

ANALISA CAMPAIGN MARKETING

Muh. Muhaimin Nur

[Email : muhammadmuhaimin@kallabs.ac.id](mailto:muhammadmuhaimin@kallabs.ac.id)

DATA ANALYST– **PREDICTIVE MODEL**

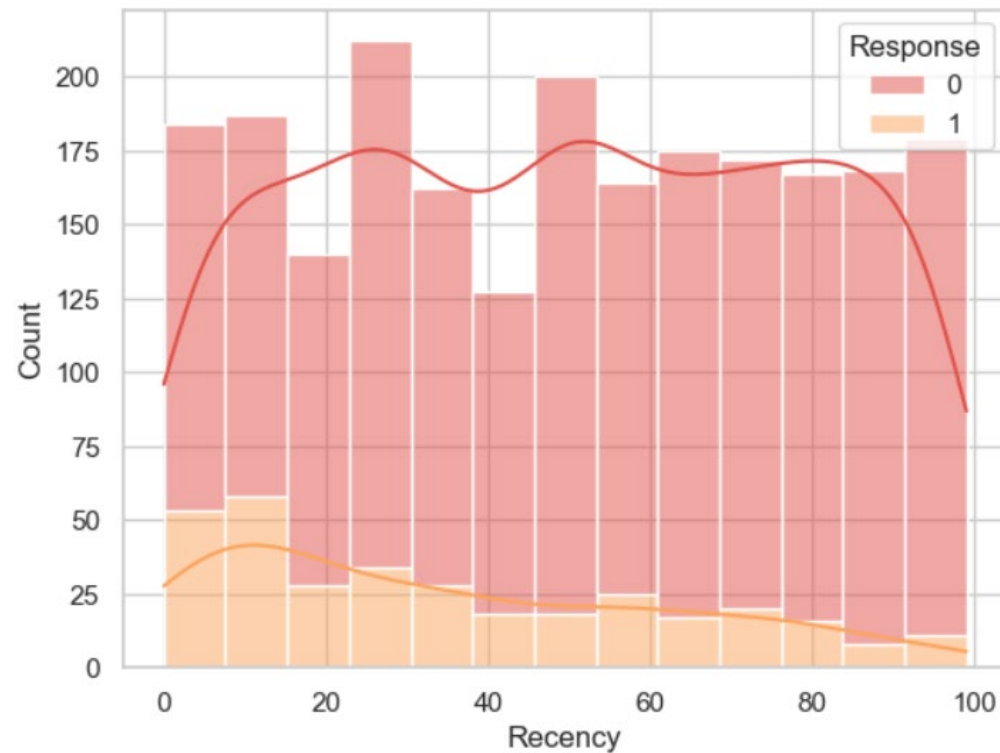


GOALS ANALYST

Team Marketing ingin melakukan optimasi campaign result terbaru serta prediksi siapa saja customer yang berkemungkinan besar menerima penawaran campaign selanjutnya berdasarkan data yang sudah ada.

