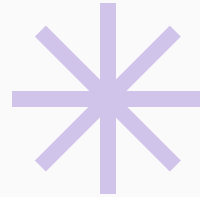


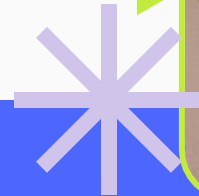
Benazheer Salsabila

# Customer Insights and Strategies: Unlocking Sales Potential through Product Analysis, Segmentation, and Channel Performance



# Latar Belakang

Perusahaan sedang menghadapi tantangan untuk meningkatkan akuisisi customer dan merasa perlunya peninjauan kembali strategi agar dapat mencapai hasil yang lebih optimal. Dengan pemahaman yang lebih mendalam terhadap perilaku customer dan pasar, perusahaan berharap dapat mengidentifikasi peluang baru dan mengarahkan upaya penjualan mereka ke arah yang lebih efektif.



# Pernyataan Masalah

Fokus utamanya adalah mengatasi tantangan dan peluang kunci di **customer acquisition, sales, dan channel performance**.

Hal ini melibatkan identifikasi demografi dan preferensi produk dari customer untuk *targeted acquisition*, memaksimalkan strategi akusisi customer, mengembangkan strategi yang tepat berdasarkan demografi dan perilaku customer, mengungkap peluang *cross-selling* untuk meningkatkan penjualan per customer, dan mengurangi biaya pelayanan dengan mengonversi customer secara efisien ke *channel* pembelian yang berbeda.

Dengan memanfaatkan wawasan data dalam bidang ini, perusahaan bertujuan untuk **meningkatkan revenue dan market share**.

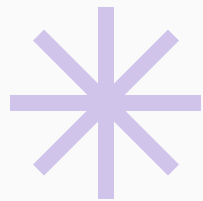


Improve Acquisition



Improve Engagement





# 01

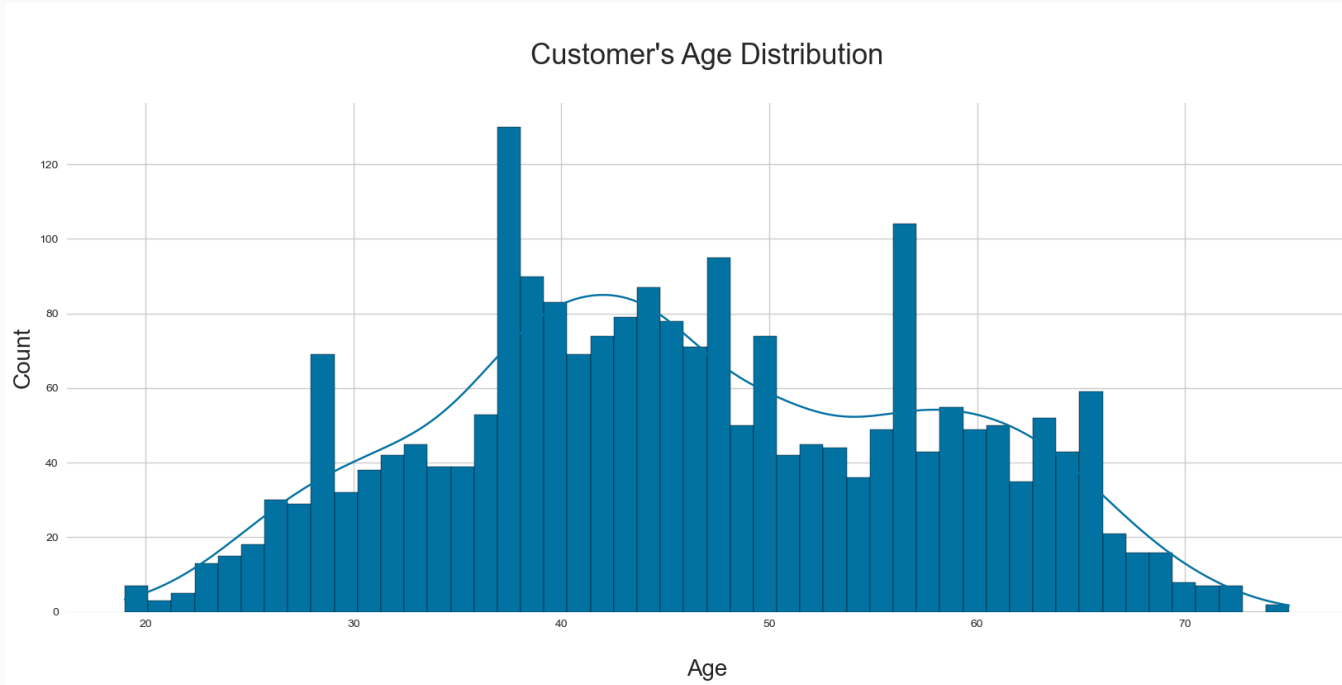


## Improve Acquisition

- Identify Customer Key Characteristic
- Deep Dive on Each Cluster to Improve Acquisition

