

Conclusioni

1. Clustering Total per Frequency

- Cluster 0: Ha una spesa generalmente bassa e una frequenza che varia ma generalmente abbastanza alta;
- Cluster 1: Ha una spesa non troppo bassa ma nemmeno eccessiva, la sua frequenza invece è bassa;
- Cluster 2: Ha sia la spesa che una frequenza alta, quindi spende molto e spesso.

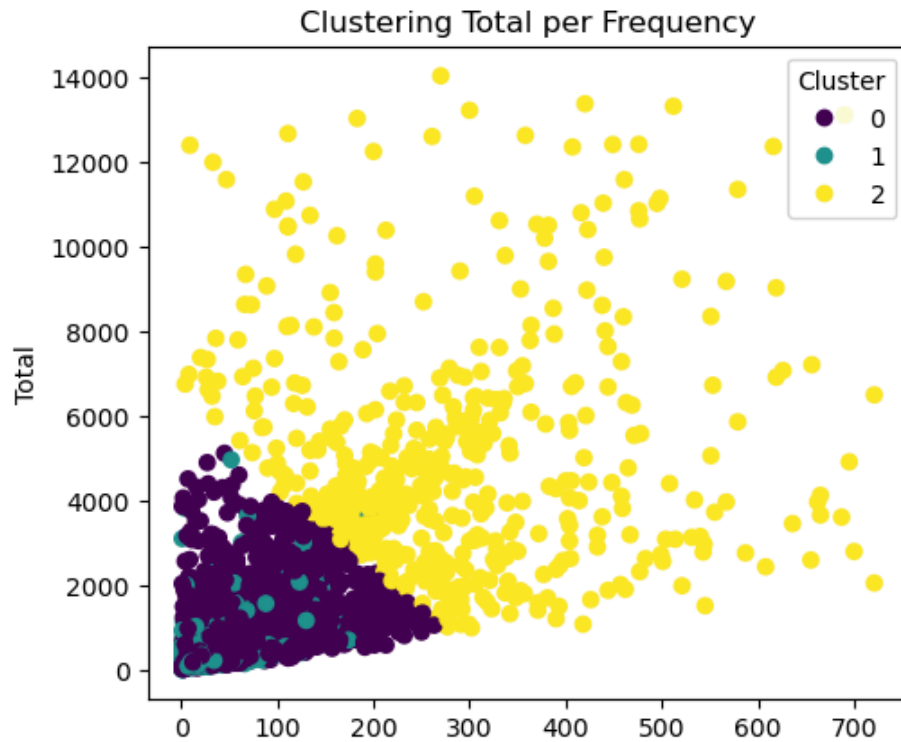


Figure 1: Clustering Total per Frequency.

2. Clustering Total per Recency

- Cluster 0: Ha una spesa generalmente bassa e anche una recency bassa, indicando che hanno effettuato un acquisto recentemente;
- Cluster 1: Ha una spesa non troppo bassa ma nemmeno eccessiva, la recency è variabile con molti clienti che non acquistano da tempo;
- Cluster 2: Ha sia la spesa che una recency alta, quindi che da molto tempo non effettuano acquisti.