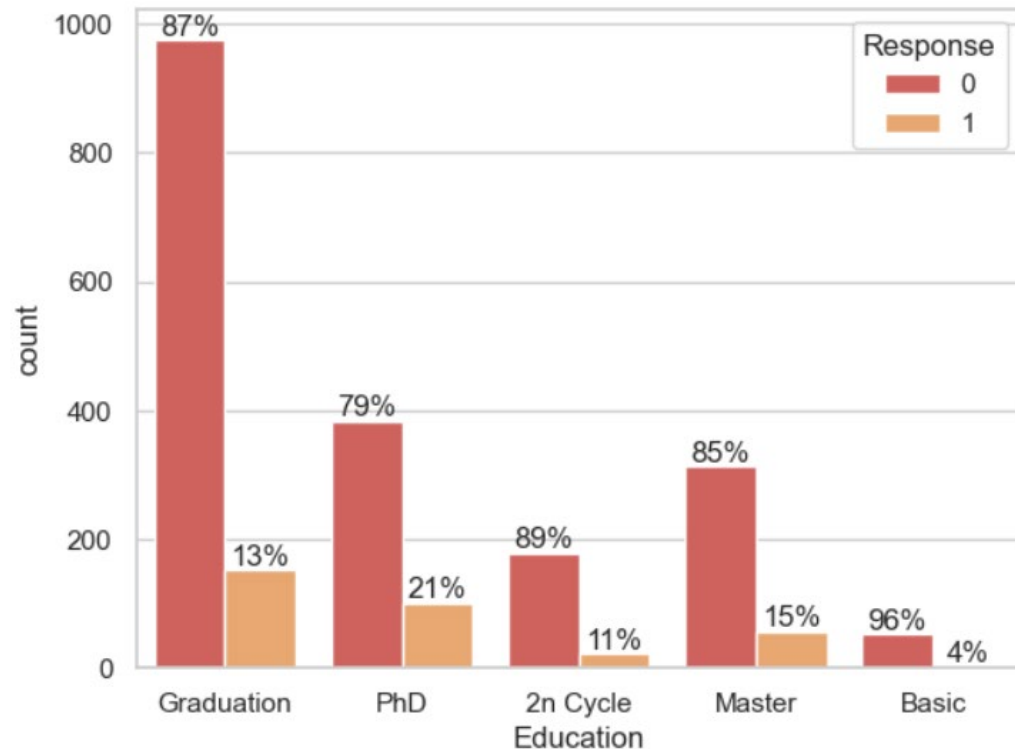
DATA INSIGHT - VISUALISATION

Recency



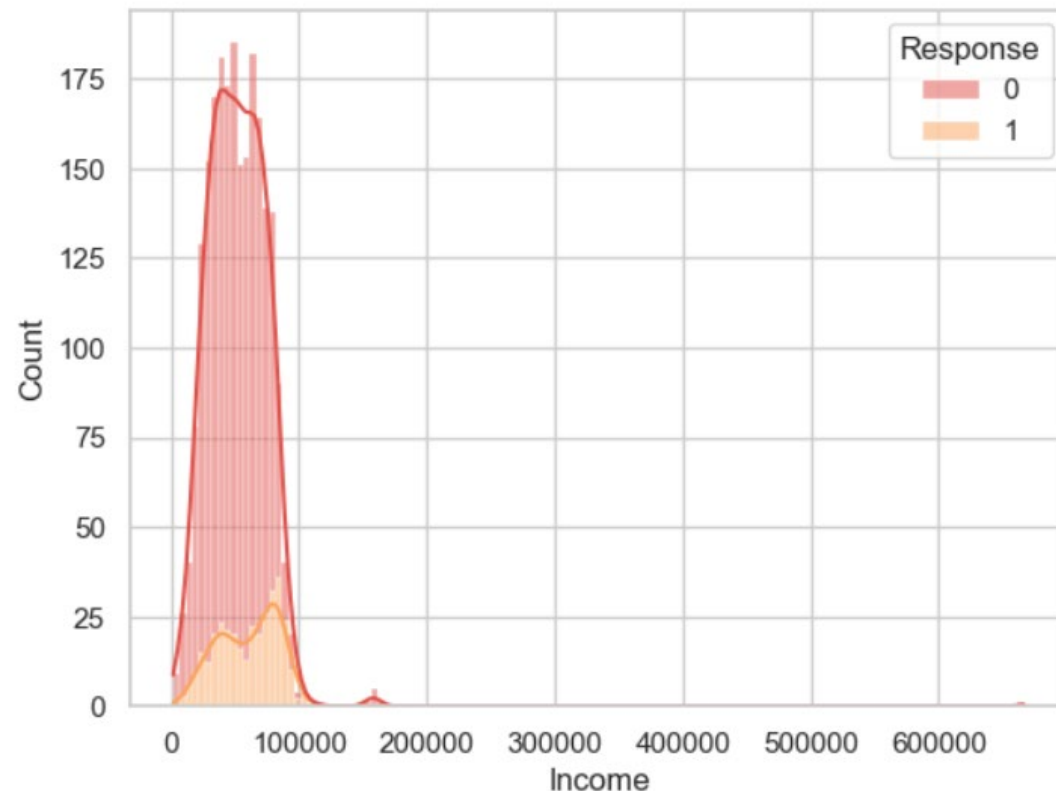
Customer yang belum lama membeli produk, cenderung lebih memilih untuk menerima penawaran campaign.

