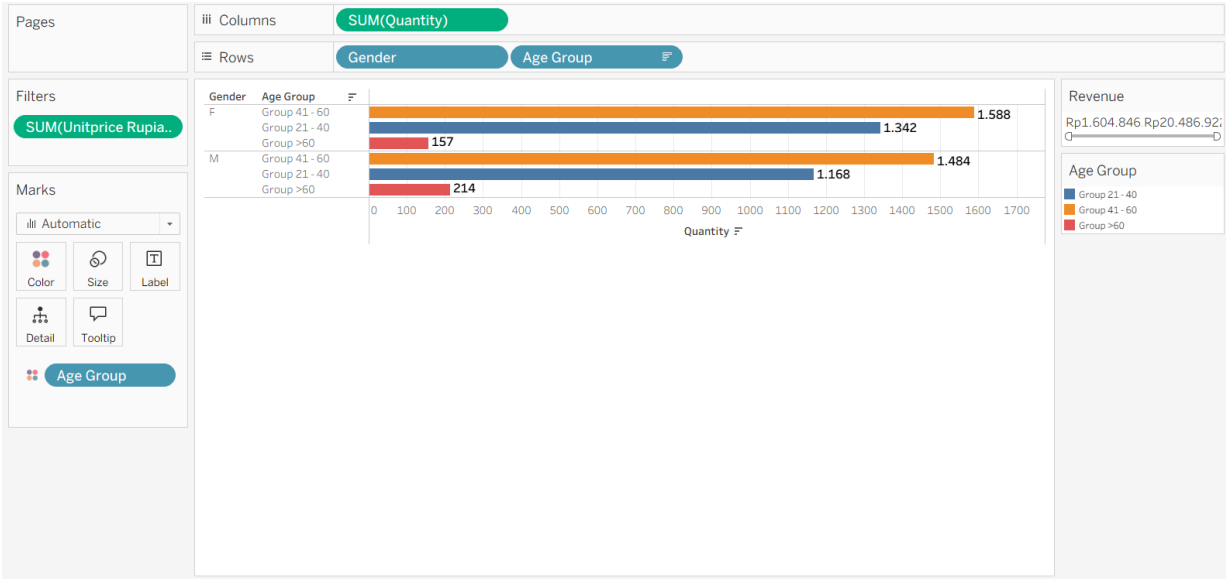
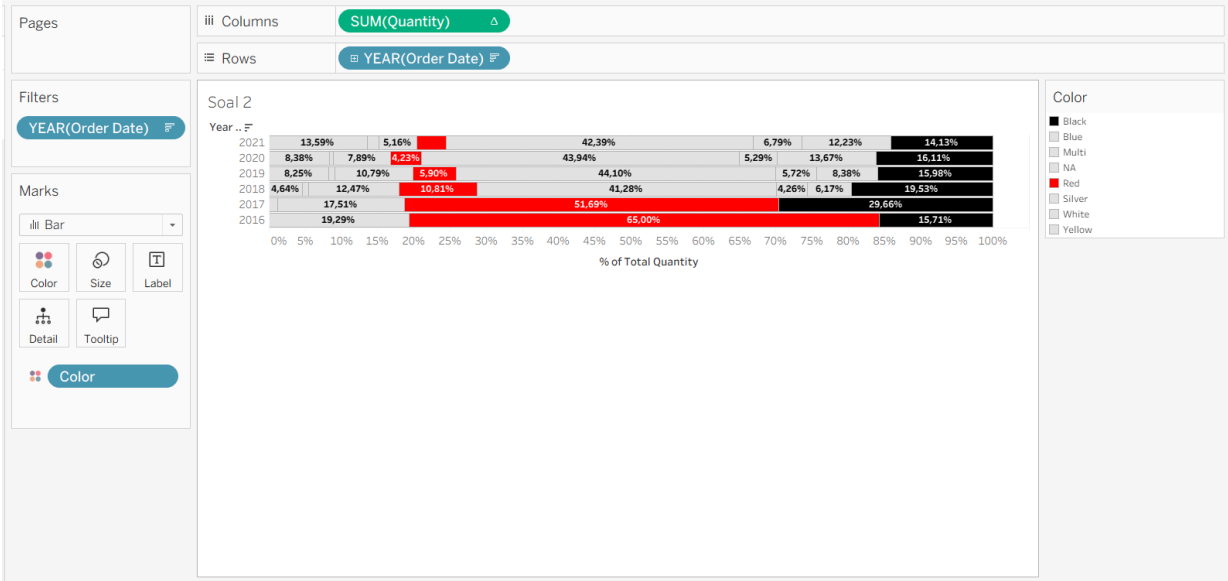
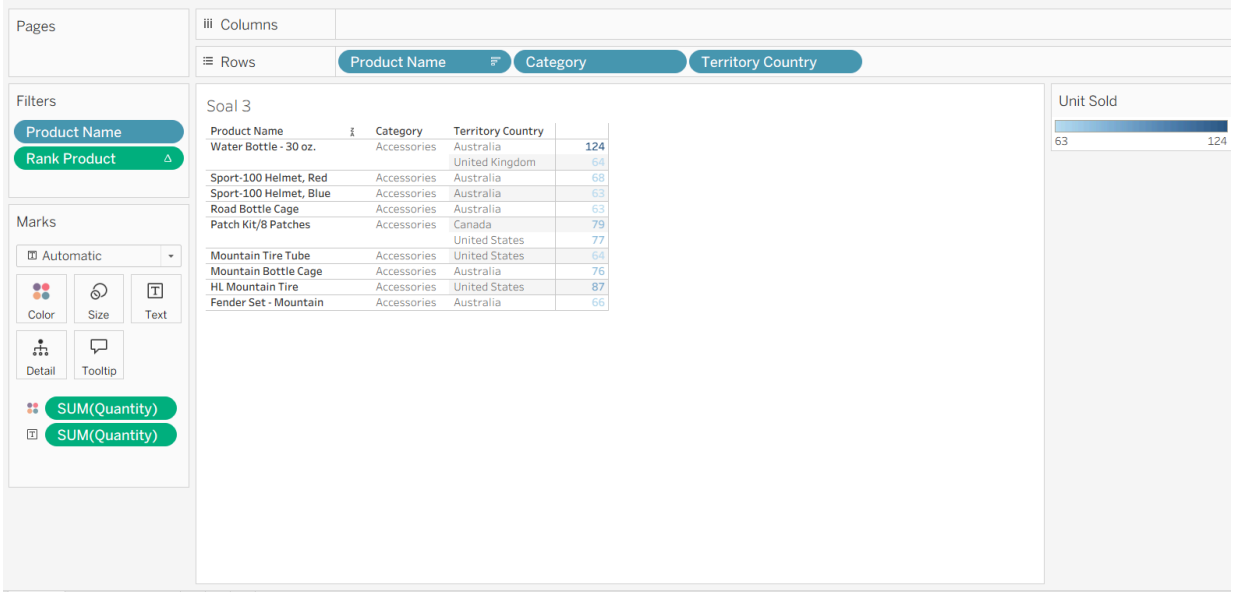
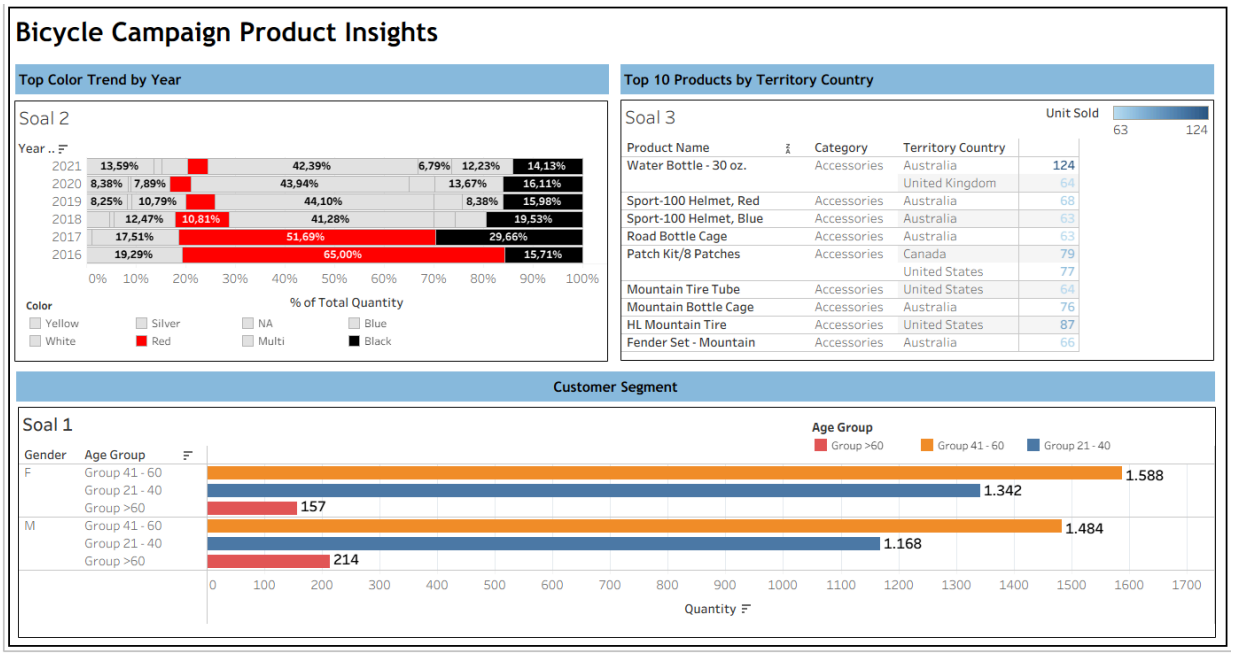
Name	Fuad Hasyim DS Batch 35
Link	https://drive.google.com/file/d/1bI5ZsYl3BhhKyUMy-jF1bIiF4bJKd2TN/view?usp=sharing
Question	(Gambar kan menggunakan **bar chart** apapun dengan terlebih dahulu membuat **calculated field IF ELSE untuk menghitung Age dan Grouping Age.** tambahkan label dan color pada bar chart tersebut untuk memudahkan penarikan insight. Hint (age grouping example) if [age] <= 20 then 'Group <=20' ELSEIF [age] >= 21 and [age] <= 40 then 'Group 21 - 40' …… end
	Untuk mengetahui target customer BeeCycle. Kamu membuat visualisasi untuk melihat distribusi customer berdasarkan gender dan umur.
