

CUSTOMER PERSONALITY ANALYSIS



TEAM 4CE



Nguyễn Quang Ba



**Lê Danh
Đức Lương**



**Nguyễn Thị
Hoàng Diệp**



**Đinh Thị
Thanh Thúy**

NỘI DUNG

01

Giới thiệu chung

02

Tình hình kinh doanh

03

Phân tích Pareto

04

Phân tích RFM



01

GIỚI THIỆU CHUNG

PHÂN TÍCH TÍNH CÁCH KHÁCH HÀNG

Hiểu rõ khách hàng là điều rất quan trọng trong bối cảnh kinh doanh cạnh tranh ngày nay.

Trong suốt báo cáo, chúng tôi sẽ xem xét các thuộc tính khác nhau từ bộ dữ liệu, bao gồm đặc điểm nhân khẩu học của khách hàng, thói quen mua hàng, phản hồi đối với các chiến dịch khuyến mãi và tương tác qua các kênh mua hàng như website, catalog và store. Bằng cách phân tích những thuộc tính này, chúng tôi có thể hiểu rõ về khách hàng của mình và cung cấp thông tin hữu ích để nâng cao các chiến lược kinh doanh của chúng tôi

BẢNG DỮ LIỆU

People

ID, Year birth, Education, Marital status, Income, Date enrollment, Num.Days since last purchase, Complain

Promotion

Num.Purchases using discount, Customer accepted the 1st, 2nd, 3rd, 4th, 5th and the last campaign

Product

Wine, Fruit, Meat, Sweet, Fish, Gold

Place

Purchase via Website, Purchase via Catalogue, Purchase in Store, Num.Web visits

Tham khảo bảng dữ liệu [tại đây](#)

MÔ TẢ DỮ LIỆU

People

Thông tin mô tả thuộc tính Khách hàng và thông tin cơ bản về hành vi mua hàng của khách hàng gồm: Ngày đầu tiên mua hàng, Recency, Complain

Promotion

Ghi nhận chiến dịch quảng cáo mà Khách hàng có sử dụng

Product

Số tiền mà Khách hàng đã bỏ ra để mua sản phẩm trong 2 năm cuối và số lượng đơn hàng được mua discount

Place

Kênh khách hàng sử dụng để mua hàng (Web, Catalog, Store) và Số lần truy cập Website trong tháng trước

Tham khảo bảng dữ liệu [tại đây](#)

