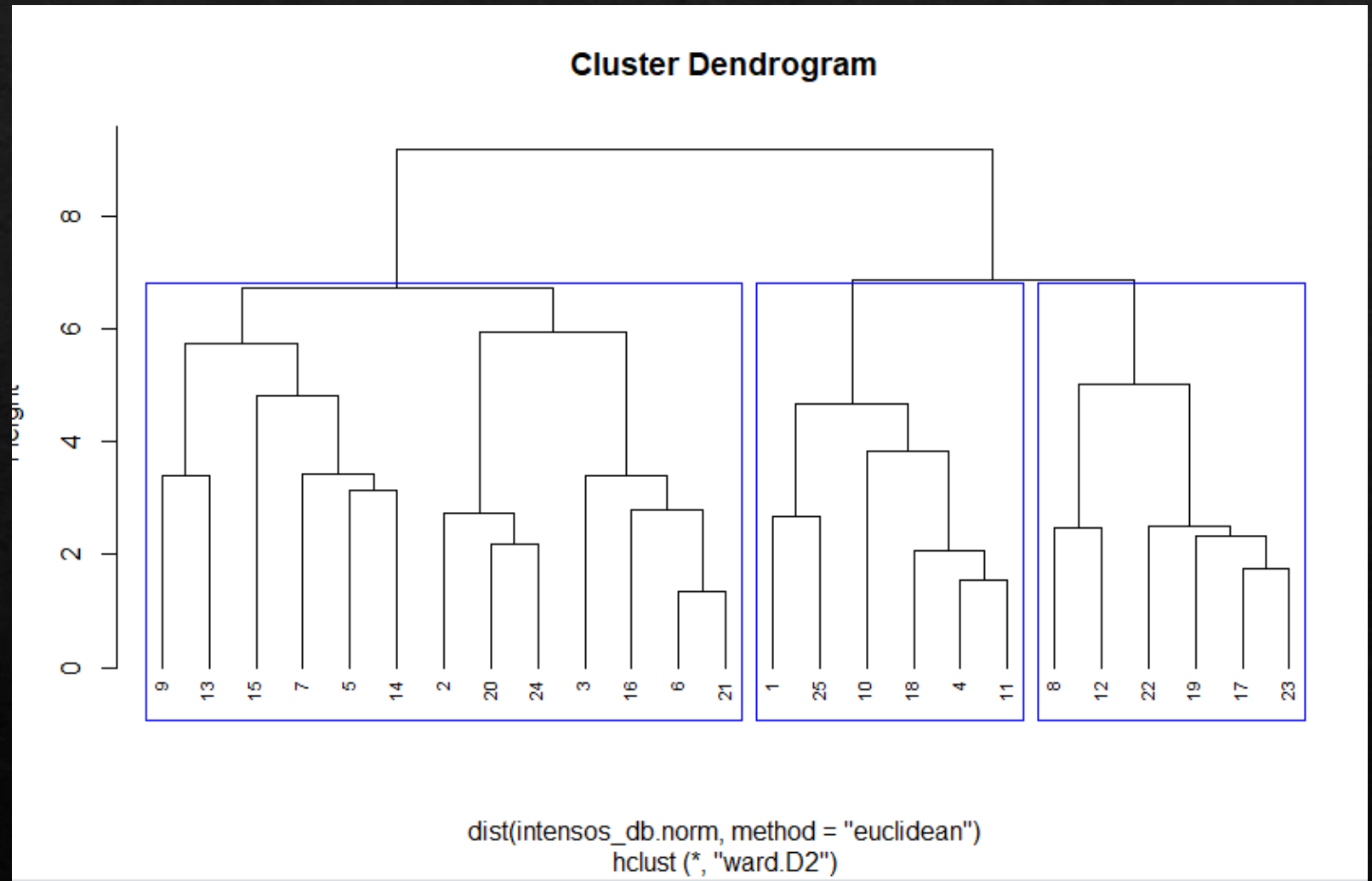




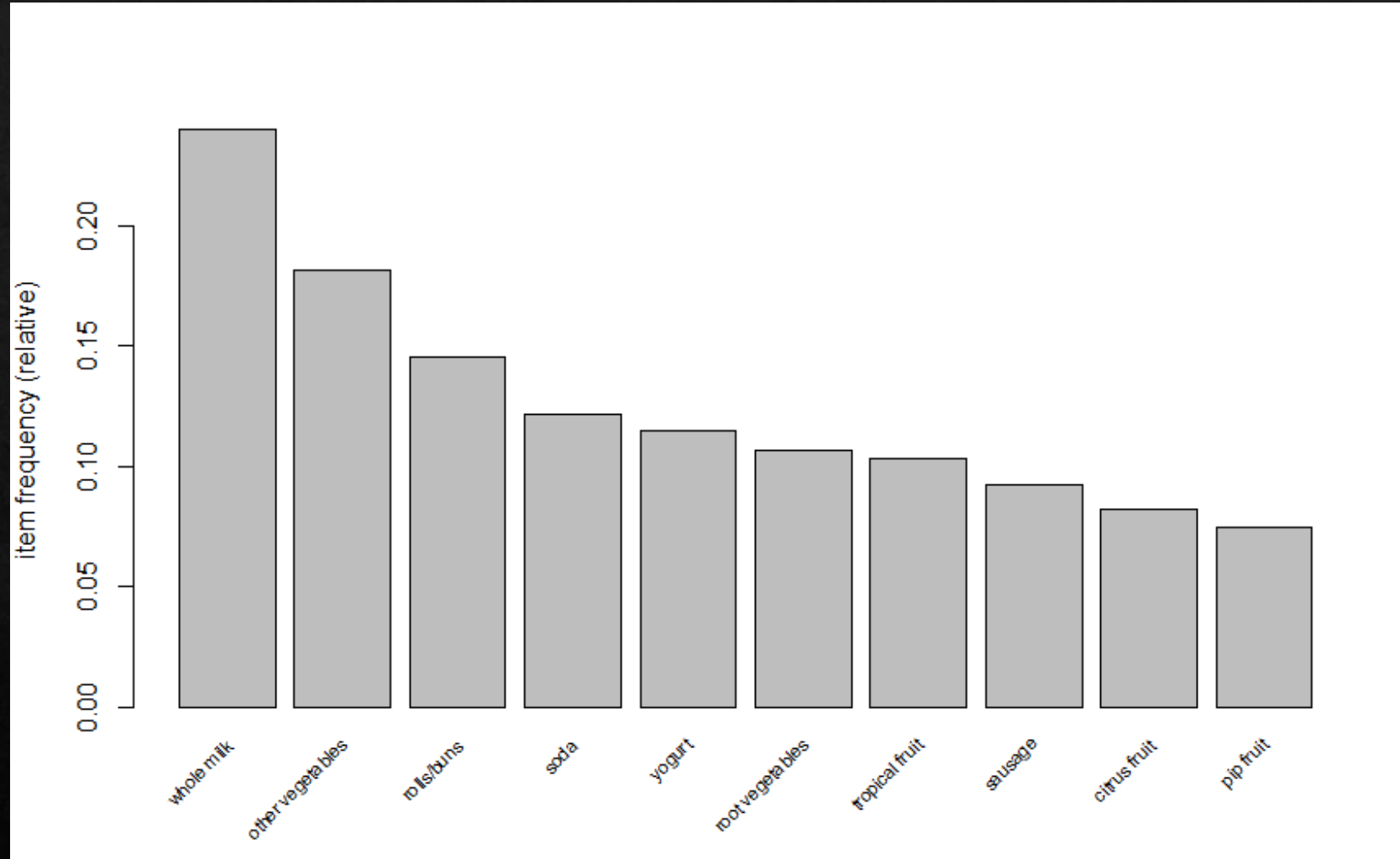
Examen Parcial 2: Estrategia de venta

Por José Girón

Dendrograma



Productos más vendidos



Reglas de asociación relevantes

01

{BOTTLED BEER,
RED/BLUSH
WINE, SODA}=>
{LIQUOR}



02

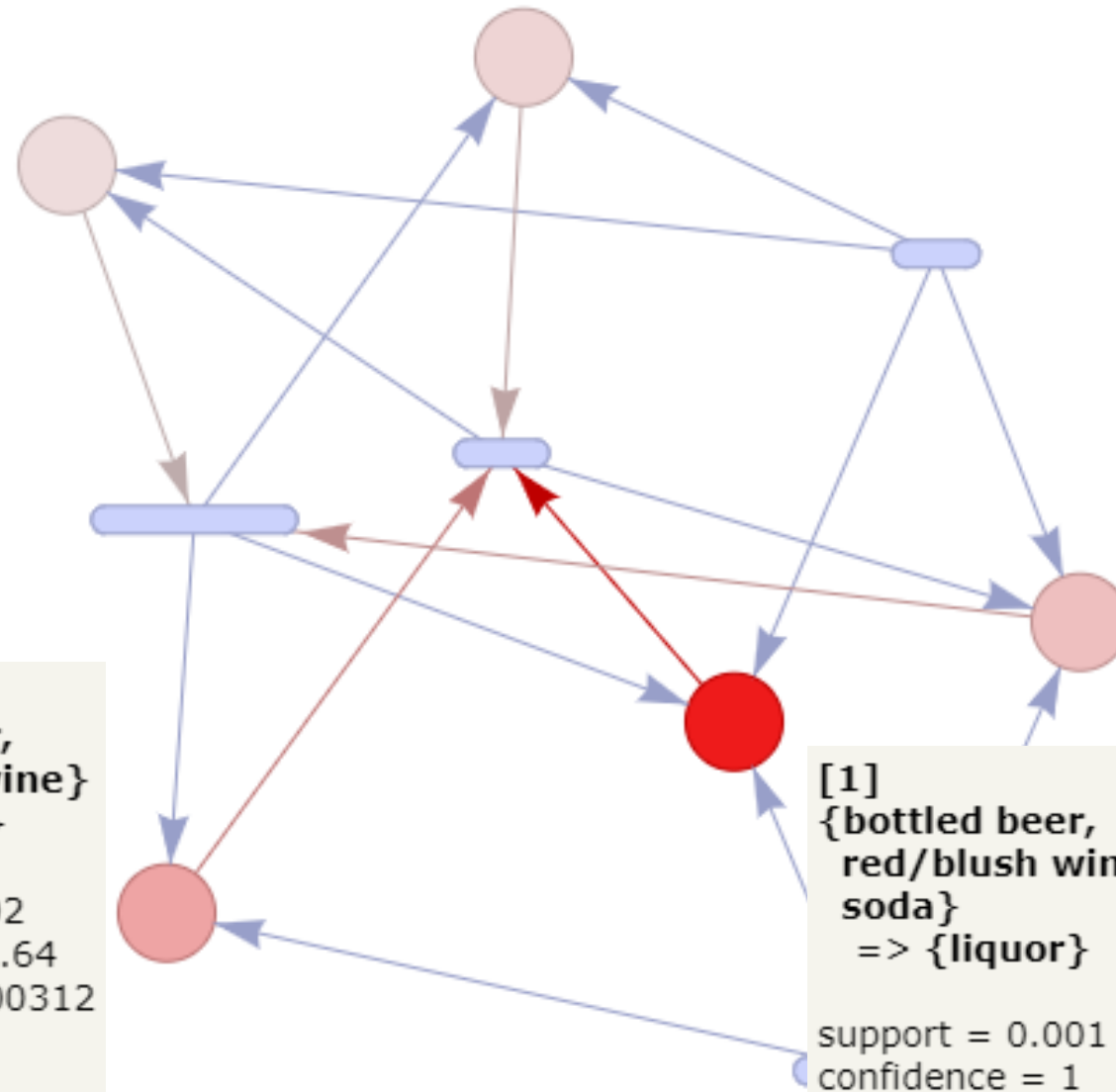
{BOTTLED BEER,
RED/BLUSH
WINE} =>
{LIQUOR}



03

{BOTTLED BEER,
LIQUOR, SODA}
=> {RED/BLUSH
WINE}





[2]
**{bottled beer,
red/blush wine}
=> {liquor}**

support = 0.002
confidence = 0.64
coverage = 0.00312
lift = 65.6
count = 16
order = 3

[1]
**{bottled beer,
red/blush wine,
soda}
=> {liquor}**

support = 0.001
confidence = 1
coverage = 0.001
lift = 103
count = 8
