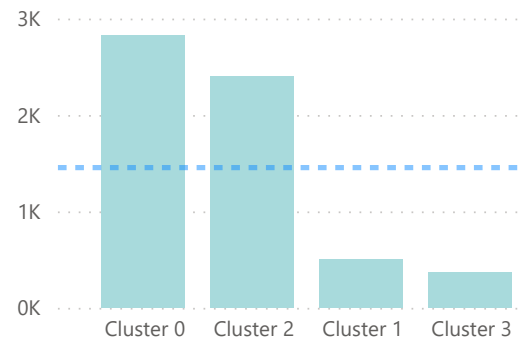


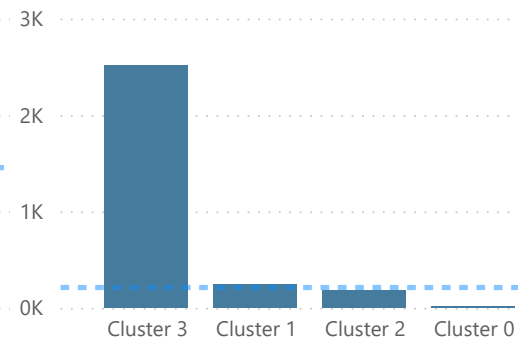
# Interpret Results and Plan for Actions

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
<b>Total</b>	<b>6100</b>	<b>246.04</b>	<b>20.03</b>	<b>49.60</b>	<b>10.11</b>	<b>198.29</b>	<b>331.62</b>	<b>243.07</b>

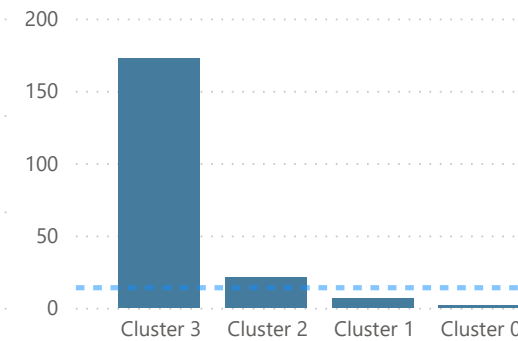
No. of Cluster



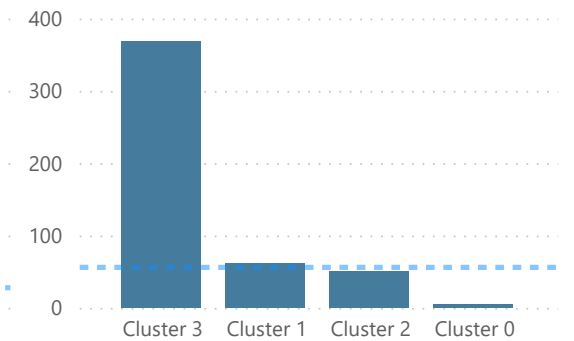
Average of TotalSpend



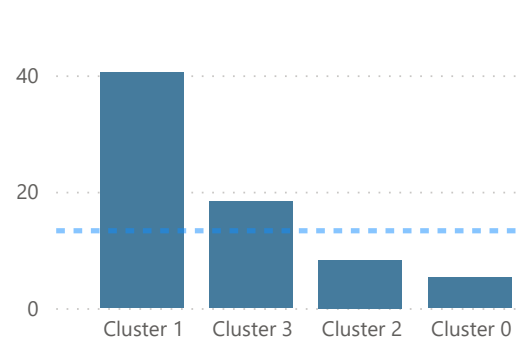
Average of TotalVisits



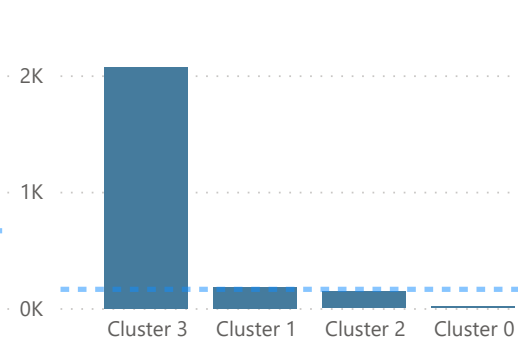
Average of TotalSKUs



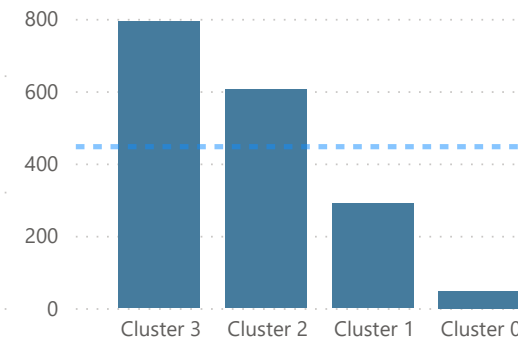
Average of TicketSize



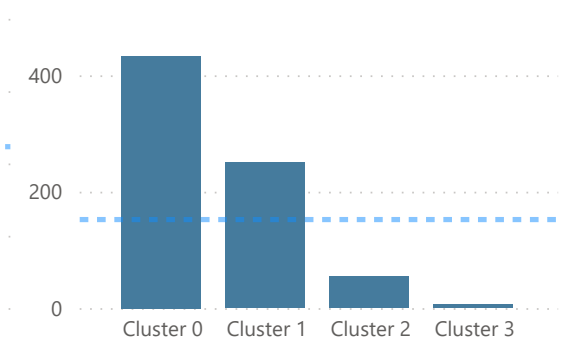
Average of TotalQuantity



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
- ลูกค้าที่ร้านเฉลี่ยครั้งล่าสุด (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
- ลูกค้าที่ร้านเฉลี่ยครั้งล่าสุด (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 ให้ลูกค้าซื้อซ้ำ เช่น ใช้ระบบสมัครสมาชิก, บัตรสะสมแต้ม หรือกิจกรรมต่าง ๆ ที่ช่วยกระตุ้นให้เกิดการกลับมาซื้อสินค้าและบริการซ้ำ ทำ Upsell เสนอขายสินค้าหรือบริการที่มีราคาสูงกว่าให้กับลูกค้าเพื่อเพิ่มยอดขาย