

Chapter. 01

[Acquisition] 세일즈 데이터 분석 마케팅 믹스
모델링

적용 방안 : 분석 결과 적용 방안

FAST CAMPUS
ONLINE

직장인을 위한 파이썬 데이터 분석

강사. 최윤진

Chapter. 04

적용 방안
: 분석 결과 적용 방안

STEP 1

미디어별
광고비
EDA

STEP 2

분석
모델링
매체비로
세일즈
예측

STEP 3

분석 결과
해석
전용 방안

분석 결과에서 시사점을 도출해봅니다. Data Driven Marketing 어떻게 하면 될까요?

OLS Regression Results						
Dep. Variable:	sales	R-squared:	0.897			
Model:	OLS	Adj. R-squared:	0.896			
Method:	Least Squares	F-statistic:	570.4			
Date:	Thu, 12 Mar 2020	Prob (F-statistic):	1.53e-96			
Time:	22:38:21	Log-Likelihood:	-386.15			
No. Observations:	200	AIC:	780.3			
Df Residuals:	196	BIC:	793.5			
Df Model:	3					
Covariance Type:	nonrobust					
	coef	std err	t	P> t	[0.025	0.975]
Intercept	2.8057	0.495	5.671	0.000	1.830	3.782
TV	0.0457	0.001	32.822	0.000	0.043	0.048
radio	0.1874	0.008	22.510	0.000	0.171	0.204
log_newspaper	0.0414	0.142	0.291	0.772	-0.240	0.322
Omnibus:	59.391	Durbin-Watson:	2.074			
Prob(Omnibus):	0.000	Jarque-Bera (JB):	144.867			
Skew:	-1.316	Prob(JB):	3.49e-32			
Kurtosis:	6.233	Cond. No.	731.			

```
[ ] # 각 미디어별 매체비에 따른 sales를 예측해봅니다.
      model1.predict({"TV" : 300, "radio" : 10, "newspaper" : 4})
```

```
0      18.549433
dtype: float64
```

```
[ ] 2.9389 + 0.0458*300 + 0.1885*10 - 0.001*4
```

```
0      18.5599
```

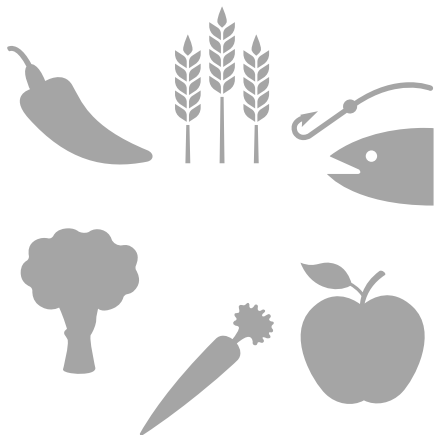
```
[ ] model3.predict({"TV" : [300, 10, 50]})
```

```
0      21.293586
1       7.507960
2       9.409426
dtype: float64
```

- 지금은 2011년이고 여러분의 상사는 여전히 신문광고가 유효하다고 생각하지만 데이터 분석결과는 그렇지 않습니다.
- 신문광고를 중단하고 TV, 라디오 광고 위주로 집행해야 합니다 .
- 그런데 TV광고는 비용대비 효율은 조금 떨어지는 것 같습니다.
- 라디오 광고의 상관계수가 더 큼니다. 우리 제품은 라디오 광고를 할 수록 잘 팔리는

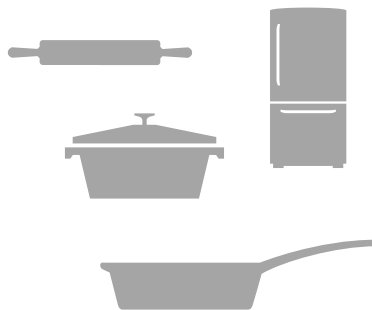
여러분이 가지고 계신 재료(Data)는 어떤 것들이 있나요?
어떻게 적용해 볼 수 있을까요?

DATA



재료

Processing Algorithm



조리
법

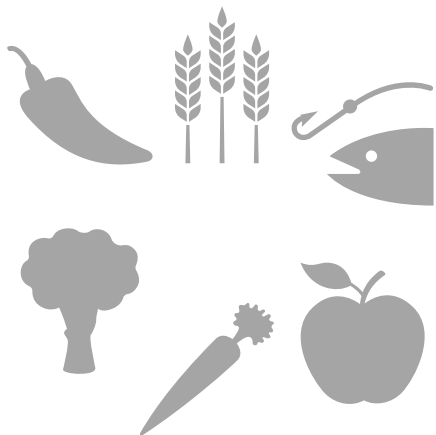
Application



요리

여러분이 가지고 계신 재료(Data)는 어떤 것들이 있나요?
어떻게 적용해 볼 수 있을까요?

DATA



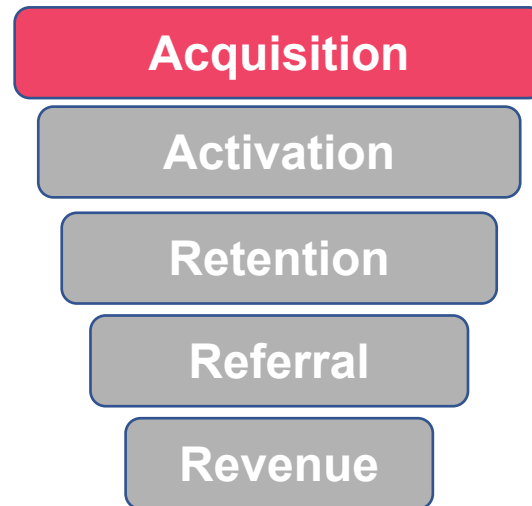
재료

Processing Algorithm



조리
법

Application



요
리