

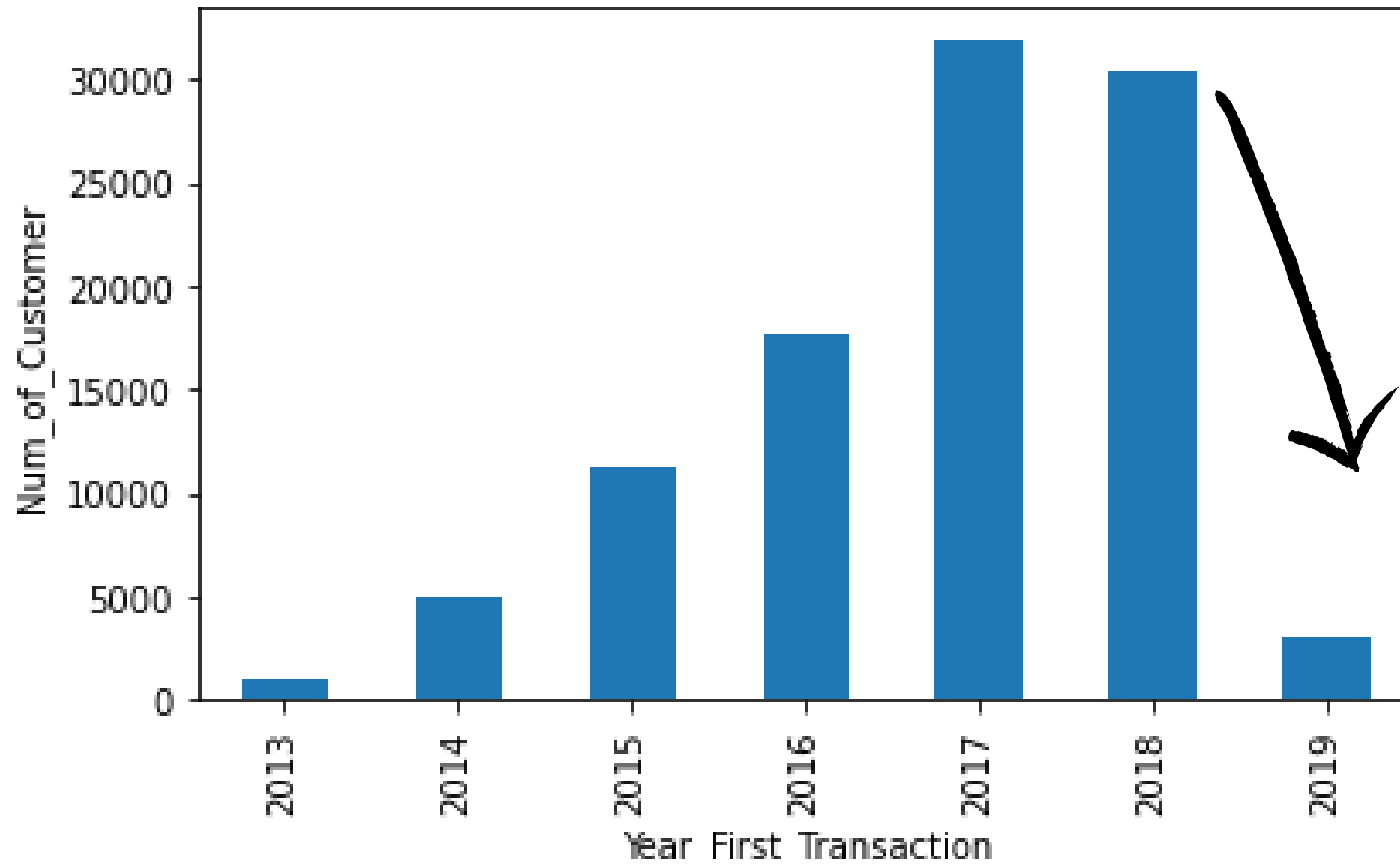
by: Yanuar JP

Market Research Data Analysis

RESULT & REPORT: 2014-2019

Customer Aquisition per Year

Graph of Customer Acquisition



Summary

- 01 Tren peningkatan dari 2013 – 2017
- 02 Penurunan wajar pada 2018
- 03 Penurunan signifikan di 2019