CHUẨN BỊ DỮ LIỆU

Import data to SQL
Server

Create table

DimPeople
FactProdcut
FactPlace
FactPromotion

01

02

05

04

03

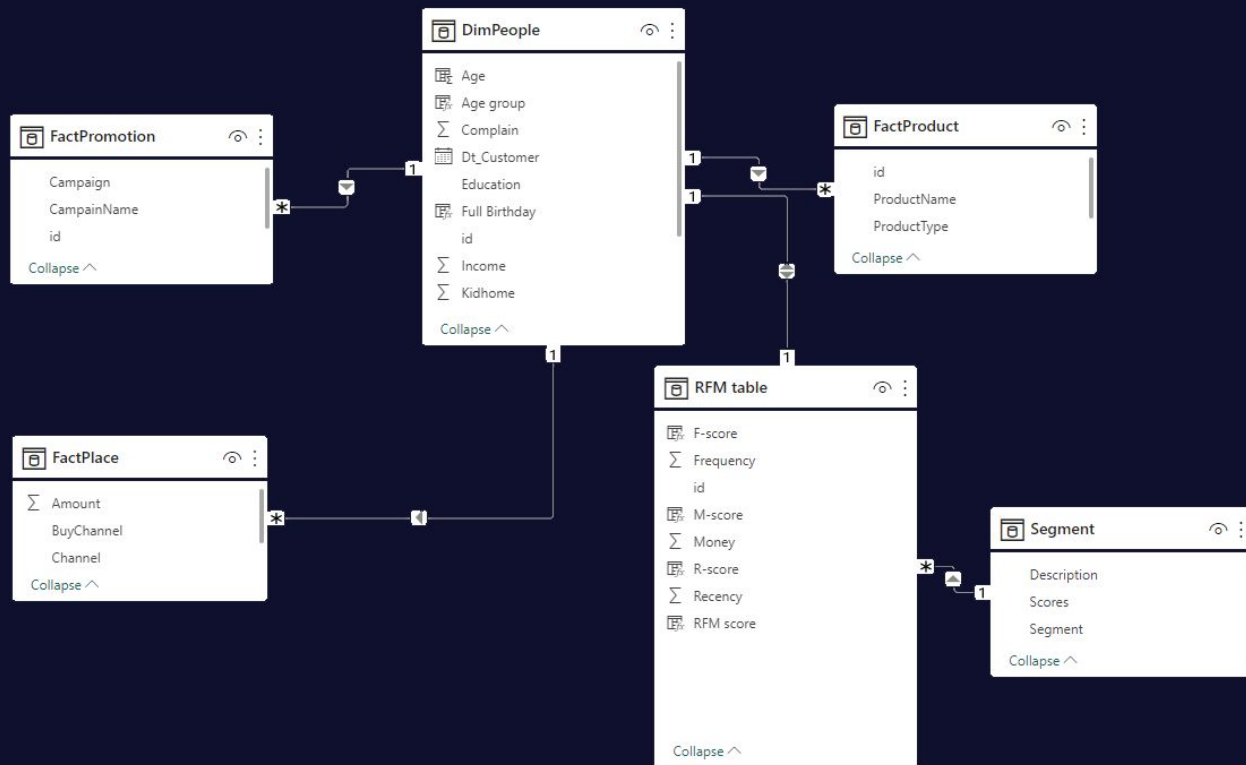
Close & Apply

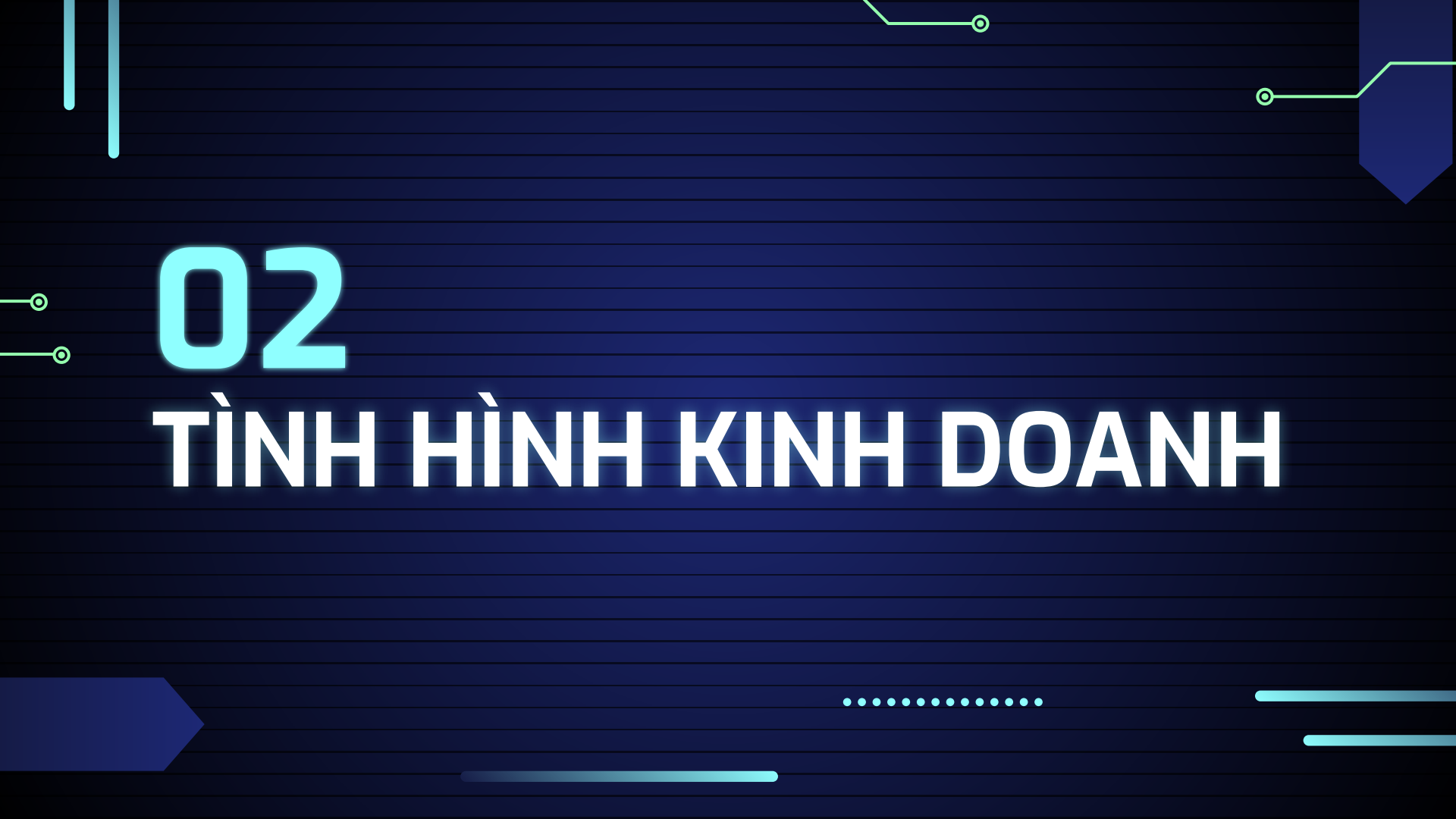
Clean data

Getdata

Connect to SQLServer
Choose table
Transform data

MÔ HÌNH DỮ LIỆU





02

TÌNH HÌNH KINH DOANH

Education

- ☐ 2n Cycle
- ☐ Basic
- ☐ Graduation
- ☐ Master
- ☐ PhD

2240

Number of Customer

1.36M

Total sales amount

3

Number of channel

21

Number Complain

Product

- ☐ Fish
- ☐ Fruits
- ☐ Gold
