

## UpScale Soluções Digitais

Definição de clientes – Análise de dados para burros.

Até você, Gabriel, será capaz de entender.

Att. Dormammu para Evil Papagali.

---

Classificação:

**1. Clientes Leais**

Compram regulamente e gastam muito.

Ideais para programas de fidelidades e recompensas.

**2. Clientes Recém-Ativos**

Fizeram compras recentes, mas não compram de modo frequente e gastaram pouco.

Alvos de promoções / incentivos de consumo para a fidelização.

**3. Clientes Potenciais**

Compram com uma frequência média e gastam uma quantia média.

Podem ser alvos de ofertas especiais para um consumo médio mais alto.

**4. Clientes Inativos**

Não compram há muito tempo, compram raramente e gastam pouco.

Podem ser reativados com campanhas de Marketing que possuam ofertas exclusivas.

**5. Gastadores**

Fazem poucas compras, mas gastam altos valores nelas.

Promoções de produtos Premium podem atrair essa classe de clientes.

**6. Clientes Frequentes de Baixo Valor**

Compram frequentemente, mas gastam pouco por compra.

Podem ser incentivados a aumentar o valor gasto por compra com pacotes ou estratégias de Upselling.

**Tabela Referência para novos Clientes**

<b>Categoria</b>	<b>R</b>	<b>F</b>	<b>M</b>
Clientes Recém-ativos	4	1	1
	4	1	2
	4	1	3
	4	2	1
	4	2	2
	4	2	3
Clientes Leais	3	3	2
	3	3	3
	3	4	2
	3	4	3
	4	3	2
	4	3	3
	4	4	2
	4	4	3
	4	4	4
Clientes Potenciais	3	2	2
	3	2	3
	3	3	2
	3	3	3
	4	2	2
	4	2	3
	4	3	2
	4	3	3
Clientes Inativos	1	1	1
	1	1	2
	1	2	1
	1	2	2
	2	1	1
	2	1	2

	2	2	1
	2	2	2
Grandes Gastadores	2	1	4
	2	2	4
	2	3	4
	2	4	4
	3	1	4
	3	2	4
	3	3	4
	3	4	4
	4	1	4
	4	2	4
	4	3	4
	4	4	4
Clientes Frequentes de Baixo Valor	3	3	1
	3	4	1
	4	3	1
	4	4	1

### Tabela de Declínio

Necessário um histórico de dados, mínimo de 6 meses anteriores.

<b>Categoria</b>	<b>Critérios de Declínio (Comparação com períodos Anteriores)</b>
Clientes em declínio Recente	Recência atual > Recência anterior, Frequência atual < Frequência anterior, Monetário atual < Monetário anterior
Clientes em Declínio Gradual	Recência atual > Recência anterior, Frequência atual e Monetário atual diminuem gradualmente em vários períodos
Clientes de Alto Valor em Declínio	Monetário atual < Monetário anterior significativo, Frequência e Recência mantêm-se médios ou piores

Clientes Ocasionais em Declínio	Recência atual > Recência anterior, Frequência e Monetário já eram baixos e continuam a diminuir
Clientes Frequentes em Declínio	Frequência atual < Frequência anterior, Monetário atual diminui
Clientes Potenciais em Declínio	Recência atual > Recência anterior, Frequência e Monetário diminuem de valores médios/altos para mais baixos

### **Possíveis ações para retomada de clientes em declínio**

#### **Clientes em Declínio Recente**

- Ação: Enviar campanhas de reengajamento.
- Detalhes: Oferecer descontos exclusivos, promoções temporárias, ou produtos gratuitos para incentivar uma compra rápida. Relembrar os clientes dos benefícios e novidades do produto.

#### **Clientes em Declínio Gradual**

- Ação: Programas de fidelidade personalizados.
- Detalhes: Oferecer pontos de fidelidade extras, benefícios exclusivos para membros ou uma análise personalizada das suas compras anteriores com recomendações de novos produtos.

#### **Clientes de Alto Valor em Declínio**

- Ação: Atendimento VIP e ofertas especiais.
- Detalhes: Entrar em contato diretamente com esses clientes para entender suas necessidades e oferecer produtos ou serviços exclusivos. Organizar eventos VIP ou enviar amostras gratuitas de novos produtos.

#### **Clientes Ocasionais em Declínio**

- Ação: Reativação com promoções especiais.
- Detalhes: Enviar e-mails personalizados com descontos específicos ou pacotes promocionais que incentivem compras futuras. Relembrar os clientes das suas últimas compras e sugerir produtos complementares.

#### Cientes Frequentes em Declínio

- Ação: Incentivos para aumentar a frequência.
- Detalhes: Oferecer promoções que incentivem compras frequentes, como "compre 2, leve 3" ou descontos progressivos para compras recorrentes. Enviar lembretes amigáveis sobre ofertas especiais e produtos novos.

#### Cientes Potenciais em Declínio

- Ação: Campanhas de educação e valor agregado.
- Detalhes: Fornecer conteúdos educativos sobre como maximizar o uso dos produtos, tutoriais, webinars, ou guias de uso. Enviar newsletters com histórias de sucesso de outros clientes e estudos de caso.