

Relatório Clustering E-commerce

Este relatório visa apresentar os resultados obtidos, por meio de uma análise de clustering aplicada a uma base de dados de e-commerce, com o objetivo de segmentar os clientes com base em características relevantes para a compra.

As variáveis utilizadas para segmentação foram:

- Total Purchase Amount: valor total da compra
- NPS: índice de satisfação do cliente
- Product Price: preço do produto
- Product Category: categoria do produto (codificada)
- Latitude e Longitude: localização geográfica
- n_clients: número de clientes por cluster

A análise resultou em 4 clusters distintos, conforme demonstrado abaixo:

Cluster 0

- Menor valor médio de compra (R\$ 557,54)
- Leve tendência de estar na Região Oeste
- Cerca de 20.823 Clientes

Cluster 1

- Valor médio elevado de compras (R\$ 2.952)
- Alta concentração de clientes (86.373)
- NPS ligeiramente superior

Cluster 2

- Maior valor médio de compra
- Segundo maior concentração de clientes
- Leve preferência por produtos com preço médio equilibrado

Cluster 3

- Perfil de compras moderado (R\$ 1,266)
- 38.430 Clientes
- Maior preço médio por produto (R\$ 274,79)

Com base nesses resultados, é possível aplicar estratégias de marketing direcionadas, otimizar campanhas promocionais por perfil de cliente e avaliar o comportamento de compra por localidade e valor agregado.

Link para download da Base de Dados:

<https://www.kaggle.com/datasets/raziehghahartars/ecommerce/data>

Link para download do projeto:

https://github.com/matheus-costa/codigos-python-e-jupyter/tree/main/Portif%C3%B3lio/Ecommerce_DBS/Clustering_Ecommerce