

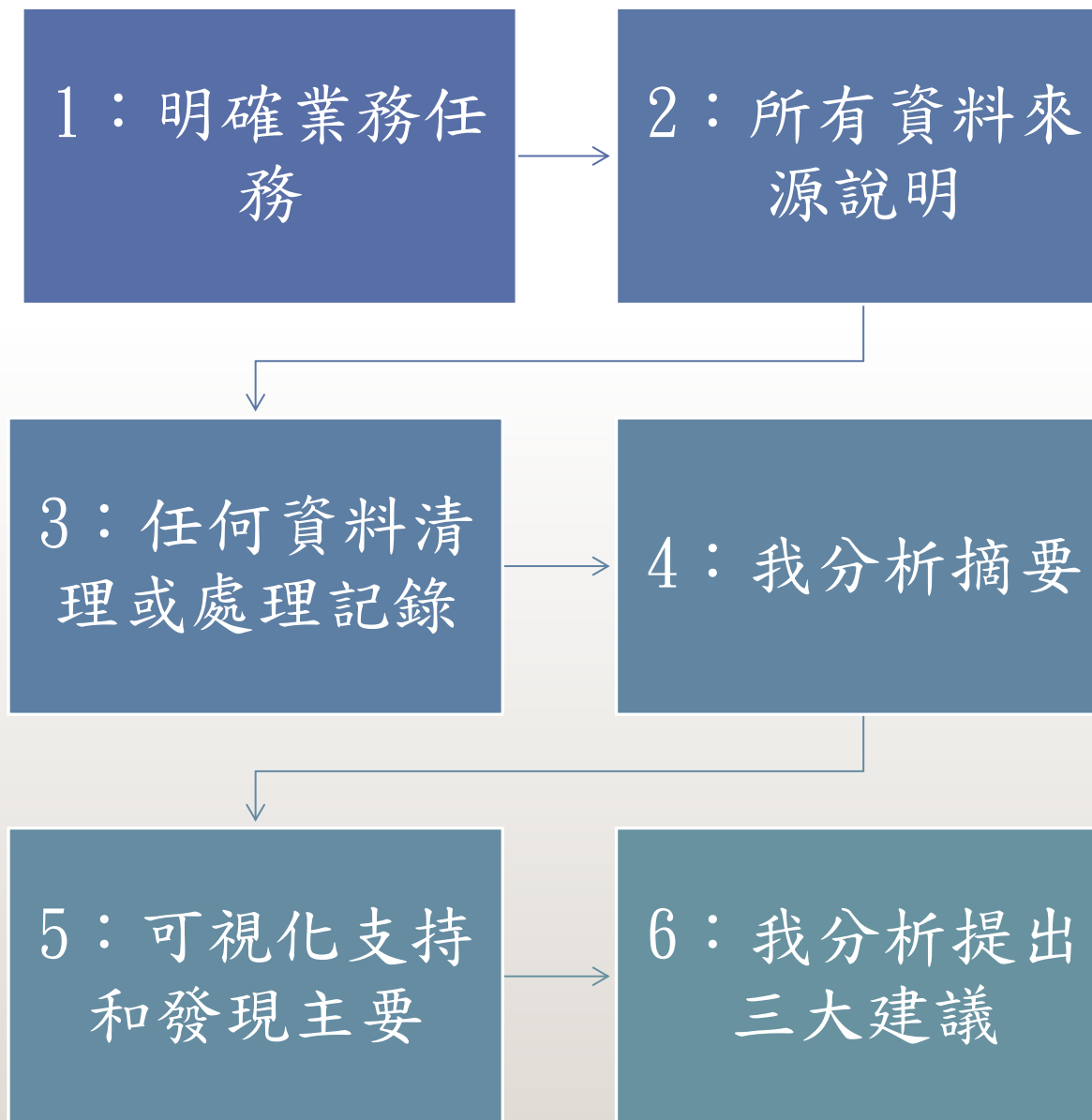


共享單車如何成功

# 介紹

- 關於公司
- 全市範圍內提供自行車共享服務，在千個站點擁有萬輛自行車。我們提供靈活定價選項，包括單程日票和會員資格。
- 問題陳述
- 目標是增加會員數量，因其提供利潤更高。
- 建議解決方案
- 策略是將現有臨時使用者轉變為會員。休閒騎手已經熟悉我們服務，這使他們成為會員主要目標。

