

# Customer Analytics Report

STRATEGI BERBASIS DATA  
UNTUK MENINGKATKAN  
KINERJA SUPERMARKET

BY DEVI TRISNAWATI





## Daftar Isi:

- 
- 1. Latar Belakang
  - 2. Tujuan Analisis
  - 3. Profil Umum Pelanggan
  - 4. Perilaku Belanja
  - 5. Efektivitas Promosi
  - 6. Temuan Penting
  - 7. Rekomendasi

NEXT





# Latar Belakang

2.229

Our Customer

- Data transaksi yang dikumpulkan oleh supermarket mencerminkan aktivitas belanja pelanggan yang dapat diolah untuk menggali informasi penting, seperti preferensi produk, waktu pembelian favorit, dan efektivitas cabang.
- Dengan menganalisis data pelanggan secara sistematis, supermarket dapat menyusun strategi pemasaran yang lebih tepat sasaran, meningkatkan pengalaman pelanggan, serta memaksimalkan keuntungan.

READ MORE





## Tujuan

- Mengoptimalkan strategi pemasaran berdasarkan data pelanggan
- Mengidentifikasi segmen pelanggan potensial
- Meningkatkan efektivitas kampanye promosi
- Menyusun rekomendasi actionable untuk manajemen



# Profil Umum Pelanggan

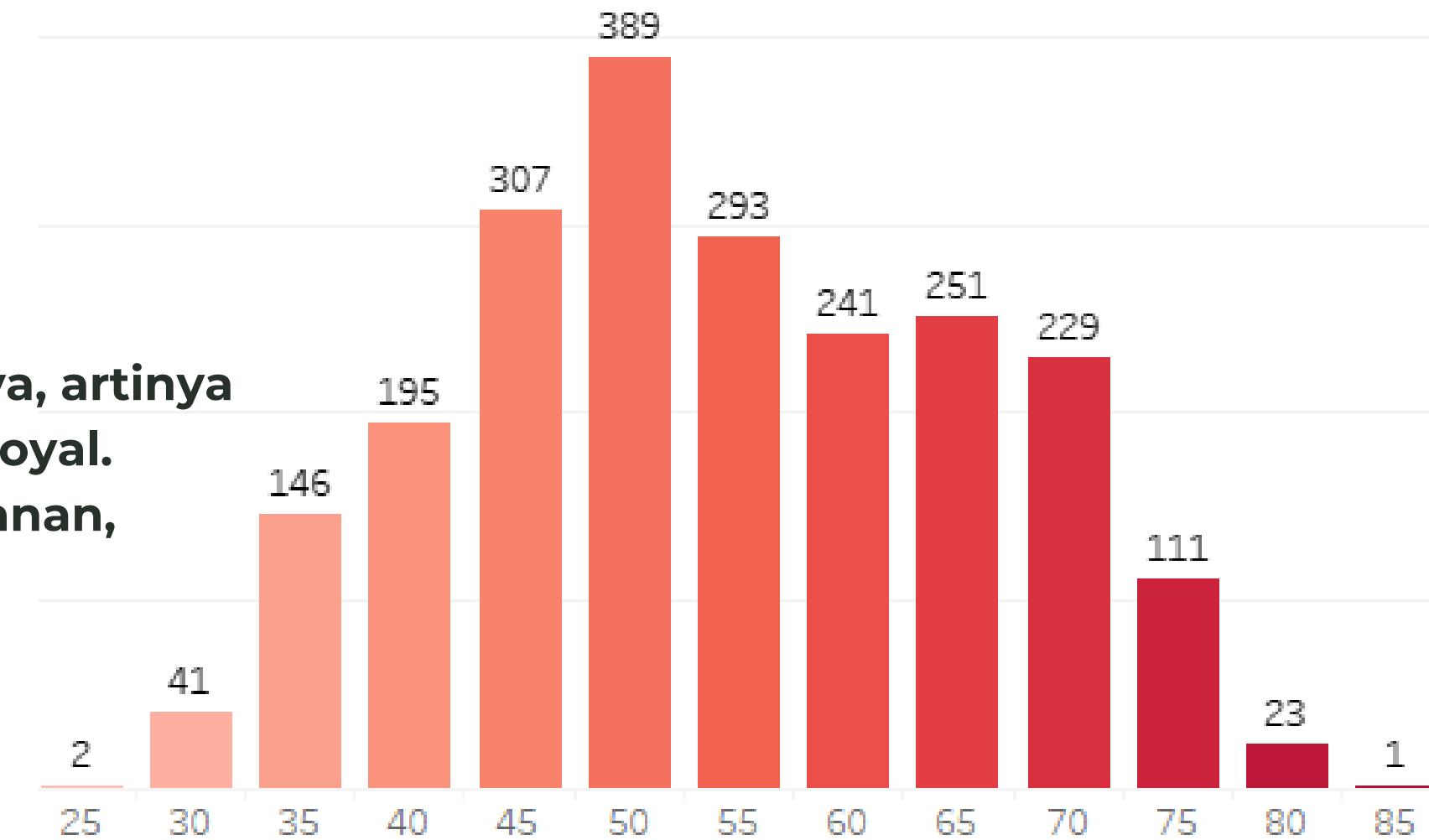
NEXT >



# Distribusi Usia

**Mayoritas pelanggan adalah orang dewasa paruh baya, artinya mereka sudah stabil secara finansial dan cenderung loyal. Promosi bisa dilakukan melalui pendekatan kenyamanan, kemudahan, dan kualitas layanan.**