- ☐ Meat
- ☐ Sweet
- ☐ Wines

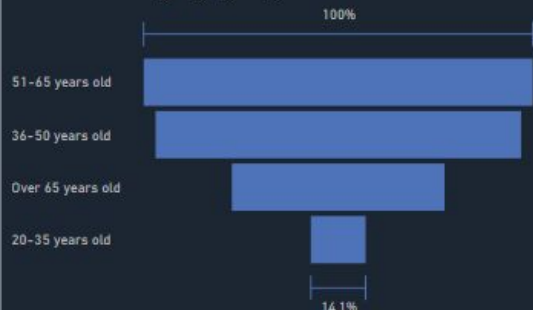
Channel

- ☐ Catalog
- ☐ Store
- ☐ Web

Marital

- ☐ Absurd
- ☐ Alone
- ☐ Divorced
- ☐ Married
- ☐ Single

No.Customer by Age group



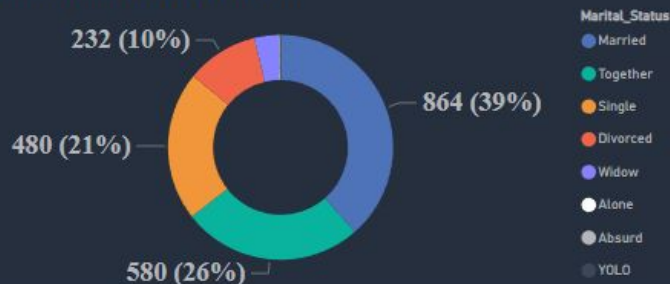
Revenue by Education



Complain per Age group



No.Customer by Marital_Status



Marital_Status

	No. Kidhome	No. Teenhome	No. SaleAmount
YOLO	0	2	848
Alone	3	2	770
Widow	18	49	56889
Divorced	96	137	141666
Single	223	195	291112
Together	261	307	352865
Married	394	442	510453
Total	995	1134	1356988



