

customer-personality-analysis

Ezra Julang - Pelajar

Latar Belakang dan Metodologi



Latar Belakang

Mencari cara melakukan
campaign yang berhasil



Objektif

Untuk mengetahui
segmentasi keberhasilan
campaign berdasarkan
perilaku dan sifat
customer



Metodologi

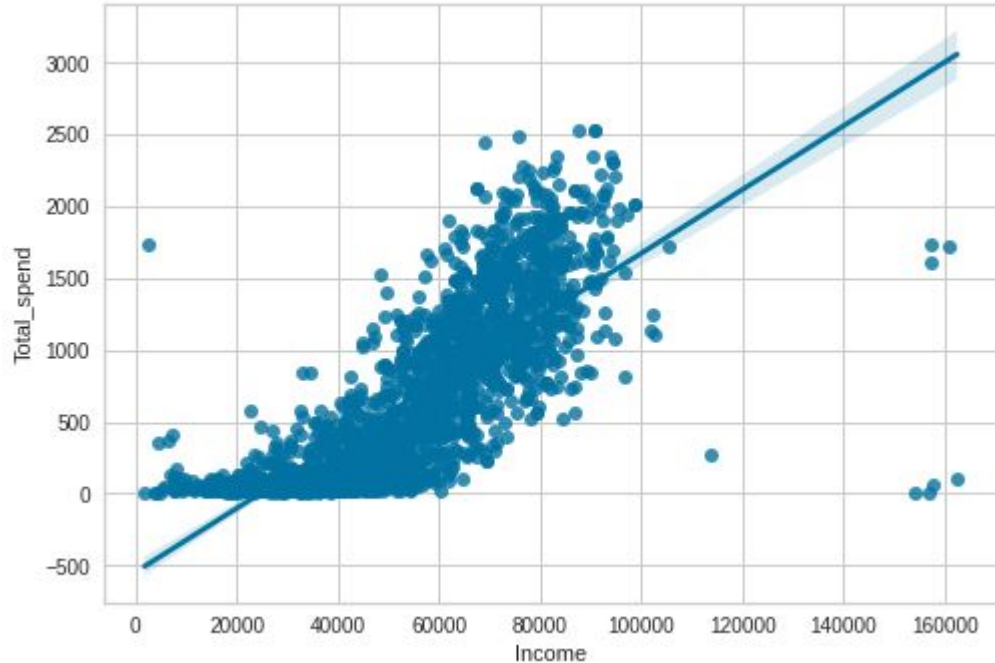
Analisa data dan
clustering pada customer
menggunakan k-means

Hipotesa

- 01 **Semakin besar pendapatan orang semakin besar penjualan**
- 02 **Semakin banyak anak semakin banyak kebutuhan dibeli**
- 03 **Semakin sering mengunjungi web semakin banyak pembelian**

Kondisi Data saat ini

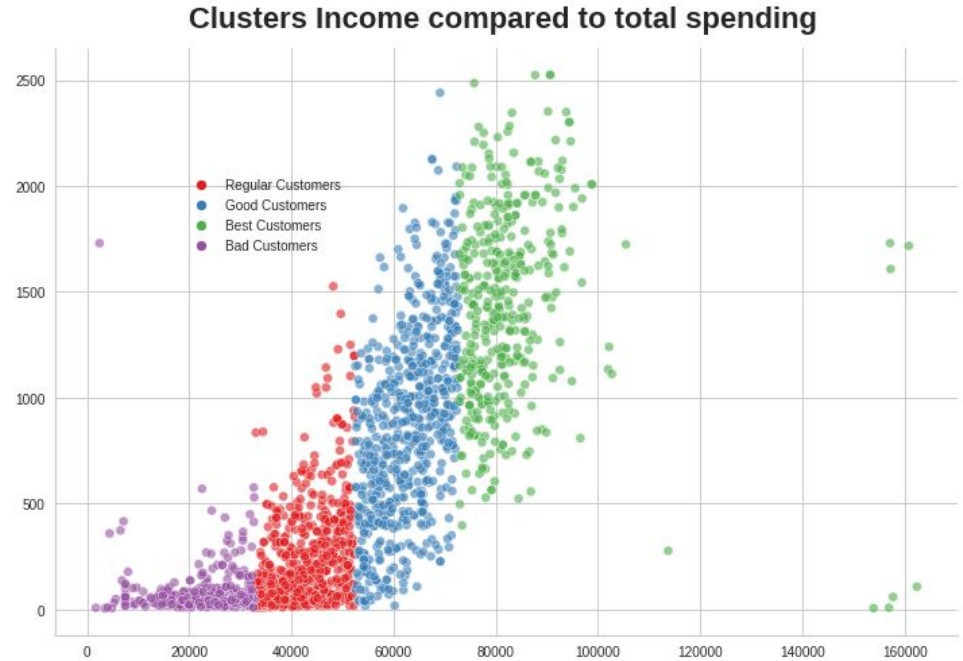
Jelas terdapat korelasi positif antara income dan total spend. Lantas bagaimana segmentasi customer? Apakah hanya terbagi dengan income dan spend saja?



