

# RELATÓRIO DA CAMPANHA DE MARKETING DO IFOOD

by: Eduardo Tocci

# 01 CONTEXTO

## Desafio

- O time de marketing tem como objetivo aumentar o faturamento vindo da campanha de marketing, pois manter um alto engajamento do cliente é essencial para o crescimento e consolidação da posição da empresa como líder de mercado. Neste contexto, o time de marketing gostaria de entender os dados da última campanha para encontrar oportunidades de negócios e insights e propor uma ação baseada nos dados para otimizar os resultados das campanhas e gerar valor para a empresa.

## Objetivo

- O objetivo dessa análise tem como objetivo aumentar o faturamento da empresa através de uma nova campanha de marketing

02

# PREMISSAS DA ANÁLISE

01

Os dados utilizados para análise são somente da última campanha de marketing

02

Os dados coletados para análise são dos últimos 3 meses

03

Foram coletados os dados de 2240 clientes participantes da última campanha



03

# ANÁLISE

- Na ultima campanha, tivemos um lucro de 1 milhão e 356 mil.
- Tivemos 2.240 clientes durante toda a campanha
- 11.909 visitas totais ao site
- Os clientes visitaram o site em média, 5 vezes durante a campanha

1.356.988

Lucro

2.240

Compras

11.909

Visitas ao Site

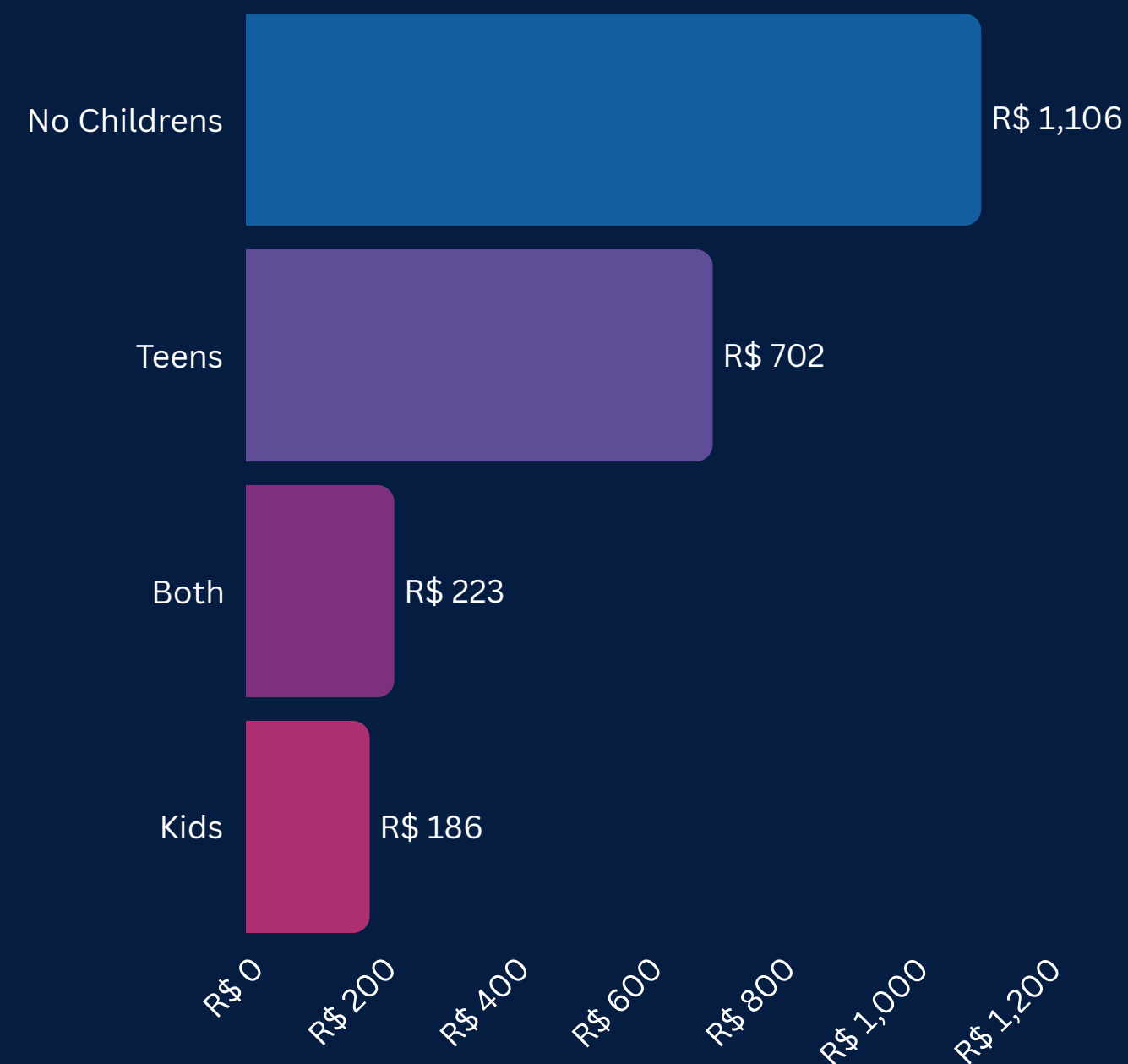
5,32

Média de Visitas Mensais

04

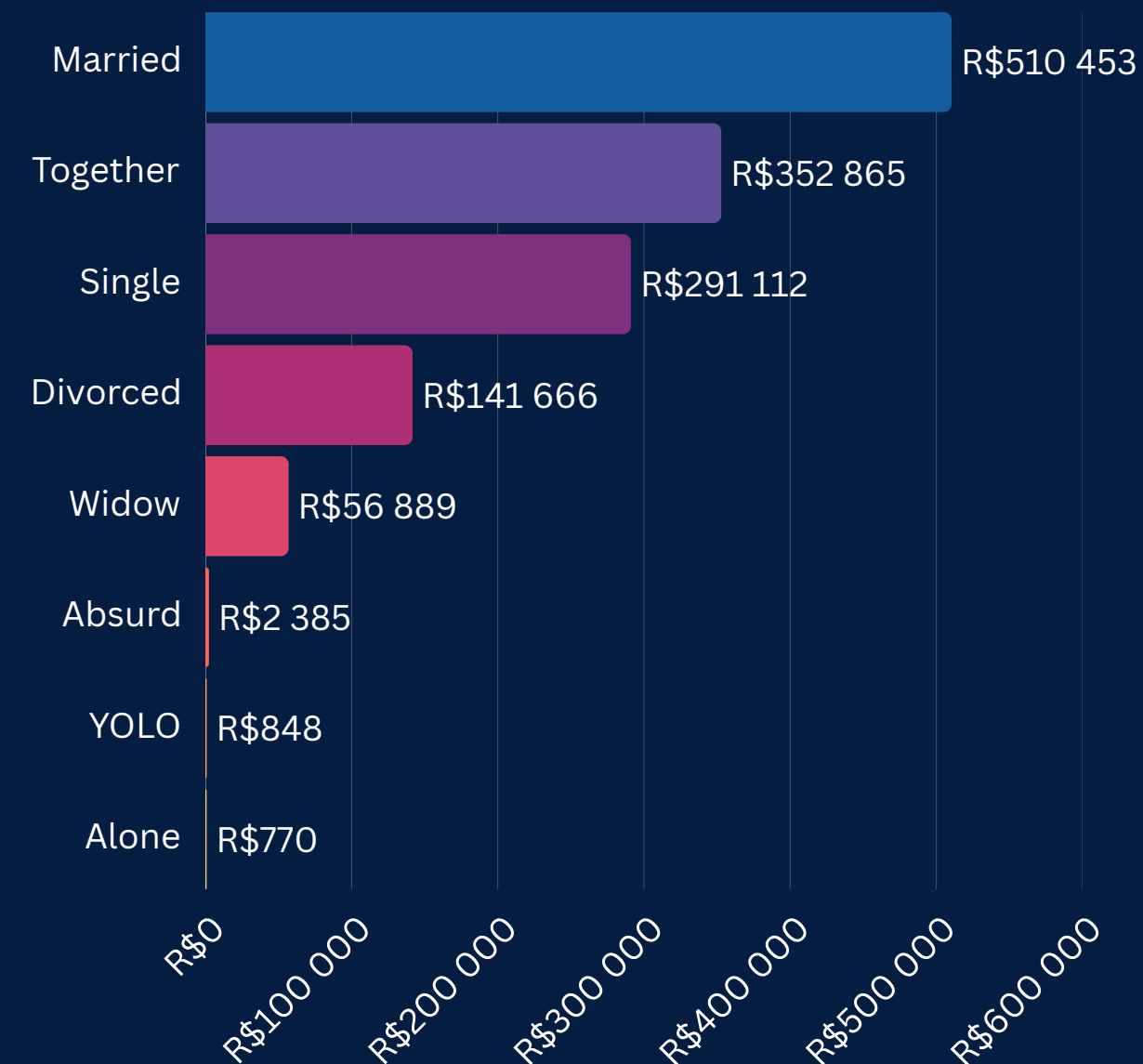
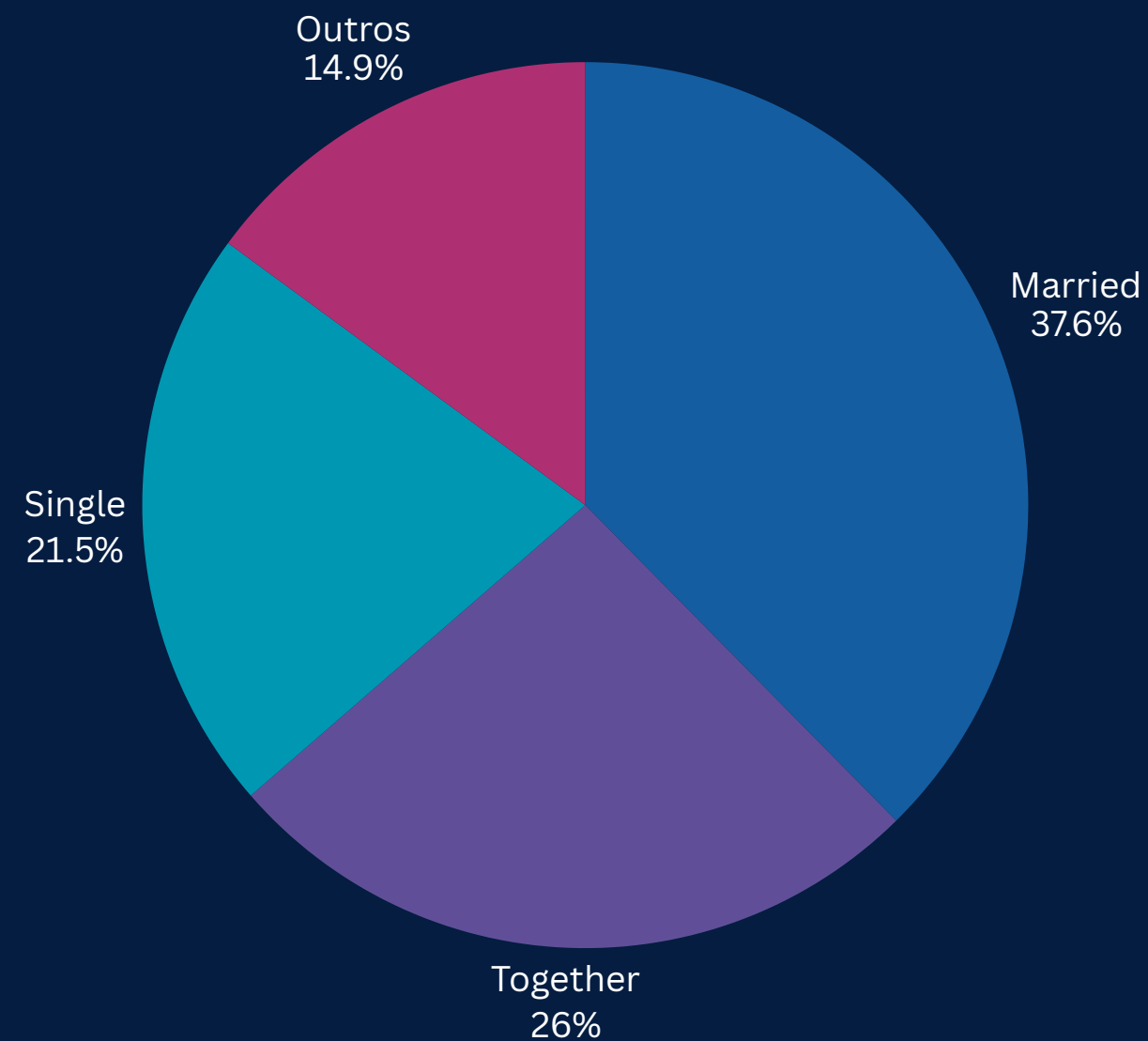
## Faturamento por Tipo de filho

