* 신규우량고객(cluster0)
* 고객수가 가장 많아서 매출이 가장 높음 (평균 매출은 2번째)
* 평균월매출: 3900만원, 가장 매출 높은 달: 12월로 4500만원
* 지역: 송파, 강남, 노원, 광진, 동대문
* 인기 제품: 식당가 한식, 전문베이커리, 브랜드샵, 대형테넌트, 청과
* 주고객층: 40대 여성
* RFM 특징: 수익이 높으며 구매빈도가 보통, 최신성이 좋은 집단
* 솔루션
  + 자사의 핵심 우량고객으로 양성하기 위해 추가적인 분석으로 신규우량고객 집단이 많이 산 상품과 연관된 상품을 가까이 배치
* 핵심우량고객(cluster2)
* 평균월매출: 3500만원, 가장 매출 높은달: 7월 4100만원
* 지역: 송파, 노원, 강남, 광진, 동대문구
* 주고객층: 40대 여성
* 인기 제품: 식당가 한식, 전문 베이커리, 청과, 우육, 브랜드샵
* RFM 특징: 수익이 가장 높고 구매가 빈번하며 최신성이 좋은 집단
* 솔루션
  + 프리미엄 회원제 실시 (연회비)
  + 자주 이용하는 상품에 대한 할인 혜택 & 전문 베이커리, 청과 같은 식생필품의 프라임 상품 할인 혜택 등
* 이탈위험고객(cluster3)
* 평균월매출: 3100만원, 가장 매출 높은달: 12월 3800만원
* 지역: 송파, 광진, 노원, 강남, 강동
* 주고객층: 30대 여성
* 인기제품: 식당가 한식, 전문베이커리, 브랜드샵, 지방스낵, 스낵
* RFM 특징: 수익 높은편, 구매빈도 보통, 최신성이 떨어지는 집단
* 솔루션
  + 최신성을 높이기 위해 마케팅 메시지를 푸쉬 알림으로 전달
  + 당일 사용 가능한 쿠폰을 전달하는 마케팅 등
* 저수익성고객(cluster1)
* 나머지 세 개의 군집에 비해 최신성이 많이 떨어지는 단발성 고객으로 판단되어 De-Marketing