

Ficha Técnica: Projeto 1 de Análise de Dados

Título do Projeto: Análise de Clientes da Loja "El Mercado"

Objetivo:

Analisar o comportamento dos clientes ao longo do tempo na loja "El Mercado" e segmentá-los de maneira eficaz, utilizaremos o modelo RFM (Recency, Frequency, Monetary) juntamente com a análise de coorte. Nosso objetivo é identificar padrões de consumo que possam informar estratégias de marketing e retenção de clientes.

Projeto realizado individualmente.

Ferramentas e Tecnologias:

- Google Sheets: Para gerenciamento e análise dos dados.
- Google Slides: Para criação da apresentação.
- Looker Studio: Para visualização dos dados e criação de dashboards.

Processamento e Análises:

1- Limpeza e união das tabelas de clientes, transações e resumo de compras.

Elimine os dados duplicados(9) da tabela resumo_compras porque meu guia é id_cliente e se repete.

elimine os dados nulos(7) de a tabela transacoes porque nao tem id_cliente.

troque os dados nulos(24) da tabela clientes pela media de renda_anual pela media.

2- Análise exploratória dos dados, com agrupamento de dados categóricos, identificando padrões de compra e comportamento dos clientes.

Fiz coluna total de compra, frequência de compra, dias que passaram da última compra até hoje e data da última transação.

3- Aplicação do modelo RFM para segmentação dos clientes.

com as coluna frequência, total de compras e dias passaram, tire o quartil e percentil, usando o percentil e classifiqué em 3 clientes de alto valor(fieis), médio valor(riesgo) e baixo valor(invernando)

4- Análises de tendência central e aplicação de análises de coorte.

média, mediana e moda de a tabela score(para comprovar a divisão de classificação) e meses que passaram de na primeira e última transações(para comprovar o análises). o cohorte: fiz uma tabela dinâmica com na data de entrada, na última data e valor total, percebendo que maiormente a compras são feita entre os 7 e 18 meses da última transação e segmento eles semestralmente para otimizar a informação.

5- Visualização de variáveis e distribuição.

6- Construção de um dashboard para apresentar os resultados.

Resultados e Conclusões:

- Segmentação dos clientes em grupos com base no modelo RFM e Análises de Coorte.
- Identificação de padrões de consumo e comportamento dos clientes.
- Recomendações para a empresa com base nos insights obtidos.



Cronograma:

- Marco 1: Concluir até 18/03/2024
- Marco 2: Concluir até 23/03/2024
- Marco 3: Concluir até 28/03/2024

Limitações/Próximos Passos:

- Segmentação por Canais de Comunicação: Segmentar os clientes com base nos canais de comunicação preferidos, como e-mail, mídias sociais, telefone, etc.
- Segmentação Demográfica.

Links de Interesse:

- [Link para a planilha do Google Sheets com os dados]( Segmentação)
- [Link para a apresentação do Google Slides]( Segmentacao)
- [Link para o dashboard no Looker Studio]([Analise](#))
- Apresentação([Analise de Clentes](#))