03

Phân tích Pareto



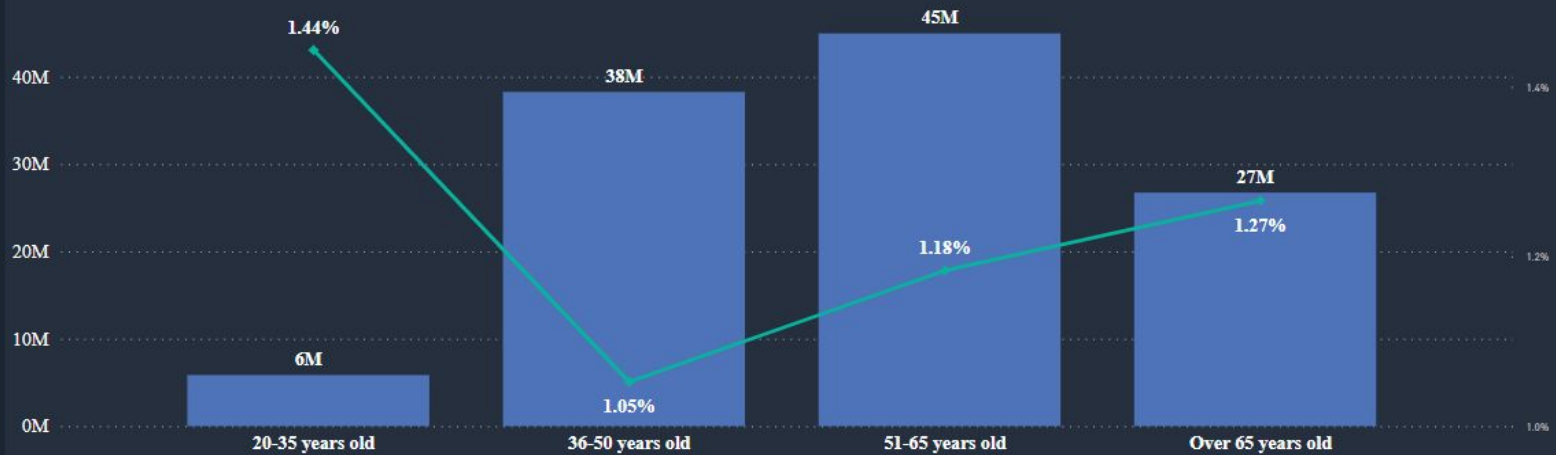
.....

Marital_Status

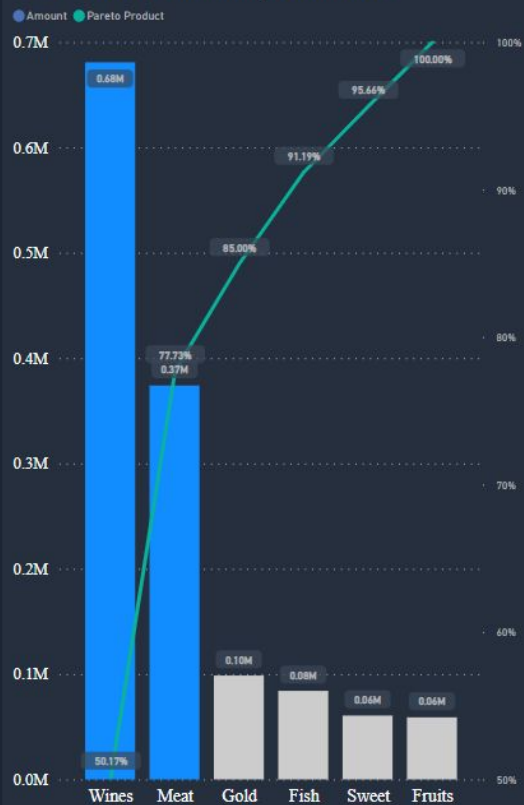
Absurd	Divorced	Single	Widow
Alone	Married	Together	YOLO

