

RFM = Recency + Frequency + Monetary

- '기업'은 운영과 성장을 위해 평가 기반의 경영이 필수시 된다. 더불어, 체계적인 관리를 위해 대표적으로는 R.O.I(Return On Investment)에 기준하여 운영에 따른 성과를 책정한다.

$$R.O.I = \frac{\text{Return} - \text{Investment}}{\text{Investment}}$$

"e-commerce market"의 수익구조는 경영전략, 콘텐츠 생산력에 따라 다양해질 수 있다고 생각한다. 그러나, 본질적으로는 마켓을 반복적으로 이용코자 하는 충성고객 유치만큼 중요한 것이 있을까?

'R.F.M'은 Recency, Frequency, Monetary의 약자로 고객관리를 목적으로 고객을 그룹화(Categorization)하는 방법론이다. 고객의 그룹화를 위해 최근까지 높은 빈도로 고객의 소비성향을 보일수록 '로열그룹'으로 구분짓는다.

다양한 구분이 있을 수 있겠으나 본인이 참조한 자료는 아래의 5개 그룹을 권고하고 있다.

- **Champions**
: Bought the most recent, frequent and have spent the most money
- **Loyal Customers**
: Spend a good amount of money, and do so frequently
- **Potential Loyalist**
: New customers that have spent more than average and done so more than once.
- **Recent Customers**
: Have bought very recently, but not frequently.
- **Promising**
: New customers that haven't spent much, likely to be their first order.

위 그룹 기준을 토대로 본인은, 아래와 같이 그룹을 대분화하여 이해야하였다.

** {(Champions, Loyal Customers), (Potential Loyalist, Recent Customers, Promising)} **

신규고객과 기존고객에 대한 등급책정 따로 구분하여 진행하는 것이다.



고객을 등급부여 목적으로 분류할 뿐 아니라 몇 가지로 상황을 지정하여 주목해야 할 고객군을 분류하여 분석해볼 필요가 있다.

아래의 고객 분류는 RFM Scoring System을 통해 특정 고객층으로 분류하기에는 부족한 구매율을 보인다.

The "Naughty" Six

- **Customers Needing Attention**
: Buy more often, and for more money than average. But less recently than average.
- **About To Sleep**
: Just below the average on all three values. Might be lost soon.
- **At Risk**
: Used to spend a lot and frequently, but did so a long time ago. Very likely to be lost.
- **Can't Lose Them**
: Similar to "at risk" slightly lower values on all three.
- **Hibernating**
: Hasn't been back in a long time, spent little and rarely.
- **Lost**
: All three scores are the lowest of all categories

Calculation method

- Quantile System (quantiles split something into 5 equal parts)
- The analyst need to assign a score 1-to-5 for each recent, frequency and monetary, and basically just merge those numbers to get RFM score.