- Os clientes que **não possuem filhos** foram os que, em média, mais gastaram durante a campanha, superando aqueles que possuem crianças, adolescentes ou ambos



05

# Faturamento por estado Civil

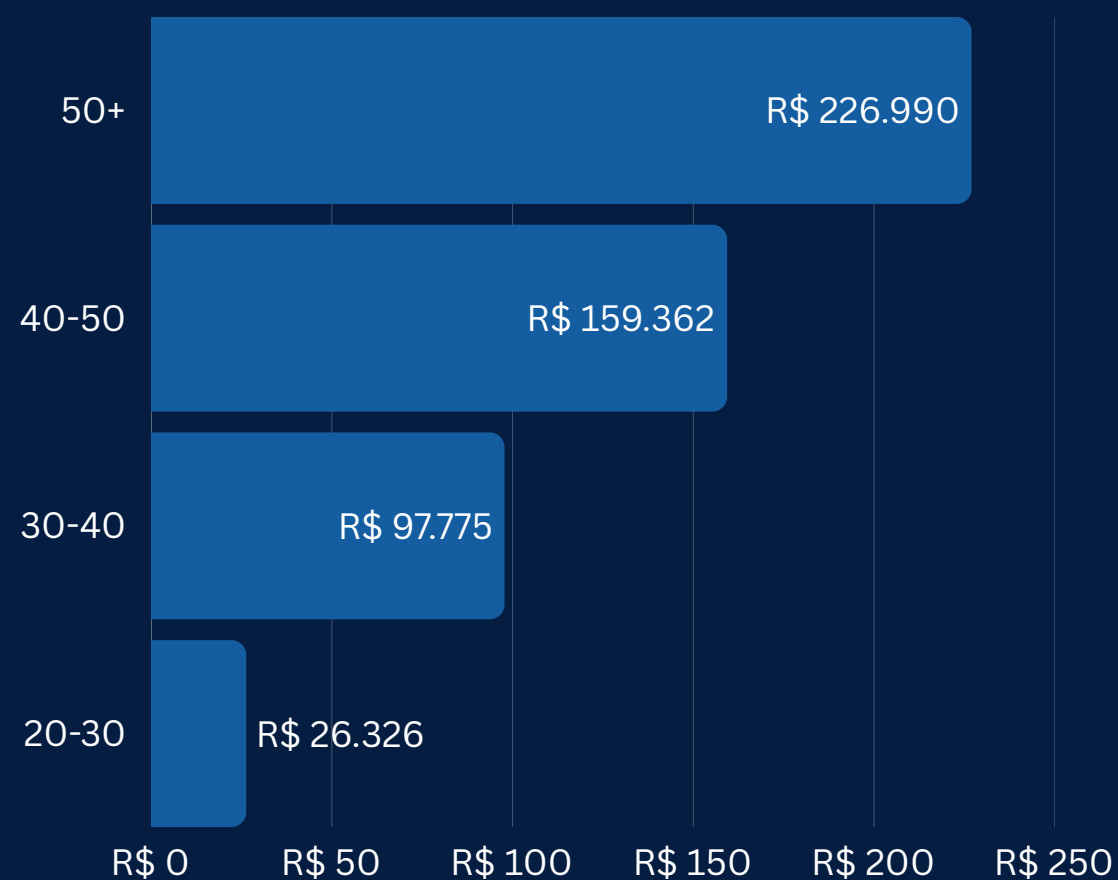


- Dentre todos os estados civis, os **casados** foram os que mais gastaram durante a campanha, representando 510 mil (37,6%) de todo o faturamento, logo atrás, vem os namorados/juntos (26%) , os solteiros (21,5%) e outros (14,9%)



