**주제 : 이커머스 고객 세분화 및 상세 분석**

고객들의 CLV 및 RFM분석을 통한 RFM점수에 따라 고객들의 세분화 진행, 나뉜 고객들의 군집별로 상세분석을 진행하여 새로운 인사이트 발견을 목표로 함

**고객 세분화`**

K-Medoids 알고리즘을 사용해 RFM점수에 따른 고객 군집 생성

**상세분석**

1. 성별별 분석
   1. 남자/여자
      1. 구매 제품 품목
2. 지역별 분석
   1. 위치
      1. 구매 제품 품목
3. 시간별 분석
   1. 주말/평일/공휴일
   2. 상순/중순/하순
   3. 년/월
      1. 구매 제품 품목
      2. 마케팅 비용
4. 가입기간별 분석
   * 1. 거래 빈도
     2. 구매 제품 품목
5. 마케팅별 분석
   1. 제품카테고리
      1. 판매량과 마케팅 비용
      2. 온라인/오프라인 비용
         1. 할인율
         2. 매출금액/매출량
6. 제품카테고리별 분석
7. 기타 분석
   1. 쿠폰
      1. 사용주기
      2. 민감도
   2. 배송료
      1. 민감도
8. 성별
   1. 판매된 제품들을 파악해서 해당 성별에서 발생하는 제품의 이익률 확인
   2. 판매된 제품 판매량을 파악해서 광고, 마케팅 추가 투자 고려
9. 지역별
   1. 판매된 제품의 특성 파악 후 지역별 특성 분석 및 추가 투자 고려 ( 서부에서는 어떤 물건이 많이 팔렸으므로 해당 물건과 관련된 서비스들이 많을 것이다 )
10. 시간
    1. 시기별 분석
    2. 최다 판매량 제품 및 마케팅 비용 계산
    3. 판매된 제품을 통한 해당 기간의 특성 파악
11. 가입기간
    1. 거래날짜와 가입기간을 비교하여 거래의 빈번성을 파악
12. 마케팅
    1. 최대 판매량 제품과 거기에 사용된 마케팅 비용 파악 후 마케팅 비용의 영향력 파악
    2. 구매방식별(온/오프라인)
       1. 온/오프라인의 매출량, 매출액 비교
       2. 판매된 제품들 중 할인이 적용된 제품 파악하여 할인율의 영향력 파악
13. 제품카테고리
    1. 구매수량에 따른 혜택 확인
    2. 제품별 마케팅 비용 분석
14. 기타
    1. 쿠폰
       1. 쿠폰 사용 주기와 구매 주기를 비교하여 해당 고객의 쿠폰의존도를 파악
       2. 월별로 쿠폰할인율이 다르므로 월별 판매량을 통해 쿠폰의 판매 영향력 파악
    2. 배송료
       1. 높은 배송료를 가진 제품들과 지역 파악 후 마케팅 참고 ( 배송료가 높은 아이템들이 주로 판매되는 지역에서는 할인율을 높여준다거나 )