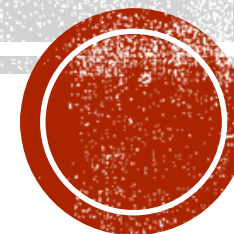


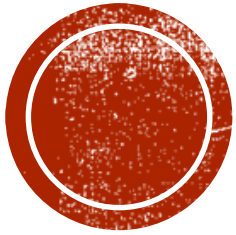
# SEGMENTACION DE CLIENTES

Como se puede mejorar la estrategia de ventas y la gestion de clientes?



# INDICE

- **1** | Contexto y audiencia
- **2** | Hipotesis / preguntas de interes
- **3** | Metadata
- **4** | Analisis exploratorio
- **5** | Insights y recomendaciones



## Contexto

El problema comercial que enfrenta el supermercado es la necesidad de mejorar la efectividad de sus estrategias de ventas y maximizar la satisfacción del cliente. Actualmente, carecen de una comprensión profunda de los patrones de comportamiento de los clientes y no pueden segmentarlos de manera eficiente. Esto dificulta la personalización de las ofertas y la optimización de la gestión de inventario.

## Audiencia

Este análisis a responsables en la toma de decisiones del supermercado, analistas y involucrados dentro de la organización.

# CONTEXTO Y AUDIENCIA

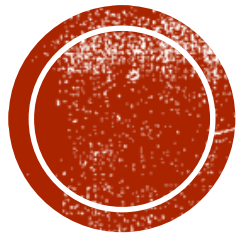


- Podemos diferenciar un grupo marcado de clientes que mas ventas producen en las tiendas?
- Hay algún horario de pico de venta en las sucursales?
- Como es la distribución de venta por ciudad?
- Que tipo de producto se vende mas por sucursal?
- Que distribución podemos encontrar en los totales de ventas y cantidades vendidas?
- Es pareja la distribución de cantidad comprada vs el total de la compra?

