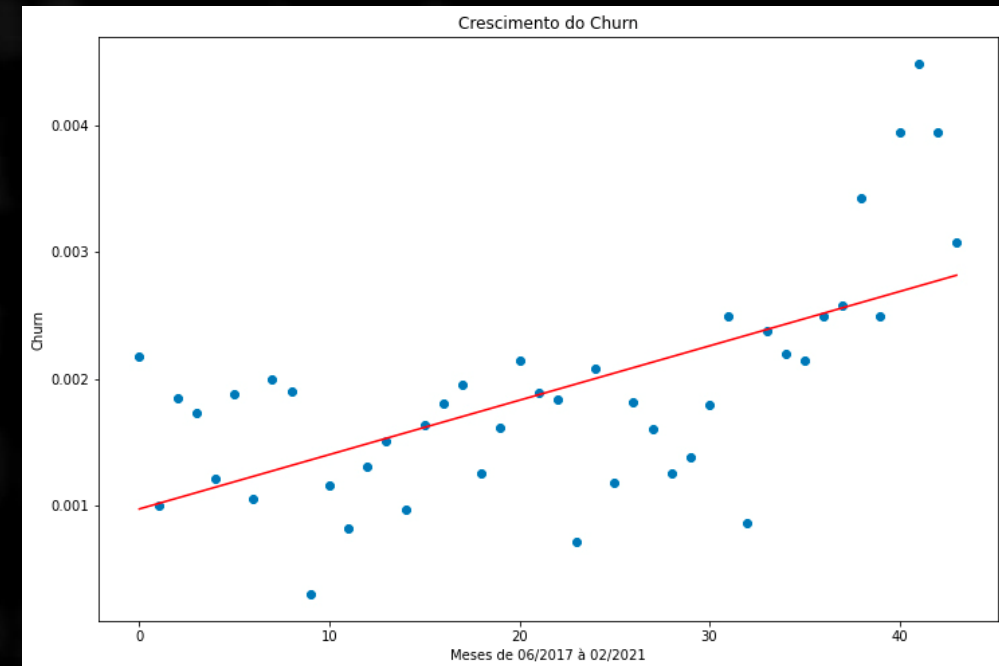
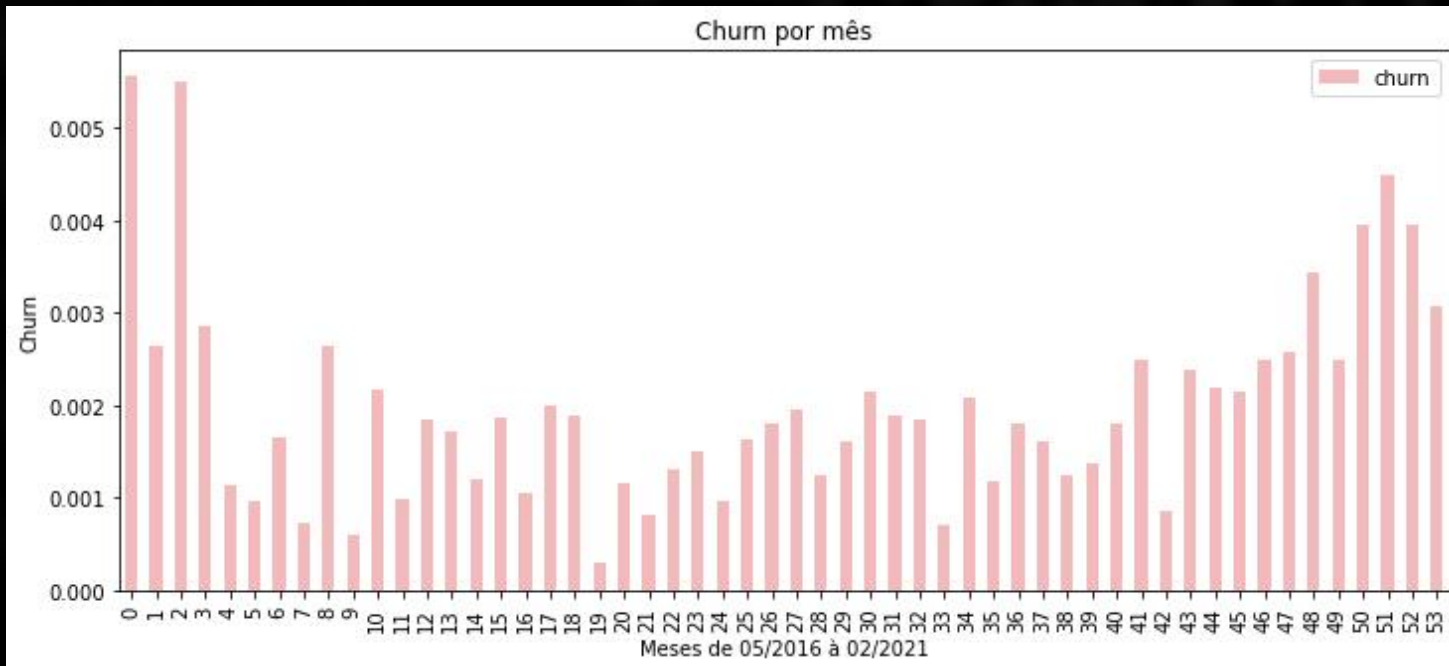


