**Objetivos da análise de dados:**

. Mostrar se as campanhas de marketing até agora realizadas foram bem-sucedidas.

. Perfil dos clientes ideais.

.Mostrar a distribuição de saldo referente aos empregos com melhor relação risco retorno para o oferecimento de serviços específicos.

. Clientes em que a instituição corre mais risco ao fazer negócios.

. Serviços que podem ser oferecidos aos grupos prioritários.

. Levantamento de informações sobre a comunicação com o cliente.

**Mostrar se as campanhas de marketing até agora realizadas foram bem-sucedidas:**

A maioria de campanhas previamente realizadas falharam, com um total de falhas de 2500 contra 1000 campanhas bem-sucedidas, o que além de nos indicar que a campanha de marketing tem que ser reestruturada para uma melhor eficiência, essa informação nos dá uma justificativa para a realização desse trabalho.

**Perfil dos clientes ideais:**

(Aqui vamos mostrar os grupos mais interessantes para fazer negócios com a instituição)

. Faixas etárias:

O Grupo prioritário é o (1º) porque é a faixa etária que têm o maior saldo em comparação com as outras

Em segundo temos o grupo (2º), que também é nosso foco porque além de ter um saldo alto, esse grupo de faixas etárias tem mais pessoas comparado ao 1º grupo.

(1º) Faixas etárias que têm mais pessoas com saldo alto (6000 – 8000 (euros)):

30 a 36 anos (Quantidade de pessoas muito alta)

36 a 42 anos (Quantidades de pessoas ligeiramente alta)

54 a 60 anos (Quantidade de pessoas ligeiramente abaixo da média)

(2º) Faixas etárias que mais tem pessoas com um saldo médio/alto (4000-6000 (euros)):

30 a 36 anos (Quantidade de pessoas muito alta)

36 a 42 anos (Quantidades de pessoas ligeiramente alta)

42 a 48 anos (Quantidade de pessoas média)

54 a 60 anos (Quantidade de pessoas ligeiramente abaixo da média)

. Estado civil

Em geral a maioria das pessoas cadastradas são casadas.

A partir dos 60 anos quase não temos pessoas solteiras ou divorciadas.

Vendo que grande parte do nosso público é casado e sabendo que geralmente pessoas casadas tem mais despesas devido terem família, pode ser viável fazer um pacote de serviço específico para pessoas casadas e famílias, além de que algumas publicidades podem ser feitas com o foco na família ou em um casal.

. Empregos

Empregos com uma alta quantidade de pessoas:

Gerente: 5873

Técnicos: 4515

Colarinho-Azul: 4166

Empregos com quantidade de pessoas média:

Administradores: 2791

Prestadores de serviços: 2062

Aposentados: 1383

Isso nos indica quais as profissões que mais se identificam com essa instituição

Importante: A Relação risco retorno é muito usada no mercado de ações para um trader conseguir medir se vale a pena, ou não, entrar em uma operação. Como esse mercado é de extrema volatilidade e algumas operações podem ocasionar perdas é essencial para eles ter uma boa gestão de risco, vendo isso achamos que poderia ser interessante exportar esse conceito da seguinte forma, quando um emprego tem muitas pessoas com um saldo de (6000-8000) e tem menos pessoas com o saldo negativo isso indicará que ela terá uma relação risco retorno boa, se ela tiver poucas pessoas com saldo de (6000-8000) e mais pessoas com o saldo negativo isso significa que ela tem uma relação risco retorno ruim.

A seguir são selecionados os empregos que tem uma relação risco retorno boa, portanto, trabalhar esse grupo tem uma chance de ganho maior do que a chance de perda. Além disso, os empregos selecionados têm uma quantidade de saldos altos mais consistente comparada às demais.

Eles estão divididos em 2 grupos, o grupo prioritário é o (1º) porque são os empregos que têm o maior saldo em comparação com os outros e temos o (2º) grupo que é o nosso segundo alvo porque as profissões nele também tem um saldo consideravelmente alto.

