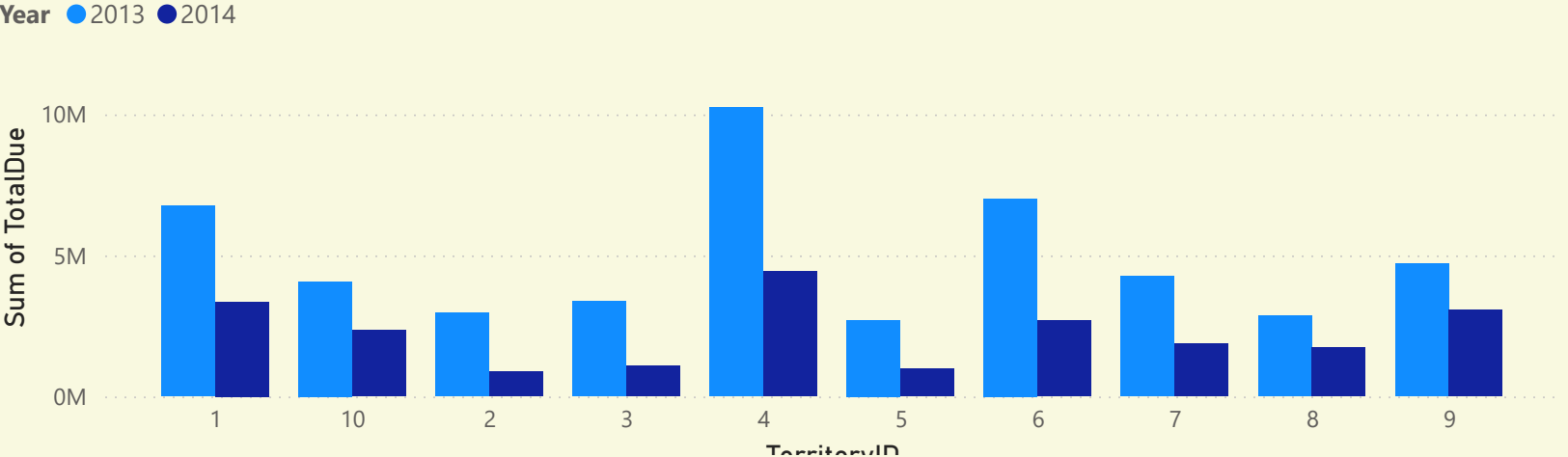
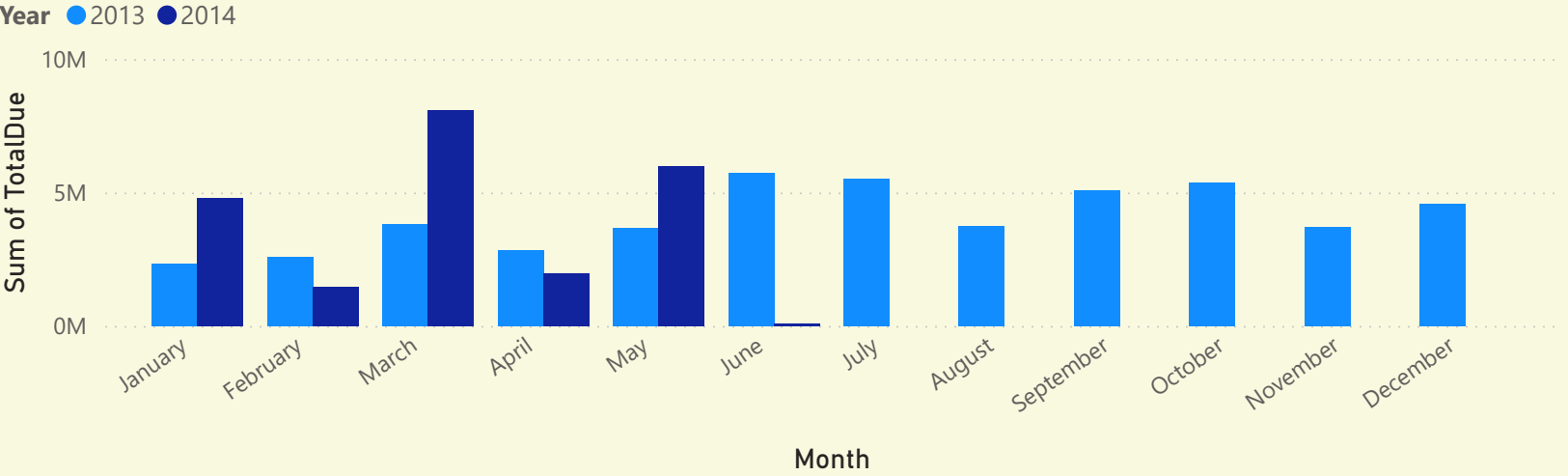


Kebutuhan 1:
Memantau penjualan per tahun untuk setiap territory.

