

بازاریابی بانکی

زهرا ریحانیان

۸۱۰۱۰۱۱۷۷

چکیده پروژه

داده ها با کمپین های بازاریابی مستقیم (تماس های تلفنی) یک موسسه بانکی پرتغالی مرتبط است. هدف طبقه بندی این است که پیش بینی کند آیا مشتری یک سپرده مدت دار را ثبت می کند یا خیر.

توضیح دیتاست

من از دیتاست bank-additional-full.csv که شامل همه ی نمونه ها (۴۱۱۸۸) و ۲۰ ورودی می باشد و داده ها بر اساس زمان مرتب شده اند، استفاده خواهم کرد.

اطلاعات ویژگی ها:

متغیر های ورودی:

اطلاعات مشتری بانک:

- ۱- سن
- ۲- شغل
- ۳- وضعیت تاهل
- ۴- تحصیلات
- ۵- پیش فرض: آیا دارای اعتبار پیش فرض است؟
- ۶- آیا وام مسکن دارد؟
- ۷- آیا وام شخصی دارد؟
- # مربوط به آخرین تماس کمپین فعلی
- ۸- تماس
- ۹- ماه

۱۰- روز - هفته

۱۱- مدت زمان

سایر ویژگی ها

۱۲- کمپین : تعداد تماس های انجام شده در طول این کمپین و برای این مشتری

۱۳- روز: تعداد روز هایی که پس از آخرین تماس با مشتری از کمپین قبلی گذشته است. (۹۹۹ به این معنی است که قبلا با مشتری تماس گرفته نشده است.)

۱۴- قبلی: تعداد تماس های انجام شده قبل از این کمپین و برای این مشتری

۱۵- نتیجه: نتیجه کمپین بازاریابی قبلی

ویژگی های اجتماعی و اقتصادی

۱۶- نرخ تنوع اشتغال - شاخص فصلی

۱۷- شاخص قیمت مصرف کننده - شاخص ماهانه

۱۸- شاخص اعتماد مصرف کننده - شاخص ماهانه

۱۹- نرخ euribor ۳ ماهه - شاخص روزانه

۲۰- تعداد کارمندان - شاخص فصلی

متغیر خروجی:

۲۱- آیا مشتری سپرده مدت دار ثبت کرده است؟ (بله، خیر)

چرا این موضوع و دیتاست

این موضوع را انتخاب کردم که داده های بازاریابی بانکی را تجزیه و تحلیل کنم که بسیار محبوب است. می خواهم تجربه کار با این دیتاست را داشته باشم چون خیلی ارزشمند و مفید است و احتمالا در آینده به من کمک خواهد کرد.. این دیتاست هم پرتعداد است و اندازه و تعداد ویژگی های آن مناسب و به اندازه کافی بزرگ است.

سوالات مطرح شده

دلایلی که یک مشتری یک سپرده مدت دار را ثبت کرده چیست؟

چگونه می توان پیش بینی کرد که یک مشتری یک سپرده مدت دار را ثبت خواهد کرد؟

چه ویژگی هایی مرتبط هستند با اینکه یک مشتری یک سپرده مدت دار را ثبت می کند؟

چه دلایلی برای اینکه یک مشتری یک سپرده مدت دار را ثبت می کند موثر تر هستند؟

آدرس دیتاست

<https://archive.ics.uci.edu/ml/machine-learning-databases/00222/>