Analyse RFM et analyse de cohorte

DEFIITION

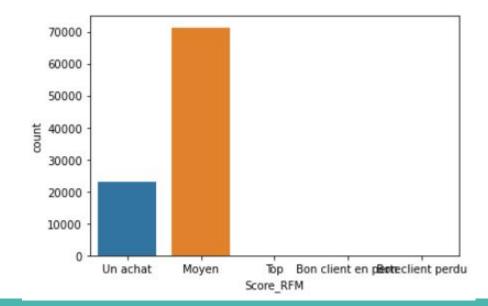
RFM

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

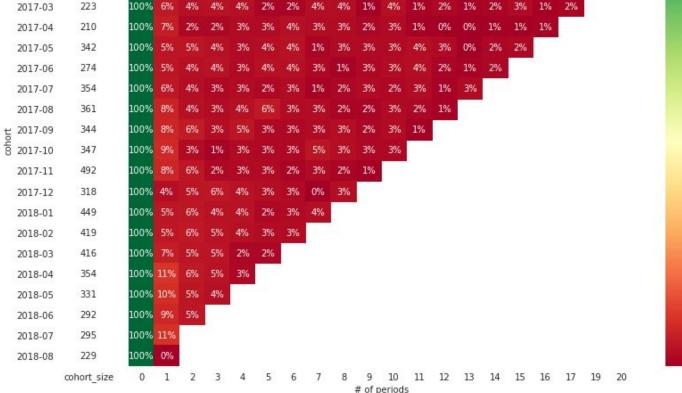
Monthly Cohorts: User Retention 4% 8% 8% 100% 4% 3% 1% 4% 1% 4% 1% 1% 4% 1% 6% 4% 1% 1% 3% 4% 1% 100% 3% 4% 2% 5% 2% 3% 2% 100% 6% 4% 4% 4% 2% 2% 4% 4% 1% 4% 1% 3% 2% 3% 1% 0% 0% 1% 1% 1%

-0.8

-0.6

-0.4

- 0.2



100%

100% 100%

24

1

77

132

2016-10

2016-12

2017-01

2017-02