



Bank Marketing Campaign Analysis

Người thực hiện: Lê Trần Ái Sa
Lớp: PL300 - 76

Tổng quan dữ liệu

- Dữ liệu được lấy từ tháng 5 năm 2008 - tháng 11 năm 2010.
- Là dữ liệu về chiến dịch tiếp thị qua điện thoại của Ngân hàng Bồ Đào Nha.
- Dữ liệu nhằm dự đoán các yếu tố tiềm năng quyết định đến quyết định đăng kí tiền gửi có kỳ hạn tại Ngân hàng.
- Các yếu tố đầu vào:

Yếu tố khách hàng

- 1 - Tuổi
- 2 - Nghề nghiệp
- 3 - Hôn nhân
- 4 - Học vấn
- 5 - Vợ nợ
- 6 - Vay mua nhà
- 7 - Nợ cá nhân

Yếu tố liên quan đến chiến dịch trước

- 8 - Liên hệ
- 9 - Tháng
- 10 - Tuần
- 11 - Thời lượng

Các yếu tố khác

- 12 - Chiến dịch
- 13 - Pdays
- 14 - Previous
- 15 - Poutcome

Các yếu tố vĩ mô

- 16 - Chỉ số việc làm
- 17 - Chỉ số giá tiêu dùng
- 18 - Chỉ số niềm tin người tiêu dùng
- 19 - Euribor3m
- 20 - Nr.employed