# Identify Customer Key Characteristic

## Customer's Age Distribution

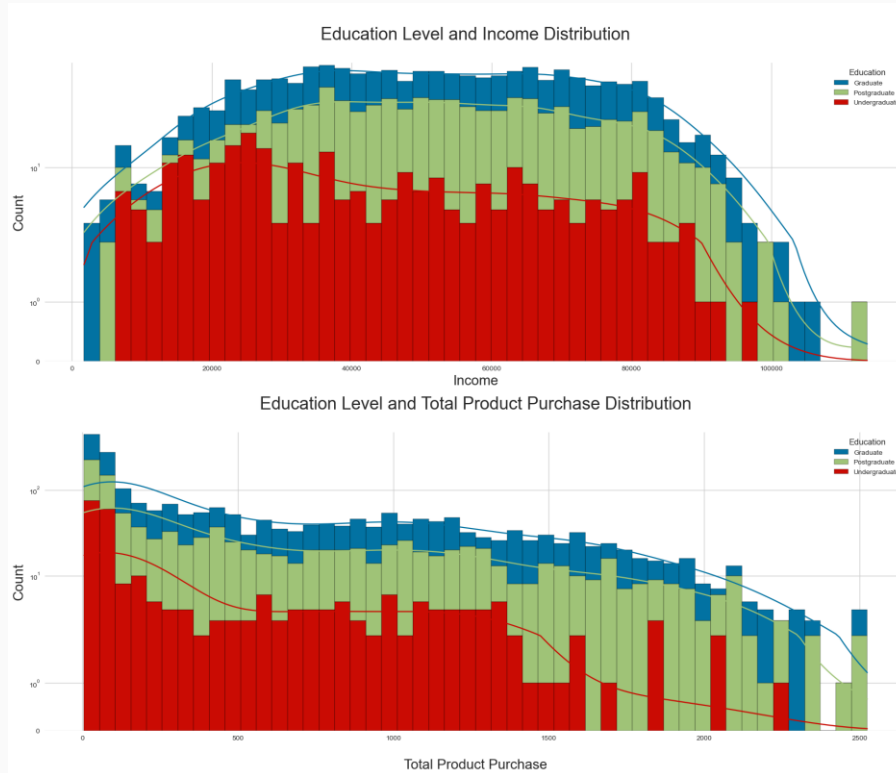


- Kita dapat melihat bahwa distribusi usia *customer* bersifat normal.
- Sebagian besar *customer* berada dalam rentang usia **36 hingga 50 tahun**.



