



Insights sobre usuários da Cyclistic e estratégias para conversão

Apresentação dos principais achados da análise de dados da Cyclistic e recomendações para transformar usuários casuais em membros, com apoio das mídias sociais.



por **João Paulo Silveira**

Objetivo da análise



Diferenciar usuários

Identificar diferenças entre casuais e membros.



Estratégias de conversão

Buscar padrões para aumentar a conversão de casuais em membros.



Base em dados

Recomendações fundamentadas em análise comportamental.



Sobre os dados utilizados

Volume de dados

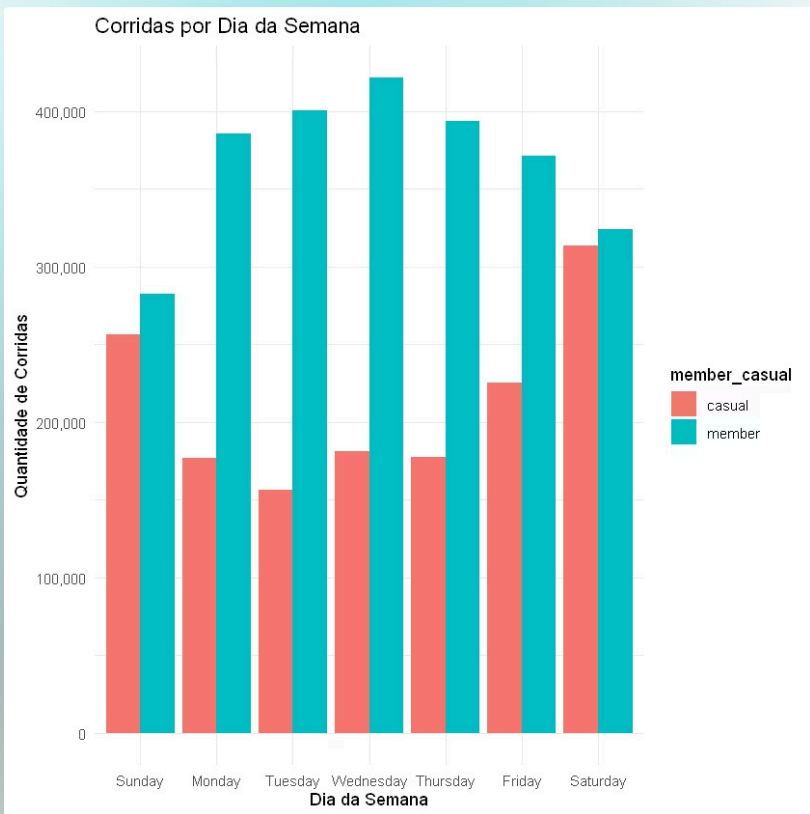
- Mais de 4 milhões de registros
- Tipo de usuário, bicicleta, horários, duração, estação de início

Enriquecimento

- Colunas: dia da semana, mês, estação do ano, duração total
- Conversão e limpeza de dados com PostgreSQL e Jupyter (R)

