

# 上海乘客二次扫码分析报告

- 本次专题分析计算了两块数据
- 1、上海乘客首次购买后的二次扫码转化数据
  - 2、上海乘客复购商品销量排行

## 一：上海乘客二次扫码转化情况

扫码序数	扫码人数	购买人数	转化率
2	14704	138	1.0%
3	1034	137	13.0%
4	355	23	6.0%
5	231	8	3.0%
6	155	3	2.0%
7	106	3	3.0%
8	83	3	4.0%
9	71	2	3.0%
10	53	2	4.0%

备注：扫码序数即——乘客首次购买的扫码序数为 1，后续扫码行为的序数为 2、3、4..

### 分析结论：

乘客复购人数占比 **1.6%**。  
第二次扫码购买的转化率在 **1%**。  
从第三次开始因为存在未检测出的小号，所以转化率偏高。

第二次扫码人数中，首次购买当天的第二次扫码人数有 **3468** 人，即首次购买当天会有 **21.5%** 的人二次扫码，购买人数 **95** 人，其中未用券购买 **70** 人，购买当天未用券的二次扫码转化率为 **2%**。非首次购买当天的第二次扫码转化率为 **0.4%**。

目前老乘客的扫码转化率非常低，在没有了促销力度的支撑的情况下，现有商品难以捕捉到乘客在车内场景下的真实需求，未来还是需要通过更多的产品和服务测试，挖掘出乘客在车内场景下所有潜在的需求，才能提升二次扫码转化。

## 二：上海乘客二次扫码商品成交排行

sku_id	sku_name	销量
139	星巴克咖啡经典浓郁	50
94	茶π西柚茉莉花茶	33
88	维他柠檬茶	28
93	茶π蜜桃乌龙茶	26
124	纯水乐饮用纯净水	26
92	力量帝维他命水柑橘风味	25
135	百岁山饮用天然矿泉水	24
70	美迪齐饮用天然矿泉水	21
96	派样-俞文清燕窝水	17
89	依云水	11
12	熊本熊饮用水 330ml	10
90	俞文清燕窝水	9
176	清风手帕纸原木纯品	9
142	麦隆曼特宁拿铁咖啡	7
91	星巴克咖啡经典浓郁	6
62	十年有成海苔片组合	5
67	冰力克美肌薄荷糖（柠檬味）	4
77	爪哇咖啡（摩卡）	4
42	钙芝威化饼干 4 支	2
49	洽洽每日坚果 2 包	2
69	爪哇咖啡（拿铁）	2
137	贝纳颂经典曼特宁风味咖啡	2
16	法丽兹抹茶曲奇	1
65	德运早餐组合	1
71	波拉波拉奥尔良炭烤脆骨肠	1
78	积分 - 手机支架	1
169	维他芒果汁	1