

Analisis Cohort: The Look

Oleh:

Grup Pahami Konsep



Pengenalan Tim



Timothy Hartanto

Group Leader



**Moch. Rivan
Akhsa**

Data Analyst



Muh. Iqbal

Data Analyst



Dhika Rafi

Data Analyst



Agenda



Pengertian Bisnis

Pengenalan

The Look adalah platform e-commerce yang menawarkan produk fashion terlengkap dan harga yang kompetitif. Dengan klien berbasis internasional, The Look menyediakan fitur *international shipping & delivery* beserta *order cancellation*

Stakeholder Statement

Tim manajemen The Look menyadari kunci keberhasilan perusahaan adalah hubungan erat antara platform The Look dengan konsumen saat ini. Untuk meningkatkan hubungan tersebut, maka tim manajemen perlu melaksanakan analisa *cohort* konsumen untuk mengetahui retensi konsumen saat ini.





“Business opportunities are like buses. There’s always another one coming.”

Richard Branson

Rumusan Masalah

Bagaimana manajemen *The Look* mampu mengidentifikasi tren dalam retensi *cohort* sepanjang periode 2019 hingga 2024 untuk meningkatkan *repeat purchase* dan menunjang *long-term revenue* di platform *The Look*?

- Mitigasi data *invalid*: Perbandingan bulan , Kesalahan input tanggal
- Variabel *cohort retention* yang digunakan: Status order complete
- Periode *retention*: 6 bulan, fast fashion cycle

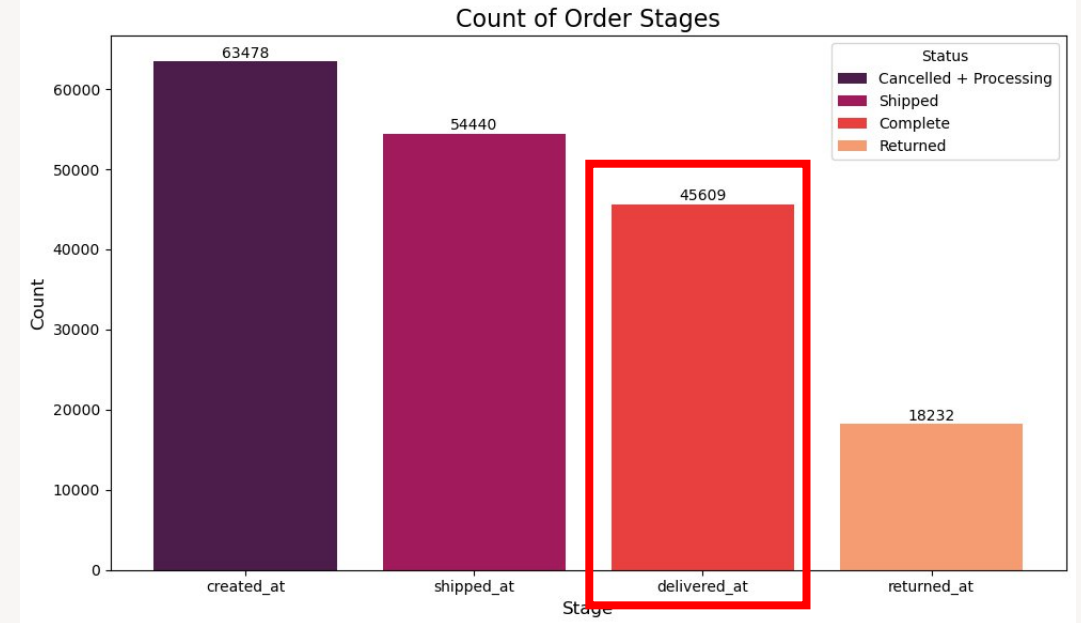
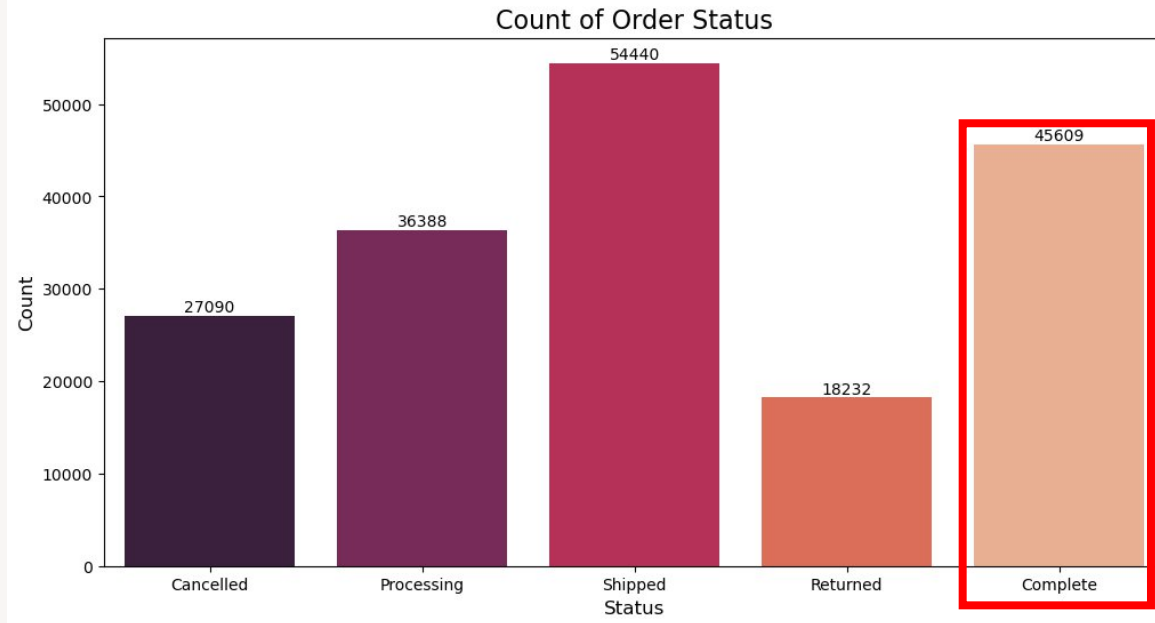


