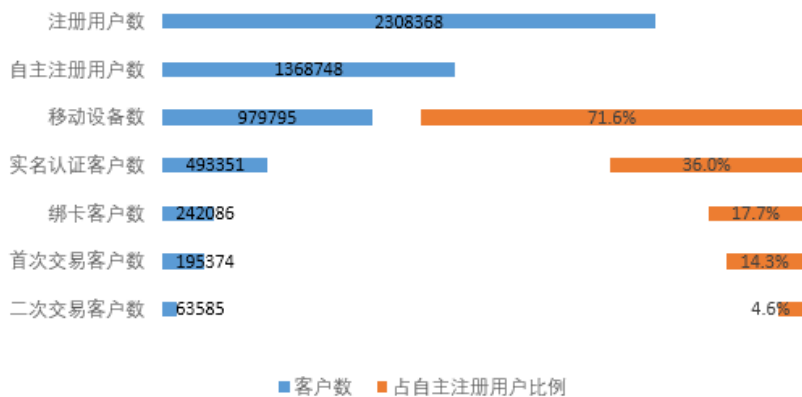
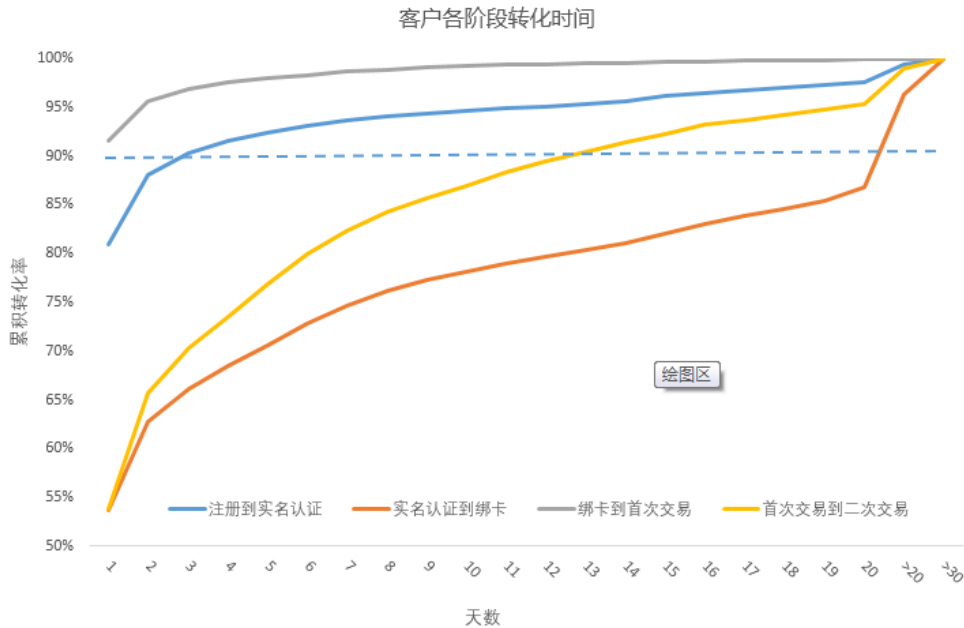


# 会员转化行为分析

# 各阶段会员数及转化时间



\*截至4月29日



- 90%的实名认证用户，在注册后3天内完成实名认证
- 90%的绑卡用户，在实名认证后20天内完成绑卡
- 90%的交易用户，在绑卡之后1天内完成首笔交易
- 90%的二次交易用户，在首笔交易13天内完成二次交易

(仅统计4月5日独立绑卡功能上线之后数据)