# Identify Customer Key Characteristic

Income, Education, and Total Product Purchase

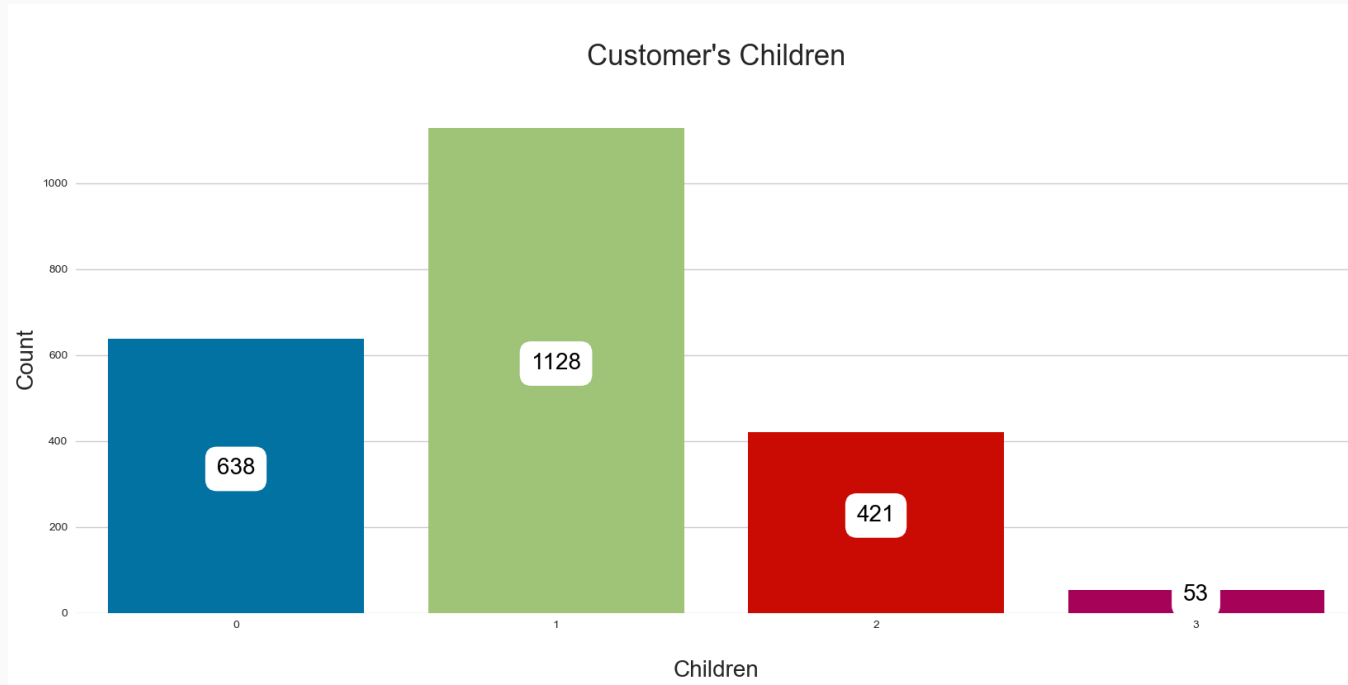


- **Graduate** memiliki penghasilan di range **20.000 – 85.000** dengan total pembelian produk diantara **0 - 2000 produk** selama 2 tahun terakhir
- **Postgraduate** memiliki penghasilan terbesar di range **30.000 – 85.000** dengan total pembelian produk diantara **0 - 2000 produk** selama 2 tahun terakhir
- **Undergraduate** memiliki penghasilan di range **10.000 – 80.000** dengan total pembelian produk diantara **0 - 1400 produk** selama 2 tahun terakhir



# Identify Customer Key Characteristic

## Customer's Child

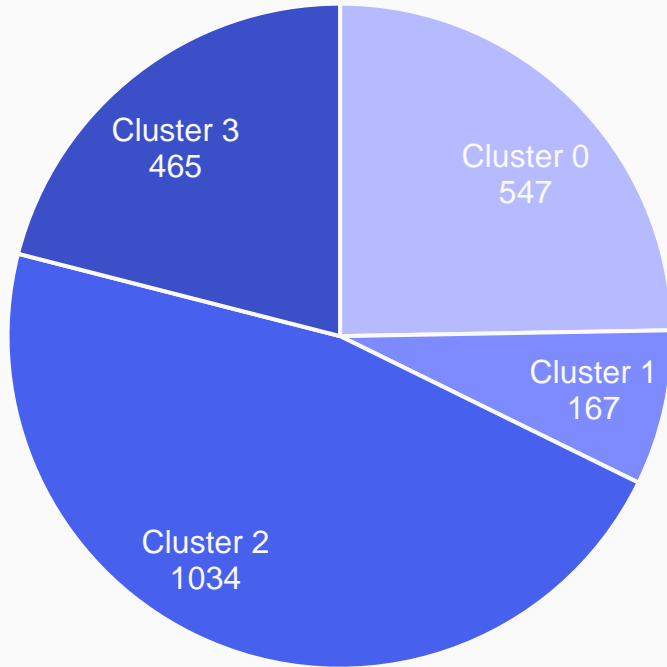


- Sebagian besar customer memiliki **anak 1**, yaitu **1128** customer
- 638 customer tidak memiliki anak, 421 customer memiliki anak 2 dan 53 customer memiliki anak 3



# Identify Customer Key Characteristic

## Customer Clustering



Dengan menempatkan customer ke dalam kelompok-kelompok yang serupa berdasarkan karakteristik yang diidentifikasi, kita dapat melihat pola-pola yang mungkin ada di antara kelompok-kelompok tersebut.

