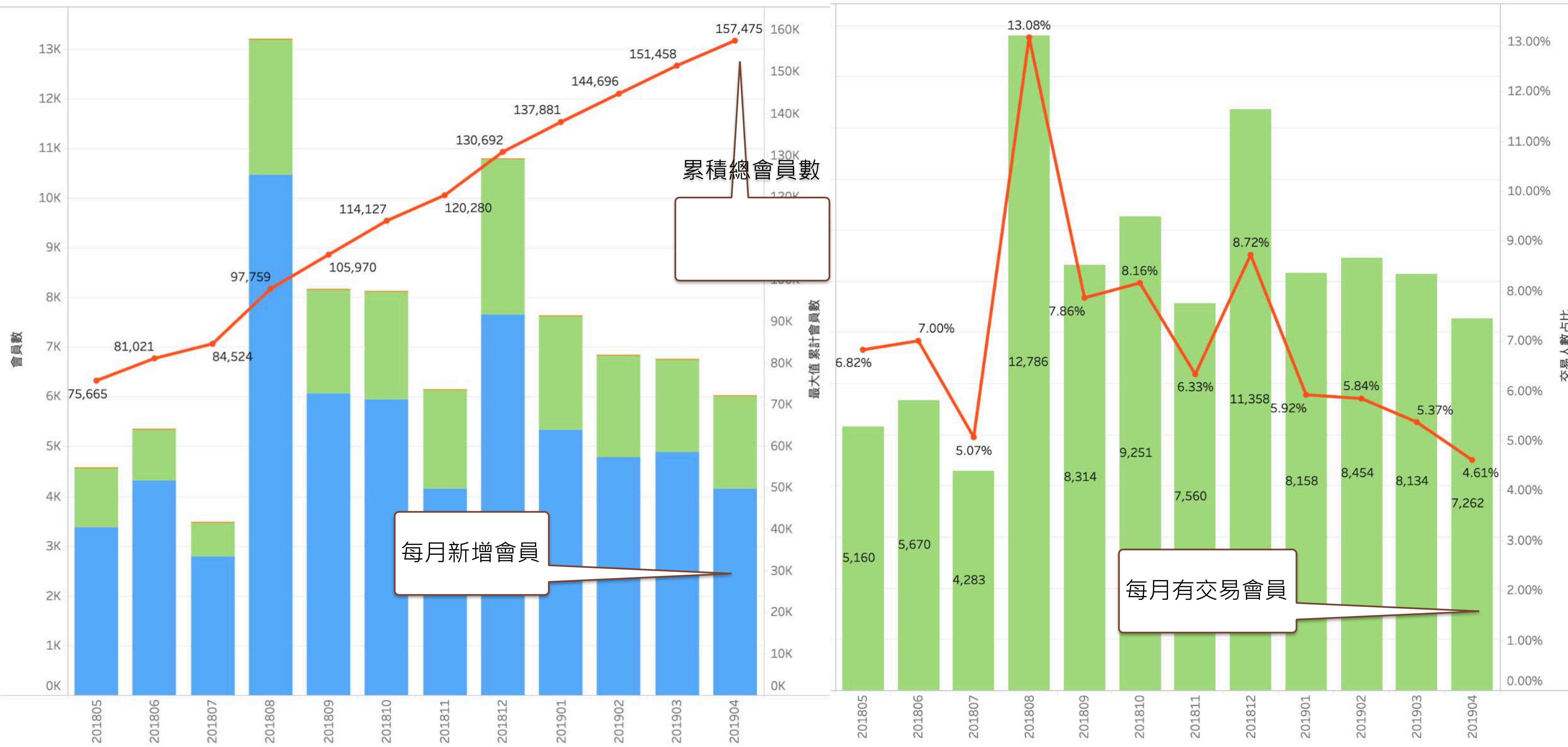
$$100,000 \text{ 會員} \times 500 \text{ 元} = 50,000,000 \text{ 元}$$

Retention Cost 會員經營成本/人x年

=廣告投放 + 會員優惠 + 會員禮 + 會員溝通 + 門市獎金

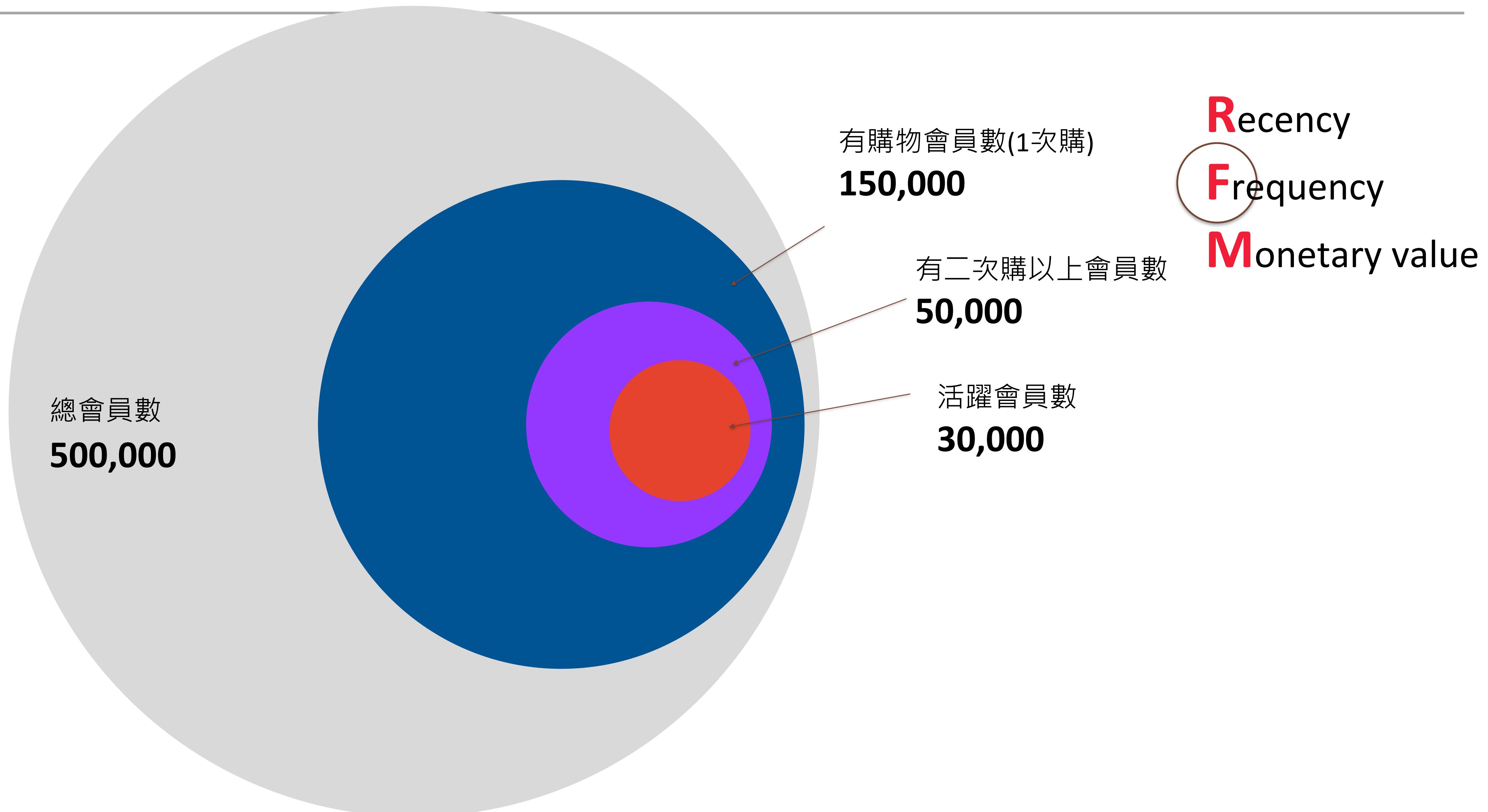
# 壹絲殭屍會員：累積越來越多的會員，但每月交易會員越來越少？

91APP



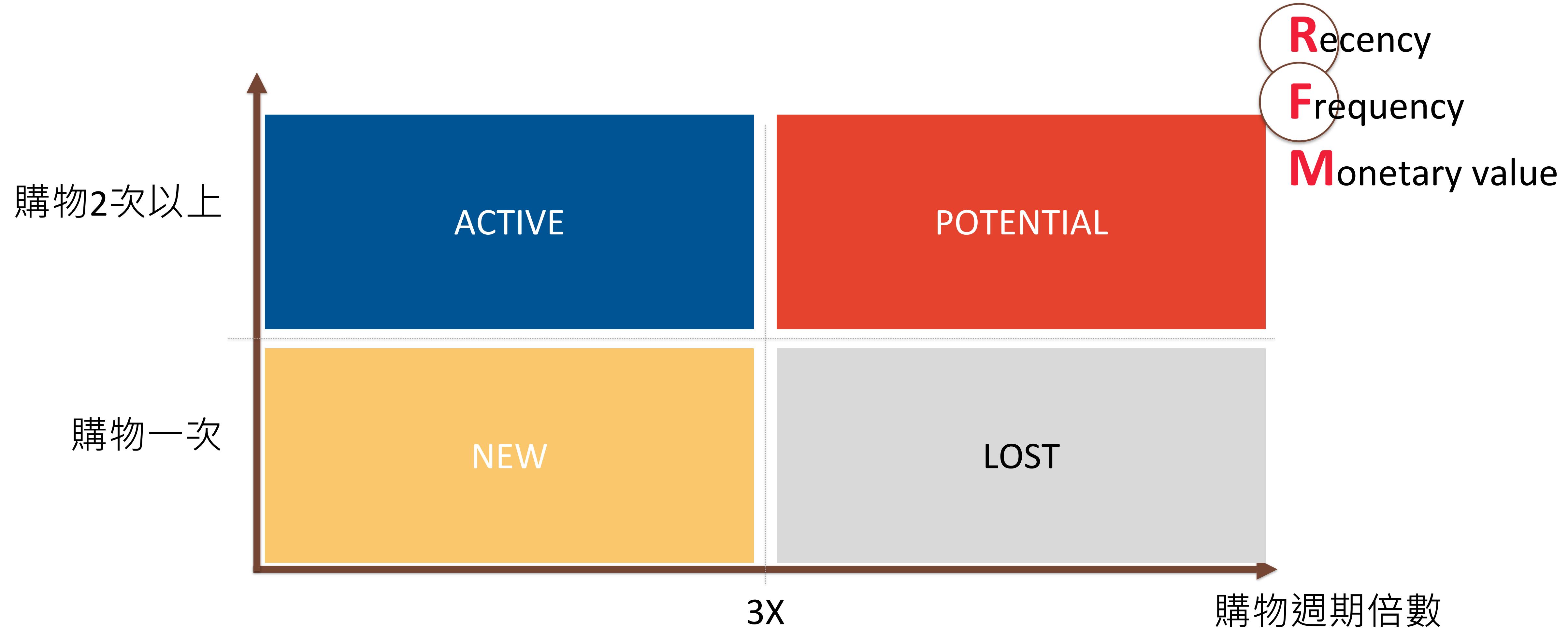
# 掌握品牌會員分佈情形 (一年區間)

