

КРАТКОЕ ОПИСАНИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

Отчёт магазина за прошлый период показал, что активность покупателей начала снижаться. Привлекать новых клиентов уже не так эффективно: о магазине и так знает большая часть целевой аудитории. Возможный выход — удерживать активность постоянных клиентов. Сделать это можно с помощью персонализированных предложений.

Цель исследования - разработать решение, которое позволит персонализировать предложения постоянным клиентам, чтобы увеличить их покупательскую активность.

Этапы исследования:

- Загрузка библиотек, выгрузка данных и настройка отображений датасетов
- Загрузка данных
- Определение функций по отрисовке графиков
- Предобработка данных
- Исследовательский анализ данных
- Объединение таблиц
- Корреляционный анализ
- Использование пайплайнов
- Анализ важности признаков
- Сегментация покупателей
- Общий вывод