**50 - 60 tahun**



**Lainnya**



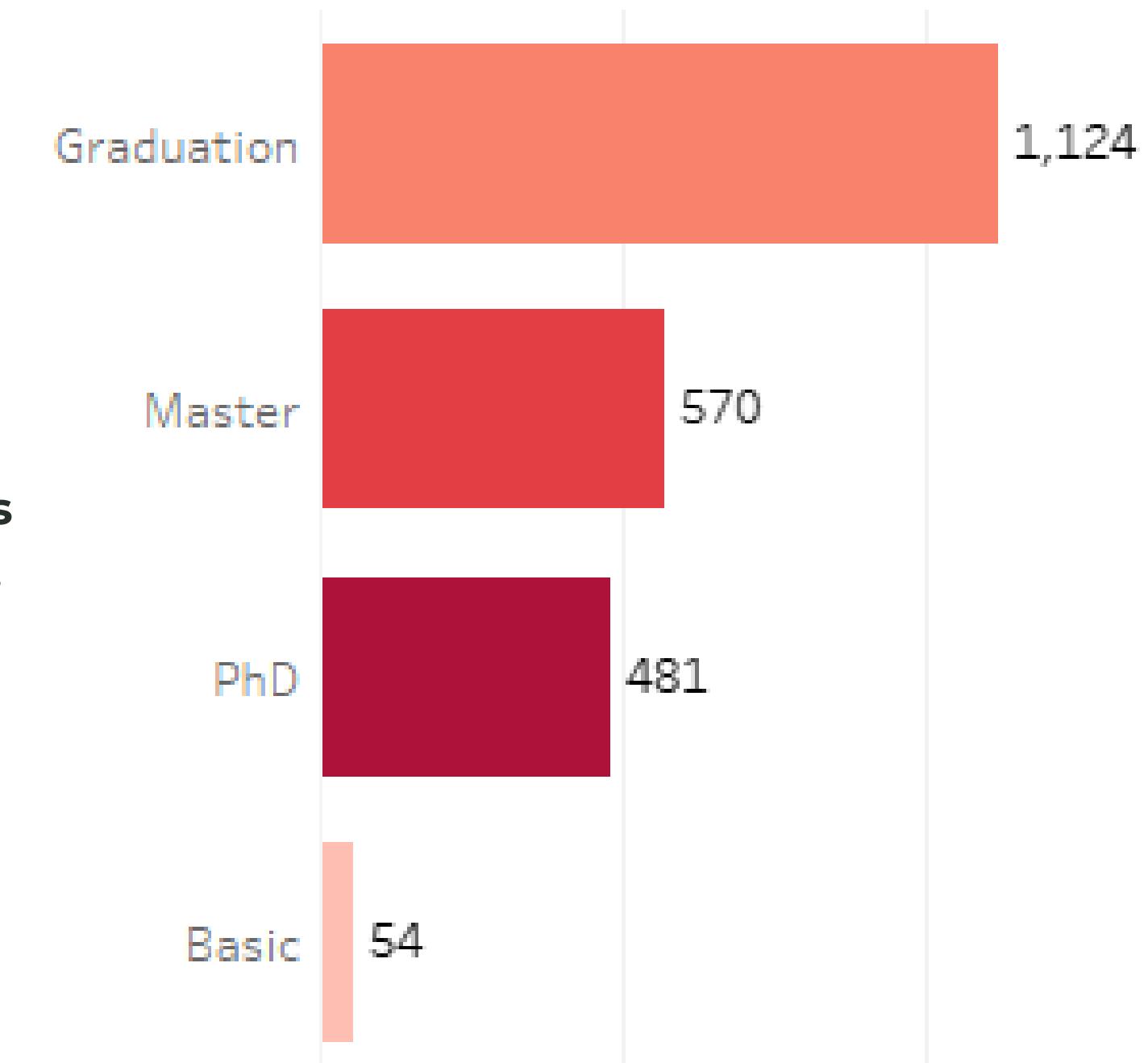
# Distribusi Pendidikan

Pelanggan terbanyak yaitu berpendidikan tinggi, artinya mereka cenderung: Responsif terhadap informasi yang logis dan rasional, Tertarik pada value bukan sekadar harga. Jadi, konten promosi sebaiknya dibuat profesional dan bernilai.