91APP



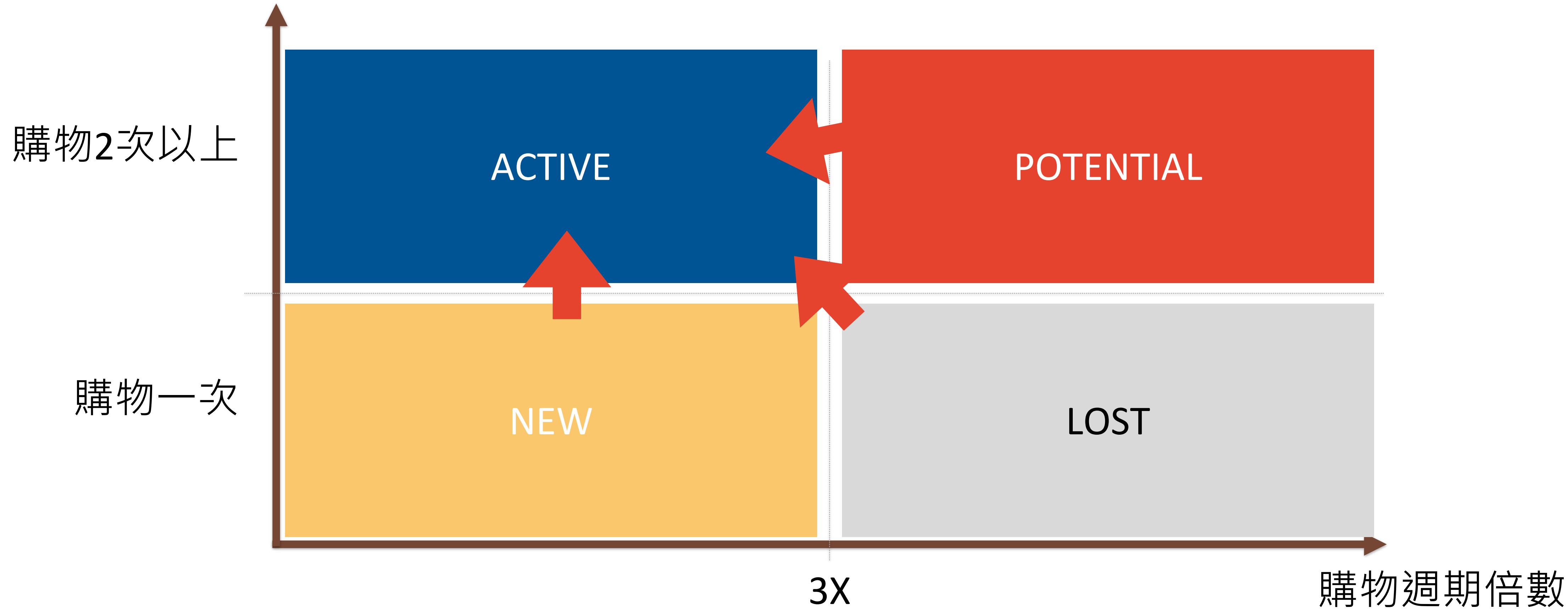
# 會員NAPL模型

91APP



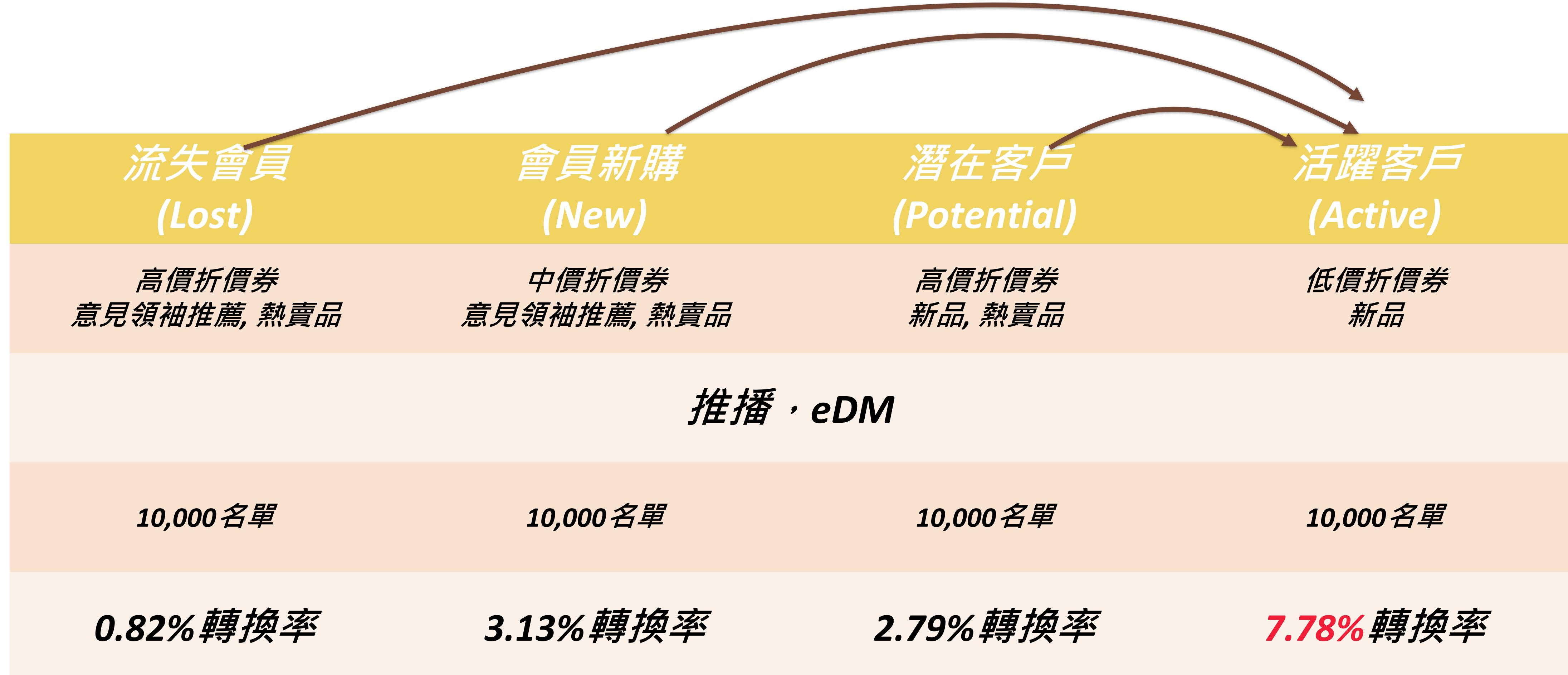
# 驅動 NAPL 模型 會員分布的移動

91APP



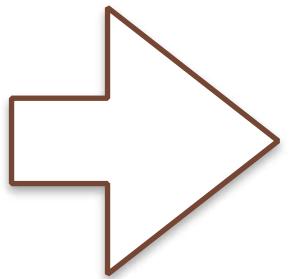
# NAPL 會員分群溝通 實驗

91APP

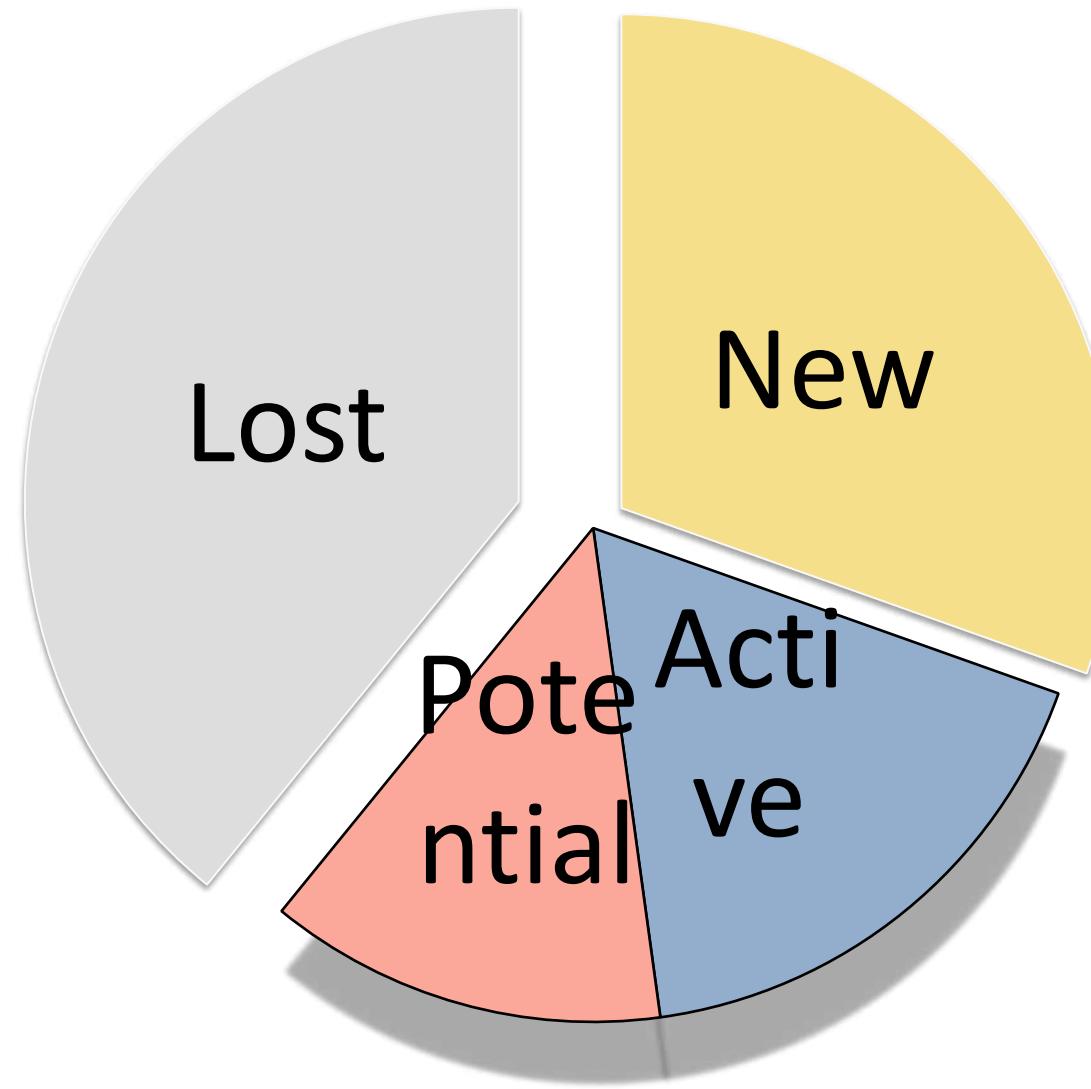


# NAPL會員分群溝通

全部會員溝通



NAPL分群



總發送人數：582,656

購買人數：5,430

轉換率：0.93%

總銷售金額：4,153,950

總發送人數：136,400

購買人數：4,610

轉換率：3.38%

總銷售金額：3,980,786

$$\begin{array}{rcl} & 5,000 \\ & 50,000 \\ \text{500,000} & \times & 100 \text{ 元} \\ & & \text{每年每個會員溝通成本} \\ & & = 50,000,000 \text{ 元} \\ & & \text{每年會員溝通成本} \end{array}$$

500,000 x 100 元  
每年每個會員溝通成本

= 50,000,000 元

91APP

---

50,000 x 120 = 6,000,000

10% 活躍客戶(Active)

100,000 x 80 = 8,000,000

20% 新客戶(New)

150,000 x 50 = 4,500,000

30% 潛在客戶(Potential)

200,000 x 20 = 4,000,000

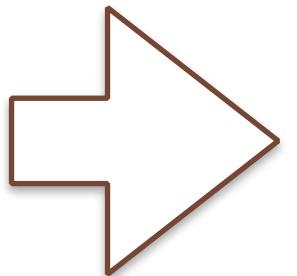
40% 流失客戶(Lost)