Income and Product Amount by Age

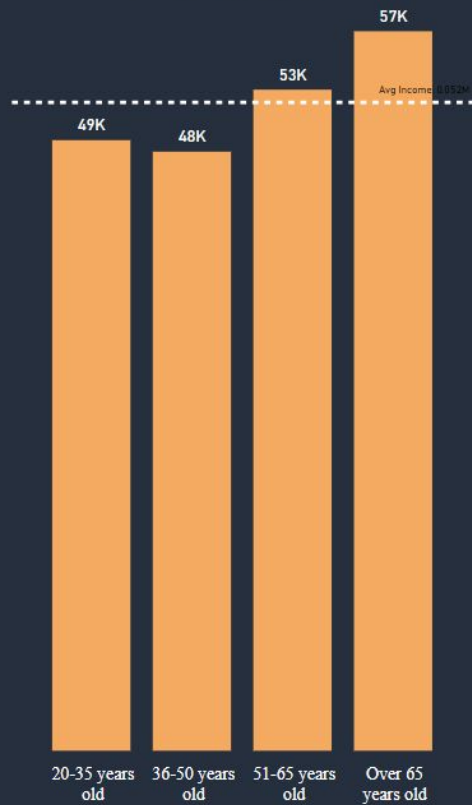
● Total Income ◆ % Amount / Income



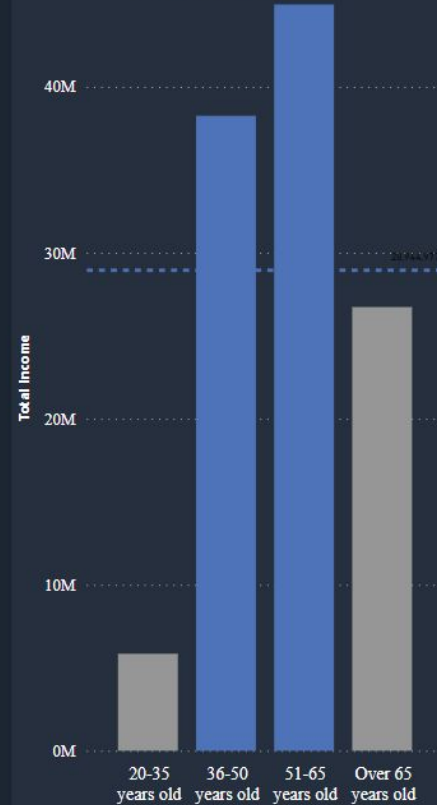
Amount and Pareto Product by ProductName



Income per Customer



Income by Age group



TÌNH HÌNH KINH DOANH

- 2240 khách hàng trong suốt thời gian theo dõi
- Doanh thu 116M
- Wine và Meat và 2 mặt hàng chiếm 80% doanh thu của toàn bộ sản phẩm

KHÁCH HÀNG

- Gồm 4 nhóm tuổi (20-35 ; 36-50 ; 51-65; Over 65)
- Nhóm khách hàng Married và Graduation chiếm tỷ trọng lớn nhất trong phân khúc khách
- Tổng doanh thu của nhóm khách 36-65 tuổi cao hơn trung bình của cả 4 nhóm (~30M)
- Doanh thu mỗi khách hàng của nhóm đối tượng 51-Over 65 cao hơn trung bình toàn bộ đối tượng

