

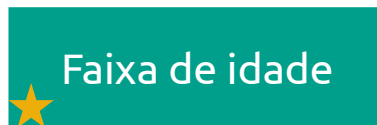
Quem são os clientes?

por Bruno de Lima Santos

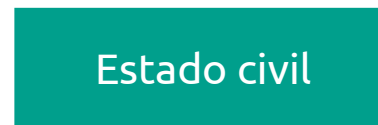
Suas características



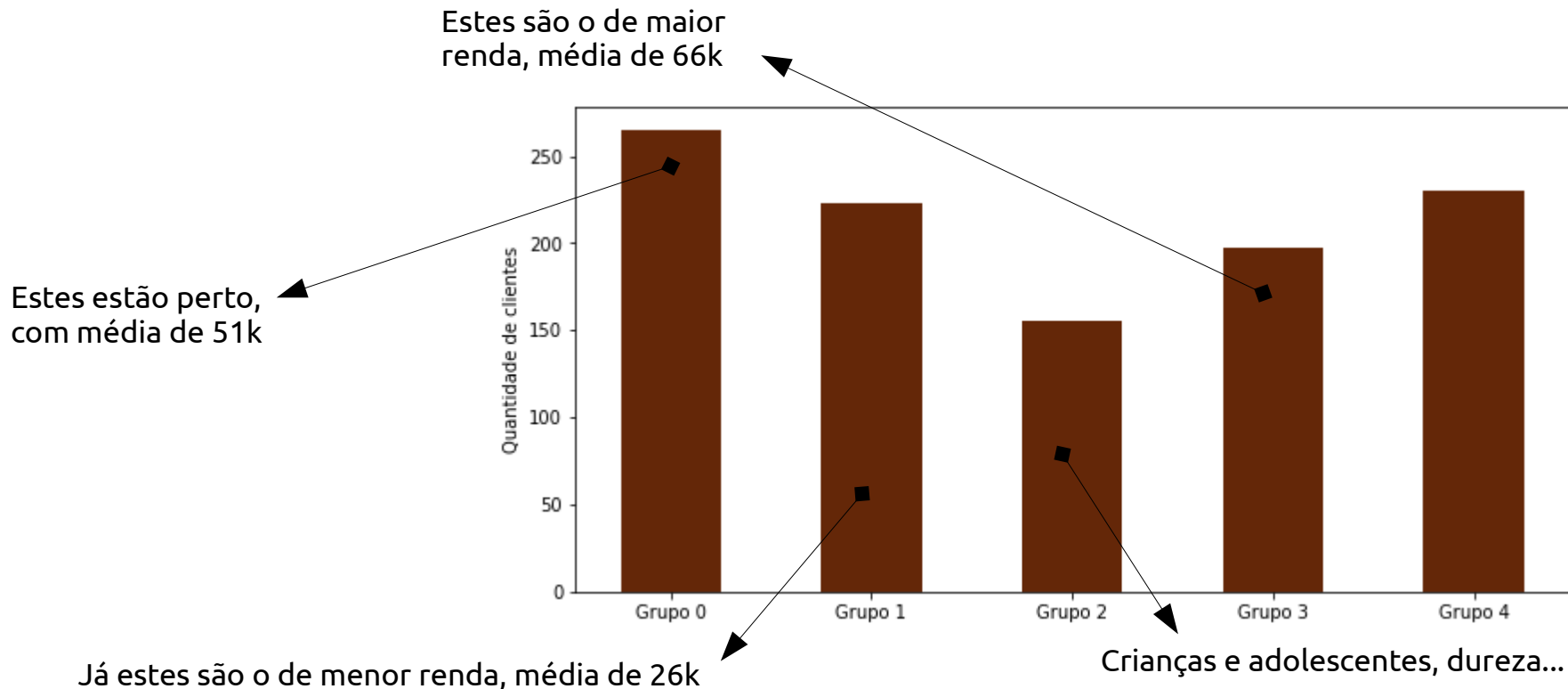
Renda é o que mais segmenta os clientes!



Escolaridade e estado civil pouco importam...