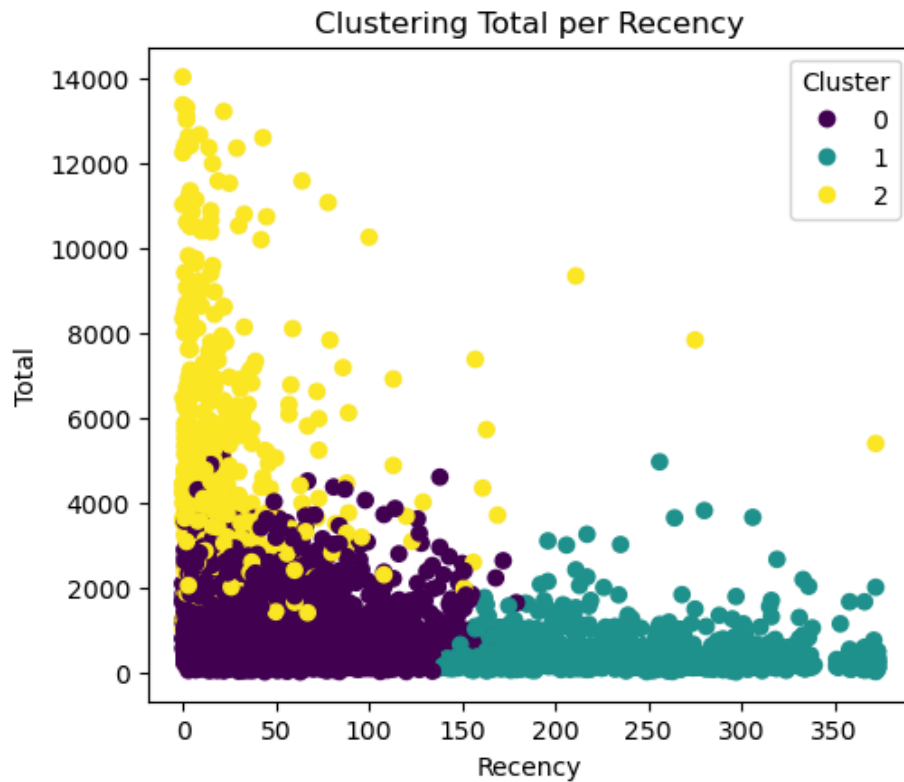


Figure 2: Clustering Total per Recency.

3. Clustering Frequency per Recency

- Cluster 0: Frequenza alta e “Recency” bassa, quindi clienti che acquistano spesso e di recente;
- Cluster 1: Frequenza bassa e “Recency” alta, quindi clienti che acquistano raramente e non di recente;
- Cluster 2: Frequenza alta ma “Recency” alta, quindi clienti che hanno acquistato molto ma non recentemente.

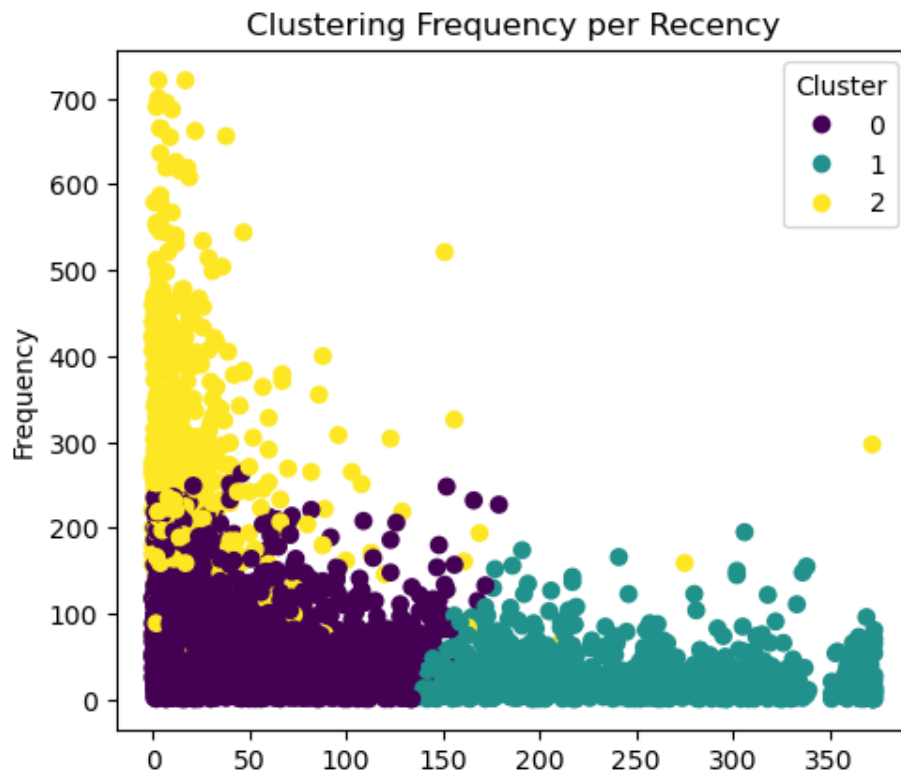


Figure 3: Clustering Total per Recency.