# 產生包含 可交付 成果報告



# 詢問

- 確定業務任務

答：尋找臨時使用者和會員使用自行車不同方式。  
從這些洞察中，幫助團隊設計新行銷策略，將臨時  
使用者轉化為會員。

# 準備

- 資料來源

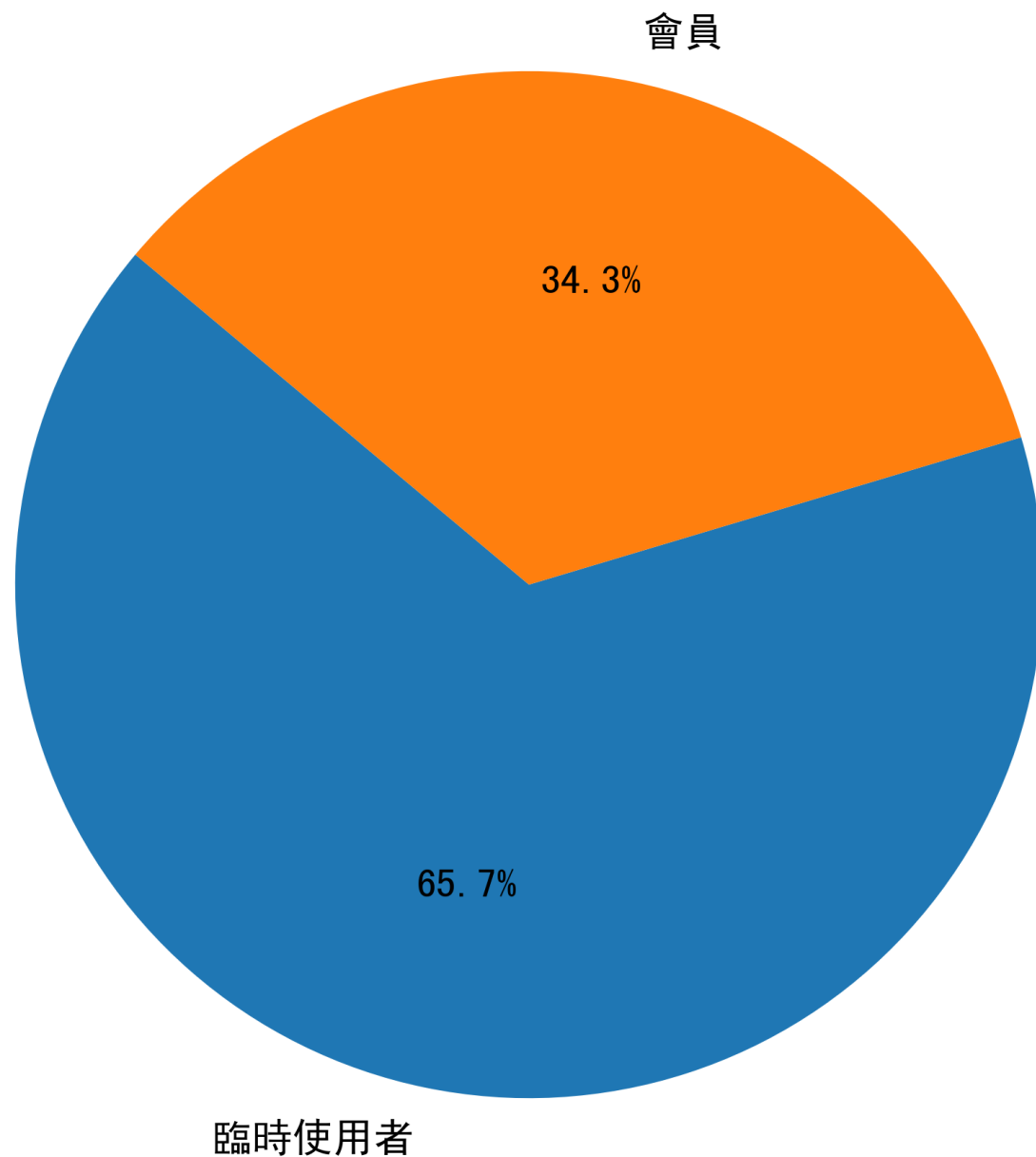
- 這些數據屬於公開數據，可用於探索不同客戶類型如何使用自行車。
- 資料只需清理，文件皆標明出處。符合ROCCC規範。