## **PREGUNTAS DE INTERES**



# METADATA



1000

Tickets



500

Male



500

Female



500

Members



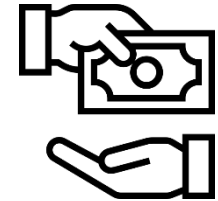
3

Citys



6

Product  
line

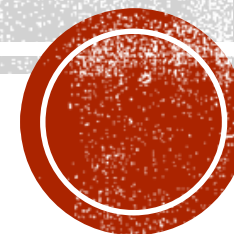


3

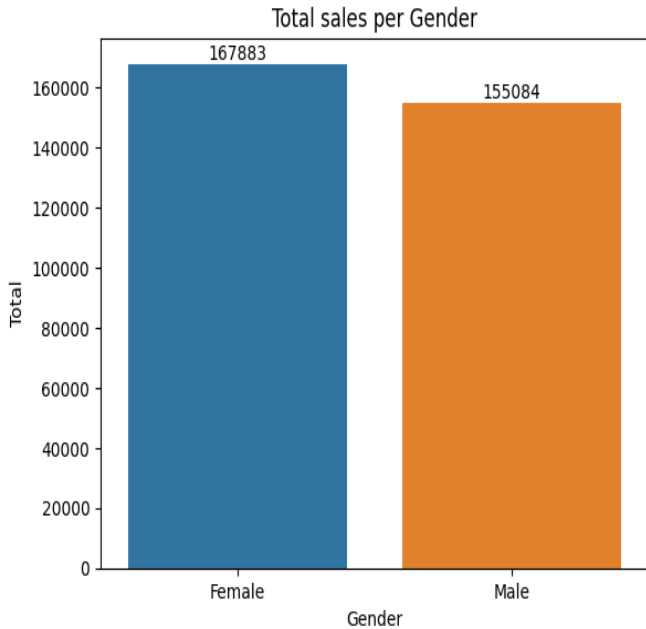
Payment



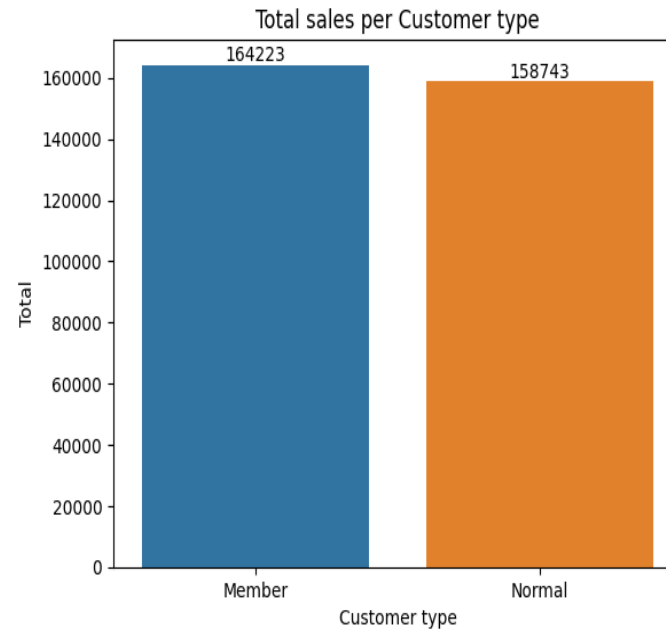
# ANALISIS EXPLORATORIO



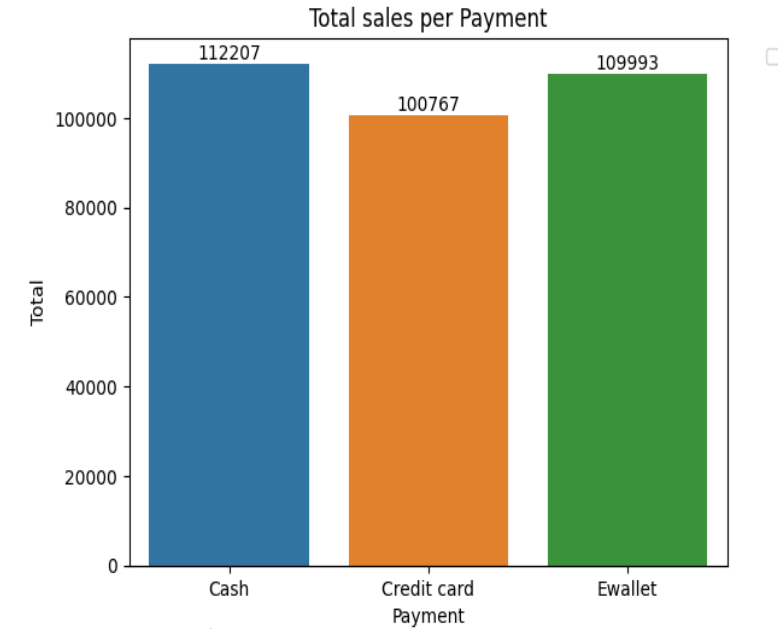
# PODEMOS DIFERENCIAR UN GRUPO MARCADO DE CLIENTES QUE MAS VENTAS PRODUCEN EN LAS TIENDAS?