---

22,500,000

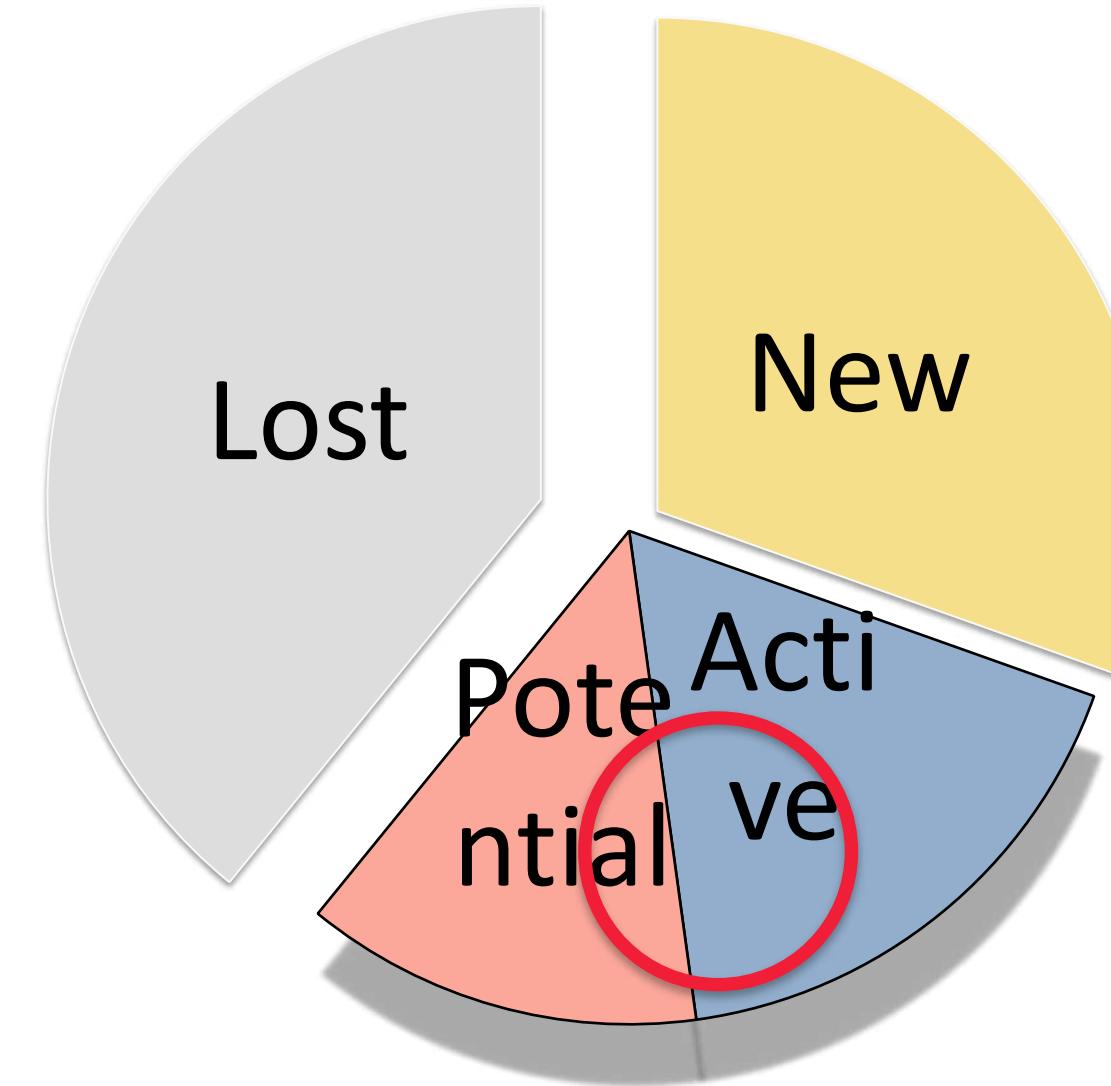
# NAPL會員分群溝通

全部會員溝通



總發送人數 : 582,656  
購買人數 : 5,430  
轉換率 : 0.93%  
總銷售金額 : 4,153,950

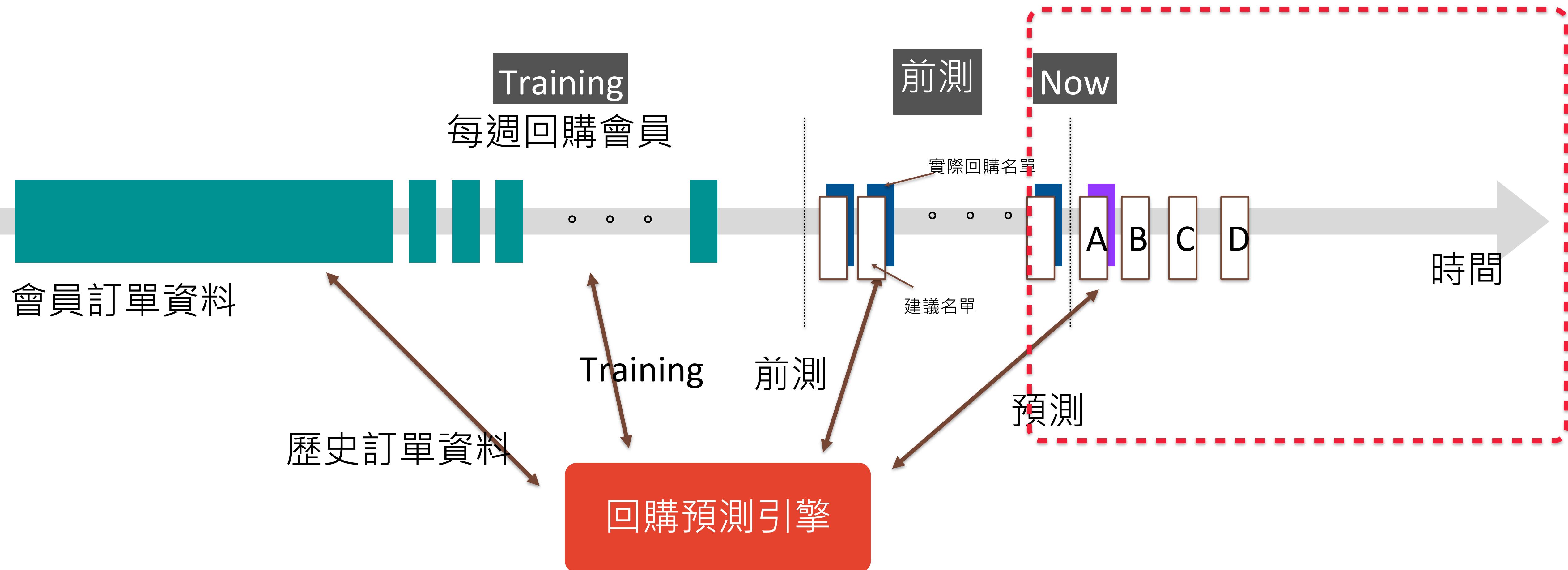
NAPL分群



總發送人數 : 136,400  
購買人數 : 4,610  
轉換率 : 3.38%  
總銷售金額 : 3,980,786

# 回購預測分群

預測接下來兩週回購率最高的最佳名單



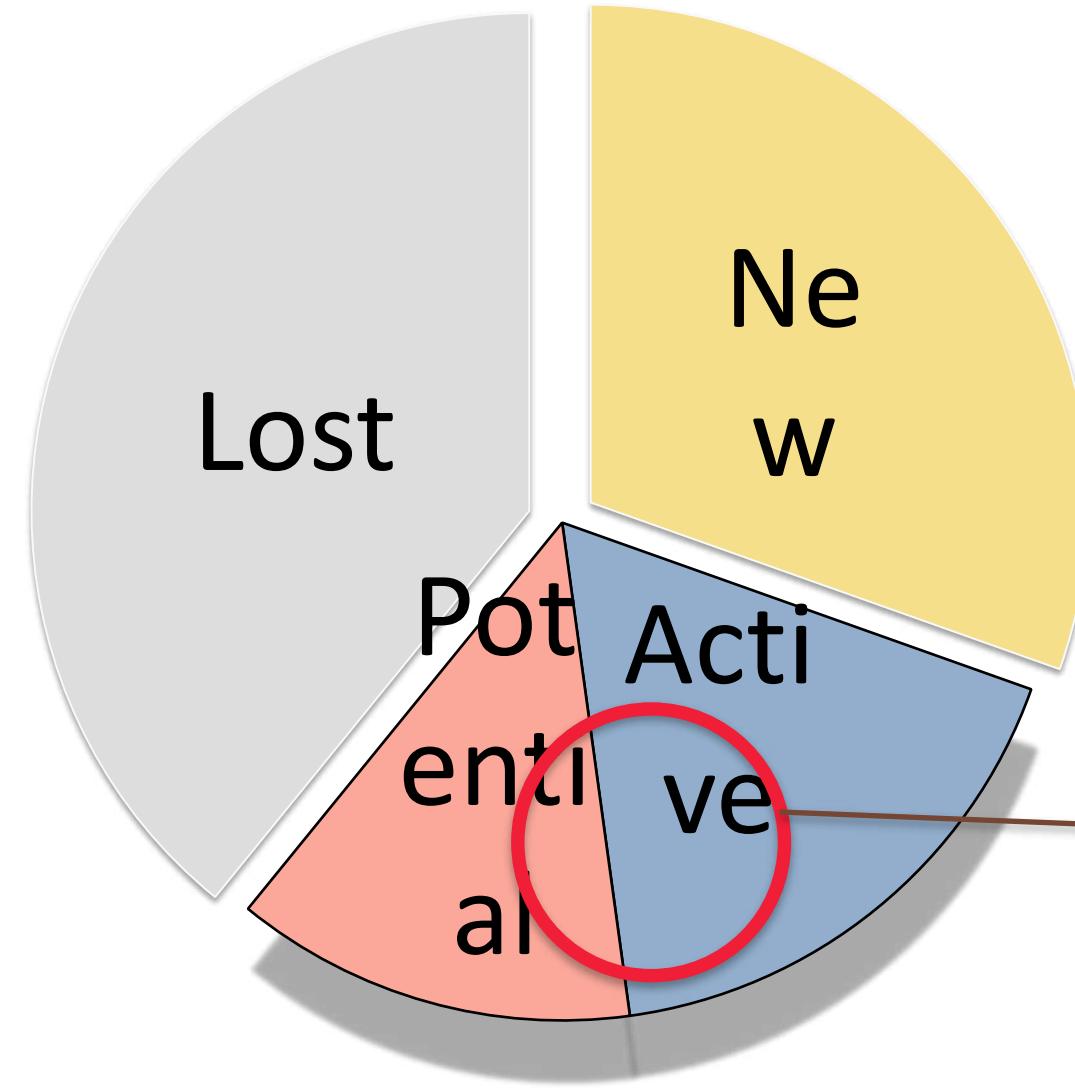
# 回購預測分群：降低溝通成本 增加溝通次數

全部會員溝通



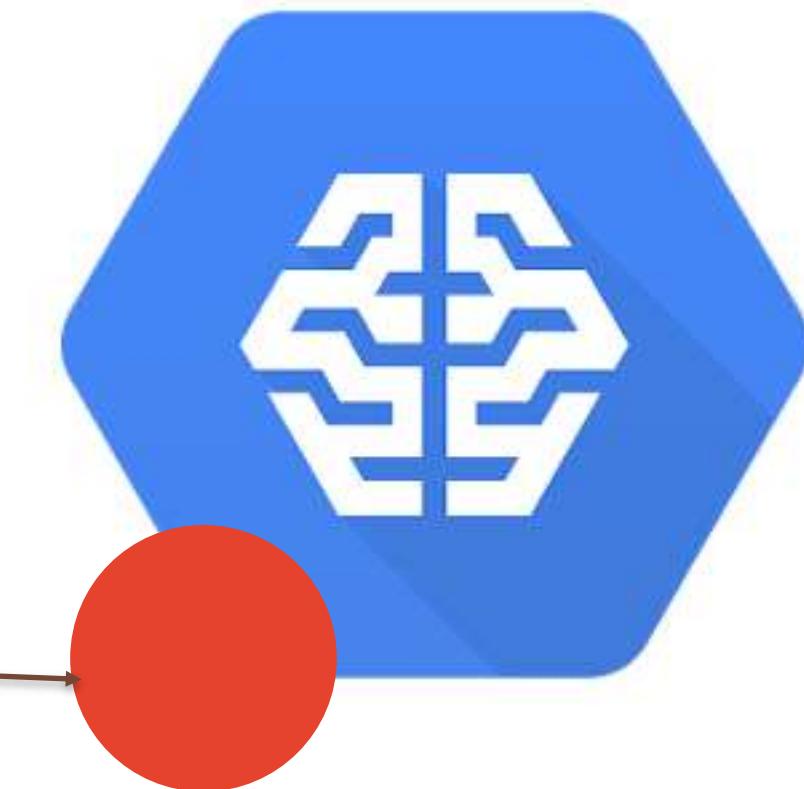
總發送人數：582,656  
購買人數：5,430  
轉換率：0.93%  
總銷售金額：4,153,950

NAPL分群



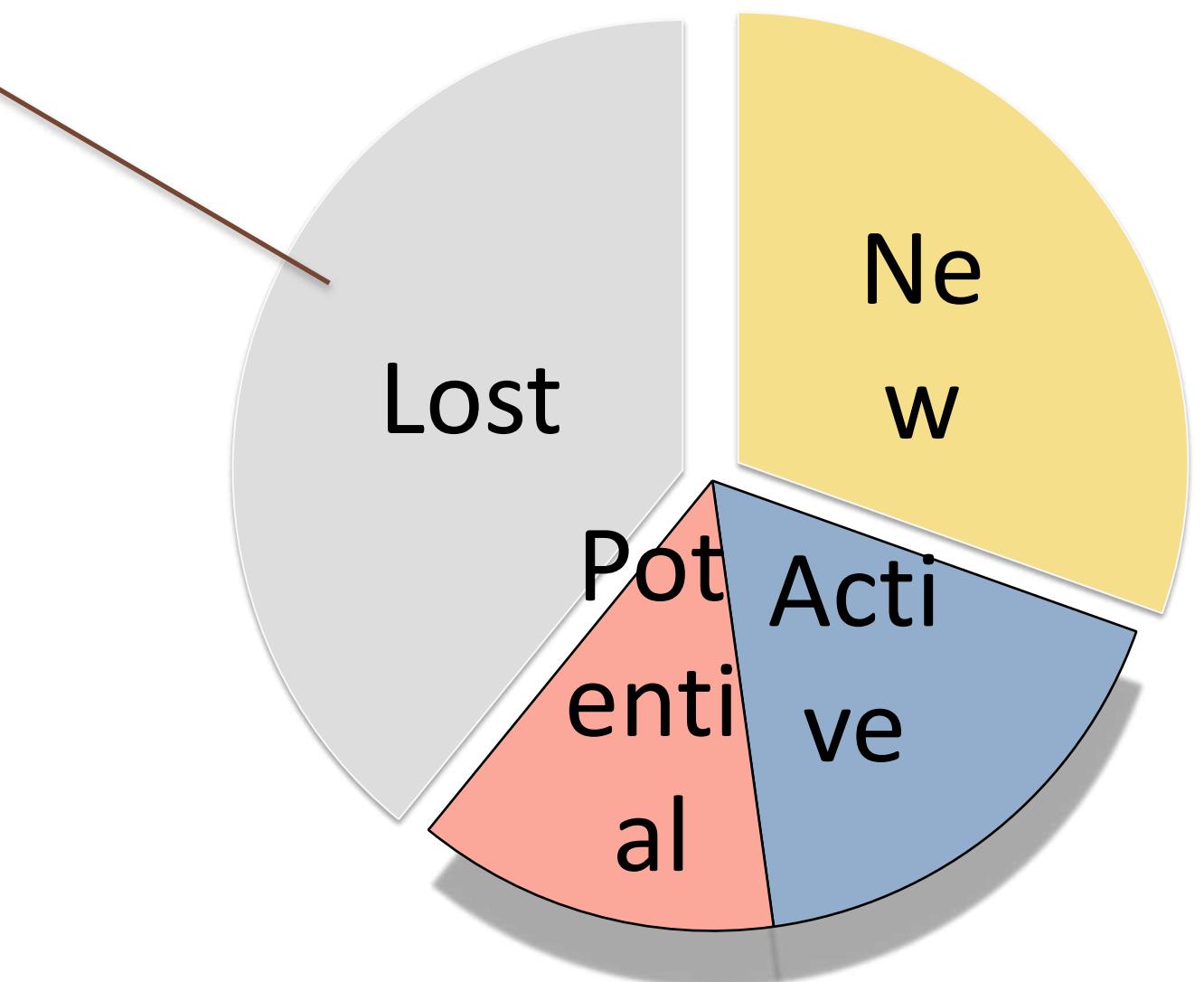
總發送人數：136,400  
購買人數：4,610  
轉換率：3.38%  
總銷售金額：3,980,786

