

SuperStore
Customer Lifetime Value Analyst

BACKGROUND

Projek ini bertujuan untuk memberikan insight kepada tim marketing SuperStore agar dapat menggunakan strategi pemasaran baru yang dapat meningkatkan pertumbuhan penjualan SuperStore. Analisis dilakukan dengan metrik Customer Lifetime Value (CLTV).

BACKGROUND

Customer Lifetime Value (CLTV) yaitu metrik yang menghitung berapa banyak pendapatan yang diperoleh dari pelanggan selama mereka menjadi pelanggan aktif dengan mempertimbangkan average value, purchase frequency, dan customer lifetime.

OVERVIEW

Analisis CLTV dilakukan dengan membandingkan antara CLTV setiap tahun selama 4 tahun. Hal ini dilakukan untuk melihat konsumen yang memiliki nilai CLTV bertumbuh setiap tahunnya.

ANALYZE

Kolom-kolom yang ada pada dataset:

1. Order_ID
2. Customer_ID
3. Postal_Code
4. Product_ID
5. Sales
6. Quantity
7. Discount
8. Profit
9. Category
10. Sub_Category
11. Product_Name
12. Order_Date
13. Ship_Date
14. Ship_Mode
15. Customer_Name
16. Segment
17. Country
18. City
19. State
20. Region

ANALYZE

Untuk melakukan perhitungan CLTV ini akan menggunakan beberapa kolom saja, yaitu:

1. Customer_ID
2. Sales
3. Order_Date
4. Order_ID
5. Sub_Category
6. Product_Name

ANALYZE

Karena tanggal tahun pada dataset ini terdapat 4 tahun (2017, 2018, 2019, dan 2020) dan ingin mencari customer_id yang memiliki nilai CLTV yang meningkat setiap tahunnya, maka dilakukan perhitungan CLTV untuk setiap tahunnya secara terpisah lalu digabungkan diakhir.

Note: Menggunakan Tabel Temporary untuk mempercepat proses query.

CONCLUSION & RECOMMENDATION

Dari data hasil perhitungan CLTV query dan mendapat list customer_id yang memiliki nilai CLVT yang meningkat setiap tahunnya dapat menjadi insight baru untuk tim marketing untuk dapat menarget segmen konsumen baru dengan rekomendasi sub_category atau product_name dari list customer_id tersebut.

ATTACHMENT