Profissões com maiores saldos na instituição

(1º) Saldo Alto (6000 - 8000)

Gerentes (Quantidade de pessoas alta)

Colarinhos-Azuis (Quantidade de pessoas alta)

Técnicos (Quantidade de pessoas alta)

(2º) Saldo Médio/Alto (4000-6000)

Administradores (Quantidade de pessoas médias)

Pessoas que trabalham na prestação de serviços (Quantidade de pessoas médias)

Aposentados (Quantidade de pessoas médias)

**Mostrar a distribuição de saldo referente aos empregos com melhor relação risco retorno para o oferecimento de determinados serviços**

(Aqui vamos mostrar a distribuição de saldo das profissões com melhor relação risco retorno)

- Distribuição de saldos do 1º Grupo

Os Gerentes podem ser divididos em algumas categorias para o oferecimento de algum serviço, são elas:

|  |  |
| --- | --- |
| Faixa de saldo | Número de Clientes |
| (6000-8000) Alta | 150 |
| (4000-6000) Média/Alta | 311 |
| (2000-4000) Média | 752 |
| (1000-2000) Média/Baixa | 869 |
| (500-1000) Baixa | 904 |
| (0-500) Extremamente Baixa | 1988 |

Os Técnicos podem ser divididos em algumas categorias para o oferecimento de algum serviço, são elas:

|  |  |
| --- | --- |
| Faixa de saldo | Número de Clientes |
| (6000-8000) Alta | 91 |
| (4000-6000) Média/Alta | 177 |
| (2000-4000) Média | 463 |
| (1000-2000) Média/Baixa | 598 |
| (500-1000) Baixa | 708 |
| (0-500) Extremamente Baixa | 1715 |

Os trabalhadores de colarinho-azul podem ser divididos em algumas categorias para o oferecimento de serviço, são elas:

|  |  |
| --- | --- |
| Faixa de saldo | Número de Clientes |
| (6000-8000) Alta | 64 |
| (4000-6000) Média/Alta | 152 |
| (2000-4000) Média | 442 |
| (1000-2000) Média/Baixa | 595 |
| (500-1000) Baixa | 691 |
| (0-500) Extremamente Baixa | 1516 |

- Distribuição de saldos do 2º Grupo:

As pessoas que estão aposentadas podem ser divididas em algumas categorias para o oferecimento de algum serviço, são elas:

|  |  |
| --- | --- |
| Faixa de saldo | Número de Clientes |
| (6000-8000) Alta | 29 |
| (4000-6000) Média/Alta | 93 |
| (2000-4000) Média | 243 |
| (1000-2000) Média/Baixa | 242 |
| (500-1000) Baixa | 200 |
| (0-500) Extremamente Baixa | 412 |

Os Administradores podem ser divididos em algumas categorias para o oferecimento de algum serviço, são elas:

|  |  |
| --- | --- |
| Faixa de saldo | Número de Clientes |
| (6000-8000) Alta | 34 |
| (4000-6000) Média/Alta | 95 |
| (2000-4000) Média | 265 |
| (1000-2000) Média/Baixa | 372 |
| (500-1000) Baixa | 484 |
| (0-500) Extremamente Baixa | 1096 |

As pessoas que trabalham na prestação de serviços podem ser divididas em algumas categorias para o oferecimento de algum serviço, são elas:

|  |  |
| --- | --- |
| Faixa de saldo | Número de Clientes |
| (6000-8000) Alta | 25 |
| (4000-6000) Média/Alta | 79 |
| (2000-4000) Média | 166 |
| (1000-2000) Média/Baixa | 273 |
| (500-1000) Baixa | 307 |
| (0-500) Extremamente Baixa | 831 |

**Clientes em que a instituição corre mais risco ao fazer negócios**

(Clientes que a instituição tem uma relação risco retorno ruim, o que nos indica que é mais arriscado fazer negócios com elas)

Faixas etárias que tem uma relação risco retorno ruim:

24 a 30 (Tem poucas pessoas com um saldo alto em relação as pessoas devendo)

