



Kampanye Terbaik Annual Membership Cyclistic

Faza Dhiyaulhaq

22 Januari 2023

Cyclistic Business Background



Company Background:

- Perusahaan persewaan sepeda (bike-share) di Chicago
- Jenis Membership:
Annual Member: Pelanggan pembeli keanggotaan tahunan
Casual Member: Pelanggan pembeli tiket sekali jalan/sehari penuh

Keunggulan produk:

- Memiliki >5.800 sepeda dan >600 stasiun dok.
- Jenis sepeda lainnya:
 - reclining,
 - hand tricycles,
 - sepeda kargo
- Menjadikan bike-share lebih inklusif bagi penyandang disabilitas dan pengendara yang tidak dapat menggunakan sepeda roda dua standar.

Harapan dan Tujuan Company



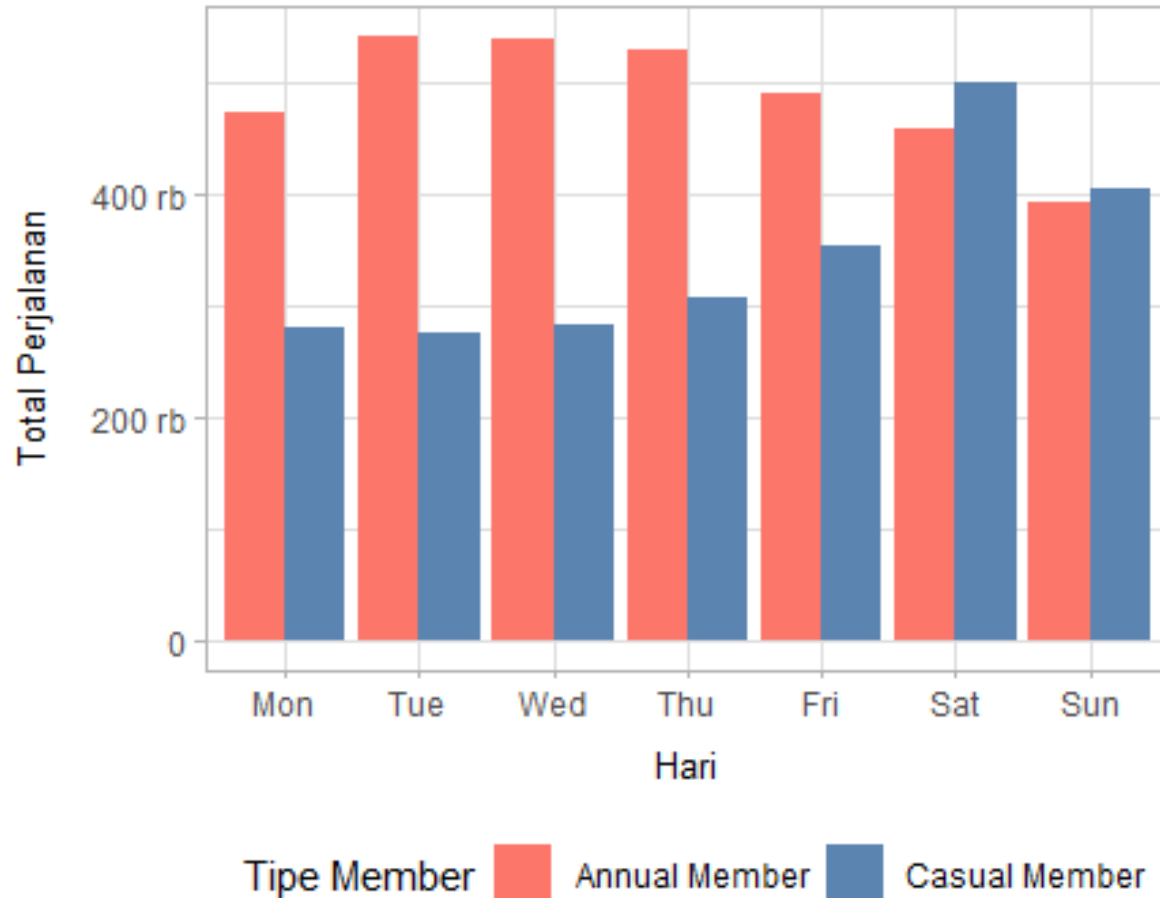
Stakeholders	Harapan	Tujuan Bisnis
Lily Moreno (Direktur Pemasaran)	Bukti pendukung teorinya dan rekomendasi pemasaran	Mengubah kelompok <i>casual members</i> yang cukup besar menjadi <i>annual members</i>
Tim Analitik Pemasaran	Mengungkap perbedaan dan motivasi dibalik tipe pelanggan yang berbeda	Menghasilkan hasil yang didasari oleh data dan dapat ditindaklanjuti untuk menginformasikan pengambilan keputusan bisnis
Tim Eksekutif	Wawasan yang menarik, mudah, dan relevan untuk menginformasikan keputusan pemasaran berbasis data	Menerapkan inisiatif strategi untuk mendorong pertumbuhan bisnis