order = 4

[3]
**{bottled beer,
liquor,
soda}
=> {red/blush wine}**

support = 0.001
confidence = 0.667
coverage = 0.0015
lift = 52.8
count = 8
order = 4

	lhs	rhs	support	confidence	coverage	lift	count
[1]	{bottled beer,red/blush wine,soda}	=> {liquor}	0.001	1.0000000	0.001000	102.56410	8
[2]	{bottled beer,red/blush wine}	=> {liquor}	0.002	0.6400000	0.003125	65.64103	16
[3]	{bottled beer,liquor,soda}	=> {red/blush wine}	0.001	0.6666667	0.001500	52.80528	8
[4]	{red/blush wine,soda}	=> {liquor}	0.001	0.4210526	0.002375	43.18489	8
[5]	{liquor,soda}	=> {red/blush wine}	0.001	0.5000000	0.002000	39.60396	8

> |

Estrategia

Ordenando las reglas según el LIFT, sobresale la relación que tienen todos los tipos de bebida entre sí. Y también tomando en cuenta los clúster de clientes formados, se puede reconocer un patrón de comportamiento en las compras de los clientes. Por lo tanto, tomando como referencia la primera regla de asociación ({bottled beer, red/blush wine, soda}=> {liquor}) se le sugiere al centro comercial colocar todas sus bebidas en el mismo pasillo, alcohólicas y no alcohólicas, de esta manera, se estaría maximizando la visión del cliente con los productos que le interesa. Y mejor aún, sería colocar en varios puntos dentro del comercial dentro de minirefris, en especial cerca del área de caja, ya que son productos muy populares.