## 各阶段转化时间大于总体时间 客户数量TOP10

- 注册到实名认证

	grp_age	gender	city_class	is_fangchan	is_bingquan	is_fb_fans	top_market_channel	cnt	days
1	01.<=30	女	OtherCityClass	非房产客户	非冰泉客户	非球迷客户	TOP3:promotion	9255	6
2	01.<=30	男	OtherCityClass	非房产客户	非冰泉客户	非球迷客户	TOP3:promotion	8060	4
3	01.<=30	女	二线中等城市	非房产客户	非冰泉客户	非球迷客户	TOP3:promotion	7368	6
4	02.(30,40]	女	OtherCityClass	非房产客户	非冰泉客户	非球迷客户	TOP3:promotion	6063	6
5	01.<=30	男	二线中等城市	非房产客户	非冰泉客户	非球迷客户	TOP3:promotion	5973	4
6	02.(30,40]	男	OtherCityClass	非房产客户	非冰泉客户	非球迷客户	TOP3:promotion	5346	6
7	01.<=30	男	OtherCityClass	非房产客户	非冰泉客户	非球迷客户	TOP5:wx_promotion	4835	4
8	02.(30,40]	女	二线中等城市	非房产客户	非冰泉客户	非球迷客户	TOP3:promotion	4760	7
9	02.(30,40]	男	OtherCityClass	非房产客户	非冰泉客户	非球迷客户	TOP5:wx_promotion	4368	5
10	02.(30,40]	男	二线中等城市	非房产客户	非冰泉客户	非球迷客户	TOP3:promotion	4229	5

<=30, 二线城市, 从邀请好友渠道来的用户

- 实名认证到绑卡

	grp_age	gender	city_class	is_fangchan	is_bingquan	is_fb_fans	top_market_channel	cnt	days
1	01.<=30	男	OtherCityClass	非房产客户	非冰泉客户	非球迷客户	OtherMarketChannel	7383	20+
2	02.(30,40]	男	OtherCityClass	非房产客户	非冰泉客户	非球迷客户	OtherMarketChannel	6835	20+
3	02.(30,40]	男	二线中等城市	非房产客户	非冰泉客户	非球迷客户	OtherMarketChannel	5837	20+
4	01.<=30	男	二线中等城市	非房产客户	非冰泉客户	非球迷客户	OtherMarketChannel	5579	20+
5	01.<=30	男	OtherCityClass	非房产客户	非冰泉客户	非球迷客户	TOP4:AppStore	4217	20+
6	01.<=30	男	OtherCityClass	非房产客户	非冰泉客户	非球迷客户	TOP3:promotion	3848	20+
7	01.<=30	男	三线城市	非房产客户	非冰泉客户	非球迷客户	OtherMarketChannel	3626	20+
8	02.(30,40]	男	三线城市	非房产客户	非冰泉客户	非球迷客户	OtherMarketChannel	3294	20+
9	02.(30,40]	男	二线发达城市	非房产客户	非冰泉客户	非球迷客户	OtherMarketChannel	2892	20+
10	01.<=30	男	二线发达城市	非房产客户	非冰泉客户	非球迷客户	OtherMarketChannel	2813	20+

<=40, 男性, 二线城市的用户

## 各阶段转化时间大于总体时间 客户数量TOP10

- 从绑卡到首笔交易

	grp_age	gender	city_class	is_fangchan	is_bingquan	is_fb_fans	top_market_channel	cnt	days
1	03.(40,50]	男	二线发达城市	非房产客户	非冰泉客户	非球迷客户	TOP5:wx_promotion	240	3
2	05.>60	女	二线中等城市	非房产客户	非冰泉客户	非球迷客户	OtherMarketChannel	114	3
3	02.(30,40]	男	三线城市	非房产客户	冰泉客户	非球迷客户	TOP2:HD_bqcode0330b	94	3
4	01.<=30	男	四线城市	非房产客户	非冰泉客户	非球迷客户	TOP2:HD_bqcode0330b	94	3
5	02.(30,40]	男	二线中等城市	非房产客户	冰泉客户	非球迷客户	TOP5:wx_promotion	89	3
6	02.(30,40]	男	三线城市	非房产客户	非冰泉客户	非球迷客户	TOP5:wx_promotion	75	3
7	02.(30,40]	男	二线发达城市	非房产客户	非冰泉客户	非球迷客户	TOP2:HD_bqcode0330b	53	3
8	02.(30,40]	男	OtherCityClass	房产客户	冰泉客户	非球迷客户	OtherMarketChannel	50	14
9	02.(30,40]	男	五线城市	非房产客户	非冰泉客户	非球迷客户	TOP3:promotion	46	3
10	03.(40,50]	男	OtherCityClass	非房产客户	冰泉客户	非球迷客户	TOP4:AppStore	40	3