Graduation

Master and PhD

Basic



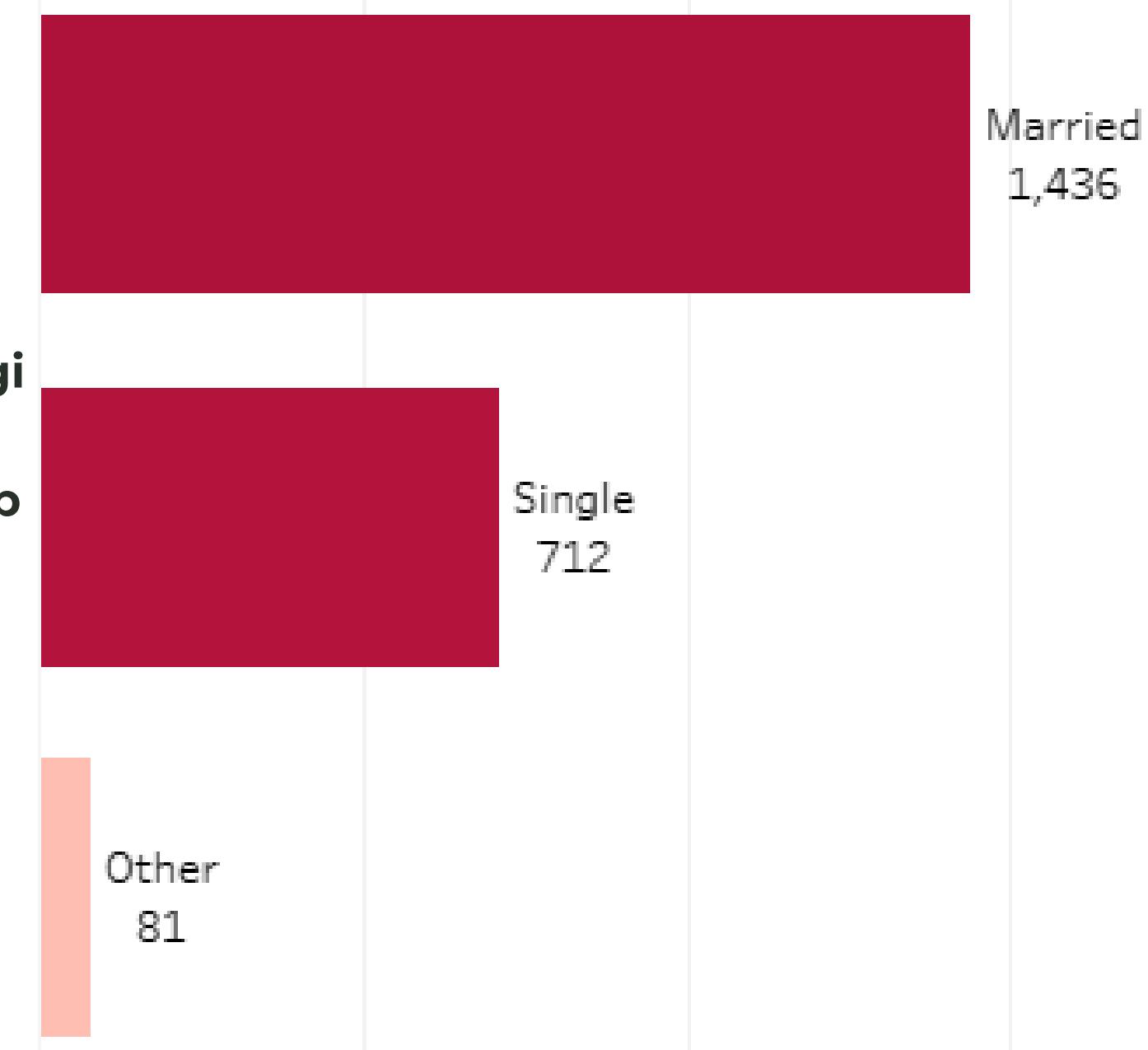
# Distribusi Marital Status

Mayoritas pelanggan adalah yang sudah menikah, jadi strategi komunikasi promosi bisa mempertimbangkan pendekatan keluarga atau pasangan. Namun, pelanggan single juga cukup banyak, bisa jadi target untuk promosi yang lebih individual/personal.

Married

Single

Other



# Distribusi Pendapatan

Sebagian besar pelanggan punya pendapatan menengah, jadi promosi berbasis harga, diskon, atau paket bundling akan lebih menarik bagi mereka. Promosi eksklusif bisa dibuat khusus untuk pelanggan dengan pendapatan tinggi.

30.000 - 70.000



80.000 - 100.000



Gorcery  
Store

# Perilaku Belanja

NEXT





# The Most Product

---

Produk Anggur (MntWines) menjadi kategori paling tinggi dalam total belanja, bahkan jauh melampaui kategori lainnya. Artinya pelanggan memiliki preferensi yang kuat terhadap produk premium atau lifestyle, seperti anggur.

