

Resumen Ejecutivo - YumFit

Marketing Analytics & Customer Intelligence

Perfil y Tamaño de Segmentos

Segmento	Tamaño	Edad	Ingresos	Compras	Ticket	Recencia	Recomendac
Fieles Frecuentes	3,185	37.0	\$47,328	4.04	\$63.60	94.5	0.50
Ocasionales	4,854	31.9	\$42,961	1.94	\$45.01	97.3	0.51
Grandes Gastadores	6,961	31.9	\$42,859	1.83	\$44.84	93.0	0.50

LTV, CAC y Margen

Segmento	LTV	CAC	Margen	ROI
Fieles Frecuentes	\$110.30	\$21.05	\$89.25	4.24
Ocasionales	\$36.66	\$18.21	\$18.46	1.01
Grandes Gastadores	\$34.48	\$18.28	\$16.20	0.89

Estrategia de Inversión Recomendada

Escenario Recomendado: Concentrar todo el presupuesto en el segmento de Fieles Frecuentes (Escenario 1)

ROI Esperado: 4.24

Distribución del Presupuesto:

- Fieles Frecuentes: \$10,000 (100%)
- Ocasionales: \$0 (0%)
- Grandes Gastadores: \$0 (0%)

Próximos Pasos

1. Desarrollar programa de fidelización exclusivo para el segmento Fieles Frecuentes
2. Implementar programa de referidos enfocado en los Fieles Frecuentes con incentivos específicos
3. Optimizar la adquisición de clientes en Facebook, plataforma con mejor margen (\$59.60)

Riesgos Clave

1. Alta dependencia de un solo segmento puede limitar el crecimiento a largo plazo
2. Los clientes de Facebook tienen CAC más alto (\$25.01) aunque generan mayor valor
3. El análisis no incluye datos de clientes que abandonaron, lo que puede sobrestimar el LTV