Data 2019 hanya berisi bulan Januari dan Februari

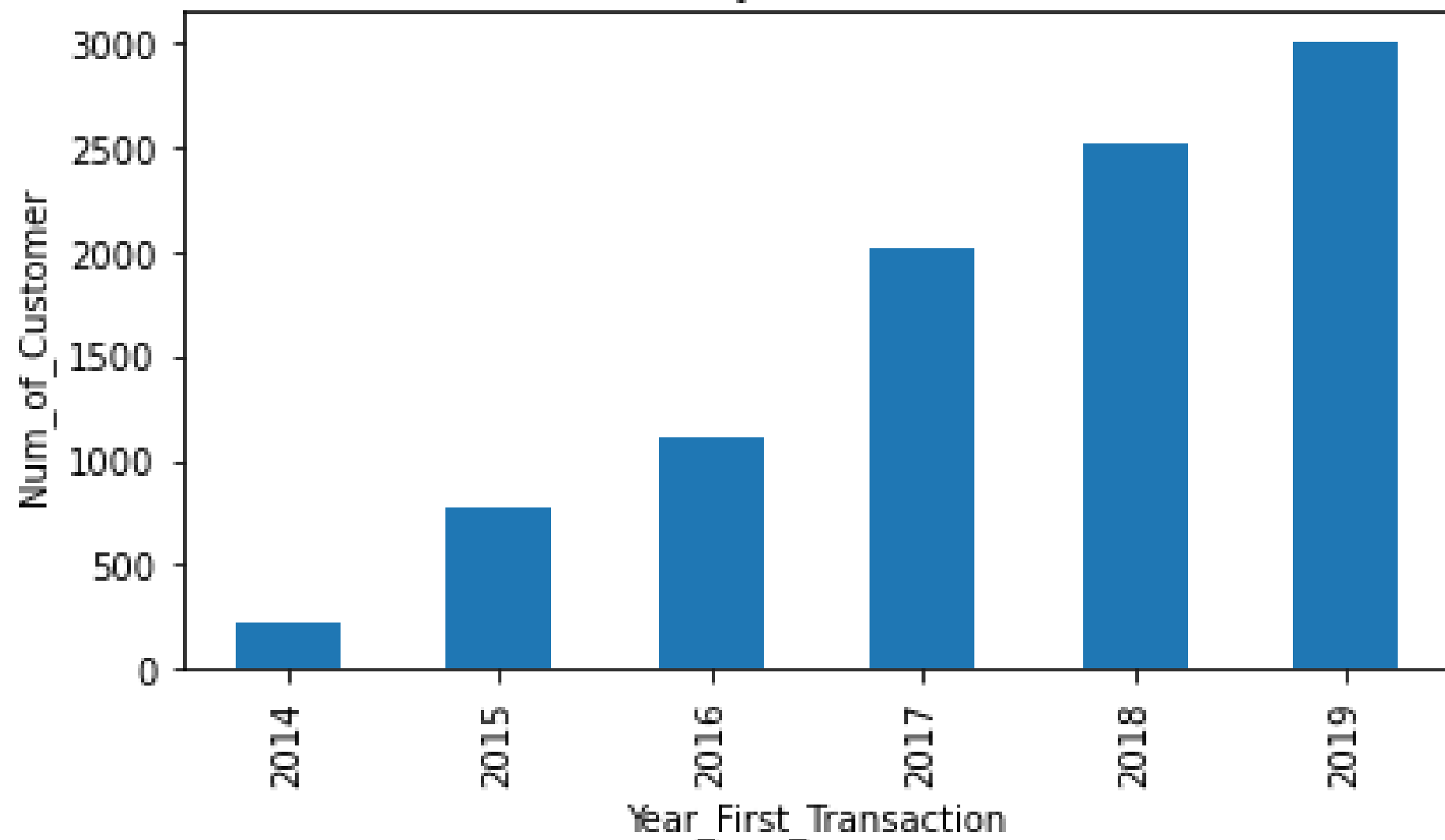
Analisa pada 2 bulan pertama saja



Customer Aquisition per Year

Jan- Feb

Graph of Customer Acquisition
Jan-Feb



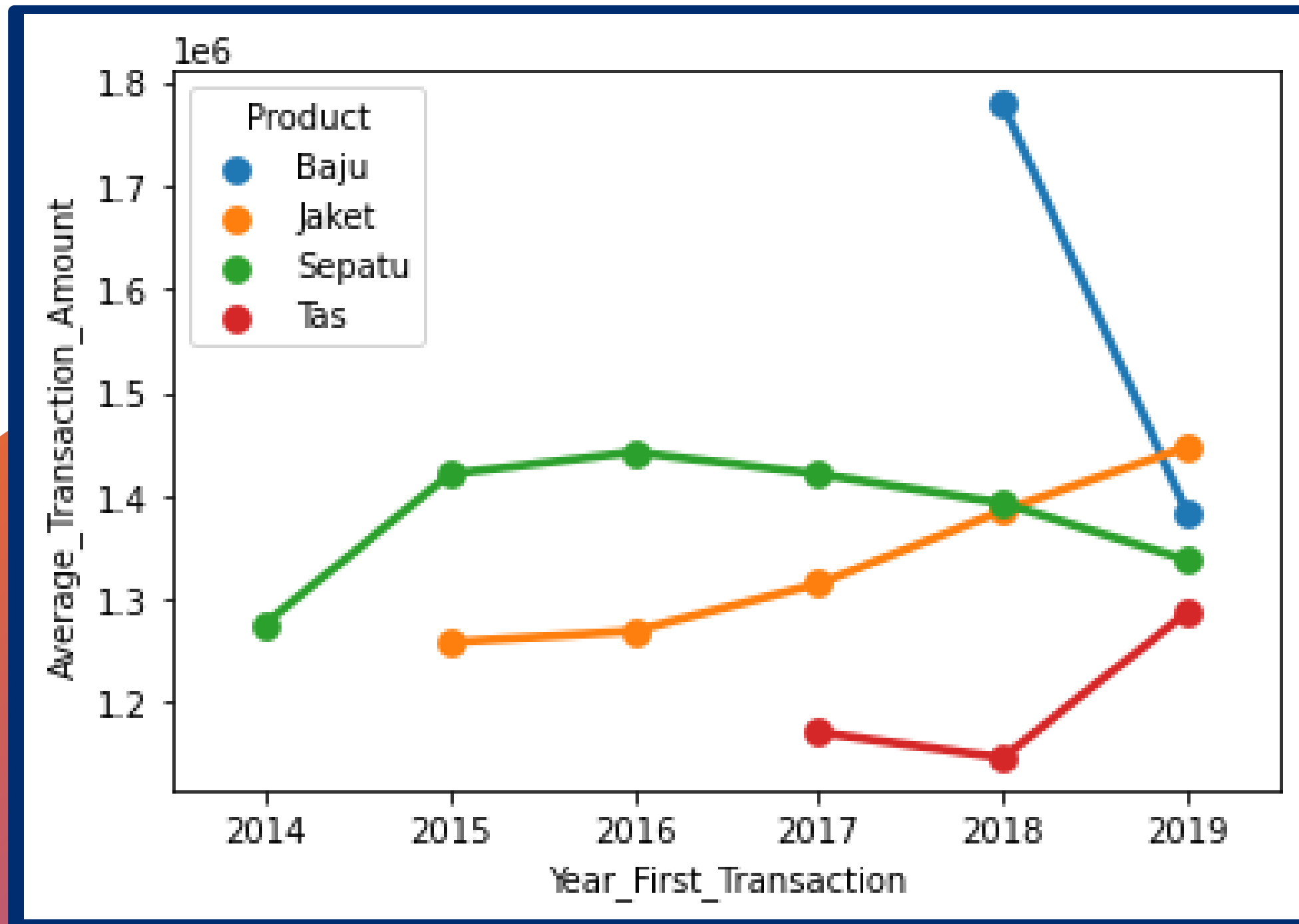
Summary

- 01 Tren peningkatan dari tahun ke tahun
- 02 2019 mengalami peningkatan

Insight

Secara umum tim marketing sudah melakukan hal yang tepat di tahun 2019

Average Transaction Amount by Product



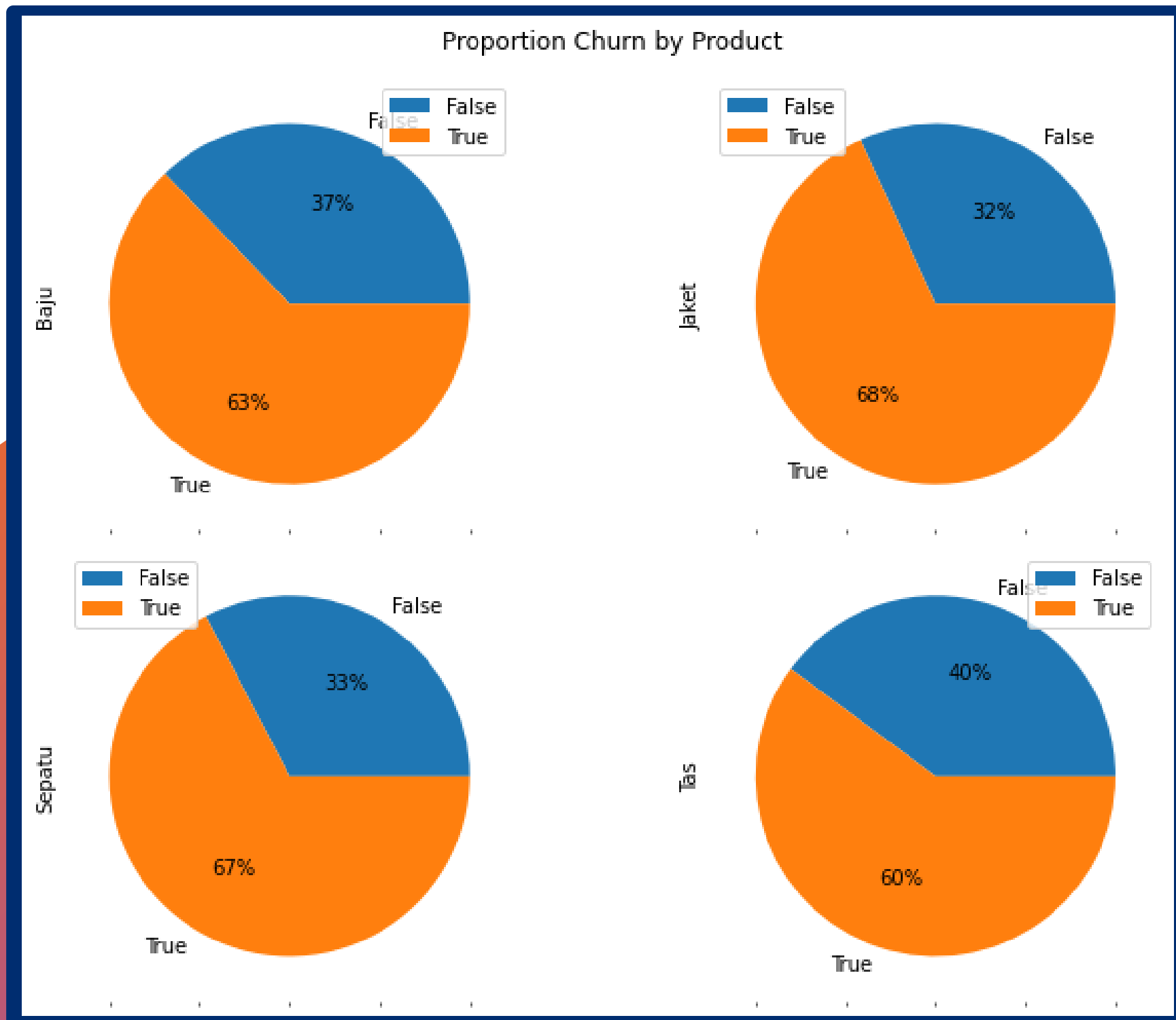
Summary

- 01 Baju memiliki angka ATA tertinggi di 2018 tapi menurun drastis di 2019
- 02 Tren penurunan pada sepatu sejak tahun 2016
- 03 Tren peningkatan pada jaket dan tas

Insight

Perlu memperbaiki strategi marketing Baju dan Tas

Proposition Churn by Product



Summary

- 01 60% Customer di setiap produk terindikasi churn.
- 02 Angka Churn tertinggi pada produk jaket.

Insight

Perlu memperbaiki pelayanan dan kualitas produk agar customer tetap melakukan transaksi

Summary Insight

Kustomer Lama Berhenti Bertransaksi Kustomer Baru Meningkat

01

Performa Marketing sudah Baik

Kinerja tim marketing untuk menjaring kustomer baru sudah baik. Melihat tren peningkatan Customer Aquisition tiap tahunnya

02

Fokus improve di produk baju dan sepatu

Perlu adanya perubahan strategi marketing Baju dan Sepatu untuk meningkatkan Transaction Amount.

03

Kustomer cenderung berhenti menjadi kustomer.

Setiap produk angka churn nya di kisaran 60 %. Jaket menjadi produk paling tinggi angka churnnya.

04

Perlu Perbaiki Kualitas Layanan dan Produk

Perbaiki kualitas layanan dan produk perlu dilakukan agar customer terus melakukan transaksi.



Thank You