



Segmentasi Customer

Muhammad Rafif Dwidayatama

Apa itu Segmentasi Customer ?

Segmentasi pelanggan adalah proses membagi basis pelanggan menjadi kelompok yang lebih kecil berdasarkan karakteristik atau atribut yang sama. Tujuan utama dari segmentasi pelanggan adalah untuk memahami lebih baik siapa pelanggan anda, apa yang mereka butuhkan, dan bagaimana dapat melayani mereka dengan lebih baik, jadi anda dapat mengambil langkah-langkah yang lebih tepat dalam memasarkan produk atau layanan mereka. Dan kali ini akan menggunakan analisis RFM

Apa itu analisis RFM

Pendekatan yang digunakan oleh perusahaan untuk memahami dan mengelompokkan pelanggannya berdasarkan tiga faktor utama:

1. Recency (R): Mengacu pada seberapa baru pelanggan melakukan pembelian atau berinteraksi dengan perusahaan. Semakin baru interaksi terakhir pelanggan, semakin baik.
 2. Frequency (F): Mengukur seberapa sering pelanggan melakukan pembelian atau berinteraksi dengan perusahaan dalam periode waktu tertentu. Ini mengidentifikasi pelanggan yang sering melakukan pembelian, yang seringkali menjadi pelanggan yang berharga.
 3. Monetary (M): Mengacu pada total nilai pembelian yang dilakukan pelanggan dalam periode waktu tertentu. Ini memberi tahu perusahaan tentang seberapa besar kontribusi finansial pelanggan dalam periode waktu tersebut.
-

Informasi Dataset

Repositori UCI Machine Learning telah membuat dataset ini yang berisi transaksi aktual dari tahun 2010 dan 2011. Dataset ini dikelola di situs mereka, di mana dataset ini dapat ditemukan di bawah judul "Online Retail". Konten ini adalah dataset transnasional yang berisi semua transaksi yang terjadi antara 01/12/2010 dan 09/12/2011 untuk peritel online non-toko yang berbasis di Inggris dan terdaftar. Banyak dari pelanggan perusahaan ini adalah pedagang grosir."

Source = <https://www.kaggle.com/datasets/carrie1/ecommerce-data>

Preview Dataset

Invoice	InvoiceDate	CustomerID	StockCode	Description	Country	Quantity	UnitPrice	Total
536365	12/01/2010	17850	85123A	WHITE HANGING HEART T-LIGHT HOLDER	United Kingdom	6	2,55	15,30
536365	12/01/2010	17850	71053	WHITE METAL LANTERN	United Kingdom	6	3,39	20,34
536365	12/01/2010	17850	84406B	CREAM CUPID HEARTS COAT HANGER	United Kingdom	8	2,75	22,00
536365	12/01/2010	17850	84029G	KNITTED UNION FLAG HOT WATER BOTTLE	United Kingdom	6	3,39	20,34
536365	12/01/2010	17850	84029E	RED WOOLLY HOTTIE WHITE HEART.	United Kingdom	6	3,39	20,34
536365	12/01/2010	17850	22752	SET 7 BABUSHKA NESTING BOXES	United Kingdom	2	7,65	15,30
536365	12/01/2010	17850	21730	GLASS STAR FROSTED T-LIGHT HOLDER	United Kingdom	6	4,25	25,50
536366	12/01/2010	17850	22633	HAND WARMER UNION JACK	United Kingdom	6	1,85	11,10
536366	12/01/2010	17850	22632	HAND WARMER RED POLKA DOT	United Kingdom	6	1,85	11,10
536367	12/01/2010	13047	84879	ASSORTED COLOUR BIRD ORNAMENT	United Kingdom	32	1,69	54,08
536367	12/01/2010	13047	22745	POPPY'S PLAYHOUSE BEDROOM	United Kingdom	6	2,1	12,60
536367	12/01/2010	13047	22748	POPPY'S PLAYHOUSE KITCHEN	United Kingdom	6	2,1	12,60
536367	12/01/2010	13047	22749	FELTCRAFT PRINCESS CHARLOTTE DOLL	United Kingdom	8	3,75	30,00
536367	12/01/2010	13047	22310	IVORY KNITTED MUG COSY	United Kingdom	6	1,65	9,90
536367	12/01/2010	13047	84969	BOX OF 6 ASSORTED COLOUR TEASPOONS	United Kingdom	6	4,25	25,50
536367	12/01/2010	13047	22623	BOX OF VINTAGE JIGSAW BLOCKS	United Kingdom	3	4,95	14,85
536367	12/01/2010	13047	22622	BOX OF VINTAGE ALPHABET BLOCKS	United Kingdom	2	9,95	19,90
536367	12/01/2010	13047	21754	HOME BUILDING BLOCK WORD	United Kingdom	3	5,95	17,85
536367	12/01/2010	13047	21755	LOVE BUILDING BLOCK WORD	United Kingdom	3	5,95	17,85