Education



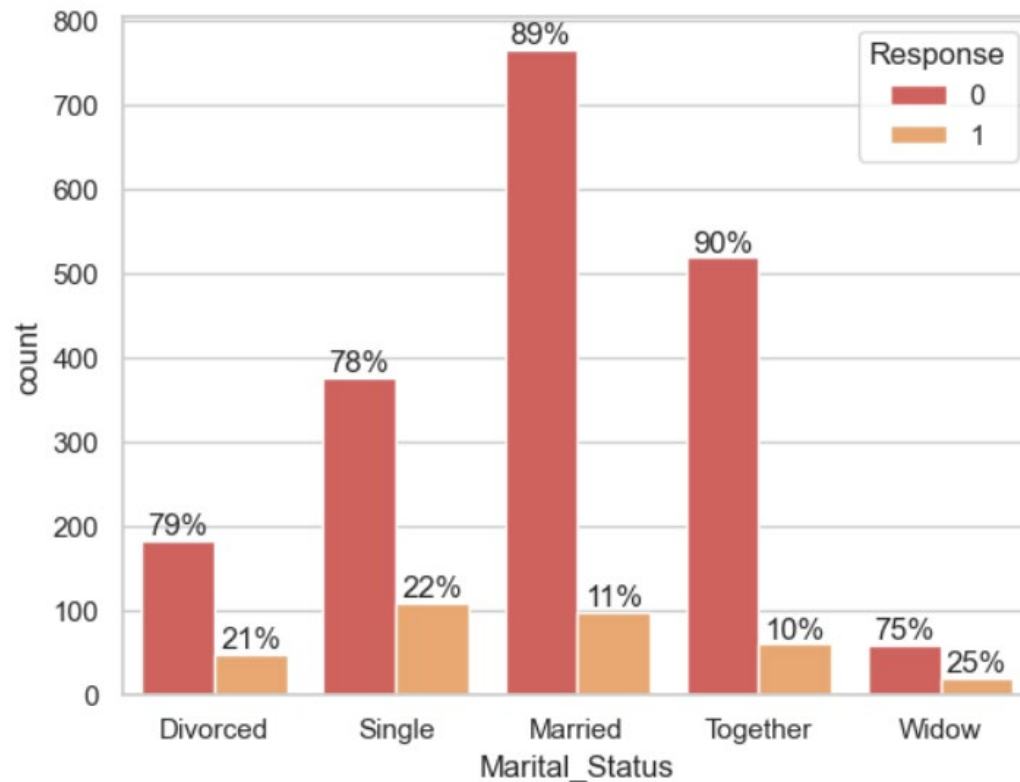
Customer yang menerima penawaran campaign paling terakhir didominasi oleh para customer yang memiliki latar pendidikan PhD (yang dalam hal ini gelar PhD merupakan gelar yang paling tinggi didalam meta data campaign marketing).

Income



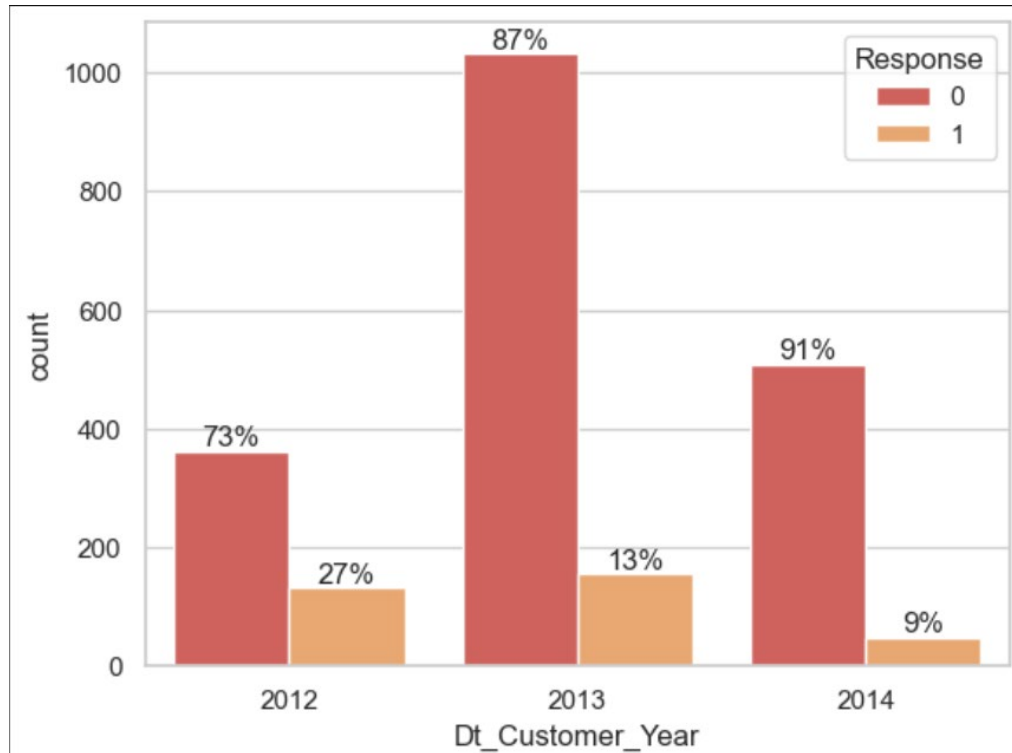
Customer yang menerima penawaran campaign memiliki pendapatan kisaran 0-180000\$ dan didominasi oleh customer yang memiliki income sebesar +-80000\$/Month.

