

CRM Final

Aşağıda CLTV Calculate'e göre A segmentinde olduğu hesaplanan 3 farklı müşterinin CLTV Prediction' a göre nasıl farklı segmentte yer aldığını değerlendireceğiz.

- 1. satırdaki müşterinin calculate sonucu A segmentinde olacağı değerlendirilirken prediction sonucu B segmentinde olduğu gözlemleniyor. Bunun sebeplerinden biri recency değeri yani 10 gün önce alışveriş yapmış olmasına rağmen, müşterinin yaptığı 17 alışveriş sonucunda bıraktığı ortalama monetray_avg diğer 2 kişiye göre daha az tutardır.
- 2. satırdaki müşteri ise tahmin edilen ortalama harcama tutarı diğer 1. satırdaki müşteriden daha yüksek olmasına karşın prediction sonucu C segmentinde gözlemleniyor. Bunun sebebi frequency değerinin 5 olmasıyla birlikte en son 219 gün önce alışveriş yapmış ve buna karşılık recency_cltv_p ise yani son alışveriş ve ilk alışveriş arasındaki gün farkı ise 153 gün hesaplanmış. Yani ben bu müşteriden ilk alışveriş ve son alışveriş tarihi aralığını maksimum 153 gün beklerken müşteri 219 gündür yok. En son 219 gün önce alışveriş yapmış.
- 3. satırdaki müşteri calculate segmenti A ve prediction sonucu segmenti de A olarak hesaplanmış. Bu müşterinin frequency değeri düşük olmasına rağmen monetray_avg değerinden dolayı yani yapmış olduğu alışverişlerden yüksek para bırakacağından dolayı prediction sonucu A segmenti olarak tahmin edilmiştir.

frequency	recency	monetary	rfm_segment	cltv_c	cltv_c_segment	recency_cltv_p	T	monetary_avg	recency_weekly_cltv_p	T_weekly	cltv_p	cltv_p_segment
17	10	2073.09	champions	1.00600583	A	208	218	121.9464706	29.71428571	31.14285714	2.23277...	B
5	219	1561.61	at_risk	1.003407852	A	153	373	312.322	21.85714286	53.28571429	1.33089...	C
3	72	1796.48	loyal_customers	1.004510046	A	145	218	598.8266667	20.71428571	31.14285714	2.50653...	A