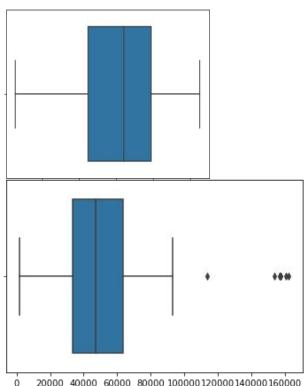
Typologie de clients & campagnes marketing

# Chiffres clés

- ~ 2000 clients
- 27 % des clients (soit 551) ont accepté au moins une campagne marketing
- → Campagne 1:131
- $\rightarrow$  Campagne 2:26
- → Campagne 3:148
- → Campagne 4:152
- → Campagne 5:144
- → Dernière campagne: 301

#### Revenus des clients



→ Médiane des revenus plus importante chez les personnes acceptant au moins une campagne

→ Montants dépensés également plus importants

0000 40000 60000 80000 100000120000140000160000

# Diplôme des clients (en %)

A participé à au moins 1 campagne		Pas de participation a	Pas de participation aux campagnes	
Graduation	49.364791	Graduation	50.789293	
PhD	25.408348	PhD	20.247083	
Master	16.696915	Master	16.403569	
2n Cycle	7.441016	2n Cycle	9.608785	
Basic	1.088929	Basic	2.951270	

→ Les personnes participant aux campagnes sont globalement plus diplômées que ceux n'y participant pas

## Statut marital des clients (en %)

A participé à au moins 1 campagne	Pas de participation aux campagnes	
Married 35.753176	Married 40.082361	
Single 25.226860	Together 25.943720	
Together 23.593466	Single 20.521620	
Divorced 10.889292	Divorced 10.432395	
Widow 4.537205	Widow 3.019904	

- → Les personnes participant aux campagnes sont plutôt "Seul" ou "En concubinage"
- → Pas lié à une différence d'âge (médiane de 44 ans)

## Profil des clients des promotions

#### On observe trois profils de clients qui sont attirés par les promotions :

- Famille habitué à revenu peu élevé : Une récence faible, profitant de temps en temps des réductions. Leur montant ne sera pas pour autant élevé.
- Famille à revenu élevé : Récence élevé. Ils profitent surtout des achats en ligne, plutôt que de se rendre en magasin. Visite souvent le site Internet, et dépense plus que les habitués dans des produits autres que ceux du quotidien.
- Famille à revenu moyen. Récence élevé. Ne sont pas fréquemment en magasin, mais consulte souvent le site internet, et achète surtout via Internet. Les montants de leurs achats sont en moyenne plus élevés que ceux des clients habitués.

## Observation des campagnes :

Campagne 1 : Achat sur le vin plus élevé que d'habitude.

Campagne 2 : Très peu populaire. Montant du poisson plus élevé que d'habitude

Campagne 3 : Achat plus élevé sur les produits contenant de l'or.

Campagne 4 : Viande et or ont su profiter d'une bonne vente. Deuxième meilleur campagne

Campagne 5 : Achat plus élevé sur tout, plus particulièrement les vins. Sauf les produits en or.

Campagne 6 : Campagne la plus populaire. Grand nombre d'achats en magasin.

On observe cependant : - Deux se sont concentrés sur les achats en ligne, pour les produits en or et les vins.

# Profil des meilleurs clients

Déterminé par clustering (Kmeans ) :

- Montant: 1100
- Âge : 46 ans environ
- Revenus: 69K
- Mariés
- Pas d'enfants, peu d'ados
- Achète majoritairement vin et viande, en magasin,
- Peu sensibles aux campagnes