

---

---

# Analyse RFM et analyse de cohorte

---

---

# DEFIITION

RFM

Recency : date du dernier achat ou dernier contact client

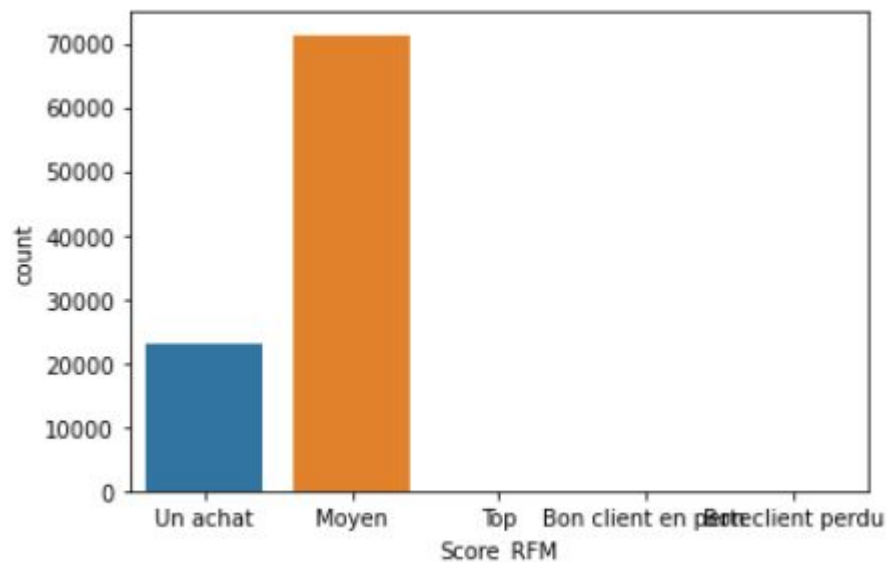
Frequency : fréquence des achats sur une période de référence donnée

Monetary Value : somme des achats cumulés sur cette période

```

for i in range(0, len(df_rfm.index)):
    if (df_rfm['R'].iloc[i]==1) & (df_rfm['F'].iloc[i]==1) & (df_rfm['M'].iloc[i]==1):
        df_rfm['Score_RFM'].iloc[i]='Top'
    elif (df_rfm['R'].iloc[i]==2) & (df_rfm['F'].iloc[i]==1) & (df_rfm['M'].iloc[i]==1):
        df_rfm['Score_RFM'].iloc[i]='Bon client en perte'
    elif (df_rfm['R'].iloc[i]==3) & (df_rfm['F'].iloc[i]==1) & (df_rfm['M'].iloc[i]==2):
        df_rfm['Score_RFM'].iloc[i]='Bon client perdu'
    elif (df_rfm['R'].iloc[i]==1) & (df_rfm['F'].iloc[i]==3):
        df_rfm['Score_RFM'].iloc[i]='Un achat'
    else:
        df_rfm['Score_RFM'].iloc[i]='Moyen'

```



# Analyse par cohorte

Création de cohorte autour de la date du premier achat

