**客户分级流程图**

**第一步**

客户分级体系

影响客户量与销售额的重要因素分析

时间点：9.15

各指标重要性分析

客户分级体系

客户原料分析

按原料进行归类

时间点：9.10

问题：工具缺失

客户流失分析

重点客户筛选

时间点：8.31

对各行的优劣势分析

时间点：8.15

客户指标的探索

时间点：7.31

**第二步**

RFM分析

主成分分析

客户指标分析