回購預測分群

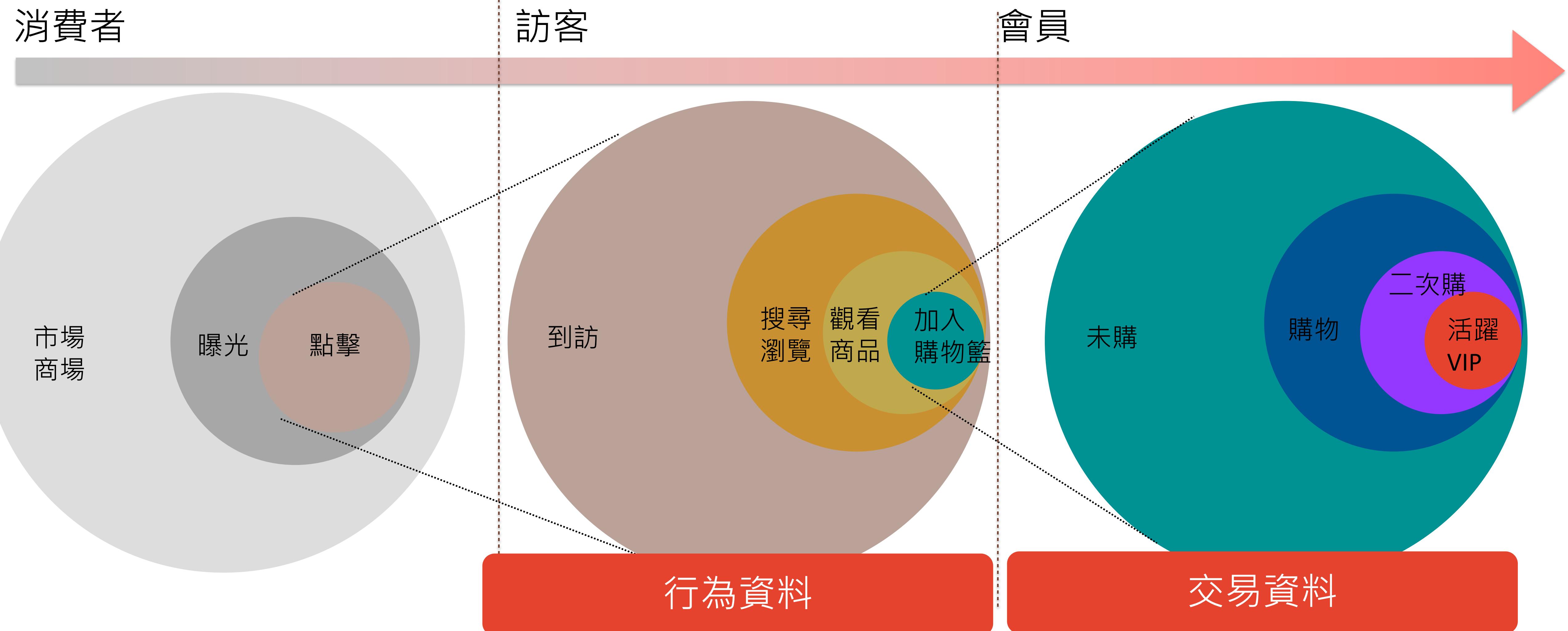


總發送人數：40,000  
購買人數：4,960  
轉換率：12.40%  
總銷售金額：4,305,280

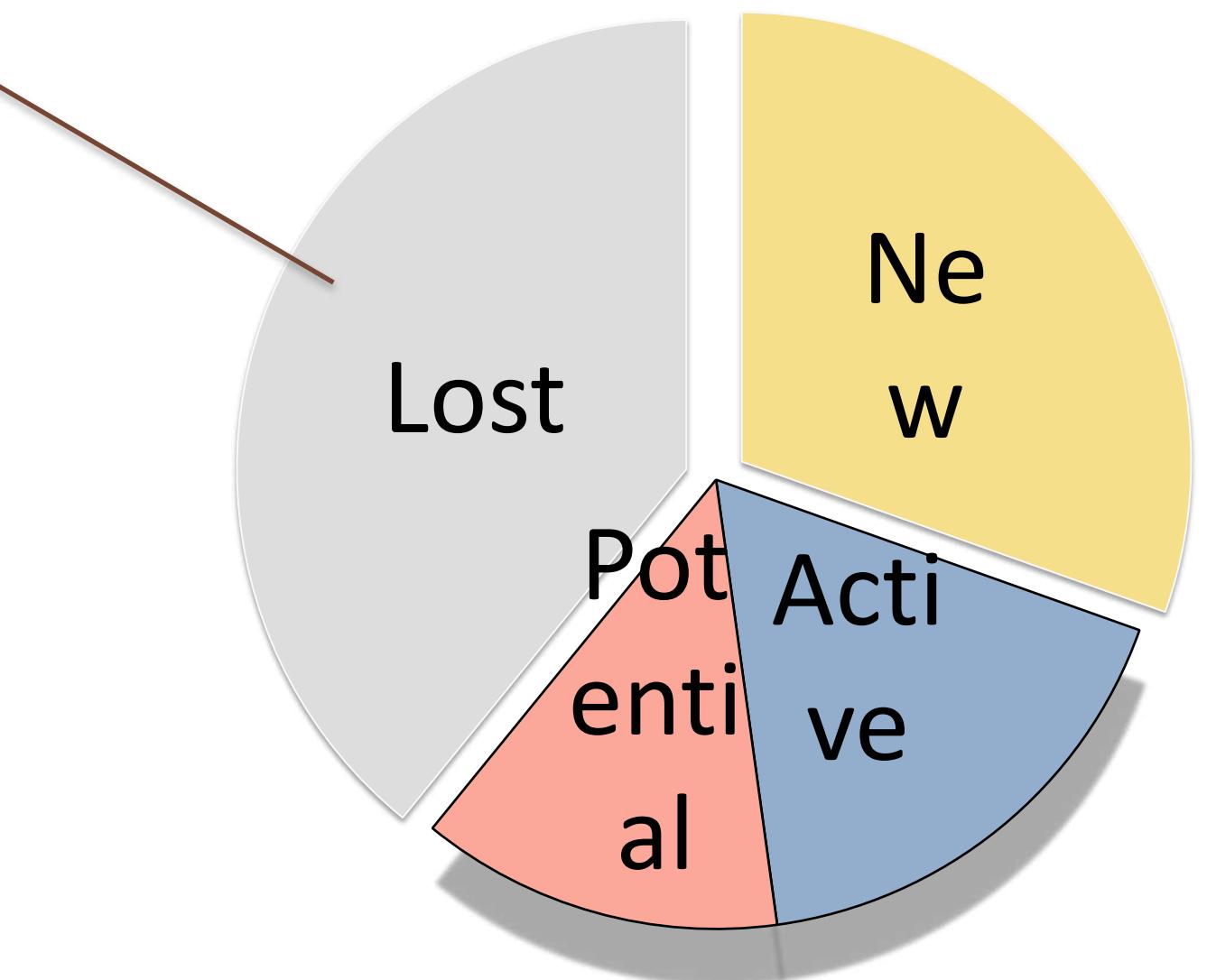
## 流失客戶挽回？



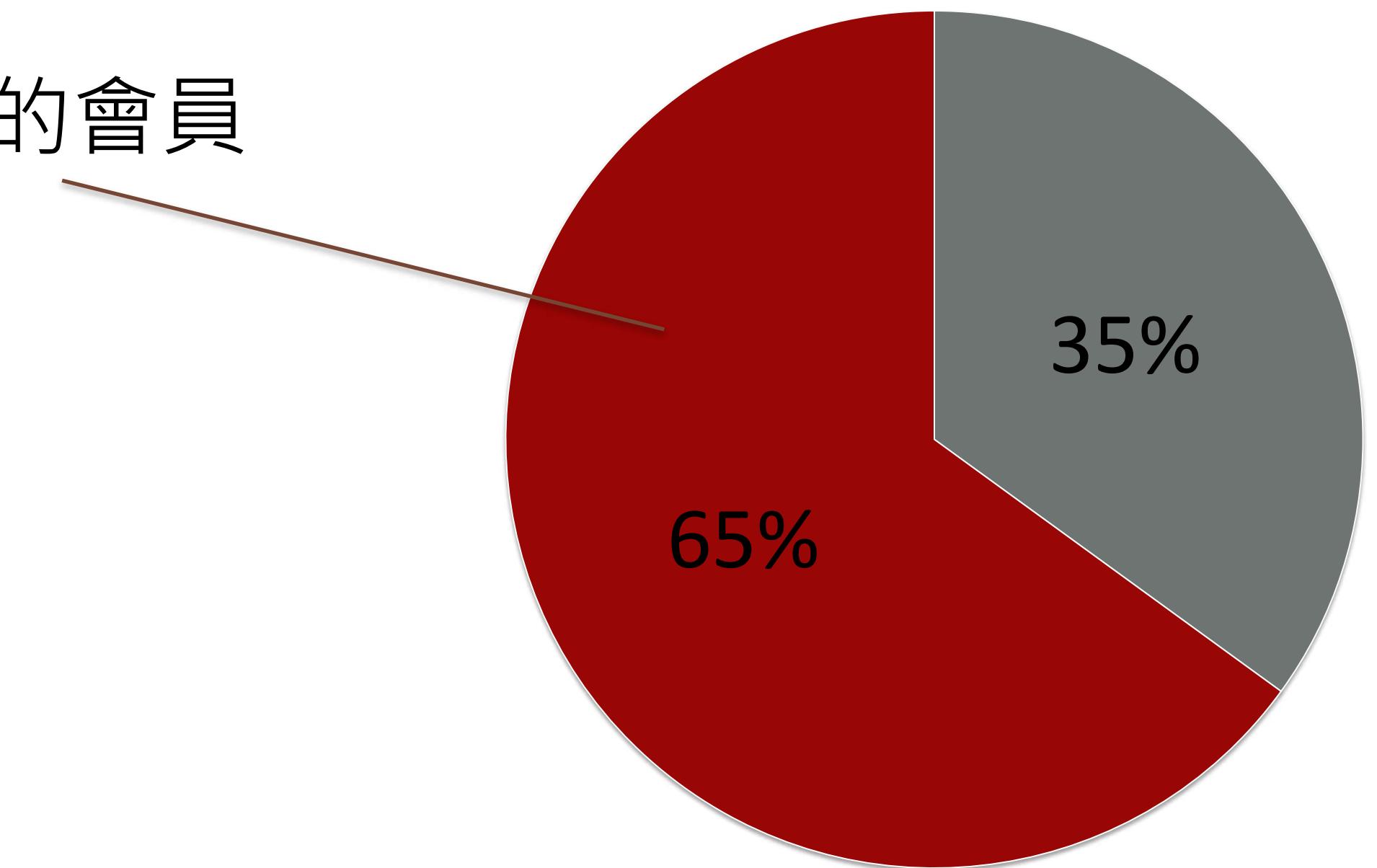
# 消費者的購物歷程



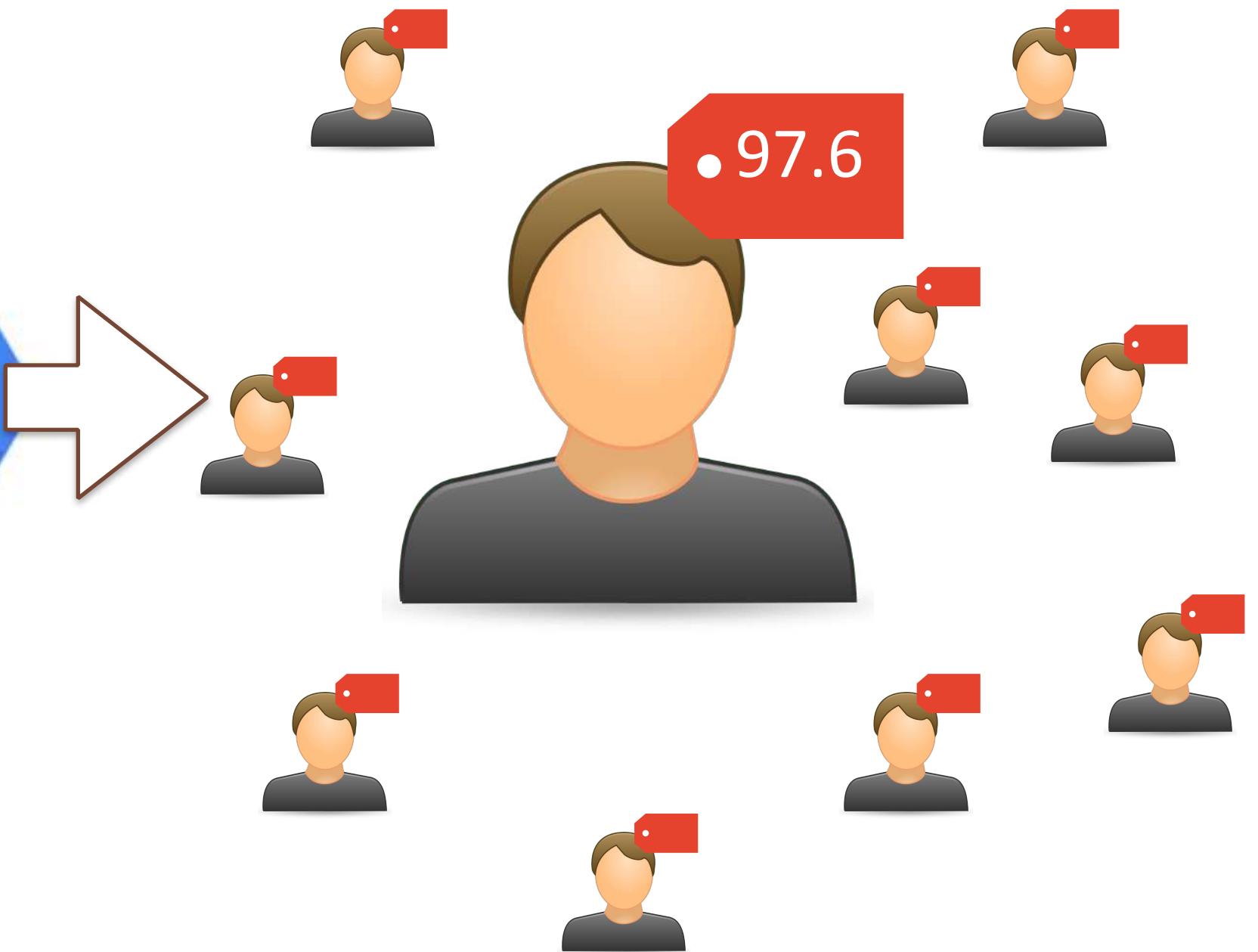
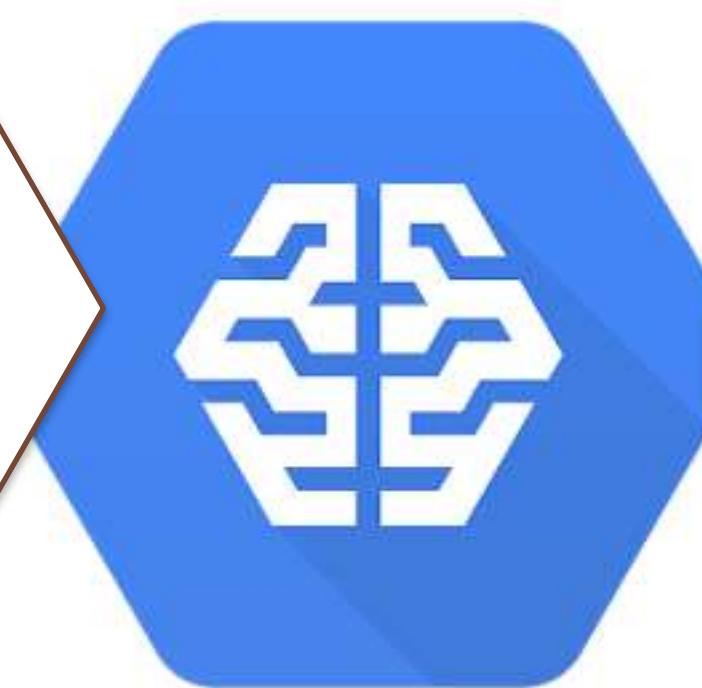
## 流失客戶挽回？

