

Görev 2 : Müşterileri segmentlere ayırdıktan sonra 3 segment seçerek bu 3 segmenti hem aksiyon kararları açısından hem de segmentlerin yapısı açısından (ortalama RFM değerleri açısından) yorumlayınız.

Kapsam ve Amaç :

- RFM Analizi sonucunda tablodaki 3 segmentin seçilmesinde segmentlerin müşteri sayılarının dağılımı dikkate alınmıştır.
- En çok hangi segmentte müşteri daha fazla ise o segmente aksiyon alabiliriz.
- Veride 2010-2011 yılları arasındaki tekil müşteri sayısı **4338**'dir.
- Bu müşterilerin **%19**'u Loyal_Customers, **%15**'i Champions, **%14**'ü At_Risk segmentlerine aittir.
- Hibernating grubu en çok müşterimizin bulunduğu grup olmasına rağmen ortalama 217 gün ile güncel alışveriş değeri en eski olan gruptur. Müşterilerin bu grupta bulunmasına rağmen Recency değeri ortalamasını göz önünde bulundurduğumuzda şimdilik bu segment aksiyon açısından dikkate alınmamıştır.



| Segment | Müşteri Sayısı | Dağılım % |
|------------------------------------|----------------|-----------|
| Hibernating | 1071 | 25% |
| Loyal_Customers | 819 | 19% |
| Champions | 633 | 15% |
| At_Risk | 593 | 14% |
| Potential_Loyalists | 484 | 11% |
| About_to_Sleep | 352 | 8% |
| Need_Attention | 187 | 4% |
| Promising | 94 | 2% |
| Cant_Loose | 63 | 1% |
| New_Customers | 42 | 1% |
| Toplam Tekil Müşteri Sayısı | 4338 | |

Loyal_Customer

- Bu grupta 819 kişi yer alıyor.
- Ortalama 33 gün önce alışveriş yapmışlar.
- Bu gruptaki müşterilerin alışveriş yapma sayıları ise ortalama 6'dır. Bu veri setinde bulunan tüm segmentlerdeki müşterilere oranla **%52** daha fazla alışveriş yapmışlardır. (Genel ortalama alışveriş sayısı 4,27)
- Grubun ortalama harcama tutarı ise **2864,00£**. Bu veri setinde harcama yapmış olan tüm müşterilere oranla **%39** daha fazla harcama tutarı gerçekleştirmişlerdir.

Aksiyon Önerileri :

- Bu grupla ilgilenerek Champions segmentine dahil olması sağlanmalıdır. Buna elverişli müşteriler mevcuttur.
- Champions grubundaki özel içerikleri arttırarak bu grup teşvik edilebilir.
- Bu segmentin recency değeri yani alışveriş sürelerini öne çekebilecek şekilde daha fazla temas halinde olmalıyız.

| Segment | Recency | | | Frequency | | | Monetary \ |
|------------------------|------------------|--------|-------|-----------------|--------|-------|--------------------|
| | mean | median | count | mean | median | count | mean |
| At_Risk | 153.785835 | 139 | 593 | 2.878583 | 3 | 593 | 1084.535297 |
| Champions | 6.361769 | 5 | 633 | 12.417062 | 8 | 633 | 6857.963918 |
| <u>Loyal_Customers</u> | <u>33.608059</u> | 30 | 819 | <u>6.479853</u> | 5 | 819 | <u>2864.247791</u> |

| median count | | |
|-----------------|---------|-----|
| Segment | | |
| At_Risk | 678.25 | 593 |
| Champions | 2612.96 | 633 |
| Loyal_Customers | 1740.48 | 819 |

Champions

- Bu grupta 633 kişi yer alıyor.
- Ortalama 6 gün önce alışveriş yapmışlar.
- Bu gruptaki müşterilerin alışveriş yapma sayıları ise ortalama 12'dir.
- Grubun ortalama harcama tutarı ise **6857,96£**.

Aksiyon Önerileri :

- Kalite ve fiyat açısından en tepede olan ürünleri bu segmente önerebiliriz.
- Piyasaya yeni sürülen ve kullanıcılara tanıtılacak ürünleri bu gruba ücretsiz göndererek deneyimlerinden değer ortaya çıkarabiliriz.
- Bu segmente özel kartlarla anlaşmalı giyim, aksesuar ve yiyecek içecek yerlerinden indirim sağlanabilir. Gerçekten ayrıcalıklı olduklarını hissettirmemiz gerekir.

| Segment | Recency | | | Frequency | | | Monetary \ |
|------------------|-----------------|--------|-------|------------------|--------|-------|--------------------|
| | mean | median | count | mean | median | count | mean |
| At_Risk | 153.785835 | 139 | 593 | 2.878583 | 3 | 593 | 1084.535297 |
| <u>Champions</u> | <u>6.361769</u> | 5 | 633 | <u>12.417062</u> | 8 | 633 | <u>6857.963918</u> |
| Loyal_Customers | 33.608059 | 30 | 819 | 6.479853 | 5 | 819 | 2864.247791 |

| median count | | |
|-----------------|---------|-----|
| Segment | | |
| At_Risk | 678.25 | 593 |
| Champions | 2612.96 | 633 |
| Loyal_Customers | 1740.48 | 819 |

At_Risk

- Bu grupta 593 kişi yer alıyor.
- Ortalama 153 gün önce alışveriş yapmışlar.
- Bu gruptaki müşterilerin alışveriş yapma sayıları ise ortalama 2,87'dir. Bu veri setinde bulunan tüm segmentlerdeki müşterilere oranla **%33** daha **az** alışveriş yapmışlardır. (Genel ortalama alışveriş sayısı 4,27)
- Grubun ortalama harcama tutarı ise **1084,54₺**. Bu veri setinde harcama yapmış olan tüm müşterilere oranla **%47** daha **az** harcama tutarı gerçekleştirmişlerdir.

Aksiyon Önerileri :

- Sms yoluyla iletişime geçilebilir.
- Bu gruptaki müşterilerin uyku grubuna geçme durumları çok yüksek. Bu gruba özel kampanyalar sunulabilir.

| Segment | Recency | | | Frequency | | | Monetary \ |
|-----------------|------------|--------|-------|-----------|--------|-------|-------------|
| | mean | median | count | mean | median | count | |
| At_Risk | 153.785835 | 139 | 593 | 2.878583 | 3 | 593 | 1084.535297 |
| Champions | 6.361769 | 5 | 633 | 12.417062 | 8 | 633 | 6857.963918 |
| Loyal_Customers | 33.608059 | 30 | 819 | 6.479853 | 5 | 819 | 2864.247791 |

| median count | | |
|-----------------|---------|-----|
| Segment | | |
| At_Risk | 678.25 | 593 |
| Champions | 2612.96 | 633 |
| Loyal_Customers | 1740.48 | 819 |