

스프린트 미션 4

개요

분석 목표



1. 포르투갈 은행의 마케팅 데이터를 분석하고, 마케팅 캠페인의 효율성을 높이는 전략을 도출.
2. 데이터를 통해 고객이 **정기 예금을 가입할 가능성**을 예측
3. 정기 예금과 관련이 있는 요소들을 파악해보고, 고객의 행동을 이해
4. 어떤 상황에서 어떤 고객들이 정기 예금을 가입할지 분석

데이터 셋



데이터

Bank Marketing

데이터 설명

bank-additional-names.txt

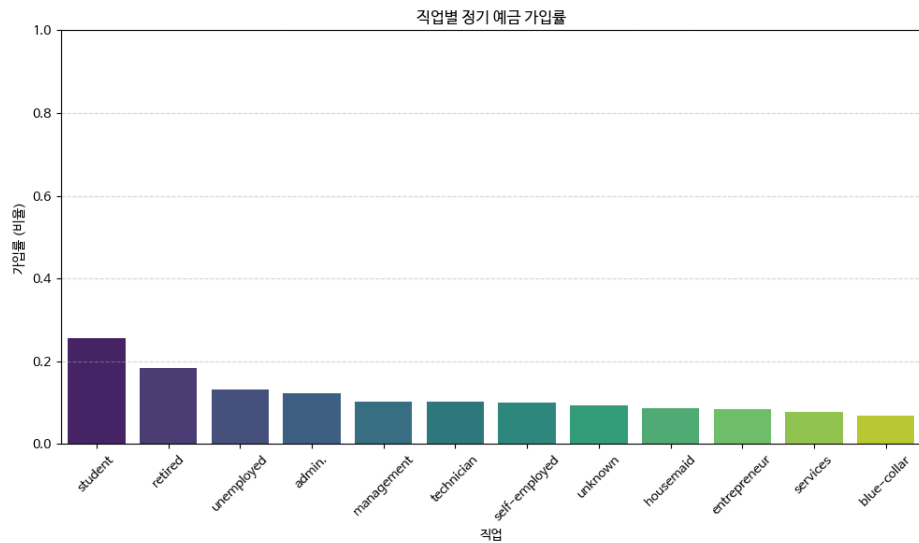
데이터 정보

- 사용 데이터셋: bank-additional-full.csv

컬럼명	설명
age	나이 (숫자)
job	직업 (범주형)
marital	결혼 여부 (범주형)
education	교육 수준 (범주형)
default	신용 불량 여부 (범주형)
housing	주택 대출 여부 (범주형)
loan	개인 대출 여부 (범주형)
contact	연락 유형 (범주형)
month	마지막 연락 월 (범주형)
day_of_week	마지막 연락 요일 (범주형)
duration	마지막 연락 지속 시간, 초 단위 (숫자)
campaign	캠페인 동안 연락 횟수 (숫자)
pdays	이전 캠페인 후 지난 일수 (숫자)
previous	이전 캠페인 동안 연락 횟수 (숫자)
poutcome	이전 캠페인의 결과 (범주형)
emp.var.rate	고용 변동률 (숫자)
cons.price.idx	소비자 물가지수 (숫자)
cons.conf.idx	소비자 신뢰지수 (숫자)
euribor3m	3개월 유리보 금리 (숫자)
nr.employed	고용자 수 (숫자)
y	정기 예금 가입 여부 ('y' 또는 'no'로 표시됨)

데이터 분석

1. 특정 직업군에서 정기 예금 가입률이 높은가요?



분석

학생, 퇴직자, 실업자 순으로 높은 정기 예금 가입률을 보임.

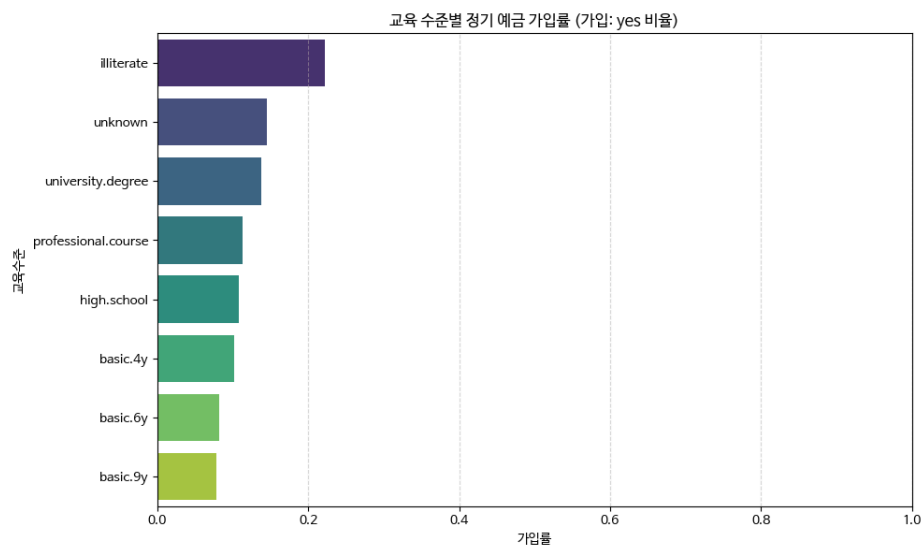
해당 현상은 수입이 일정하지 않은 상황에 불확실한 미래에 대한 대비책으로 정기 예금 가입률이 높은 현상으로 보임

인사이트

수입이 일정하지 않은 고객(학생, 퇴직자, 실업자 등)을 대상으로 맞춤 정기 예금 가입 상품을 적극적으로 홍보하는 전략이 필요해 보임.

타 정기 예금 상품보다 이자율이 높다거나 신규 가입시 소정의 금액을 계좌에 넣어주거나, 만기일동안 한번도 해지하지 않은 고객들을 대상으로 특별 이자율 부여 혹은 연속으로 예금 가입시 혜택을 부여하는 이벤트 상품을 기획하는 것 또한 필요해보임.

2. 교육 수준에 따라 정기 예금 가입률이 달라지나요?





분석

문맹의 가입률이 가장 높고, 직업을 공개하지 않은 고객, 대졸 학력자 순으로 높은 비중을 보임.

문맹은 말 그대로 글을 읽고 이해하는 능력이 상대적으로 떨어지는 것을 의미하므로, 해당 고객층의 정기 예금 가입률이 높은 현상은 **외부 권유에 의존하거나, 사회적 위치에 따른 불안정성**에 따른 미래 대비 심리가 포함됐다고 판단함.

예금 가입률이 높은 상위 세 교육수준별 고객의 공통점으로 리스크를 회피하려는 성향이 강하게 반영됐다고 판단함.

인사이트

교육 수준이 낮은 고객들을 끌어들이기 위한 영업 사원 증원 및 정기 예금 상품에 대한 긍정적 효과를 홍보하는 전략이 필요하다고 생각됨.