Hasil Analisa

Customer seperti apa yang bisa ditawari produk baru terlebih dahulu?

- Customer dengan highest income
- Customer dengan highest spend



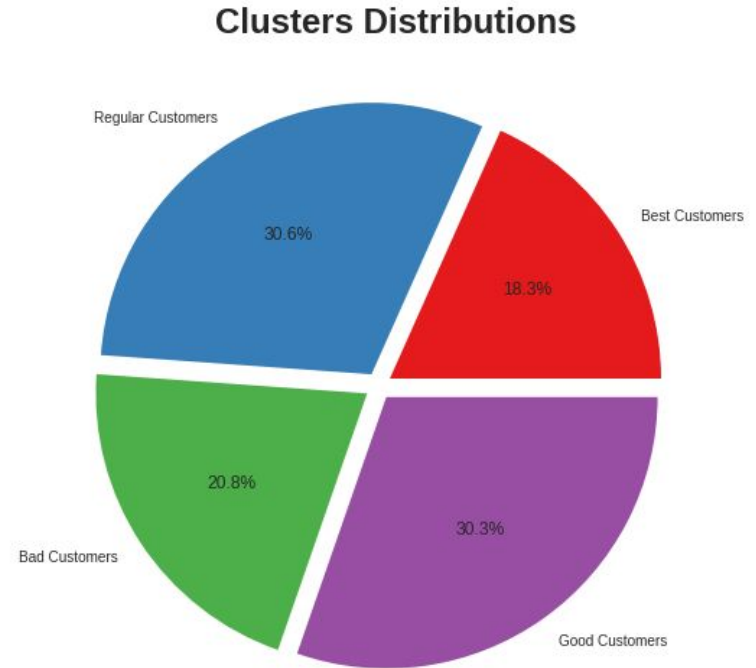
Hasil Analisa

Jika kita ingin membuat segmen, segmen seperti apa yang ingin teman-teman buat?

Dibuat 4 Segmen yaitu :

1. Best Customer
2. Good Customer
3. Regular Customer
4. Bad Customer

Gambar di samping adalah proporsi dari segemen customer yang dibuat



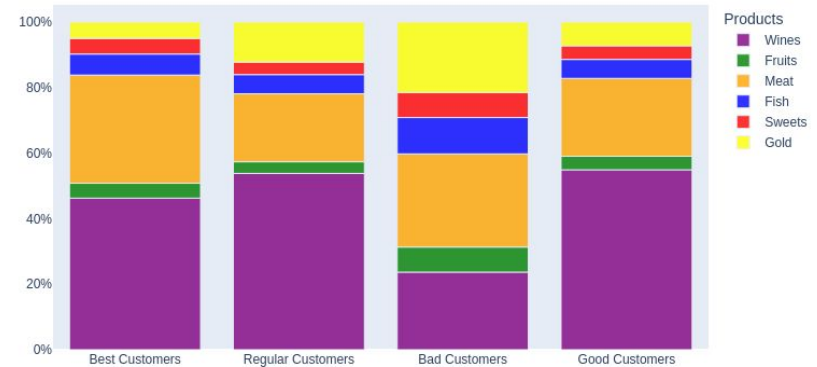
Personality keempat segmen customer

Best Customer	highest income, the most campaigns accepted, the most spender, tend have no child, least web visit
Good Customer	high income but not highest, high spender, oldest age group average, tend to have one child
Regular Customer	low income but not lowest, low spender, tend to have more than one children, often to visiting website
Bad Customer	lowest income, lowest spender, the least campaign accepted, youngest age group average, least educated, most number of web visit in a month

Analisa produk terjual

- Wines dan meat terjual paling banyak
- Fruits, sweet, dan fish susah terjual
- Proporsi jenis produk yang dibeli bad customer cenderung lebih balance untuk masing-masing jenis produk
- Bad customer paling suka membeli meat dan emas
- Best dan good customer lebih sedikit membeli emas dari segi proporsi dibanding produk lain

Products Distribution by Clusters



Kesimpulan

- Semakin banyak semakin banyak spend
- Semakin sedikit anak semakin banyak income dan spend
- Semakin sering mengunjungi website semakin sedikit penjualan
- **Rekomendasi::**
 - Fokuskan penjualan produk kepada best customer dengan income yang besar
 - Produk wines dan meat ebaiknya stok lebih banyak