Yếu tố đầu ra: y - khách hàng có đăng ký tiền gửi có kỳ hạn không

Nội dung

1. Yếu tố khách hàng
2. Yếu tố cuộc gọi
3. Các yếu tố khác
4. Yếu tố vĩ mô
5. Đề xuất giải pháp

1

Yếu tố khách hàng

Yếu tố khách hàng

41.2K

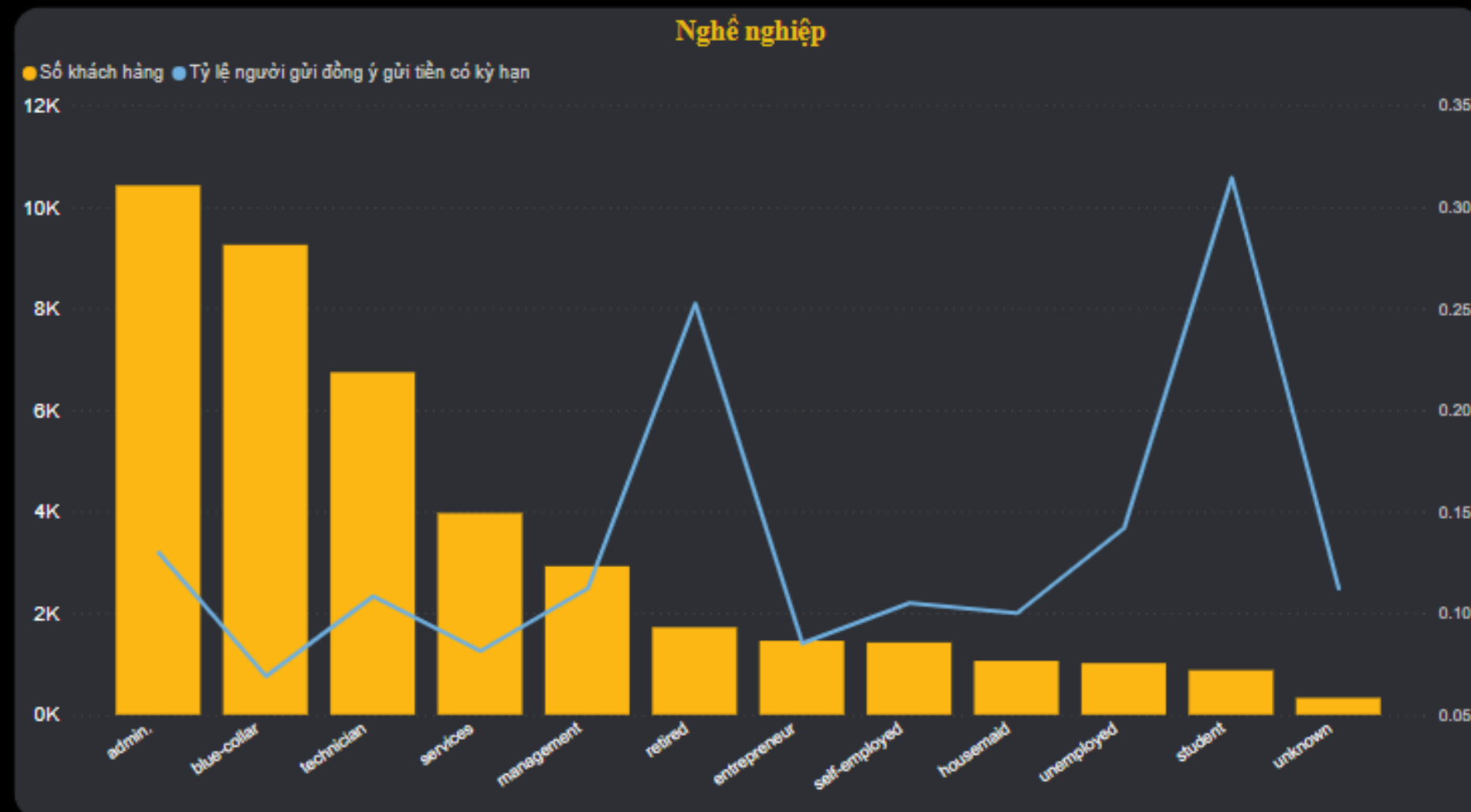
Tổng số khách hàng

