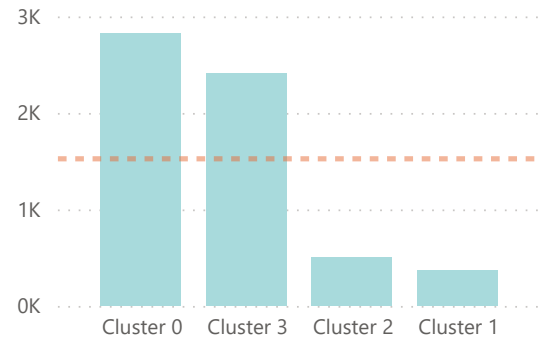


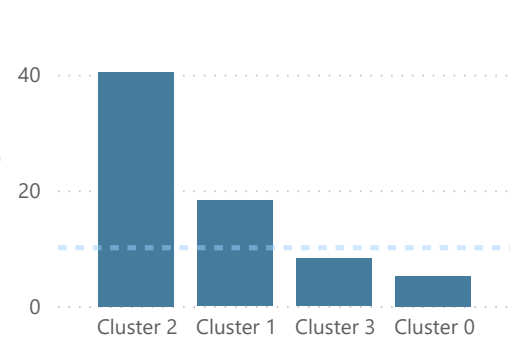
Interpret results and plan for actions

Cluster	Count of Cluster	Average of TicketSize	Average of TotalSpend	Average of TotalQuantity	Average of TotalVisits	Average of TotalSKUs	Average of total_days	Average of recency
Cluster 0	2825	5.21	9.65	7.66	1.73	5.14	47.08	433.48
Cluster 1	366	18.31	2,519.41	2071.14	172.18	367.94	792.38	5.65
Cluster 2	502	40.49	244.23	182.66	6.67	61.05	288.96	248.75
Cluster 3	2407	8.27	178.17	140.50	21.16	50.98	604.40	54.51
Total	6100	10.11	246.04	198.29	20.03	49.60	331.62	243.07