# 處理

- 資料清理
- 在JupyterNotebook中使用Python進行高效率資料清理和操作。
- 記錄每個步驟以確保可重複性和透明度。



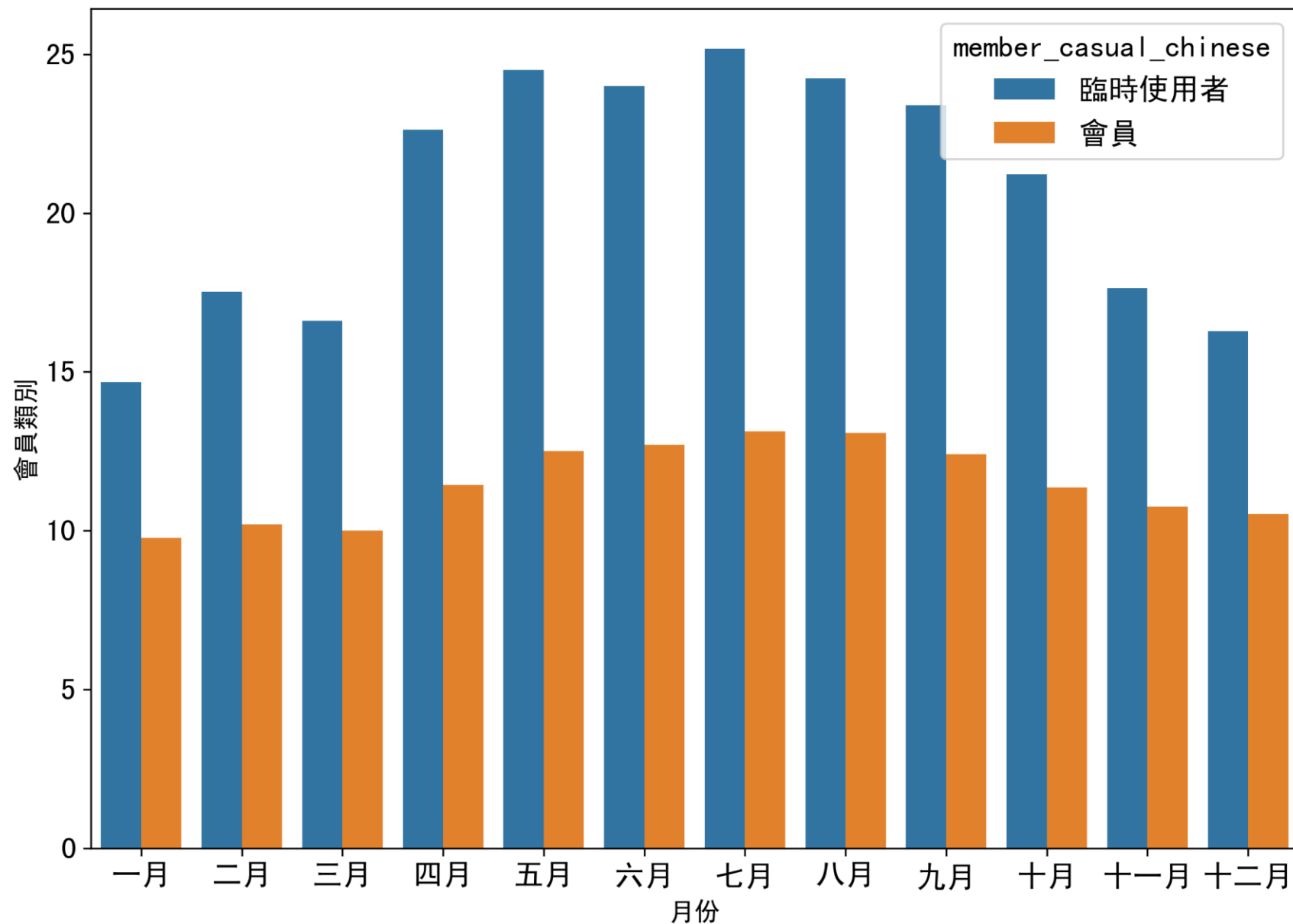
## 2023年會員與臨時使用者的平均騎行時長



## 分析

- 會員平均騎乘時間比臨時使用者平均騎乘時間少

會員類別與月份的平均騎行時長

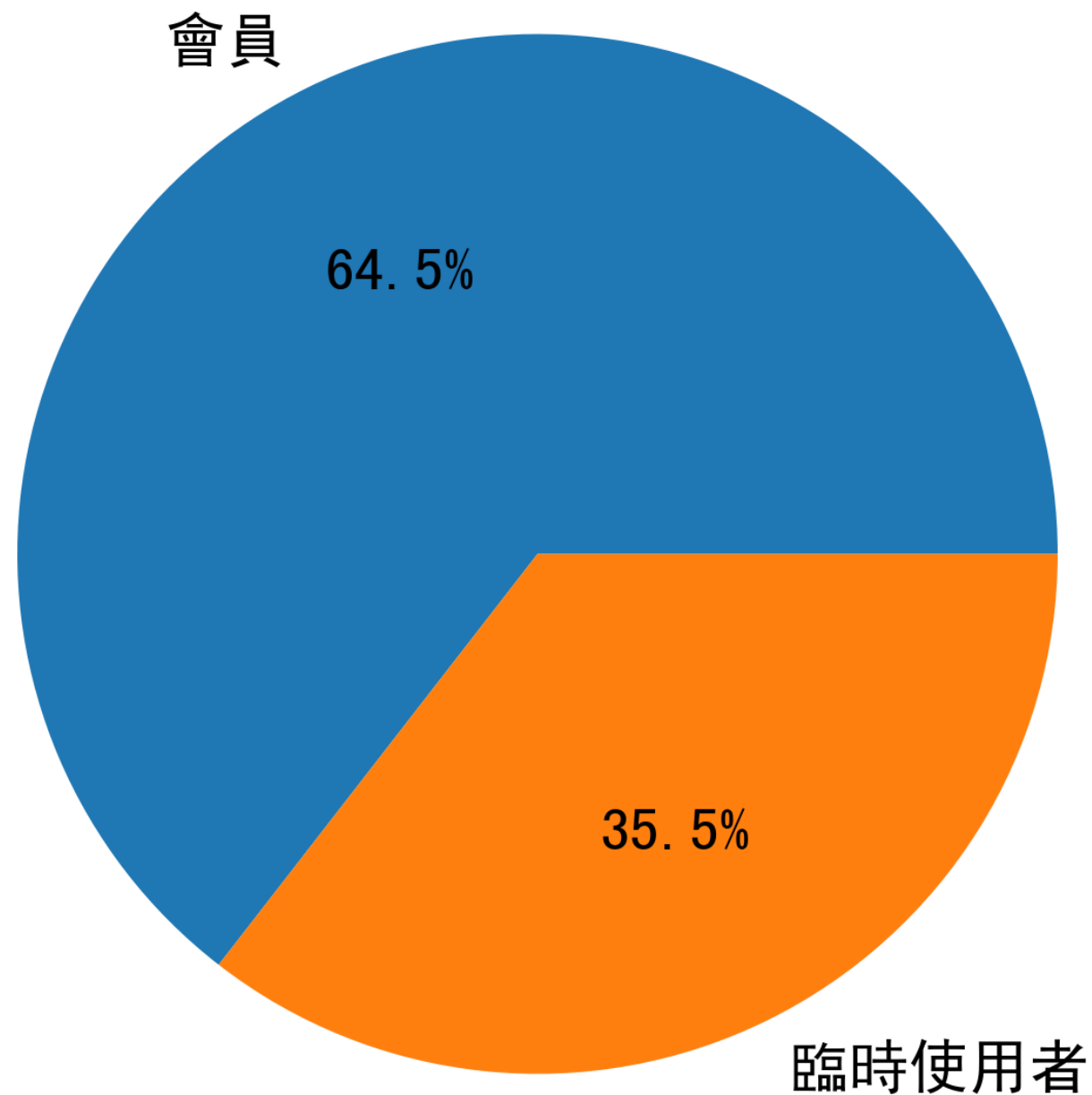