4640

Số khách hàng

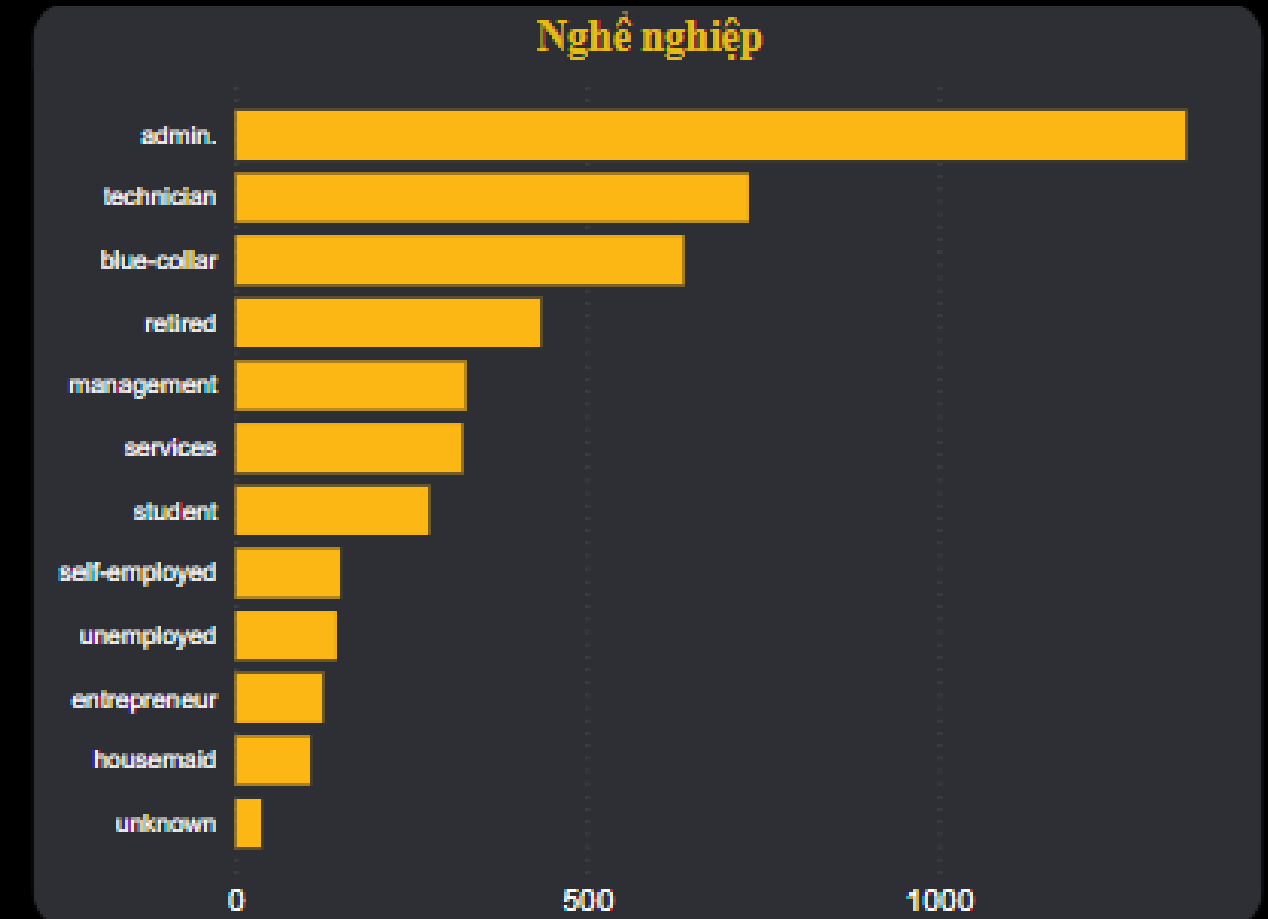
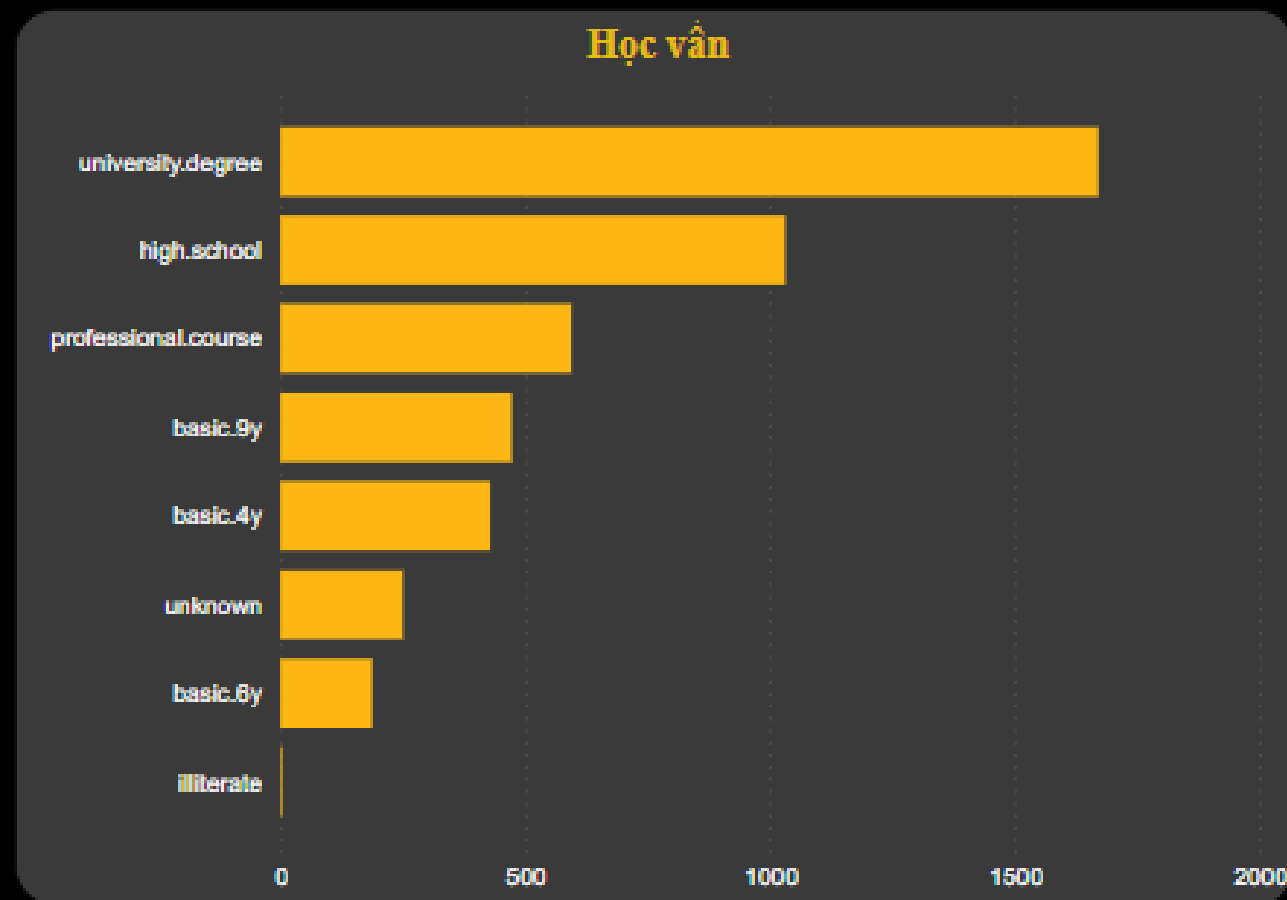
0.11

Tỷ lệ người gửi đồng ý gửi tiền có kỳ hạn



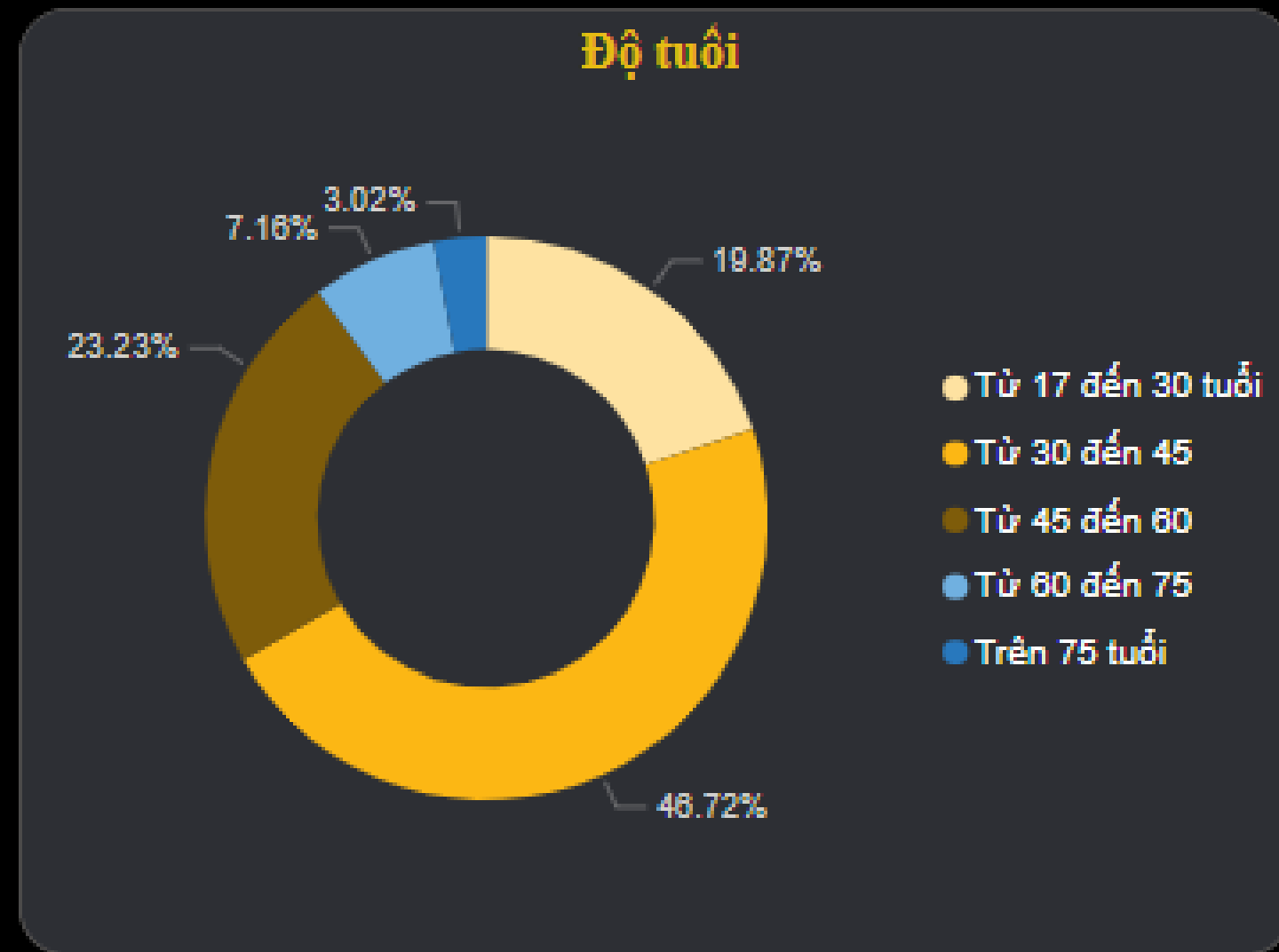
=> Nên tăng cường tiếp thị đối với nhóm khách hàng thuộc **student** và **retired**

