

Relatório do case técnico Promobit!

Leonardo José Reis Pinto

1. Case Técnico – Estágio

Com a base de dados do resultado do teste em anexo, eu tratei os dados, gerei três novas colunas na tabela: uma para saber qual a porcentagem de cada comissão recebida por dia, outra para saber qual a porcentagem de cashback por dia e por grupo, e qual a média que ficou para cada um de cashback. Posteriormente, comecei a fazer um dashboard para melhor visualizar os dados.

Realizei uma média de cashback por grupo e calculei o desvio padrão de cada grupo junto ao seu coeficiente de variação, para ter uma noção de quanto está variando da média de cada grupo. A partir daí, eu já tinha 70% da minha decisão. Então, comecei a ver de uma perspectiva maior, gerando a soma de toda comissão, a soma de todo cashback e o que a empresa vai lucrar. Perante isso, percebi que o grupo 1 tinha muito pouco cashback, ou seja, menos interesse o cliente final teria.

O último grupo apresentava muito cashback, então atrairia mais clientes, porém a empresa não lucraria tanto. Isso foi mais uma confirmação de que o grupo 2 tinha a melhor média, pois contava com 10.000 compradores, um cashback atrativo para o cliente final e, ao mesmo tempo, atrativo para a empresa em termos de lucro.

Por fim, para reforçar, utilizei uma fórmula estatística para calcular a taxa de conversão de clientes, o que novamente me gerou mais certeza sobre a decisão de 50% de cashback sobre a comissão.

OBS: Minha decisão foi tomada pensando em um “custo-benefício”. Agora, se a empresa deseja atrair mais clientes com um lucro líquido menor, eu optaria pela média de cashback do grupo 3 que tende a atrair mais clientes. Porém, eu não tenho informações sobre despesas e contas a pagar da empresa para arriscar com uma abordagem menos lucrativa e mais ousada, por isso eu optei pela porcentagem “custo-benefício” do grupo 2.

