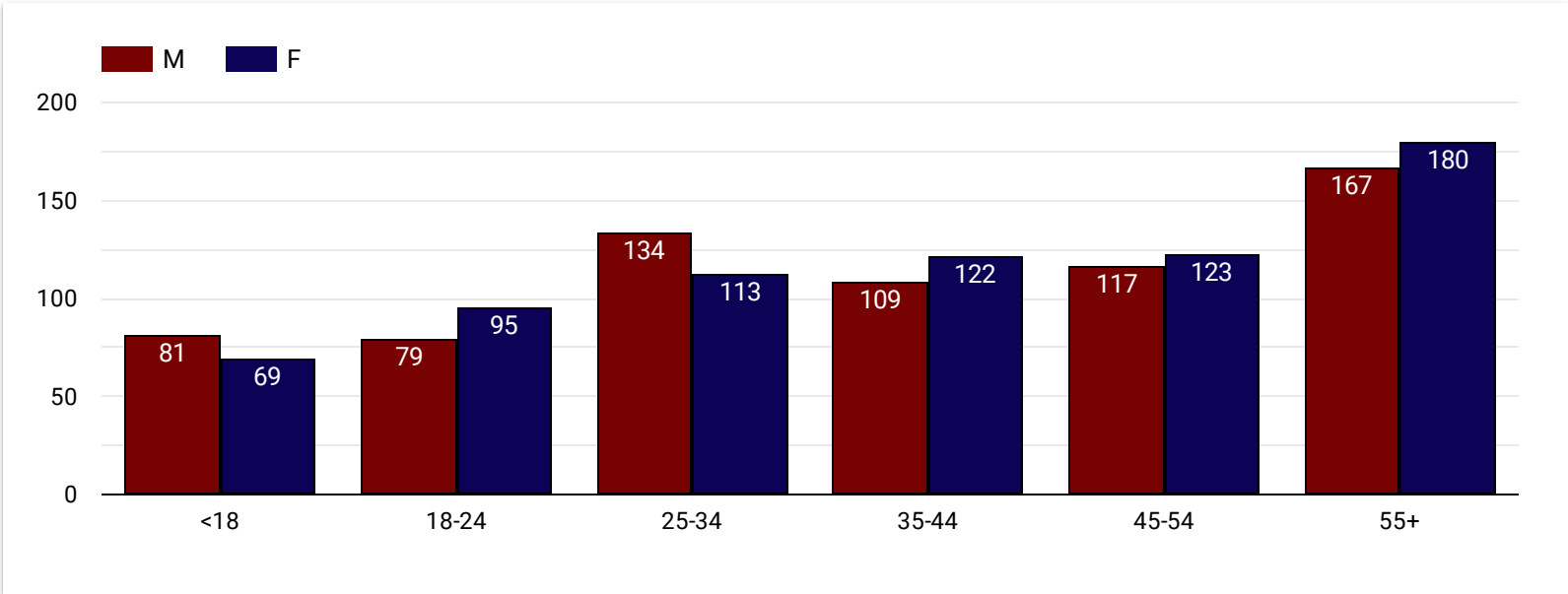


¿Quiénes son nuestros clientes más valiosos?

Genero	Grupo de Edad	Ingreso Promedio	% de abandono	LVT	LTV 24 Meses
M	45-54	213,66	32,14 %	511,09	3943
M	<18	173,67	33,19 %	393,13	3132
M	18-24	200,31	33,48 %	459,75	3694
M	25-34	221,67	32,71 %	522,79	4104
M	55+	202,39	32,42 %	475,84	3703
M	35-44	223,58	32,00 %	540,21	4149
F	18-24	189,78	32,70 %	445,05	3492
F	35-44	176,44	32,23 %	420,45	3253
F	45-54	173,96	32,10 %	417,32	3215
F	55+	181,53	34,22 %	406,25	3337
F	<18	177,04	33,86 %	403,16	3277
F	25-34	193,31	33,43 %	443,99	3562

1 - 12 / 12

¿Cuál es la distribución de clientes por género y grupo de edad en riesgo de Abandono?