Exploratory Data Analysis

Analisa data melalui visualisasi untuk memahami karakteristik data.



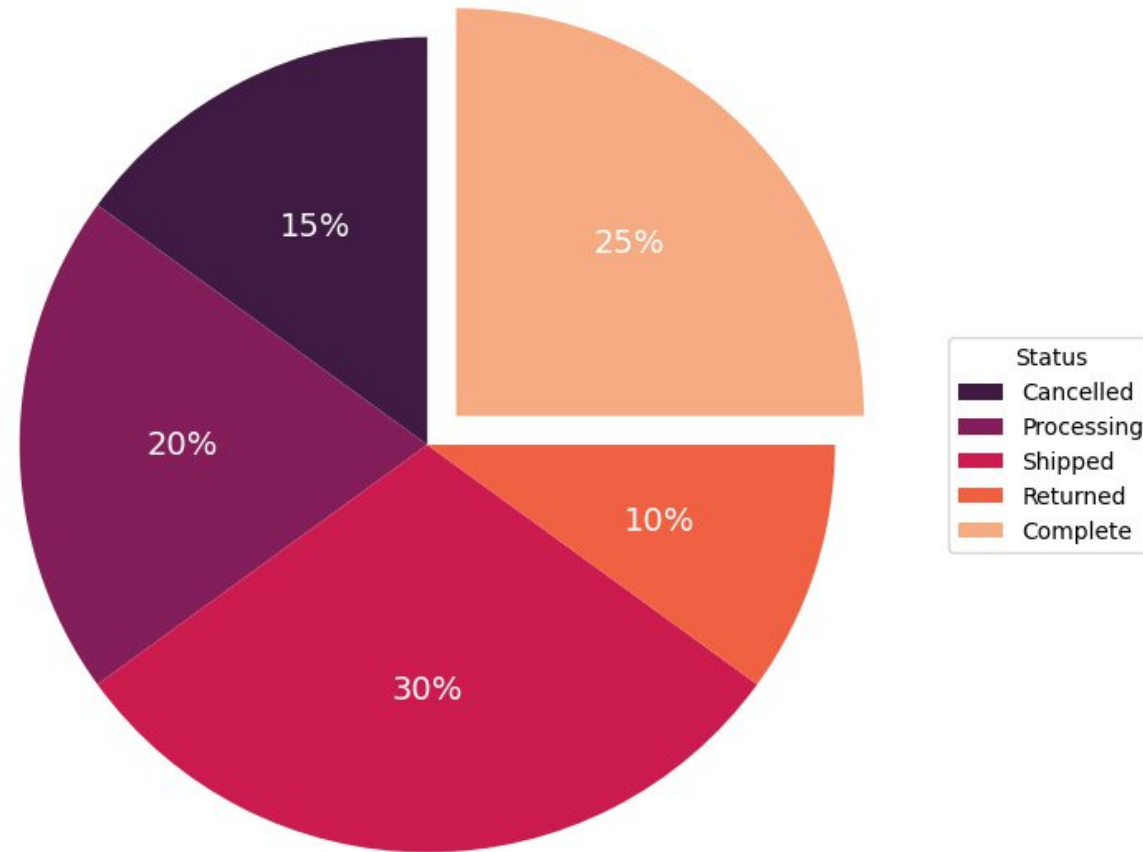
Exploratory Data Analysis (1/4)



