

DATA ANALYTICS PROJECT CANVAS		Designed by: 198_199_412	Date:
Title: Hotel Reservation			
<div>1. Problem Statement/Background ⓘ</div> <div>What do we know about? What are key issues/current situation?</div> <div>โรงแรมประสบปัญหา อัตราการยกเลิกการจอง (Booking Cancellation) สูง ส่งผลต่อรายได้ที่ไม่แน่นอน การบริหารจัดการห้องพักและทรัพยากรประสิทธิภาพ</div>	<div>2. SMART Objectives/ Value Propositions ⓘ</div> <div>ลดอัตราการยกเลิกการจอง (Booking Cancellation Rate) ลงอย่างน้อย 20% ภายใน 3 เดือน โดยการปรับกลยุทธ์ด้านนโยบายการจอง เช่น การให้ส่วนลดกับลูกค้าที่จองแบบไม่สามารถคืนเงินได้ (non-refundable)</div>	<div>3. Questions/Hypothesis ⓘ</div> <div>What exactly do you want to find out?</div> <div><ul style="list-style-type: none"><li>ปัจจัยใดที่มีอิทธิพลต่อการยกเลิกการจองมากที่สุด?</li><li>กลุ่มลูกค้าใดมีแนวโน้มยกเลิกสูง?</li><li>การใช้กลยุทธ์ non-refundable หรือ reminder system จะลดการยกเลิกได้หรือไม่?</li><li>การไม่วางมัดจำ (No Deposit) ส่งผลต่อการยกเลิก</li><li>การจองล่วงหน้าเกิน 30 วันมีโอกาสยกเลิกสูงกว่าการจองระยะสั้น</li><li>กลุ่มลูกค้า transient มีแนวโน้มยกเลิกมากกว่ากลุ่มอื่น</li><li>ช่องทาง TA/TO มีผลต่อสัดส่วนการยกเลิกหรือไม่</li></ul></div>	<div>4. Data Sources/Attributes ⓘ</div> <div>Where are you sourcing your data from? Is there enough data? What do you need to prepare?</div> <div>ข้อมูลการจองโรงแรมในประเทศโปรตุเกส ตั้งแต่ปี 2015-2017 ประกอบไปด้วย Reservation Status, Arrive Date Month, Arrive Date Year, Customer Type, Is Canceled, Deposit Type</div>
<div>5. Analysis/Model ⓘ</div> <div>What should be the analytical actions?</div> <div><ul style="list-style-type: none"><li>วิเคราะห์การยกเลิกย้อนหลัง 3 เดือนล่าสุด</li><li>5 ประเทศที่มีจำนวนการจองสูงสุดและสัดส่วนของการยกเลิก</li><li>ช่วงเวลาไหนของปีที่มียอดการยกเลิกมากที่สุด</li><li>Lead time(ระยะเวลาการจอง) ต่อ สัดส่วนการยกเลิก</li><li>แนวโน้มการจองตามฤดูกาล เช่น ช่วงพีค และช่วงโลว์ซีซั่น</li><li>วิเคราะห์ Distribution channel ที่มีสัดส่วนการยกเลิกสูงสุด</li><li>วิเคราะห์ ลูกค้ากลุ่มไหนมีอัตราการยกเลิกสูงที่สุด</li></ul></div>	<div>6. Findings and Insights ⓘ</div> <div>What are the findings and derived insights?</div> <div><ul style="list-style-type: none"><li>ช่องทาง TA/TO มีผลต่อสัดส่วนการยกเลิก</li><li>จากการวิเคราะห์พบว่า เมื่อลูกค้าทำการจองล่วงหน้ามากกว่า 100 วัน (lead time &gt; 100 days) มีแนวโน้มที่จะยกเลิกการจองสูงขึ้นอย่างชัดเจน</li><li>เทรนด์การจองและยกเลิกมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น และการจองสูงสุดใน Q3 (กรกฎาคม – กันยายน) ซึ่งเป็น High-season และช่วงวันหยุดยาวเป็นช่วงหน้าร้อนของยุโรป (Summer Holiday)หลังจากนั้น ยอดการจองก็เริ่มตกลงมา เนื่องจากเข้าสู่ low-season</li><li>การไม่วางมัดจำ (No Deposit) ส่งผลต่อการยกเลิกการจอง</li></ul></div>	<div>7. Recommendation/Action and Impact ⓘ</div> <div><ul style="list-style-type: none"><li>กระตุ้นให้ลูกค้าเลือกจองแบบ Non-Refundable ด้วยการให้ส่วนลด</li><li>ส่งเสริมการจองผ่านช่องทางตรง (Direct Booking)</li><li>วางมัดจำ เมื่อมีการจองล่วงหน้าเกิน 90 วันวางมัดจำ 50%</li><li>ปรับ policy กับ OTA เพื่อลดการจองแบบ refundable</li><li>ปรับและปิดช่องทาง(Distribution channel) ที่มี cancel สูง</li><li>ลดอัตราการยกเลิกการจอง (Booking Cancellation Rate) ลงอย่างน้อย 20% ภายใน 3 เดือน</li></ul></div>	
Modified from Bill Schmarzo's Machine Learning Canvas and Jasmine Vasandani's Data Science Workflow Canvas for SWU			