(Quantidade de pessoas ligeiramente abaixo da média)

48 a 54 (Tem as pessoas com maior endividamento)

(Quantidade de pessoas ligeiramente abaixo da média)

. Volume das idades com nome sujo

|  |  |
| --- | --- |
| **Idade** | **Quantidade** |
| 24 - 30 | 47 |
| 36 - 42 | 74 |
| 42 - 48 | 75 |
| 48 - 54 | 65 |
| 54 - 60 | 43 |

Faixas etárias que precisam passar por uma verificação mais forte para saber se elas estão ou não com condições de realizar o pagamento do serviço escolhido, pois além de estarem com o nome sujo há bastantes delas com saldo negativo:

30 a 36 (Existem bastantes pessoas com saldo negativo)

36 a 42

42 a 48

54 a 60

Faixas etárias arriscadas de se fazer negócios por terem uma relação risco retorno ruim:

24 a 30

48 a 54

Empregos arriscados de se fazer negócios por terem uma relação risco retorno ruim:

Empreendedores (Quantidade de pessoas baixas)

Empregadas domésticas (Quantidade de pessoas baixas)

Autônomos (Quantidade de pessoas baixas)

**Serviços que podem ser oferecidos aos grupos prioritários**

(Exemplos de serviços que podem ser oferecidos aos grupos prioritarios)

.O volume das idades que têm o financiamento de uma casa

|  |  |
| --- | --- |
| **Idade** | **Quantidade** |
| 24 - 30 | 1132 |
| 30 - 36 | 3643 |
| 36 - 42 | 2606 |
| 42 - 48 | 1832 |
| 48 - 54 | 1275 |

As idades dentro dos grupos vermelhos são as mais arriscadas de se fazer negócio. Porém, mesmo estando nos outros grupos devemos nos atentar às pessoas com saldo negativo.

Oferecer o financiamento para as idades que não estão em vermelho após verificar se a pessoa também está trabalhando em um dos 2 Grupos de empregos que têm mais pessoas com maior saldo, mesmo havendo pessoas com saldo menor. O valor oferecido vai depender do saldo, quanto maior a faixa de saldo, mais cara a casa pode ser.

.O volume das idades que têm algum empréstimo

|  |  |
| --- | --- |
| **Idade** | **Quantidade** |
| 24 - 30 | 488 |
| 30 - 36 | 1069 |
| 36 - 42 | 749 |
| 42 - 48 | 665 |
| 48 - 54 | 653 |

As idades dentro dos grupos vermelhos são idades mais arriscadas de se fazer negócio. Além disso, mesmo estando nos outros grupos devemos nos atentar às pessoas com saldo negativo.

Oferecer o empréstimo para as idades em verde, pois são as idades mais propensas a fazer empréstimo.

**Levantamento de informações sobre a comunicação com o cliente**

. Meio de contato que os clientes ficam conversando por mais tempo

O meio de comunicação preferido dos clientes entre celular e telefone fixo é o celular. Diferente do telefone fixo, no celular mais pessoas tendem a ficar mais tempo conversando com os atendentes de telemarketing, o que indica uma preferência maior por esse dispositivo. Portanto, para registrar um novo cliente é necessário pedir preferencialmente um número de celular.

. Tempo médio de duração de uma chamada de telemarketing por faixa etária

A média de duração de uma ligação de marketing dentro de todas as idades é de 200 segundos, porém a partir dos 65 anos até os 90 é notável que a duração da ligação fica mais elevada em relação à média, estando agora dentro de um raio de 240 a 320 segundos de ligação, o que nos indica uma maior preferência em ouvir as propostas dos serviços na terceira idade.

. Idades que mais utilizam determinados meios de contatos

As faixas etárias de 18 a 42 anos preferem utilizar celulares, porém a partir dos 42 anos essa preferência começa a diminuir.

Como vemos que temos poucos celulares e telefones cadastrados a partir de 65 anos, o marketing pode focar nessas faixas etárias, já que são as idades que mais tempo médio ficam em uma ligação com os atendentes de telemarketing.