

# Rapport Final - Analyse & Optimisation Marketing

## Objectif du projet (M1) :

Ce projet vise à exploiter les données clients pour réaliser une segmentation pertinente, évaluer la performance des campagnes et développer des stratégies marketing personnalisées grâce à un modèle d'IA. L'enjeu principal est d'améliorer la fidélisation et le retour sur investissement.

## Analyse des Segments Clients (M3 & M4)

L'analyse a permis d'identifier 4 segments distincts basés sur l'âge, les dépenses et le comportement d'achat. La visualisation ci-dessous illustre ces clusters :

## Performance des Campagnes (M5)

L'analyse du retour sur investissement (ROI) par canal montre des disparités importantes, mettant en lumière les canaux les plus rentables.

# Modèle d'IA et Recommandations (M6 & M7)

## Prédiction de la Fidélité (M6) :

Un modèle prédictif (XGBoost) a été entraîné pour identifier les clients les plus susceptibles de devenir fidèles. Cet outil permet de cibler proactivement les clients à fort potentiel.

*Exemple : Un client de 30 ans avec 3 commandes a **92.09%** de chances d'être fidèle.*

## Stratégie Recommandée (M7) :

- **Clients à haute valeur** : Déployer un programme VIP et des offres exclusives via email.
- **Nouveaux clients à potentiel** : Lancer des campagnes de bienvenue sur les réseaux sociaux.
- **Clients occasionnels** : Utiliser des campagnes de réactivation ciblées par SMS avec des promotions.