	Dimana untuk category umur, kamu membagi umur customer kedalam (Hint : CASE WHEN or IF ELSE) · umur customer <= 20 tahun maka **'Group <=20'** · umur customer antara 21 dan 40 tahun maka **'Group 21 - 40'** · umur customer antara 41 dan 60 tahun maka **'Group 41 - 60'** umur customer lebih dari 60 tahun maka **'Group >60'**
	Dengan grouping age yg sudah di define, selanjutnya jawab pertanyaan berikut
	Grouping age apa dan gender apa yg memiliki transaksi paling tinggi di BeeCycle?

Visualization	
Answer	· **Group 41 - 60 Female** punya transaksi paling tinggi. · **Group 41 – 60 Male** di urutan kedua. · Kelompok usia >60 kontribusinya sangat kecil. Jadi target utama campaign apabila berbicara jumlah penjualan product tertinggi yaitu pada group **Perempuan usia 41 – 60 tahun**.
Question	(Gambar kan menggunakan **stacked bar chart**,tambahkan label percentage dan color pada bar chart tersebut untuk memudahkan penarikan insight).
	Karena bulan Oktober depan akan ada campaign. Kamu punya ide untuk menghilight warna product tertentu yg menjadi kegemaran customer.
	Warna apa di tiap tahun yg menjadi warna paling populer dibeli oleh customer? **(eg : berdasarkan quantity atau total price rupiah)**

Visualization	
Answer	Terjadi **pergeseran tren warna produk**: ● **2016–2017** warna Merah (Red) dominan. ● **2028–2021** warna Hitam (Black) dominan.
Question 3	(Gambar kan menggunakan **Text Table**, tambahkan highlight color sehingga user dapat mengetahui secara cepat transaksi tertinggi) Hint : Gunakan filter dimension product name TOP 10 berdasarkan quantity.
