# تقسیم بندی مشتری با استفاده از تجزیه و تحلیل RFM در Tableau :

تقسیم بندی مشتری فرآیندی است که طی آن مشتریان را بر اساس ویژگی های مشترکی مانند جمعیت شناسی (سن، جنسیت، درآمد و غیره)، جغرافیا، روانشناسی و رفتار به گروه هایی تقسیم می کنیم. هدف اصلی تقسیم‌بندی مشتریان، شناسایی گروه‌های مختلف مشتریان است تا بتوان گروه‌های خاصی را هدف قرار داد و با برنامه‌های خاصی به بازار عرضه کرد. در این مثال با استفاده از تجزیه و تحلیل RFM درTableau به بررسی نحوه ایجاد گروه‌ها یا بخش‌های مشتری با استفاده از داده‌های فروش پرداخته ایم.

تقسیم بندی مشتریها شامل:

* بهترین مشتریها
* مشتری های وفادار
* مشتریهای قابل تبدیل به بهترین مشتری
* مشتری از دست رفته
* سایرمشتریها