Hal ini dapat merancang strategi pemasaran yang lebih terarah, mempersonalisasi pengalaman customer, dan meningkatkan pemahaman tentang segmen customer yang berbeda





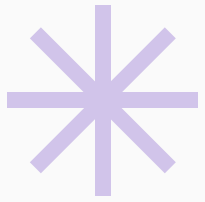
# Identify Customer Key Characteristic

## Customer Clustering

### Purchase Behavior

	Cluster 0	Cluster 1	Cluster 2	Cluster 3
<u>Accept Promotion</u>	27%	100%	13%	30%
<u>Deal Purchase</u>	0.49	0.02	0.39	0.11
<u>Web Purchase</u>	0.4	0.1	0.22	0.26
<u>Catalog Purchase</u>	0.3	0.19	0.1	0.45
<u>Store Purchase</u>	0.33	0.1	0.25	0.3





# Deep Dive on Each Cluster Behavior Recommendation to Improve Acquisition

Cluster 0



Cluster 0

## Personality

- Income range: 30000 - 65000.
- Total Product Purchase: 500 - 1000.
- Menerima sedikit promosi
- Umur: 30 - 70 tahun.
- Pendidikan: Graduate dan Postgraduate, beberapa Undergraduate.
- Status Pernikahan: Sebagian Married dan sebagian Single.
- Anak: 1 atau 2.

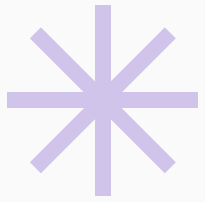
## Strategi Akuisisi

Fokuskan penawaran khusus pada produk-produk unggulan yang sering dibeli oleh konsumen dalam cluster ini.

Contohnya, produk-produk seperti Wine dan Meat.

Hal ini dapat mencakup diskon khusus dan paket nilai tambah





# Deep Dive on Each Cluster Behavior Recommendation to Improve Acquisition

## Cluster 1



## Cluster 1

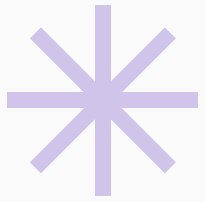
### Personality

- Income range: 70000 - 90000.
- Total *Product Purchase*: 1000 - 2250.
- Menerima promosi lebih dari 1x
- Umur: 30 - 45 tahun.
- Pendidikan: Graduate dan Postgraduate.
- Status Pernikahan: Cenderung Married dan beberapa Single.
- Tidak memiliki anak.
- Cenderung lebih sering berbelanja di *Catalog*

### Potensi sebagai Loyal Customer

### Strategi Akuisisi

- Penargetan Produk Premium.
- Lakukan promosi terbatas yang hanya berlaku untuk pembelian melalui katalog. Menciptakan sense of urgency dan mendorong customer untuk segera berbelanja.
- Katalog digital interaktif dengan fitur gambar yang mendetail, video produk, atau ulasan customer.
- Kenalkan program poin atau hadiah khusus bagi customer yang melakukan pembelian melalui katalog secara konsisten. Ini dapat meningkatkan loyalitas customer.



# Deep Dive on Each Cluster Behavior Recommendation to Improve Acquisition

## Cluster 2



## Cluster 2

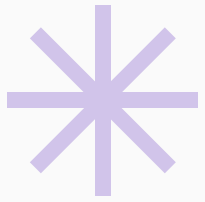
### Personality

- Income range: 0 - 60000.
- Total Product Purchase: 0 - 400.
- Jarang Menerima Promosi
- Umur: 25 - 70 tahun.
- Pendidikan: Undergraduate sampai Postgraduate.
- Status Pernikahan: Sebagian Married dan sebagian Single.
- Beragam jumlah anak, dari tidak memiliki hingga 3 anak.
- Pembelian cenderung melalui Deals

### Strategi Akuisisi

- Meskipun jarang menerima promosi, pertimbangkan untuk mengenalkan promosi yang terbatas dan eksklusif. Tingkatkan dan diversifikasi penawaran khusus serta diskon tambahan.
- Ini dapat mencakup diskon bundel, promo B1G1, atau diskon pembelian pertama di store/web.
- Komunikasikan kualitas produk melalui pemasaran. Fokuskan pada nilai tambah dan kegunaan produk.





# Deep Dive on Each Cluster Behavior Recommendation to Improve Acquisition

## Cluster 3



## Cluster 3

### Personality

- Income range: 60000 - 85000.
- Total Product Purchase: 750 - 2000.
- Sebagian menerima promosi
- Umur: 25 - 65 tahun.
- Pendidikan: Graduate dan Postgraduate, beberapa Undergraduate.
- Status Pernikahan: Cenderung Married dan beberapa Single.
- Cenderung tidak memiliki anak dan beberapa memiliki 1 anak
- Pembelian melalui Website terbanyak.
- Pembelian melalui Katalog terbanyak.

