

Title: Bank Target Marketing

<div>1. Problem Statement/Background<i>i</i></div> <div><ul style="list-style-type: none"><li>ธนาคารได้ดำเนินแคมเปญการตลาดเพื่อส่งเสริมการฝากเงิน แต่มีอัตราการตอบรับต่ำ จำเป็นต้องเข้าใจปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้า</li></ul></div>	<div>2. SMART Objectives/ Value Propositions💡</div> <div><ul style="list-style-type: none"><li>Specific: วิเคราะห์แคมเปญฝากเงิน</li><li>Measurable: เพิ่มอัตราตอบรับ 15%</li><li>Achievable: ใช้ข้อมูลจริงจากแคมเปญ</li><li>Relevant: รองรับการยุทธ์ลูกค้าสัมพันธ์</li><li>Time-bound: ภายใน 1 สัปดาห์</li></ul></div>	<div>3. Questions/Hypothesis❓</div> <div><ul style="list-style-type: none"><li>กลุ่มอาชีพไหนมีการตอบรับแคมเปญมากที่สุด</li><li>จำนวนการติดต่อกี่ครั้งถึงมีประสิทธิภาพสูงสุด</li><li>อาชีพมีผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมแคมเปญหรือไม่</li><li>ช่วงเวลามีผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมแคมเปญหรือไม่</li><li>ความถี่ในการติดต่อส่งผลกับแคมเปญหรือไม่</li><li>อายุและยอดเงินที่ฝากมีความสัมพันธ์กันหรือไม่</li></ul></div>	<div>4. Data Sources/Attributes🗄️</div> <div><ul style="list-style-type: none"><li>ข้อมูลลูกค้าและผลลัพธ์จากแคมเปญก่อนหน้า (age, job, marital, education, balance, contact, deposit)</li></ul></div>
<div>5. Analysis/Model📊</div> <div><ul style="list-style-type: none"><li>EDA: วิเคราะห์พฤติกรรมของลูกค้าว่าเป็นอย่างไร</li><li>Logistic Regression: คาดการณ์การตอบรับของลูกค้าในแต่ละแคมเปญ</li><li>Visualization: Tableau Dashboard</li></ul></div>	<div>6. Findings and Insights📋</div> <div><ul style="list-style-type: none"><li>ลูกค้าที่เคยเข้าร่วมแคมเปญก่อนหน้านี้มีโอกาสตอบรับสูงกว่าลูกค้าที่ไม่ได้เข้าร่วมแคมเปญ</li><li>จากโมเดล Logistic Regression ตัวแปร previous มีค่าสัมประสิทธิ์บวกสูงสุด (<math>\approx 0.12</math>) แสดงว่าลูกค้าที่เคยตอบรับแคมเปญในอดีต มีแนวโน้มตอบรับอีกครั้งสูงกว่าลูกค้ากลุ่มอื่น</li><li>การติดต่อซ้ำบ่อยครั้งกลับส่งผลลบต่อการตอบรับแคมเปญ</li><li>ตัวแปร campaign มีค่าสัมประสิทธิ์ลบ (<math>\approx -0.13</math>) แปลว่า ยิ่งโทรหรือส่งข้อความมากเท่าไร โอกาสตอบรับจริงกลับลดลงเนื่องจากลูกค้าอาจรู้สึกรำคาญ</li><li>กลุ่มอายุ “Elderly” (60ปีขึ้นไป) ตอบรับแคมเปญได้ดีกว่ากลุ่มอื่นเล็กน้อย</li><li>EDA แสดงอัตราตอบรับสูงสุดในกลุ่ม age_group = Elderly ประมาณ 42% เทียบกับกลุ่ม Adult/Senior ที่ประมาณ 9-10%</li></ul></div>	<div>7. Recommendation/Action and Impact📋</div> <div><ul style="list-style-type: none"><li>ริมาร์เก็ตติ้งไปยังลูกค้าที่เคยเข้าร่วมในแคมเปญก่อนหน้านี้</li><li>จัดสรรงบประมาณแคมเปญเฉพาะกลุ่มที่เคยฝากเงินเพิ่มกับธนาคารไปก่อนหน้านี้ เพื่อเพิ่ม ROI</li><li>เพิ่ม Loyalty: มอบสิทธิพิเศษหรือดอกเบี้ยพิเศษเมื่อตอบรับอีกครั้งกระตุ้นให้มีการฝากเงินเพิ่มซ้ำ</li><li>ปรับลดความถี่การติดต่อในแต่ละช่วงเวลาเพื่อลดความรำคาญของลูกค้า</li><li>กำหนดโควตาการโทร/ข้อความต่อคนไม่เกิน 2-3 ครั้งต่อแคมเปญ</li><li>ใช้วิธีติดต่อแบบผสม สลับระหว่าง Email, SMS, และ Call Center เพื่อไม่ให้ลูกค้ารู้สึก “ถูกรบกวน”</li><li>โฟกัสกลุ่มลูกค้าวัยเกษียณอายุ (60ปีขึ้นไป)</li><li>ในการวางแผนสื่อสาร ให้เลือกใช้ข้อความที่เน้นประโยชน์ด้านการบริหารเงินระยะยาว เช่น “ฝากประจำ รับดอกเบี้ยพิเศษสำหรับวัยเกษียณ”</li><li>ออกแบบคอนเทนต์บนโซเชียลมีเดียหรือแอปธนาคาร ให้เชื่อมโยงกับไลฟ์สไตล์ของกลุ่มนี้ เช่น “วางแผนเงินออมที่มั่นคงเพื่อลูกหลาน”</li></ul></div>	