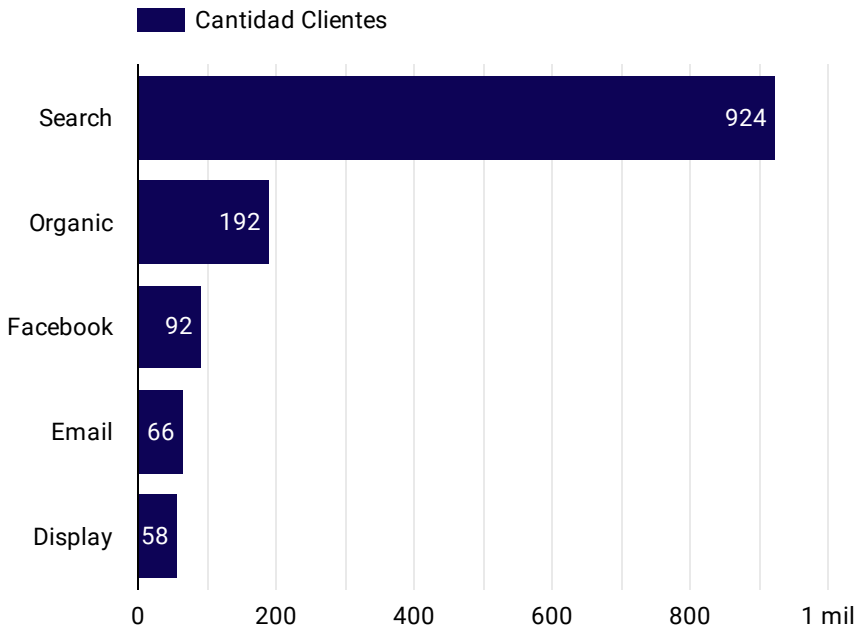
Los clientes más valiosos son hombres de 25-34 años, aunque el mayor riesgo de abandono se concentra en los grupos de 55+ y 45-54 años. Por lo cual es recomendable priorizar estrategias de retención en estos segmentos de alto valor y riesgo.

¿Qué países concentran el mayor número de clientes en riesgo?

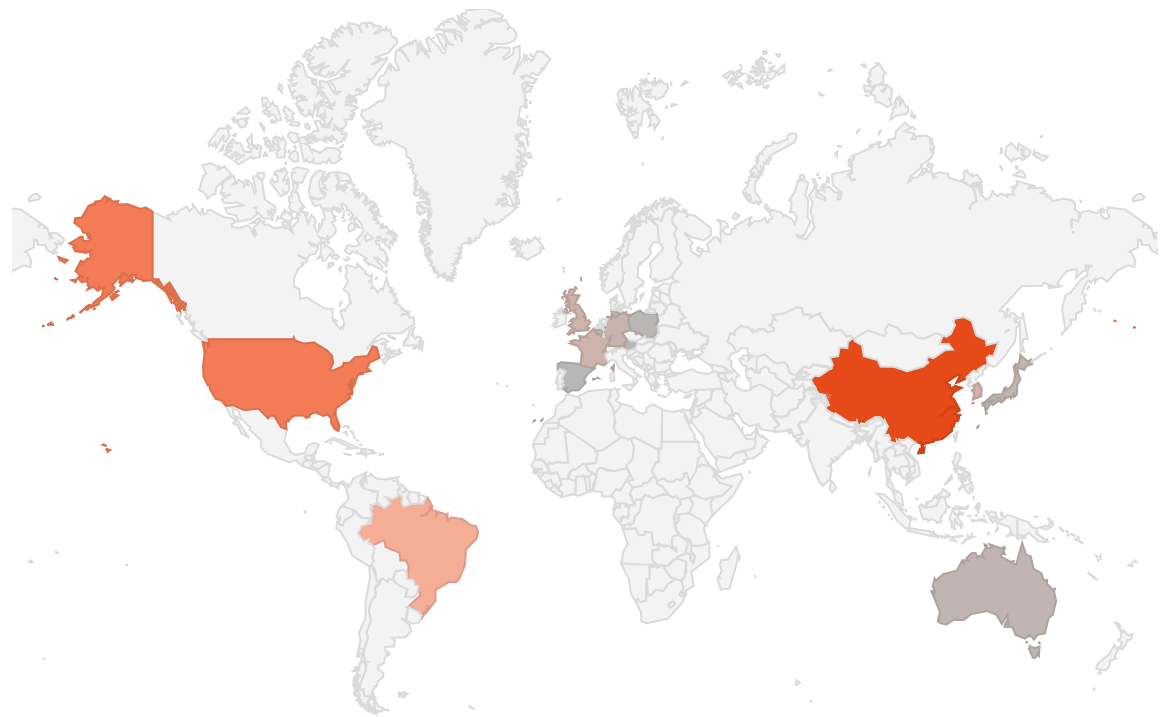
	Country	Ticket Prom.	Clientes en Ri...
1...	China	25.849,17	463
2...	United States	16.412,91	315
3...	Brasil	11.153,62	187
4...	United Kingdo...	4.387,69	83
5...	France	3.260,48	66
6...	South Korea	3.988,29	62
7...	Germany	2.397,75	54
8...	Spain	2.874,21	53
9...	Japan	1.552,51	27
1...	Australia	1.093,72	25
1...	Belgium	688,55	16

1 - 13 / 13

¿Cuál es el canal que concentra la mayor cantidad de clientes en riesgo?



