

## **GB English: Customer Segmentation Analysis & Strategy**

Based on the K-Means clustering algorithm, we have identified **5 distinct customer segments**. Below are the characteristics of each group and suggested marketing strategies:

### **1. The "Sensible" Customers (Low Income, Low Spending)**

- **Characteristics:** These customers have low annual income and spend very little in the mall.
- **Strategy:** Since their purchasing power is limited, avoid bombarding them with marketing campaigns. Focus on essential goods or discounts.

### **2. The "Careless" Spenders (Low Income, High Spending)**

- **Characteristics:** Despite having lower income, they spend frequently and heavily. They might be young people or relying on credit.
- **Strategy:** Protect their loyalty. Offer them installment options, budget-friendly "deal" products, or loyalty cards to keep them engaged.

### **3. The "Standard" Customers (Medium Income, Medium Spending)**

- **Characteristics:** The largest group in the dataset. Their income and spending scores are average.
- **Strategy:** This is the backbone of the customer base. Focus on retention strategies and standard promotions to prevent churn.

### **4. The "Careful" Savers (High Income, Low Spending)**

- **Characteristics:** They earn a lot but spend very little. They are likely very selective or saving their money.
- **Strategy:** The hardest group to convince. Use "Quality over Quantity" messaging. Promote luxury items, investment pieces, or exclusive offers to trigger their spending.

### **5. The "Target" / VIPs (High Income, High Spending)**

- **Characteristics:** The most valuable segment. They earn high incomes and spend generously.
  - **Strategy: Top Priority.** Treat them as VIPs. Offer exclusive services, early access to new products, and personalized shopping experiences to maximize revenue.
-

## TR Türkçe: Müşteri Segmentasyon Analizi ve Stratejiler

K-Means kümeleme algoritması sonucunda **5 farklı müşteri segmenti** belirlenmiştir. Grupların özellikleri ve önerilen pazarlama stratejileri aşağıdadır:

### 1. "Temkinli" Müşteriler (Düşük Gelir, Düşük Harcama)

- Özellikler:** Yıllık gelirleri düşüktür ve mağazada çok az harcama yaparlar.
- Strateji:** Alım güçleri sınırlı olduğundan yoğun pazarlama kampanyalarıyla rahatsız edilmemelidir. Temel ihtiyaçlara veya indirimlere odaklanılabilir.

### 2. "Dikkatsiz" Harcayanlar (Düşük Gelir, Yüksek Harcama)

- Özellikler:** Gelirleri düşük olmasına rağmen sık ve yüksek tutarlı harcama yaparlar. Gençler veya kredi kullanan bir kitle olabilir.
- Strateji:** Sadakatleri korunmalıdır. Taksit imkanları, bütçe dostu "fırsat" ürünleri veya puan kazandıran sadakat kartları sunulabilir.

### 3. "Standart" Müşteriler (Orta Gelir, Orta Harcama)

- Özellikler:** Veri setindeki en kalabalık gruptur. Gelirleri ve harcama puanları ortalamadır.
- Strateji:** Müşteri tabanının omurgasıdır. Kaybı önlemek (churn) için elde tutma stratejilerine ve genel kampanyalara odaklanılmalıdır.

### 4. "Tasarrufçu" Müşteriler (Yüksek Gelir, Düşük Harcama)

- Özellikler:** Çok kazanırlar ancak az harcarlar. Muhtemelen seçicidirler veya birikim odaklılardır.
- Strateji:** İkna edilmesi en zor gruptur. "Nicelikten çok Nitelik" mesajı verilmelidir. Lüks ürünler veya onlara özel ayrıcalıklı teklifler sunularak harcama yapmaları tetiklenebilir.

### 5. "Hedef" / VIP Müşteriler (Yüksek Gelir, Yüksek Harcama)

- Özellikler:** En değerli segmenttir. Yüksek gelire sahiplerdir ve cömertçe harcama yaparlar.
- Strateji: Öncelikli Grup.** VIP muamelesi yapılmalıdır. Özel hizmetler, yeni ürünlere erken erişim ve kişiselleştirilmiş alışveriş deneyimleri sunularak gelir maksimize edilmelidir.