# **Documentação Segmentação**

# **Projeto de segmentação “ Cliente El Mercado”**

## **Contexto**

A loja especializada em produtos alimentícios importados, El Mercado, está enfrentando desafios para se adaptar às preferências em constante mudança dos clientes. A loja cuida de uma estratégia eficaz para segmentar sua base de clientes.

**Objetivo da Análise:**

* O objetivo é preparar uma base de dados disponibilizada pela empresa e aplicar a segmentação de clientes por meio do método RFM. A compreensão dos resultados da segmentação é essencial para identificar em quais grupos uma empresa pode concentrar esforços e/ou traçar estratégias de fidelização. Além disso, busca-se tirar conclusões que permitem à empresa tomar decisões informadas, enquanto se procura por informações importantes ocultas nos dados, como: quem são esses clientes, estado civil, se têm filhos, idade e qual é o volume de vendas da empresa em termos de quantidade.

**Obtenção dos dados:**

* Os dados foram disponibilizados pela Laboratoria em 3 planilhas diferentes, alocamos essas 3 planilhas em somente 1 e efetuamos a limpeza dos dados que estavam duplicados e nos dados em branco colocamos a mediana.

**Tecnologias e ferramentas :**

* Projeto efetuado no google sheets e Looker Studio para criar o Dashboard.

**Conclusões**

* Clientes Hibernando e quase dormindo:
* Ofertas Personalizadas: Envie descontos exclusivos ou créditos na próxima compra para incentivo ou retorno de clientes que estão inativos há algum tempo.
* Promoções Especiais: Crie promoções especiais, como "Compre um, leve dois" ou "Descontos de 50% na primeira unidade", para despertar o interesse desses clientes em retornar ao mercado.
* Cliente Necessitando de Atenção, potencial perda e não perder:
* Serviços Adicionais: Ofereça serviços extras, como entrega gratuita em suas próximas compras, para mostrar que o mercado valoriza sua fidelidade.
* Experiências Exclusivas: Crie experiências personalizadas, como acesso prioritário a novos produtos ou convites para eventos especiais, para demonstrar cuidado e atenção a esses clientes.
* Clientes Fiéis, Campeões e Potenciais Leais:
* Benefícios Exclusivos: Oferecer benefícios exclusivos, como descontos progressivos com base no histórico de compras ou acesso antecipado a vendas especiais, como forma de reconhecimento pela fidelidade.
* Surpresas e Mimos: Surpreenda esses clientes com brindes especiais, amostras de produtos ou cupons de desconto exclusivos, para demonstrar valorização pela sua lealdade.
* Feedback Valorizado: Solicite feedback regularmente e demonstre que suas opiniões são valorizadas, implementando melhorias com base nesses feedbacks.
* Ao adotar uma abordagem personalizada e focada no cliente, a empresa estará mais bem equipada para reter clientes em diferentes iniciativas de engajamento e fortalecer relacionamentos duradouros.
* Cliente promissor e novos clientes:
* Simplificar o processo de compra, oferecendo opções de pagamento flexíveis, entrega rápida e conveniente, e um ambiente de compras acolhedor e amigável. Podemos também oferecer amostras grátis de produtos populares do mercado para que esses clientes experimentem e se familiarizem com a qualidade e variedade dos produtos oferecidos.

**Limitações da análise**

A Faixa etária, continha idades de 122, 126 anos.

A base de dados poderia conter mais informações dos clientes como gênero.

Ter mais detalhamento sobre os produtos.

**Referências:**

* Não foram incluídas pesquisas externas.