Notamos mayor consumo por parte del genero femenino



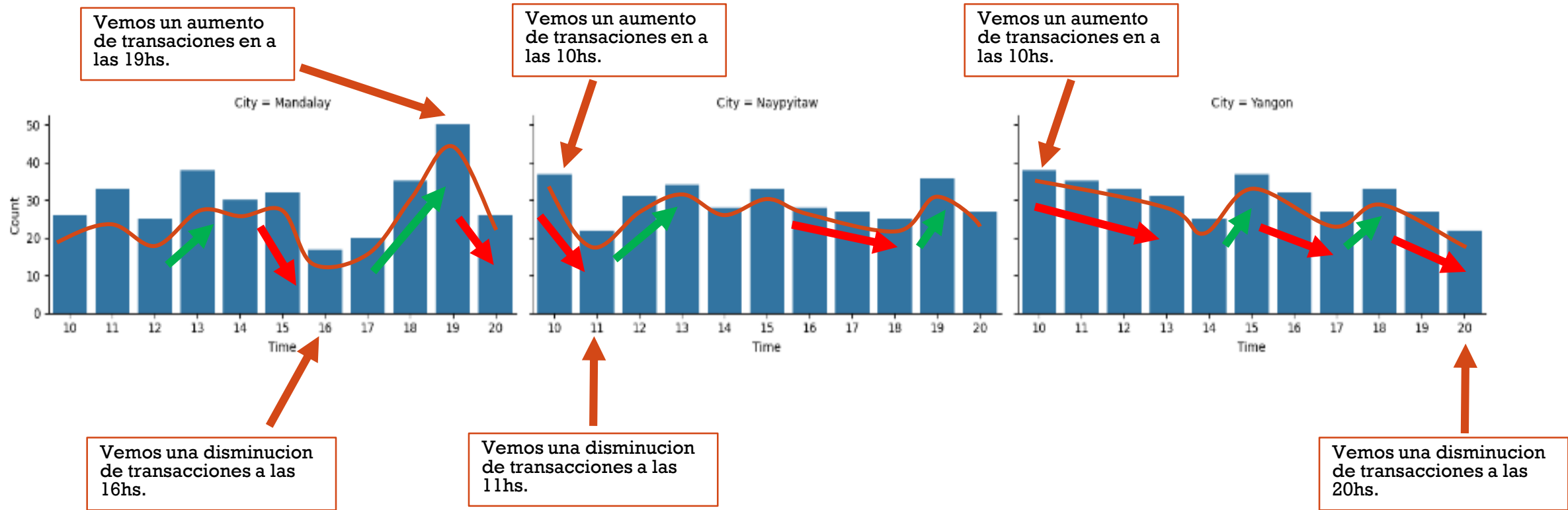
Como era de esperarse encontramos mayor consume por parte de los miembros pero no fue una diferencia tan marcada con un cliente normal



El tipo de pago es mas marcado por el dinero en efectivo, seguido de ewallet que aunque es un medio de pago bastante reciente supera al pago por tarjeta de credito

En los tres gráficos anteriores tratamos de ver la distribución de las ventas de la tienda comparando algunos datos categóricos de importancia. A simple vista se ve que la distribución de las ventas en las tres tiendas es parejo por el genero del cliente, por el tipo de cliente y por el tipo de pago del cliente.

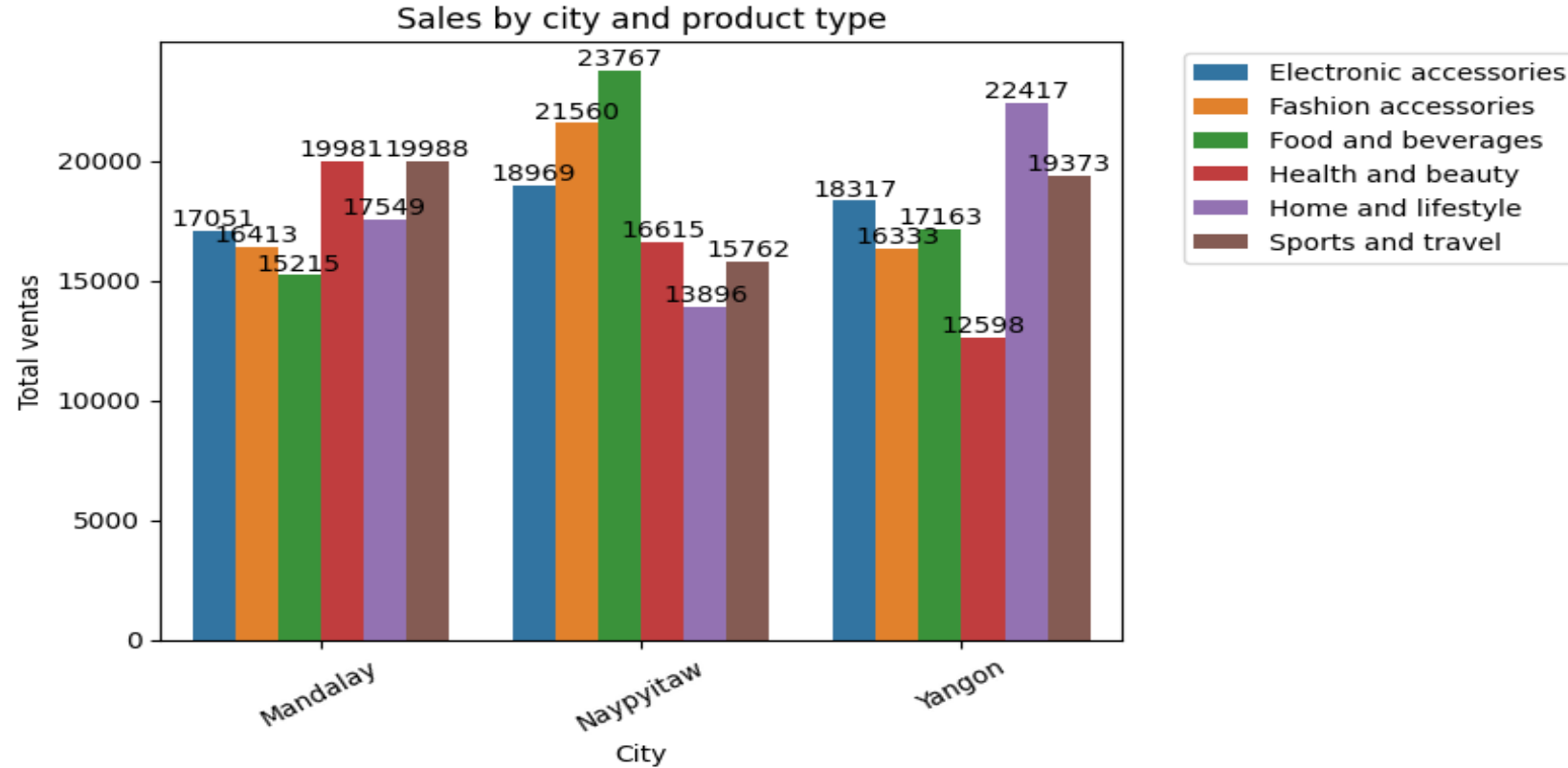
# HAY ALGÚN HORARIO DE PICO DE VENTA EN LAS SUCURSALES?



