精准营销效果评估证明文档

1. 精准营销规则

目前精准营销采用ABTEST，实验组发短信发券的方式进行干预。一个月最多给一个会员发一次主流券，券有效期是7天，在失效前两天会发送到期短信。默认组分为两组流量，一组参与正常打散，另一组持续不发券。一个人一个月可能发主流券的情况为1张或0张。

1. 效果评估详细分析

根据精准营销的发券形式，我们考虑从以下几个角度对会员进行分析：

1. 找到每个会员不发券到发券的分割点，即会员首次发券时间点，分析每个会员前6个月到后6个月毛利差，消费次数差等，进一步，分析该毛利差，消费次数差与发券次数的关系。同理，分析一年的数据。
2. 从会员开始发券，因为券的有效期是7天，分析会员的消费行为与券的关系。分析得到发券后会员消费与短信时间差关系，分析得到会员券失效后到下一次券每天消费情况。
3. 效果评估指标
4. 结果