Permasalahan

1. Bagaimana anggota tahunan dan pengendara biasa menggunakan sepeda secara berbeda?
2. Mengapa pengendara biasa membeli keanggotaan tahunan Cyclistic?
3. Bagaimana Cyclistic menggunakan media digital untuk mempengaruhi pengendara biasa untuk menjadi anggota?

Total Perjalanan Per Hari

Oktober 2021 Sampai September 2022



Rata-rata pengguna **Annual Member** lebih banyak digunakan pada hari kerja dikarenakan mayoritas yang menggunakan ini merupakan pekerja untuk transportasi sehari-hari.

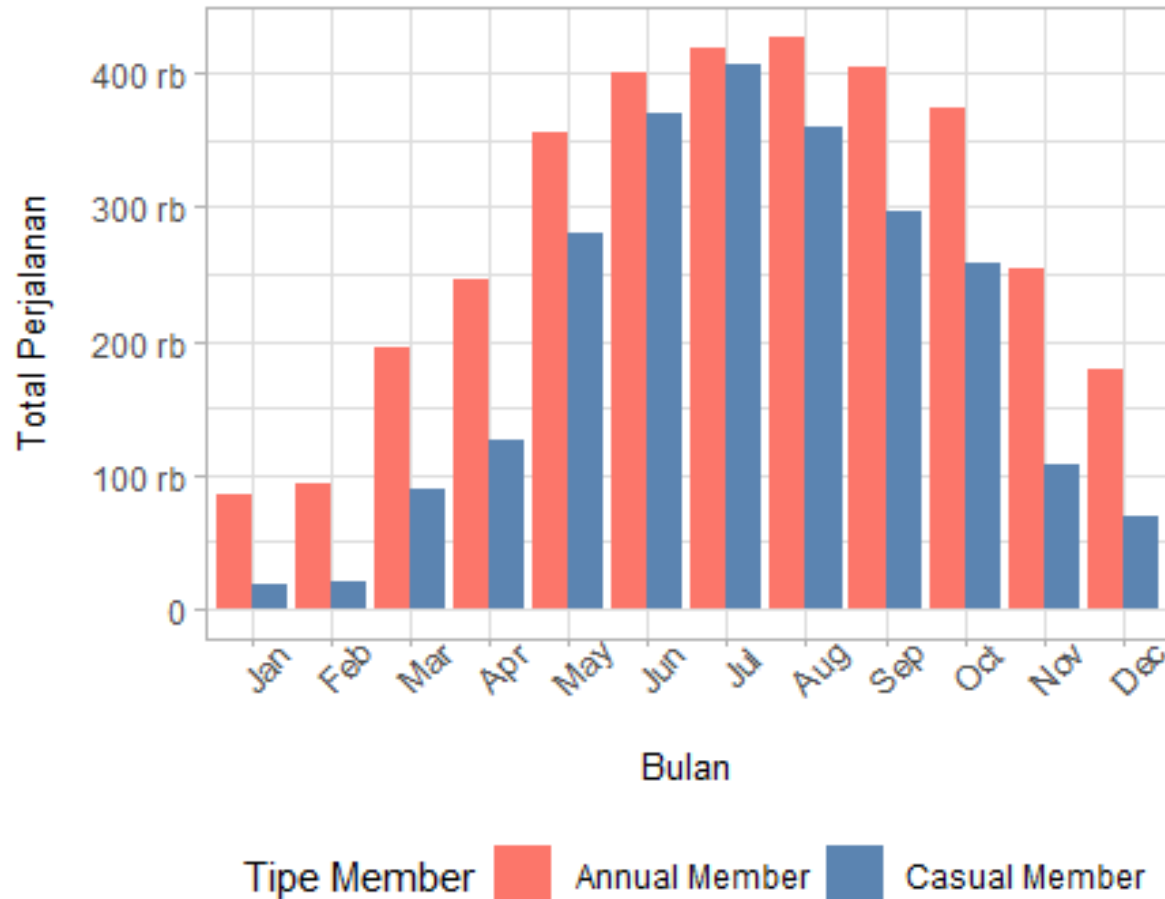
Sedangkan **Casual Member** lebih banyak digunakan pada hari libur dikarenakan lebih banyak wisatawan yang menggunakan untuk liburan.

