**一、流失期系统逻辑流程图（暂无）**

**二、发券对象：**最近9个月无消费且历史消费次数大于等于1次的会员

**三、数据准备：**

1、场景券模板上线

**四、流失期V2.3版逻辑各步骤实现简要说明：**

1、各流量匹配方式更改：

流量1采用原流量3的匹配方式。流量2、3、4采用同样的匹配方式。

1. 新匹配方式开发说明：

首先，对于流失期，每个二级分类，即轻度沉睡、中度沉睡和深度沉睡采用的策略框架一致，参数不一致，可以统一实现；其次，以轻度沉睡为例，需要做两个事：确定客单（又分为该二级生命周期首次发券和非首次发券）和确定折扣力度（购买次数决定毛利率阈值，然后根据会员毛利率决定折扣力度），在确定客单的时候，判断该二级分类中是否第一次发券，如果是第一次，则采用个人历史客单（轻度沉睡）或者分公司客单（中度沉睡），如果不是第一次，采用上一次客单的降档，如果降到最低档则一直使用最低档，对于确定折扣力度，我们假设毛利率阈值为y，历史购买次数为x，则y=-0.015x+0.34，其中y的最大值为0.3，最小值为0.2；最后，4个月内只能干预3次，即把4个月内已经干预了3次的会员设计触发策略，没到3次的可以触发出来，轻度沉睡只能干预9次，中度沉睡只能干预6次，深度沉睡只能干预3次，及轻度沉睡小于等于9次干预可以释放，中度沉睡小于等于6次干预可以释放，深度沉睡小于等于3次干预可以释放。

1. 过滤机制修改

增加毛利率过滤机制，历史毛利率为负不发券。