Yếu tố khách hàng

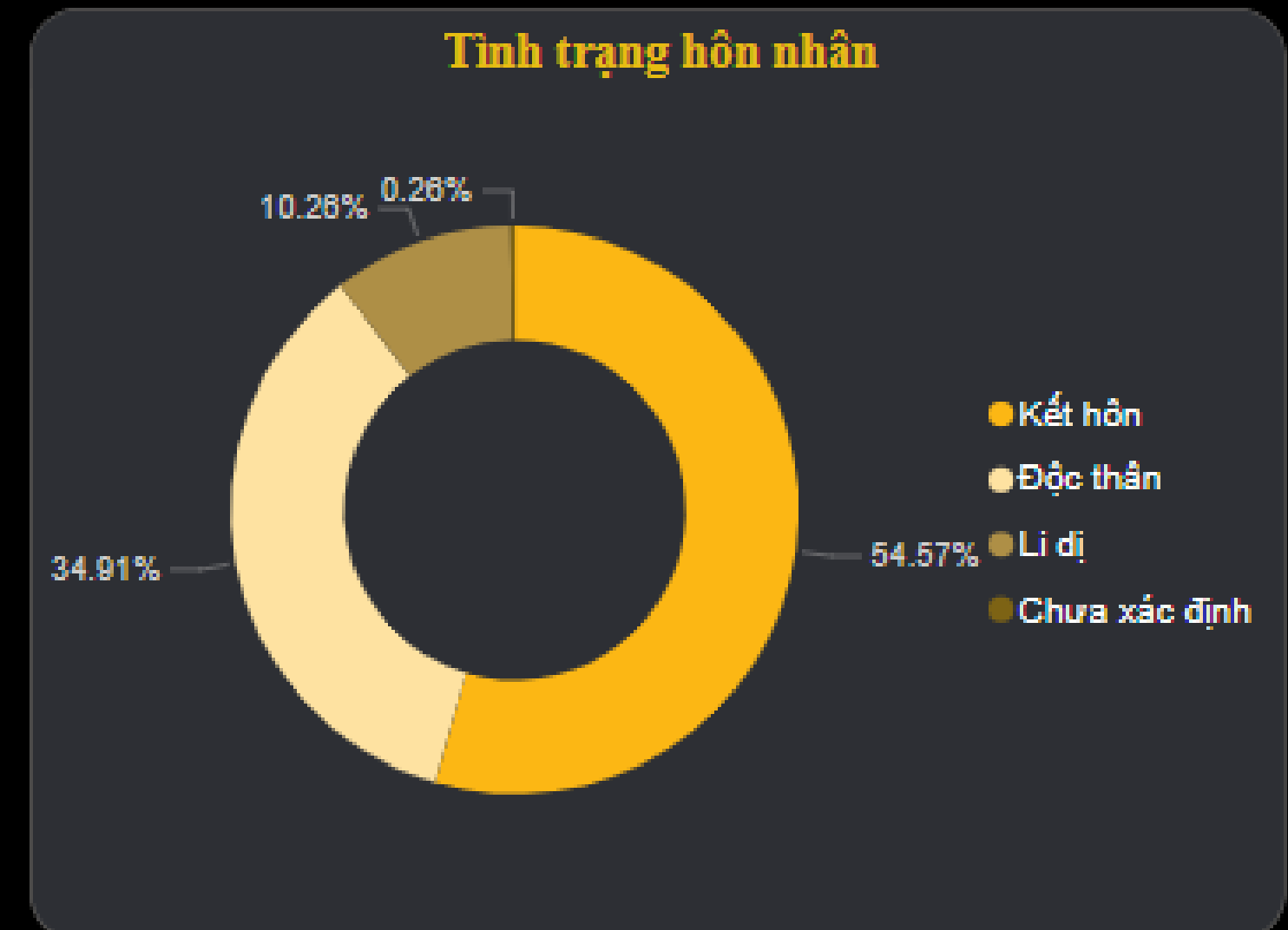


=> Nên tập trung tiếp thị vào nhóm khách hàng có học vấn **tốt nghiệp cấp ba trở lên** và thuộc nhóm có nghề nghiệp được cho là **có mức lương ổn định**

Yếu tố khách hàng

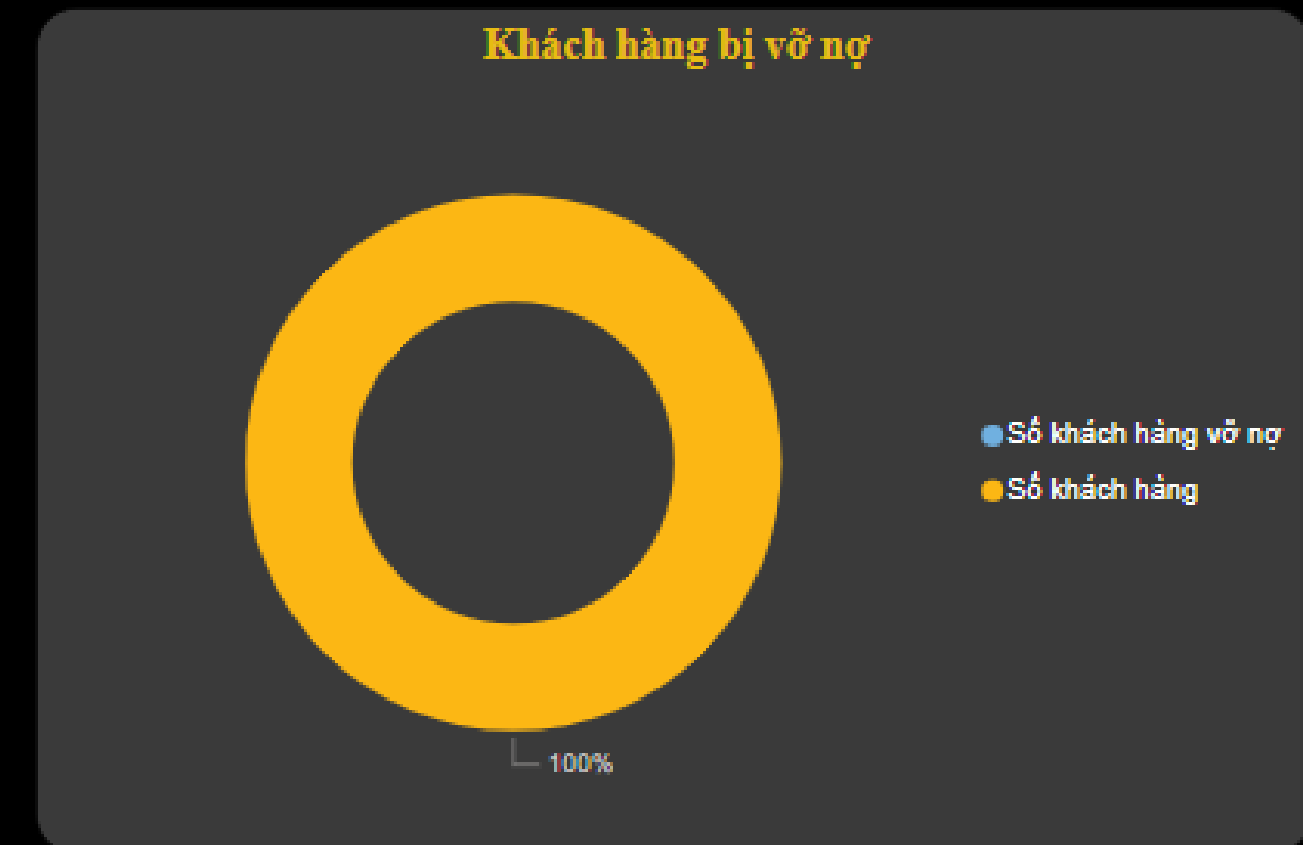
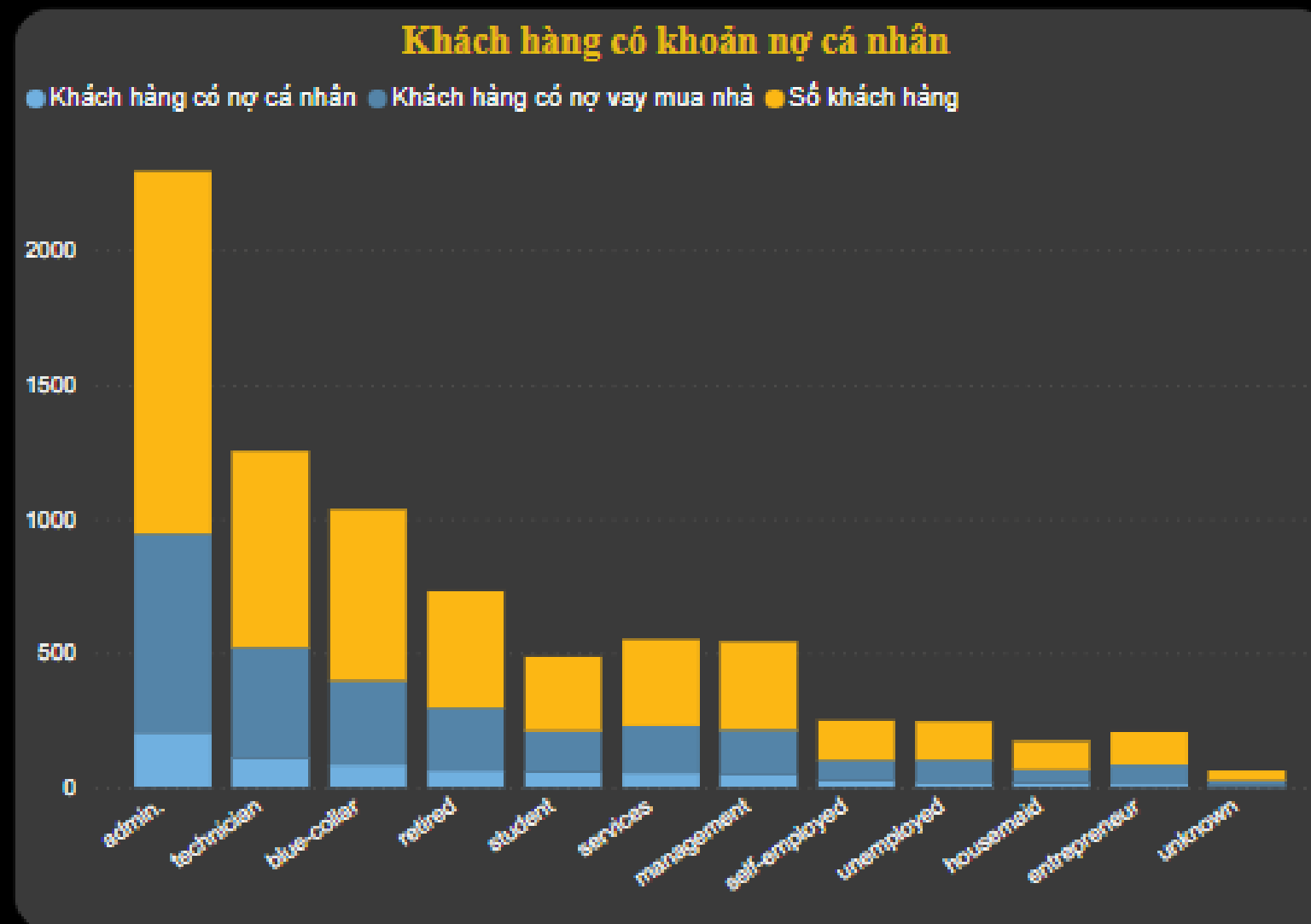