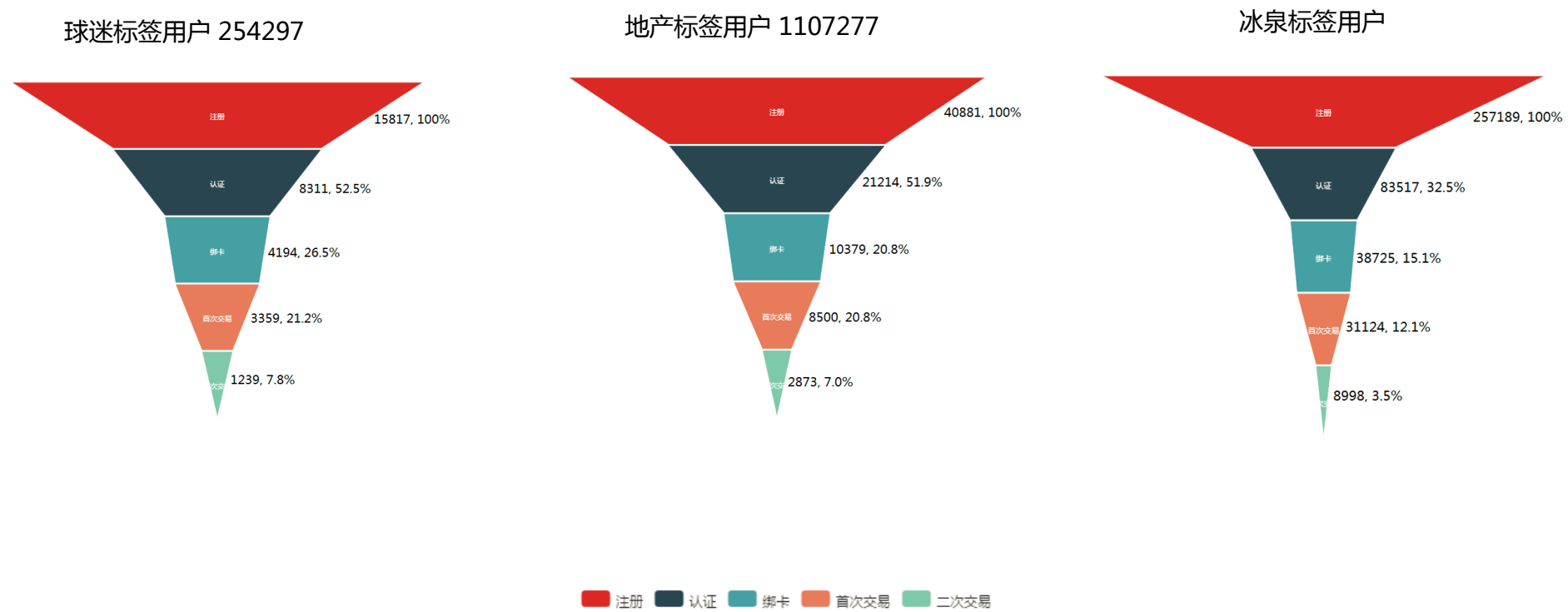
<=50, 男性, 二线及以下城市

- 从首笔交易到二次交易

	grp_age	gender	city_class	is_fangchan	is_bingquan	is_fb_fans	top_market_channel	cnt	days
1	01.<=30	女	OtherCityClass	非房产客户	非冰泉客户	非球迷客户	OtherMarketChannel	650	17
2	01.<=30	男	二线中等城市	非房产客户	非冰泉客户	非球迷客户	TOP4:AppStore	614	14
3	01.<=30	男	二线发达城市	非房产客户	非冰泉客户	非球迷客户	OtherMarketChannel	604	14
4	02.(30,40]	女	二线发达城市	非房产客户	非冰泉客户	非球迷客户	TOP3:promotion	532	14
5	02.(30,40]	女	二线中等城市	非房产客户	非冰泉客户	非球迷客户	OtherMarketChannel	441	15
6	01.<=30	女	二线中等城市	非房产客户	非冰泉客户	非球迷客户	OtherMarketChannel	430	14
7	01.<=30	男	二线中等城市	非房产客户	冰泉客户	非球迷客户	OtherMarketChannel	371	25
8	02.(30,40]	男	二线中等城市	非房产客户	冰泉客户	非球迷客户	OtherMarketChannel	364	19
9	01.<=30	男	OtherCityClass	非房产客户	冰泉客户	非球迷客户	OtherMarketChannel	360	25
10	01.<=30	男	一线城市	非房产客户	非冰泉客户	非球迷客户	OtherMarketChannel	358	14