4. Conclusioni e ulteriori grafici

- Cluster 0: Clienti attivi di recente con spesa moderata;
- Cluster 1: Clienti meno attivi, con acquisti sporadici e spesa media;
- Cluster 2: Clienti con alta spesa e frequenza di acquisti passati, ma non recenti.

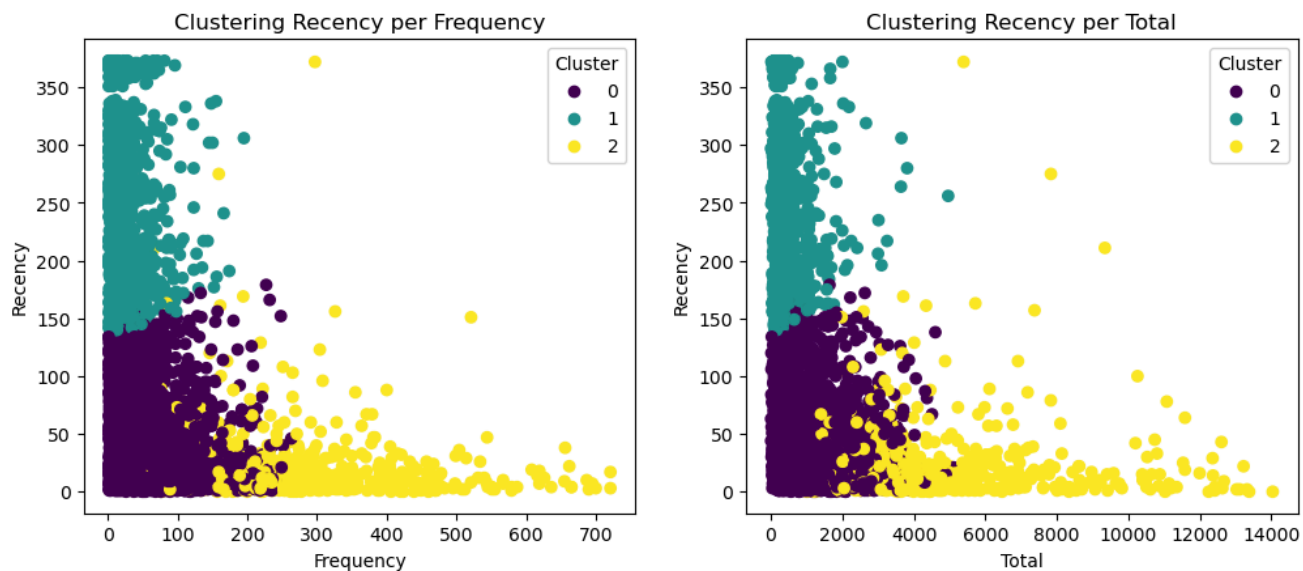


Figure 4: Clustering Recency per Frequency e Recency per Total.