## Wine



## Other



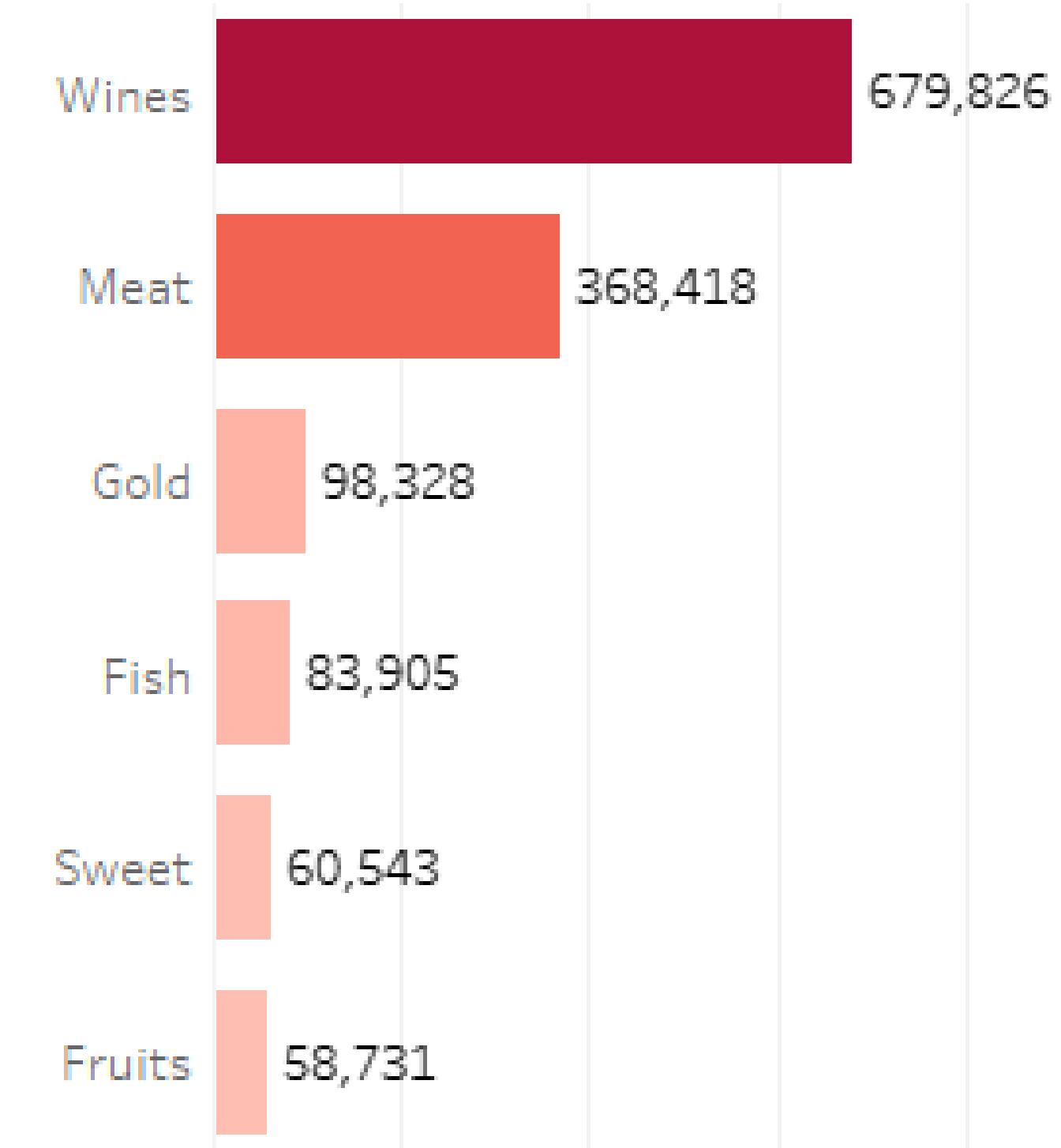
# The Most Product

Produk Anggur (MntWines) menjadi kategori paling tinggi dalam total belanja, bahkan jauh melampaui kategori lainnya. Artinya pelanggan memiliki preferensi yang kuat terhadap produk premium atau lifestyle, seperti anggur.