ANÁLISE DA PERDA DE ASSINANTES

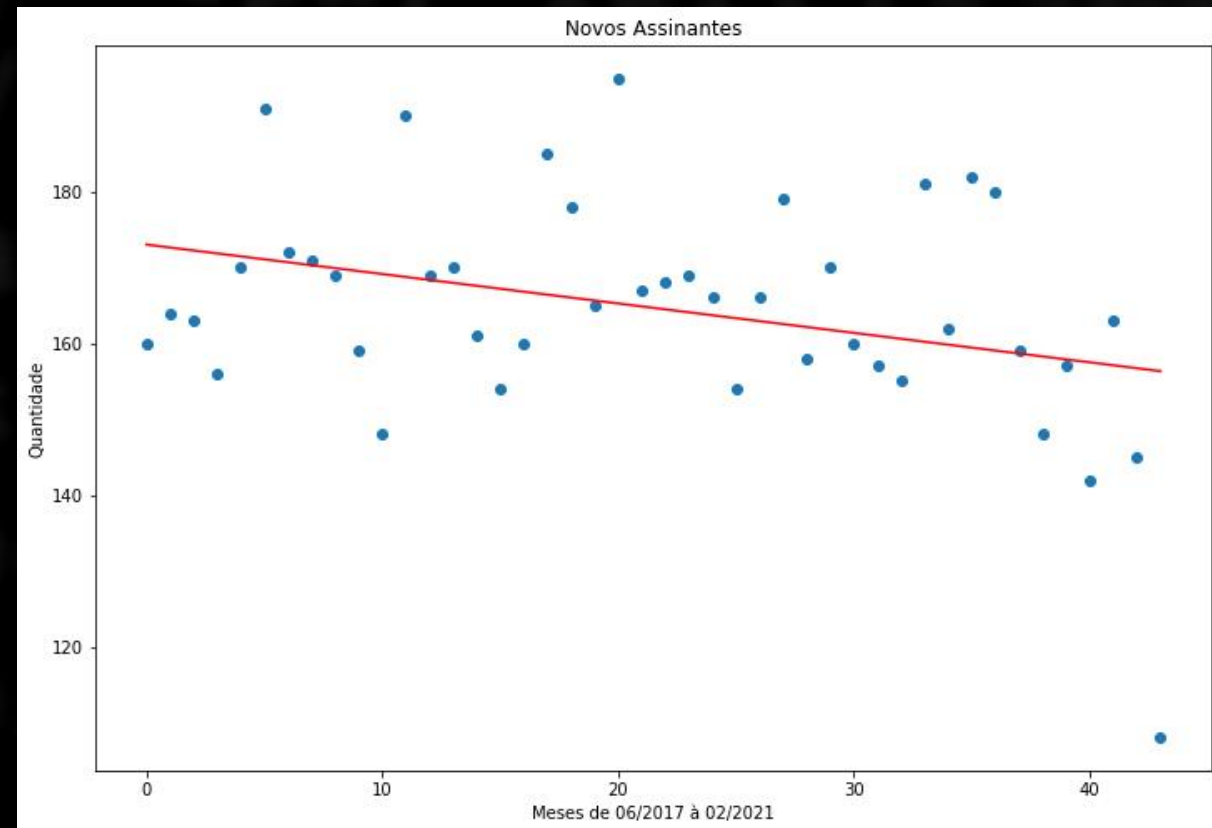
APRENDIZADOS E PRÓXIMOS PASSOS

25.06.21

Analizando o Gráfico do Churn por mês podemos