=> Những người thuộc **nhóm tuổi lao động** là đối tượng tiềm năng



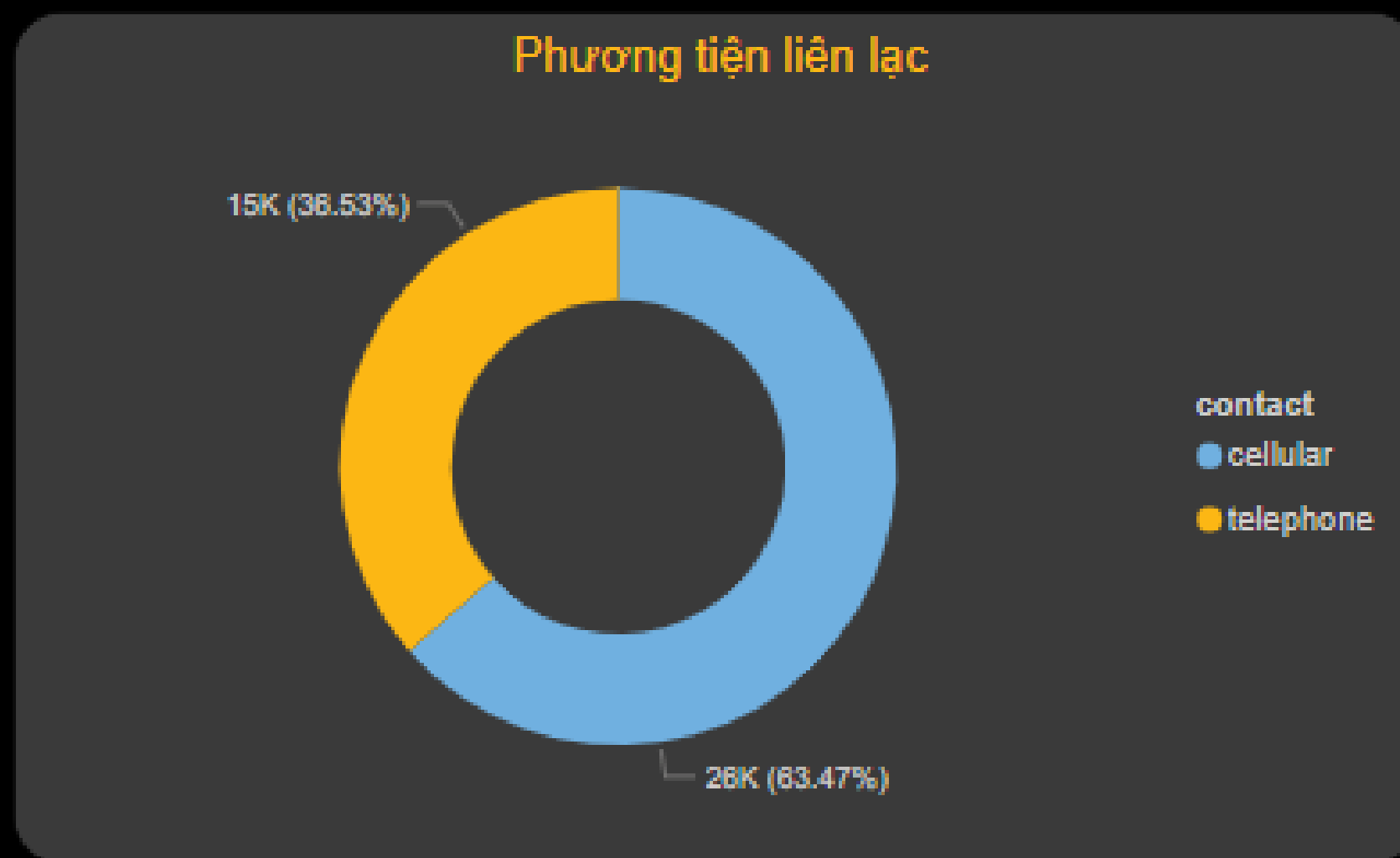
=> Những người thuộc **nhóm đã kết hôn** là đối tượng tiềm năng

Yếu tố khách hàng

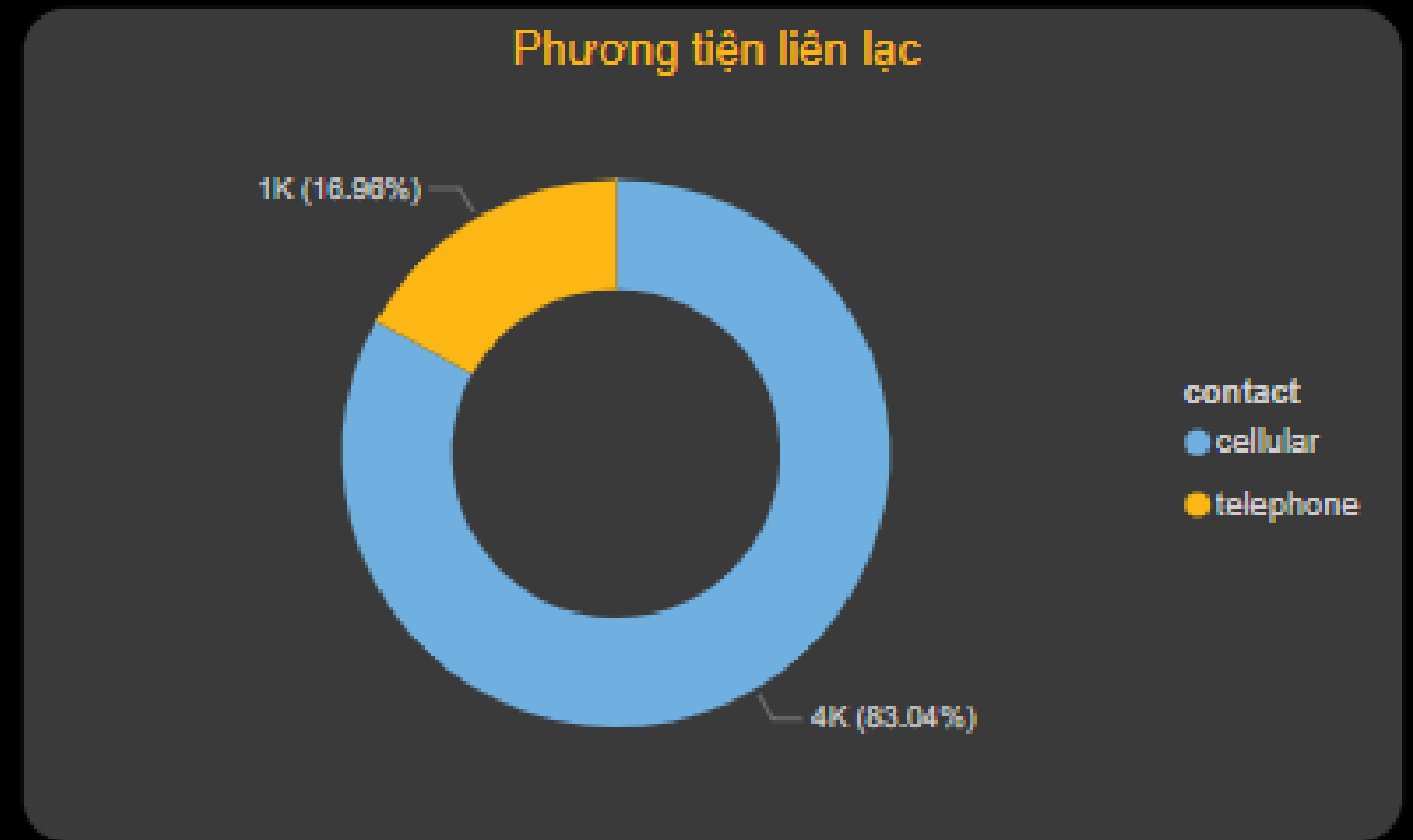


=> Khách hàng **có khoản vay mua nhà** thuộc nhóm khách hàng tiềm năng có thể khai thác