Wine



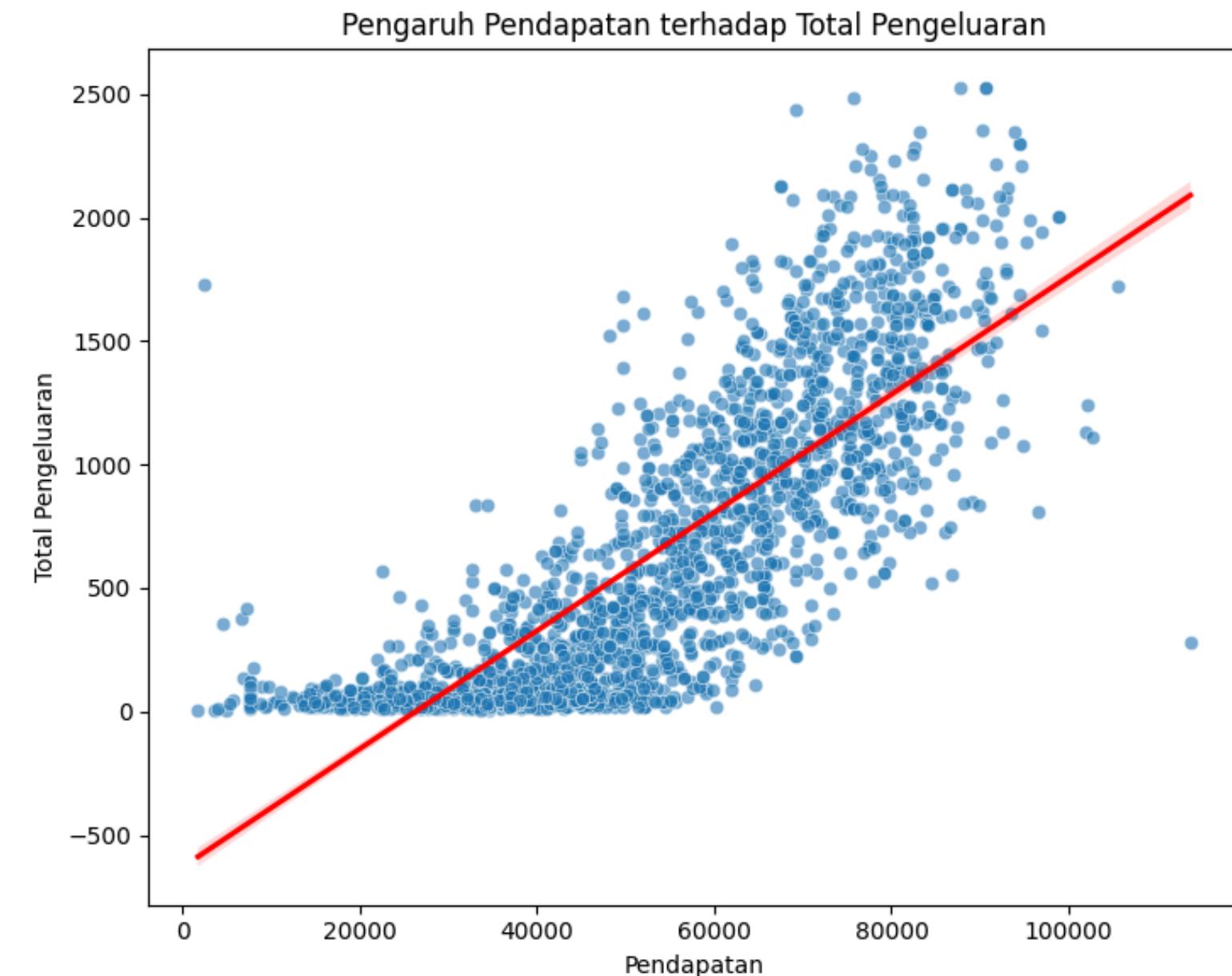
Other





# Pengaruh Pendapatan

- Semakin Tinggi Pendapatan, Semakin Tinggi Pengeluaran
- Semakin tinggi pendapatannya, variasi pengeluaran juga makin besar — artinya: Tidak semua orang kaya belanja besar, tapi semakin tinggi income, peluang belanja besar juga semakin besar.



