

Title: Bank Target Marketing

| | | | |
|--|--|---|--|
| <div>1. Problem Statement/Background<i>i</i></div> <div><ul style="list-style-type: none">ธนาคารได้ดำเนินแคมเปญการตลาดเพื่อส่งเสริมการฝากเงิน แต่มีอัตราการตอบรับต่ำ จำเป็นต้องเข้าใจปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้า</div> | <div>2. SMART Objectives/ Value Propositions💡</div> <div><ul style="list-style-type: none">Specific: วิเคราะห์แคมเปญฝากเงินMeasurable: เพิ่มอัตราตอบรับ 15%Achievable: ใช้ข้อมูลจริงจากแคมเปญRelevant: รองรับการยุทธ์ลูกค้าสัมพันธ์Time-bound: ภายใน 1 สัปดาห์</div> | <div>3. Questions/Hypothesis❓</div> <div><ul style="list-style-type: none">กลุ่มอาชีพไหนมีการตอบรับแคมเปญมากที่สุดช่องทางการติดต่อแบบใดมีประสิทธิภาพสูงสุดอายุหรือสถานภาพมีผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมแคมเปญหรือไม่</div> | <div>4. Data Sources/Attributes🗄️</div> <div><ul style="list-style-type: none">ข้อมูลลูกค้าและผลลัพธ์จากแคมเปญก่อนหน้า (age, job, marital, education, balance, contact, deposit)</div> |
| <div>5. Analysis/Model📊</div> <div><ul style="list-style-type: none">EDA: วิเคราะห์พฤติกรรมของลูกค้าว่าเป็นอย่างไรLogistic Regression: คาดการณ์การตอบรับของลูกค้าในแต่ละแคมเปญVisualization: Tableau Dashboard</div> | <div>6. Findings and Insights📋</div> <div><ul style="list-style-type: none">ลูกค้าที่เคยเข้าร่วมแคมเปญก่อนหน้ามีโอกาสตอบรับสูงกว่าลูกค้าที่ไม่ได้เข้าร่วมแคมเปญจากโมเดล Logistic Regression ตัวแปร previous มีค่าสัมประสิทธิ์บวกสูงสุด (≈ 0.12) แสดงว่าลูกค้าที่เคยตอบรับแคมเปญในอดีต มีแนวโน้มตอบรับอีกครั้งสูงกว่าลูกค้ากลุ่มอื่นการติดต่อซ้ำบ่อยครั้งกลับส่งผลต่อการตอบรับแคมเปญตัวแปร campaign มีค่าสัมประสิทธิ์ลบ (≈ -0.13) แปลว่า ยิ่งโทรหรือส่งข้อความมากเท่าไร โอกาสตอบรับจริงกลับลดลงเนื่องจากลูกค้าอาจรู้สึกรำคาญกลุ่มอายุ “Elderly” (60ปีขึ้นไป) ตอบรับแคมเปญได้ดีกว่ากลุ่มอื่นเล็กน้อยEDA แสดงอัตราตอบรับสูงสุดในกลุ่ม age_group = Elderly ประมาณ 4-5% เทียบกับกลุ่ม Adult/Senior ที่ประมาณ 9-10%</div> | <div>7. Recommendation/Action and Impact📋</div> <div><ul style="list-style-type: none">ริมาร์เก็ตติ้งไปยังลูกค้าที่เคยเข้าร่วมในแคมเปญก่อนหน้าจัดสรรงบประมาณแคมเปญเฉพาะกลุ่มที่เคยฝากเงินเพิ่มกับธนาคารไปก่อนหน้านี้ เพื่อเพิ่ม ROIเพิ่ม Loyalty: มอบสิทธิพิเศษหรือดอกเบี้ยพิเศษเมื่อตอบรับอีกครั้งกระตุ้นให้มีการฝากเงินเพิ่มซ้ำปรับลดความถี่การติดต่อในแต่ละช่วงเวลาเพื่อลดความรำคาญของลูกค้ากำหนดโควตาการโทร/ข้อความต่อคนไม่เกิน 2-3 ครั้งต่อแคมเปญใช้วิธีติดต่อแบบผสม สลับระหว่าง Email, SMS, และ Call Center เพื่อไม่ให้อลูกค้ารู้สึก “ถูกรบกวน”โฟกัสกลุ่มลูกค้าวัยเกษียณอายุ (60ปีขึ้นไป)ในการวางแผนสื่อสาร ให้เลือกใช้ข้อความที่เน้นประโยชน์ด้านการบริหารเงินระยะยาว เช่น “ฝากประจำ รับดอกเบี้ยพิเศษสำหรับวัยเกษียณ”ออกแบบคอนเทนต์บนโซเชียลมีเดียหรือแอปธนาคาร ให้เชื่อมโยงกับไลฟ์สไตล์ของกลุ่มนี้ เช่น “วางแผนเงินออมที่มั่นคงเพื่อลูกหลาน”</div> | |

Data analytics Project Canvas

| | | | | |
|---|--|---|--|--|
| <div><div>Problem Statement</div><div><ul style="list-style-type: none">อัตราการตอบรับแคมเปญการฝากเงินของลูกค้าต่ำทำให้ธนาคารไม่สามารถเพิ่มยอดเงินฝากได้ตามเป้าหมาย</div></div> | <div><div>Business Objectives</div><div><ul style="list-style-type: none">วิเคราะห์พฤติกรรมและลักษณะของลูกค้าที่ตอบรับแคมเปญ เพื่อปรับปรุงกลยุทธ์การตลาดให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น</div></div> | <div><div>Success Metrics</div><div><ul style="list-style-type: none">อัตราการตอบรับแคมเปญเพิ่มขึ้นลดต้นทุนในการติดต่อ-ROI ของแคมเปญสูงขึ้น</div></div> | <div><div>Target Audience/Users of this Project's Output</div><div><ul style="list-style-type: none">ลูกค้าธนาคารรายย่อยที่มีศักยภาพในการฝากเงินเพิ่ม</div></div> | <div><div>Assumptions</div><div><ul style="list-style-type: none">กลุ่มอายุ, สถานภาพสมรส และช่องทางการติดต่อมีผลต่อการตอบรับแคมเปญ</div></div> |
| <div><div>Key Stakeholders</div><div><ul style="list-style-type: none">ทีมการตลาด,ผู้บริหารธนาคาร,ฝ่ายวิเคราะห์ข้อมูลCall Center</div></div> | <div><div>Resources - Data/Tools</div><div><ul style="list-style-type: none">ข้อมูลการตอบรับของลูกค้าจากแคมเปญก่อนหน้าColab - PythonTableau - EDA , Visualize</div></div> | | <div><div>Constraints</div><div><ul style="list-style-type: none">ไม่มีข้อมูลเชิงพฤติกรรมเชิงลึกของลูกค้านอกเหนือจากการตอบรับแคมเปญก่อนหน้าและแคมเปญปัจจุบัน</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> |