

背景介绍：某国连锁超市在各地有80家零售门店，会员目标为2021年12月为止会员数达到220万人。平均到各店会员数的目标值为2.75万人，如何才能达到这个目标，是公司需要探究的问题。

为此我们挑选出10个门店，从多维度进行数据分析，以期找到最佳的增加会员数的措施。

为了尽量排除干扰因素，该10家门店选择在同一大区，且面积相近，年间销售规模相近，周围商业竞争环境相似的门店。

分析视点：从“增加新会员”，“留住忠实会员”，“减少流失会员”三个角度进行剖析。

特别说明：原数据为某国超市数据，都进行了脱敏处理。并且为达到数据分析过程中可视化的直观性，将原数据各门店的地理位置虚拟为中国的地理位置。

以下所有分析都是围绕选取的这10家门店进行的。以下所有分析都是围绕选取的这10家门店进行的，且展示的数据均为单店平均数据。

会员整体状况