China y Estados Unidos concentran la mayor cantidad de clientes en riesgo, con un ticket promedio superior al resto de países, lo que los convierte en segmentos prioritarios para estrategias de retención. Por otro lado, en términos de canales, Search representa la principal fuente de clientes en riesgo (más del 60%), seguido de Organic y Facebook. Esto evidencia la necesidad de reforzar acciones de fidelización en los mercados de mayor ticket promedio y optimizar campañas en los canales digitales con mayor concentración de clientes en riesgo.



¿Cómo retenemos a nuestros clientes?

¿Qué categorías concentran la mayor cantidad de productos sin ventas en los últimos 3 meses?

Categoría	% de Productos	# Productos
Intimates	8.67	836
Jeans	6.51	627
Fashion Hoodi...	6.51	627
Tops & Tees	6.37	614
Swim	6.18	596
Sleep & Lounge	6	578
Sweaters	5.95	573
Shorts	5.76	555
Accessories	5.41	521
Active	4.99	481
Outerwear & C...	4.85	467
Maternity	3.55	342
Dresses	3.52	339
Pants	3.35	323

1 - 26 / 26

¿Qué combinaciones de categorías son más frecuentes en compras conjuntas?

Categoría1	Categoría2	Clientes Ctg 1	Clientes Ctg 2	Clientes Comunes	% de Catg 1 a Catg 2	% de Catg 2 a Catg 1	Indice_Afinidad
Tops & Tees	Underwear	10897	6645	1089	9,99	16,39	6,62
Swim	Tops & Tees	10577	10897	1512	14,30	13,88	7,57
Swim	Underwear	10577	6645	997	9,43	15,00	6,14
Sweaters	Underwear	10237	6645	1050	10,26	15,80	6,63
Sweaters	Tops & Tees	10237	10897	1445	14,12	13,26	7,34
Sweaters	Swim	10237	10577	1357	13,26	12,83	6,97
Suits & Sport Coats	Underwear	4735	6645	797	16,83	11,99	7,53
Suits & Sport Coats	Tops & Tees	4735	10897	785	16,58	7,20	5,29
Suits & Sport Coats	Sweaters	4735	10237	754	15,92	7,37	5,30
Suits & Sport Coats	Swim	4735	10577	702	14,83	6,64	4,80
Suits	Sweaters	1051	10237	99	9,42	0,97	0,88
Suits	Tops & Tees	1051	10897	113	10,75	1,04	0,95
Suits	Swim	1051	10577	121	11,51	1,14	1,05
Socks & Hosiery	Swim	3667	10577	429	11,70	4,06	3,11

1 - 100 / 277

¿En qué días, horarios y canales se concentran las ventas y clientes más valiosos para orientar campañas con mayor efectividad?

Pais	Canal	Dia	Horario	Ventas Totales	Ticket Prom.	Clientes Unicos	Clasificación Horario
United States	Adwords	Thursday	Madrugada (0-5)	31.654,88	98,61	48	Horario Regular
United States	Facebook	Monday	Mañana (6-11)	6.003,61	130,51	11	Horario Regular
United States	Adwords	Monday	Mañana (6-11)	20.386,96	119,92	38	Horario Regular
United States	Facebook	Saturday	Madrugada (0-5)	5.958,76	83,93	19	Horario Regular
United States	YouTube	Monday	Tarde (12-17)	11.063,68	299,02	13	Horario Regular
United States	Organic	Sunday	Madrugada (0-5)	3.345,36	81,59	9	Horario Regular
United States	Organic	Wednesday	Tarde (12-17)	11.443,43	220,07	8	Horario Regular
United States	Adwords	Saturday	Tarde (12-17)	24.734,08	107,54	42	Horario Regular
United States	Organic	Saturday	Noche (18-23)	545,00	109,00	1	Horario Regular

1 - 100 / 7991

Horario Premium: Top 3 (En clientes y ventas totales)
Horario Bueno: Top 5 (En clientes y ventas totales)
Horario Valor Alto: Top 3 (En Ticket)
Horario Regular: (Los demás)