<=40, 二线城市

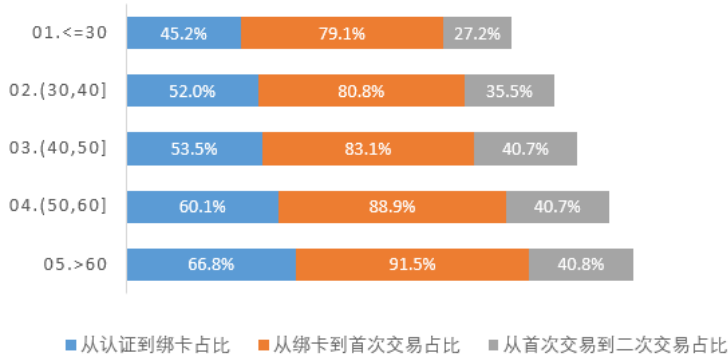
# 产业属性-转化漏斗



从转化率上看，地产 球迷的转化率最好，冰泉较差。

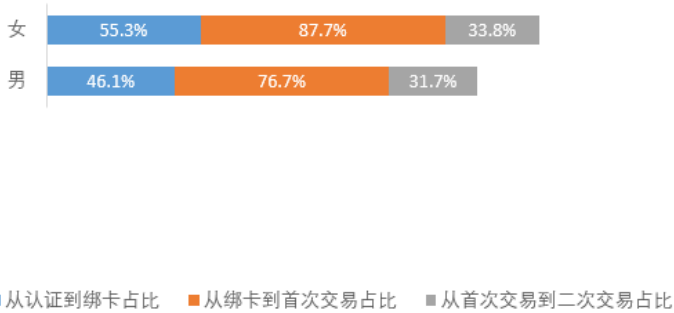
# 客户属性-行为转化率

各年龄段行为转化率



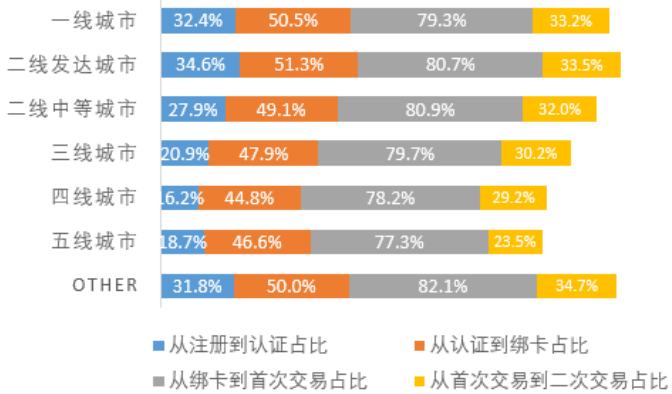
年龄越大，转化率越高

性别行为转化率



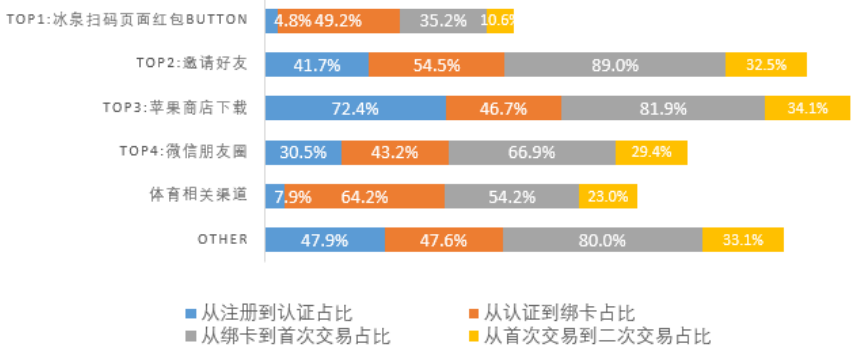
女性各阶段转化率均高于男性

地域行为转化率



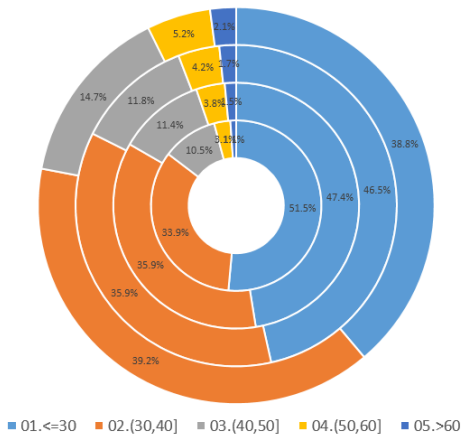
城市等级越高，认证比例越高；其他阶段转化率差别不大

注册来源行为转化率

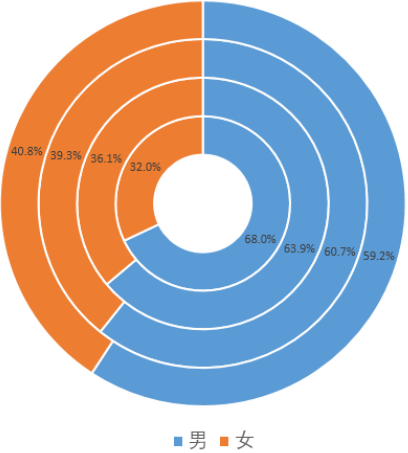


# 客户属性-各阶段客户数量占比

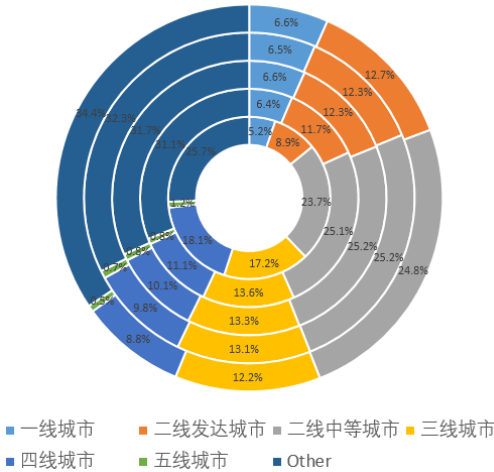
年轻群体占绝大多数；  
年龄越大，在各阶段的数量占比会上升



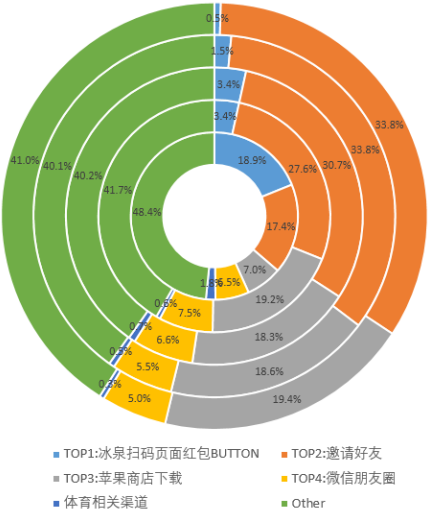
男性数量上占优势，但行为等级越高，数量占比下降



行为等级越高，发达城市数量占比会上升



注册来源：  
TOP1(冰泉扫码)后续数量占比快速降低  
TOP2(邀请好友)后续数量占比快速升高  
TOP3(苹果商店下载)后续数量占比较稳定  
TOP4(微信朋友圈)后续数量占比较稳定



# 购买产品特征

## ■ 首笔交易

年化利率	投资天数	最小投资金额	投资人数	人数占比
10%	88	100	27561	14.1%
10%	87	100	24997	12.8%