Annual Member: Pelanggan pembeli keanggotaan tahunan

Casual Member: Pelanggan pembeli tiket sekali jalan/sehari penuh

Total Perjalanan Per Bulan

Oktober 2021 Sampai September 2022



Rata-rata pengguna **Annual Member** selalu lebih tinggi setiap bulannya.

Tingkat penyewaan sepeda meningkat dari bulan Maret – Juli kemudian terjadi penurunan dari bulan Agustus.

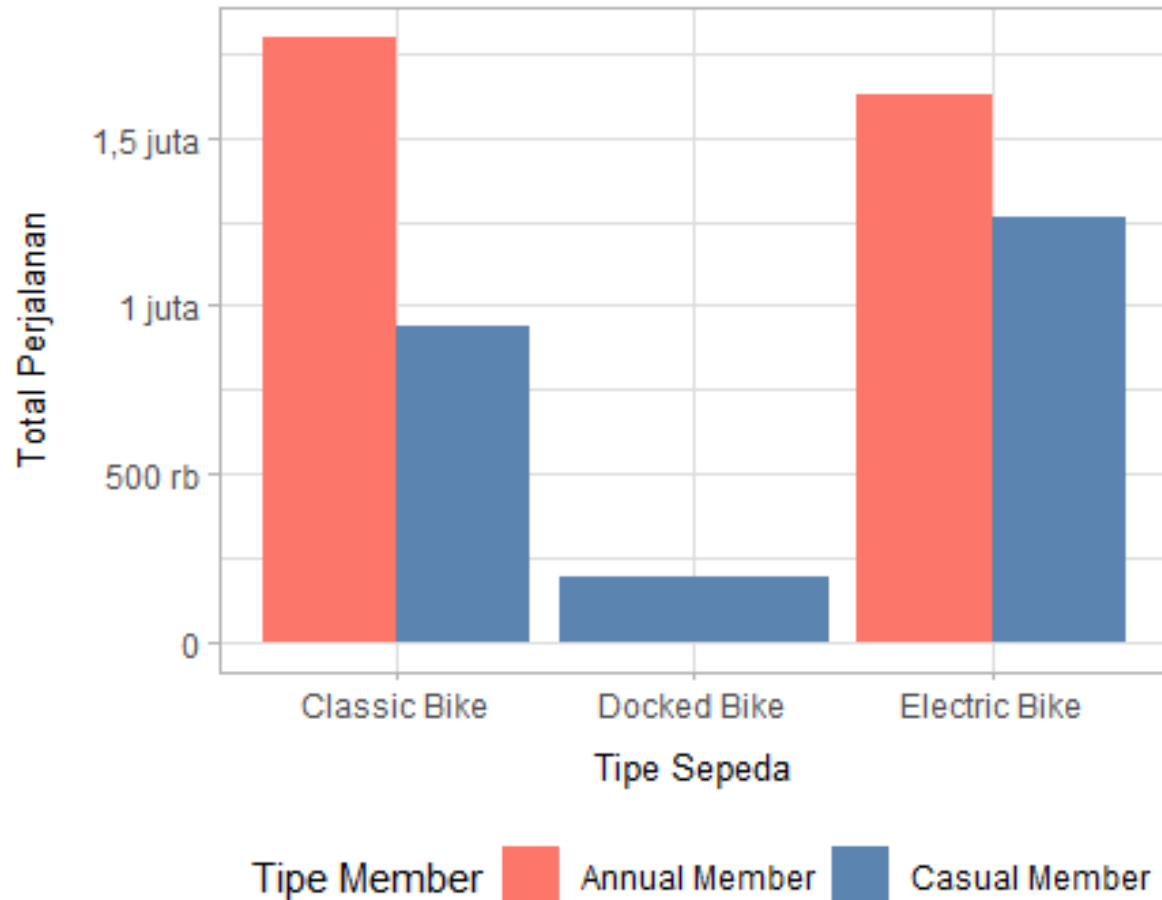
Rendahnya tingkat penyewaan dari bulan Desember – Maret dikarenakan musim dingin yang terjadi di Chicago.

