

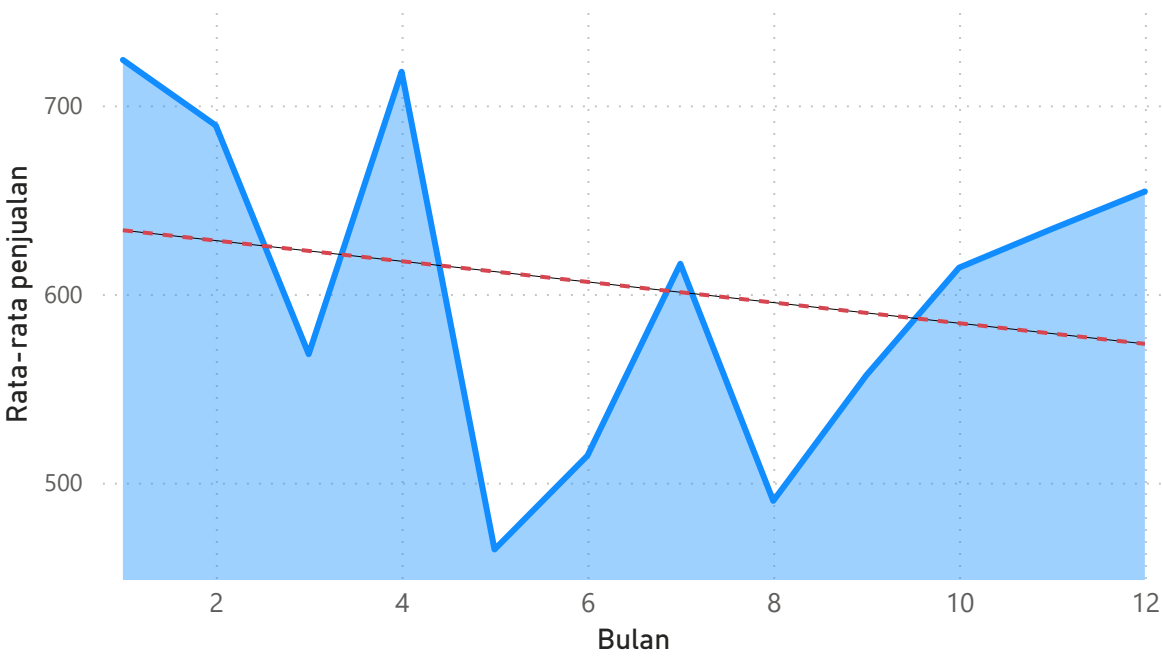
Product Analysis

Analisis ini berdasarkan database northwind yang menyediakan data penjualan dari rentang bulan Juli 1996 hingga Mei 1998. Tetapi dikarenakan data lengkap berfokus pada tahun 1997, maka analisis difokuskan pada tahun 1997 saja.