Data Processing

Untuk melakukan Analisa RFM. Pada dataset ini menggunakan kolom "InvoiceDate" sebagai Recency Metrix untuk mengetahui tanggal terakhir transaksi customer, kolom "InvoiceNo" sebagai Frequency Metrix untuk mengetahui jumlah transaksi customer, dan kolom "Total" pada Monetary Metrix untuk mengetahui total harga pembelian.

Preview Hasil Segmentasi

TransaksiID	Transaksi Terakhir	Jumlah Pesanan	Total Pembelian	R-Score	F-Score	M-Score	RFM Score	Segment Customers
12347	06/09/2011 13:01	4	2315,47	4	5	5	455	Active
12348	04/05/2011 10:47	1	367	2	3	3	233	Hibernating
12350	02/02/2011 16:01	1	334,4	1	3	3	133	Hibernating
12352	03/01/2011 15:52	4	144,35	1	5	1	151	Hibernating
12355	05/09/2011 13:49	1	459,4	3	3	3	333	Hibernating
12356	04/08/2011 12:33	1	481,46	3	3	3	333	Hibernating
12358	07/12/2011 10:04	1	484,86	5	3	3	533	Loyal
12359	01/12/2011 12:43	3	3495,73	5	5	5	555	Loyal
12362	08/11/2011 15:02	2	773,01	5	4	4	544	Loyal
12363	04/11/2011 13:29	1	299,1	5	3	2	532	Loyal
12370	03/10/2011 12:48	1	938,39	4	3	4	434	Active
12372	05/11/2011 10:43	1	515,7	5	3	3	533	Loyal
12373	02/01/2011 13:10	1	364,6	1	3	3	133	Hibernating
12375	09/02/2011 14:23	1	230,3	1	3	2	132	Hibernating
12378	08/02/2011 10:34	1	4008,62	1	3	5	135	Hibernating
12379	07/07/2011 10:26	1	-1,95	3	3	1	331	Hibernating
12380	06/07/2011 09:49	1	607,55	3	3	4	334	Hibernating
12381	08/12/2011 09:57	1	1268,74	5	3	5	535	Loyal
12383	01/12/2011 14:10	2	750,61	5	4	4	544	Loyal
12384	08/10/2011 11:23	1	292,69	4	3	2	432	Active
12386	01/06/2011 12:37	2	401,9	2	4	3	243	Hibernating
12388	03/09/2011 15:47	2	334,95	3	4	3	343	Hibernating

Insight Hasil Segmentasi

1. **Hibernating Customer :**

- Mengirimkan penawaran spesial atau diskon eksklusif berdasarkan transaksi sebelumnya dan promosikan dengan penawaran yang relevan.
- Mengirimkan pesan personal atau email kepada pelanggan ini untuk mengingatkan mereka tentang merek anda dan mengundang mereka untuk kembali berbelanja.

2. **Active Customer :**

- Menawarkan keuntungan tambahan, seperti program loyalitas atau insentif lainnya.
- Memberikan diskon bila meningkatkan frekuensi dan nilai transaksi mereka berdasarkan belanjaan mereka.

3. **Loyal Customer :**

- Apresiasi pelanggan ini dengan hadiah atau insentif khusus
- Pertimbangkan untuk menawarkan program loyalitas premium dengan manfaat eksklusif, seperti pengiriman gratis, akses ke penjualan khusus, atau layanan pelanggan yang lebih baik.
- Anda dapat melakukan survei kepuasan pelanggan atau wawancara singkat untuk memahami lebih dalam preferensi dan harapan pelanggan ini.

Thanks

rafifdwida@gmail.com

[linkedin.com/in/rafifdwi](https://www.linkedin.com/in/rafifdwi)

github.com/rafifdwi