10%	86	100	19305	9.9%
6.30%	178	100	13896	7.1%
10%	91	100	13489	6.9%
10%	89	100	10263	5.3%
10%	117	100	8979	4.6%
7.80%	361	100	8184	4.2%
7.30%	359	100	6661	3.4%
5.80%	180	100	6583	3.4%
6.60%	359	100	6190	3.2%
5.80%	173	100	5956	3.0%
6.50%	178	10000	5028	2.6%
8%	361	10000	4880	2.5%
10%	77	100	4292	2.2%
其他			29135	14.9%

## ■ 二次交易

年化利率	投资天数	最小投资金额	投资人数	人数占比
6.30%	178	100	6041	9.5%
5.80%	179	100	5393	8.5%
6.80%	359	10000	4841	7.6%
7.30%	359	100	4212	6.6%
6.60%	359	100	4157	6.5%
5.80%	181	100	3239	5.1%
5.80%	173	100	3169	5.0%
8%	361	10000	3065	4.8%
6.50%	178	10000	3027	4.8%
7.80%	361	100	2835	4.5%
5.80%	180	100	2729	4.3%
5.80%	177	100	2380	3.7%
7.50%	359	10000	2228	3.5%
7.30%	180	100	2046	3.2%
8%	720	10000	1902	3.0%
其他			12325	19.4%

新手半数以上(53.5%)买了新手标，产品偏爱收益和投资天数有竞争力的组合



Thank You