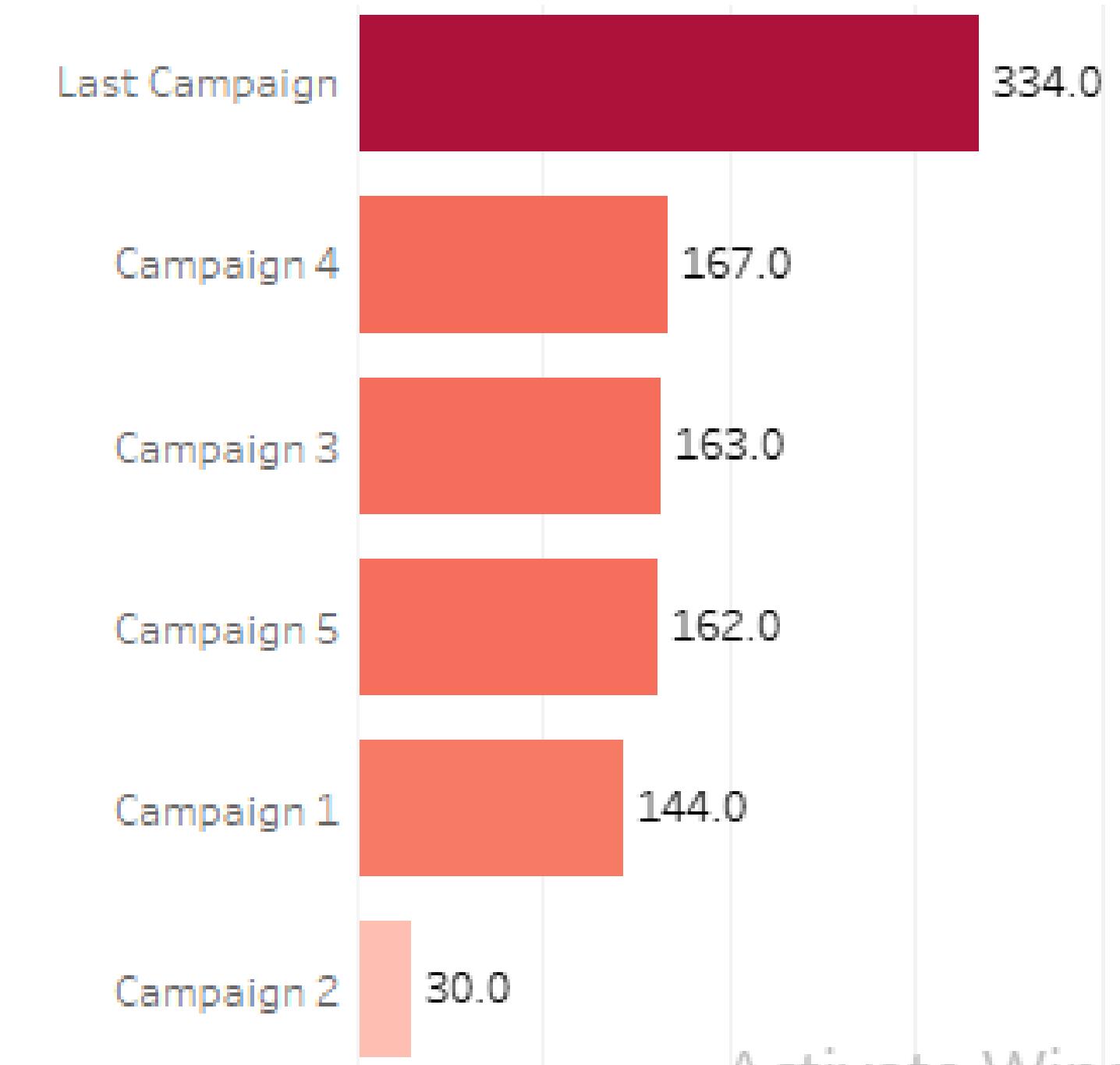
# Efektivitas Promosi

NEXT



# Hasil Kampanye

- Campaign 4 adalah yang paling berhasil, disusul Campaign 3 dan Campaign 5 yang memiliki jumlah respons hampir sama.
- Campaign 2 adalah kampanye yang paling tidak efektif, hanya mendapatkan sekitar 30-an respons pelanggan—jauh tertinggal dibanding kampanye lainnya.





Gorcery  
Store

# Temuan Utama

NEXT



- Pelanggan dengan Pendapatan Tinggi Cenderung Belanja Lebih Banyak
- Produk Anggur dan Daging Mendominasi Total Penjualan
- Pelanggan Berpendidikan Tinggi Lebih Responsif terhadap Promosi
- Status Pernikahan Mempengaruhi Respons Promosi





NEXT



Gorcery  
Store

# Rekomendasi





Grocery  
Store



## Fruits Package

Store New Package

# Strategi promosi berbasis segmentasi seperti:

- **Income-based:** eksklusif untuk high spender
- **Family-oriented:** bundling produk hemat untuk pelanggan dengan anak
- **Lifestyle:** produk premium untuk pelanggan tanpa anak

READ MORE





## Grocery Store



## Promosi kepada pelanggan yang terbukti responsif:

- Pelanggan dengan status single dan mempunyai pendidikan tinggi
- Gunakan email marketing, loyalty points, dan penawaran khusus