GIẢI PHÁP

- Tập trung tối đa nguồn lực giữ vững và phát triển nhóm Wine và Meat
- Tạo các chương trình đánh mạnh vào nhóm Married và Graduation, các mặt hàng gia đình
- Từ 36 đến Over 65 tuổi cần Đa dạng hóa sản phẩm về bảo vệ sức khỏe để phù hợp với

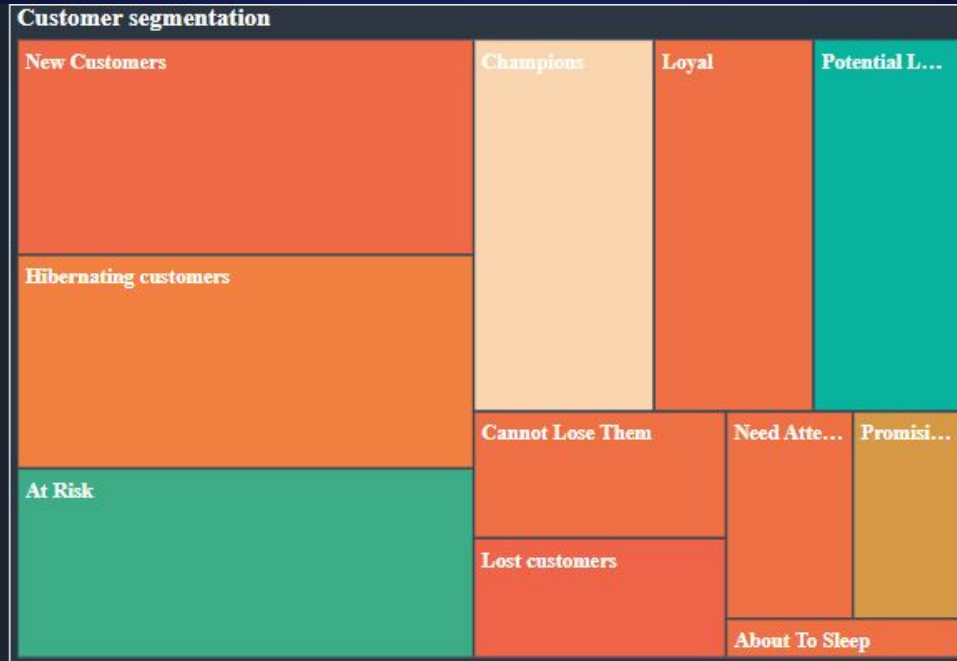
nhóm



04

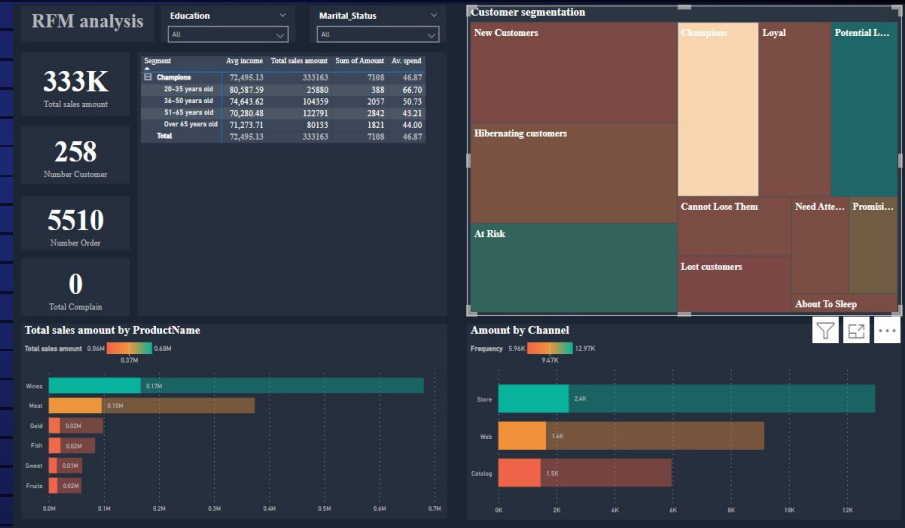
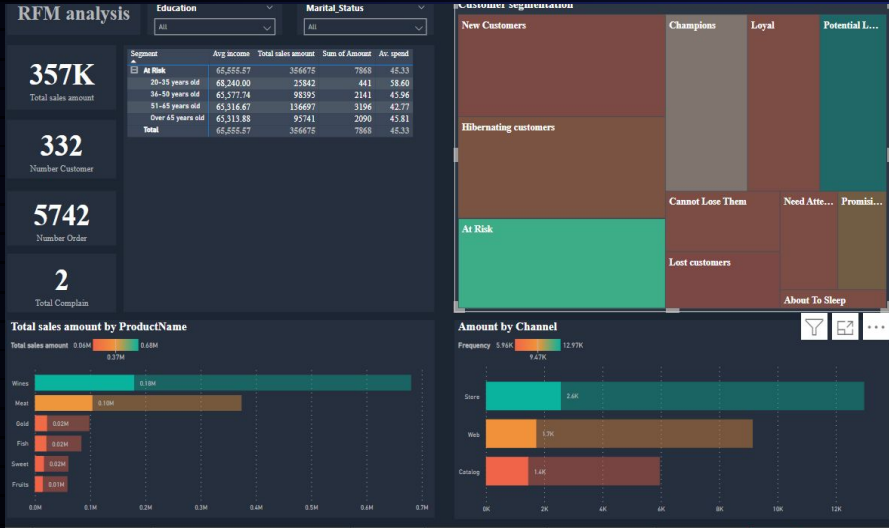
RFM Analysis

RFM treemap



High revenue group

Top 3 revenue : At risk, loyal, champions