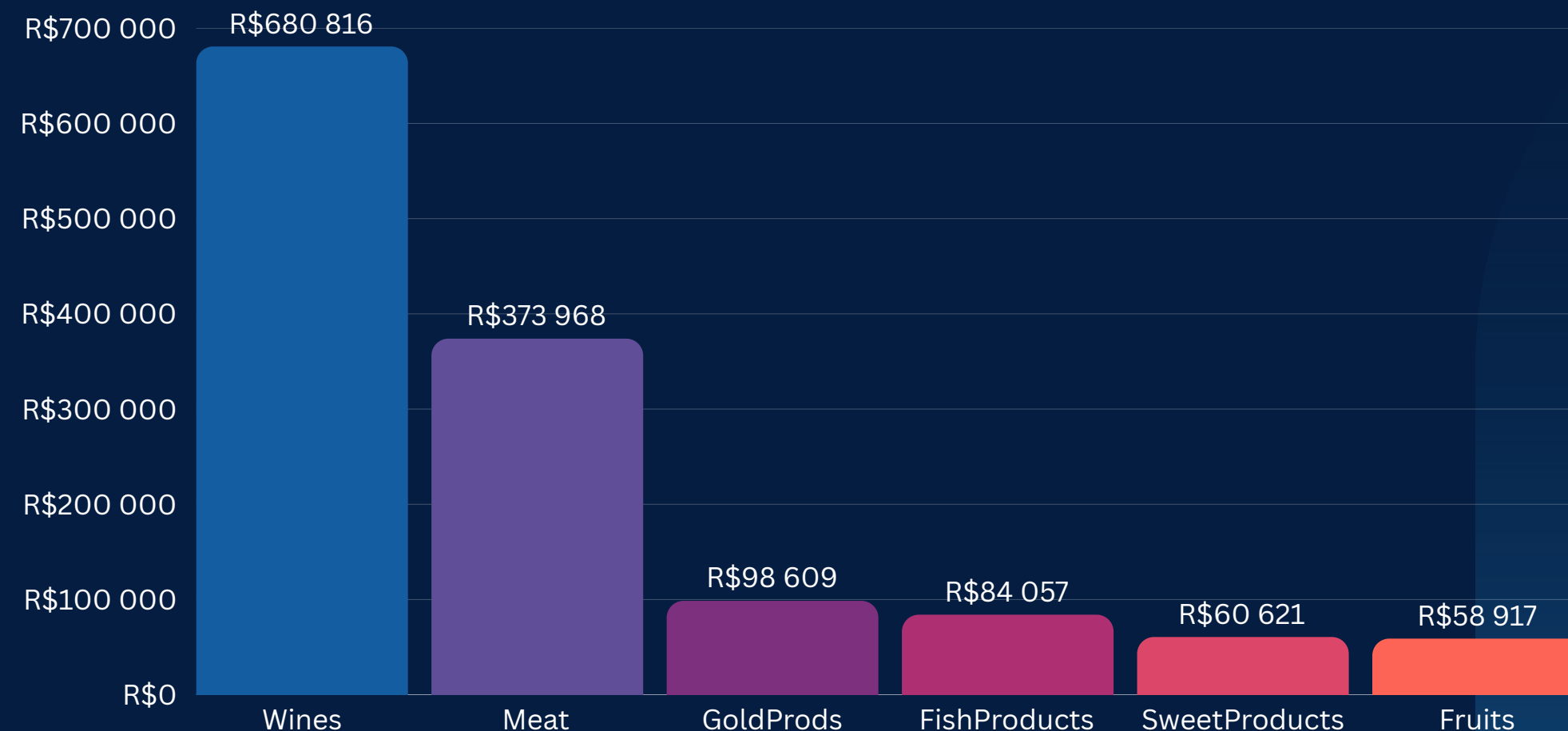
# Faturamento por Estado Civil: Casados

## Faturamento por Faixa Etária



- A faixa etária com maior faturamento foi aqueles que possuem **mais de 50 anos** (casados). Os mais jovens, foram os que menos gastaram