Annual Member: Pelanggan pembeli keanggotaan tahunan

Casual Member: Pelanggan pembeli tiket sekali jalan/sehari penuh

Total Perjalanan Per Jenis Sepeda

Oktober 2021 Sampai September 2022



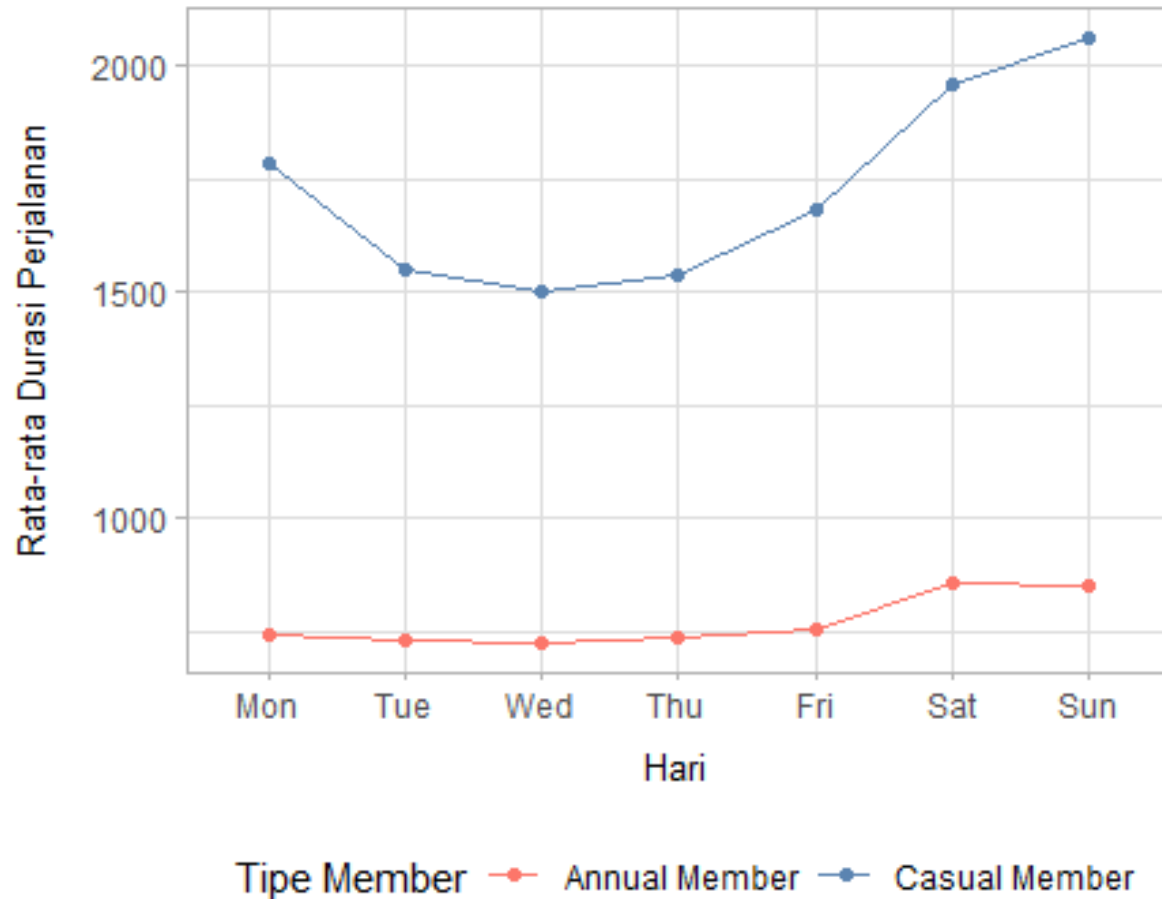
Jumlah penggunaan *Classic Bike* dan *Electric Bike* lebih banyak digunakan kemungkinan dikarenakan kesederhanaan pemakaian serta harga yang lebih terjangkau.