# 分析

- 夏季，臨時使用者和會員旅行次數都達到了最高水準。



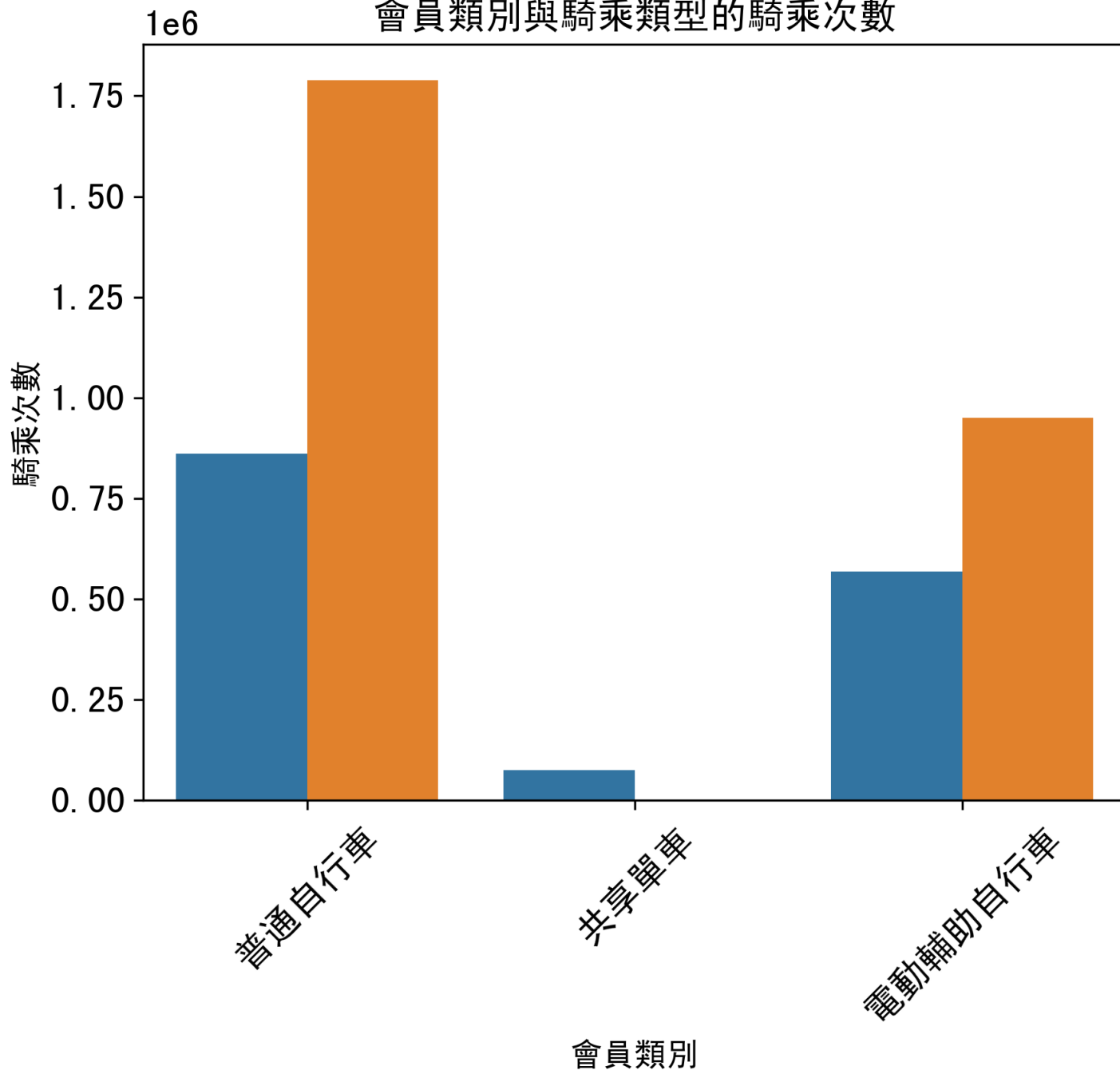
# 佔總用戶的百分比



## 分析

- 大多數使用者都是會員。

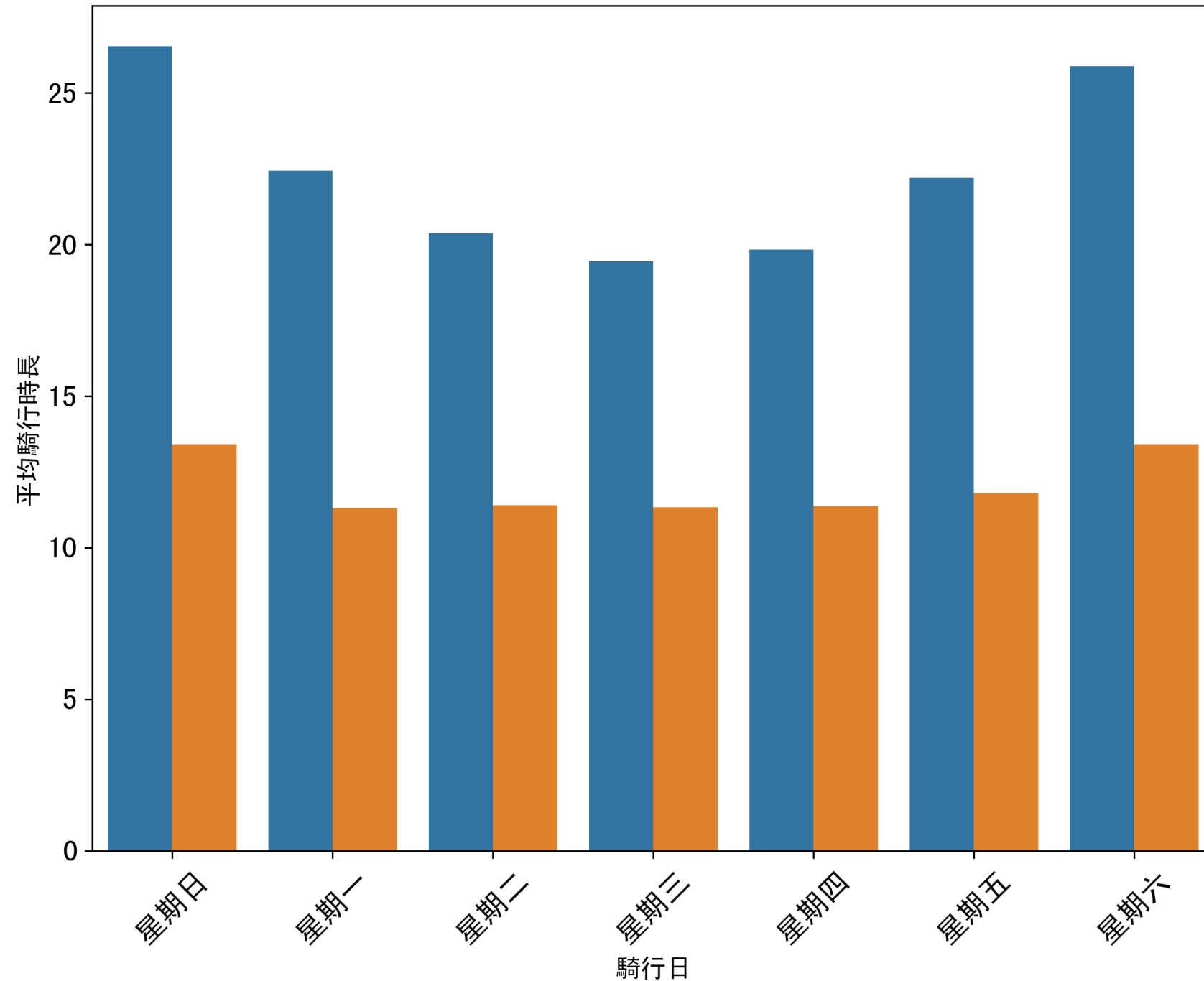
會員類別與騎乘類型的騎乘次數



## 分析

- 經典自行車最受歡迎。
