

# MACHINE LEARNING IMMERSION

ANDRÉ OMAR CHÁVEZ PANDURO

# ***SEGMENTACIÓN RFM***



# SEGMENTACIÓN RFM

➤ El análisis RFM (por Recency, Frequency, Monetary) es una técnica relativamente reciente de mercadeo usada para determinar cuantitativamente cuales clientes son los que invierten más en una empresa.



Recency -  
How recent was the last purchase?



Frequency -  
How many purchases have been made?



Monetary Value -  
What is the value of the purchases?

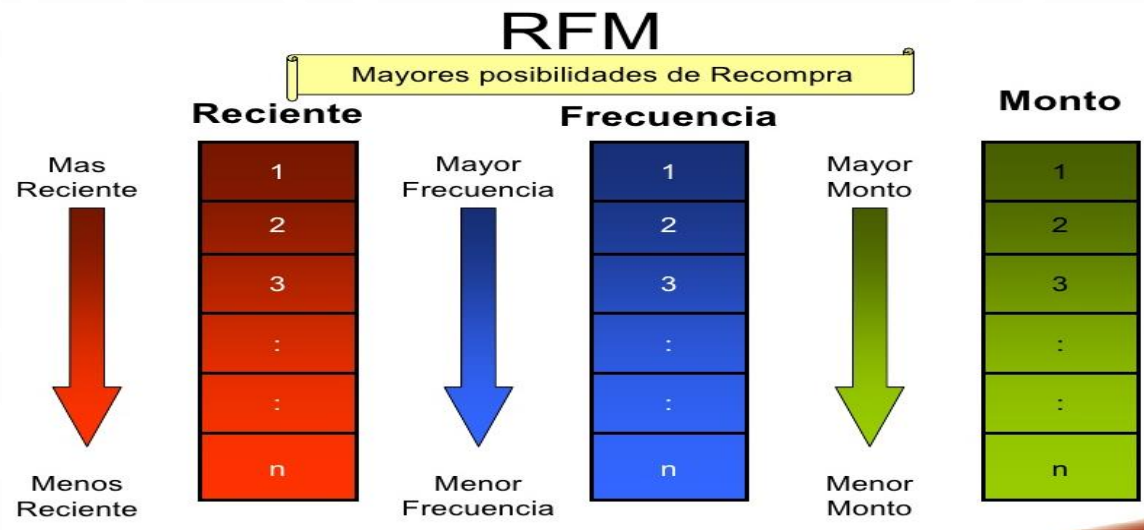
# SEGMENTACIÓN RFM

➤ El mejor predictor del futuro es el comportamiento pasado.

**Recency** – tiempo desde última compra

**Frequency** – tiempo entre compras

**Monetary Value** – monto de compras



# RFM : FUNCIONAMIENTO

- **Como Funciona:**
- Recency: Con la última información de compra de los clientes:
- Se divide la base de datos en 5 segmentos iguales (quintiles).
- -Número 5 ( Para el más antiguo)
- -Número 1 (Es el más reciente )



# VENTAJAS : SEGMENTACIÓN RFM

- Para la gestión de clientes, el análisis RFM balancea las tres dimensiones características mas potentes.
- RFM es de fácil comprensión.
- RFM puede aumentar la performance de campañas o promociones de marketing directo al apuntar a clientes del segmento más alto de todas las dimensiones.
- Se Puede identificar y ver la evolución en el tiempo de mis clientes.
- Permite focalizar las medidas de fidelización de clientes.

**GRACIAS**  
POR SU ATENCIÓN