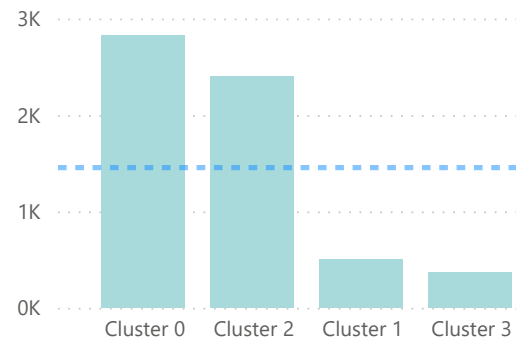


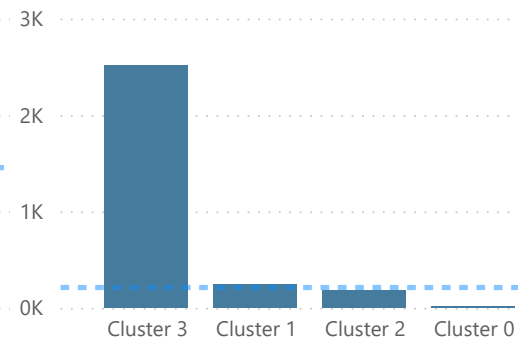
Interpret Results and Plan for Actions

Cluster	Count of Cluster	Average of TotalSpend	Average of TotalVisits	Average of TotalSKUs	Average of TicketSize	Average of TotalQuantity	Average of total_days	Average of recency
Cluster 0	2825	9.64	1.73	5.13	5.20	7.65	47.16	433.23
Cluster 1	503	243.79	6.66	60.96	40.46	182.33	288.39	249.80
Cluster 2	2406	178.24	21.17	51.00	8.27	140.55	604.56	54.50
Cluster 3	366	2,519.41	172.18	367.94	18.31	2071.14	792.38	5.65
Total	6100	246.04	20.03	49.60	10.11	198.29	331.62	243.07

