

Market Insider

Marketing
Campaign



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 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

EDA + Insights (1-2 slide)



Pre-processing (1-4 slide)



Data Cleansing



Modelling Experiments (1-3 slide)



Executive Summary & Recommendation (1 slide)

