

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.