Perbandingan jumlah penjualan tahun 2013 dengan tahun 2014 untuk setiap territory

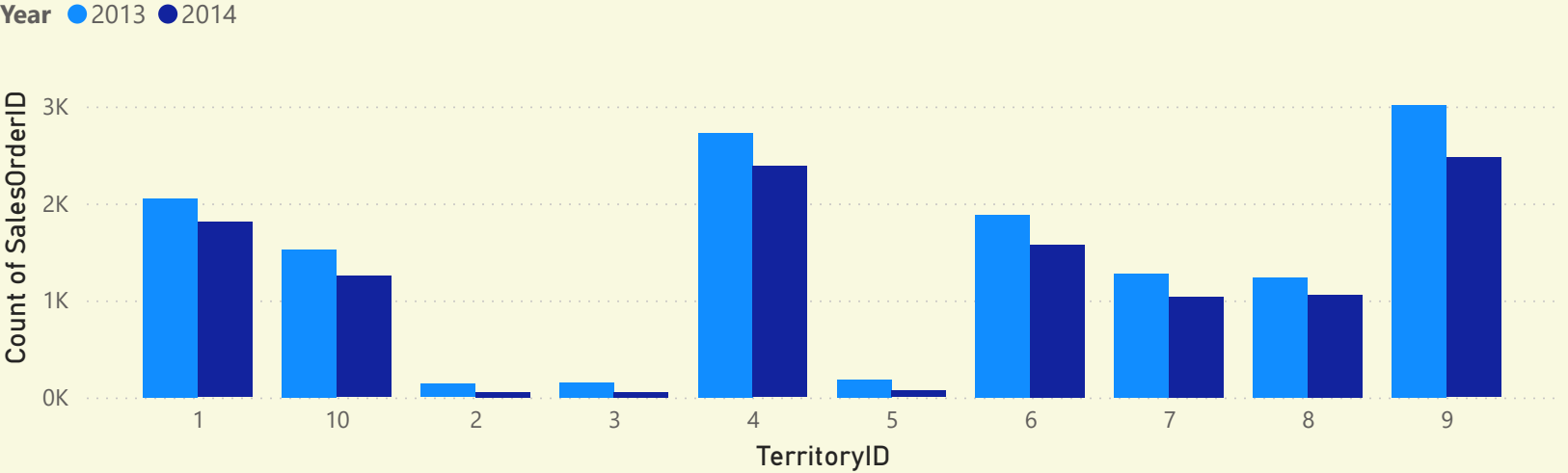


Perbandingan jumlah penjualan tahun 2013 dengan tahun 2014 untuk setiap territory

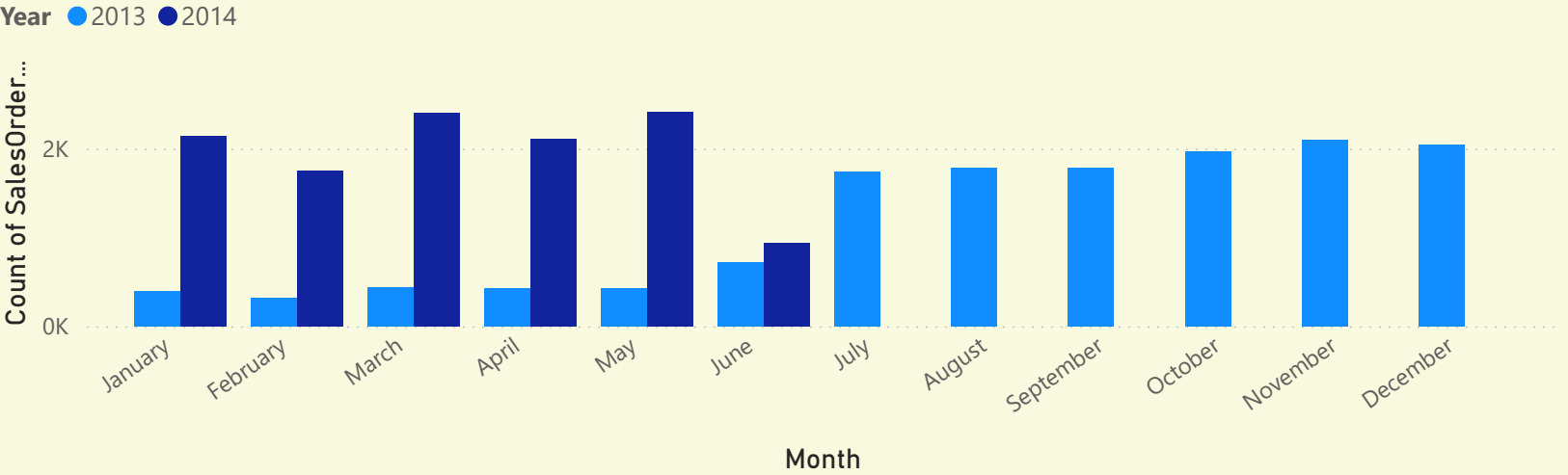


Insights:
Penjualan dari tahun 2013 dengan 2014 untuk setiap territory mengalami penurunan karena data penjualan yang tercatat untuk tahun 2013 merupakan data penjualan yang full untuk satu tahun sedangkan untuk tahun 2014 baru berjalan selama enam bulan. Jika dilihat dari jumlah penjualan belum terlihat adanya peningkatan yang signifikan untuk tahun 2014 tetapi untuk frekuensi penjualan dapat terlihat mengalami peningkatan karena jika dibandingkan 2013 yang sudah berjalan satu tahun dengan 2014 yang baru berjalan 6 bulan angka frekuensi penjualan untuk setiap territorynya memiliki angka yang hampir sama.