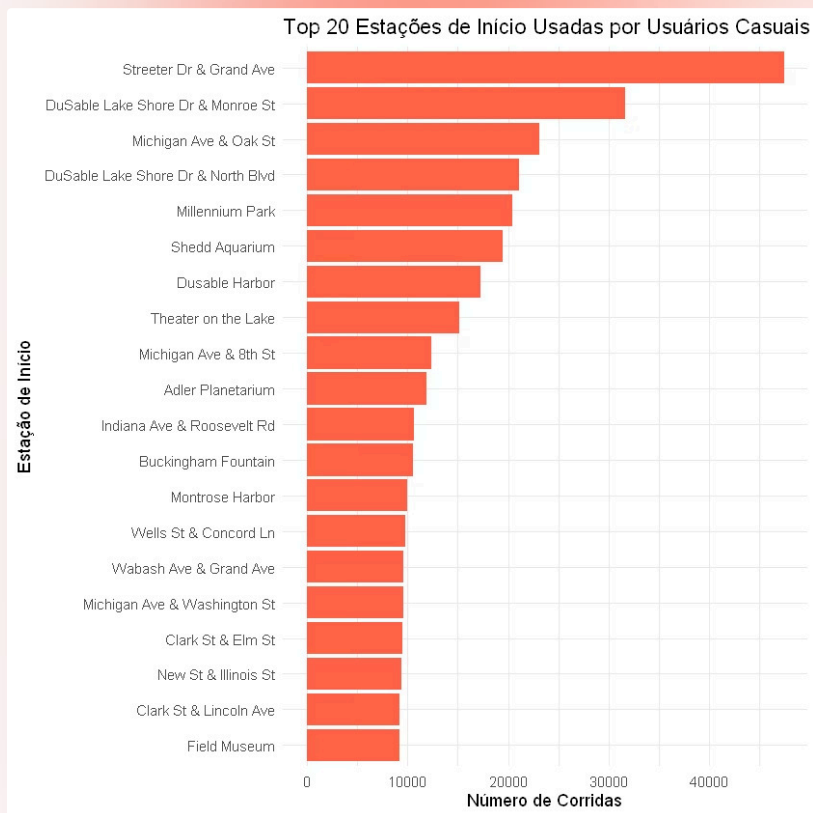
```
# Analisando o dataframe  
str(df)
```

```
'data.frame':  4066644 obs. of  15 variables:  
 $ ride_id           : chr  "322ED1A33EAD23C4" "CB358  
 $ rideable_type     : chr  "electric_bike" "classic_  
 $ started_at       : POSIXct, format: "2024-06-23 1  
 $ ended_at         : POSIXct, format: "2024-06-23 1  
 $ start_station_name: chr  "Wells St & Elm St" "Dear  
 $ start_station_id  : chr  "KA1504000135" "TA1305000  
 $ end_station_name  : chr  "Southport Ave & Clybourn  
 $ end_station_id    : chr  "TA1309000030" "13050" "6  
 $ start_lat         : num  41.9 41.9 41.9 42 41.9 ..  
 $ start_lng         : num  -87.6 -87.6 -87.6 -87.7 -  
 $ end_lat           : num  41.9 41.9 41.9 42 41.9 ..  
 $ end_lng           : num  -87.7 -87.6 -87.7 -87.6 -  
 $ member_casual     : chr  "member" "member" "casual  
 $ ride_length       : chr  "00:12:43.84" "00:07:19.3  
 $ day_of_week       : chr  "Sunday" "Wednesday" "Thu
```



Membros X Casuais

Critério	Membros	Casuais
Horário de uso	Horário comercial	Distribuído ao longo do dia
Dias da semana	Segunda a sexta	Finais de semana
Duração	Curta e objetiva	Longa e recreativa
Frequência	Recorrente	Esporádica



Motivos para ser Membro



Economia

Média Casual 22min

X

Média Membro 12min



Praticidade

Evitaria a necessidade
de selecionar uma
forma de pagamento
várias vezes



Benefícios práticos

Prioridades nas
estações mais
visitadas e nos
suportes técnicos

Campanhas em Mídias Digitais



Anúncios Localizados

Focar as campanhas nas áreas mais visitadas por Casuais (visto no gráfico anterior)



Estações do Ano

Verão e Outono possuem maior apelo, as campanhas precisam focar nessas estações para atingir um número maior de usuários