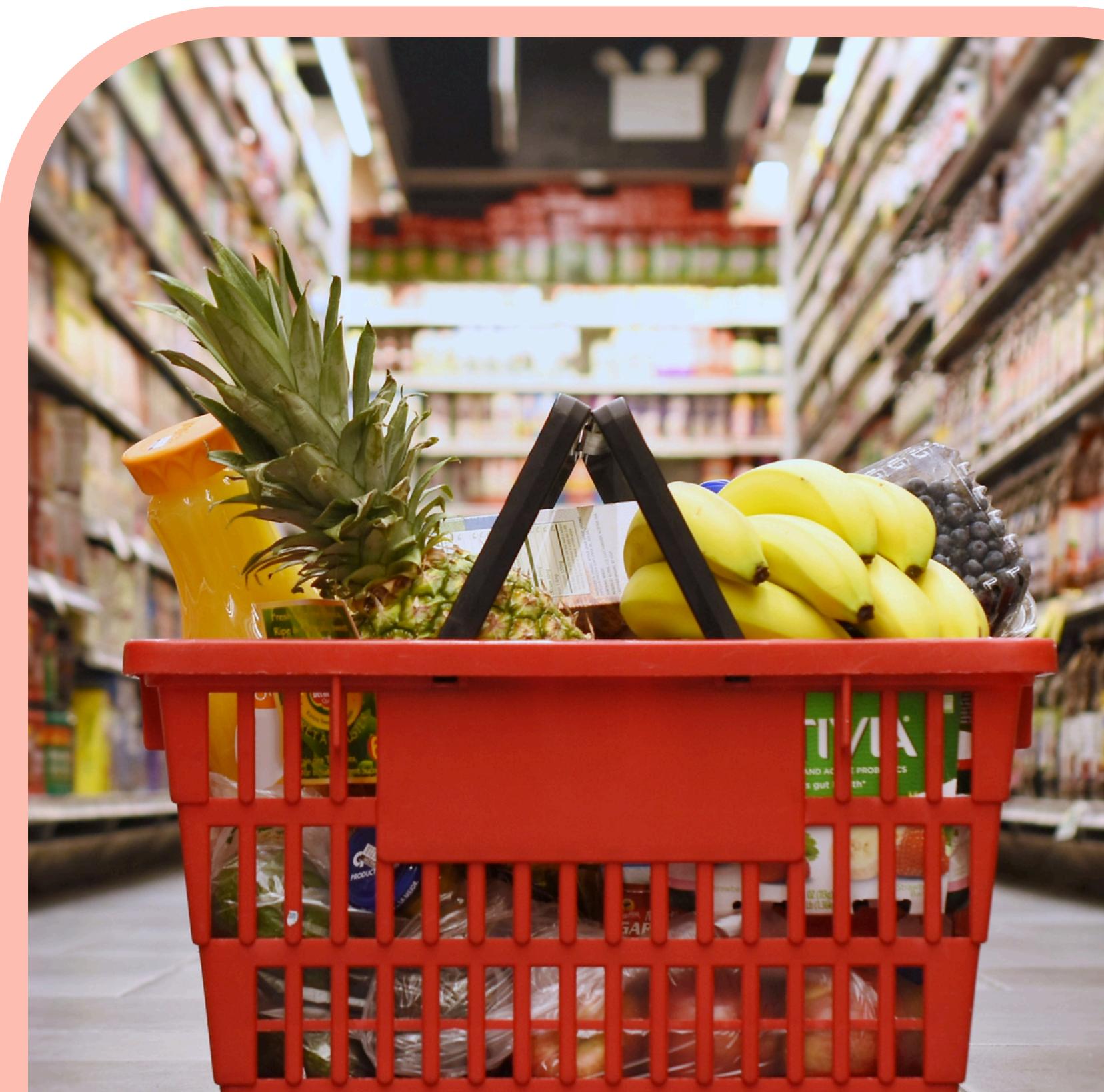
READ MORE





# Investasi pada Produk Premium

- Produk seperti wine dan meat memiliki potensi margin tinggi
- Berikan apresiasi dan sistem loyalti untuk pelanggan besar agar tetap belanja secara konsisten



# Thank You

GROCERY PRESENTATION 2022

Presentations are tools that can be used as lectures, speeches, reports, and more. It is mostly presented like before an audience. It serves a variety of purposes

END OF SLIDE >