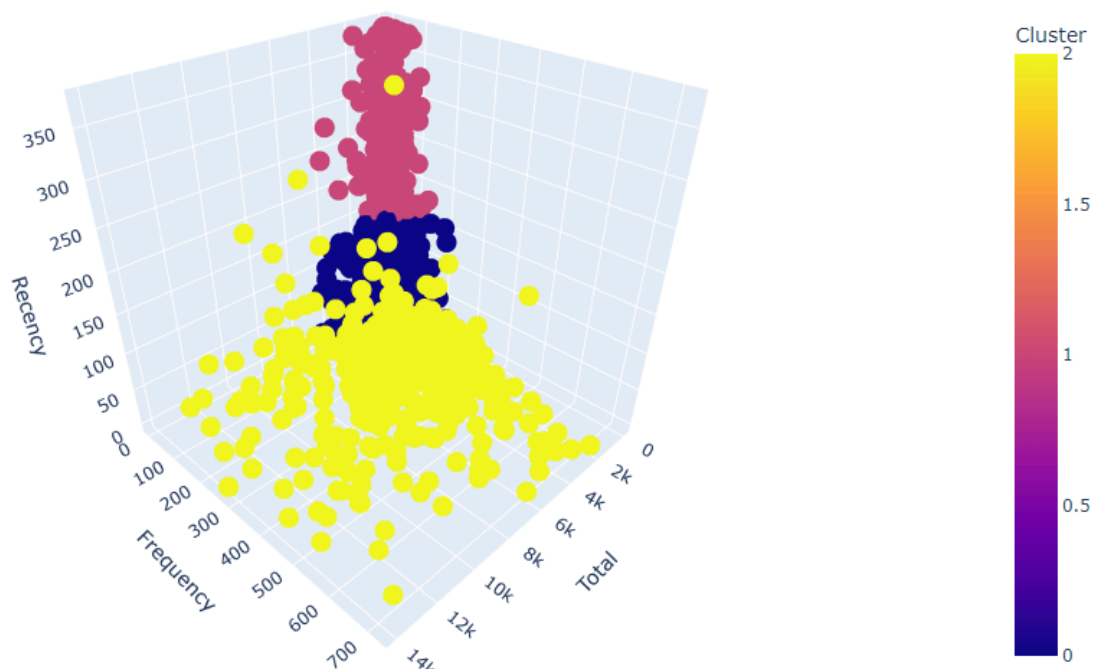


Figure 5: Clustering visualizzati in 3D.