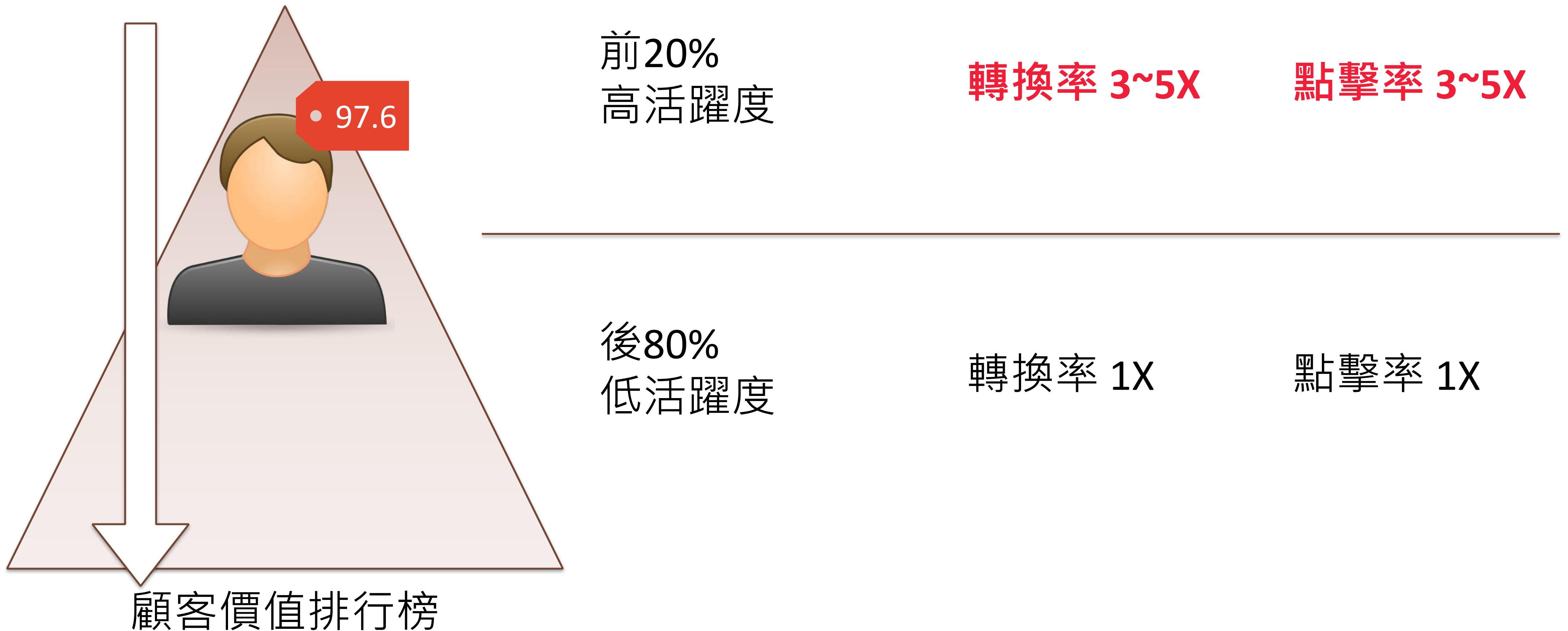


有網站互動行為的會員

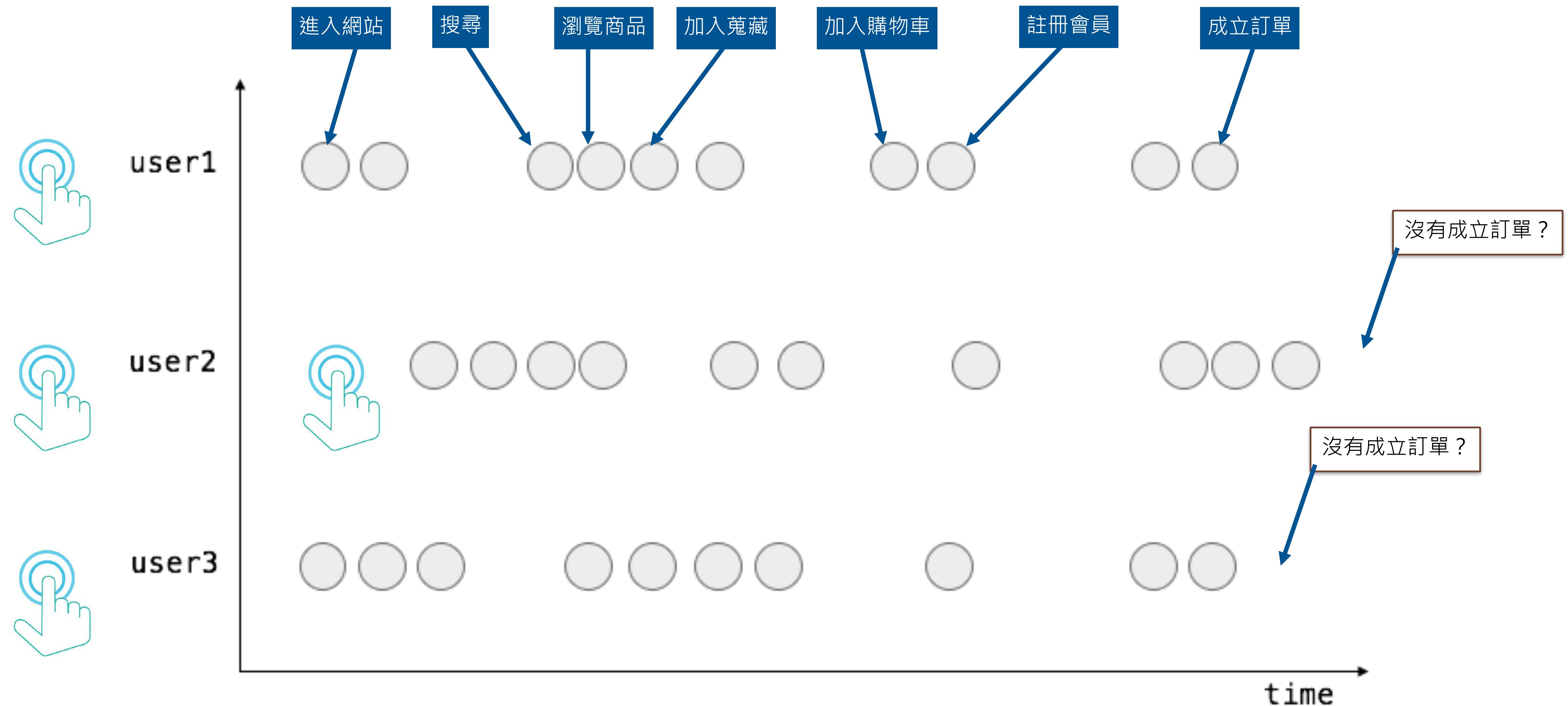


## 用戶活躍度指標

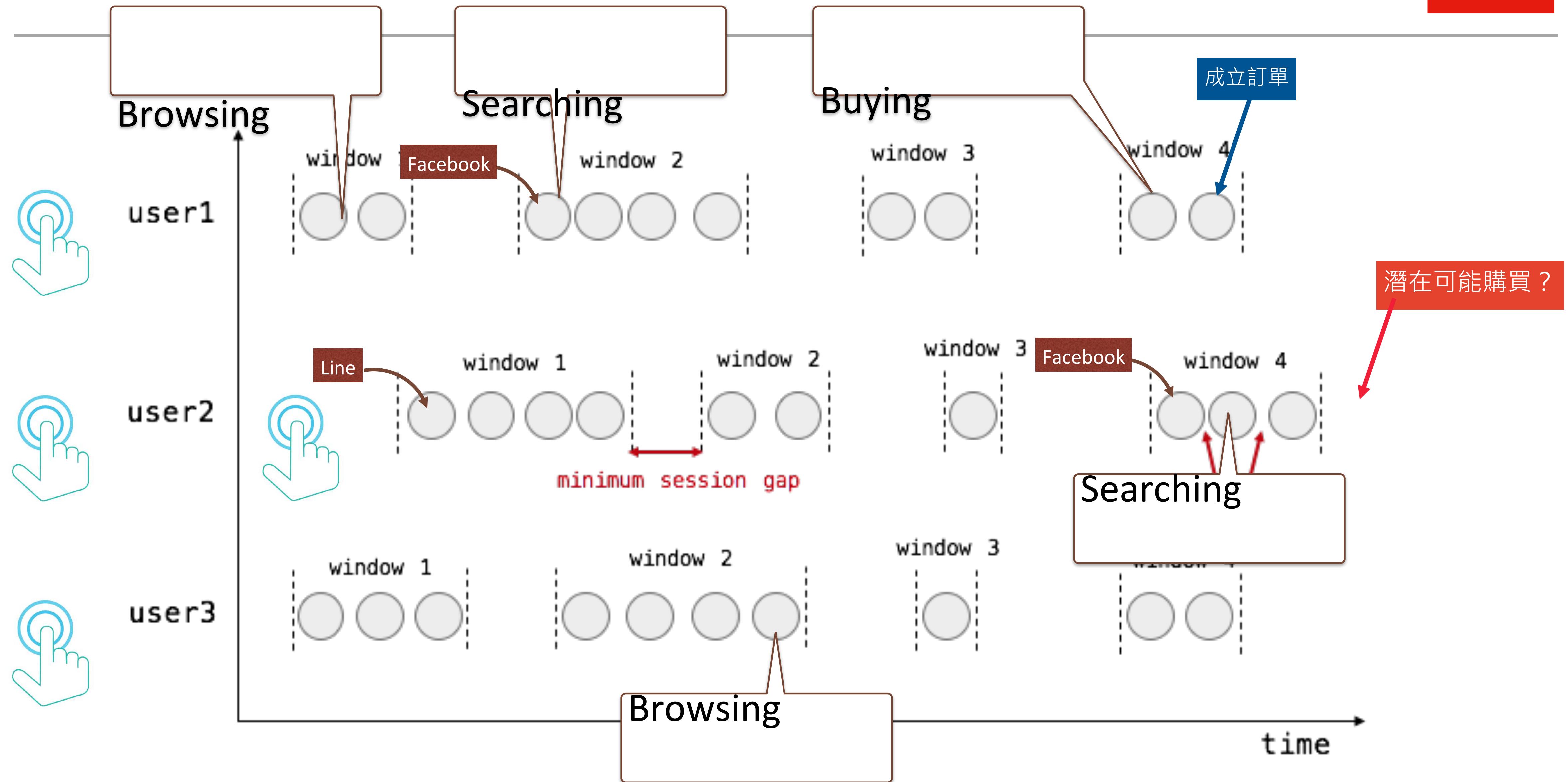




# 用戶歷程 – 行為事件



# User Journey Pattern



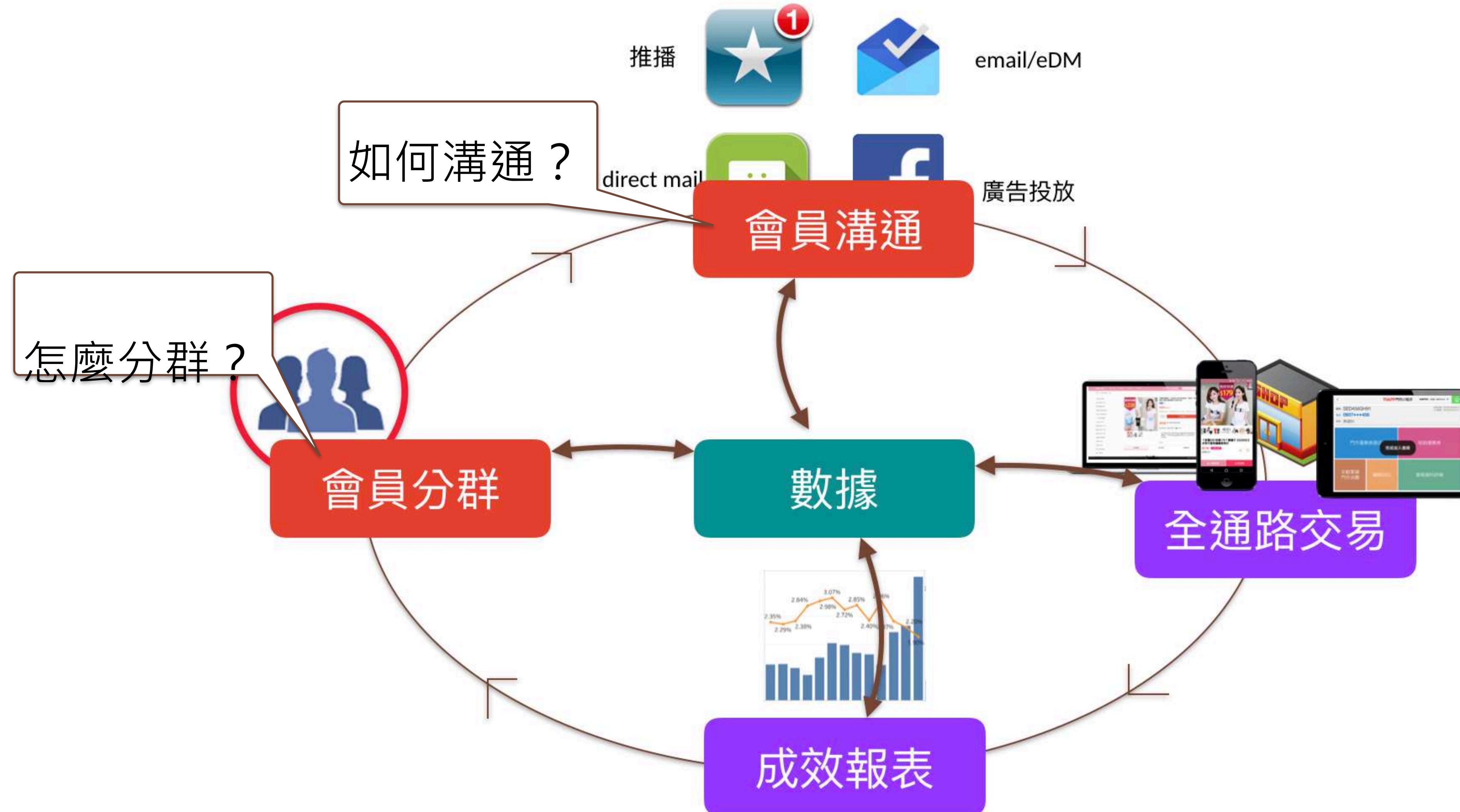
# 依據 Behavior Pattern 分群操作

91APP

Pattern	轉換率	名單人數	名單人數占比	線上訂單業績	線上訂單業績占比
Buying	24.53%	3,000	1.59%	13,224,740	52.48%
Searching	16.13%	10,000	5.31%	4,770,410	18.93%
Browsing	5.68%	25,000	13.29%	4,816,003	19.11%
Other	0.59%	150,000	79.78%	2,389,070	9.48%

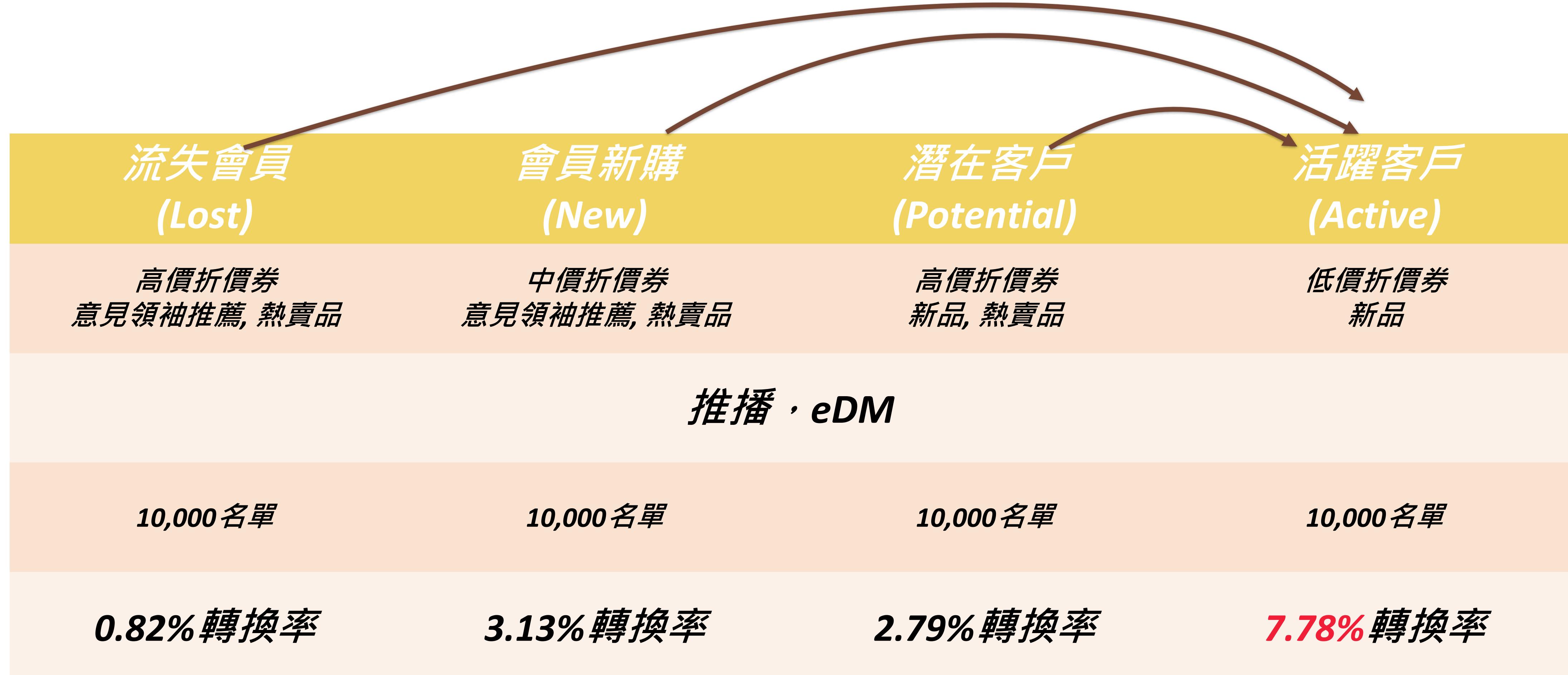
# 會員經營循環 - 會員有效溝通帶動成長動能

91APP



# NAPL 會員分群溝通 實驗

91APP



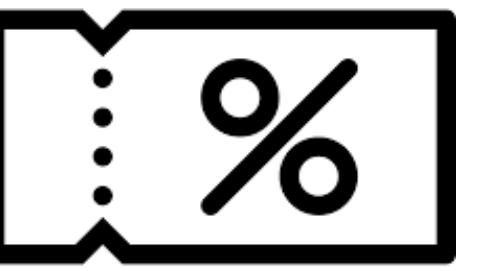
# 各分群的自然轉換率 / 活躍客的折價券驅動效果

標籤	條件	自然轉換率	標籤	條件	活動轉換率
Active	所有會員	4.35%	Active	200元折價券	7.78%
Potential	所有會員	1.88%	Active	100元折價券	6.88%
New	所有會員	1.72%	Active	50元折價券	6.75%
Lost	近180天有互動的所有會員	1.08%	Active	30元折價券	6.45%
Ready to Buy	近180天有互動的所有會員	0.96%	New	200元折價券	4.69%
Sealed	近180天有互動的所有會員	1.08%	New	100元折價券	2.1%
Lost	排除近180天有互動的所有會員	0.32%	New	50元折價券	1.98%
Ready to Buy	排除近180天有互動的所有會員	0.07%	New	30元折價券	1.77%
Sealed	排除近180天有互動的所有會員	0.16%			
Total		0.61%			

