1. Xác định phân khúc khách hàng :

+Sử dụng RFM => % khách hàng quay lại 1 lần và khách hàng quay lại nhiều lần

+Sử dụng RFM quartiles để xác định phân khúc khách hàng

1. Đánh giá cho người bán

Các yếu tố đánh giá : Số lần bán hàng,thời gian cần thiết để người bán cung cấp cho người vận chuyển, số tiền thực hiện trong tổng doanh thu,điểm đánh giá nhận được cho đơn hàng

* Sử dung RFM quartiles => Người bán tốt nhất, người bán được đánh giá cao nhất, người bán giao hàng nhanh nhất=> Kết hợp dữ liệu đưa ra người bán tốt nhất và giao hàng nhanh nhất

1. Thống kê mô tả khách hàng

1 thống kê số tiền mua của khách

2 thống kê doanh số của khách hàng

3 Số đơn bán cho khách hàng thành phố

4 bán hàng theo trạng thái khách hàng

1. Thống kê mô tả người bán

1 thống kế doanh thu người bán

2 thống kê số đơn của người bán

3 thống kê đơn bán được của người bán ở thành phố

4 bán hàng theo trạng thái người bán

1. Dự đoán khách mua hàng

Từ các bảng orders, reviews, payment, customer sử dụng mô hình học máy và classifier để dự đoán để dự đoán khách hàng mua hàng, đánh giá và tìm ra mô hình phù hợp nhất