

Análisis de Segmentación RFM (Retail Online)

Ingresos Totales (Métrica Base)
£8,89 M

Frequency
4,3

Total Clientes (Métrica Base)
4,3 mil



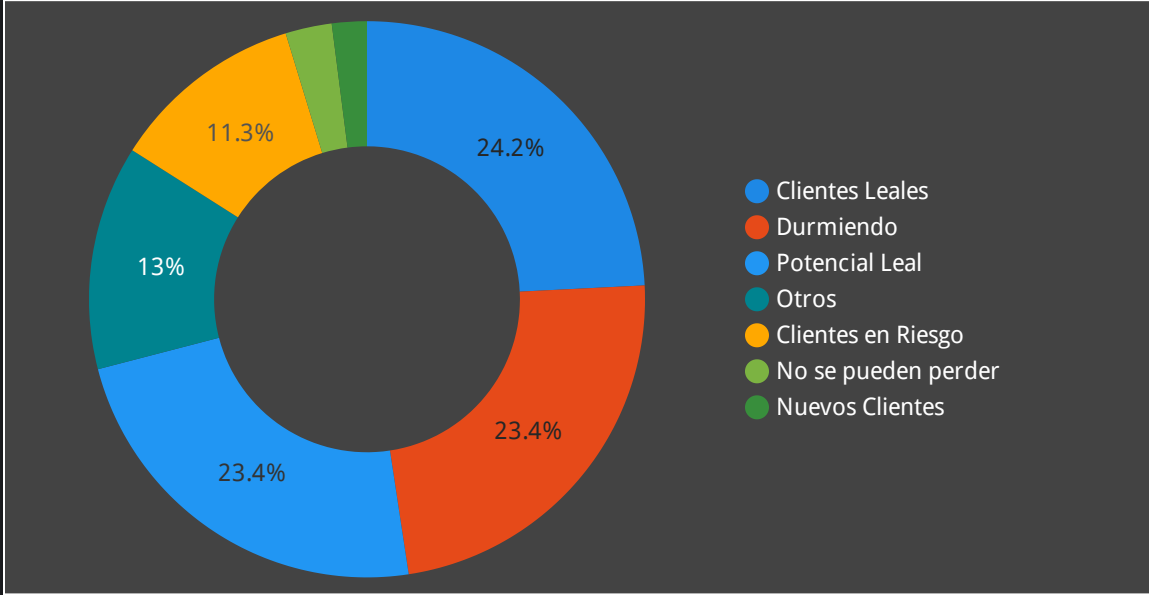
Business Intelligence
Significance in Business Growth

Segment ▾



Hallazgo Ejecutivo (Foco RFM): La estrategia de valor es clara. Nuestros segmentos más rentables, 'Clientes Leales' y 'Potencial Leal', representan conjuntamente el 47.55% de la base total de clientes, pero generan un impresionante 78.91% de los ingresos. El enfoque debe ser la Retención Agresiva de los Leales (71.8% de Ingresos) y la migración de los Potenciales Leales.

👥 Distribución Porcentual de la Base de Clientes



📋 Estrategia Accionable y Métricas del Segmento

	Segment	Recomendación de Acción	Recency ▾	Frecuency	Monetary
1.	Durmiendo	Email Masivo / Descarte	202,61	1	257,25
2.	Otros	Revisión Manual	149,55	2,15	754,75
3.	Clientes en Riesgo	Campaña Win-Back Inmediata	119,52	3,22	1.572,42
4.	No se pueden perder	Llamada Personalizada	89,91	7,47	3.378,24
5.	Potencial Leal	Incentivo de 2ª Compra	24,25	2,31	623,78
6.	Clientes Leales	Campañas de	15,94	10,88	6.077,12
					1 - 7 / 7 < >

💰 Contribución Total de Ingresos por Segmento