### Strategi Akuisisi

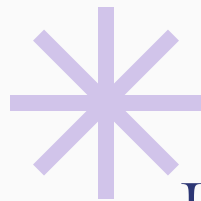
Kembangkan penawaran eksklusif atau program keanggotaan khusus untuk konsumen dalam cluster ini yang melakukan transaksi dengan nilai tertinggi.

Ini dapat menciptakan insentif tambahan untuk meningkatkan dan mempertahankan pembelian dengan nilai tinggi.





02

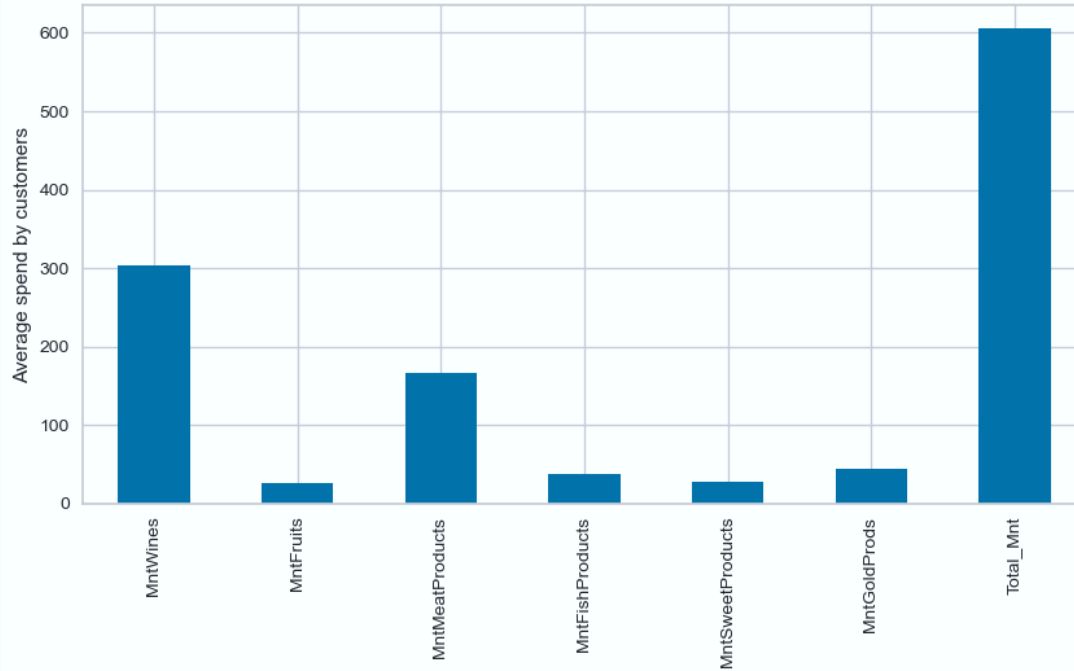


## Improve Engagement

- Best Product based on Number of Purchasing Product
- Channel performances

# Improve Engagement

Best Product based on Number of Purchasing Product



Penjualan tertinggi ada pada produk Wine dan Meat. Produk Meat sendiri memiliki masa simpan yang terbatas. Direkomendasikan adanya penerapan hari-hari spesial dengan penawaran khusus untuk produk Meat melalui transaksi di toko setiap minggu, sebagai upaya untuk *improve engagement* setiap minggunya dan menghindari kerusakan/pemborosan produk

Selain itu, untuk meningkatkan pembelian produk dengan penjualan rendah bisa menggunakan promosi *buddling* dengan produk penjualan tinggi