Perbandingan frekuensi penjualan tahun 2013 dengan tahun 2014 untuk seluruh territory



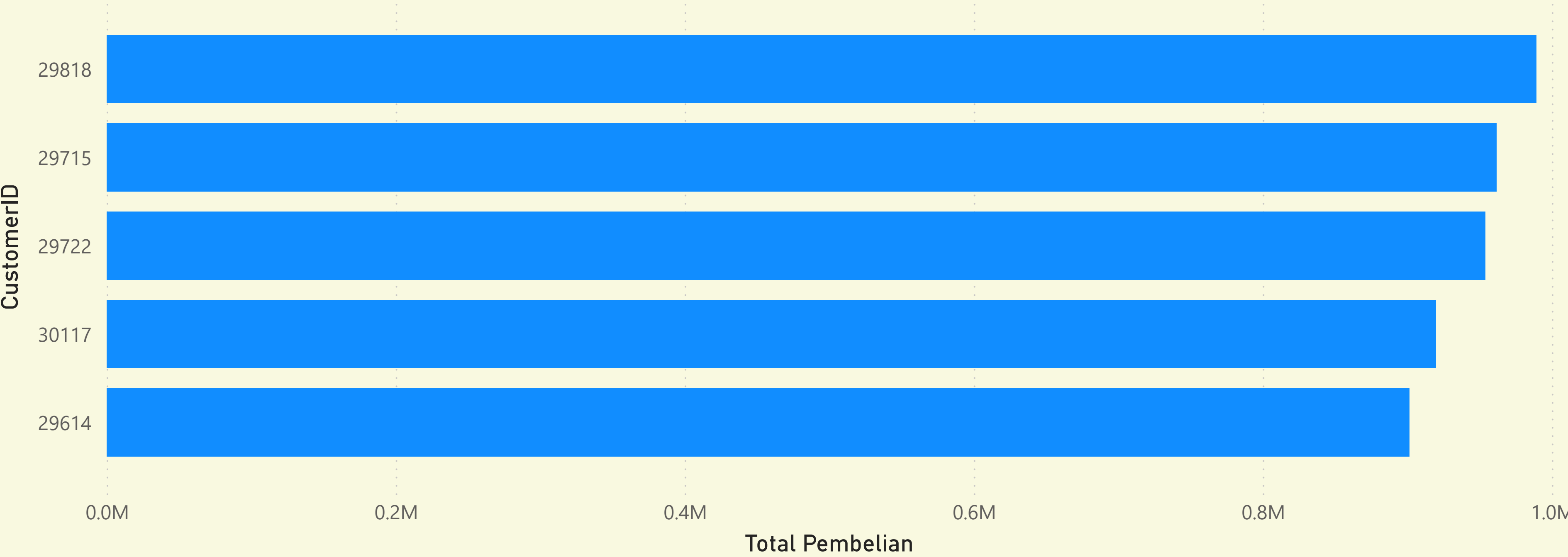
Perbandingan jumlah transaksi tahun 2013 dengan tahun 2014 untuk seluruh territory



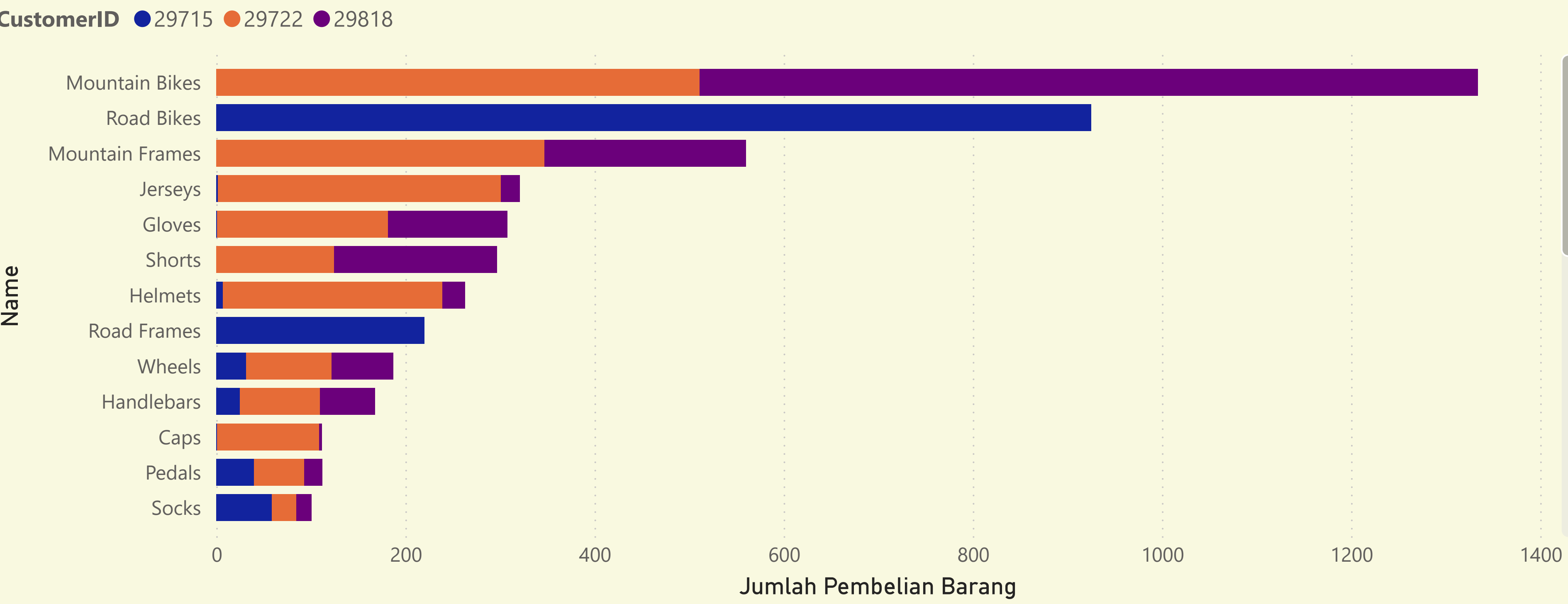
Actionable Insight:
Meningkatkan penjualan karena jika dilihat dari frekuensi penjualan sudah bagus tetapi untuk jumlah yang didapatkan perlu ditingkatkan karena belum terlihat adanya peningkatan.