## 四大會員忠誠度機制



會員分級



會員優惠



會員禮



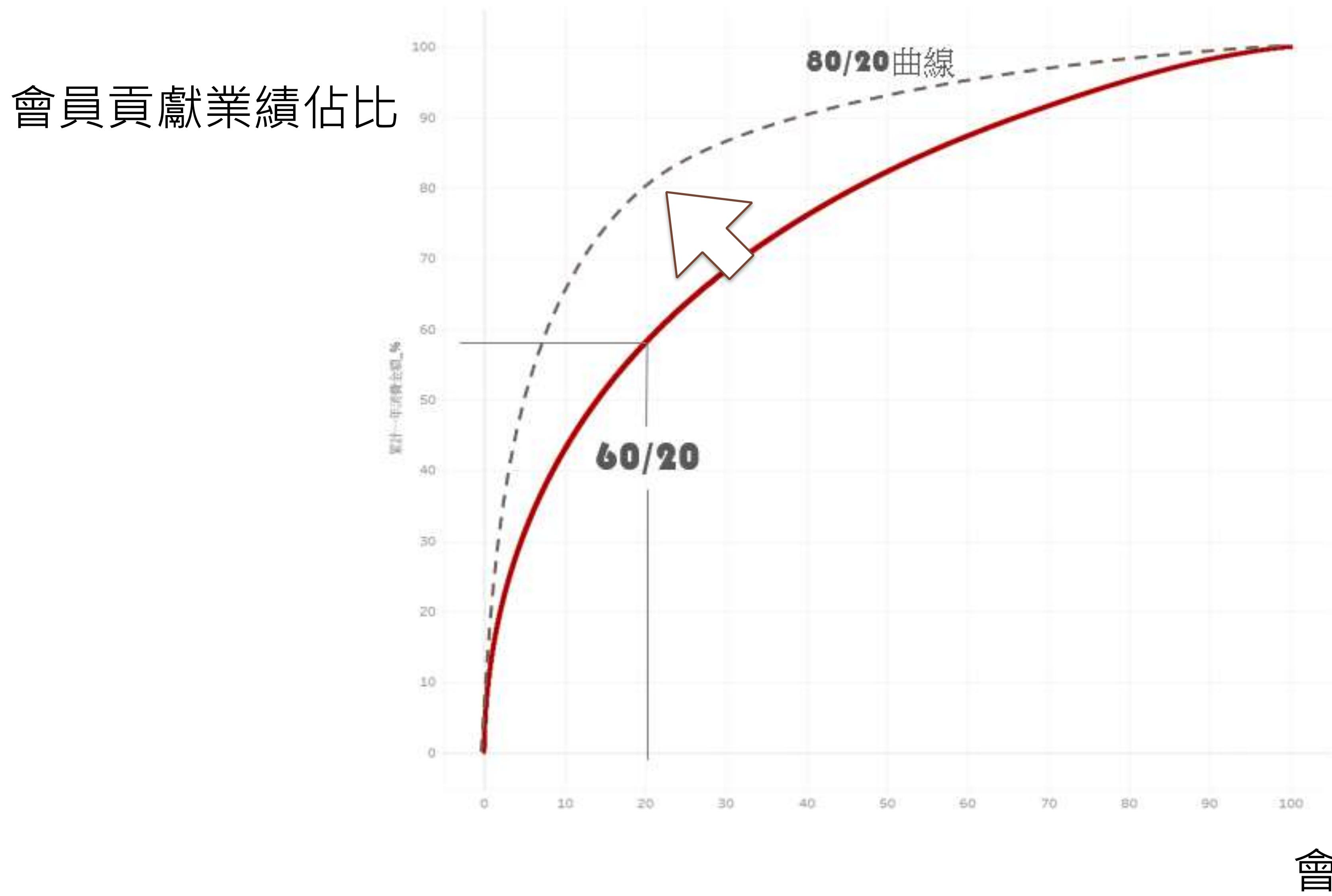
會員紅利回饋

# 會員制度設計範例

91APP

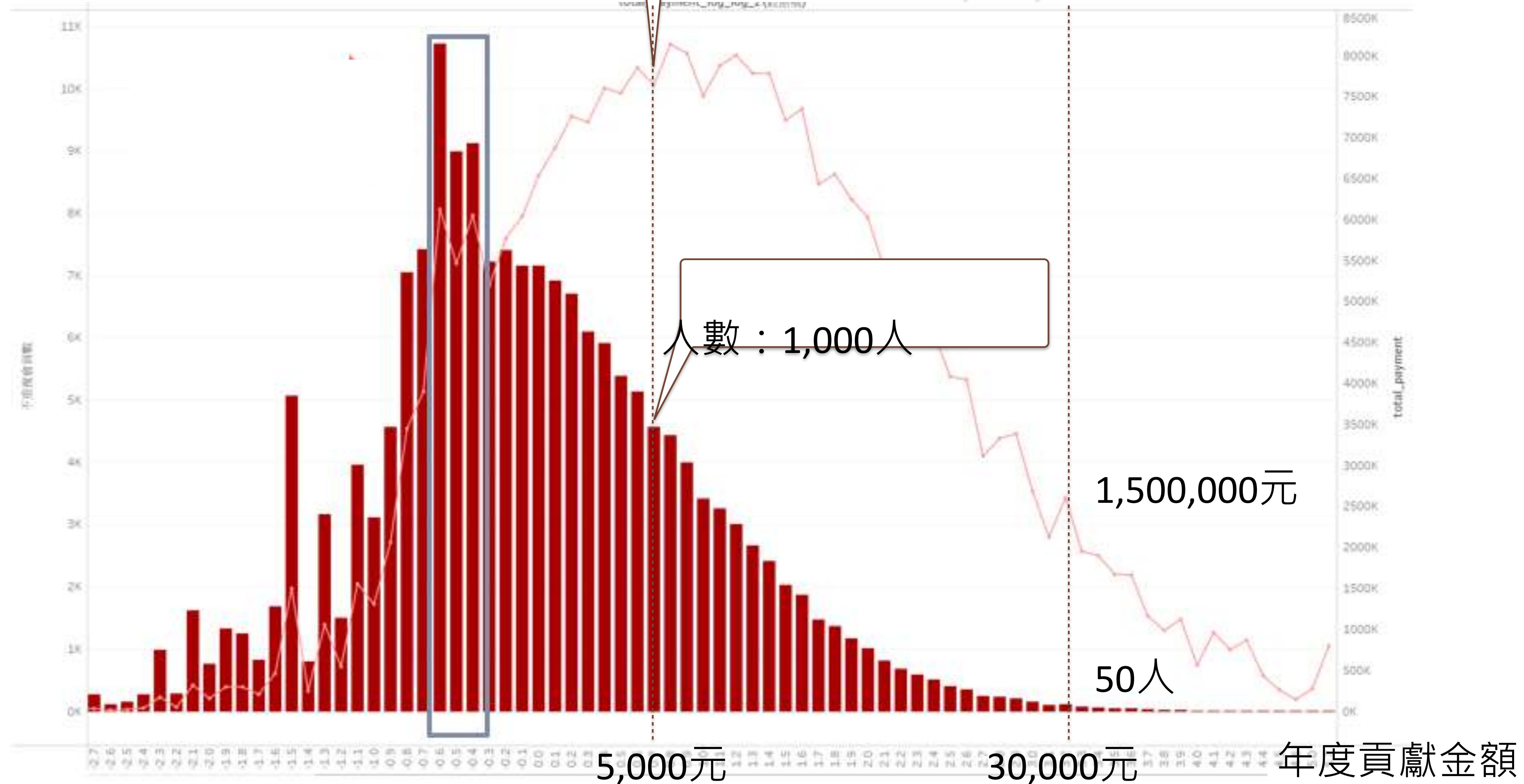
	一般卡	VIP	VVIP
會員效期	永久有效	消費升等日起算365天	消費升等日起算365天
升等條件	於官網或手機APP 填寫資料	會籍期間內累積消費滿\$2,000 (單日消費滿\$1,600)	會籍期間內累積消費滿\$9,500 (單日消費滿\$7,600)
續會條件	--	會籍期間內消費滿2,000元，則該會籍期間結束當日後續會365天	會籍期間內消費滿\$9,500，則該會籍期間結束當日後續會365天
降等	--	未達續等條件，降為一般卡	未達續等條件，降為VIP
滿額優惠		單筆滿1,000 95%	單筆滿2,000 85%
生日禮	100元折價券	300元折價券	300元 *2 折價券
開卡禮		100元折價券	
升等禮	--	300元折價券	300元 *2 折價券
續會禮	--	300元折價券	300元 *2 折價券
點數累積	\$60 = 1 點	\$50 = 1 點	\$30 = 1 點

# Contribution : 驅動會員貢獻度成長

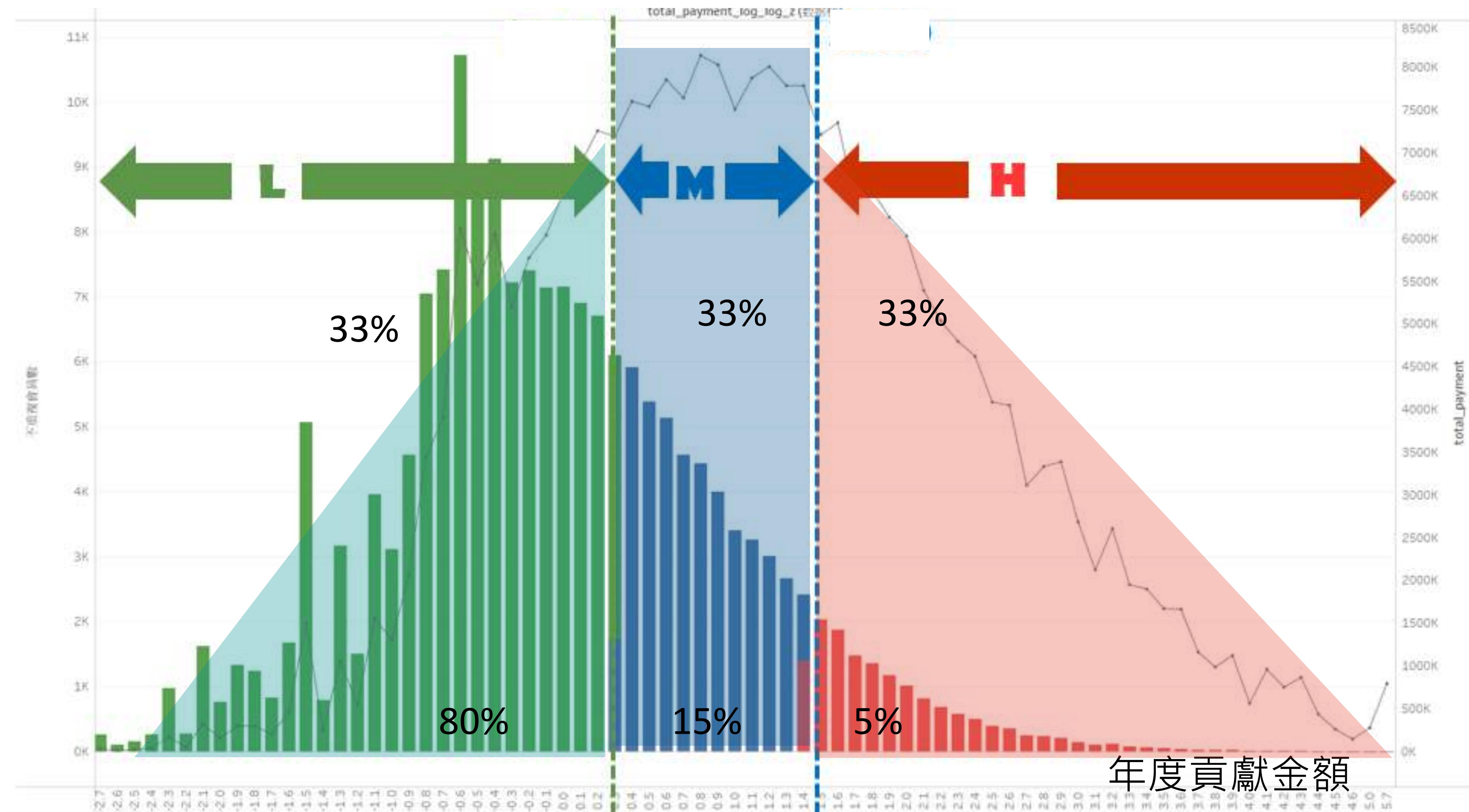


# 會員年度貢獻分佈

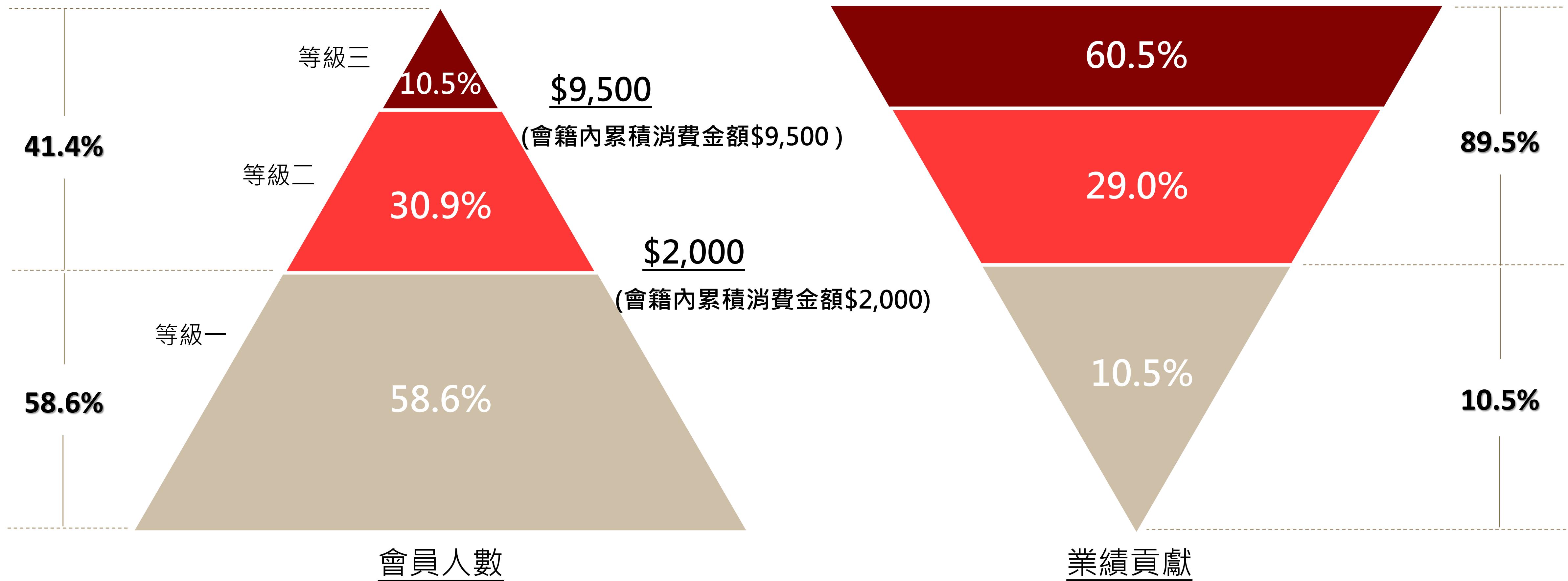
總貢獻消費金額：5,000,000元



# 依總業績貢獻占比切分



# 會員等級切分



# Retention Cost

$$100,000 \text{ 會員} \times 500 \text{ 元} = 50,000,000 \text{ 元}$$

Retention Cost 會員經營成本/人x年  
=會員優惠 + 會員禮 + 會員溝通 + 門市獎金

# Retention Cost v.s. Customer Value

Monetary Value	人數	人均貢獻	貢獻業績	經營成本	總經營成本	經營成本占比
High	2,500	12,000	30,000,000	500	1,250,000	4.17%
Medium	7,500	5,000	37,500,000	500	3,750,000	10.00%
Low	40,000	2,000	80,000,000	500	20,000,000	25.00%
Zero	50,000	0	0	500	25,000,000	ROI
total	100,000	1,475	147,500,000		50,000,000	2.95

# Retention Cost v.s. Customer Value

91APP

Monetary Value	人數	人均貢獻	貢獻業績	經營成本	總經營成本	經營成本占比
High	2,500	12,000	30,000,000	2,000	5,000,000	16.67%
Medium	7,500	5,000	37,500,000	800	6,000,000	16.00%
Low	40,000	2,000	80,000,000	300	12,000,000	15.00%
Zero	50,000	0	0	100	5,000,000	ROI
total	100,000	1,475	147,500,000		28,000,000	5.27

# Retention Cost v.s. Customer Value

會員經營成本依貢獻度調整權重

人均貢獻提升

總經營成本下降

Monetary Value	人數	人均貢獻	貢獻業績	經營成本	總經營成本	經營成本占比
High	2,500	15,000	37,500,000	2,000	5,000,000	13.33%
Medium	7,500	6,000	45,000,000	800	6,000,000	13.33%
Low	40,000	2,500	100,000,000	300	12,000,000	12.00%
Zero	50,000	0	0	100	5,000,000	
total	100,000	1,825	182,500,000		28,000,000	6.52