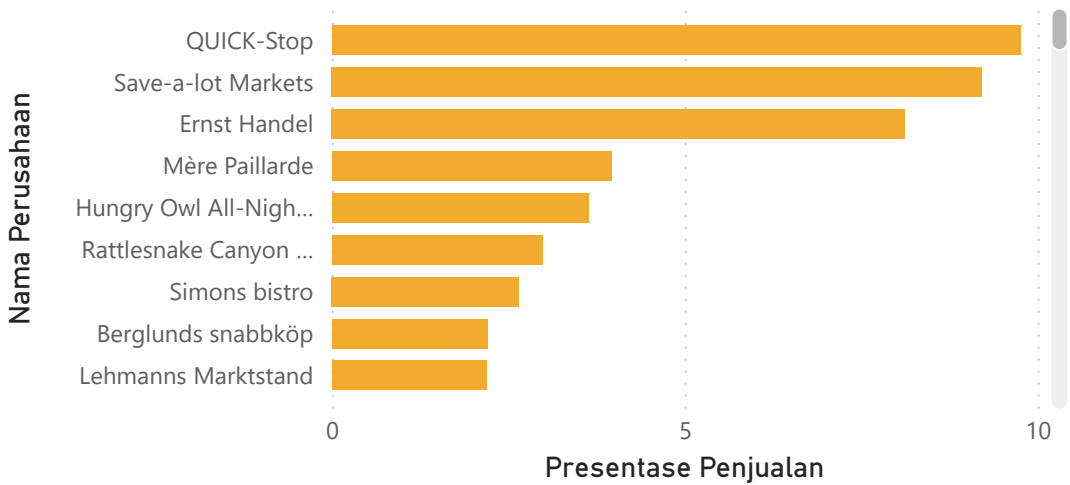
Tabel Rata-Rata Penjualan Tahun 1997

year	month	sum_qty	avg_u_price	avg_sales	%_chg_sum_sales	%_chg_sum_qty	sum_sales	vol_sales
1996	7	1462	20.56	511.73	NULL	NULL	30,192.10	59
1996	8	1322	21.56	385.64	-11.87	-9.58	26,609.40	69
1996	9	1124	23.52	484.84	3.86	-14.98	27,636.00	57
1996	10	1738	21.98	564.43	49.09	54.63	41,203.60	73
1996	11	1735	27.80	753.09	20.63	-0.17	49,704.00	66
1996	12	2200	23.82	629.05	2.51	26.8	50,953.40	81
1997	1	2401	24.49	784.62	30.89	9.14	66,692.80	85
1997	2	2132	19.08	521.61	-38.21	-11.2	41,207.20	79
1997	3	1770	21.69	519.22	-2.98	-16.98	39,979.90	77
1997	4	1912	27.90	687.65	39.32	8.02	55,699.39	81

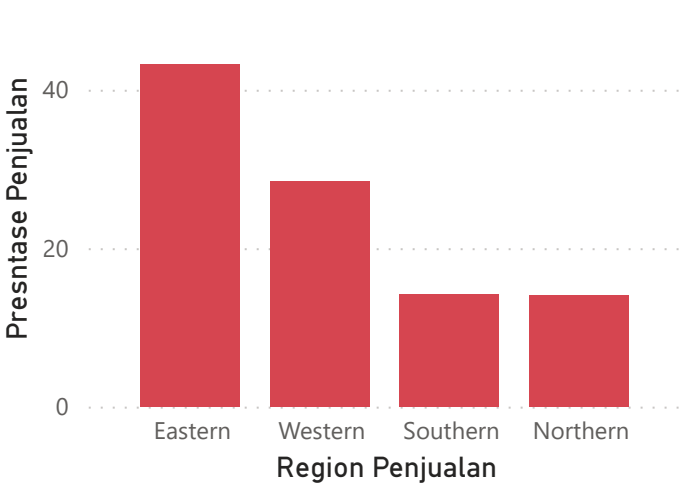
Rata-rata penjualan perbulan di tahun 1997



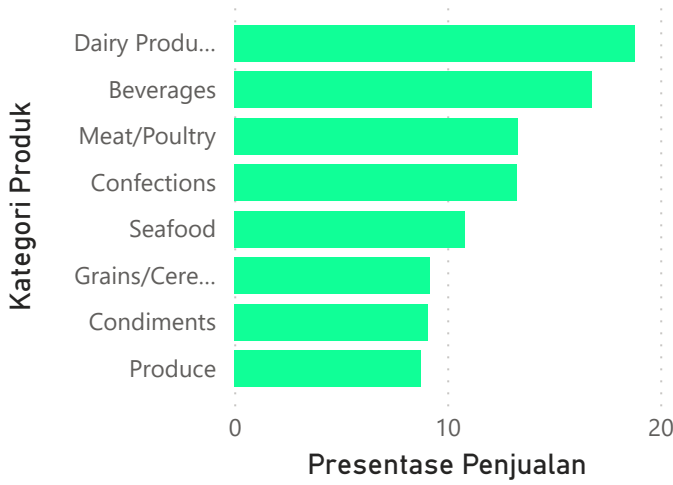
Presentase Penjualan Berdasarkan Perusahaan



