

# Projet 4 : Segmentation de clients

Ali-higo Ebo Adou

July 2, 2022

**olist**



1 Introduction

2 Nettoyage

3 *Clustering*

4 Maintenance

5 Conclusion



# Outline



1 Introduction

2 Nettoyage

3 *Clustering*

4 Maintenance

5 Conclusion



## Gestion base de données clients

- Observer des tendances (par ex. saisonnalité).
- Attirer & fidéliser la clientèle.
- Augmenter la valeur de chaque client.

## Stratégie RFM

C'est un concept marketing qui permet d'évaluer le potentiel d'un client. Les méthodes liées à la segmentation RFM sont nombreuses, et dépendent de ce qui est recherché.

# Outline

1 Introduction

2 Nettoyage

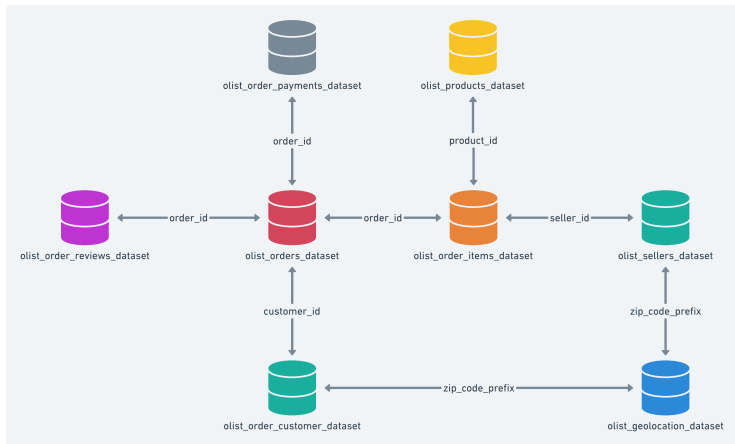
3 *Clustering*

4 Maintenance

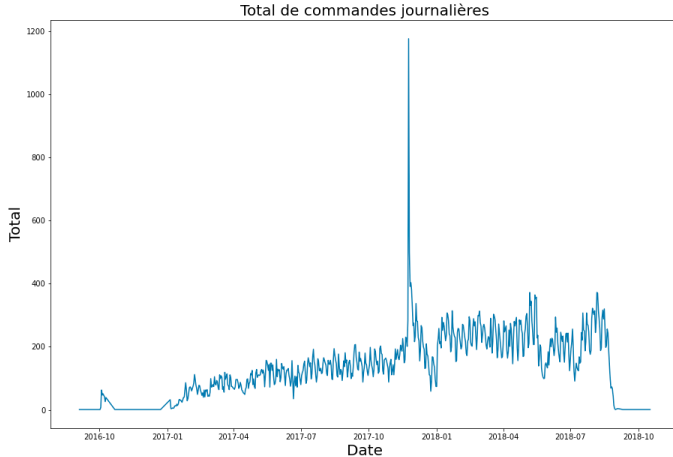
5 Conclusion



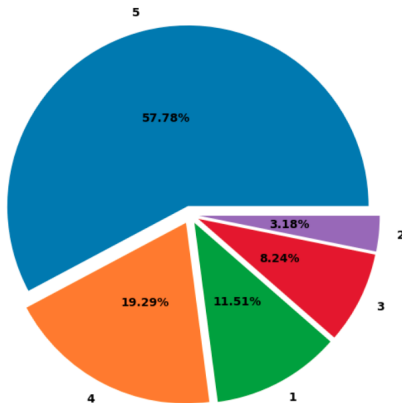
# Le jeu de données



# Statistique univariée 1/2



- Répartition des scores dans le dataset.





## Récence

Quand le client a-t-il acheté la dernière fois ? C'est la date du dernier achat, la dernière visite ou la dernière commande d'un client.