Yếu tố cuộc gọi



Tổng số khách hàng



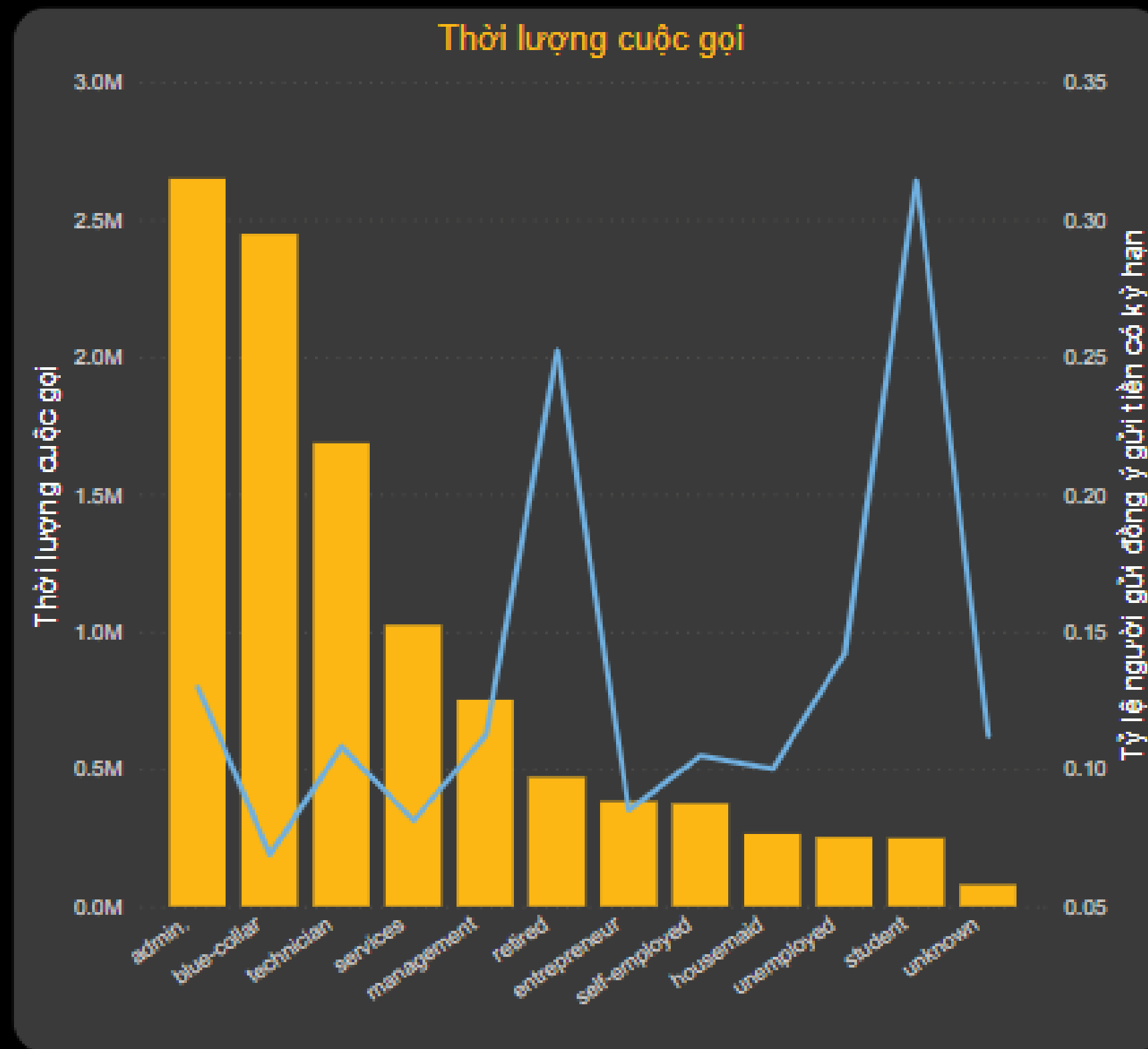
Tổng số khách hàng đồng ý

=> Tăng cường thu thập dữ liệu khách hàng sử dụng **cellular**

2

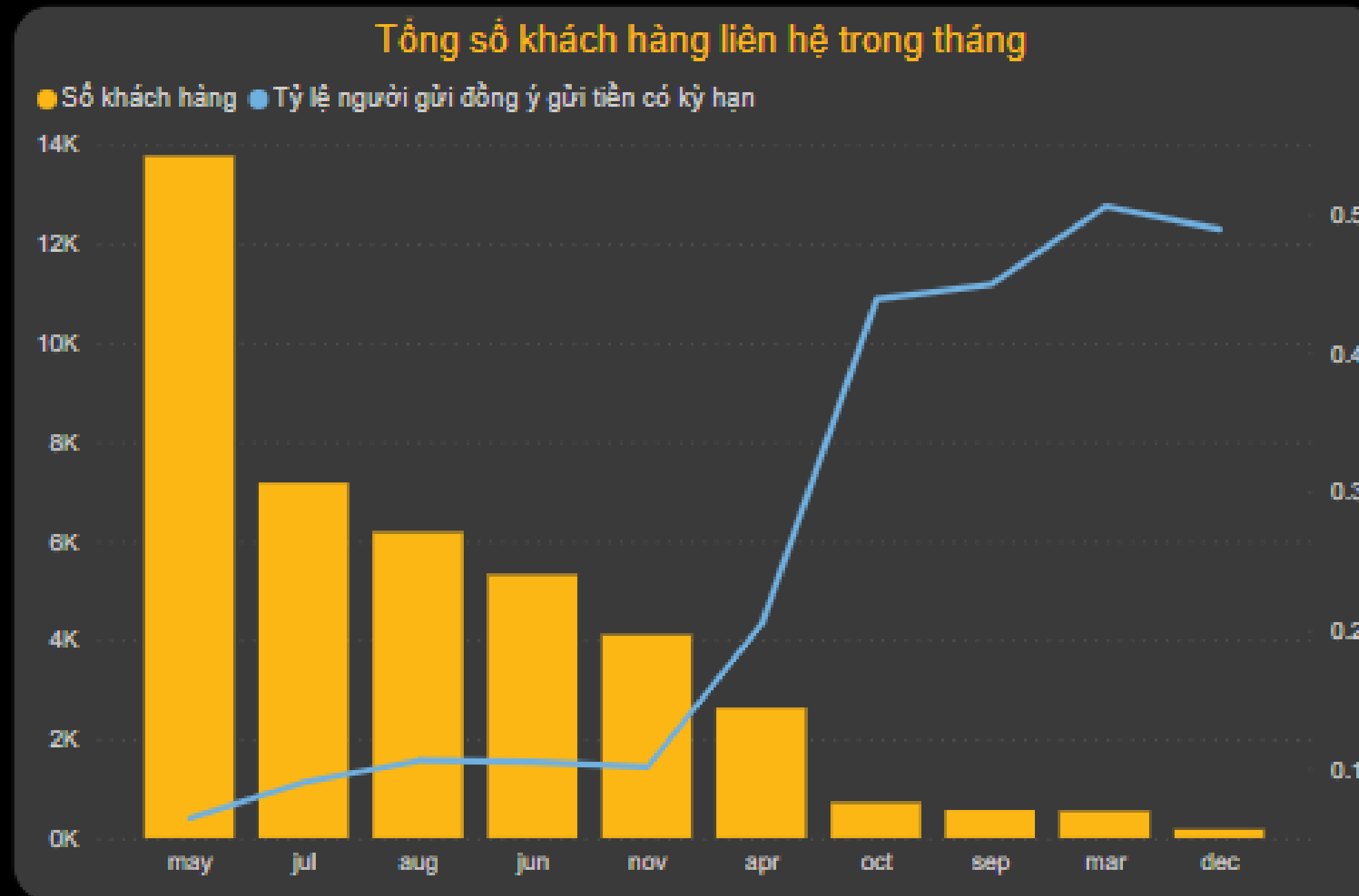
Yếu tố cuộc gọi

Yếu tố cuộc gọi



=> Nên tập trung vào nhóm khách hàng **student** và **retired**

Yếu tố cuộc gọi

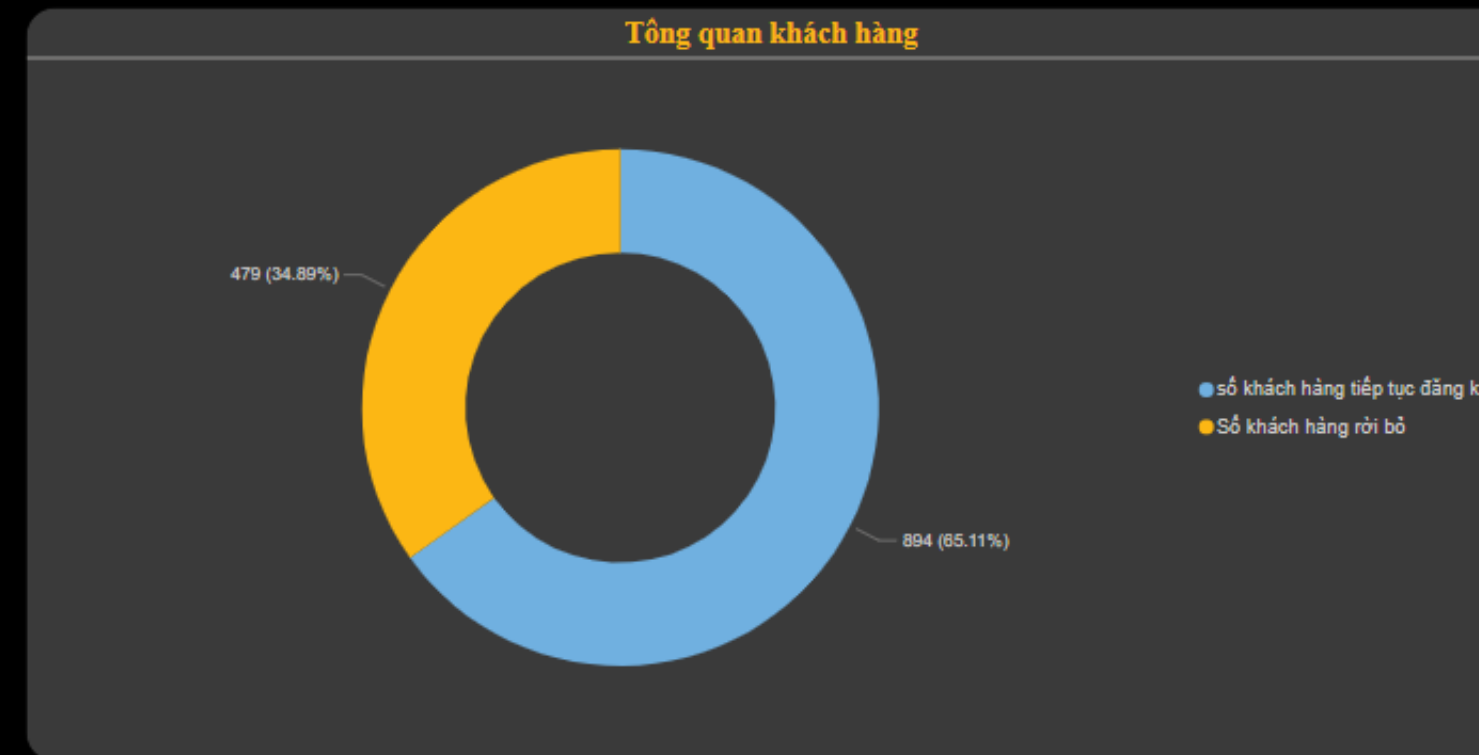
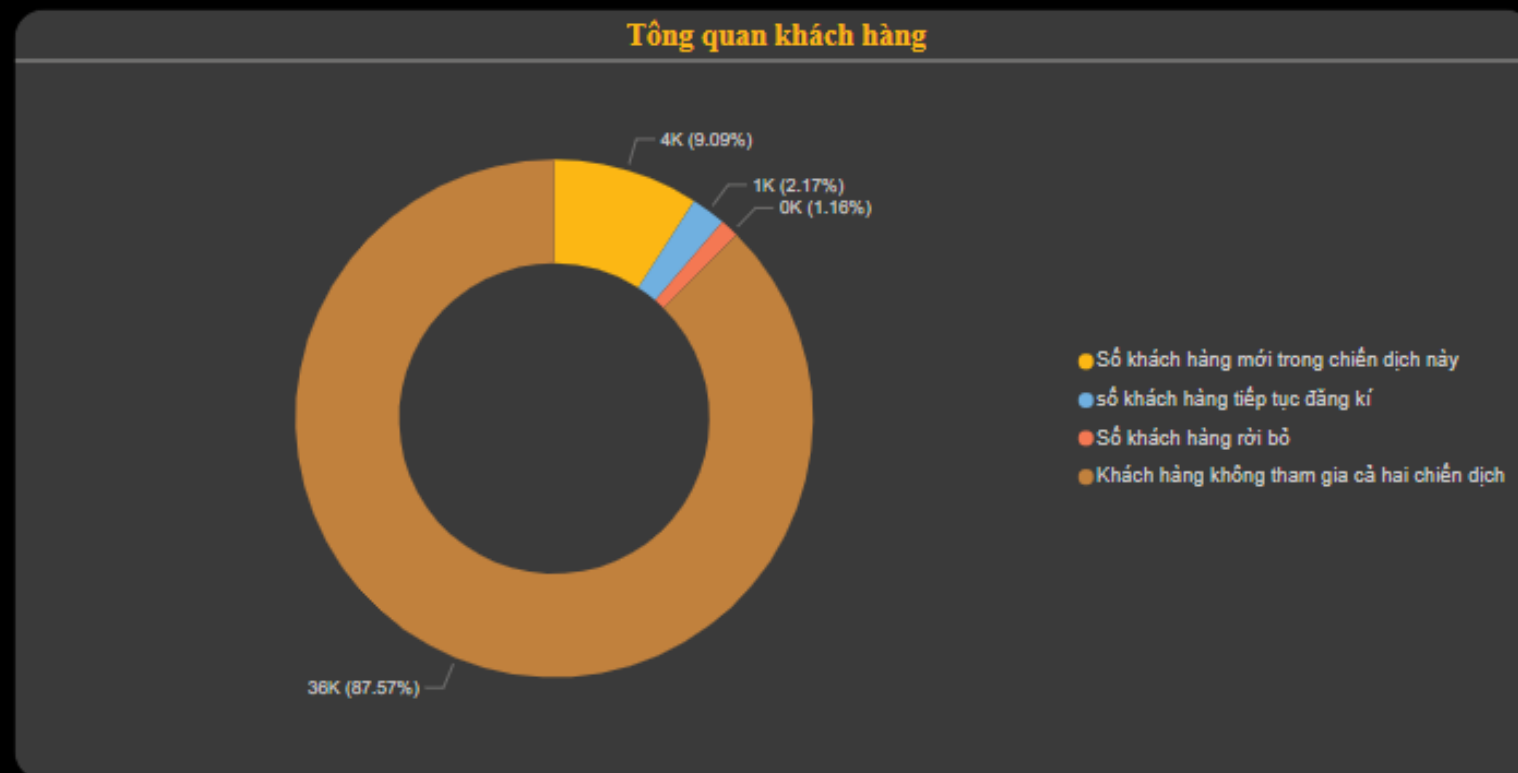