Presentase Penjualan Berdasarkan Region



Presentase Penjualan Berdasarkan Kategori



Customer Analysis - RFM Segmentation

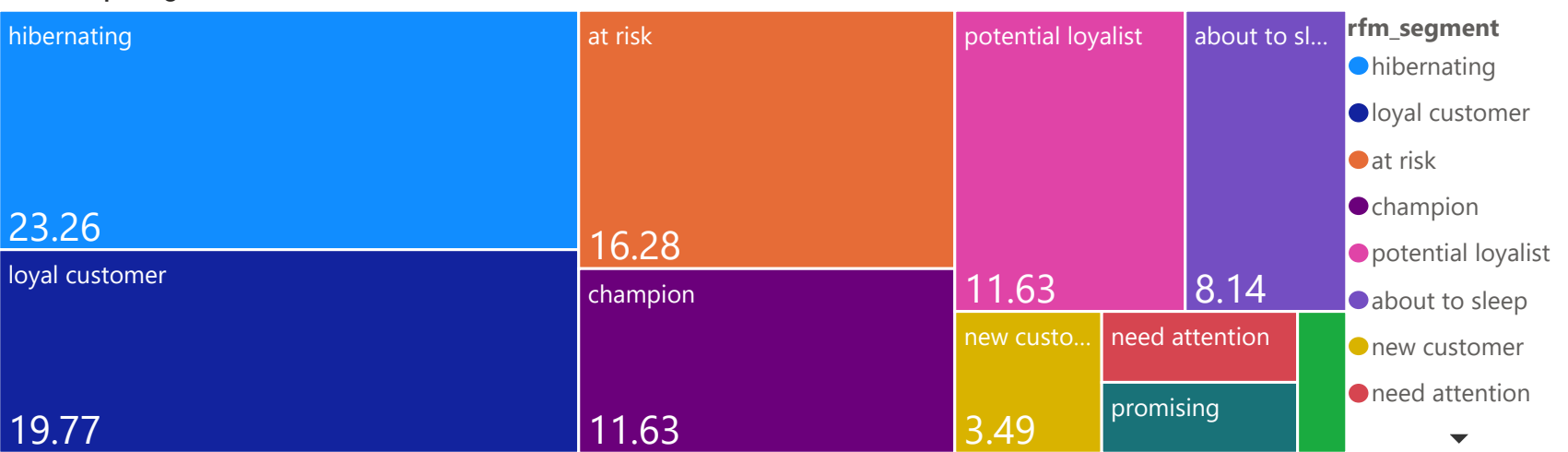
Analisis berfokus pada perlakuan segmenetasi pada data pelanggan. RFM analysis adalah teknik segmentasi perilaku pelanggan yang berbasiskan data, singkatan dari Recency, Frequency, Monetary value. Ide dari analisis ini yaitu dengan mengelompokkan pelanggan berdasarkan kapan pembelian terakhir mereka, seberapa sering pembelian di masa lalunya, serta berapa banyak yang dihabiskan secara keseluruhan.

