# Latar Belakang

Pada industri Software as a Service(SaaS), mengoptimalkan strategi penjualan dan pemasaran berdasarkan analisis data yang tepat adalah kunci untuk mendapatkan keunggulan kompetitif dan memaksimalkan efisiensi operasional. Industri SaaS, dengan produk-produk berbasis langganan dan tingkat kompetisi yang tinggi, menuntut pemahaman yang mendalam tentang dinamika penjualan untuk mengidentifikasi peluang pertumbuhan dan peningkatan keuntungan.

Faktor-faktor seperti pengaruh diskon, pengaruh segmentasi, pengaruh region, dan preferensi pelanggan terhadap fitur produk harus dianalisis secara detail untuk merancang tawaran yang lebih menarik dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Penyesuaian pada strategi ini dapat secara signifikan mempengaruhi keberhasilan penjualan dan keberlanjutan bisnis dalam pasar yang kompetitif.

# Pernyataan Masalah

Tujuan dari analisis ini adalah untuk mengetahui:

1. Bagaimana Tren Penjualan dan Keuntungan?

2. Siapa Customer Paling Berharga?

3. Faktor Apa Saja Yang Mempengaruhi Keuntungan?

# Kesimpulan

Berdasarkan Analisa yang telah dilakukan berdasarkan pernyataan masalah yang ada dapat disimpulkan bahwa:

1. Tren Penjualan dan Keuntungan Dalam 3 tahun terakhir cenderung mengingkat, namun setelah dilihat setiap bulannya ada fluktuasi yang dapat dipengaruhi beberapa faktor diantaranya adalah quantity setiap bulan dan untuk keuntungan dipengaruhi oleh discount yang diberikan

2. Customer paling berharga adalah mereka yang memiliki Customer Segment 'Champions' diantaranya adalah:

- Chevron

- BNP Paribas

- Mondelez International

- Tyson Foods

- Itochu

- AmerisourceBergen-

- Johnson & Johnson

- Kroger-

- Allstate

- Allianz

Namun ada fenemoena unik pada Customer Allstate: Meskipun spending perusahaan ini tinggi, ternyata perusahaan mengalami kerugian setelah melakukan transaksi dengan Allstate selama 3 tahun terkahir.

3. Faktor yang mempengaruhi keuntungan diantaranya adalah:

- Diskon: Discount yang besar dapat membuat perusahaan kehilangan keuntungan sebanyak 2x lipat

- Region: Setiap region memiliki perbedaan keuntungan yang disebabkan perbedaan prefensi dari

# Rekomendasi

1. Optimalisasi Strategi Diskon:

- Lakukan analisis mendalam terhadap dampak diskon terhadap keuntungan. Khususnya, identifikasi titik impas di mana diskon masih menghasilkan profitabilitas positif dan gunakan informasi ini untuk menyesuaikan strategi penetapan harga.

- Pertimbangkan penerapan diskon dinamis yang berbasis pada perilaku pembelian pelanggan, volume pembelian, dan frekuensi pembelian untuk memaksimalkan keuntungan.

2. Analisis Fluktuasi Bulanan:

- Kembangkan sistem pemantauan yang lebih cermat untuk mengidentifikasi dan menganalisis faktor-faktor yang menyebabkan fluktuasi penjualan bulanan.

- Gunakan analisis data untuk memahami tren musiman dan merencanakan promosi atau penyesuaian inventaris sesuai dengan tren tersebut.

3. Meningkatkan Relasi dengan Pelanggan ‘Champions’:

- Tingkatkan interaksi dan personalisasi layanan dengan pelanggan dari segmen 'Champions' untuk memperkuat loyalitas dan meningkatkan frekuensi transaksi.

- Evaluasi ulang hubungan dengan Allstate dan cari tahu penyebab kerugian yang terjadi. Pertimbangkan renegosiasi ketentuan atau kondisi yang lebih menguntungkan jika diperlukan.

4. Analisis Regional Keuntungan:

- Lakukan analisis komprehensif terhadap performa regional untuk mengidentifikasi area-area dengan performa buruk dan alasan di baliknya.

- Kembangkan strategi pemasaran yang disesuaikan dengan preferensi dan kebutuhan khusus di setiap region untuk meningkatkan keuntungan.

5. Pelatihan dan Pengembangan Tim Penjualan:

- Sediakan pelatihan berkala untuk tim penjualan mengenai strategi penjualan yang efektif, negosiasi, dan penggunaan data untuk penjualan.

- Motivasi tim penjualan dengan insentif yang dihubungkan langsung dengan pencapaian target yang berorientasi keuntungan.