Vemos que si bien es bastante pareja la distribucion entre las ventas de las ciudades de Haypyitaw y yangon, no es asi para Mandalay que tiene un pico marcado a las 19hs. El mismo patrón oscilante entre las ciudades podría deberes a las actividades principales de cada población.

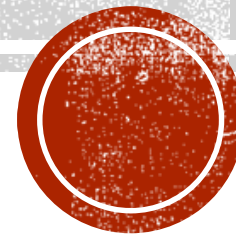


# QUE TIPO DE PRODUCTO SE VENDE MAS POR SUCURSAL?



Podemos notar que en Madalay los dos tipos de productos que destacan son Salud y Belleza y Deportes y Viajes mientras que el tipo de producto menor vendido es Alimentos y Bebidas. Siendo este ultimo el mas vendido en Naypytaw y el menos vendido Hogar y Estilo de vida. Siendo este ultimo el mas vendido en Yangon. Hemos encontrado una tendencia bastante marcada entre las distintas ciudades y sus consumos.

# **INSIGHTS Y RECOMENDACIONES**



## INSIGHTES

- Vemos que para la ciudad de Yagon tenemos un comportamiento bastante regular ya sea por el tipo de product que compra (Hogar y Estilo de vida), por el horario en que lo hace.
- Para la ciudad de Madalay vemos una ciudad mas activa, con un horario de compra mas disperso, con picos muy marcados. Tambien deferenciamos por su tipo de product que destaca (Salud y Belleza y Deportes y Viajes)
- En cambio la ciudad de Naypytaw tiene un comportamiento bastante similar a la ciudad de Mandalay pero con consumos distintos a este (Comida y bebidas)

## Recomendaciones

Luego de ver estos comportamientos bastantes marcados entre las distintas ciudades. Tèniendo en cuenta que tipo de product consume mas y en que horario lo hace haria incentivos por tipo de product mas vendido tambien me anticiparia a preveer y reponer stock mas rapidamente, como asi incentivar a que tambien consuman otro tipo de product con descuentos y promociones.

## INSIGHTS Y RECOMENDACIONES

Tenemos una tendencia marcada en las distintas ciudades un posible motive de esto es a las costumbres de cada ciudad, a su actividad principal como poblacion, si es un centro turistico, si es una gran ciudad, o si simplemente es una ciudad con una zona residencial bastante grande.