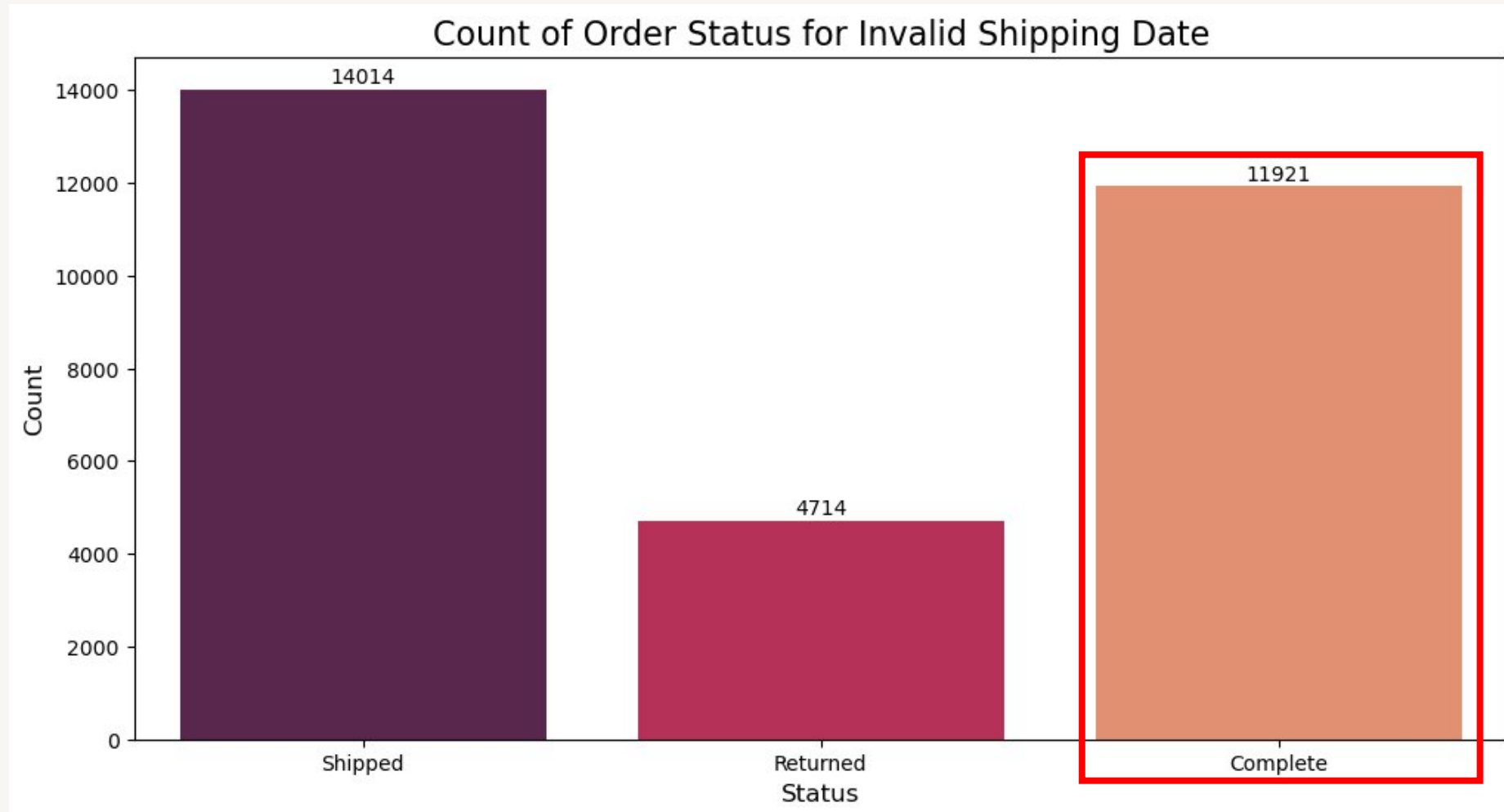
Perbandingan jumlah status order dengan jumlah tahapan order