observar um aumento do churn a partir do marcador 42 no eixo X (03/2020)

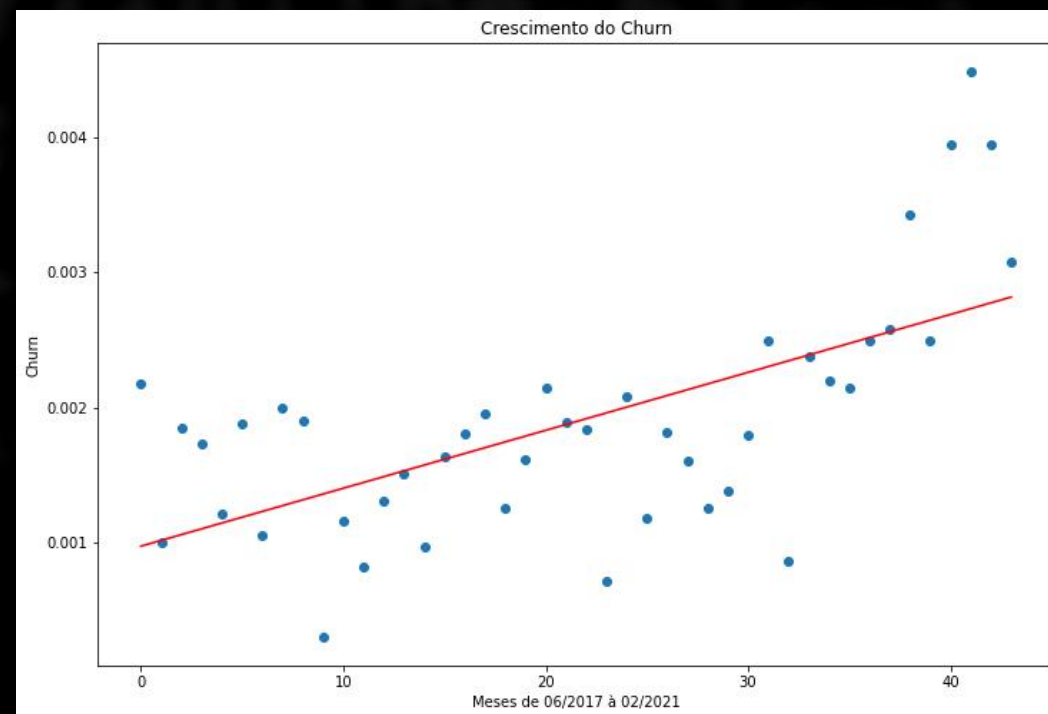
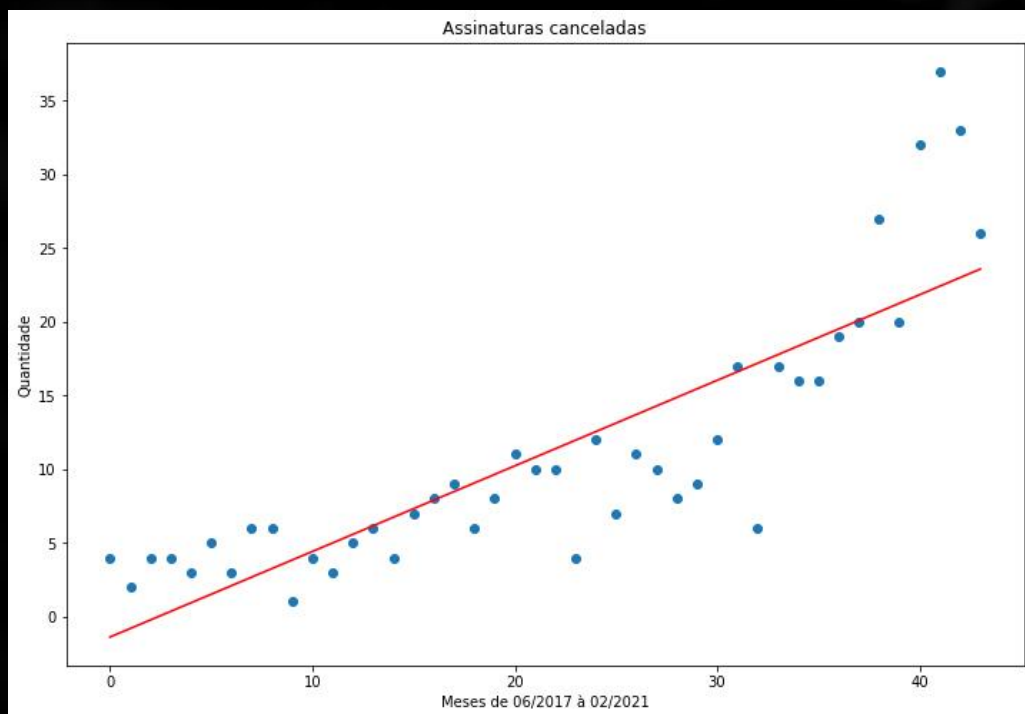


