



Kelompok: Market Insider

Stage: 0

Mentor: Kevin

Pukul/ Tanggal: 20:00/ 15 November 2023

Pembagian tugas di stage ini:

- | | |
|--|--|
| 1. Achmad Hilman Shadiqin – Data Analyst | 4. Andreawan Sofian – Data Scientist |
| 2. Riyan Maula – Data Analyst | 5. Figo Akmal Munir – Data Scientist |
| 3. Nabilah Astiarini – Data Analyst | 6. Dzakwan Darussalam – Data Scientist |

Poin pembahasan:

Sesi mentoring ini membahas mengenai identifikasi problem, objective, goal dan business metrics yang telah didiskusikan oleh tim sebagai berikut.

1. Main Problem:

Marketing campaign yang sudah dilakukan oleh perusahaan Market Insider belum optimal sehingga meningkatkan marketing expense perusahaan. Masalah utama ini dipecah menjadi beberapa topik yang selanjutnya akan dianalisis oleh setiap mini team.

2. Objective:

Meningkatkan Customer Retention Rate, Conversion Rate dan Average Order Value.

3. Goals:

Meningkatkan efisiensi dari campaign yang akan dilakukan sehingga profit yang didapat mengalami peningkatan dan mengurangi expense yang dikeluarkan.

4. Business Metrics:

Customer Retention Rate (CRR), Conversion Rate (CR) dan Average Order Value (AOV).

Dalam mencapai tujuan tersebut, akan dilakukan beberapa pemodelan yaitu Clustering pelanggan, Regression untuk memprediksi spending produk, dan Classification untuk memprediksi respon.



Kelompok: Market Insider

Stage: 0

Mentor: Kevin

Pukul/ Tanggal: 20:00/ 15 November 2023

Hasil Diskusi:

1. **Main problem** yang dibuat belum mengandung fakta yang menjelaskan mengapa marketing campaign dikatakan belum optimal.
 2. **Objective** menjelaskan cara untuk mengatasi permasalahan yang ada. Ketiga objective yang telah dibuat kurang tepat.
 3. **Goals** menjelaskan apa yang mau dituju. Misalnya meningkatkan Conversion Rate atau meningkatkan Profit.
 4. **Business Metrics**
 - Convention Rate, bisa digunakan dengan menggunakan variabel Response sebagai ukurannya.
 - Profit, bisa digunakan dengan menambah data dummy, asumsi 1 campaign seharga 1 dollar. Jika pelanggan merespon, maka profitnya 5 dollar.
 - Customer Retention Rate dan Average Order Value kurang tepat digunakan karena dataset yang ada tidak support/mengandung matriks tersebut.
1. Rencana modelling yang dilakukan terlalu banyak. Cukup fokus pada goals yang telah dibuat.
 2. Tidak perlu melakukan Clustering sebelum melakukan pemodelan. Langsung membuat model prediksi.

Tindak Lanjut:

Setelah mendapatkan feedback dari mentor, berikut adalah perbaikan pada stage preparation.

1. Problem:

Sebuah perusahaan sedang melaksanakan program kampanye pemasaran, dimana kampanye terakhirnya meraih respons sebesar 14.91% dari 2.240 pelanggan.

2. Objective:

Mengembangkan model machine learning untuk memprediksi respon pelanggan dengan mempertimbangkan faktor-faktor yang berpotensi mempengaruhi keputusan pelanggan.

3. Goals

Meningkatkan jumlah pelanggan yang merespons kampanye pemasaran berikutnya.

4. Business Metrics

Conversion Rate (CR) dengan menggunakan variabel Response.