Exploratory Data Analysis (2/4)

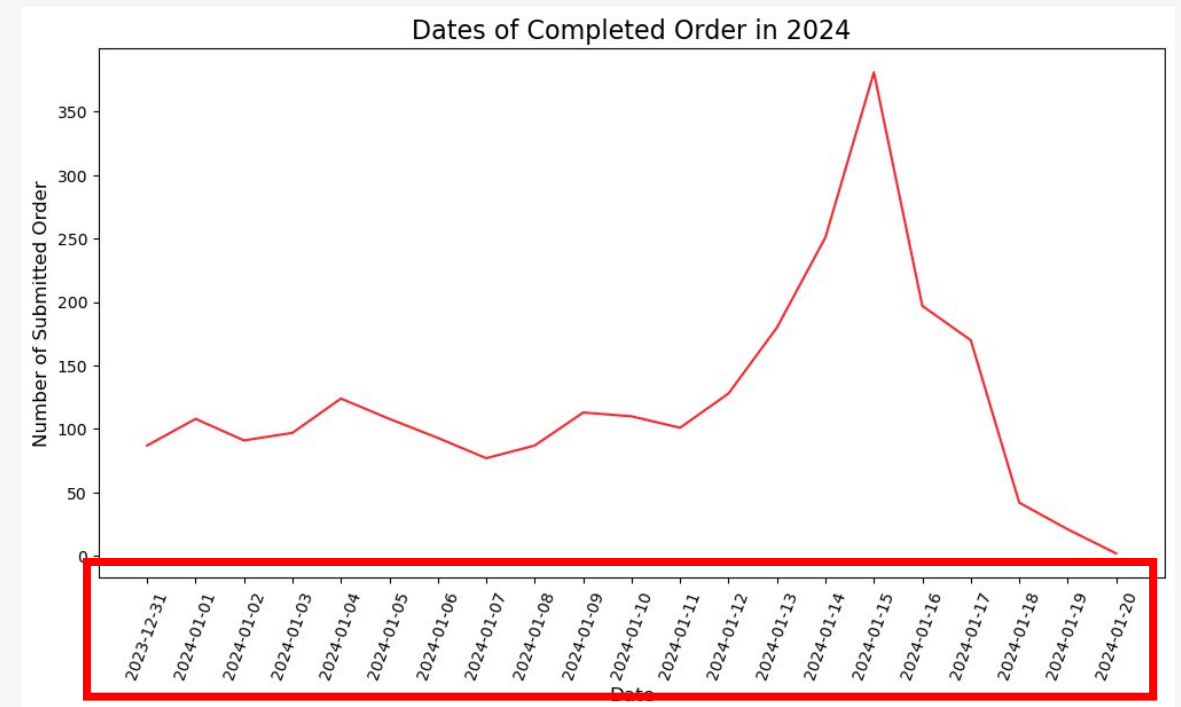
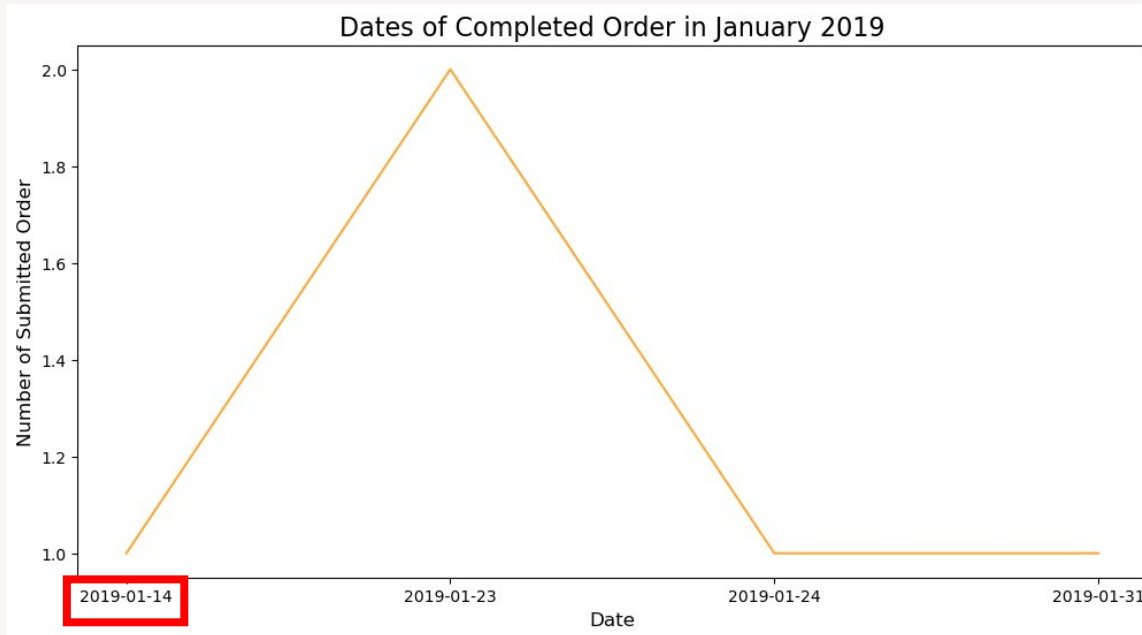
Order Status Proportions



Exploratory Data Analysis (3/4)



Exploratory Data Analysis (4/4)