## Fréquence

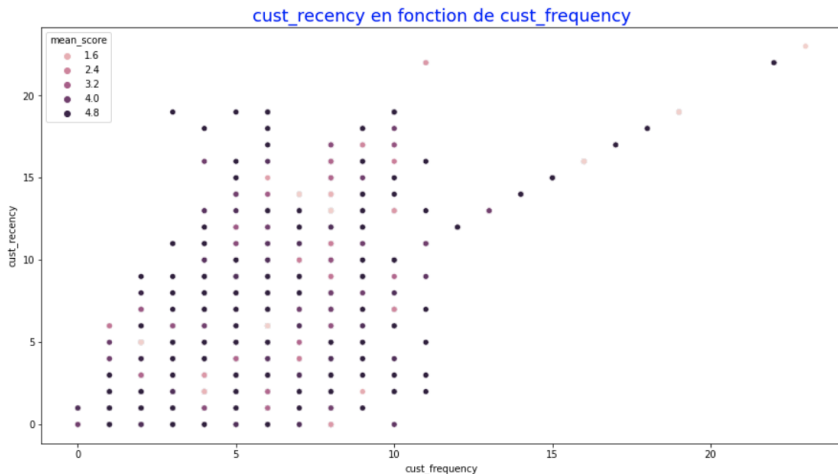
À quelle fréquence achète-t-il ? C'est le nombre de fois où le client est venu sur la période concernée.

## Montant

Combien dépense-t-il ? C'est le montant moyen du panier du client sur une période.



# Statistique bivariées



# Outline



1 Introduction

2 Nettoyage

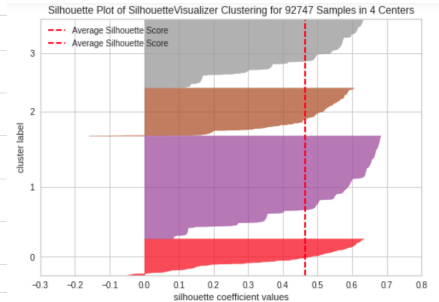
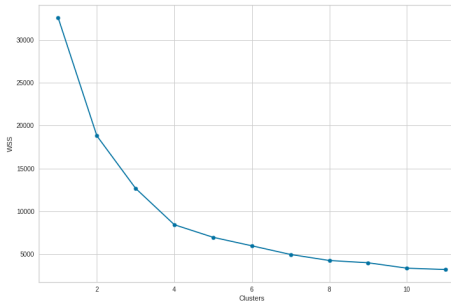
3 *Clustering*

4 Maintenance

5 Conclusion



# Partitionnement optimal



# Description des clusters 1/2

## Cluster 0

Visiteurs insatisfaits en raison du temps de livraison long. On remarque également que certains de ces visiteurs ont été très dépensier.

## Cluster 1

Clients satisfaits très actifs, dépensiers et réccurents qui achètent des produits de consommations de la Catégorie 2.

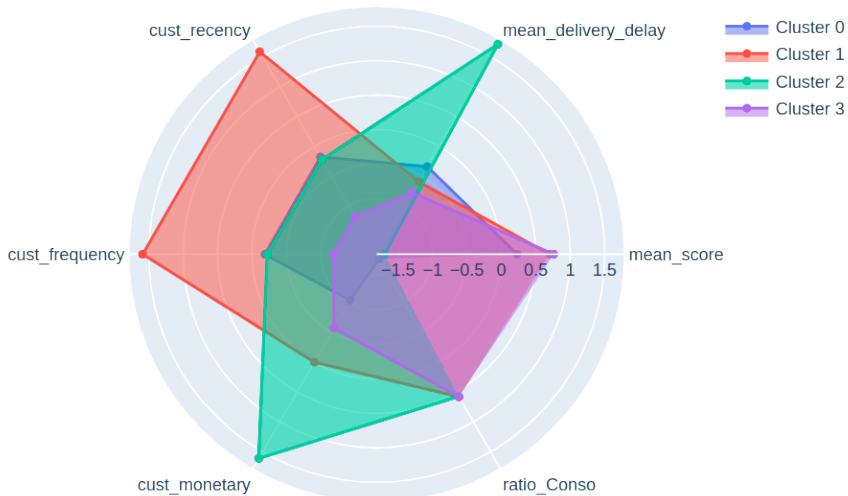
## Cluster 2

Clients très satisfaits et dépensiers, plutôt des visiteurs uniques qui commandent exclusivement des produits de Catégorie 2. Ils représentent plus de 60% des clients de la base de données.

## Cluster 3

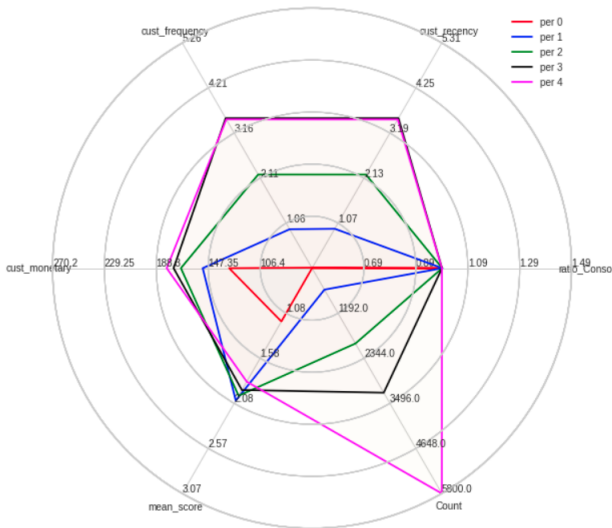
Clients satisfaits, réguliers et économes qui se fournissent exclusivement des produits de consommations de la Catégorie 1.