High revenue group

At risk has high avg spent

High complaint for loyal

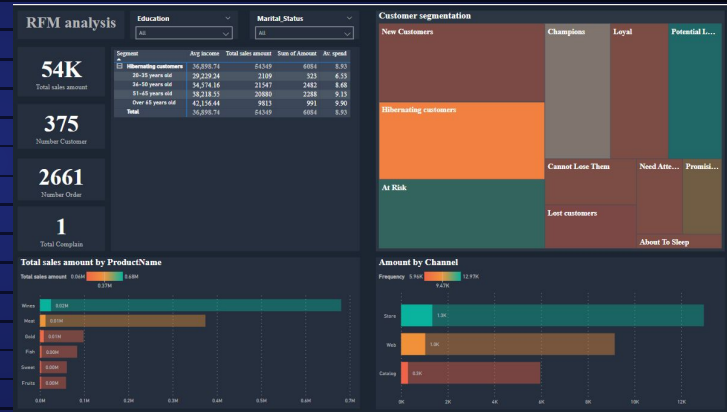
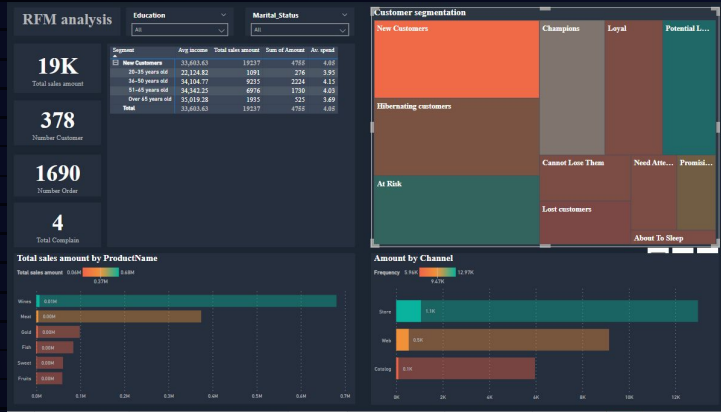
Segment	Avg income	Total sales amount	Sum of Amount	Av. spend
At Risk	65,555.57	356675	7868	45.33
20-35 years old	68,240.00	25842	441	58.60
36-50 years old	65,577.74	98395	2141	45.96
51-65 years old	65,316.67	136697	3196	42.77
Over 65 years old	65,313.88	95741	2090	45.81
Total	65,555.57	356675	7868	45.33