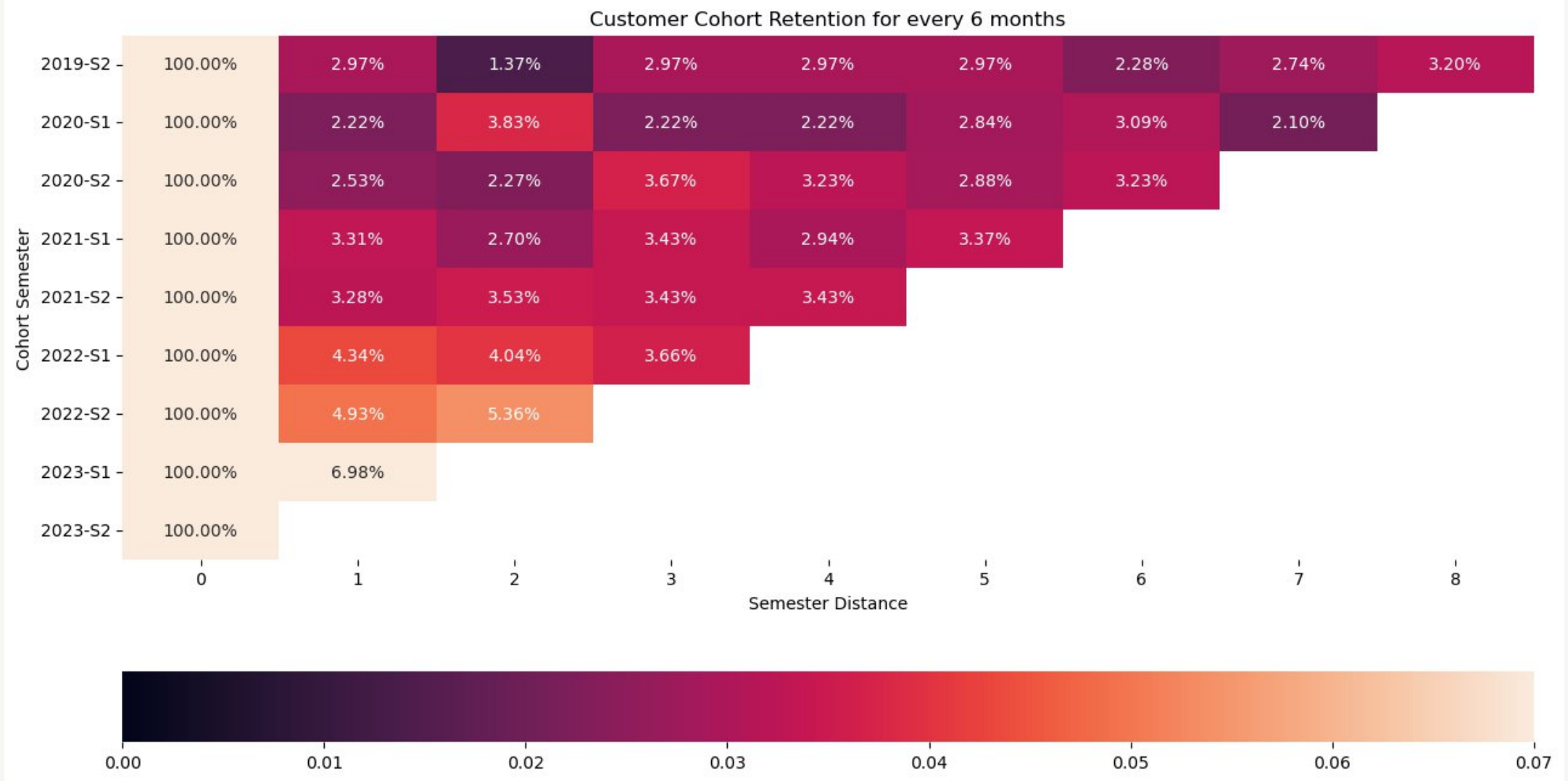


Analisis Retensi Cohort

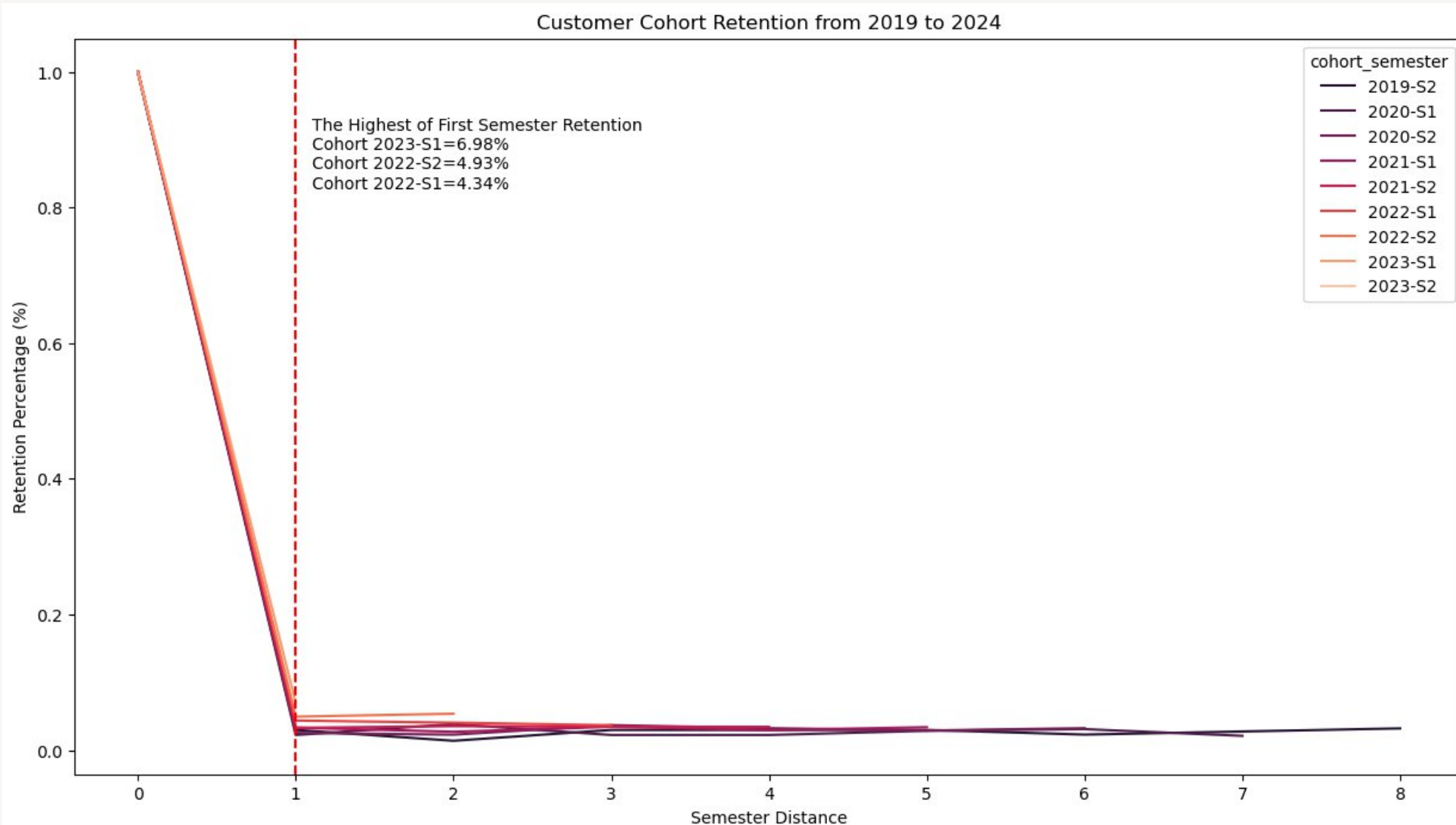
Analisa retensi *cohort* melalui visualisasi *heatmap* dan *lineplot*, beserta wawasan yang dapat diambil dari kedua visualisasi tersebut