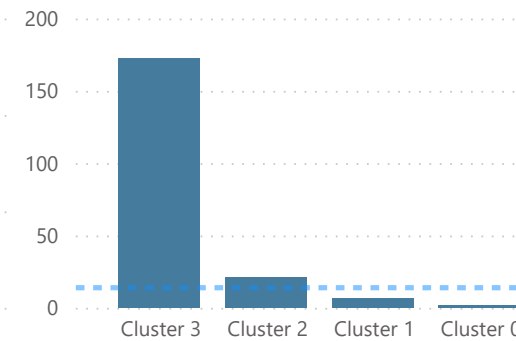
No. of Cluster



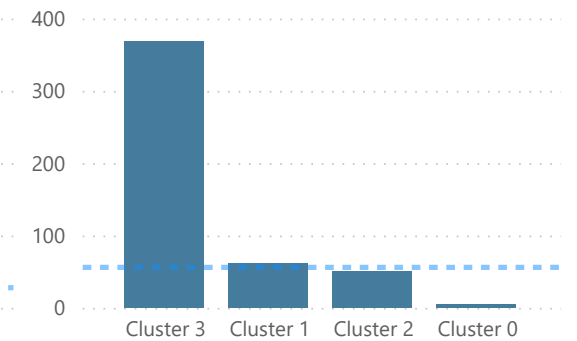
Average of TotalSpend



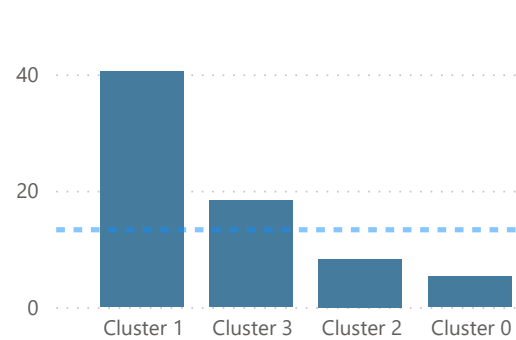
Average of TotalVisits



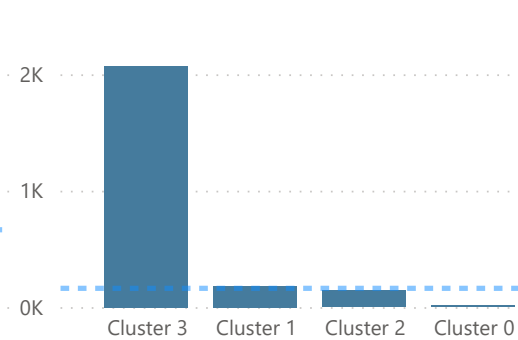
Average of TotalSKUs



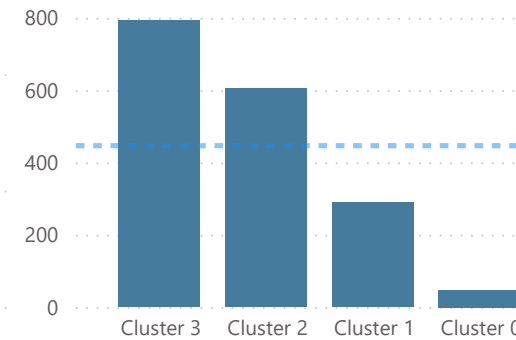
Average of TicketSize



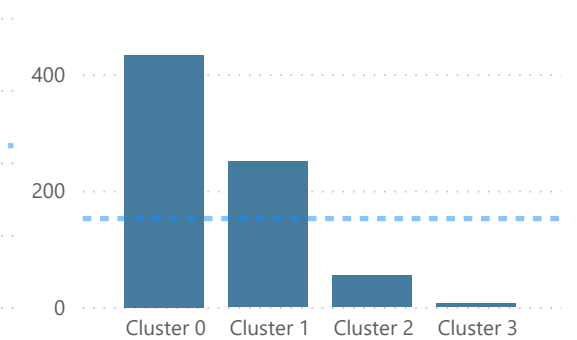
Average of TotalQuantity



Average of total_days



Average of recency



Cluster	Number of Customer	Spend	Visit	SKUs	Ticket size	Quantity	Day	Recency	Action
0	2825	Low	Low	Low	Low	Low	Short	Long	Low Value, No action
1	503	High	Low	High	High	High	Short	Long	Promotion and Upsell
2	2406	Fairy low	High	Fairy high	Low	Fairy high	Long	Short	Promotion and Upsell
3	366	High	High	High	High	High	Long	Short	Loyalty Program

1.) Cluster 0

- จำนวนลูกค้า 2,825 คน (46.3 % ของลูกค้าทั้งหมด)
- รายรับเฉลี่ยจากลูกค้า (Total spend) และรายรับเฉลี่ยต่อคน (Ticket size) น้อยที่สุด
- ลูกค้ามาที่ร้านเฉลี่ยครั้งล่าสุด (Recency) 433 วันก่อน
- ปริมาณเฉลี่ยที่ซื้อ 7.65 ชิ้น (ลำดับที่ 4)
- Total visit = 1.73 ครั้ง (ลำดับที่ 4)

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

หน้าที่ของเราคือ ไม่ทำอะไรเลย เพราะลูกค้าเป็นกลุ่ม Low Value และไม่ได้มาใช้บริการนานมากแล้ว อาจเป็นลูกค้าที่มาใช้บริการแค่ผ่านทาง

2.) Cluster 1

- จำนวนลูกค้า 503 คน (8.2 % ของลูกค้าทั้งหมด)
- รายรับเฉลี่ยจากลูกค้า (Total spend) สูงเป็นลำดับ 2 และรายรับเฉลี่ยต่อคน (Ticket size) สูงที่สุด
- ลูกค้ามาที่ร้านเฉลี่ยครั้งล่าสุด (Recency) 249 วันก่อน
- ปริมาณเฉลี่ยที่ซื้อ 182.33 ชิ้น (ลำดับที่ 2)
- Total visit = 6.66 ครั้ง (ลำดับที่ 3)