# Data analytics Project Canvas

<div><div>Problem Statement</div><div><ul style="list-style-type: none"><li>อัตราการตอบรับแคมเปญการฝากเงินของลูกค้าต่ำทำให้ธนาคารไม่สามารถเพิ่มยอดเงินฝากได้ตามเป้าหมาย</li></ul></div></div>	<div><div>Business Objectives</div><div><ul style="list-style-type: none"><li>วิเคราะห์พฤติกรรมและลักษณะของลูกค้าที่ตอบรับแคมเปญ เพื่อปรับปรุงกลยุทธ์การตลาดให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น</li></ul></div></div>	<div><div>Success Metrics</div><div><ul style="list-style-type: none"><li>อัตราการตอบรับแคมเปญเพิ่มขึ้น</li><li>ลดต้นทุนในการติดต่อ-</li><li>ROI ของแคมเปญสูงขึ้น</li></ul></div></div>	<div><div>Target Audience/Users of this Project's Output</div><div><ul style="list-style-type: none"><li>ลูกค้าธนาคารรายย่อยที่มีศักยภาพในการฝากเงินเพิ่ม</li></ul></div></div>	<div><div>Assumptions</div><div><ul style="list-style-type: none"><li>กลุ่มอายุ, สถานภาพสมรส และช่องทางการติดต่อมีผลต่อการตอบรับแคมเปญ</li></ul></div></div>
<div><div>Key Stakeholders</div><div><ul style="list-style-type: none"><li>ทีมการตลาด,</li><li>ผู้บริหารธนาคาร,</li><li>ฝ่ายวิเคราะห์ข้อมูล</li><li>Call Center</li></ul></div></div>	<div><div>Resources - Data/Tools</div><div><ul style="list-style-type: none"><li>ข้อมูลการตอบรับของลูกค้าจากแคมเปญก่อนหน้า</li><li>Colab - Python</li><li>Tableau - EDA , Visualize</li></ul></div></div>		<div><div>Constraints</div><div><ul style="list-style-type: none"><li>ไม่มีข้อมูลเชิงพฤติกรรมเชิงลึกของลูกค้านอกเหนือจากการตอบรับแคมเปญก่อนหน้าและแคมเปญปัจจุบัน</li></ul></div></div>	<div><div>Timeline</div><div><p>1 สัปดาห์ (เตรียมข้อมูล 1 วัน, วิเคราะห์ 3วัน, Tableau 3 วัน, รายงาน/วิดีโอ 1 ชั่วโมง)</p></div></div>