

Relatório de KPIs - Escola Online

Total de Alunos: 6000

Receita Total: R\$ 100.000,00

Custos Totais: R\$ 90.000,00

Lucro: R\$ 10.000,00

Margem de Lucro: 10.00%

Taxa de Conversão: 20.00%

Custo por Aluno: R\$ 15,00

Receita por Aluno: R\$ 16,67

ROI: 11.11%

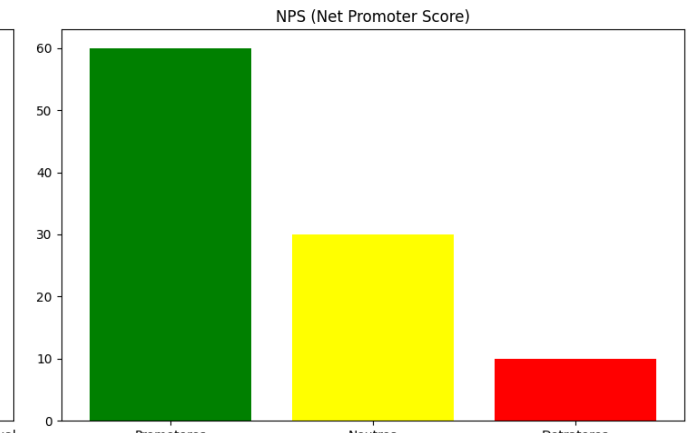
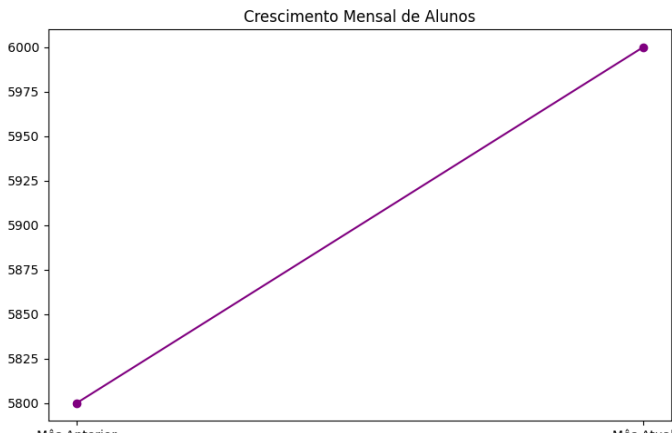
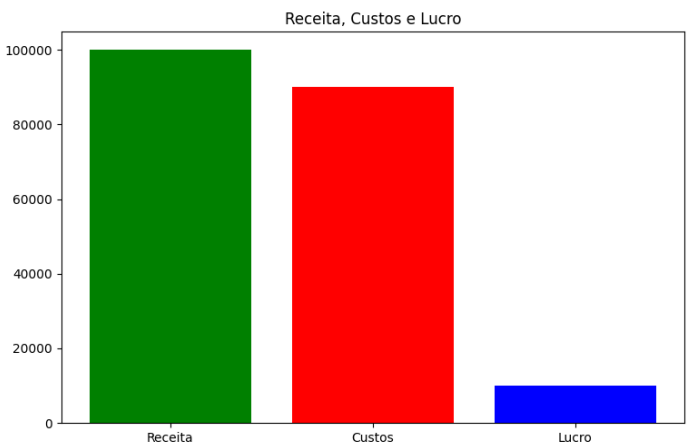
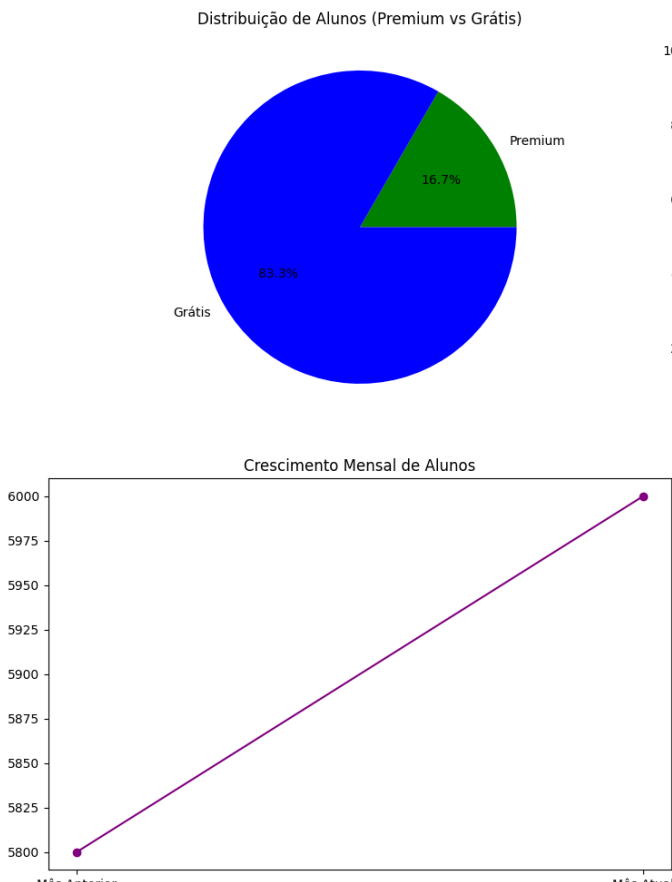
Churn Rate: 3.33%