Para descobrirmos o motivo do aumento do churn é necessário verificar se este aumento se deve por uma queda no numero de novos assinantes ou por um aumento no numero de cancelamento de assinaturas

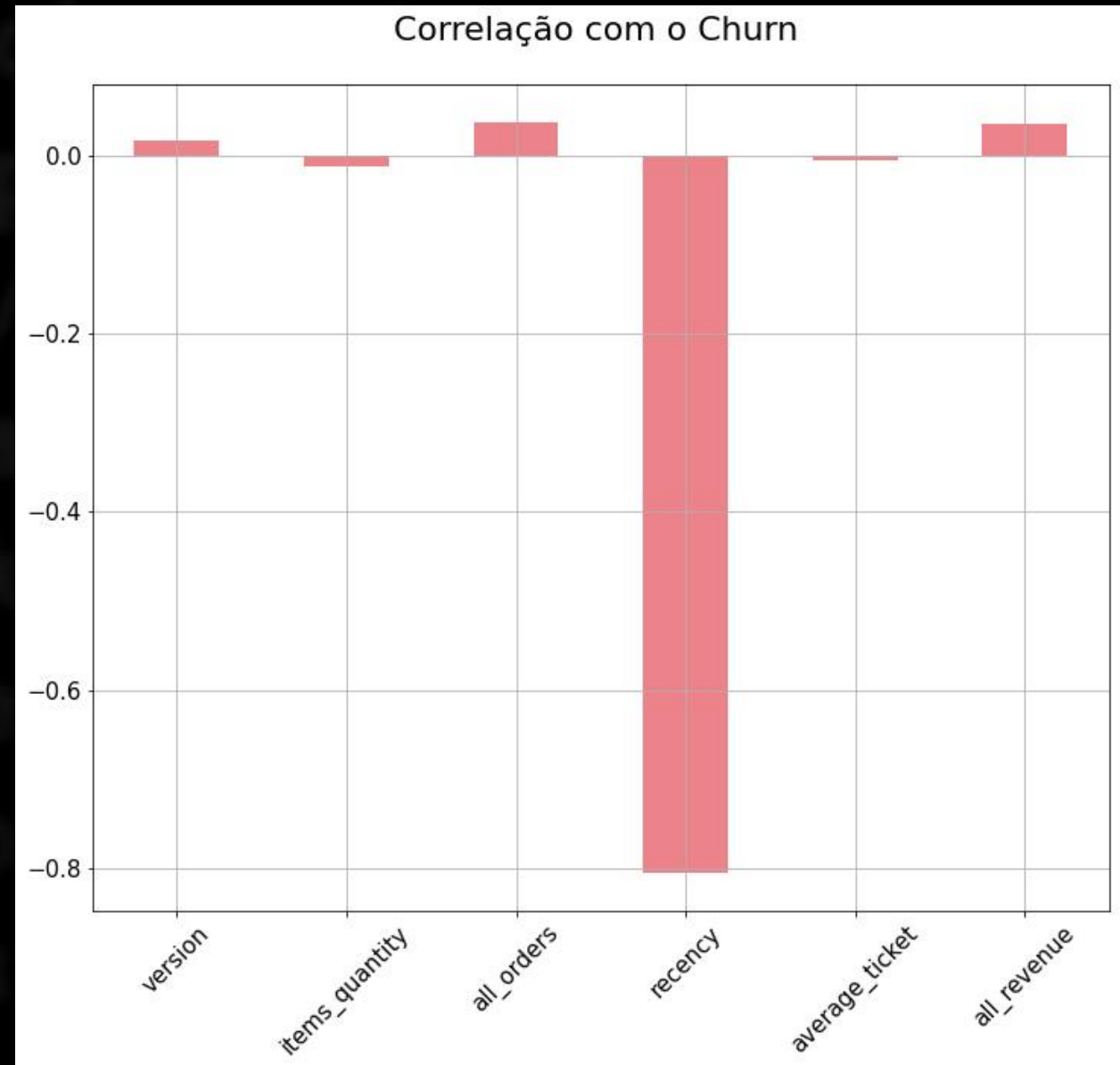


Observando o gráfico de assinaturas canceladas ao lado do crescimento do Churn fica claro que o aumento do churn está relacionado ao aumento no numero de cancelamentos.

