

K-Means ile Müşteri Segmentasyonu

İş Problemi

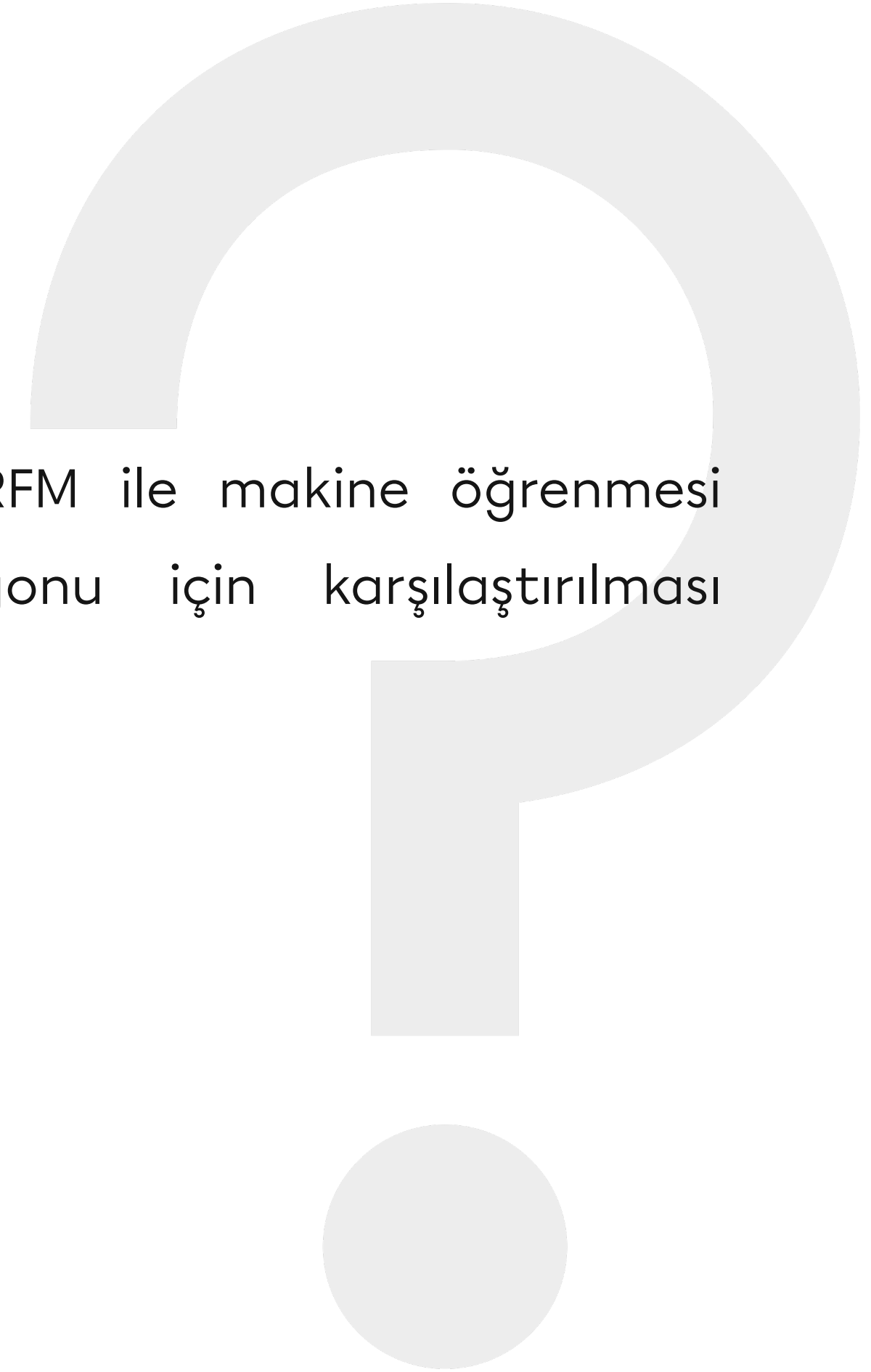
> İŞ PROBLEMİ

VERİ SETİ

DEĞİŞKENLER

GÖREV

Kural tabanlı müşteri segmentasyonu yöntemi RFM ile makine öğrenmesi yöntemi olan K-Means'in müşteri segmentasyonu için karşılaştırılması beklenmektedir.



Veri Seti Hikayesi

Online Retail II isimli veri seti İngiltere merkezli bir perakende şirketinin 01/12/2009 - 09/12/2011 tarihleri arasındaki online satış işlemlerini içeriyor. Şirketin ürün kataloğunda hediyelik eşyalar yer almaktadır ve çoğu müşterisinin toptancı olduğu bilgisi mevcuttur.

8 Değişken

541.909 Gözlem

45.6MB

InvoiceNo	Fatura Numarası (Eğer bu kod C ile başlıyorsa işlemin iptal edildiğini ifade eder)
StockCode	Ürün kodu (Her bir ürün için eşsiz)
Description	Ürün ismi
Quantity	Ürün adedi (Faturalardaki ürünlerden kaçar tane satıldığı)
InvoiceDate	Fatura tarihi
UnitPrice	Fatura fiyatı (Sterlin)
CustomerID	Eşsiz müşteri numarası
Country	Ülke ismi

RFM metriklerine göre (skorlar değil) K-Means'i kullanarak müşteri segmentasyonu yapınız.
Dilerseniz RFM metriklerinden başka metrikler de üretebilir ve bunları da kümeleme için kullanabilirsiniz

miuul

miuul.com