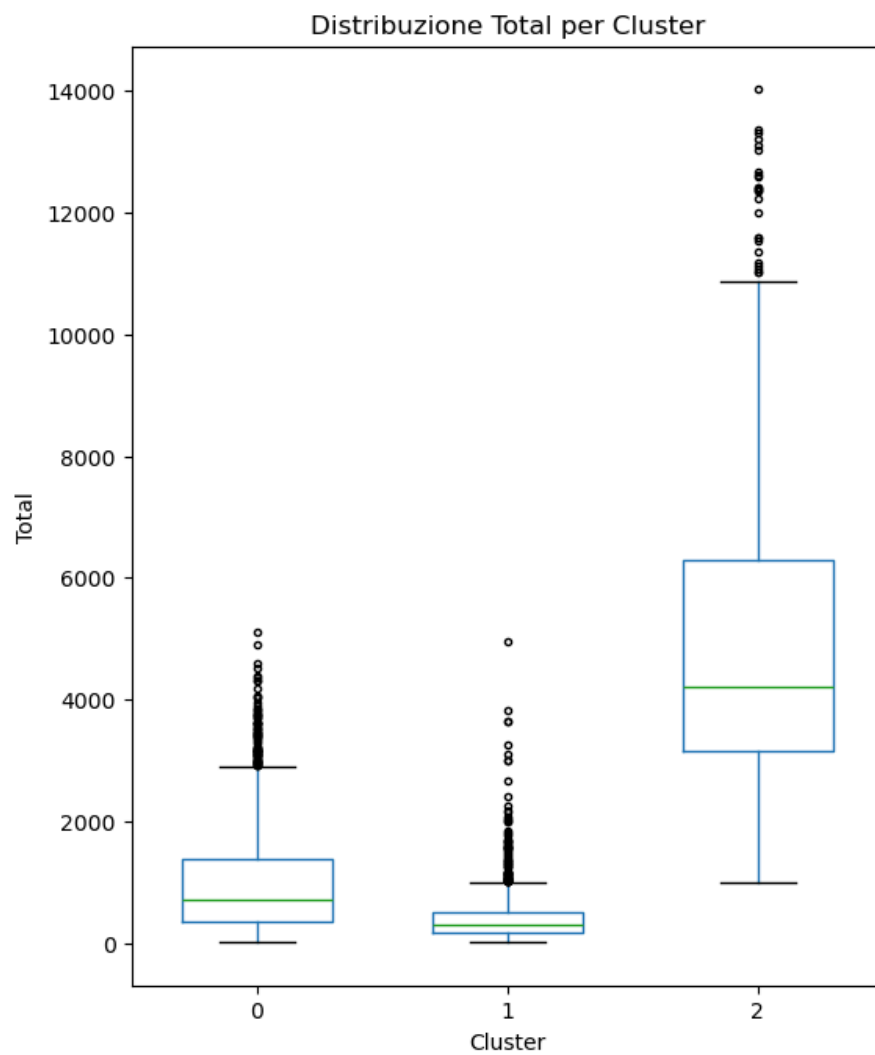


Figure 6: Distribuzione total per cluster.

