

# Market Insider

---

Stage 0  
Laporan Project



# Latar Belakang Masalah

- Sebuah perusahaan melaksanakan kampanye pemasaran, di mana kampanye pemasaran terakhirnya berhasil meraih respons sebesar 14.91% dari 2240 pelanggan **(Problem)**. Merespons permasalahan ini, tujuan utama perusahaan adalah meningkatkan jumlah pelanggan yang merespons kampanye pemasaran berikutnya **(Goal)**.
- Dalam usaha meningkatkan efektivitas kampanye pemasaran, kami akan mengembangkan model Machine Learning sebagai Pendekatan Analitis **(Objective)**. Model ini bertujuan memprediksi respons pelanggan berdasarkan data historis, memungkinkan penyesuaian strategi pemasaran secara real-time, dan mengoptimalkan pengeluaran biaya marketing.
- Fokus kami adalah menargetkan pelanggan potensial konversi tinggi, dengan **Conversion Rate (CR)** sebagai **metrik bisnis** utama untuk mengukur keberhasilan pencapaian objektif kami. Dengan menggabungkan analisis pola-pola dalam data historis dan pendekatan analitis, kami yakin model ini akan memberikan wawasan mendalam untuk optimalisasi strategi pemasaran dan hasil kampanye yang lebih baik.

# Pembagian Tugas

Pada proses pengerjaan Project ini, kami membagi team kami menjadi 2 mini team, yaitu:

1. Team Data Analyst:
  - a. Achmad Hilman Shadiqin
  - b. Riyan Maula
  - c. Nabilah Astiarini
2. Team Data Scientist:
  - a. Andreawan Sofian
  - b. Figo Akmal Munir
  - c. Dzakwan Darussalam