	Karena campaign bulan Oktober tsb hanya terbatas untuk tiap2 toko cabang. kamu punya ide, bagaimana hanya mengambil TOP product_id dari masing2 toko cabang. sehingga kamu melakukan query untuk menjawab pertanyaan berikut :
	TOP 10 product name apa saja yg paling populer dari masing-masing territory / origin country?

Vizualization	
Answer	Produk Water Bottle – 30 oz. paling mendominasi (124 penjualan), artinya pelanggan di Australia sangat responsif terhadap produk aksesoris gaya hidup. Helm dan bottle cage juga laku menunjukkan kesadaran akan keselamatan (safety) tinggi. Jadi, pasar Australia cenderung mengutamakan lifestyle & safety gear. Australia/UK: fokus pada branding gaya hidup & campaign sport lifestyle. US/Canada: fokus pada promosi durability, reliability, dan bundling spare parts.
Question 4	Karena sudah lulus probation nih.. kamu diminta untuk membuat sendiri analysis untuk si Bos. Beberapa step yang perlu dilakukan adalah : 1. Membuat objective analysis (contoh : Karena next campaign mau dibuat maksimal , kita akan menghilight top2 product) 2. Membuat business question (contoh : Apa saja product yg paling populer dari segi jumlah transaksi?). Dalam case dashboard, secara best practice buat 2 - 5 business question dalam 1 dashboard yang mendukung objektif pada no 1.

	3. Gambarkan chart untuk menjawab masing-masing pertanyaan pada no 2, dan gabungkan menjadi 1 dashboard. 4. Tulis Actionable knowledge atau next action setelah mendapat jawaban dari poin 3 (contoh : product abc yg paling tinggi sehingga kita akan fokus untuk promosi product tersebut).
Objective	Karena akan ada campaign baru, kita perlu mengidentifikasi produk, warna, dan segmen customer yang paling berkontribusi terhadap penjualan, sehingga campaign bisa diarahkan ke area paling potensial.
Business Question	**1:** Segmentasi customer (Age & Gender) mana yang paling banyak melakukan transaksi? **2:** Apakah ada perbedaan preferensi warna produk di tiap tahun? **3:** Produk apa saja yang paling populer (Top 10) berdasarkan jumlah transaksi/quantity dan Country mana yang menghasilkan produk paling laku?
Visualization	
Answer	**Group 41 - 60 Female** punya transaksi paling tinggi. **Group 41 – 60 Male** di urutan kedua. Kelompok usia >60 kontribusinya sangat kecil.

	Jadi target utama campaign apabila berbicara jumlah penjualan product tertinggi yaitu pada group **Perempuan usia 41 – 60 tahun**.
	Pada tahun 2016 dan 2017 warna paling di sukai oleh customer adalah warna merah masing-masing sebanyak 65% dan 51,69%. Kemudian pada tahun 2018 sampai dengan tahun 2021 warna paligng disukai customer adalah NA, rentang 41 – 44% setiap tahunnya.
	Produk Water Bottle – 30 oz. paling mendominasi (124 penjualan), artinya pelanggan di Australia sangat responsif terhadap produk aksesoris gaya hidup. Helm dan bottle cage juga laku menunjukkan kesadaran akan keselamatan (safety) tinggi. Jadi, pasar Australia cenderung mengutamakan lifestyle & safety gear. Australia/UK: fokus pada branding gaya hidup & campaign sport lifestyle. US/Canada: fokus pada promosi durability, reliability, dan bundling spare parts.
Actionable knowledge	**Produk Fokus Campaign untuk meningkatkan jumlah transaksi (sum of Quantity):** ● Campaign bulan Oktober sebaiknya mempromosikan **Top 3 Produk** yang consistently tinggi quantity-nya. **Warna Promosi:** ● Gunakan warna **Merah** & **Hitam** pada campaign karena paling populer tiap tahun. **Target Customer:** ● Campaign diarahkan untuk **usia 41–60 (female dominated)** mungkin bisa gunakan influencer marketing di segmen ini. **Target Market Geografis:** ● Fokus distribusi campaign ke **Australia dan UK** sebagai pasar utama.