

Con qué puedo ayudar ?

Un poco sobre mi.

Hesus García: DevOps Engineer



Analista de datos 🚀 con 5 años de experiencia en consultoría IT y análisis de datos. Ayudo a interpretar datos y elevar su calidad para mejorar la toma de decisiones. ✅

 GitHub  LinkedIn  Mi Sitio Web

Segmentación de Clientes con RFM

Análisis y Clasificación Efectiva

Agenda




1. ¿Qué es RFM?
2. Beneficios del Análisis RFM
3. Implementación del RFM
4. Ejemplos y Casos de Uso

¿Qué es la Segmentación de Clientes?

- **Definición:** La segmentación de clientes es el proceso de dividir un mercado amplio en grupos más pequeños y manejables de clientes con características similares.
- **Objetivo:** Identificar y entender a los diferentes segmentos para poder dirigirse a ellos de manera más efectiva.

¿Por qué Hacemos Segmentación?

¿Por qué Hacemos Segmentación?

- **Mejora de Estrategias de Marketing:** Dirige mensajes específicos a audiencias específicas .
- **Aumento de la Retención:** Conoce mejor a tus clientes y adapta tus ofertas a sus necesidades .
- **Eficiencia en Recursos:** Maximiza el retorno de inversión en campañas de marketing .

Tipos de Segmentación de Clientes

Segmentación Demográfica


- Edad
- Género
- Ingreso
- Nivel Educativo
- Estado Civil

Segmentación por Hábitos


- Comportamiento de Compra
- Lealtad a la Marca
- Frecuencia de Uso
- Patrones de Consumo

Segmentación Cuantitativa vs. Cualitativa

Segmentación Cuantitativa

- Basada en Datos Numéricos 
- Ejemplos:
 - Frecuencia de Compra
 - Monto Gastado
 - Edad

Segmentación Cualitativa

- Basada en Datos Descriptivos 
- Ejemplos:
 - Opiniones de Clientes
 - Satisfacción del Cliente
 - Preferencias de Producto

Alternativas a RFM

Alternativas a RFM

Segmentación Basada en Comportamiento

- **Análisis de Cohortes:** Segmenta a los clientes según eventos específicos en el tiempo.
- **Análisis de Carrito de Compras:** Estudia el comportamiento de compra y patrones de productos comprados juntos.

Alternativas a RFM




Segmentación Basada en Clustering

- **K-MEANS:** Uso de algoritmos para identificación no supervisada de grupos de clientes 🧙.

Preparándonos para RFM

¿Qué es RFM?

Recency, Frequency, Monetary

- **Recency (Recencia):** ¿Cuánto tiempo ha pasado desde la última compra del cliente? 
- **Frequency (Frecuencia):** ¿Con qué frecuencia compra el cliente? 
- **Monetary (Monetario):** ¿Cuánto gasta el cliente? 

Beneficios del Análisis RFM

- **Segmentación Precisa:** Identifica los clientes más valiosos 🏆.
- **Mejor Estrategia de Marketing:** Personaliza las campañas según los segmentos 🎯.
- **Aumenta la Retención:** Focaliza los esfuerzos en los clientes adecuados 🔍.

Implementación del RFM

1. **Recolección de Datos:** Obtén los datos de compra de tus clientes 📁.
2. **Calificación:** Asigna puntajes a cada cliente en Recency, Frequency y Monetary 🏆.
3. **Segmentación:** Agrupa a los clientes según sus puntajes RFM 📄.

Ejemplos y Casos de Uso

Ejemplos y Casos de Uso

Considera una tienda en línea que usa RFM para:

- **Clientes Fieles:** Ofrecer descuentos exclusivos.
- **Clientes en Riesgo:** Enviar recordatorios y promociones especiales.
- **Nuevos Clientes:** Dar la bienvenida con ofertas de bienvenida.

Ejemplo: Segmentación en una Campaña de Marketing

- Campaña de Email Marketing:
 - Segmento A: Clientes frecuentes -> Ofertas exclusivas.
 - Segmento B: Nuevos clientes -> Descuentos de bienvenida.
 - Segmento C: Clientes inactivos -> Promociones de reactivación.

Entendiendo RFM: Preguntas Clave

¿Qué es la Frecuencia?

- **Frecuencia:** Es la cantidad de veces que un cliente realiza una compra en un periodo de tiempo determinado.
- **Importancia:** Nos ayuda a identificar a los clientes más activos y comprometidos.

¿Por Qué Llamamos Recencia?

- **Recencia:** Proviene de "reciente", refiriéndose al tiempo transcurrido desde la última compra.
- **Importancia:** Ayuda a identificar qué tan recientemente un cliente ha interactuado con la empresa.

¿Es Mejor Usar Días, Meses o Años?

- **Días:** Ideal para negocios con transacciones frecuentes (diarias o semanales).
- **Meses:** Común para negocios con ciclos de compra mensuales.
- **Años:** Usado en industrias con compras infrecuentes (por ejemplo, bienes raíces).

Relación entre RFM y Cuartiles

- **Cuartiles:** Dividen a los clientes en cuatro grupos basados en sus puntajes RFM.
- **Alternativas:** También se pueden usar deciles para categorías más granulares.

¿Otras Formas de "Categorizar" Clientes?

- **Score Basado en Machine Learning:** Usando algoritmos para clasificar clientes en segmentos personalizados.

Categorías Comunes en RFM

- **Top Clientes:** Alto en recencia, frecuencia y monto.
- **Clientes Fieles:** Compran frecuentemente pero pueden no haber gastado tanto recientemente.
- **Clientes en Riesgo:** Solían comprar con frecuencia pero han dejado de hacerlo recientemente.

¿Hay un Estándar para Categorías de RFM?

- **Estandarización:** No hay un estándar rígido, pero algunas categorías comunes son:
 - Top Clientes
 - Clientes Fieles
 - Clientes Prometedores
 - Clientes en Riesgo
 - Clientes Durmientes

Calcular Puntuaciones RFM

- **Recency:** Menor valor = mejor puntuación.
- **Frequency:** Mayor valor = mejor puntuación.
- **Monetary:** Mayor valor = mejor puntuación.

Ejemplo de Puntuación RFM:

Cliente	Recencia	Frecuencia	Monto	Puntuación R	Puntuación F	Puntuación M
A	10	5	500	5	3	3
B	60	3	300	3	2	2
C	30	8	800	4	4	4
D	120	2	200	2	1	1
E	90	1	100	1	1	1

Agrupar Clientes Según Puntuaciones RFM

- **Top Clientes:** Alta recencia, alta frecuencia, alto monto.
- **Clientes Leales:** Alta frecuencia, monto moderado, recencia variable.
- **Clientes en Riesgo:** Baja recencia, baja frecuencia, monto variable.
- **Clientes Durmientes:** Baja recencia, baja frecuencia, bajo monto.

Ejemplo de Clasificación:

Cliente	Puntuación R	Puntuación F	Puntuación M	Segmento
A	5	3	3	Top Clientes
B	3	2	2	Clientes Leales
C	4	4	4	Top Clientes
D	2	1	1	Clientes Durmientes
E	1	1	1	Clientes Durmientes