=> **Tăng cường
gọi điện vào
các tháng 12,
3, 9 và 10**

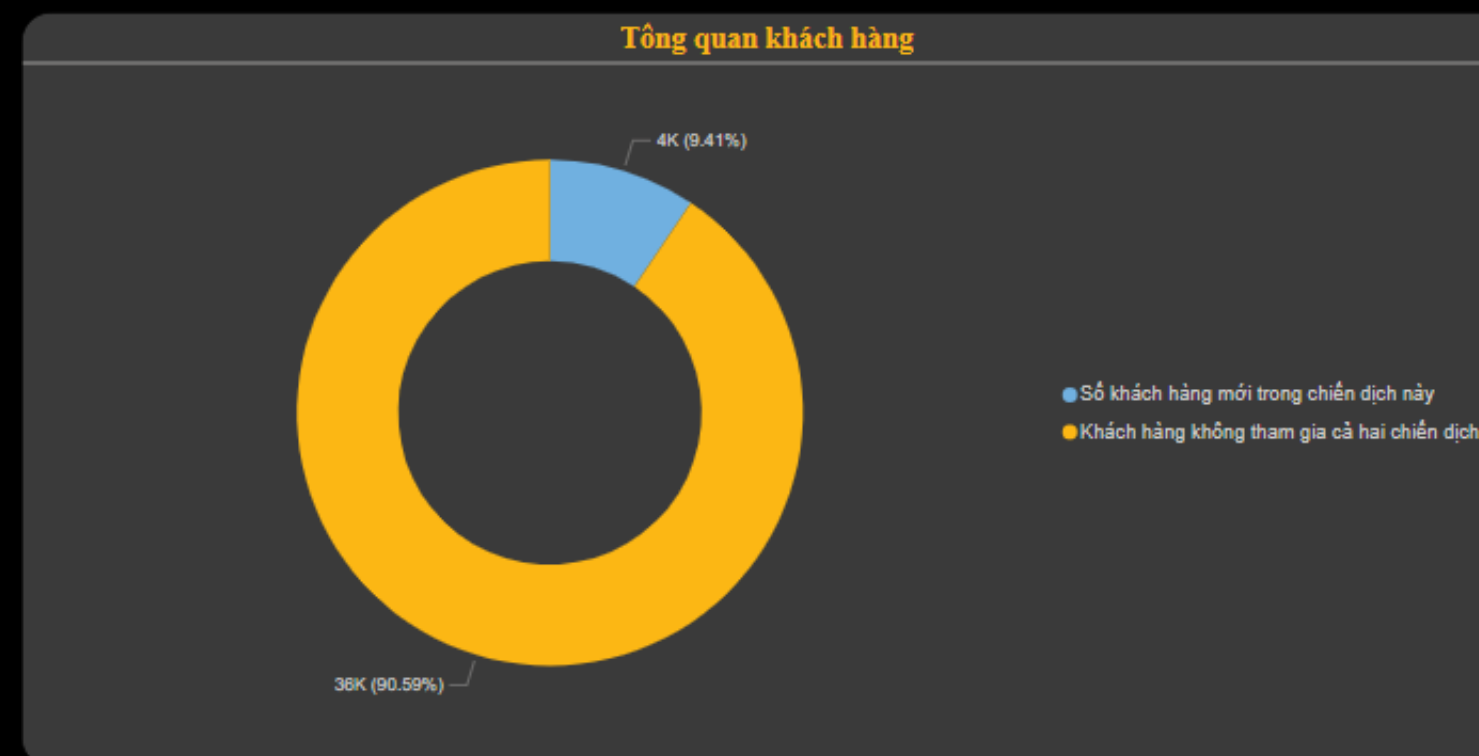
3

Các yếu tố khác

Các yếu tố khác

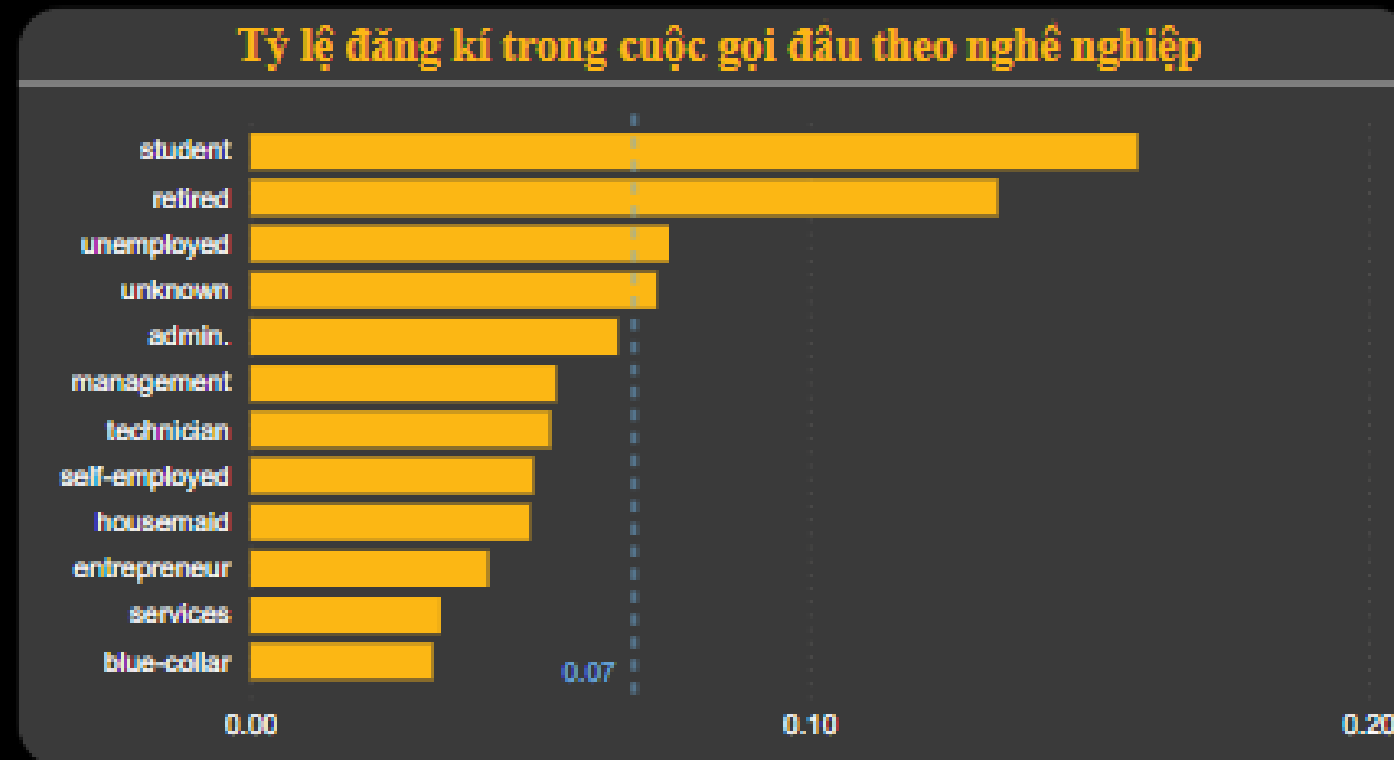


=> **Nên tập trung chăm sóc khách hàng cũ**

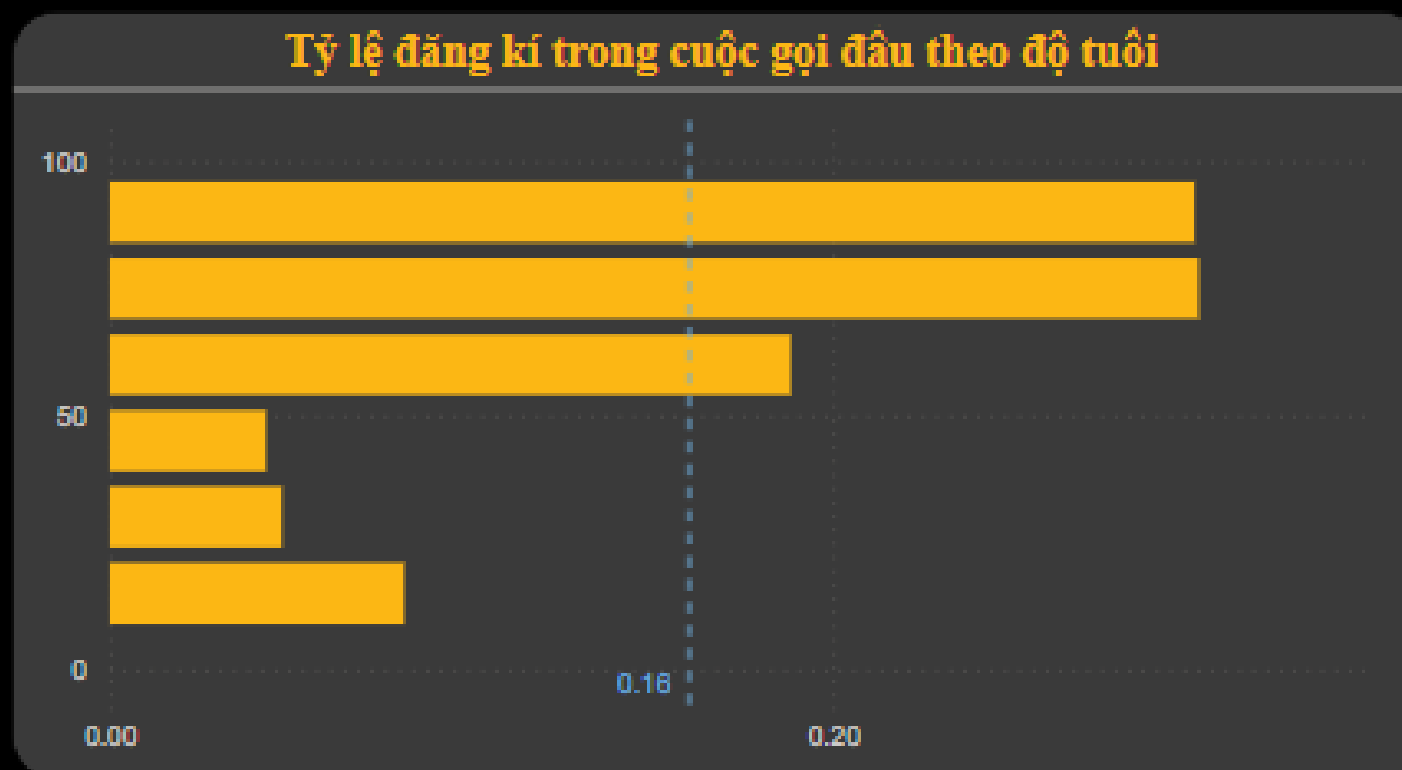


=> **Tìm kiếm thêm dữ liệu khách hàng mới**

Các yếu tố khác



=> Tăng số lượng các cuộc gọi tiếp thị đối với nhóm khách hàng **student** và **retired**