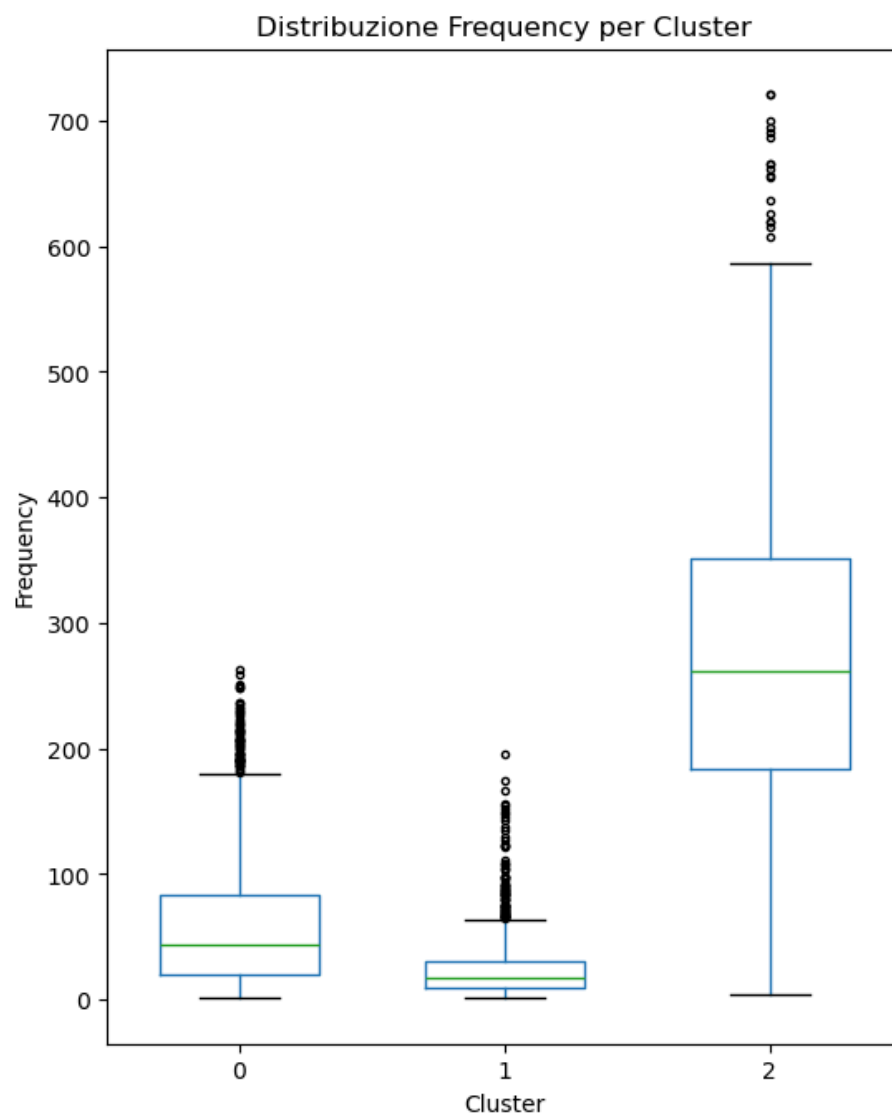


Figure 7: Distribuzione Frequency per cluster.

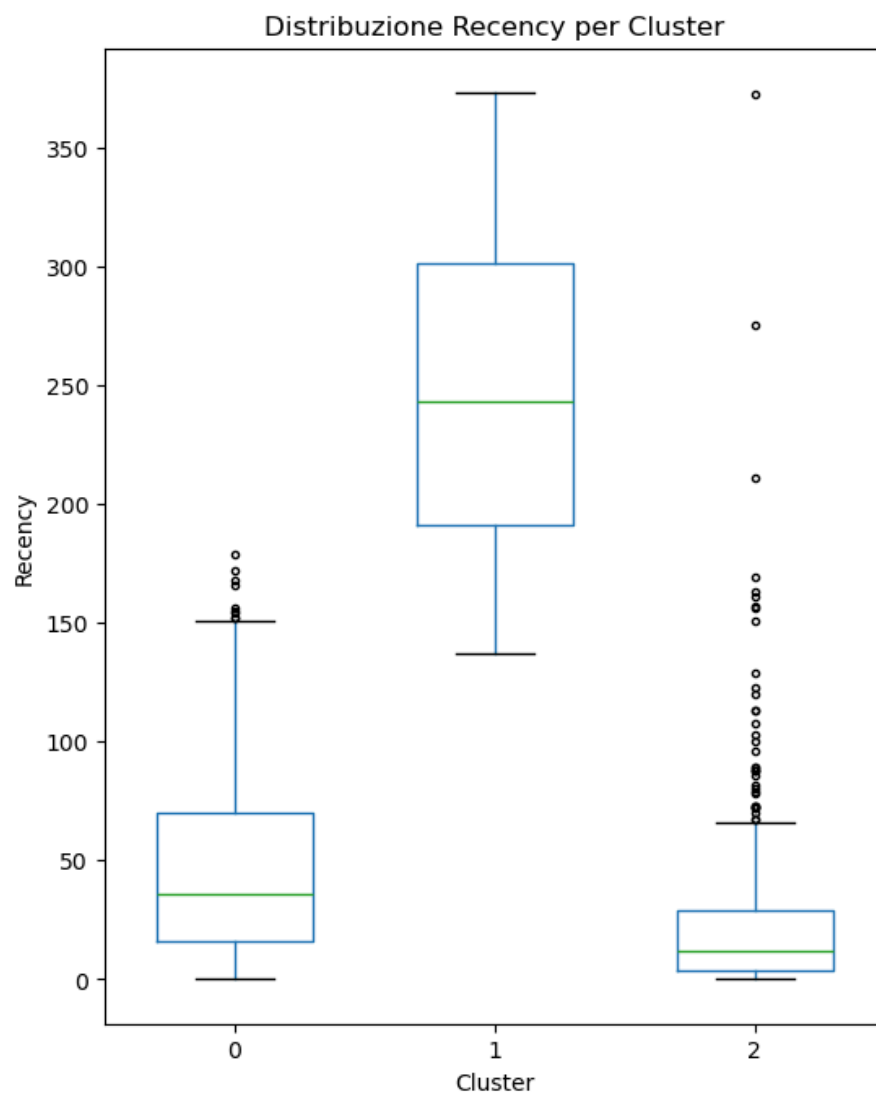


Figure 8: Distribuzione recency per cluster.