تاریخ تولد: مشتریان را بر اساس تاریخ تولدشان دسته‌بندی کنید، مانند مشتریانی که تولد در فصل‌های مختلف سال دارند یا مشتریانی که تولد در روزهای ویژه مانند تعطیلات عید دارند.

نوع استفاده: مشتریان را بر اساس نوع استفاده از فرش‌ها دسته‌بندی کنید، مانند مشتریانی که فرش را برای استفاده در منزل خود می‌خرند، مشتریانی که فرش را برای فضاهای تجاری و اداری می‌خرند و مشتریانی که فرش را برای هدایا یا تزئینات خاص خریداری می‌کنند.

تاریخچه خرید: مشتریان را می‌توان بر اساس تاریخچه خریدشان دسته‌بندی کرد. به عنوان مثال، مشتریانی که خریدهای مکرر داشته‌اند و مشتریان جدید که تازه وارد بازار هستند، ممکن است نیازها و تمایلات متفاوتی داشته باشند

سطح قیمت: مشتریان می‌توانند بر اساس سطح قیمتی که در آن خرید می‌کنند، دسته‌بندی شوند. برخی مشتریان ممکن است به محصولات با قیمت بالا علاقه داشته باشند و برخی دیگر به محصولات با قیمت مقرون به صرفه

شغل: مشتریان را بر اساس شغل و حرفه‌ی خود دسته‌بندی کنید. مثلاً، مشتریانی که در حوزه‌ی معماری و دکوراسیون فعالیت می‌کنند ممکن است به فرش‌های طراحی شده با الگوهای خاص تمایل داشته باشند

نوع محصول: مشتریان را بر اساس نوع فرش (دست‌بافت، ماشینی) یا نوع مواد استفاده شده در فرش (صوف، ابریشم و غیره) دسته‌بندی کنید.

سطح کیفیت: مشتریان را بر اساس سطح کیفیت فرش (ارائه‌شده به عنوان محصولات با کیفیت بالا، متوسط یا ارزان) دسته‌بندی کنید

طرح و الگو: مشتریان را بر اساس طرح‌ها و الگوهای مورد علاقه‌شان (مانند طرح‌های سنتی، طرح‌های مدرن، طرح‌های هنری و غیره) دسته‌بندی کنید.

محل سکونت: مشتریان را بر اساس محل سکونتشان (شهری، روستایی، منطقه خاص و غیره) دسته‌بندی کنید.

نیازها و استفاده موردی: مشتریان را بر اساس نیازها و استفاده‌های خاصشان (مثلاً برای خانه، دفتر کار، هدیه و غیره) دسته‌بندی کنید.

فصل: مشتریان را بر اساس نیاز به فرش در فصول مختلف (بهار، تابستان، پاییز، زمستان) دسته‌بندی کنید.

تاریخچه خرید: مشتریان را بر اساس تاریخچه خریدشان (مشتریان جدید، مشتریان تکراری، مشتریان وفادار) دسته‌بندی کنید.

قابلیت پرداخت: مشتریان را بر اساس قابلیت پرداخت (نقدی، اعتباری، اقساط) دسته‌بندی کنید.

استفاده از کانال‌های فروش: مشتریان را بر اساس استفاده از کانال‌های فروش مختلف (فروشگاه آنلاین، فروشگاه فیزیکی، نمایندگان فروش) دسته‌بندی کنید.

وفاداری مشتری: مشتریان را بر اساس سطح وفاداری و تعامل مداوم با کارخانه فرش (مشتریان وفادار، مشتریان جدید) دسته‌بندی کنید.

رضایت مشتری: مشتریان را بر اساس رضایت از خرید و خرید دوباره دسته بندی کنید

سیکل خرید : دوره های خرید مشتری