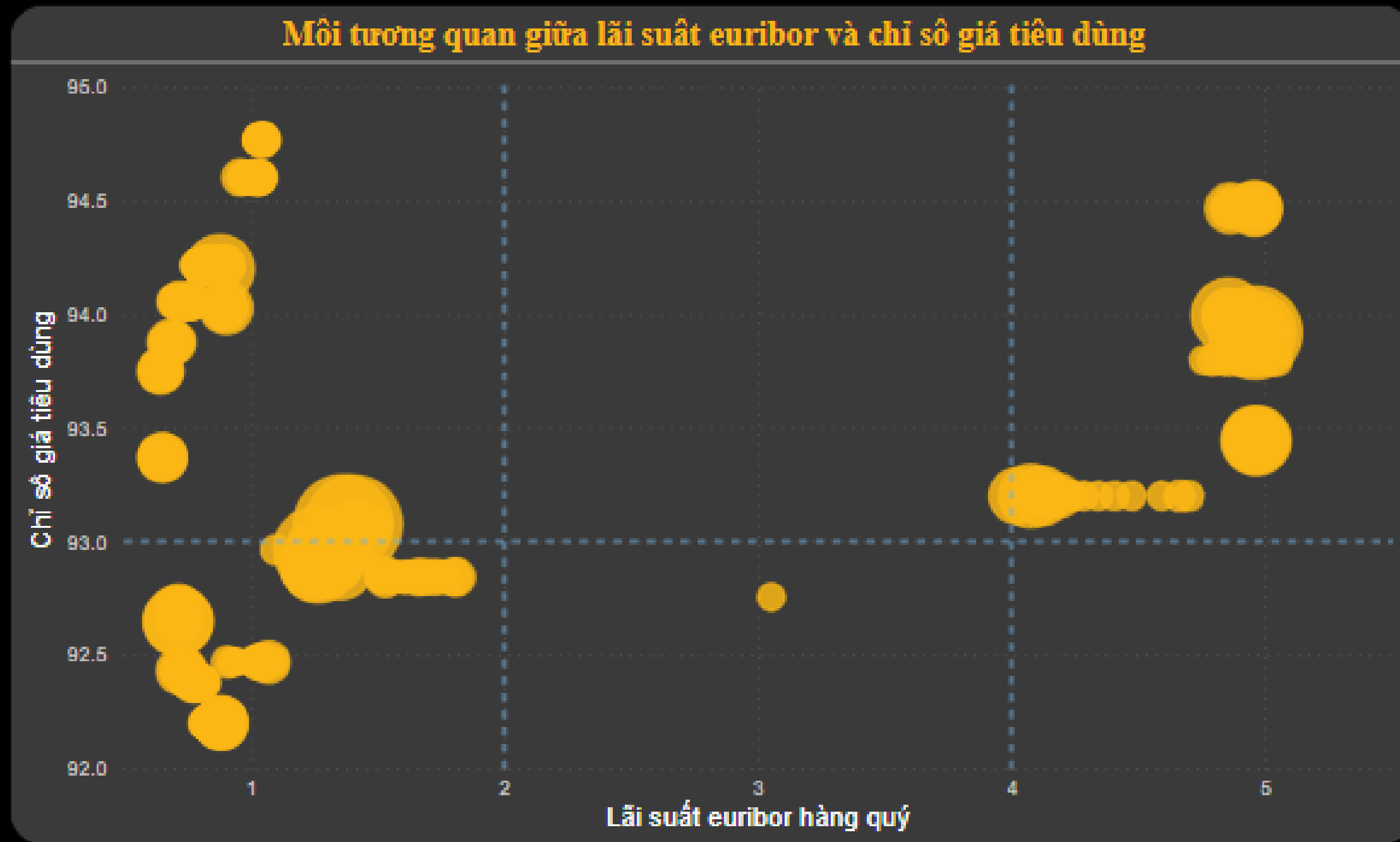


=> Tăng số lượng các cuộc gọi tiếp thị đối với nhóm khách hàng từ **50 tuổi trở lên**

3

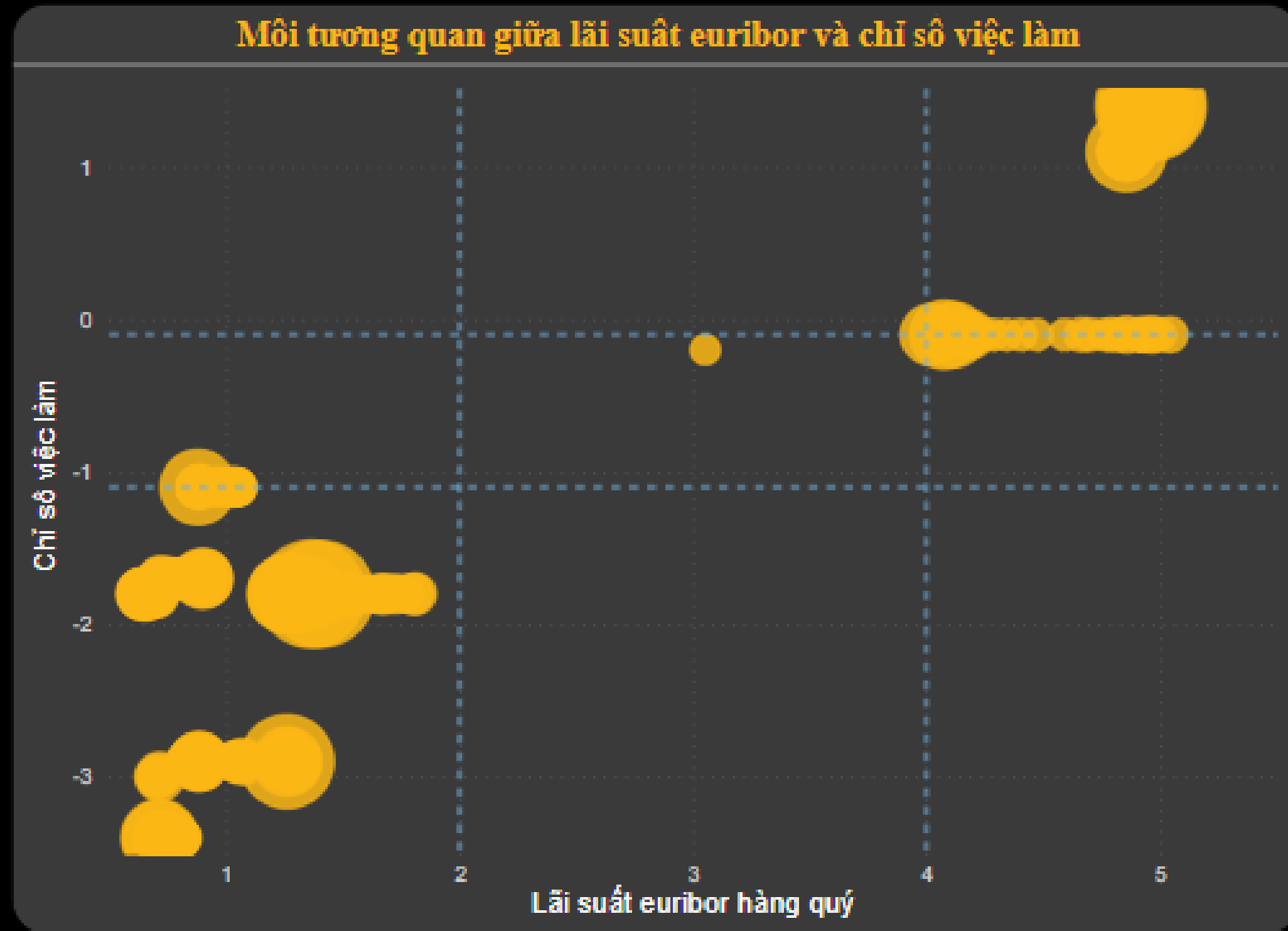
Yếu tố vĩ mô

Yếu tố vĩ mô



=> Tăng cường tiếp thị
khi lãi suất euribor < 2
và chỉ số giá tiêu dùng
dao động quanh 93 với
biên độ ± 0.2 hoặc khi
euribor ≥ 4.5 và chỉ
số giá tiêu dùng giao
động quanh vùng giá
94 với biên độ ± 0.5

Yếu tố vĩ mô



=> **Khi lãi suất euribor < 2 và chỉ số việc làm < = -1 hoặc lãi suất euribor >= 5 và chỉ số giá tiêu dùng >= 1 thì nên tăng cường gọi tiếp thị**

Đề xuất giải pháp

Yếu tố khách hàng

- Tăng cường tìm kiếm khách hàng:
- Thuộc student và retired
 - Tốt nghiệp cấp ba trở lên
 - Nghề nghiệp có mức lương ổn định
 - Thuộc tuổi lao động
 - Đã kết hôn
 - Có khoản vay mua nhà
 - Sử dụng cellular

Yếu tố cuộc gọi

- Cần kéo dài thời gian gọi đối với khách hàng thuộc student, retired và nhóm khách hàng từ 50 tuổi trở lên
- Tăng cường gọi điện vào các tháng 12, 3, 9 và 10

Các yếu tố khác

- Nên tập trung chăm sóc khách hàng cũ
- Tìm kiếm thêm dữ liệu khách hàng mới

Yếu tố vĩ mô

- Dự đoán các chỉ số thị trường để xác định tăng cường tiếp thị trong khoảng thời gian này



Thank you !