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

หน้าที่ของเราคือ เนื่องจากลูกค้ากลุ่มนี้มียอดการซื้อและปริมาณการซื้อที่ค่อนข้างสูง แต่ไม่ค่อยมาใช้บริการกับเรา ดังนั้น ควรทำ Promotion และ Upsell Campaign เพื่อให้ลูกค้ามาซื้อของหรือใช้บริการกับเราบ่อยขึ้น

3.) Cluster 2

- จำนวนลูกค้า 2,406 คน (39.4 % ของลูกค้าทั้งหมด)
- รายรับเฉลี่ยจากลูกค้า (Total spend) และรายรับเฉลี่ยต่อคน (Ticket size) เป็นลำดับ 3
- ลูกค้ามาที่ร้านเฉลี่ยครั้งล่าสุด (Recency) 54 วันก่อน
- ปริมาณเฉลี่ยที่ซื้อ 140.55 ชิ้น (ลำดับที่ 3)
- Total visit = 21.17 ครั้ง (ลำดับที่ 2)

จากข้อมูลข้างต้น สรุปได้ว่าลูกค้ากลุ่มที่ 3 เป็นกลุ่มที่มียอดซื้อรวมและปริมาณที่ซื้อสูงเป็นลำดับที่ 3 มาครั้งล่าสุดเมื่อ 54 วันก่อน ซึ่งไม่นานมาก และมีการมาใช้บริการสูงเป็นลำดับที่ 2 แสดงว่าเป็นลูกค้าที่เข้ามาซื้อของค่อนข้างบ่อยกว่ากลุ่มที่ 0 และ 3 ไม่ได้หายไปนาน แม้ยอดการซื้อไม่ได้สูงมาก แต่ระยะเวลาที่มาใช้บริการล่าสุดค่อนข้างสั้น และยังเป็นสัดส่วนส่วนของลูกค้าที่ค่อนข้างมาก จึงเป็นกลุ่มที่ควรจะทำให้มาเป็นลูกค้าประจำ

หน้าที่ของเราคือ พยายามดึงมาเป็นลูกค้าประจำ เพราะลูกค้าเป็นกลุ่ม Low Value มีสัดส่วนถึง 39.4 % ของลูกค้าทั้งหมด แม้ยอดการซื้อไม่ได้สูงมาก แต่ระยะเวลาที่มาใช้บริการล่าสุดค่อนข้างสั้น ดังนั้น ควรทำ Promotion และ Upsell Campaign เพื่อให้ลูกค้ามาซื้อของหรือใช้บริการกับเราบ่อยขึ้น

4.) Cluster 3

- 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 3 เป็นกลุ่ม High value ที่มียอดการซื้อสินค้าที่สูงสุด ปริมาณซื้อที่สูงสุด ลูกค้ากลุ่มนี้มีมาครั้งล่าสุดประมาณ 5 วันก่อน และมี Total visit มากที่สุด ซึ่งแสดงว่าลูกค้ากลุ่มนี้เป็นลูกค้าชั้นดี มี Brand loyalty ต่อร้านค้านี้สูง

หน้าที่ของเราคือ ต้องรักษาลูกค้ากลุ่มนี้เอาไว้ โดยใช้ Loyalty Program ให้ลูกค้า ซื้อมั้ย Retention โดยใช้ระบบสมัครสมาชิก, บัตรสะสมแต้ม, Promotion แลกรับของรางวัล หรือกิจกรรมต่าง ๆ ที่ช่วยกระตุ้นให้เกิดการกลับมาซื้อสินค้าและบริการซ้ำ ทำ Upsell เสนอขายสินค้าหรือบริการที่มีราคาสูงกว่าให้กับลูกค้าเพื่อเพิ่มยอดขาย