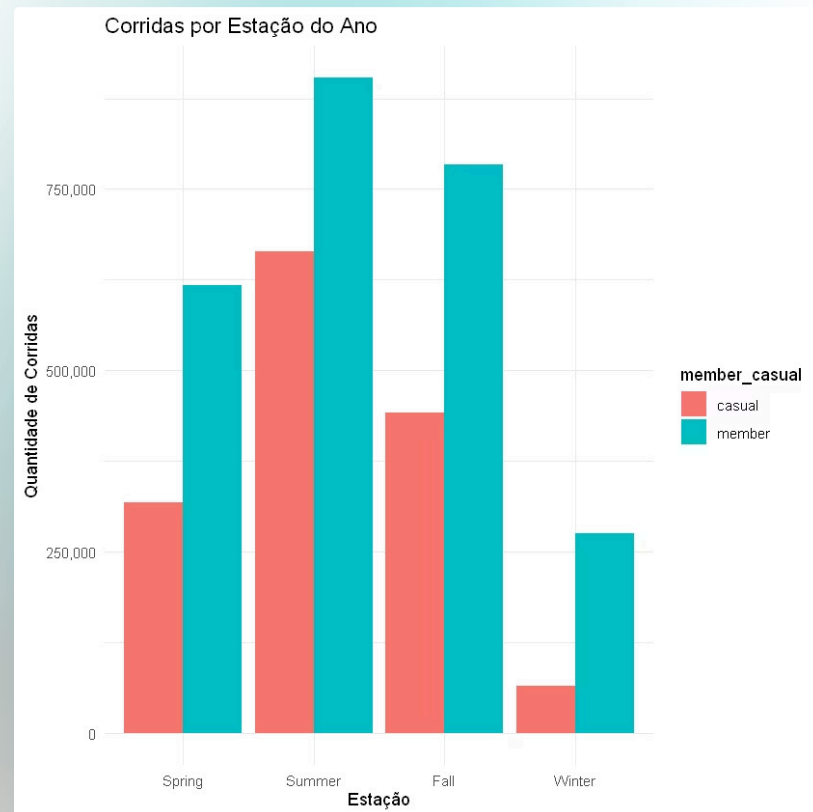
Conteúdo segmentado

Para quem usa de forma recreativa: "Explore mais com acesso ilimitado."

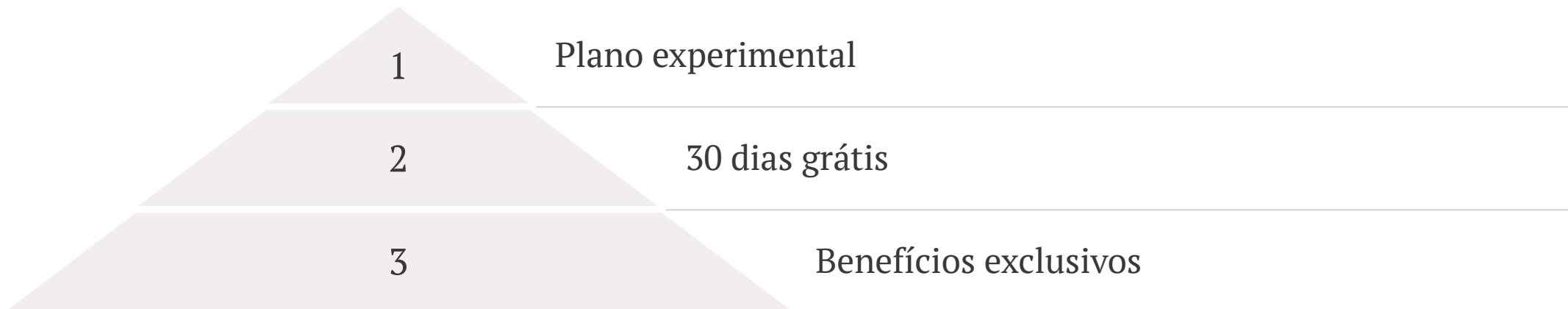


Comportamento

"Você usou X vezes este mês — que tal economizar com o plano anual?"



Ofertas de teste gratuito



Permitir que usuários experimentem as vantagens de ser membro, como acesso ilimitado e suporte prioritário.

Impacto na tomada de decisão

Aumentar membros

Receita recorrente e previsível.

Reduzir dependência

Menos foco em usuários esporádicos.

Otimizar campanhas

Marketing mais eficiente e segmentado.

Ajustar alocação

Bicicletas conforme demanda semanal e horários.





Conclusão e Recomendações

Usuários casuais e membros têm perfis e necessidades distintas. Compreender essas diferenças permite ações mais inteligentes e personalizadas. A Cyclistic pode converter muitos casuais em assinantes fiéis com a estratégia certa.

1. Campanhas segmentadas para usuários casuais com perfil recreativo, especialmente nos finais de semana e feriados, usando mídias sociais com geolocalização.
2. Oferecer período de teste gratuito ou promocional, para que os usuários experimentem os benefícios do plano anual de forma prática.
3. Destacar economia e conveniência do plano anual, usando dados personalizados (tempo de uso, frequência, locais mais visitados) para mostrar o quanto o usuário poderia economizar ao virar membro.