Kebutuhan 2:
Mempertahankan pelanggan yang setia/frekuensi pembeliannya tinggi dan meningkatkan penjualan bagi pelanggan yang jarang membeli/frekuensi pembeliannya rendah.

Top 5 Customer ID yang Memiliki Total Pembelian Terbanyak



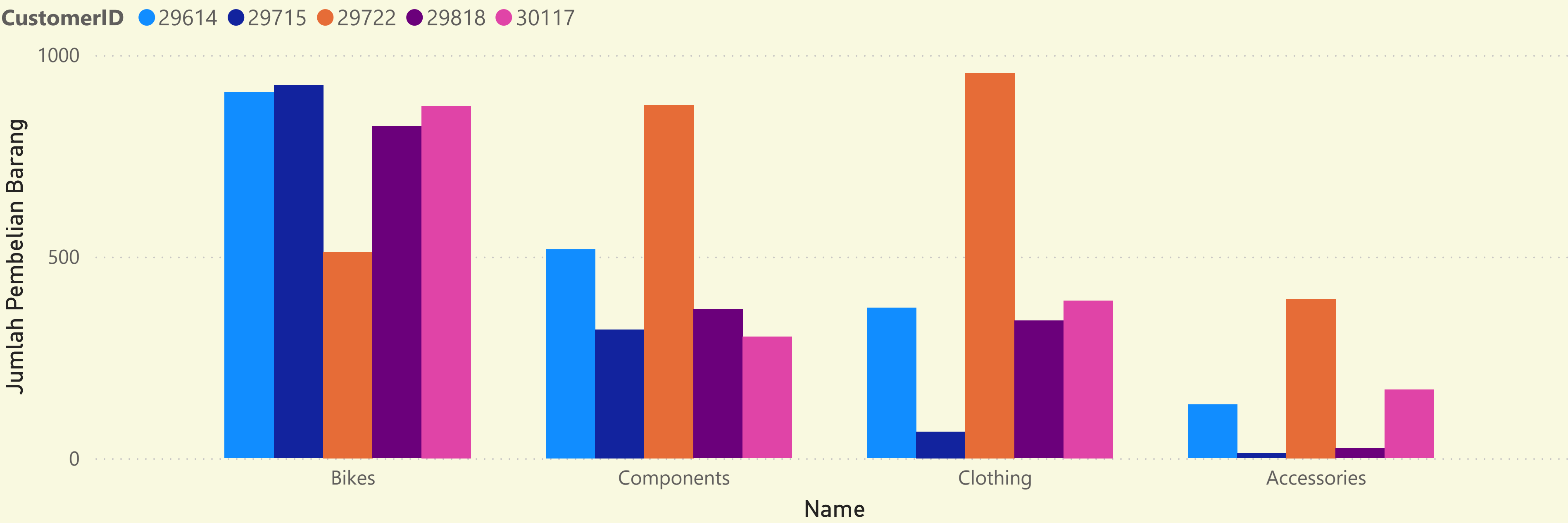
Perbandingan Pembelian Barang Berdasarkan SubKategori Antara Pelanggan dengan ID 29715, 29722, dan 29818



Actionable Insight

Menyediakan paket bundling untuk pelanggan dengan ID 29715 untuk barang yang berkaitan dengan sepeda jalan dan pelanggan dengan ID 29722 untuk barang yang berkaitan dnegan sepeda gunung sehingga dengan adanya paket bundling ini penjualan dapat ditingkatkan.