A distribuição fica assim

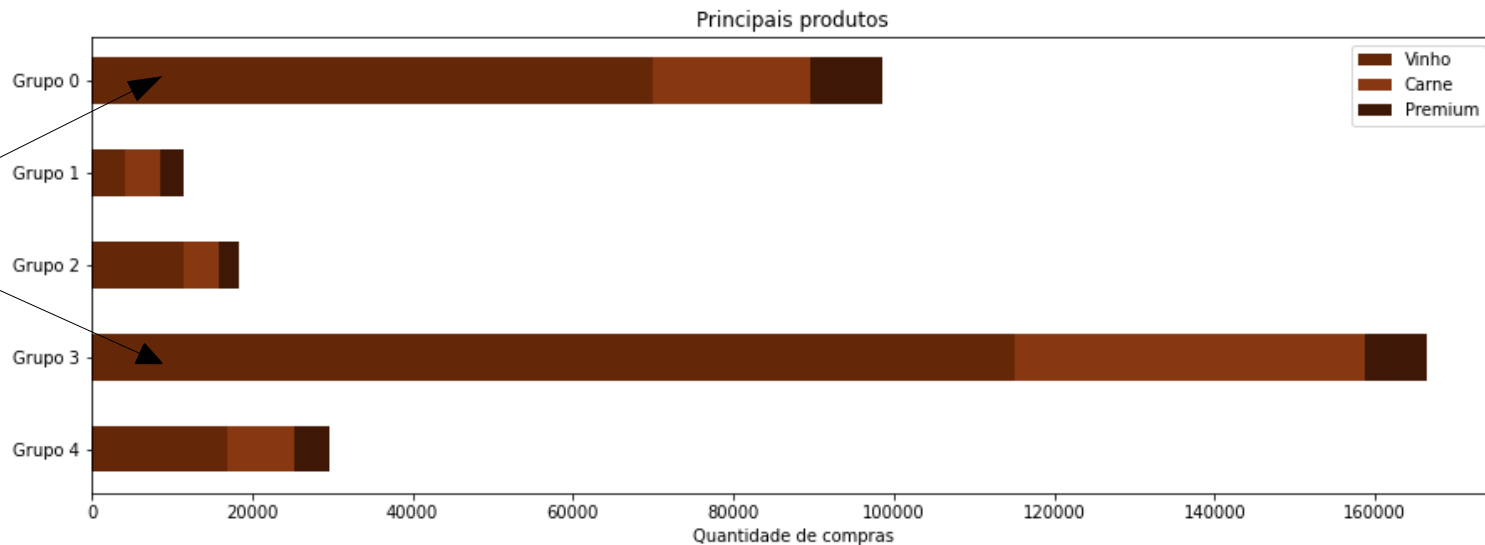


Encontrem um especialista em adegas

Vinho é o produto de mais sucesso! Sua venda no grupo 3 supera, sozinha, o somatório das vendas de qualquer outro grupo.

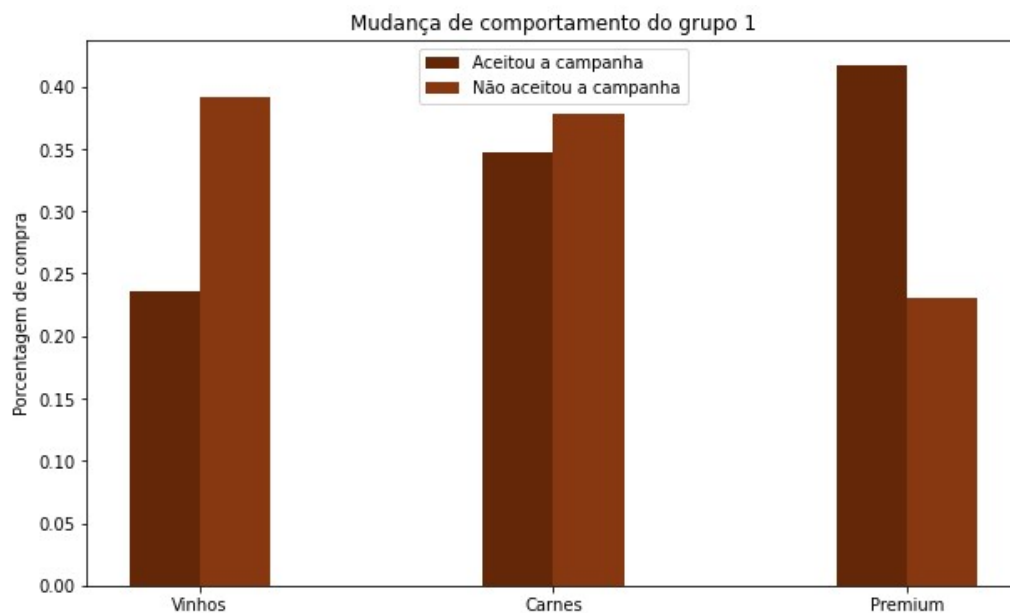
Parcerias e campanhas direcionadas ao produto são grandes ferramentas do marketing aqui.

Os grupos de maior renda são os mais engajados.



Seria isto uma surpresa?

O grupo de menor renda é aquele que tem suas preferências de compra alteradas pelas campanhas. Aqui temos uma oportunidade.



O consumo de produtos premium aumenta consideravelmente em campanhas. Entender melhor a cultura deste grupo pode revelar uma forma de fidelizar os clientes.

Estatisticamente, para direcionar



Referências

CAIGNY, A. de; COUSSEMENT, K. & BOCK, K. W. de. A new hybrid classification algorithm for customer churn prediction based on logistic regression and decision trees. **European Journal of Operational Research**, v. 269, p. 760-772, 2018.

IZQUIERDO-YUSTA, A. et al. Consumers' behavior in fast-food restaurants: a food value perspective for Spain. **British Food Journal**, v. 121, n. 2, p. 386-399, 2018.