

Project Requirements Document: Churn_Predict

BI Analyst:

Caio Marcelo Senra

Client/Sponsor:

Unicesumar — Grasiella Thierney Andrade

Purpose:

— O projeto visa solucionar a falta de visibilidade sobre as causas reais de evasão, o churn dentro da unidade. Atualmente, a perda de alunos é tratada de forma reativa e generalista, resultando em perda de receita recorrente. A empresa deve investir recursos no projeto para transformar dados brutos de cancelamento em estratégias de Retenção e Reconquista como um possível “Win Back”, aumentando o LTV (Lifetime Value) dos alunos e otimizando o tempo da equipe comercial, que passará a atuar apenas em leads com real potencial de reversão

Key dependencies:

— Equipe:

- Analista de BI: Responsável pela coleta, modelagem e visualização.
- Gestão do Polo: Ponto focal para aprovação de ofertas de retenção e validação das regras de negócio.
- Equipe Comercial: Responsáveis pela aplicação do formulário e execução das ações de contato.

— Dados e Acessos:

- Acesso aos registros históricos de alunos inativos, como CRM ou Planilhas de Controle para prever o histórico estudantil e como tem sido a jornada do aluno dentro da instituição.
- Permissão para implementação do novo fluxo de formulário de saída como o Google Forms ou Typeform.

— Entregáveis Esperados:

- Base de dados de motivos de saída higienizada.
- Dashboard interativo para monitoramento de KPIs.
- Listas de acionamento segmentadas, para orientar o setor Comercial e Pedagógico, sobre como ter um recepcionamento preditivo das solicitações de cancelamento.

Stakeholder requirements:

- R (Required): O sistema deve categorizar automaticamente o motivo do cancelamento sendo como, Financeiro, Pedagógico, Pessoal, ou Concorrência.
- R (Required): O painel deve destacar alunos com alta probabilidade de reversão como Leads Quentes para ação imediata.
- D (Desired): Alertas automáticos para a gestão quando a taxa de cancelamento ultrapassar X% no mês.
- N (Nice to have): Integração via API direta com o WhatsApp da equipe comercial.

Success criteria:

- Taxa de Resposta: Alcançar adesão de 80% no preenchimento do formulário de saída nos primeiros 2 meses.
- Taxa de Recuperação (Win-back): Reverter 15% dos alunos solicitantes de cancelamento através das ofertas personalizadas baseadas nos dados coletados.
- Eficiência: Reduzir em 50% o tempo que a equipe comercial gasta tentando contatar ex-alunos que não têm interesse em voltar fazendo uma filtragem de leads frios.

User journeys:

- Atual: O aluno solicita cancelamento → Atendente pergunta o motivo → Aluno dá uma resposta vaga → O dado é perdido ou anotado em papel → Equipe comercial liga dias depois sem saber o problema → Aluno se irrita e confirma a saída.
- Futura: O aluno solicita cancelamento → Preenche formulário estruturado (Churn_Protocol) → O sistema identifica dentro das opções delimitadas pelo CMR → O dashboard marca esse aluno como uma oportunidade de “Win-Back” → Comercial recebe o alerta e liga oferecendo a

condição especial → Aluno reconsidera e permanece.

Assumptions:

- Assumimos que os alunos serão honestos nas respostas do formulário se sentirem que há uma escuta ativa por parte da empresa.
- Assumimos que a gestão do polo dará autonomia operacional, como acesso às bolsas de desconto, para a equipe comercial negociar com base nos dados apresentados.
- Assumimos que os dados de contato no sistema atual estão atualizados em tempo real, considerando o período de atuação trimestral dos módulos.

Compliance and privacy:

- LGPD: Todos os dados sensíveis coletados serão utilizados estritamente para fins de melhoria de serviço e contato comercial autorizado. O acesso aos dados individuais será restrito à equipe de retenção; o dashboard geral apresentará apenas dados agregados e anônimos para a gestão estratégica.

Accessibility:

- O Dashboard utilizado para verificar as métricas dos estudantes, irá ser feito com paletas de cores amigáveis para daltônicos, evitando a dependência exclusiva de vermelho ou verde para indicar os índices de “bom ou ruim”, e fontes legíveis para facilitar a leitura rápida em telas de diferentes tamanhos, como desktop ou mobile. Além disso, garantimos uma facilidade maior na construção do dashboard, para que cada stakeholder possa aproveitar ao máximo das métricas estudantis, independentemente do seu nível de sabedoria e expertise computacional.

Roll-out plan:

- Semana 1: Mapeamento das perguntas do formulário e validação com Stakeholders a partir de suas próprias experiências dentro do cancelamento de matrícula. Assim poderemos entender melhor as dores do alunos, partindo do reconhecimento de padrões que se repetem dentro da experiência dos stakeholders
- Semana 2: Criação do Formulário e estruturação da base de dados.
- Semana 3: Construção do Dashboard, como uma versão beta, e testes com dados fictícios para garantir que temos poder computacional para lidarmos com dados massivos, e também entender se a equipe está apta a verificar os índices de churn gerados pelo formulário

— Semana 4: Treinamento da Equipe Comercial para atuar de forma responsável assim que o aluno solicitar o cancelamento por questões financeiras ou práticas dentro do seu ambiente universitário. Também recomendamos que o Setor Pedagógico tenha seus próprios âmbitos educacionais já estruturados caso o aluno venha com uma demanda superior ao suporte já oferecido, assim, partimos para o lançamento oficial, com um “Go-live” do Churn_Protocol.