Perbandingan Pembelian Barang Berdasarkan Kategori Antara Pelanggan dengan ID 29614, 29715, 29722, 29818, dan 30117

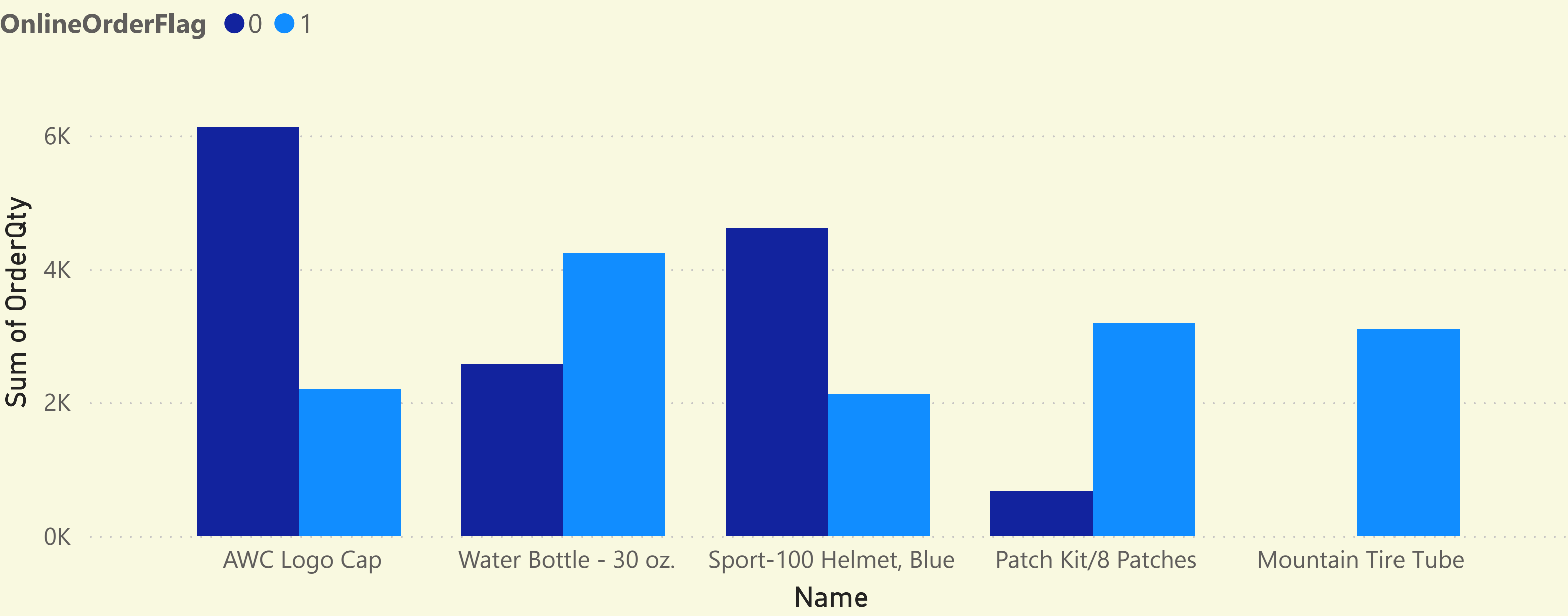


Insight

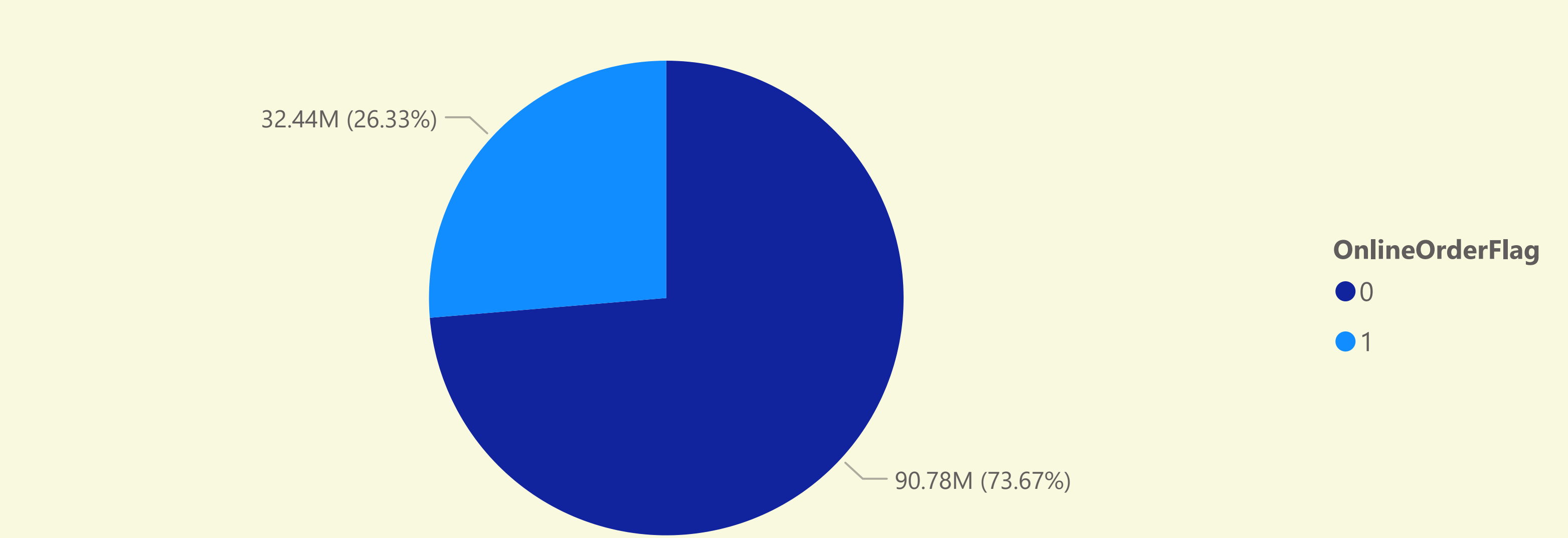
5 pelanggan yang memiliki pembelian tertinggi adalah pelanggan dengan ID 29818, 29715, 29722, 30117, dan 29614. Lalu, dari 5 pelanggan tersebut, pelanggan dengan ID 29614, 29818, 30117, dan 29715 paling banyak membeli barang dengan kategori sepeda, sedangkan pelanggan dengan ID 29722 paling banyak membeli barang dengan kategori pakaian. Setelah itu, dilihat dari subKategori barang yang dibeli oleh 3 pelanggan dengan pembelian tertinggi, didapatkan bahwa pelanggan dengan ID 29818 banyak membeli barang di subKategori sepeda gunung, kerangka sepeda gunung, celana pendek, dan sarung tangan, pelanggan dengan ID 29722 paling