Tabel RFM Segmentation

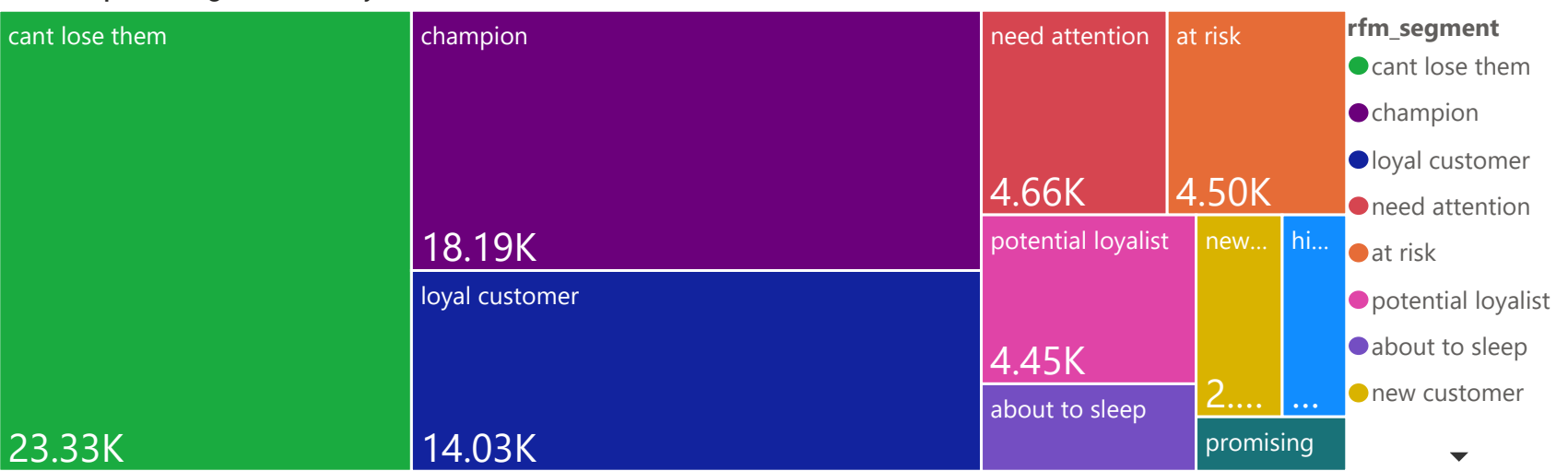
rfm_segment	%_segment	avg_monetary
hibernating	23.26	1,594.57
loyal customer	19.77	14,032.65
at risk	16.28	4,501.40
potential loyalist	11.63	4,451.66
champion	11.63	18,190.64
about to sleep	8.14	2,303.47
new customer	3.49	2,134.08
promising	2.33	1,004.37
need attention	2.33	4,664.33
cant lose them	1.16	23,332.31

Data pada halaman ini berisikan tabel dari RFM segmentation yang dihasilkan dari menjalankan program SQL yang dibuat. Gambaran treemap disebelah kanan menunjukkan presentase persebaran data dari masing-masing segmentation pelanggan.

Treemap Segmentation Presentation



Treemap Average Monetary



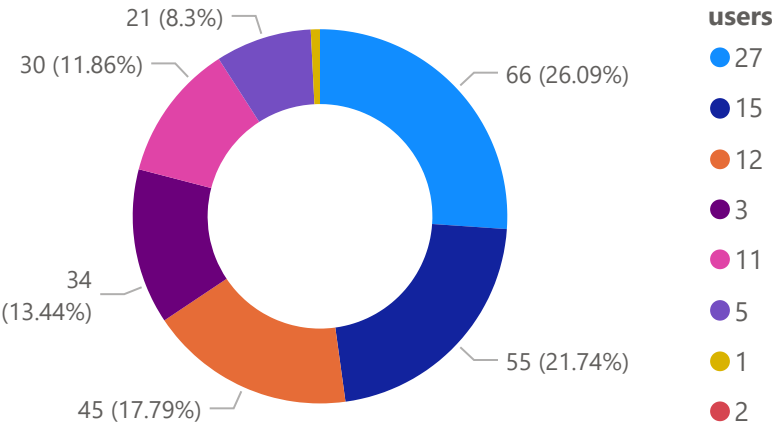
Cohort Analysis

Cohort Analysis merupakan analisis yang mengambil data dari perilaku pelanggan dari berbagai platform (E-Commerce, web, atau game). Analisis ini memecah pelanggan ke dalam beberapa grup supaya dapat dilakukan analisis lanjutan.

