

Bank Marketing Target

Homework Stage 0

Start Slide



Role

M Rizqi Fadhilah

Project Manager

M Arvin Fadriansyah

Data Engineer

Melliza Nastasia Izazi

Data Analyst

**Thufael Bintang
Alfattah**

Dara Analyst

Zulfikar fauzi

Data Scientist

**Annisa
Sulistyaningsih**

Data Scientist

Niken Mustikaweni

Data Analyst

Galih refa

Data Engineer



Problem Statement

Bank Marketing Target

Bank memiliki berbagai rencana pemasaran untuk menjual deposito berjangka kepada nasabah mereka, seperti pemasaran melalui email, iklan, pemasaran telepon, dan pemasaran digital. Pemasaran telepon masih menjadi salah satu cara paling efektif untuk mendapatkan orang-orang. Namun, itu membutuhkan investasi besar untuk call centers. Meskipun telah dilakukan upaya besar, tingkat konversi tetap rendah. Oleh karena itu, sangat penting untuk mengidentifikasi pelanggan yang paling mungkin akan mendaftar sebelumnya sehingga mereka dapat ditargetkan secara khusus melalui panggilan telepon

What Goals & Objective



Goals

Meningkatkan tingkat langganan deposito berjangka dengan mengidentifikasi dan menargetkan pelanggan yang paling mungkin berlangganan.



Objective

- Mengidentifikasi karakteristik demografi dan finansial yang berhubungan dengan tingkat langganan yang lebih tinggi.
- Mengembangkan model prediktif untuk mengklasifikasikan individu berdasarkan kemungkinan mereka berlangganan.
- Memberikan wawasan yang dapat ditindaklanjuti kepada tim pemasaran untuk meningkatkan penargetan kampanye.



Bank Marketing Target

Bussines Metrics

01.

Conversion Rate

Persentase individu yang berlangganan deposito berjangka setelah kampanye.

02.

Customer Acquisition Cost (CAC)

Biaya yang terkait dengan mendapatkan pelanggan baru melalui kampanye.

03.

Return on Investment (ROI):

Pengembalian finansial yang dihasilkan dari kampanye relatif terhadap biayanya.

Bank Marketing Target

Bussines Impact



Meningkatkan Tingkat Konversi:

mengidentifikasi dan menargetkan individu yang lebih mungkin berlangganan, bank dapat meningkatkan tingkat konversi dari kampanye deposito berjangka



Mengurangi Biaya Akuisisi Pelanggan (CAC):

Pemasaran yang ditargetkan mengurangi upaya dan sumber daya yang terbuang pada individu yang tidak mungkin berlangganan



Meningkatkan Pengembalian Investasi (ROI):

Dengan tingkat konversi yang lebih tinggi dan CAC yang lebih rendah, pengembalian finansial dari kampanye pemasaran akan lebih tinggi relatif terhadap biayanya



Alokasi Sumber Daya yang Lebih Baik:

Dengan fokus pada prospek yang berpotensi tinggi, bank dapat mengoptimalkan sumber daya pusat panggilannya, memastikan waktu dan usaha dihabiskan pada prospek yang paling menjanjikan. Ini memaksimalkan produktivitas agen pusat panggilan.

Penting Mengetahui pelanggan yang berlangganan

01.

Optimalisasi Sumber Daya

Mengetahui Pelanggan dengan fokus kemungkinan tertinggi berlangganan dan mengurangi pemborosan pada potensi yang rendah

02.

Personalisasi

Menyesuaikan pesan yang disampaikan berdasarkan audience untuk meningkatkan kemungkinan konversi rate

03.

Perencanaan yang Strategis

Memprediksi akurat perilaku atau kebiasaan pelanggan tanpa membuang Sumber daya yang sia sia

Bank Marketing Target

THANK YOU

[Back To Home](#)



Infolvators