banyak membeli barang di subKategori sepeda gunung, kerangka sepeda gunung, jersey, dan helm, sedangkan pelanggan dengan ID 29715 paling banyak membeli barang di subKategori sepeda jalan, kerangka sepeda jalan, kaos kaki, pedal, dan ban. Maka dari itu, dapat disimpulkan pelanggan dengan ID 29715 banyak membeli barang sepeda, komponen, dan pakaian yang digunakan untuk sepeda dijalanan. Sedangkan pelanggan dengan ID 29722 banyak mebeli barang di sepeda, pakaian, aksesoris, dan komponen untuk sepeda gunung. Lalu, untuk pelanggan dengan ID 29818 lebih banyak membeli sepeda dibandingkan aksesoris, komponen, dan pakaian untuk kategori sepeda gunung.

Kebutuhan 3:
Mengelola dan menjaga stok produk yang banyak dipesan.

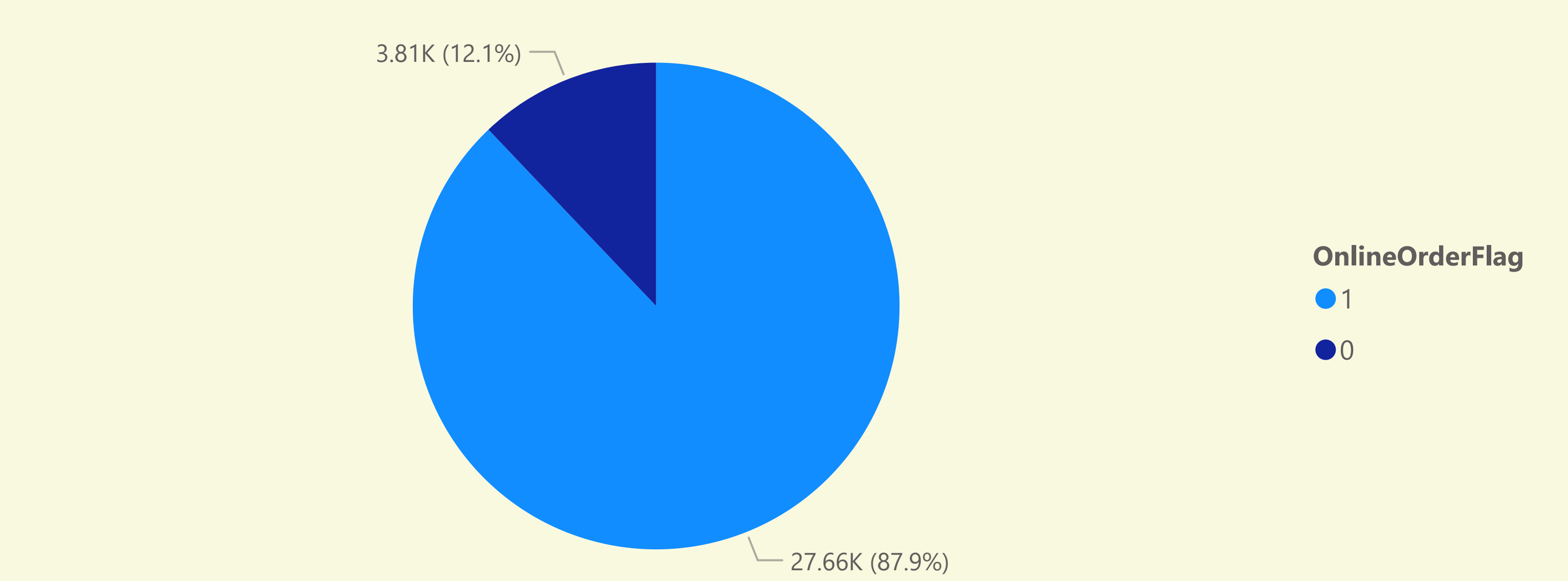
Perbandingan Barang yang Terjual Paling Banyak Berdasarkan Metode Pembelian



