Literature:

Predicting Spending Behavior Using Socio-mobile Features

Applying decision trees for value-based customer relations management: Predicting airline customers' future values

8 Features:

1. We gaan ervan uit dat iedereen op vakantie gaat. Dus als je uit verschillende landen het spel speelt, dan ben je een klant die gehecht is aan het spel, a ‘loyal’ customer. De vraag is dan: Doe je dan ook meer aankopen?
2. Hoe langer iemand het spel speelt, hoe groter de kans dat iemand een aankoop doet?
3. Doet iemand die veel geld uitgeeft ook eerder een nieuwe aankoop?
4. Doet iemand die al veel aankopen heeft gedaan in het verleden ook sneller een nieuwe aankoop? (op maandbasis/gemiddelde. Soort treshold.)
5. Is er een verband tussen de betaalmethode en hoe snel iemand nog een aankoop doet?
6. Geografische locatie
7. Transacties, frequentie (stijging?)
8. Transacties, amount (stijging?)

How to extract:

1. Number of countries per customer
2. Datum eerste aankoop – datum laatste aankoop
3. Gespendeerde bedrag, tijd tot volgende aankoop
4. Betaalmethode & tijd tot volgende aankoop/aantal aankopen
5. Land & tijd tot volgende aankoop/aantal aankopen (aankopen per klant)
6. Meet aantal transacties, groei per x aantal weken
7. Meet bedrag gespendeerd, groei per x aantal weken

Test, Training, Validation:

20% validation, laatste x jaar

Rest = 80%

A ,b ,c 🡪 val