Marital Status



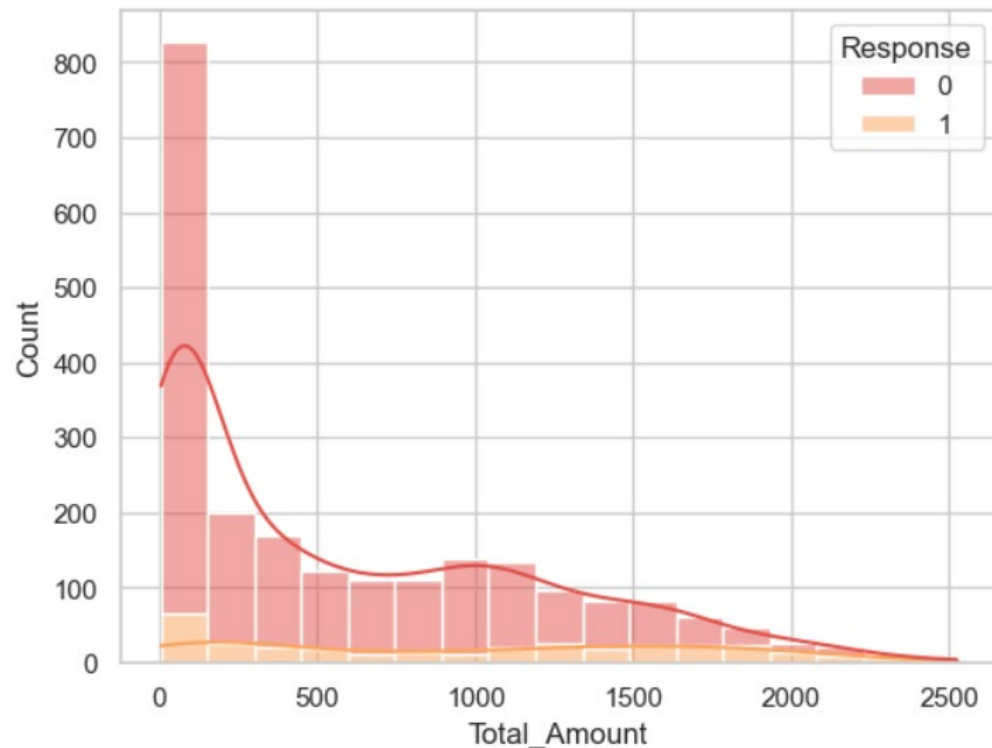
Customer yang hidup sendiri/atau membiayai hidupnya sendiri cenderung menerima penawaran campaign perusahaan, hal ini terbukti pada customer yang statusnya hidupnya sendiri memiliki presentase >20% menerima penawaran campaign.