Perbandingan Pendapatan Berdasarkan Metode Pembelian



Perbandingan Transaksi Berdasarkan Metode Pembelian



Insights

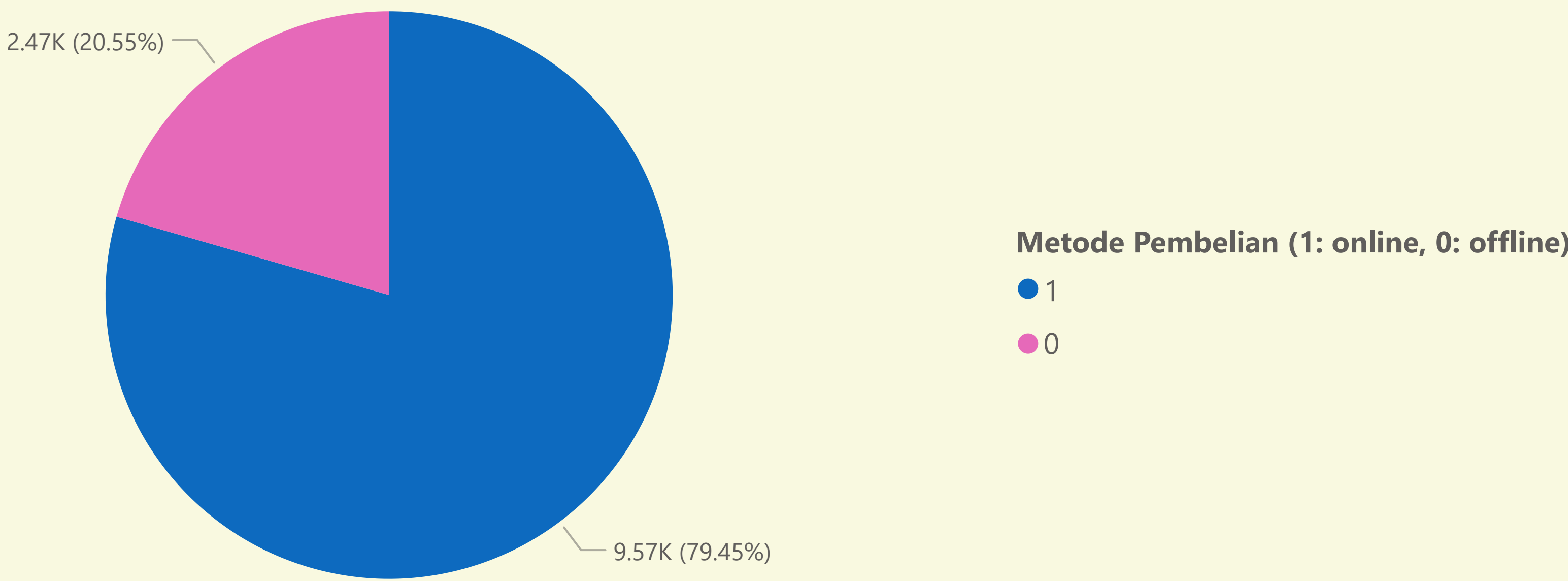
Proporsi penjualan barang yang paling sering terjual memiliki kecenderungan terhadap metode pembeliannya yaitu offline atau online. Seperti contoh pada barang Mountain Tire Tube yang seluruh penjualannya terjadi secara online.

