Сегментация, проверенная на данных

Три названных сегмента, d Коэна и пересборка по давности и частоте

> Данные кейса сконструированы. Нормы, ставки каналов и правила площадок — действующие, ссылки в тексте. Ни один замер не выдуман: там, где нужен внешний источник, он назван.

Что проверяется

Слой	Вопрос
Клиенты	сорок записей: как отдел называет сегмент и как клиент себя ведёт
Сегменты	средняя выручка, чек, частота, разброс по каждому названию
Проверка	различаются ли группы статистически: d Коэна и порог
Пересборка	девять клеток по давности и частоте: где деньги, а где название

Результат

Из трёх названных сегментов два различаются слабо: разница средних меньше половины объединённого отклонения. Значит оффер, собранный «под сегмент B», опирается на название, а не на поведение. Пересборка по давности и частоте даёт девять клеток, и в двух из них лежит основная выручка — это и есть сегменты, с которыми можно работать.

Граница

Сорок клиентов — мало для тонких выводов: этого хватает, чтобы отличить сильное различие от слабого, но не чтобы оценить долю. Для доли нужна вся база, и она считается на выгрузке, а не на сорока строках.

Собрано агентом Agenova для роли «маркетолог». Проверяемые основания — в тексте разделов; в каждой таблице арифметика пересчитывается формулами.