

RFM



LA CLAVE PARA SEGMENTAR CLIENTES

El modelo RFM es una técnica de análisis de datos que permite crear un ranking de clientes en función de su Recencia de compra, Frecuencia de compra y Monto de la compra.

¿Para qué sirve? Para segmentar clientes e identificar cuáles son de alto valor para el negocio.

¿Cómo funciona? A cada cliente se le puntúa del 1 al 5 para cada uno de los parámetros (Recencia, Frecuencia y Monto). Los clientes más rentables son los que obtienen una puntuación de 555 y los menos rentables, de 111.

¿Cómo mejora tu estrategia de marketing? Con el análisis RFM, los eCommerce pueden orientar sus acciones de marketing a segmentos estratégicos, ganar impacto y aumentar la rentabilidad. Aquí tienes ejemplos de acciones recomendadas para cada segmento RFM:

