

# 《建立自己的消费者行为学：趋势洞察与盈利驱动实战》

主讲：黄光伟老师

## 【课程背景】

在电商行业竞争白热化、消费者需求快速迭代的背景下，企业需通过科学分析消费者行为，结合数据技术与盈利思维，构建从用户洞察到策略落地的完整闭环。本课程以《建立自己的消费者行为学》为核心框架，整合会员管理实战经验，通过 2023~2024 年最新行业案例，覆盖趋势洞察、策略制定、成本核算、风险管控全流程，助力企业实现用户价值最大化与可持续盈利。

## 【课程收益】

掌握消费者行为学核心模型及在电商场景的应用；学会利用数据工具进行用户画像与行为预测；设计差异化会员体系与精准营销方案，提升客户复购率与 LTV（生命周期价值）；建立投入产出分析框架，优化资源分配与风险预案，确保策略可盈利落地。

## 【课程特色】

覆盖拼多多“百亿补贴”、抖音电商“兴趣推荐”、唯品会“超级 VIP”等 2023 年实战案例；提供国内免费 AI 工具（如文心一言、通义千问）实操指南，数据均来自财报、艾瑞咨询等权威渠道；每个模块均包含成本核算（如获客成本 CAC、ROI 测算）与风险预案设计；8 次分组演练+4 次数据测算，输出可直接落地的策略文档。

## 【课程对象】

电商平台运营负责人、市场总监、私域流量团队、数据部门、客服管理者。

## 【课程时长】

1 天（6 小时/天）

## 【课程大纲】

### 一、趋势洞察与行业适配

#### 1、2024~2025 年消费者行为三大颠覆性变化

##### 数据与案例：

变化 1：直播电商退货率超 35%（抖音电商 2023 年报）→解析东方甄选“退货预警模型”（AI 提前识别高风险订单）

变化 2：50% 用户因“页面加载慢 1 秒”流失→拼多多“极速版”性能优化方案（压缩图片/简化跳转链路）

#### 课上互动 1：AI 工具实战

工具：腾讯云智能 TI-OCR（图片转 Excel）

任务：用商品评论截图生成“用户痛点关键词云”

#### 2、行业竞争格局与适配策略

案例：美团闪购“30 分钟送达”如何抢占便利店市场：2023 年订单量增长 120%

课上讨论 1：分析“高时效服务”对用户复购率的影响

## 二、用户分层与数据驱动策略

### 1、RFM 模型实战：从粗放到精准

案例：京东 PLUS 会员的“消费频次-金额”双维度分层：2023 年会员续费率达 85%

### 课上互动 2：数据测算

任务：用 Excel 公式计算客户价值等级 (RFM 分值=最近消费天数×0.3+消费金额×0.5+频次×0.2)

数据源：模拟脱敏订单表 (近 3 个月交易数据)

### 2、工具赋能零代码用户画像

工具：阿里云“Quick Audience”消费者洞察平台 (免费版)

任务：输入性别、地域、消费行为数据，生成“母婴用户群体画像” (含关键词、购买时段偏好)

## 三、企业投入与资源整合

### 1、资源分配优化：人力、资金、流量

案例：瑞幸咖啡 2023 年私域投入占比：客服人力降 30%，企业微信机器人应答率提升至 70%

课上讨论 2：模拟预算有限时，如何分配“AI 客服工具”与“人工质检”资源

### 2、跨界资源整合模式

案例：得物×饿了么“潮鞋+餐饮”联名礼盒：2024 年 Q1 年轻用户占比提升 25%

### 课上互动 3：AI 工具实战

工具：美图 AI 设计 (生成联名款海报)

任务：输入品牌 LOGO、核心卖点，输出 3 版营销素材 (限时 PK)

## 四、策略制定与核心实施

### 1、价格策略与 GMV 平衡

案例：唯品会“动态折扣”系统：滞销品自动降价，毛利率稳定在 20%-22%

### 课上互动 4：数据测算

任务：计算“满 100 减 20”与“第二件 5 折”的毛利差异 (假设客单价 120 元，毛利率 30%)

### 2、会员体系设计与 LTV 提升

案例：抖音电商“成长值等级”：任务奖励+消费积分双轨制，月活提升 18%

课上讨论 3：设计“游戏化会员任务” (如签到、分享、测评，需关联 ROI 目标)

## 五、时间规划与敏捷迭代

### 1、甘特图与敏捷冲刺结合

案例：盒马“30 天新品上市周期”：从选品到上架压缩 40%时间

### 课上互动 5：实战演练

工具：飞书多维表格（甘特图模板）

任务：规划“618 大促”活动排期（需包含预案缓冲期）

### 2、数据监控与快速调优

案例：小红书“AB 测试中心”：2023 年上线，图文点击率优化效率提升 50%

### 课上互动 6：AI 工具实战

工具：百度 Sugar BI（免费数据看板）

任务：导入销售数据，生成“实时转化率监控仪表盘”

## 六、风险评估与盈利保障

### 1、成本超支预警与止损机制

案例：拼多多“百亿补贴”的投入产出比监控模型（ROI 临界值=1.5）

课上讨论 4：模拟某活动资源超配 20%的调整方案

### 2、合规风险与用户隐私

案例：盒马“人脸识别纠纷案”

### 课上互动 7：实战演练

任务：设计用户隐私授权分级方案（如基础信息免授权，地理位置需弹窗）

### 3、黑天鹅事件预案

案例：李佳琦直播间“价格失误”公关应对（2023 年 10 月，24 小时退款率控制至 5% 以内）

### 课上互动 8：分组辩论

主题：“流量主播合作是否应设置对赌条款？”（正反方输出风险收益对比表）