## Description des clusters 2/2



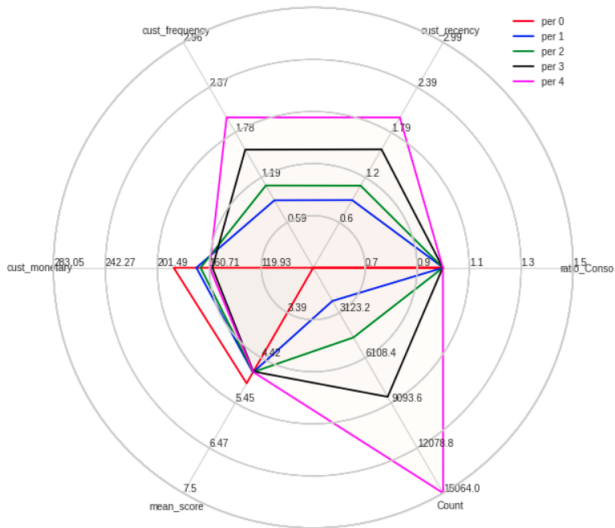
- 1 Introduction
- 2 Nettoyage
- 3 *Clustering*
- 4 Maintenance**
- 5 Conclusion

# Clients Insatisfaits

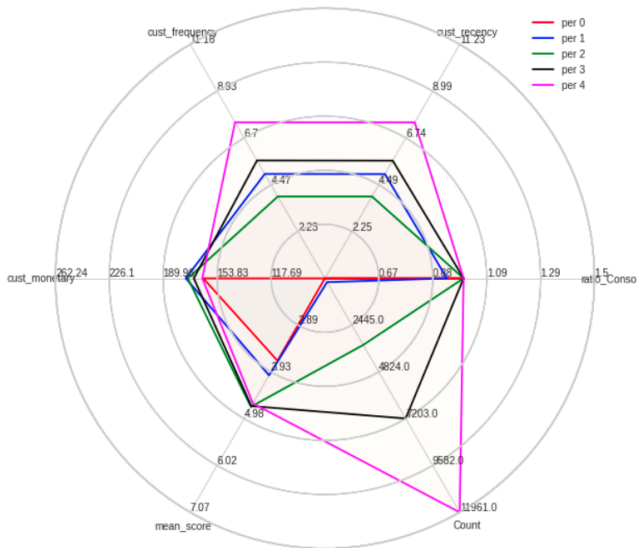




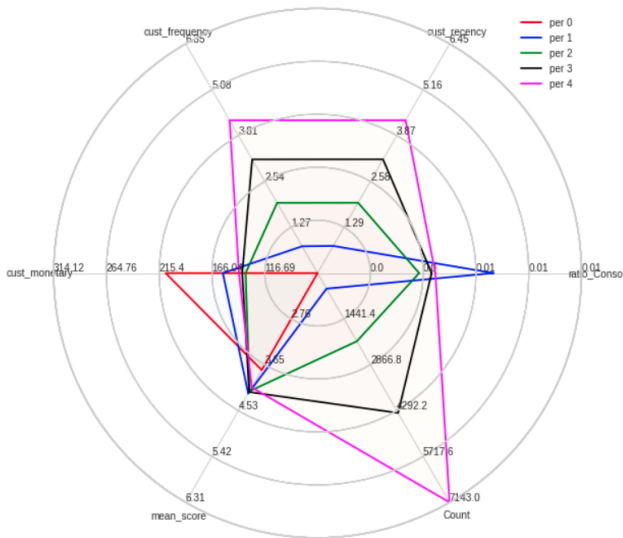
# Clients Très Satisfaits



# Clients Satisfaits Actifs



# Clients Satisfaits Électroménagers



# Outline

- 1 Introduction
- 2 Nettoyage
- 3 *Clustering*
- 4 Maintenance
- 5 Conclusion

# Résultats & Perspectives

## Résultats

- Observations de la stabilité des clusters.

## Perspectives

- Méthodes de clustering avec variables catégorielles.



Merci pour votre attention !