3

Total Complain

High RFM group

New customers, Hibernating customers, At risk



High RFM group

New customer have lower average income

Segment	Avg income	Total sales amount	Sum of Amount	Av. spend
New Customers	33,603.63	19237	4755	4.05
20-35 years old	22,124.82	1091	276	3.95
36-50 years old	34,104.77	9235	2224	4.15
51-65 years old	34,342.25	6976	1730	4.03
Over 65 years old	35,019.28	1935	525	3.69
Total	33,603.63	19237	4755	4.05

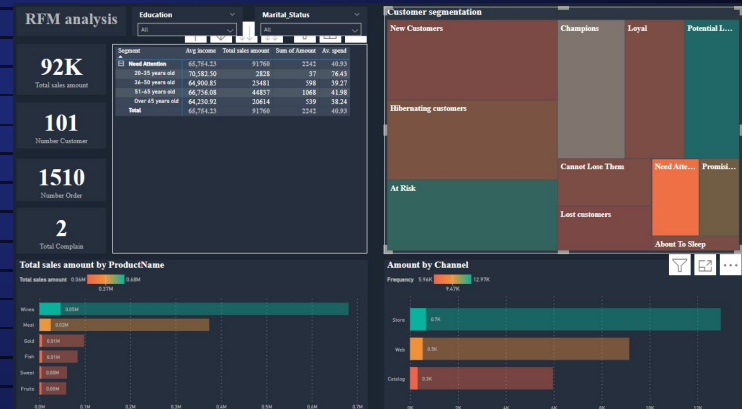
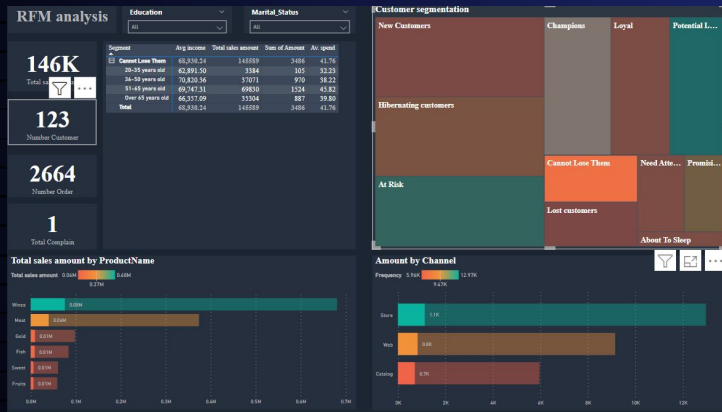
New customer have high complains

4

Total Complain

High attention group


Potential loyalist, need attention, cannot lose them





Recommendations

- Tiếp cận đối tượng nhóm at risk và tìm hiểu xem tại sao họ lại complain nhiều => cố gắng giữ được nhóm đối tượng này
- Với nhóm loyal và new customer, để ý tại sao lại nhiều complains
- Nhóm champions và loyal có income lớn => bán những mặt hàng có giá trị cao dần cho họ, catalog purchase đang ít nên mình có thể cho họ thử mua qua kênh này
- Nhóm potential loyalist có avg spent chưa cao nhưng lại hay mua ở web => mình có chương trình gì cho họ không
- Can't lose them và need attention có avg income cao và cũng mua hàng nhiều, đặc biệt nhóm need attention (20-35) avg spent rất cao
- Nhìn chung thì nhóm 20-35 thường có avg spent cao hơn so với nhóm tuổi khác



THANK YOU