

# LRFM Analysis

Presented by:

- Adrian Irsanda Boestamam
- Cendekia Putra Perdana
- Shafira Puspa Ardelia

# Apa itu LRFM?

LRFM merupakan teknik analisis marketing yang digunakan untuk memberikan peringkat secara kuantitatif dan mengelompokkan pelanggan berdasarkan total length, recency, frqeuncy dan monetary dari transaksi terkini pelanggan untuk mengidentifikasi pelanggan.

# LRFM

- Length : Mengukur durasi atau panjang hubungan antara pelanggan dan perusahaan, biasanya dihitung sebagai selisih antara tanggal pembelian pertama dan terakhir. Indikator ini menunjukkan loyalitas atau kesetiaan jangka panjang pelanggan terhadap merek atau produk.
- Recency : Mengukur seberapa baru atau terkini transaksi terakhir yang dilakukan oleh pelanggan. Semakin kecil nilainya, semakin baru transaksi tersebut, yang menunjukkan bahwa pelanggan masih aktif.

# LRFM

- Frequency : Mengukur seberapa sering pelanggan melakukan transaksi dalam periode waktu tertentu. Pelanggan yang sering bertransaksi cenderung lebih loyal.
- Monetary : Mengukur total nilai atau jumlah uang yang dihabiskan oleh pelanggan selama periode waktu tertentu. Semakin tinggi nilainya, semakin berharga pelanggan tersebut bagi perusahaan.

# Tujuan LRFM

## Segmentasi Pelanggan:

Mengelompokkan pelanggan berdasarkan perilaku dengan tujuan mempermudah penyusunan strategi.

## Peningkatan Loyalitas:

Variabel length dapat membantu perusahaan untuk membuat program loyalitas.

## Retensi Pelanggan:

Variabel Recency dapat membantu perusahaan untuk mengidentifikasi pelanggan yang beresiko tidak kembali.

# Menghitung LRFM

- Length : Tanggal Analisis – Tanggal Transaksi Pertama Pelanggan
- Recency : Tanggal Analisis – Tanggal Transaksi Terakhir Pelanggan
- Frequency : Jumlah Transaksi Pelanggan Selama Periode
- Monetary : Total Nilai Transaksi Pelanggan Selama Periode

# LENGTH SCORING

|                        |                       |
|------------------------|-----------------------|
| <b>Veteran (4)</b>     | <b>&gt; 185 hari</b>  |
| <b>Established (3)</b> | <b>114 – 185 hari</b> |
| <b>Acquainted (2)</b>  | <b>93 – 113 hari</b>  |
| <b>New Comer (1)</b>   | <b>&lt; 92 hari</b>   |

# RECENCY SCORING

|                     |                |
|---------------------|----------------|
| <b>Active (4)</b>   | < 87 hari      |
| <b>Warm (3)</b>     | 87 - 109 hari  |
| <b>Cold (2)</b>     | 110 - 154 hari |
| <b>Inactive (1)</b> | > 154 hari     |

# FREQUENCY SCORING

|                   |                   |
|-------------------|-------------------|
| <b>Loyal (4)</b>  | <b>5 - 6 kali</b> |
| <b>High (3)</b>   | <b>3 - 4 kali</b> |
| <b>Medium (2)</b> | <b>2 kali</b>     |
| <b>Low (1)</b>    | <b>1 kali</b>     |

# MONETARY SCORING

|                           |                         |
|---------------------------|-------------------------|
| <b>Top Spender (4)</b>    | <b>&gt; 1500 dollar</b> |
| <b>High Spender (3)</b>   | <b>535 – 1500</b>       |
| <b>Medium Spender (2)</b> | <b>200 – 535 dollar</b> |
| <b>Low Spender (1)</b>    | <b>&lt; 200 dollar</b>  |

# Segment Customer by LRFM Score Combined

|                          |   |
|--------------------------|---|
| New Customer Low Value   | Pelanggan baru dengan jumlah transaksi kecil  |
| New Customer High Value  | Pelanggan baru dengan jumlah transaksi besar  |
| Old Customer Inactive    | Pelanggan lama yang sudah lama tidak melakukan transaksi  |
| Need Attention           | Pelanggan lama yang sudah lama tidak melakukan transaksi tetapi jumlah transaksi dan frekuensinya besar |
| Loyal Customer           | Pelanggan lama yang baru melakukan transaksi, sering melakukan transaksi dengan jumlah besar            |
| Potensial Loyal Customer | Pelanggan lama yang baru melakukan transaksi, sering melakukan transaksi dengan jumlah kecil            |
| Reactivated Old Customer | Pelanggan lama yang baru melakukan transaksi  |

# Top Customer by length

| Customer ID | Length |
|-------------|--------|
| C1010936    | 337    |
| C1010648    | 337    |
| C1010578    | 337    |
| C1010431    | 337    |
| C1010384    | 337    |
| C1010366    | 337    |
| C1010241    | 337    |
| C1010078    | 337    |
| C1010035    | 337    |
| C1010014    | 337    |

Activate Windows

# Top Customer by Recency

Top Customer by Recency

Custo.. 

C1011375 1

C1011138 1

C1010878 1

C1010837 1

C1010763 1

C1010467 1

C1010437 1

C1010374 1

C1010368 1

C1010311 1

Activate Windows

# Top Customer by Frequency

| Customer ID | Frequency |
|-------------|-----------|
| C5533885    | 6         |
| C5531319    | 6         |
| C5418253    | 6         |
| C4513786    | 6         |
| C4327447    | 6         |
| C4021562    | 6         |
| C3226689    | 6         |
| C1736254    | 6         |
| C1113684    | 6         |
| C1026833    | 6         |

Activate Windows

# Top Customer by Monetary

| Top Customer by Monetary |                  |
|--------------------------|------------------|
| Custo..                  | Activate Windows |
| C7319271                 | 1.560.034        |
| C6677159                 | 1.380.002        |
| C4141768                 | 991.132          |
| C8217728                 | 724.472          |
| C1830891                 | 720.001          |
| C6549785                 | 600.008          |
| C5036642                 | 600.003          |
| C4328064                 | 569.500          |
| C1425138                 | 561.001          |
| C5833636                 | 557.000          |

# THANK YOU