Join Date



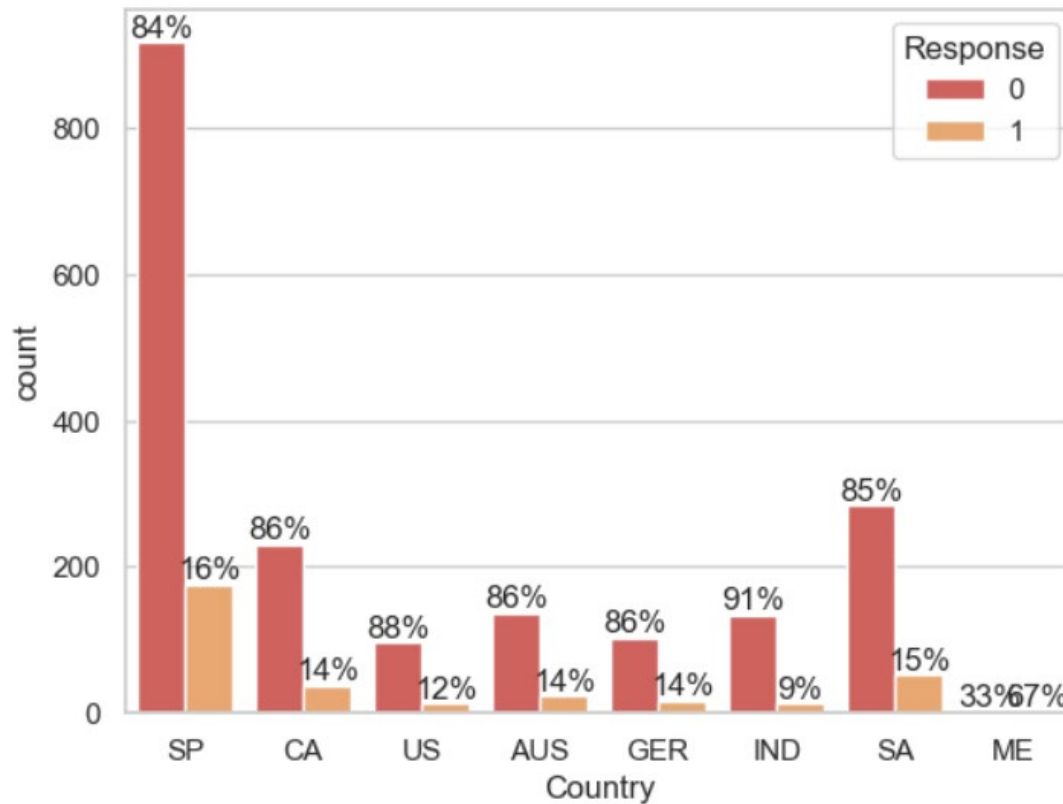
Semakin lama customer sudah join/menjadi member, maka semakin besar juga kemungkinan customer akan menerima penawaran campaign.

Amount Spent



Jika customer sudah menghabiskan uangnya sekitar 1000-2000\$ maka customer cenderung menerima penawaran campaign.

Country



Customer yang berasal dari negara mexico memiliki nilai kecenderungan paling tinggi untuk menerima campaign.

Accepted Campaign

Response	
Response	1.000000
AcceptedCmp5	0.326634
AcceptedCmp1	0.293982
AcceptedCmp3	0.254258
AcceptedCmp4	0.177019
AcceptedCmp2	0.169293

Campaign 1, 3 dan 5 merupakan Campaign yang paling berkolerasi.

NumWebVisitMounth

	Response
NumWebVisitsMonth	-0.004449
Response	1.000000

Berbeda dengan kolom sebelumnya (Acpt Cmpgn), kolom NumVisitsMonth menggunakan korelasi pearson yang mengukur kedua hubungan variabel numerik. Nilai korelasi Pearson dapat berkisar dari -1 (korelasi negatif sempurna) hingga 1 (korelasi positif sempurna), dengan nilai 0 menunjukkan ketiadaan korelasi.