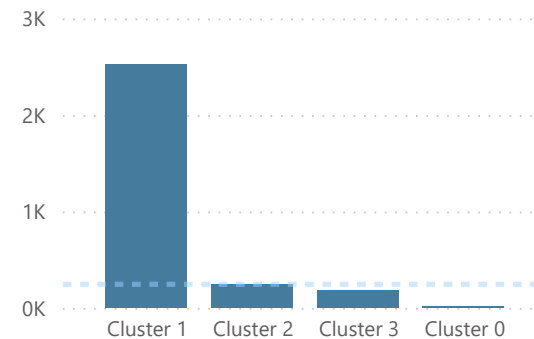
No. of Cluster



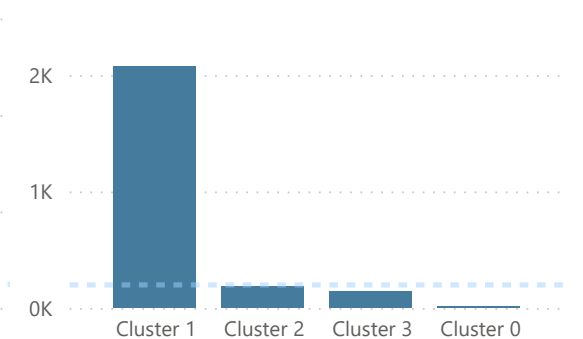
Average of TicketSize by Cluster



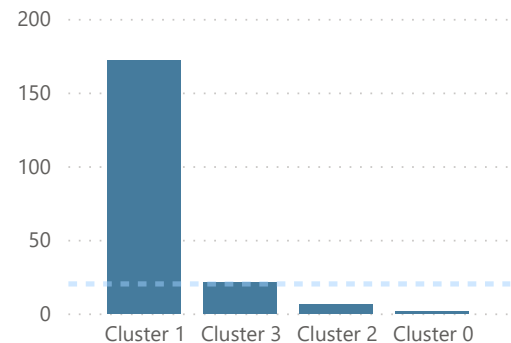
Average of TotalSpend by Cluster



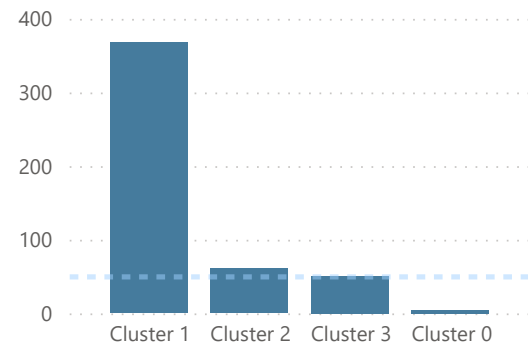
Average of TotalQuantity by Cluster



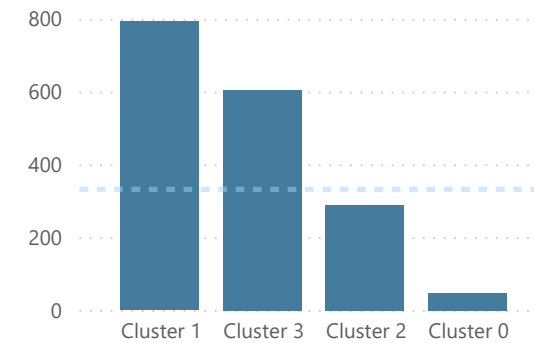
Average of TotalVisits by Cluster



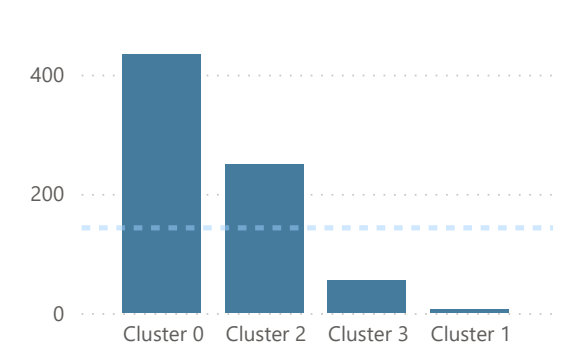
Average of TotalSKUs by Cluster



Average of total_days by Cluster



Average of recency by Cluster



Cluster	Number of Customer	Ticket size	Spend	Quantity	Visit	SKU	Day	Recency	Action
0	2825	Low	Low	Low	Low	Low	Short	long	Upsell campaign
1	366	High	High	High	High	High	Long	Short	Loyalty member
2	502	High	Low	Low	Low	fairly low	Short	Long	Cross-sell promotion
3	2407	Low	Low	Low	Low	Low	Long	Short	Upsell campaign

1.) Cluster 0

- จำนวนลูกค้า 2,825 คน (46.31 % ของลูกค้าทั้งหมด)
- รายรับเฉลี่ยจากลูกค้า (Total spend) และรายรับเฉลี่ยต่อคน (Ticket size) น้อยที่สุด
- ลูกค้ามาที่ร้านเฉลี่ยครั้งล่าสุด (Recency) 433 วันก่อน
- ปริมาณเฉลี่ยที่ซื้อ 7.66 ชิ้น (ลำดับที่ 4)
- Total visit = 1.73 ครั้ง (ลำดับที่ 4)

จากข้อมูลข้างต้น สรุปได้ว่าลูกค้ากลุ่มที่ 0 เป็นกลุ่มที่มียอดการซื้อสินค้าที่ต่ำ ปริมาณซื้อที่ต่ำ ลูกค้ากลุ่มนี้มีมาครั้งล่าสุดนานมากแล้ว (ประมาณ 433 วันก่อน) พบว่าลูกค้าหายไปนานจนผิดปกติ มีความเป็นไปได้ว่าลูกค้าอาจไปซื้อสินค้าจากร้านอื่น หรือเป็นกลุ่มที่ผ่านมาแล้วแะซื้อของ หรือเข้ามาซื้อของเพื่อเอา Promotion

2.) Cluster 1

- จำนวนลูกค้า 366 คน (6 % ของลูกค้าทั้งหมด)
- รายรับเฉลี่ยจากลูกค้า (Total spend) สูงที่สุด และรายรับเฉลี่ยต่อคน (Ticket size) สูงเป็นลำดับที่ 2
- ลูกค้ามาที่ร้านเฉลี่ยครั้งล่าสุด (Recency) 5 วันก่อน
- ปริมาณเฉลี่ยที่ซื้อ 2,071.14 ชิ้น (ลำดับที่ 1)
- Total visit = 172.18 ครั้ง (ลำดับที่ 1)

จากข้อมูลข้างต้น สรุปได้ว่าลูกค้ากลุ่มที่ 1 ลูกค้ากลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่มียอดการซื้อสินค้าที่สูงสุด ปริมาณซื้อที่สูงสุด ลูกค้ากลุ่มนี้มีมาครั้งล่าสุดประมาณ 5 วันก่อน และมี Total visit มากที่สุด ซึ่งแสดงว่าลูกค้ากลุ่มนี้เป็นลูกค้าชั้นดี มี Brand loyalty ต่อร้านค้านี้สูง

3.) Cluster 2

- จำนวนลูกค้า 502 คน (8.23 % ของลูกค้าทั้งหมด)
- รายรับเฉลี่ยจากลูกค้า (Total spend) สูงเป็นลำดับ 2 และรายรับเฉลี่ยต่อคน (Ticket size) สูงที่สุด
- ลูกค้ามาที่ร้านเฉลี่ยครั้งล่าสุด (Recency) 248 วันก่อน
- ปริมาณเฉลี่ยที่ซื้อ 182.66 ชิ้น (ลำดับที่ 2)
- Total visit = 6.67 ครั้ง (ลำดับที่ 3)

จากข้อมูลข้างต้น สรุปได้ว่าลูกค้ากลุ่มที่ 2 เป็นกลุ่มที่มียอดซื้อรวมและปริมาณที่ซื้อสูงเป็นลำดับที่ 2 มาครั้งล่าสุดเมื่อ 248 วันก่อน พบว่าลูกค้าหายไปนานจนผิดปกติ มีความเป็นไปได้ว่าลูกค้าอาจไปซื้อสินค้าจากร้านอื่น หรือเป็นกลุ่มที่เข้ามาซื้อของเพื่อเอา Promotion

4.) Cluster 3

- จำนวนลูกค้า 2,407 คน (39.46 % ของลูกค้าทั้งหมด)
- รายรับเฉลี่ยจากลูกค้า (Total spend) และรายรับเฉลี่ยต่อคน (Ticket size) เป็นลำดับ 3
- ลูกค้ามาที่ร้านเฉลี่ยครั้งล่าสุด (Recency) 54 วันก่อน
- ปริมาณเฉลี่ยที่ซื้อ 140.50 ชิ้น (ลำดับที่ 3)
- Total visit = 21.16 ครั้ง (ลำดับที่ 2)

จากข้อมูลข้างต้น สรุปได้ว่าลูกค้ากลุ่มที่ 3 เป็นกลุ่มที่มียอดซื้อรวมและปริมาณที่ซื้อสูงเป็นลำดับที่ 3 มาครั้งล่าสุดเมื่อ 54 วันก่อน ซึ่งไม่นานมาก แสดงว่าเป็นลูกค้าที่เข้ามาซื้อของค่อนข้างบ่อยกว่ากลุ่มที่ 0 และ 3 ไม่ได้หายไปนาน แต่มียอดการซื้อไม่ได้สูงมาก