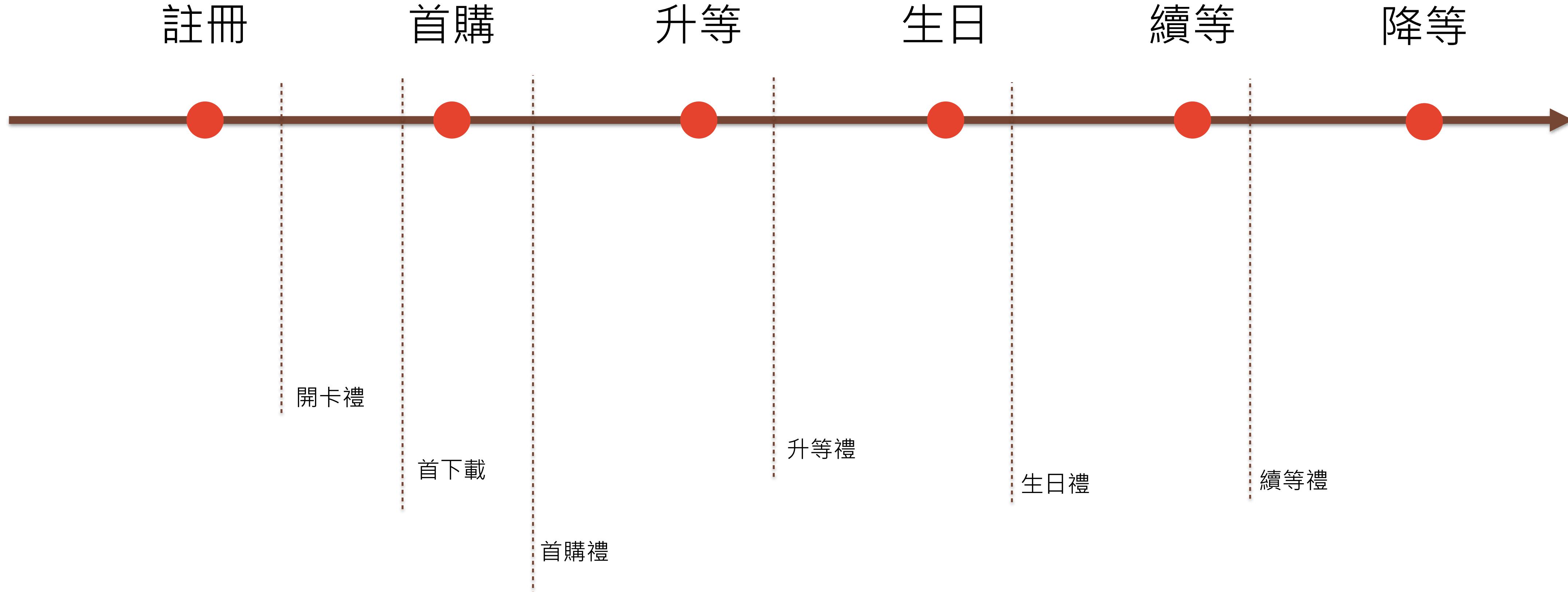
ROI

# Retention Cost 與 會員制度設計

91APP

<i>Monetary Value</i>	<i>Retention Cost</i>	會員禮	會員優惠
VVIP	2,000	生日禮 250 X 2 升等禮 250 元 X 2   繼等禮 250 元 X 2	全館 85% 週年慶活動商品滿額折 500 元
VIP	800	生日禮 250 元 升等禮 250 元   繼等禮 250 元	全館 95% 週年慶活動商品滿額折 300 元
Fans	300	生日禮：250 元	週年慶活動商品滿額折 100 元