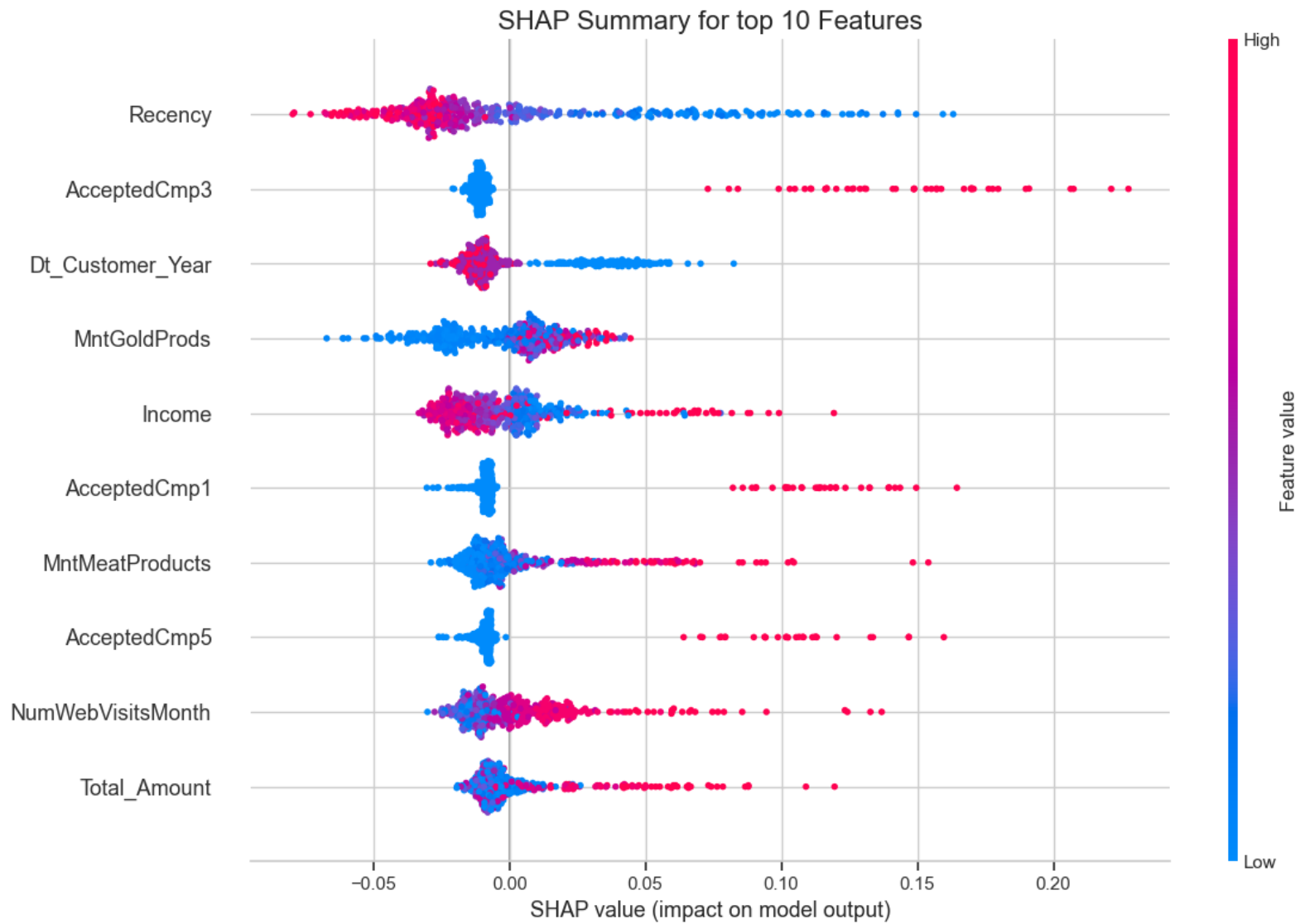
Tidak memiliki korelasi, tapi berdasarkan shap value customer yang sering mengunjungi website cenderung menerima penawaran campaign.

LIST PREDIKSI PENAWARAN CAMPAIGN KETUJUH

Dapat dilihat di file Prediksi-Campaing.xlsx

10 Feature Yang Mempengaruhi Customer Menerima Penawaran Campaign

- 1. Recency**
- 2. Accepted Cmp 3**
- 3. Dt_Customer_year**
- 4. MntGoldProds**
- 5. Income**
- 6. Accepted Cmp 1**
- 7. MntMeatProd**
- 8. Accepted Cmp 5**
- 9. NumWebVisitMonth**
- 10. Total Amount**



**Top 10 Feature
Using Shap
Value**

SEKIAN – TERIMA KASIH