Annual Member: Pelanggan pembeli keanggotaan tahunan

Casual Member: Pelanggan pembeli tiket sekali jalan/sehari penuh

Rata-Rata Durasi Perjalanan Per Hari

Oktober 2021 Sampai September 2022



Pengguna **Casual Member** rata-rata menggunakan sepeda dengan durasi yang lebih lama dan terjadi peningkatan durasi pada hari Sabtu dan Minggu. Hal ini dikarenakan pengguna ini menyewa untuk penggunaan santai atau liburan.

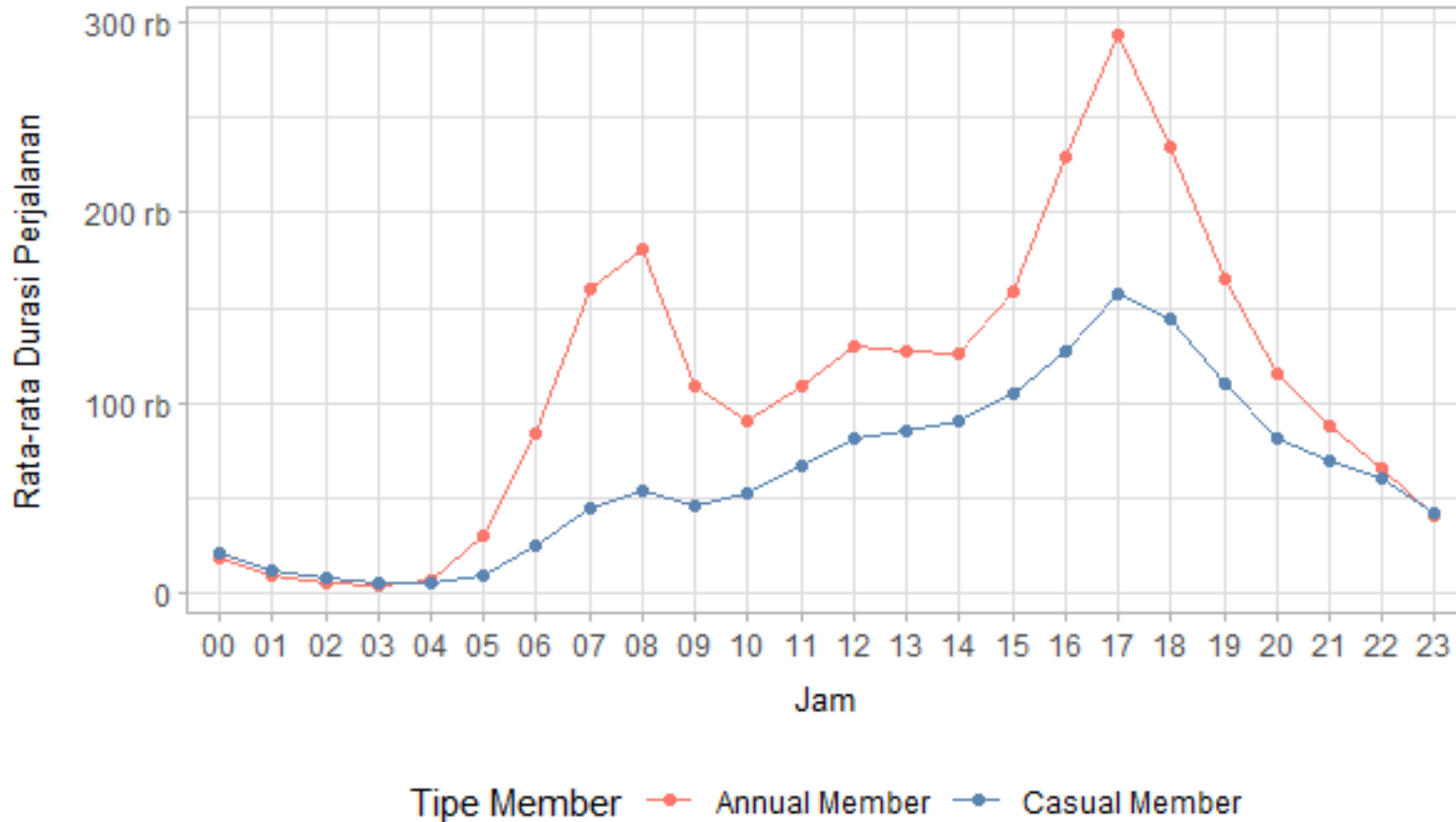
Pengguna **Annual Member** menggunakan sepeda sebagai transportasi sehingga rata-rata durasi pemakaian yang lebih rendah.