- 只有臨時使用者使用無  
樁電動自行車，會員更  
喜歡經典自行車

騎行日與會員類型的平均騎行時長

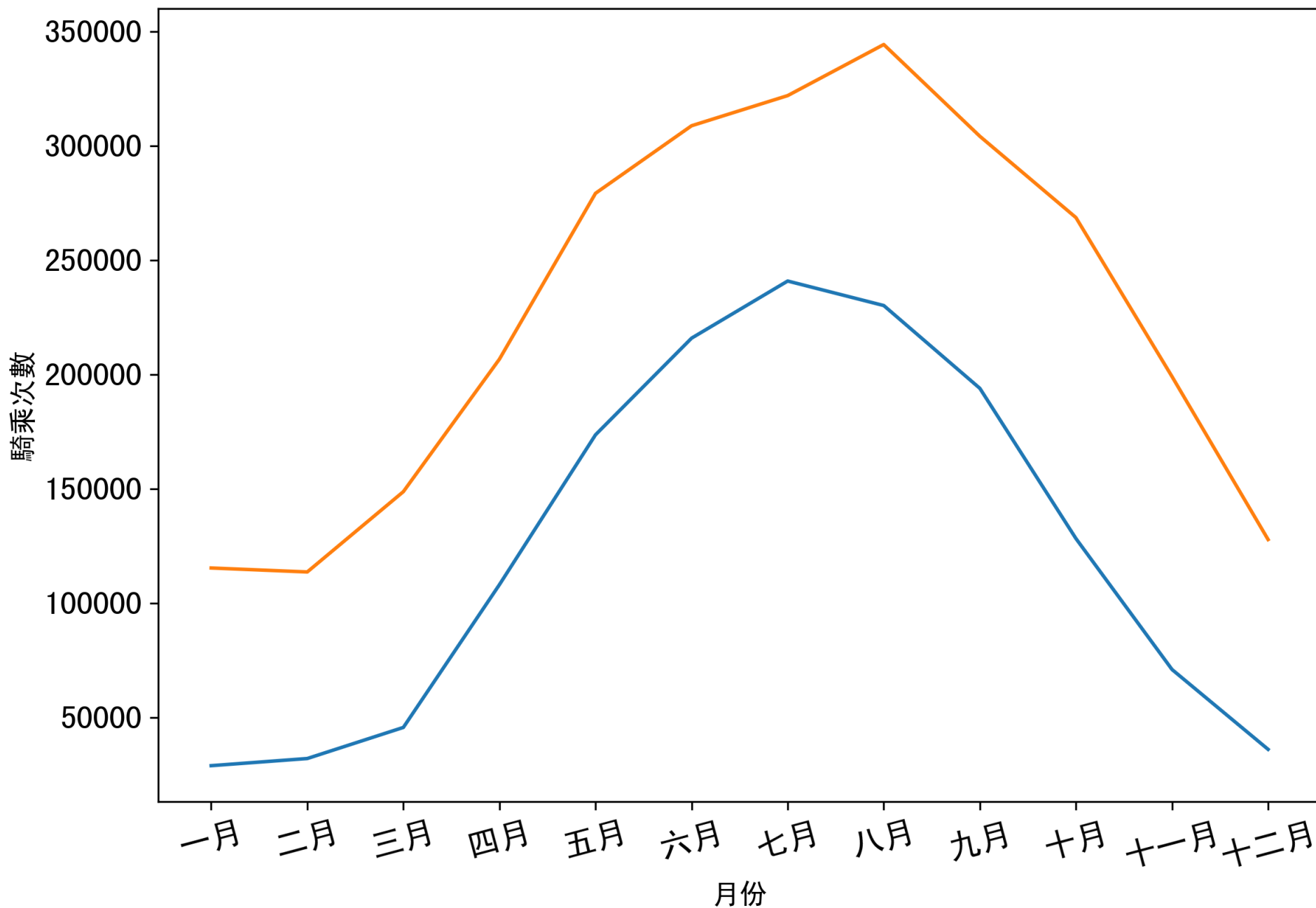


## 分析

- 騎乘時間：在週末，臨時使用者騎乘時長比工作日更長

# 分析

每月各會員類別的騎乘次數



- 夏季乘車次數明顯增加。
- 會員超過臨時使用者。
- 臨時使用者平均騎乘長度不到會員一半。

# 分享

- 使用差異：
