

RFM-Analysis Erklärung

So erstellen wir Kundensegmente:

1. Wir verwenden 10 **Recency-Werte** anstelle von 5.
2. Wir betrachten nur die **Frequenz- (F)** und **monetären Werte (M)**, die jeder Kunde in den **letzten 5 Jahren** erzielt hat.
3. Wir unterteilen diese **F- und M-Werte** in zwei Zeiträume: **vor 3 bis 5 Jahren** und die **letzten 2 Jahre**.
4. Anschließend **kombinieren** wir die F- und M-Werte der **gesamten 5 Jahre**, wobei wir den **Werten der letzten 2 Jahre doppelt so viel Gewicht geben wie denen aus den Jahren 3 bis 5**.

$$\mathbf{F_5_Jahren} = (\mathbf{F_erst_5_bis_3_jahren_vor} \times 0.5) + \mathbf{F_letzten_2_jahren}$$

$$\mathbf{M_5_Jahren} = (\mathbf{M_erst_5_bis_3_jahren_vor} \times 0.5) + \mathbf{M_letzten_2_jahren}$$

5. Danach berechnen wir einen **gewichteten Durchschnitt aus F und M**, wobei **Monetary doppelt so stark gewichtet wird wie Frequency**.

$$\mathbf{mf_score} = (\mathbf{f_score} + (\mathbf{m_score} \times 2)) / 3$$

6. Basierend auf dem **R-Score** und dem **kombinierten MF-Scores** ordnen wir jedem Kunden ein Segment-Label zu.

	📄 Score	≡ Recency	≡ Frequency	≡ Monetary	+
1		alle davor (2016-2015...)	1	0-47	
2		vier HJ davor (2018-2017)	2	48-97	
3		zwei HJ davor (2019)	3-4	98-207	
4		zwei HJ davor (2020)	5-10	208-602	
5		zwei HJ davor (2021)	11+	603+	
6		zwei HJ davor (2022)			
7		zwei HJ davor (2023)			
8		vorletztes HJ (2024 1HJ)			
<div> <div>⋮</div> <div>📄</div> <div>🗑️</div> </div> 9 <div>📄</div>		letztes HJ (2024 2HJ)			
10		laufendes HJ (z.B 2025 1HJ)			
+					miro

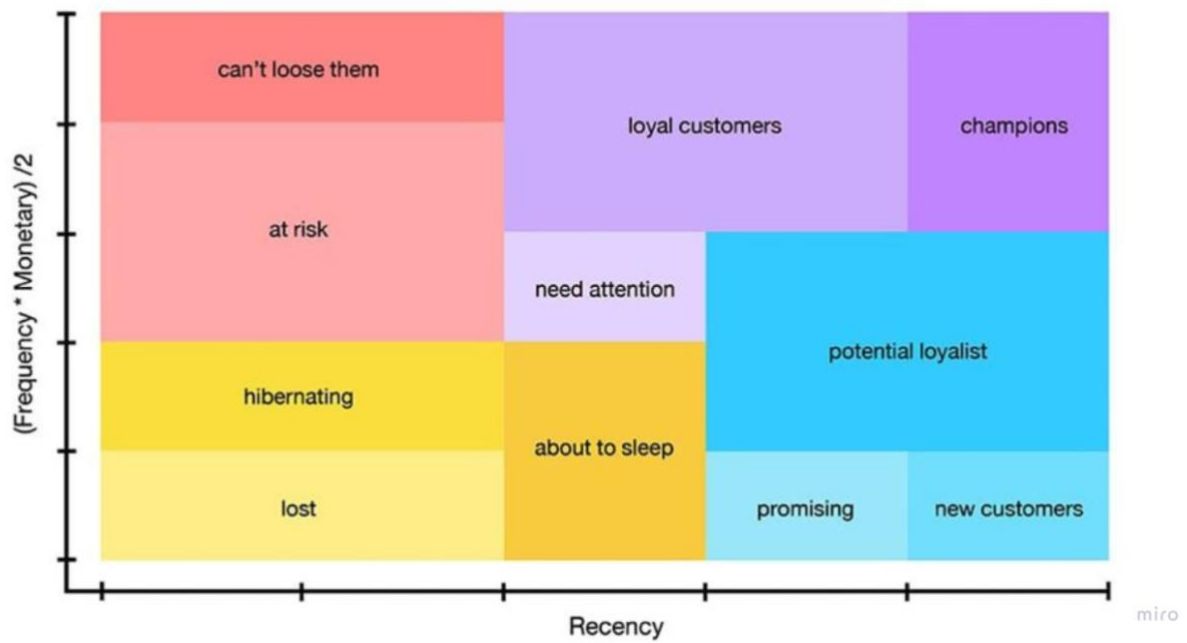
7. Wir haben viele Nutzer in VS4, die noch **nicht bei uns bestellt** haben. Ich habe sie auch in die Liste aufgenommen, als 2 Gruppen:


1. **Alt-Interessenten:** Benutzer, die **vor 1 Jahr oder früher** zu uns gekommen sind und noch nicht bestellt haben.

2. **Neu-Interessenten:** Benutzer, die **seit 1 Jahr bis heute** bei uns sind und noch nicht bestellt haben.

8. Auf der Grundlage des Diagramms und der Tabelle unten sowie der **r- und mf-score**, die uns vorliegen, ordnen wir jedem Kunden eine Bezeichnung zu.

R(FM) Segments Map



	Labels	$\equiv (\text{Frequency} + \text{Monetary})/2$	$\equiv \text{Recency}$	+
⋮ ☞ 🗑	Champions 	(4,5)	(9,10)	
	Loyal customers	(3,5)	(5,6,7,8)	
	Can't lose them	(5,5)	(1,2, 3, 4)	
	Potential Loyalists	(2,4)	(7, 8, 9, 10)	
	Need Attention	(3,3)	(5, 6)	
	At Risk	(3,4)	(1, 2, 3, 4)	
	New Customers	(1,1)	(9,10)	
	Promising	(1,1)	(7, 8)	
	About to Sleep	(1,2)	(5, 6)	
	Hibernating	(2,2)	(1,2, 3, 4)	
	Lost	(1,1)	(1,2, 3, 4)	
	Neu-Interessenten			
	Alt-Interessenten			
+				