



HaloTech Academy



# Marketing Analysis



# Imagine!

Anda adalah  
seorang Data  
Analyst.

Teman anda dari divisi marketing  
ingin **mengoptimasi** *campaign*  
*results*.

Tentunya, dengan menggunakan *data*  
*driven action*!



# iFood

Sebuah perusahaan  
dibidang retail  
makanan.

- Menjual 5 kategori besar: *wines, rare meat, exotic fruits, special fish, dan sweet products.*
- Dari 5 kategori tersebut dapat dibagi lagi menjadi produk **gold** dan **regular**.
- Terdapat 3 **sales channels**: *physical stores, catalogs, dan company's website.*



# In General



## Sebelumnya

Perusahaan iFood secara global memiliki pendapatan yang sehat di **tiga** tahun terakhir.

---

## Sekarang

Namun, dilihat dari prospektif pertumbuhan selama tiga tahun kedepan tidak menjajikan.

---

## Selanjutnya

Maka dari itu, diperlukan **inisiatif strategik** untuk membalikkan situasi ini, salah satunya dengan meningkatkan performa dibagian marketing dengan fokus di *marketing campaigns*.

# Back to the Problem!

Anda adalah  
seorang Data  
Analyst.

Teman anda dari divisi marketing  
ingin **mengoptimasi** *campaign*  
*results*.

Tentunya, dengan menggunakan *data*  
*driven action*!



# The Campaign



*Campaign* yang akan dilakukan adalah tentang penjualan **produk baru** yang dijadwalkan untuk bulan depan.

## Bagaimana kita mengoptimasi *campaign*?



Dengan membuat *predictive model* untuk mendapatkan *profit* yang maksimal pada *marketing campaign* bulan depan. Serta, memahami karakteristik customers yang ingin membeli **produk baru** tersebut.

## The Steps



- Pertama, kita perlu **data**!
- Data seperti apa yang kita butuhkan?
- Bagaimana cara mengumpulkan data tersebut?





# The Steps



- Pertama, kita perlu **data**!
- Data seperti apa yang kita butuhkan?
- Bagaimana cara mengumpulkan data tersebut?

# Answers

- Data akan dikumpulkan dengan memilih secara *random customer* dari *database*.
- Terdapat **2240 customers** yang terpilih akan diberikan penawaran mengenai produk baru lewat *campaign*.
- **Nantinya**, data *customer* yang masih tersisa akan diprediksi dengan menggunakan data yang telah dikumpulkan tersebut.

# The Steps



- Pertama, kita perlu **data**!
- Data seperti apa yang kita butuhkan?
- Bagaimana cara mengumpulkan data tersebut?

# Answers

- Data akan dikumpulkan dengan memilih secara *random customer* dari *database*.
- Terdapat **2240 customers** yang terpilih akan diberikan penawaran mengenai produk baru lewat *campaign*.
- **Nantinya**, data *customer* yang masih tersisa akan diprediksi dengan menggunakan data yang telah dikumpulkan tersebut.

Meta-data table

Feature	Description
AcceptedCmp1	1 if costumer accepted the offer in the 1 <sup>st</sup> campaign, 0 otherwise
AcceptedCmp2	1 if costumer accepted the offer in the 2 <sup>nd</sup> campaign, 0 otherwise
AcceptedCmp3	1 if costumer accepted the offer in the 3 <sup>rd</sup> campaign, 0 otherwise
AcceptedCmp4	1 if costumer accepted the offer in the 4 <sup>th</sup> campaign, 0 otherwise
AcceptedCmp5	1 if costumer accepted the offer in the 5 <sup>th</sup> campaign, 0 otherwise
Response (target)	1 if costumer accepted the offer in the last campaign, 0 otherwise
Complain	1 if costumer complained in the last 2 years
DtCustomer	date of customer's enrollment with the company
Education	customer's level of education
Marital	customer's marital status
Kidhome	number of small children in customer's household
Teenhome	number of teenagers in customer's household
Income	customer's yearly household income
MntFishProducts	amount spent on fish products in the last 2 years
MntMeatProducts	amount spent on meat products in the last 2 years
MntFruits	amount spent on fruits in the last 2 years
MntSweetProducts	amount spent on sweet products in the last 2 years
MntWines	amount spent on wines in the last 2 years
MntGoldProds	amount spent on <i>gold</i> products in the last 2 years
NumDealsPurchases	number of purchases made with discount
NumCatalogPurchases	number of purchases made using catalogue
NumStorePurchases	number of purchases made directly in stores
NumWebPurchases	number of purchases made through company's web site
NumWebVisitsMonth	number of visits to company's web site in the last month
Recency	number of days since the last purchase



# THANK YOU!

JANGAN LUPA SUBSCRIBE, LIKE, AND SHARE YAA



HaloTech Academy



HaloTechIn