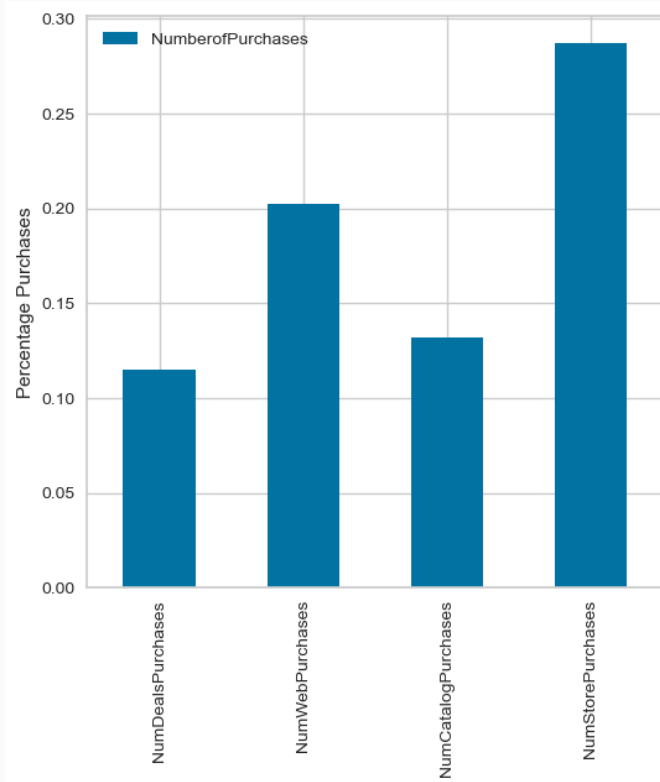
Rekomendasi *bundling* :

- Wines & Fruits
- Meat & Fruits
- Meat & Fish



# Improve Engagement

## Channel performances



Fokuskan upaya untuk meningkatkan dan **mengoptimalkan pengalaman pembelian di toko fisik**, mengingat masih menjadi saluran terfavorit. Peningkatan tata letak, promosi di lokasi strategis, dan pelatihan staf untuk memberikan pelayanan terbaik dapat meng-*improve customer engagement*

Hubungan antara NumWebVisitsMonth dan NumWebPurchases: **-0.056**

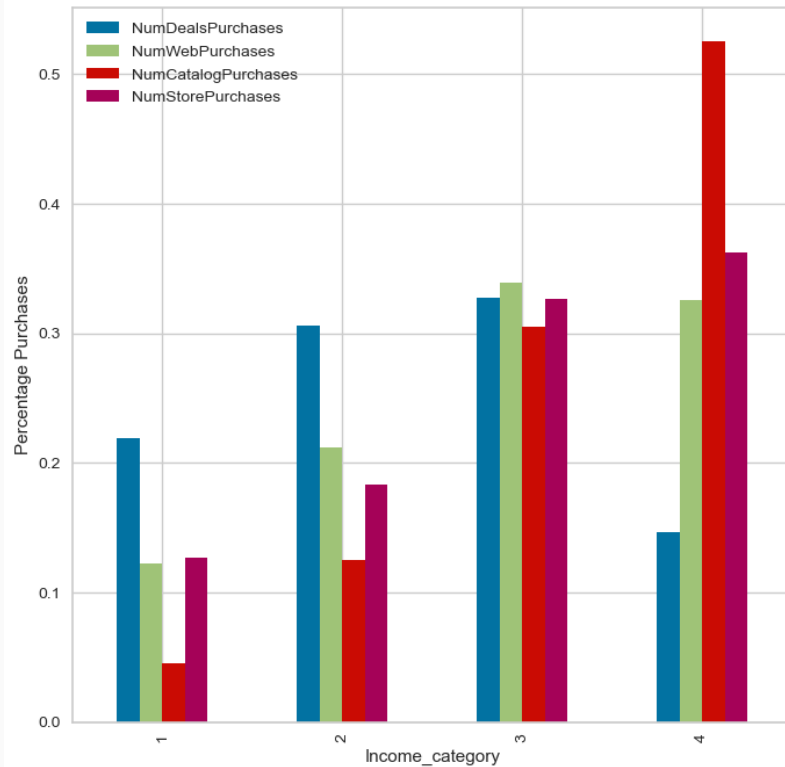
Meskipun persentase pembelian melalui situs web tinggi, perhatian khusus perlu diberikan untuk **meningkatkan konversi kunjungan web menjadi pembelian**. Mungkin dengan pengoptimalan tampilan produk, pengaturan promosi *online*, atau penggunaan ulasan customer di dalam situs web.





# Improve Engagement

## Channel performances



Sesuaikan **strategi penawaran khusus (*Deal Purchase*)** berdasarkan **kelompok pendapatan** seperti penawaran yang lebih eksklusif atau personalisasi untuk menarik perhatian customer dengan pendapatan tinggi.

Fokuskan **promosi katalog** kepada **kelompok customer dengan pendapatan menengah hingga tinggi** seperti dengan menyoroti produk-produk unggulan atau memberikan diskon khusus melalui katalog.



# Kesimpulan

Mengimplementasikan Shift promotion targeted yang ditargetkan berdasarkan rekomendasi yang telah dibuat bersumber cluster atau temuan masalah

