

# Customer Segmentation Project

Presented by:  
Uziel Heredia Estrada  
Edgar Samuel Oropeza García  
Aquiba Samuel Benarroch Serfaty

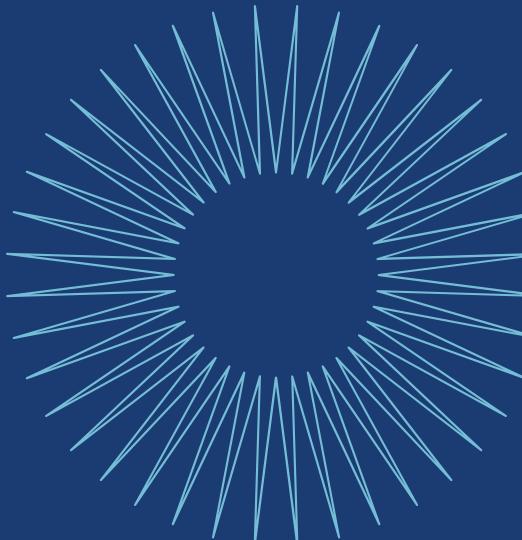


# Contexto del Proyecto

El **MegaMart Customer Segmentation Project** tiene como objetivo mejorar la efectividad de las campañas mediante la **personalización**. Identificar segmentos accionables permitirá abordar las necesidades específicas de los clientes, superando el enfoque homogéneo actual que resulta en baja retención y eficacia.



# Enfoque Analítico: Segmentación Basada en Datos



## Datos

Análisis de 3,000 clientes utilizando 9 métricas clave para entender el comportamiento de compra.

## Insights

Insights centrados en el negocio, evitando tecnicismos para facilitar la comprensión de resultados.

## Proceso

Proceso resumido: Datos → Preprocesamiento → Clustering → Segmentos → Estrategia para segmentación efectiva.

## Acción

Estrategias de marketing dirigidas a cada segmento, mejorando la personalización y efectividad en campañas.

# Segmentos de Clientes

---

## Value Seekers

Clientes sensibles al precio, buscan promociones y descuentos, con un ticket promedio bajo.

## Loyal Spenders

Clientes frecuentes y leales, generan un alto valor en el tiempo de vida, buscando exclusividad.

## Convenience Shoppers

Prefieren compras rápidas y sencillas, valoran la digitalización, y buscan productos esenciales.

# Estrategia de Marketing por Segmento

---

## Value Seekers

Ofertas atractivas como cupones y paquetes para motivar compras y aumentar la lealtad del cliente.

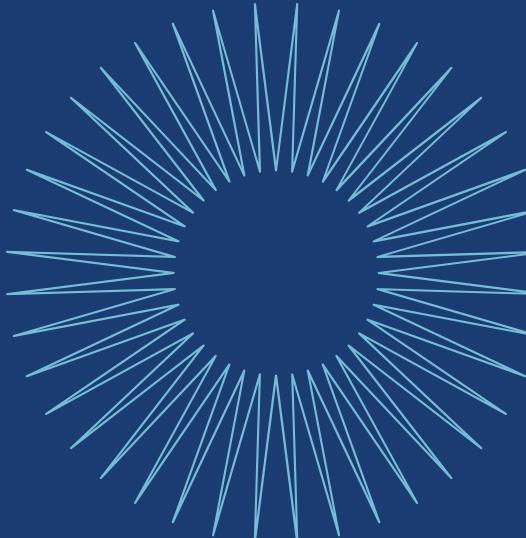
## Loyal Spenders

Beneficios VIP y acceso a productos exclusivos para fomentar la retención y el compromiso continuo.

## Convenience Shoppers

Mejoras digitales y recomendaciones personalizadas para facilitar compras rápidas y aumentar la satisfacción del cliente.

# Impacto Esperado: Beneficios Cuantificables



## Churn

Se espera una reducción del **25% en la tasa de abandono** de clientes VIP mediante personalización.

## Carrito

Se anticipa un incremento del **12% en el tamaño promedio del carrito** a través de ofertas personalizadas.

## Engagement

El engagement de emails se proyecta aumentar en **40%** con campañas dirigidas a segmentos específicos.

## Conversiones

Se estima un aumento del **18% en conversiones digitales** gracias a estrategias de marketing más efectivas.

# Próximos Pasos y Resumen

## Integración

Integrar los segmentos identificados en el CRM para personalizar las interacciones con los clientes y optimizar campañas.

## Monitoreo

Implementar un sistema de monitoreo mensual para evaluar el rendimiento de las campañas y ajustar estrategias.

## Expansión

Ampliar las estrategias a todos los canales de marketing para maximizar el alcance y la efectividad.