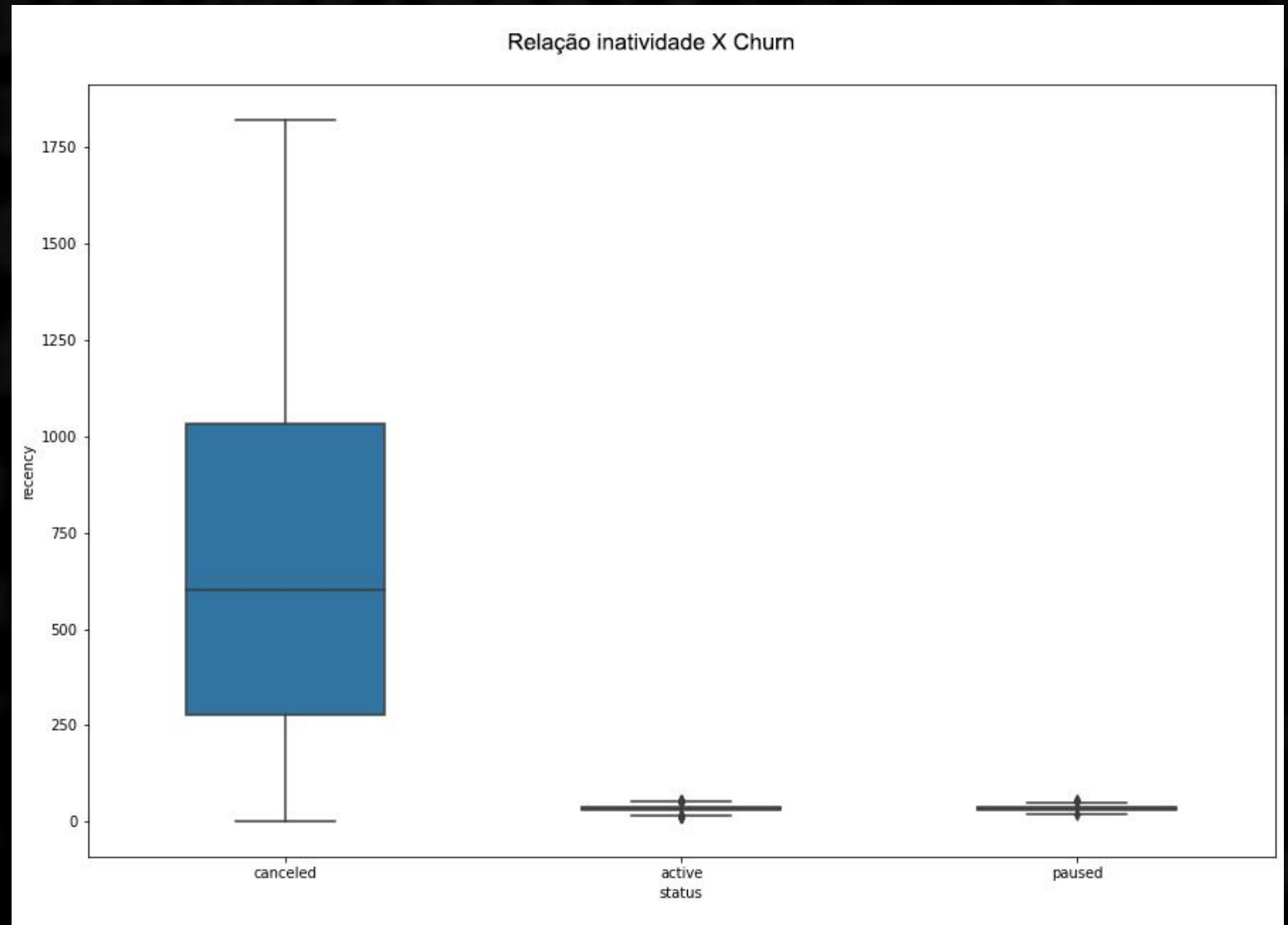
A correlação dos dois é de 92%.