- 1. 出行頻率和持續時間：
  - 臨時使用者：騎乘次數較少但時間較長，尤其是在週末，顯示休閒用途。
  - 會員：更頻繁、更短行程，表示通勤或辦事，週末行程更長。
- 2. 自行車類型偏好：
  - 臨時使用者：喜歡經典自行車，短途旅行時使用停泊自行車。
  - 會員：喜歡經典自行車和電動自行車，顯示通勤和休閒用途結合。
- 3. 季節性：兩組人在夏季騎乘最頻繁。

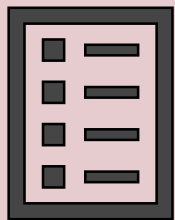
# 行動

## 1. 對於臨時使用者：

- 提升經典自行車休閒便利性和可負擔性。
- 提供週末促銷或折扣。
- 在熱門觀光或休閒區域定位停放自行車使用情況。

## 2. 將臨時使用者轉為會員：

- 強調會員資格比頻繁臨時使用節省成本。
- 展示經典自行車和電動自行車多種用途多功能性。
- 在夏季高峰期間集中行銷工作。



## 了解使用模式

- 行程持續時間
- 季節性趨勢
- 自行車偏好
- 每週趨勢



## 針對性行銷策略

- 促銷和折扣
- 強調成本節約
- 季節性行銷活動



## 會員數量增加

- 更高獲利能力
- 增強客戶參與度
- 公司永續發展





# 資料來源

---

- [[Amazon](https://divvy-tripdata.s3.amazonaws.com/index.html)](https://divvy-tripdata.s3.amazonaws.com/index.html)