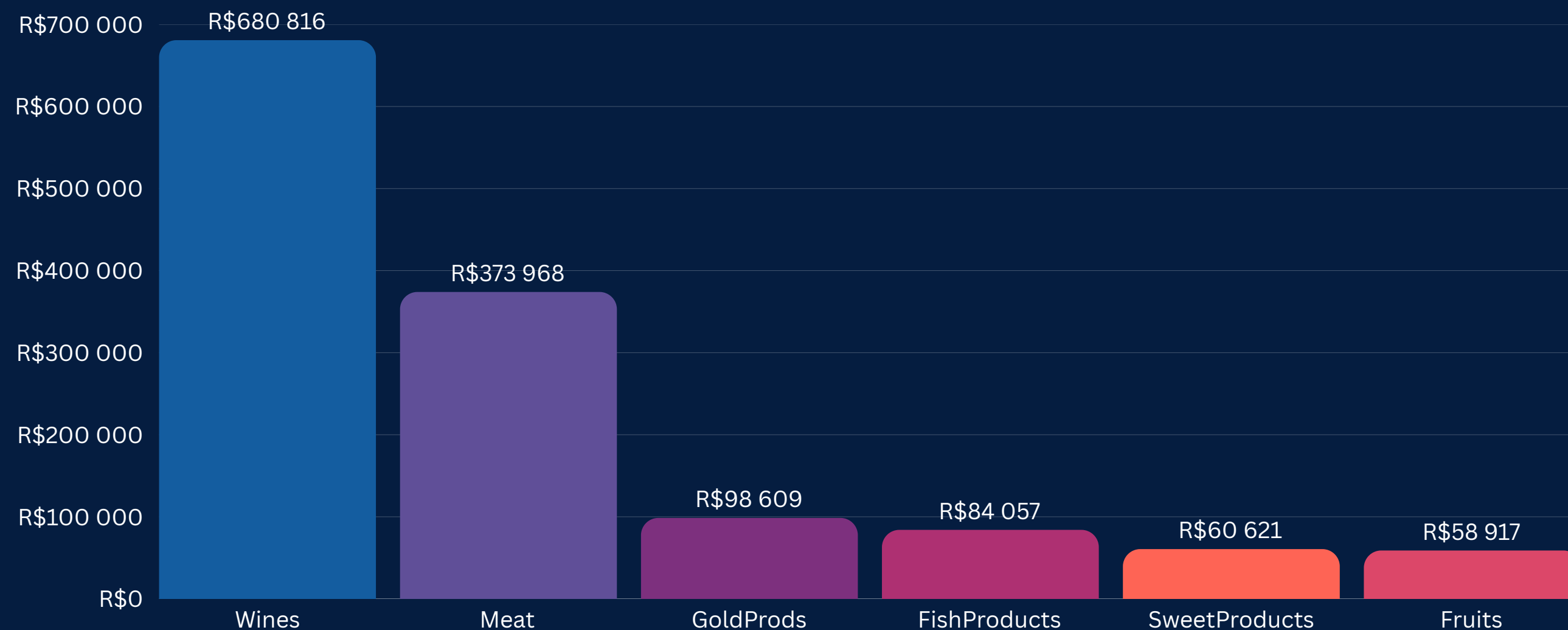
## Faturamento por Produto



- Vinho** e a **carne** foram os produtos com maior faturamento entre os casados

07

# Faturamento por Produto



- Dentre todas as categorias de produto vendidas, a que mais rendeu, foram os vinhos e as carnes



08

# INSIGHTS



## PÚBLICO ALVO

Definir o público alvo da próxima campanha como sendo clientes na faixa etária acima dos 40 anos, com estado civil sendo: Casados.



## CUPONS

Oferecer Benefícios de compra em produtos relacionado. Carne e Vinho foram os produtos que mais tivemos faturamento, ao comprar um, o cliente receber um cupom para o outro produto.



## VISITAS AO SITE

Aumentar o número de visitas no site usando cupons que só pode ser usado pelo site



## FILHOS

Clientes sem filhos ou com filhos adolescentes apresentaram o maior gasto médio por compra, sugerindo que a próxima campanha de marketing foque nesses perfis para maximizar o ticket médio