

# Marketing Analysis and Customer Segmentation

## BUSINESS REQUIREMENTS DOCUMENT

IFOOD

THE LEAD FOOD RETAIL COMPANY

Brazil

23/12/2022 Made by Dartwin

Final Project

Business Intelligence Bootcamp Batch 5

Dibimbing



## Daftar Isi

1. Latar Belakang	1
2. Produk	1
2.1. Saluran Penjualan Produk	2
2.2. Nilai untuk Customer	2
2.3. Pengembangan Kedepan	2
3. Business Requirement	2
3.1. Dataset	2
4. Business Objective	4
4.1. Marketing Analysis	4
4.2. Customer Segmentation RFM	4
6. Jadwal, Timeline, dan Deadline	6
6.1. Gantt Chart	6

## 1. Latar Belakang

iFood adalah perusahaan yang bergerak di bidang ritel makanan. Saat ini iFood memiliki sekitar ratus ribuan customer yang terdaftar dan melayani hamper satu (1) juta konsumen setiap bulannya. iFood menjual produk dari 5 kategori utama: anggur, produk daging, buah-buahan, ikan olahan khusus, dan produk manis. Planggan dapat memesan dan memperoleh produk melalui 3 saluran penjualan: toko fisik, katalog, dan situs web perusahaan.

Secara global, perusahaan memiliki pendapatan yang solid dan sehat dalam 3 tahun tearakhir, tetapi prospek pertumbuhan laba untuk 3 tahun ke depan tidak menjajnjikan. Untuk alasan ini, beberapa inisatif strategi sedang dipertimbangkan untuk membalikkan situasi ini. Salah satunya adalah meningkatkan kinerja kegiatan pemasaran dengan fokus khusus pada kampanye pemasaran.

## 2. Produk

iFood memiliki produk yang terdiri dari 5 kategori utama:

- Anggur (wines)
- Produk daging (rare meat products)
- Buah-buahan (exotic fruits)
- Ikan olahan khusus (specially prepared fish products)
- Produk manis (sweet products)



**Gambar 2.1.** Ilustrasi Anggur



**Gambar 2.2.** Ilustrasi Produk Daging



**Gambar 2.3.** *Ilustrasi Buah-Buahan*



**Gambar 2.4.** *Ilustrasi Ikan Olahan Khusus*



**Gambar 2.5.** *Ilustrasi Produk Manis*

### 2.1. Saluran Penjualan Produk

Saluran penjualan produk dilakukan melalui 3 saluran:

- Toko fisik
- Katalog
- Situs web

### 2.2. Nilai untuk Customer

Customer dapat menikmati produk makanan yang segar, sehat, dan lengkap setiap hari.

### 2.3. Pengembangan Kedepan

Meningkatkan kinerja kegiatan pemasaran dengan fokus khusus pada kampanye pemasaran.

## 3. Business Requirement

### 3.1. Dataset

#### 1. Konteks Data

Dataset kampanye pemasaran **ifood\_df.csv** yang meliputi informasi tentang:

- a. Customer Profiles

- b. Product Preferences
- c. Campaign Successes/Failures
- d. Channel Performance

## 2. Konten Data

Informasi dari sumber menyatakan dataset kampanye pemasaran **ifood\_df.csv** berisi data sosio-demografis dan firmografis tentang 2.240 customer yang dihubungi. Selain itu, dataset juga berisi data transaksi customer yang merespons kampanye dengan membeli produk. Deskripsi data berupa berikut ini:

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

**Gambar 3.1.** Deskripsi Dataset *ifood\_df.csv*

Namun, setelah dilakukan pengecekan dataset ditemukan beberapa ketidaksesuaian berupa berikut:

1. Jumlah baris setiap kolom awal adalah 2205 baris
2. Jumlah kolom yang dijelaskan keterangannya hanya sebanyak 25 kolom, sedangkan total kolom ada sebanyak 38 kolom
3. Terdapat kolom yang tidak dijelaskan, tetapi ada pada dataset, atau sebaliknya, seperti DtCustomer

## 4. Business Objective

Objektif dalam proyek ini adalah menentukan business improvement pada kampanye pemasaran yang dilakukan oleh divisi Marketing melalui marketing analysis dan customer segmentation RFM (recency, frequency, and monetary value).

### 4.1. Marketing Analysis

1. Melakukan exploratory data analysis terhadap data kampanye marketing yang sudah ada
2. Menentukan marketing metrik conversion rate dan retention rate kampanye marketing
3. Menganalisa pengaruh komplain customer terhadap retention rate kampanye marketing

### 4.2. Customer Segmentation RFM

1. Melakukan segmentasi customer perusahaan menjadi tipe-tipe customer berupa best customer, loyal customer, big spender, dan almost lost and lost good customer
2. Menentukan jumlah masing-masing tipe customer yang ada
3. Menganalisa customer transaction berdasarkan tipe customer yang ada



## 6. Jadwal, Timeline, dan Deadline

### 6.1. Gantt Chart

Jadwal, timeline, dan deadline pada proyek mengikuti keterangan pada gantt chart berikut.

No.	Department	Activity	Jan 2023				Feb 2023				Mar 2023				Apr 2023				Mei 2023				Jun 2023				Jul 2023				Agu 2023				Sep 2023				Okt 2023				Nov 2023				Des 2023			
			1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4								
1	Business Intelligence	Exploratory data analysis	Light Green	Light Green																																														
		Marketing Analysis	Blue																																															
		Customer Segmentation		Green																																														
		Business Recommendation			Yellow																																													
2	Marketing	Marketing planning I				Red																																												
		Marketing campaign I					Light Blue																																											
		Recap on marketing campaign I						Orange																																										
		Marketing planning II																																																
		Marketing campaign II																																																
		Recap on marketing campaign II																																																
		Marketing planning III																																																
		Marketing campaign III																																																
		Recap on marketing campaign III																																																
		Marketing planning IV																																																
		Marketing campaign IV																																																
		Recap on marketing campaign IV																																																
3	Finance, Accounting, and Tax	Cost accounting				Grey																																												
		Pricing					Green																																											
		Monthly finance report																																																