Annual Member: Pelanggan pembeli keanggotaan tahunan

Casual Member: Pelanggan pembeli tiket sekali jalan/sehari penuh

Rata-Rata Durasi Perjalanan Tiap Jam (Hari Kerja)

Oktober 2021 Sampai September 2022



Pada hari kerja,

Terdapat lonjakan rata-rata durasi perjalanan pengguna **Annual Member** pada jam berangkat dan pulang kerja.

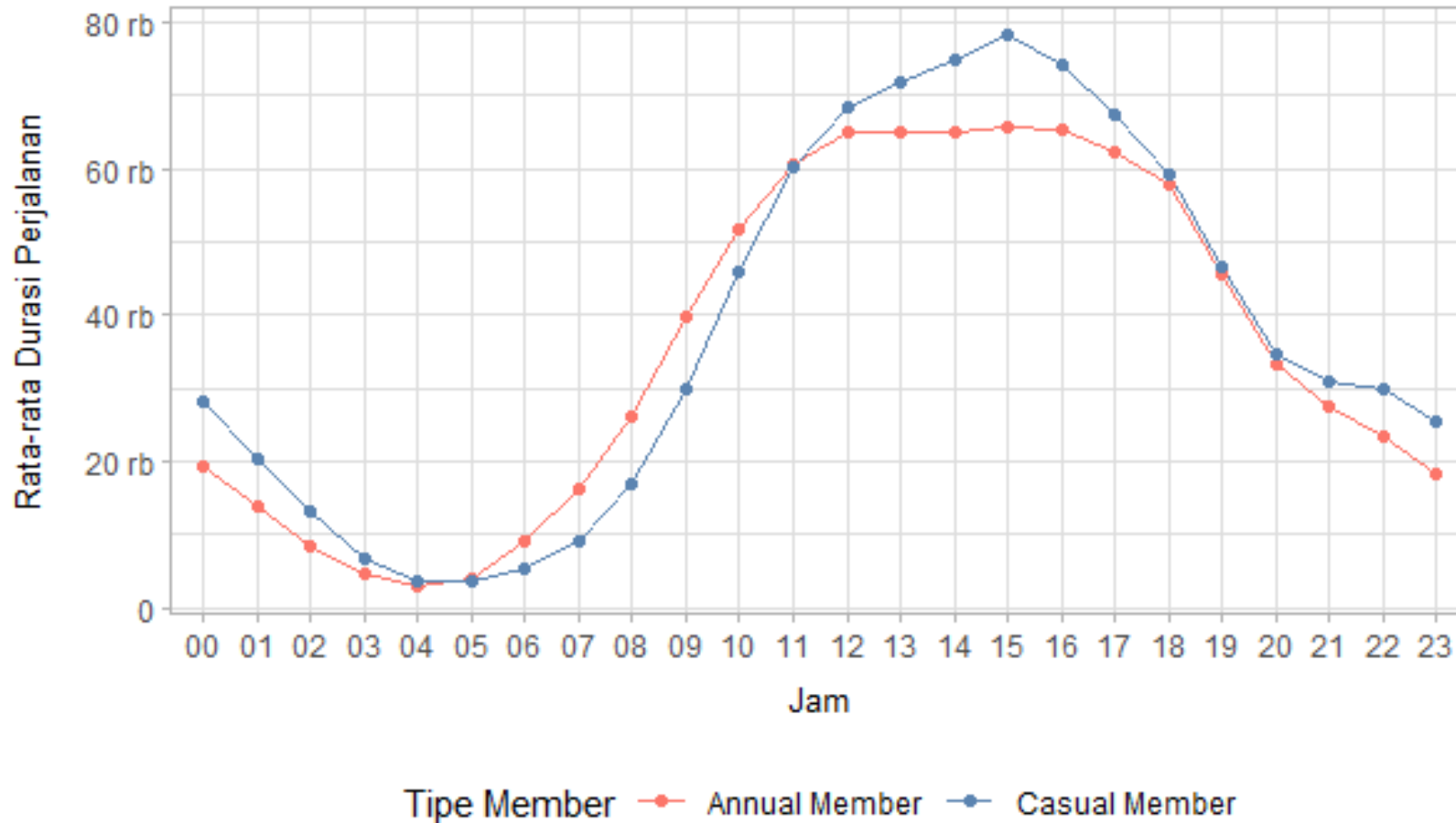
Sedangkan **Casual Member** terjadi peningkatan yang stabil seiring jam beraktivitas.