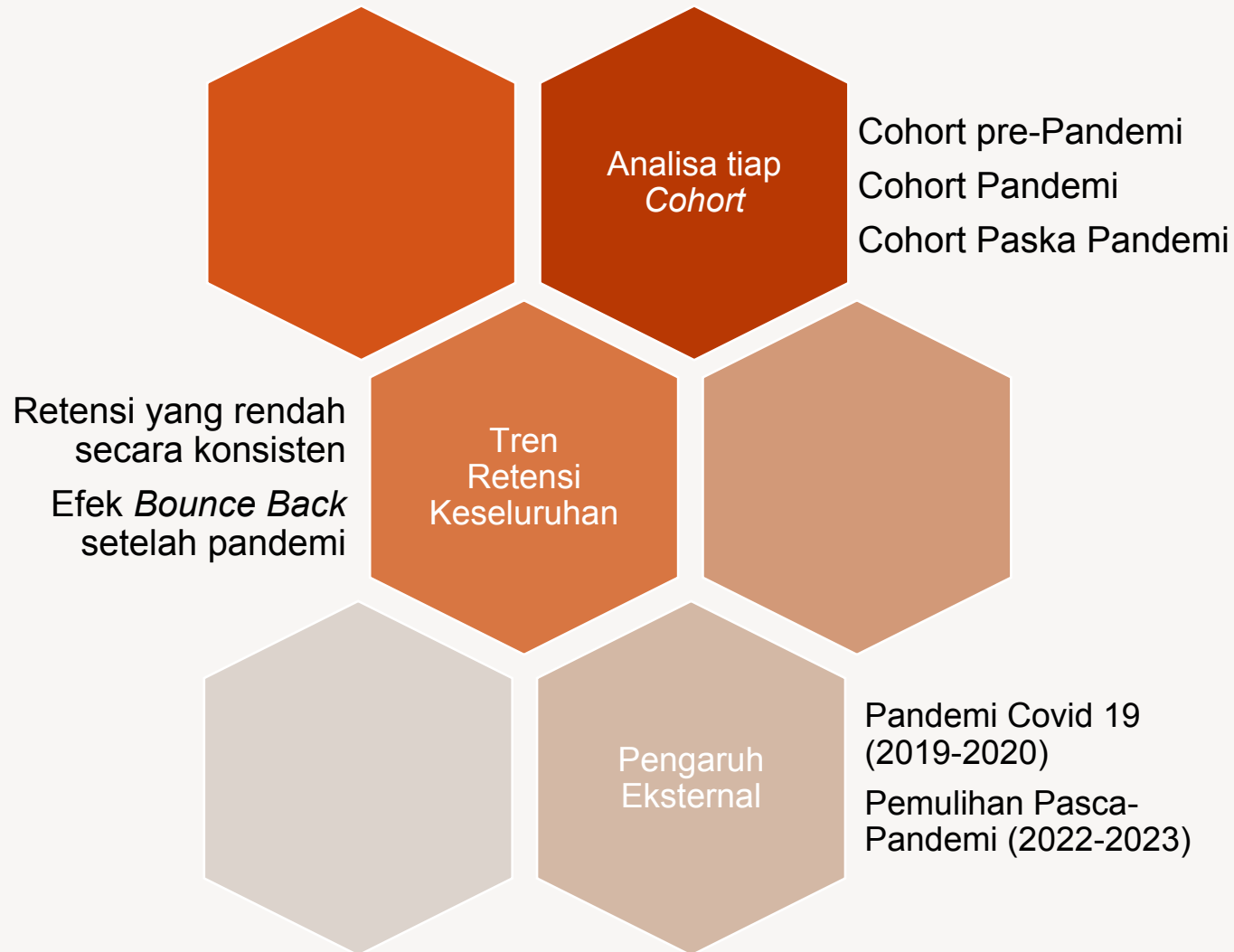
Analisis Retensi Cohort - Heatmap



Analisis Retensi Cohort - Lineplot



Analisis Retensi Cohort - Wawasan



Kesimpulan & Rekomendasi



Optimalkan retensi pelanggan baru:

- *Cohort* terbaru menunjukkan potensi besar. Strategi seperti program *loyalty* dan personalisasi produk bisa membantu meningkatkan retensi.



Fokuskan retensi periode awal

- Tingkat *customer churn* pada semester awal sangat tinggi, sehingga intervensi seperti diskon untuk pembelian kedua atau pengingat belanja patut dipertimbangkan



Intensifikan strategi pasca-pandemi

- Retensi *cohort* periode pasca pandemi menunjukkan penambahan signifikan, sehingga dapat dibuktikan bahwa strategi baru manajemen yang diterapkan memiliki efek positif dan dapat ditingkatkan intensitasnya

Terima Kasih