LTV: R\$ 100,00

CAC: R\$ 66,67

Crescimento Mensal: 3.45%

NPS: Promotores 60%, Neutros 30%, Detratores 10%



ANEXO: Explicação das Fórmulas e Análise dos Resultados

1. Explicação das Fórmulas e Resultados

- **Receita Total**: A receita total foi de R\$ 100.000,00, sendo R\$ 100.000,00 proveniente dos alunos premium e R\$ 0,00 dos alunos grátis. Isso indica que a escola depende principalmente dos alunos premium para gerar receita.

- **Custos Totais**: Os custos totais foram de R\$ 90.000,00, incluindo R\$ 40.000,00 com professores, R\$ 30.000,00 com custos fixos e R\$ 20.000,00 com marketing. A escola deve avaliar a eficiência desses custos.

- **Lucro**: O lucro foi de R\$ 10.000,00, resultante da diferença entre a receita total e os custos totais. Um lucro positivo indica que a escola está operando com eficiência financeira.

- **Margem de Lucro**: A margem de lucro foi de 10.00%. Isso é considerado saudável, mas há espaço para melhorias, como a redução de custos ou o aumento da receita.

- **Taxa de Conversão**: A taxa de conversão foi de 20.00%, indicando que, para cada 5 alunos grátis, 1 se torna premium. A escola pode melhorar essa taxa com estratégias de marketing mais eficazes.

- **Custo por Aluno**: O custo por aluno foi de R\$ 15,00, o que é razoável, mas pode ser otimizado.

- **Receita por Aluno**: A receita por aluno foi de R\$ 16,67, um valor baixo devido ao grande

número de alunos grátis. A escola deve focar em aumentar a base de alunos premium.

- **ROI**: O ROI foi de 11.11%, indicando que a escola está gerando um retorno positivo sobre seus investimentos.

- **Churn Rate**: O Churn Rate foi de 3.33%, considerado baixo. Isso sugere que a maioria dos alunos está satisfeita com os serviços da escola.

- **LTV**: O LTV foi de R\$ 100,00, indicando o valor médio que um aluno gera durante todo o tempo de assinatura. A escola pode aumentar esse valor com estratégias de retenção.

- **CAC**: O CAC foi de R\$ 66,67, o que é aceitável, mas pode ser reduzido com estratégias de marketing mais eficientes.

- **Crescimento Mensal**: O crescimento mensal foi de 3.45%, indicando uma expansão constante da base de alunos.

- **NPS**: O NPS foi de 50, com 60% de promotores, 30% de neutros e 10% de detratores. Isso indica que a maioria dos alunos está satisfeita com a escola.

2. Parecer Geral do Analista

A escola online apresenta um desempenho financeiro satisfatório, com um lucro de R\$ 10.000,00 e uma margem de lucro de 10.00%. No entanto, há oportunidades de melhoria, como:

- Aumentar a taxa de conversão de alunos grátis para premium.
- Reduzir os custos de marketing para melhorar o ROI.

- Implementar estratégias de retenção para aumentar o LTV.
- Acelerar o crescimento mensal de alunos com campanhas mais eficientes.

No geral, a escola está no caminho certo, mas pode alcançar resultados ainda melhores com ajustes estratégicos.