Annual Member: Pelanggan pembeli keanggotaan tahunan

Casual Member: Pelanggan pembeli tiket sekali jalan/sehari penuh

Rata-Rata Durasi Perjalanan Tiap Jamnya (Hari Libur)

Oktober 2021 Sampai September 2022



Pada hari libur,

Pengguna **Annual Member** dan **Casual Member** memiliki rata-rata durasi yang relatif sama dan seiring dengan jam beraktivitas yaitu antara jam 09 – 19.

Annual Member: Pelanggan pembeli keanggotaan tahunan

Casual Member: Pelanggan pembeli tiket sekali jalan/sehari penuh

Kesimpulan



- Pengguna *Annual Member* didominasi oleh pekerja untuk transportasi sehari-hari
- Pengguna *Casual Member* didominasi oleh wisatawan yang bersepeda untuk bersantai atau berlibur
- Tingkat persewaan sepeda paling rendah pada musim dingin yaitu antara bulan Desember hingga Maret
- Jenis sepeda yang paling jarang disewa yaitu jenis *Docked Bike*

Rekomendasi



- Kampanye **Annual Member** dapat difokuskan pada:
 - Pekerja yang menggunakan *cyclistic* untuk transportasi sehari-hari
 - Wisatawan yang sedang berlibur yang bisa dilakukan bersamaan dengan promosi paket wisata
- Waktu yang tepat untuk kampanye **Annual Member** yaitu :
 - Disaat tingkat persewaan sedang tinggi yaitu dari bulan April – Oktober
 - Pada hari libur dan jam beraktivitas yaitu hari Sabtu dan Minggu pukul 19 - 09
- Tingkatkan kapasitas dengan jenis sepeda *Classic Bike* dan *Electric Bike*
- Kampanye digital dapat dilakukan karena pekerja dan wisatawan sebagian besar sudah menggunakan internet untuk sehari-hari

Thank You

Hope You Have a Nice Day

Faza Dhiyaulhaq

LinkedIn : www.linkedin.com/in/fazadh

Portofolio : <https://fazadh-space.github.io/portofolio/>