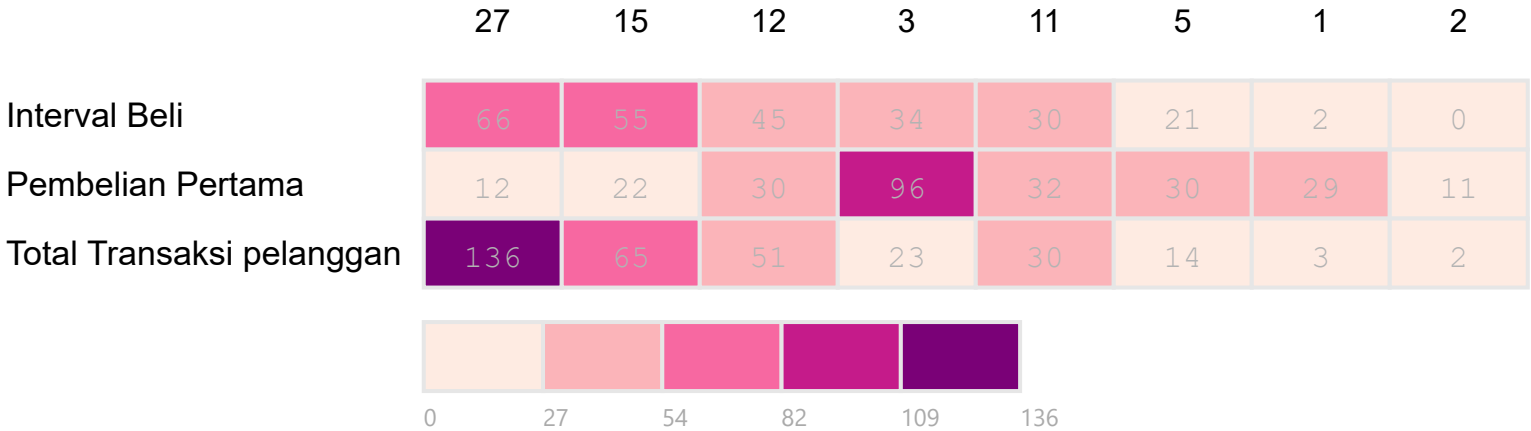
Tabel Output Analysis Cohort

users	first_time_buy	buy_interval	%_user_transacting	users_transacting
1	9	0	100.00	1
1	10	0	100.00	1
1	10	2	100.00	1
2	11	0	100.00	2
3	6	0	100.00	3
3	6	4	66.67	2
3	6	5	33.33	1
3	6	6	33.33	1
3	7	0	100.00	3
3	7	2	66.67	2
3	7	3	33.33	1
3	7	5	33.33	1

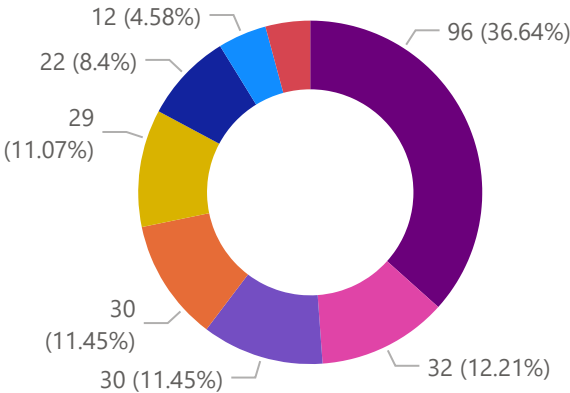
Interval Pembelian Berdasarkan Kluster Pengguna



Heatmap klasifikasi pelanggan terhadap pembelian pertama, interval beli, dan transaksi



Pembelian Pertama Berdasarkan Kluster Pengguna



Presentase Transaksi Berdasarkan Kluster Pengguna