Actionable Insight

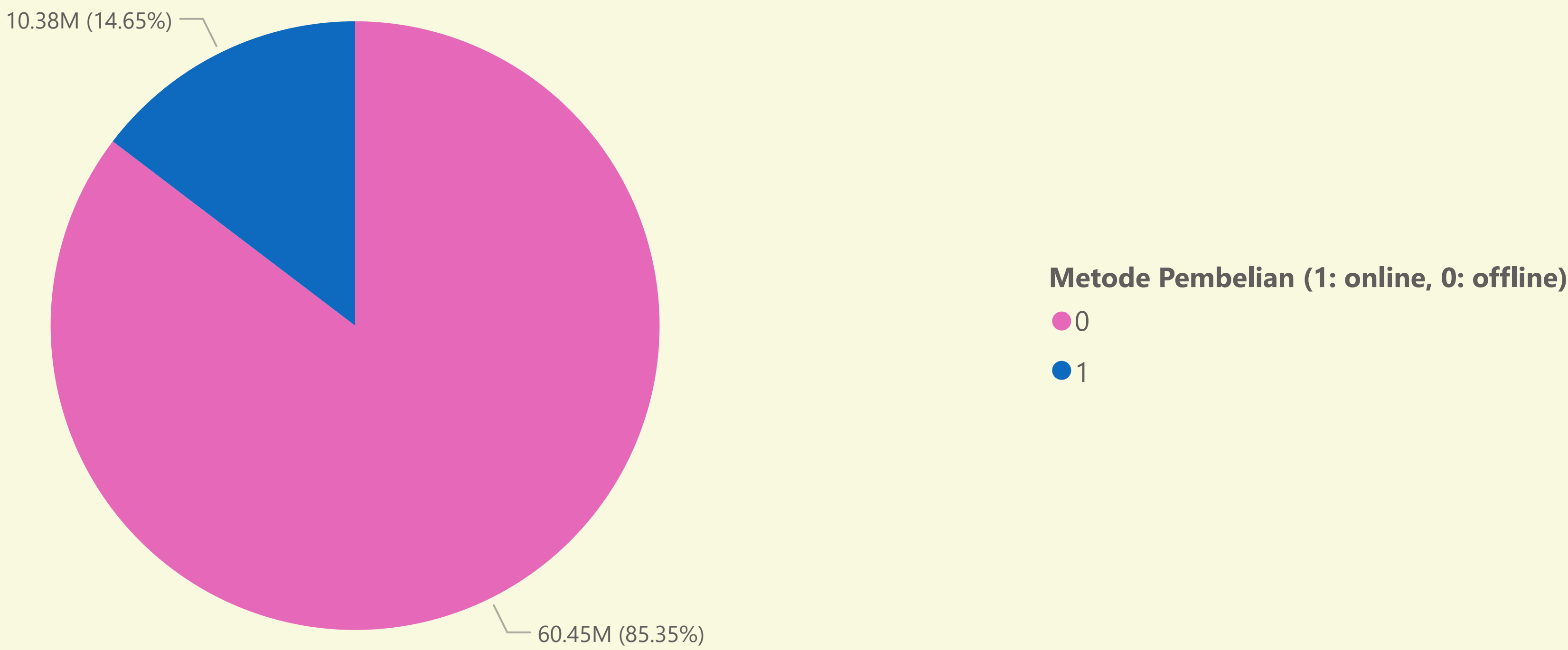
Untuk barang yang memiliki kecenderungan penjualan secara online, untuk ketersediaan barangnya secara offline dapat disediakan secukupnya saja. Dan begitupula sebaliknya. Sehingga jika diadakan promosi terhadap barang yang dijual, disesuaikan berdasarkan metode pembelian barang yang terbanyak.

Kebutuhan 4:
Memantau dan menjaga pada negara US karena memiliki jumlah customer terbanyak.

Perbandingan Proporsi Jumlah Transaksi Pembelian Barang Secara Offline dengan Online

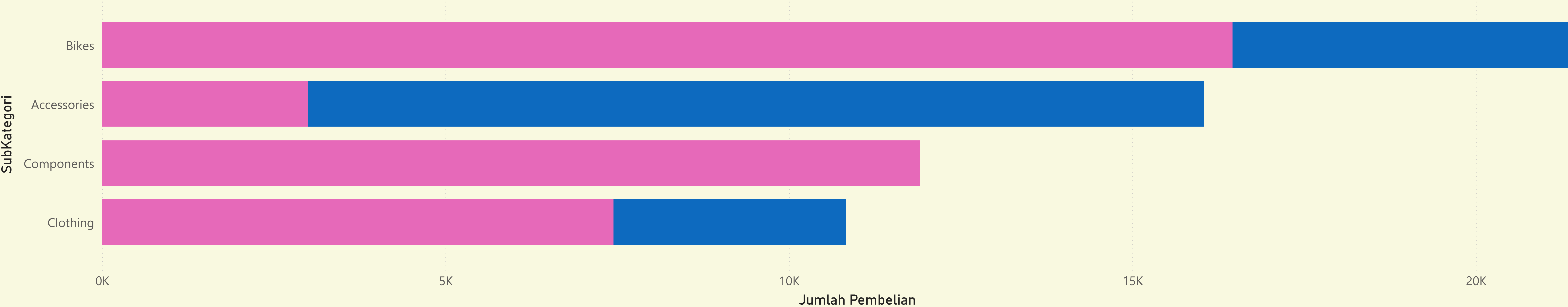


Perbandingan Proporsi Jumlah Pembelian Barang Secara Offline dengan Online



Perbandingan Kategori Pembelian Barang Secara Offline dengan Online

Metode Pembelian (1: online, 0: offline) 0 1



Insight

Negara dengan kode US memiliki tingkat pembelian online yg sangat tinggi tetapi tingkat pembelian online tersebut tidak sebanding dengan jumlah yang didapatkan. Walaupun negara dengan kode US memiliki tingkat pembelian online yang sangat tinggi namun untuk jumlah pembelian masih lebih sedikit dibandingkan dengan pendapatan secara offline. Customer yang melakukan pembelian secara online lebih banyak membeli barang-barang kecil yaitu untuk kategori aksesoris dan tergolong lebih murah.

Actionable Insight

Melakukan penjualan dengan teknik bundling untuk barang dengan kategori aksesoris, yaitu barang-barang kecil tetapi hanya tersedia di offline store saja. Dengan melakukan hal tersebut diharapkan penjualan dapat meningkat karena dibanding dengan membeli 1 barang dengan harga normal, customer dapat membeli 2 atau lebih barang dengan harga khusus secara offline.