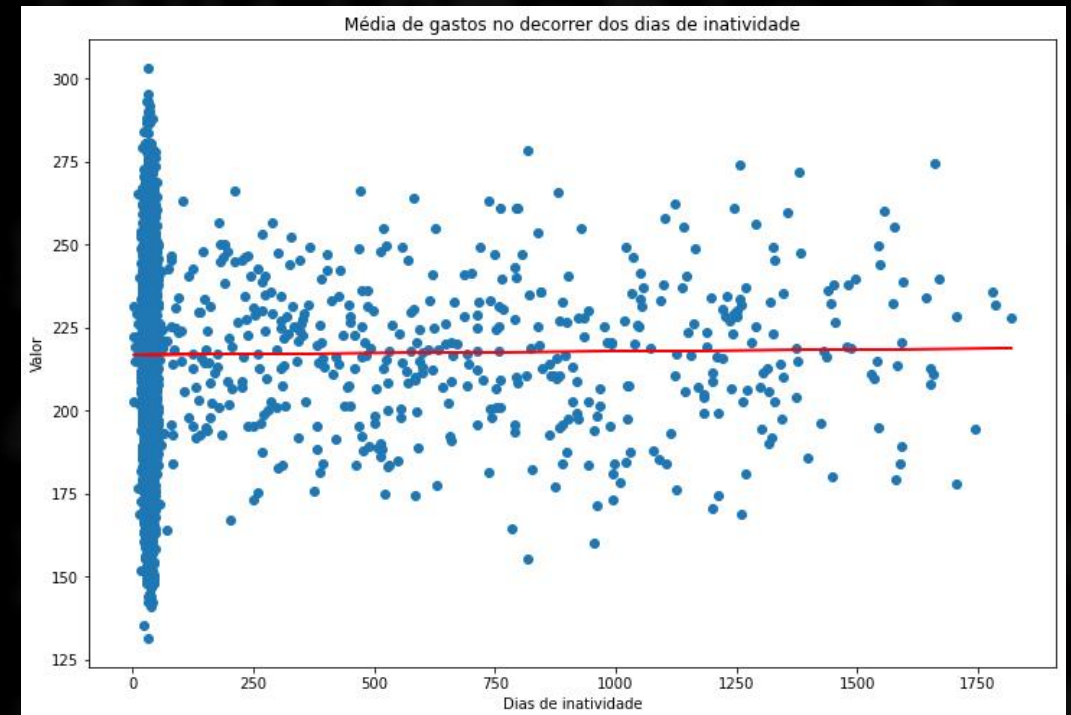
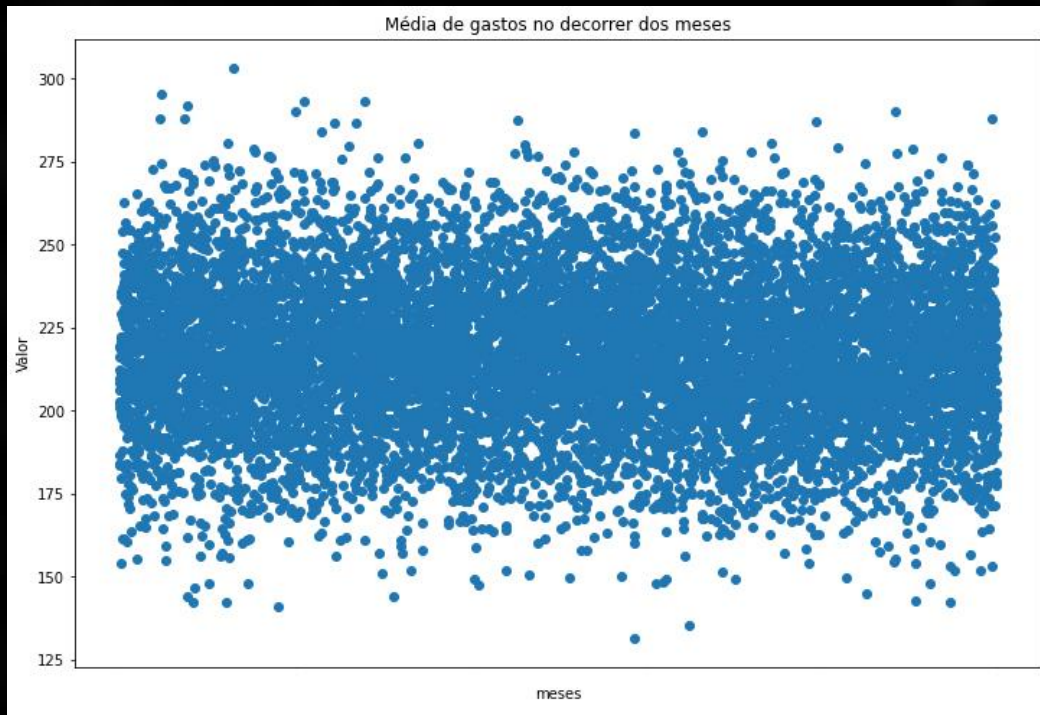
Buscando o motivo do aumento no cancelamento encontraremos que o churn tem sua maior correlação com o período de inatividade dos usuários.



Passando para um gráfico a relação entre o tempo de inatividade e o status da assinatura podemos confirmar a relação.



Como não houveram variações, no eixo do valor, significativas no gráfico de média de gastos no decorrer dos meses e no de média de gastos no decorrer dos dias de inatividade, pode-se assumir que não houveram promoções efetivas neste intervalo de tempo.



Próximos passos:

Diminuir o Churn reduzindo o intervalo com que os assinantes fazem pedidos.

Sugestões:

Descontos progressivos por volume;

Frete grátis;

Brindes.