# 會員生命週期 - 會員禮 / 會員溝通



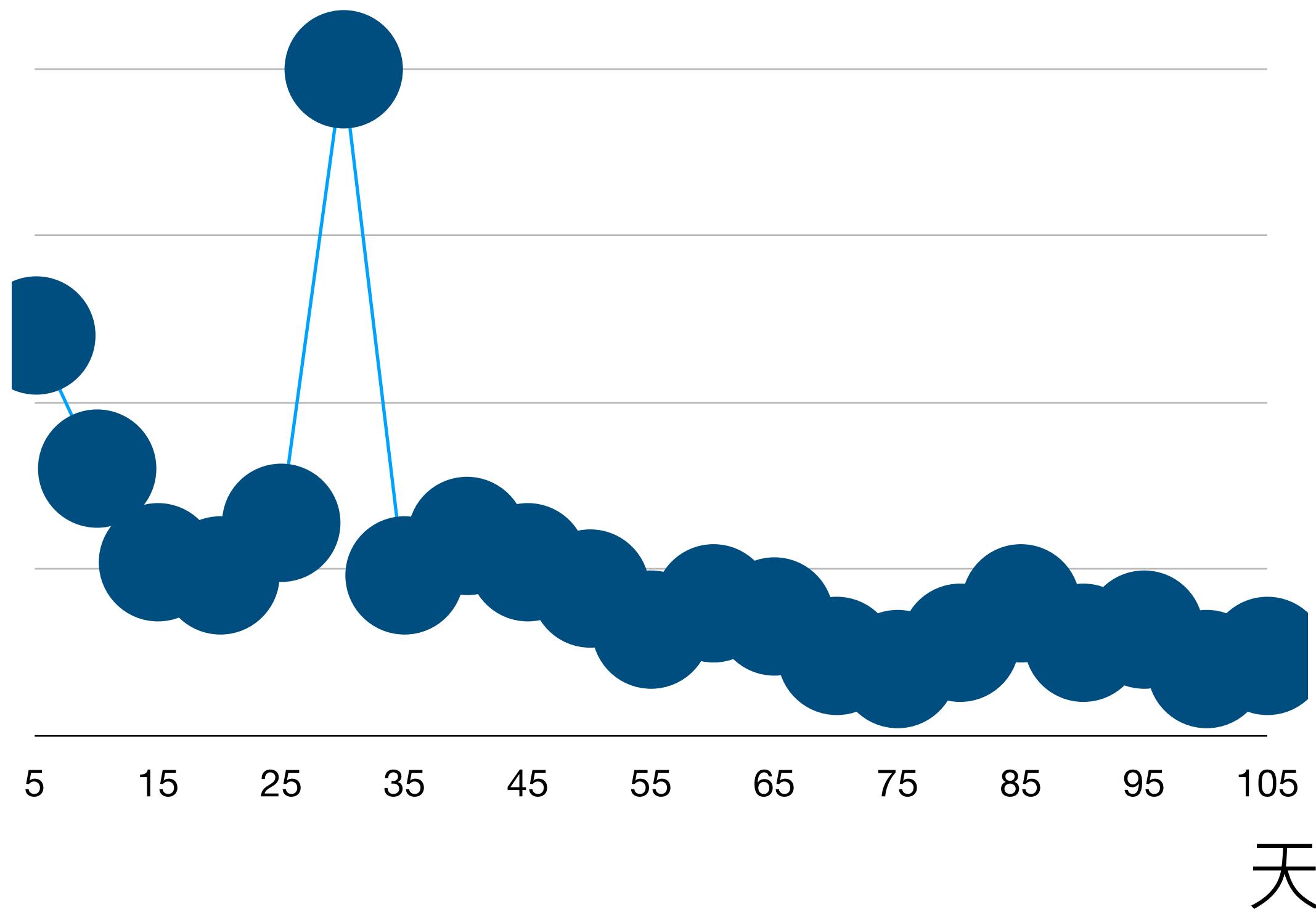
找個理由跟會員溝通

各種節日紀念日千萬不能忘

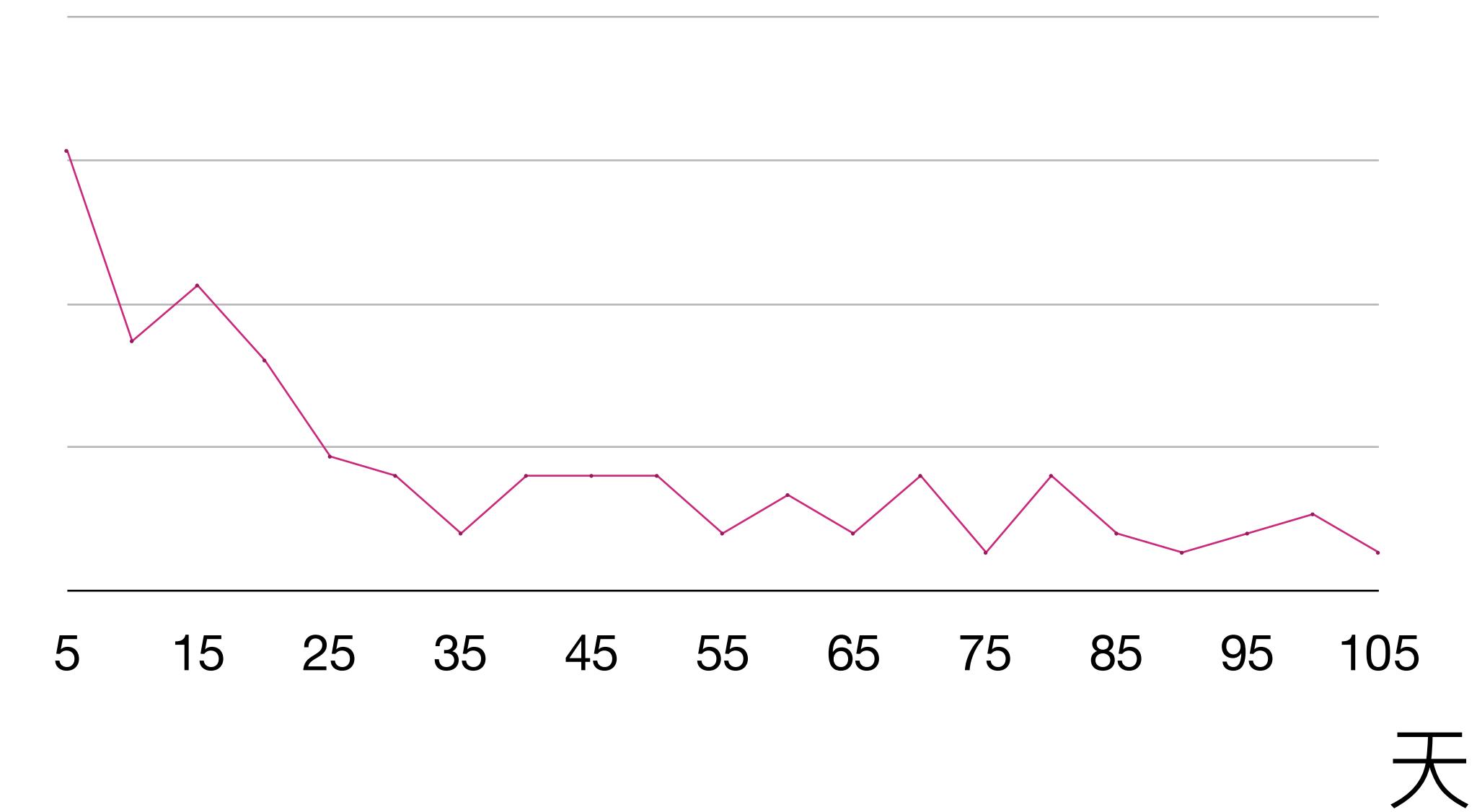
# 一次溝通的有效期限 / 一段關係的保存期限

91APP

發放折價券後的每日回購比率

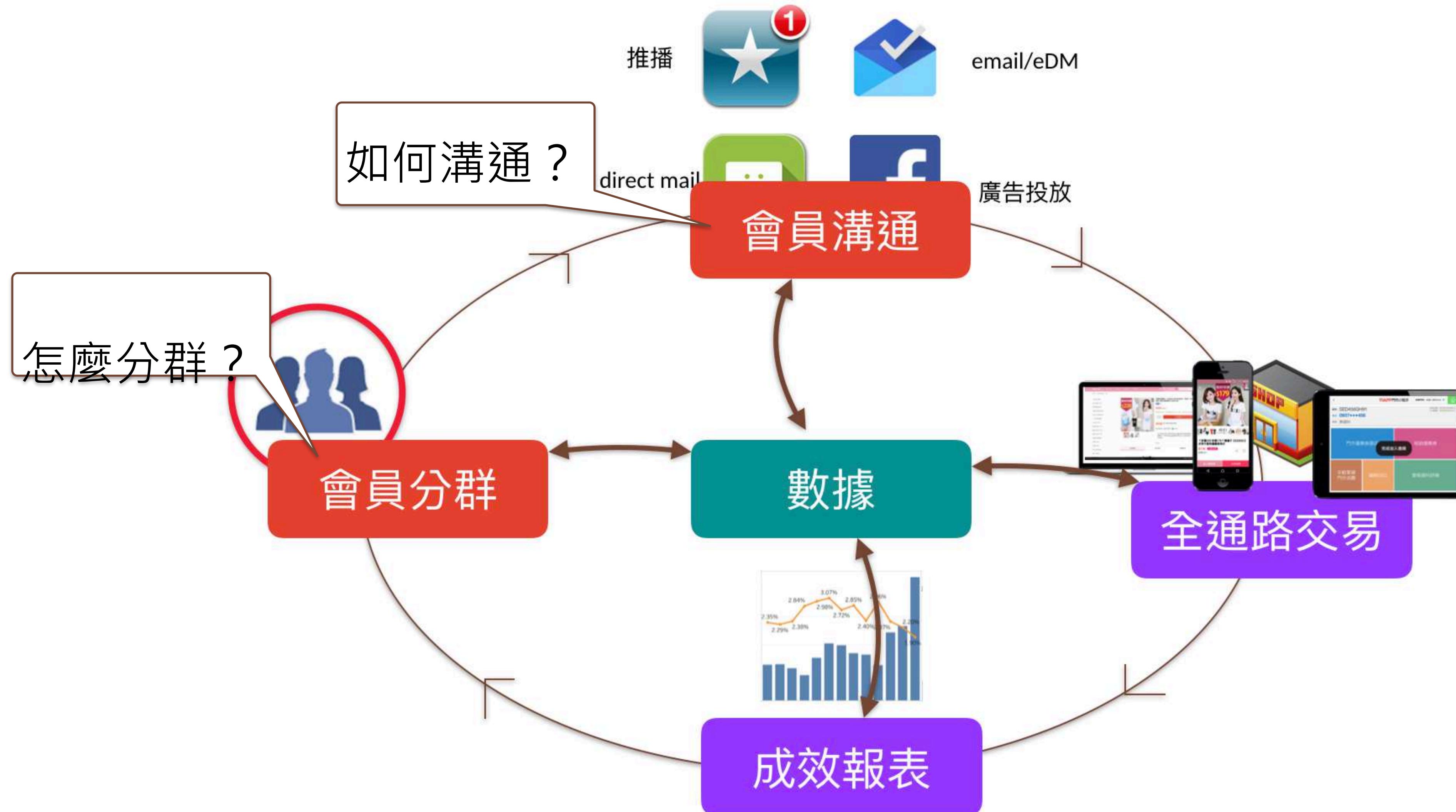


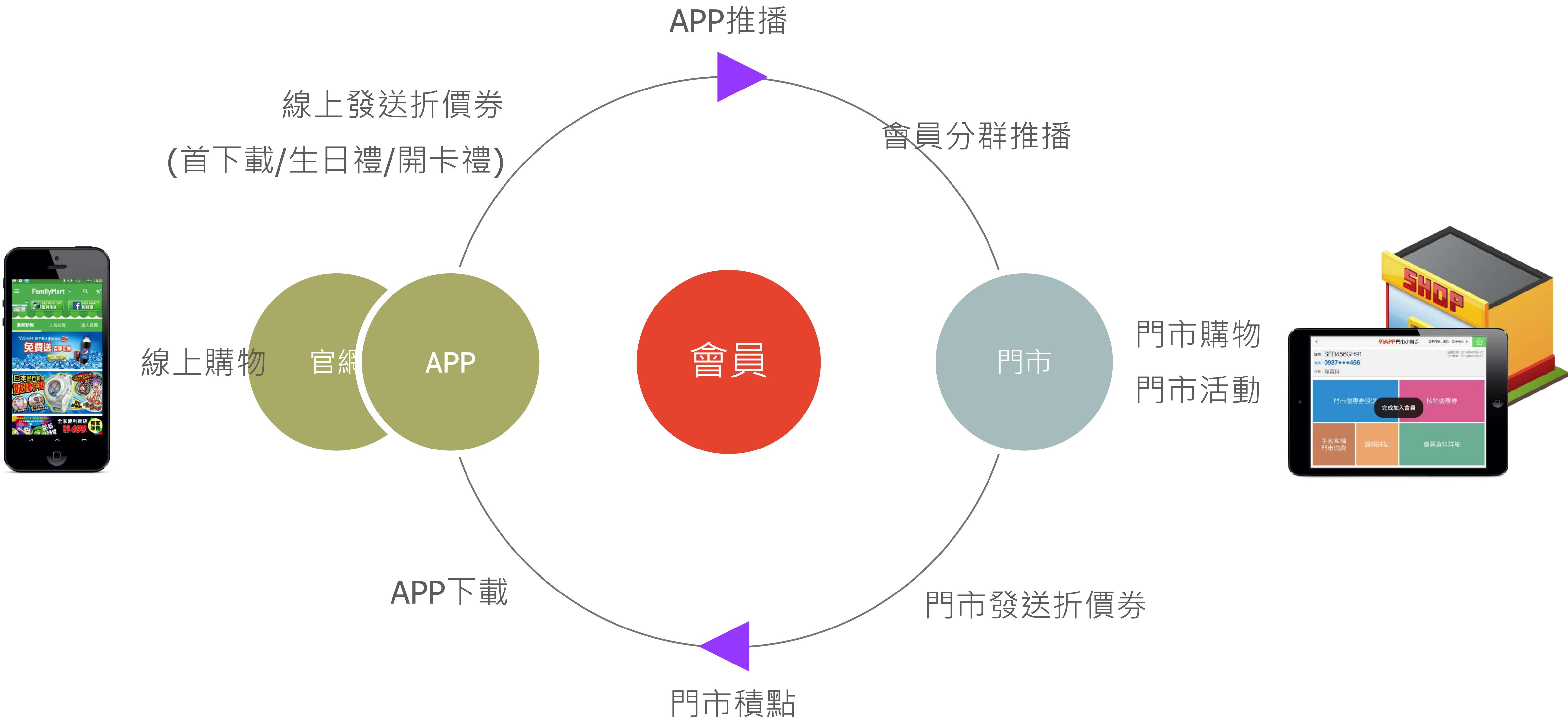
發送訊息後的每日回購比率



# 會員經營循環 - 會員有效溝通帶動成長動能

91APP





# OMO 提高人均消費貢獻度

2017 會員消費	人均年 消費金額	人均年 消費次數	平均 客單價
OMO (全通路消費者)	\$24,002	6.7	\$3,339
純線下 (純線下)	\$15,280	3.7	\$4,130

# 下載APP的消費者 人均貢獻度高

2017 會員消費	年消費金額			年消費次數		
	有下載APP	無下載APP	有差異	有下載APP	無下載APP	差異
純線上	\$24,269	\$23,508	3%	6.10	5.01	28%
OMO	\$25,659	\$10,952	134%	7.83	3.23	143%
純線下	\$17,135	\$11,465	49%	4.24	2.70	57%
Total	\$19,584	\$11,754	67%	5.31	2.81	89%

# 以會員消費次數看OMO

消費的會員數

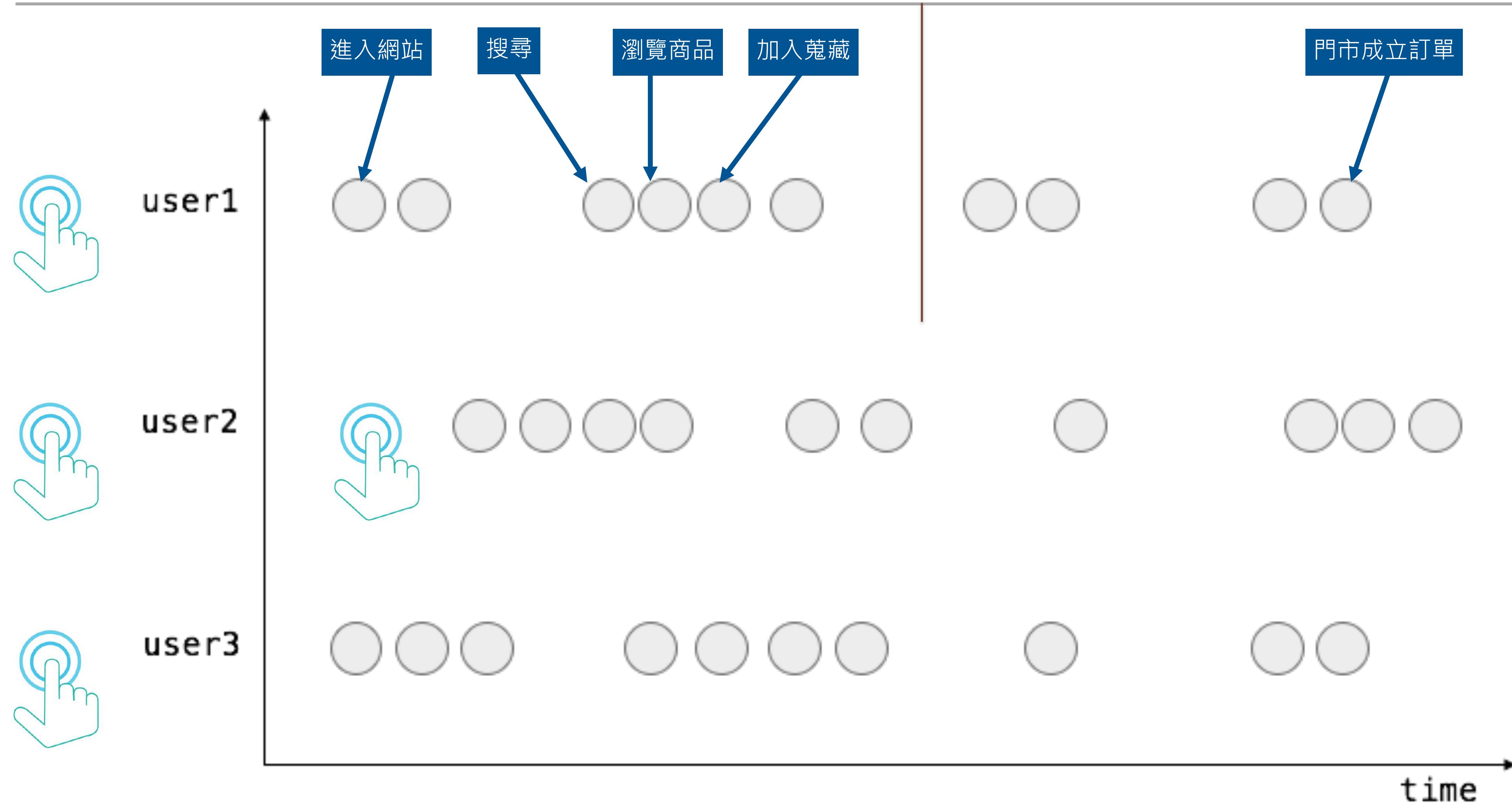
線下消費次數

統計時間：開店 - 7/20

	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
0	46,430	24941	9810	5131	3120	2034	1545	1149	912	733	626	474	426	385
1	9031	1358	704	487	299	239	169	109	132	84	74	69	58	61
2	2738	455	229	166	136	96	70	64	38	45	35	29	29	19
3	1195	216	131	94	55	42	52	31	23	26	23	22	19	19
4	630	140	86	67	58	43	29	23	22	15	13	13	10	10
5	434	97	50	32	33	21	21	12	14	12	5	9	13	2
6	257	57	44	25	18	19	9	14	6	5	8	6	8	4
7	201	41	27	14	25	14	15	15	9	12	4	9	4	4
8	163	26	20	14	12	7	6	6	8	7	6	8	1	4
9	101	33	13	8	10	7	8	3	6	6	1	4	5	2
10	79	21	14	6	6	6	6	3	6	1	4	3	3	3
11	76	16	6	6	6	1	3	2	6	0	4	1	2	1
12	59	12	8	6	5	5	2	6	2	1	1	3	1	1
13	38	10	5	7	4	3	2	2	2	1	2	2	2	1
14	35	10	2	4	5	3	0	2	0	1	2	3	2	0
15	46	12	3	2	4	1	1	0	2	0	2	3	2	0

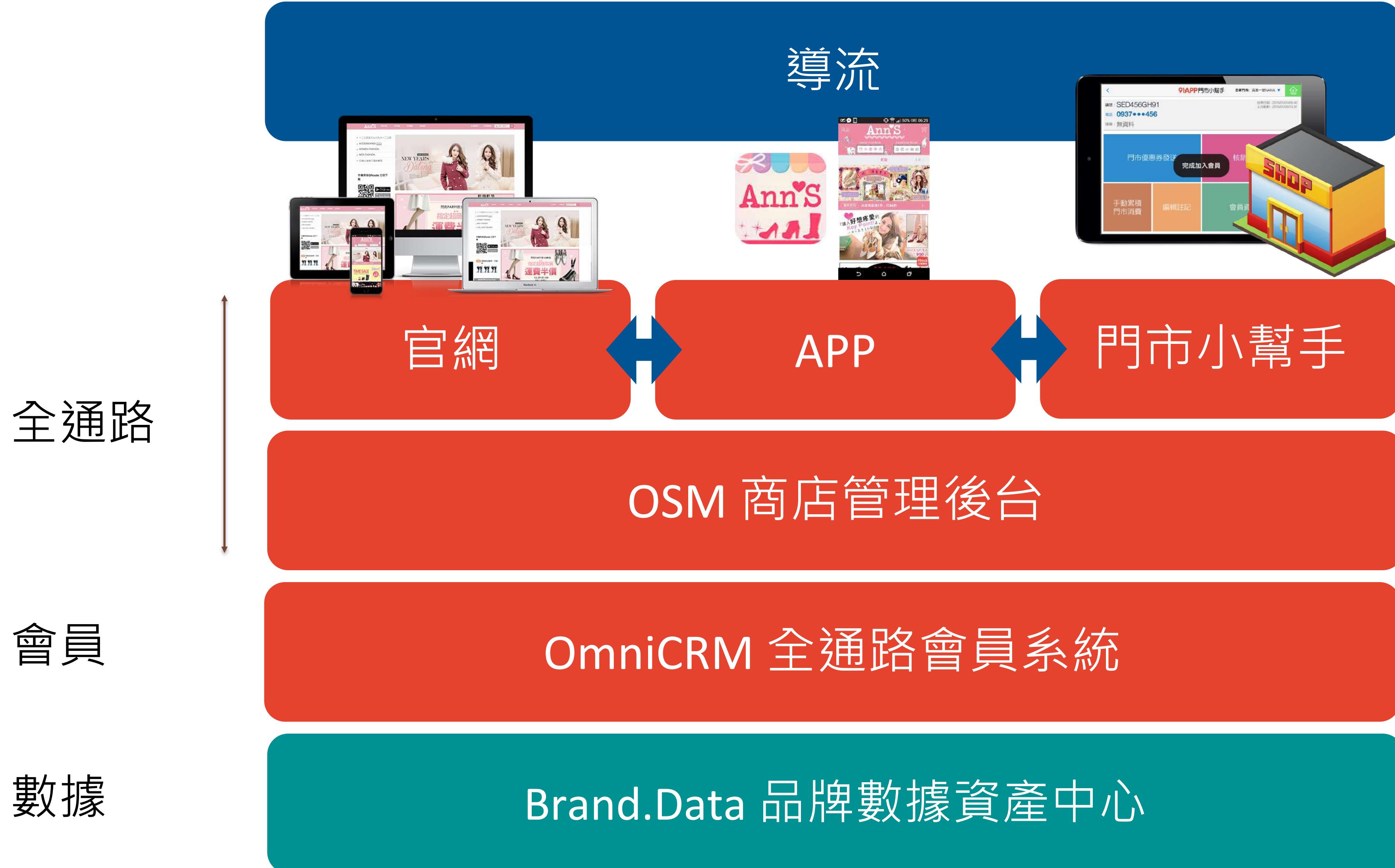
# 用戶歷程 – O2O行為

91APP



# 91APP 品牌新零售解決方案

91APP



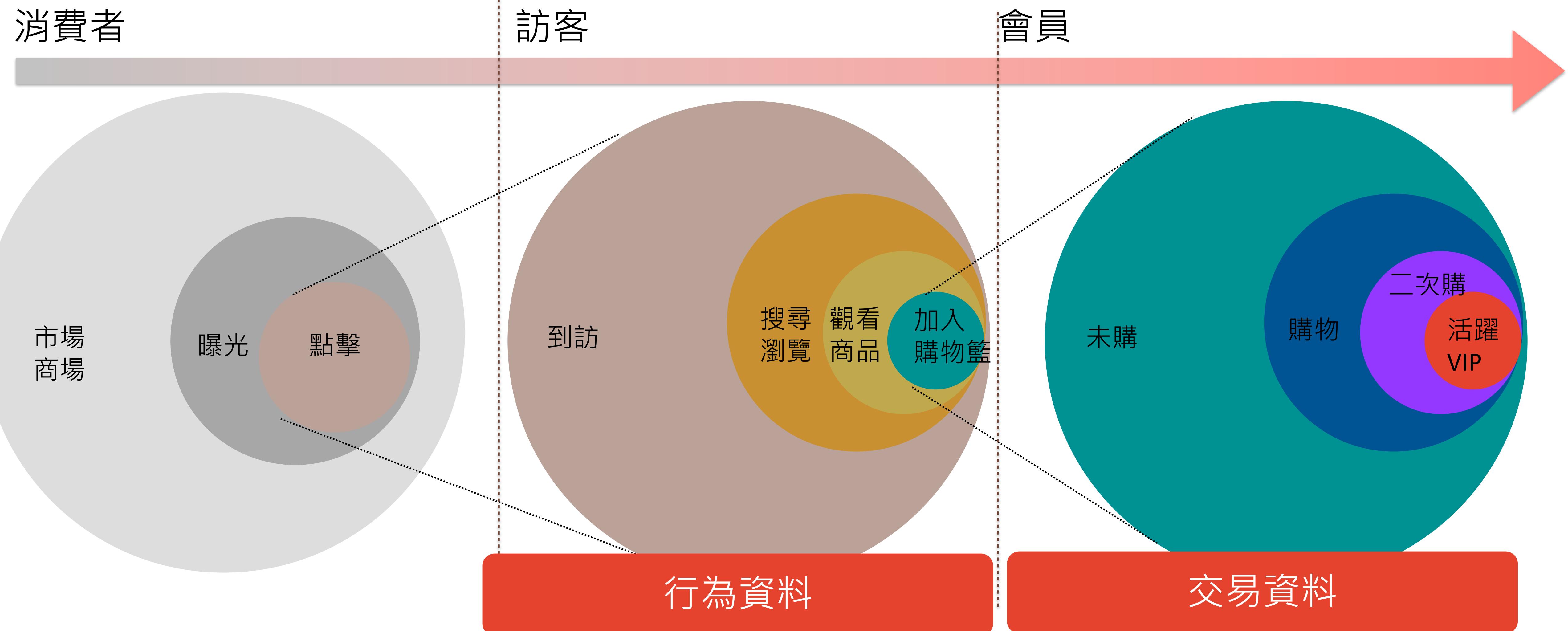
# 行為數據 構成 用戶歷程



Online Shopping Customer Journey Map



# 消費者的完整購物歷程



91APP inside

品牌新零售轉型  
的核心引擎



91APP

# Thanks

**91APP**

品牌新零售專家

Contact Us:

WebSite: [www.91app.com](http://www.91app.com)

Contact Me:

FB: <https://www.facebook.com/91app.happylee>

email: [happylee@91app.com](mailto:happylee@91app.com)