Análisis para segmentación de clientes con Machine Learning

Integrantes

* Carlos Joaquín Rodriguez
* Cristian Velazquez
* Camila Behar
* David Romero

CoderHouse

Fecha de presentación: 23/02/2022

Introducción – Segmentación de clientes

Cuando realiza la segmentación de clientes, se encuentra características similares en el comportamiento y las necesidades de cada uno. Posteriormente, se generalizan en grupos para satisfacer demandas con diversas estrategias:

* Actividades de marketing dirigidas a grupos específicos
* Lanzamiento de características que se alinean con la demanda del cliente
* Desarrollo de la hoja de ruta del producto.

Caso de negocio

En nuestro caso debemos encontrar y segmentar a grupos de clientes en nuestros datos. Para ello realizaremos Machine Learning no supervisado con Python para generar una comprensión básica de cómo podemos segmentar datos en grupos particulares y encontrar información valiosa a partir de ellos.

Usaremos 3 algoritmos para entender como cada algoritmo segmenta los datos usando diferentes técnicas.

* Agrupación de K-Means
* Clustering jerárquico (aglomerativo)
* DBSCAN (Agrupación espacial basada en la densidad de aplicaciones con ruido)

Además, se aplicarán algoritmos Supervisados para ver el resultado con respecto a la precisión de predicción entre ambos tipos de algoritmos.