

CASE ANÁLISE DA DINÂMICA DE ASSINATURA DO FOODIE-FI—SQL



Introdução

Análise de dados de uma empresa chamada Foodie-Fi que oferece serviços streaming de conteúdo de comida (Como se fosse uma Netflix, mas apenas com programas e conteúdos de comidas e cozinha). A empresa foi fundada em 2020 e iremos utilizar os dados disponíveis para analisar aceitação do serviço entre os assinantes, quais foram os planos mais contratados, como foi a movimentação dos planos entre os clientes (churn, downgrades e upgrades), entre outros questionamentos que possa nos dar uma perspectiva do passado e presente visando decisões e recomendações mais assertivas para a empresa.

Dados disponíveis

Tabela 1: Planos - Tabela mostra código, nome do plano e valor mensal do plano

| plan_id | plan_name | price |
|---------|---------------|--------|
| 0 | trial | 0.00 |
| 1 | basic monthly | 9.90 |
| 2 | pro monthly | 19.90 |
| 3 | pro annual | 199.00 |
| 4 | churn | NULL |

— Clientes podem iniciar sua experiencia com 7 dias de acesso gratis.

— Clientes do plano básico possuem acesso limitado ao conteúdo

— Os clientes do plano Pro não têm limite de tempo de exibição e podem baixar vídeos para visualização off-line

— Quando clientes cancelam a assinatura do Foodie-Fi, eles migram para o plano Churn com o preço 0.

Tabela 2: Assinaturas

Tabela mostra a data exata de quando o plano do cliente inicia. Clientes podem fazer upgrade, downgrade ou cancelar o plano. A data de inicio ira refletir sobre o plano mais recente do cliente.

RESPOSTAS + ANÁLISE

1. Quantos assinantes a Foodie-Fi já teve desde sua fundação?

| Row | total_customers |
|-----|-----------------|
| 1 | 1000 |

2. Qual a distribuição e quantidade de novos planos triais do dataset por mês?

| QNT_TRIAL | MES |
|-----------|------------|
| 88 | 2020-01-01 |
| 68 | 2020-02-01 |
| 94 | 2020-03-01 |
| 81 | 2020-04-01 |
| 88 | 2020-05-01 |
| 79 | 2020-06-01 |
| 89 | 2020-07-01 |
| 88 | 2020-08-01 |
| 87 | 2020-09-01 |
| 79 | 2020-10-01 |
| 75 | 2020-11-01 |
| 84 | 2020-12-01 |

Análise: Crescimento de base de clientes mês a mês distribuída de forma consistente, tendo seu pior mês em fevereiro-2020 e seu melhor mês em março-2020.



3. Quais eventos de data e planos ocorrem após 2020? Mostrar o detalhamento por contagem de eventos para cada plan_name.

| plan_name | price | total_events_plan |
|---------------|-------|-------------------|
| basic monthly | 9.90 | 8 |
| pro monthly | 19.90 | 60 |
| pro annual | 199 | 63 |
| churn | null | 71 |

Análise: O resultado mostra que os eventos acontecidos após 2020 são movimentações (upgrade, downgrade ou cancelamento) de clientes que se cadastraram no Foodie-Fi até 31/12/2020.

Com isso, concluímos que 65% dos eventos acontecidos após 2020 foi com efeito positivo, fazendo com que os clientes permanecessem ativos na base, com destaque principalmente para a alta aderência dos planos PRO, que acaba tendo uma taxa menor de cancelamento a longo prazo.

4. Qual a contagem e porcentagem dos assinantes que cancelaram o serviço?

| total_customers ▾ | TOTAL_CHURN ▾ | PCT_CHURN ▾ |
|-------------------|---------------|-------------|
| 1000 | 307.0 | 30.7 |

Análise: A empresa Foodie-Fi possui pouco mais de um ano de fundação e analisando os dados disponíveis, identificamos que sua taxa de cancelamento foi de 30.7%.

A Parks Associates divulgou um estudo no final de 2023 que mostra que a média anual de churn para empresa de streaming e serviços de vídeo é de 47%, o que colocaria a empresa Foodie-Fi em um patamar abaixo da média.

Entretanto, não podemos negligenciar números considerados “baixos” e o ideal é identificar os principais motivos pelos quais os clientes vem cancelando o serviço (valor, planos, concorrência, conteúdo disponibilizado, etc) e a partir daí criar estratégias de reversão, retenção e conquista de clientes.

5. Quantos clientes cancelaram o serviço logo após os 7 dias de acesso grátis? Qual a porcentagem arredondada para um numero inteiro?

| churn_after_trial ▾ | pct_churn_after_trial ▾ |
|---------------------|-------------------------|
| 92 | 10.0 |

Análise: 92 clientes cancelaram o serviço após o trial, cerca de 10% de sua base de clientes.

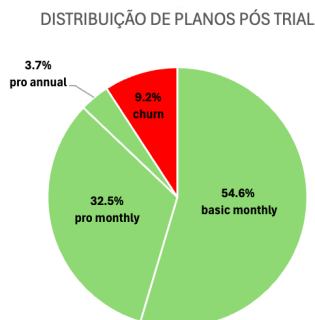
Levando em consideração a análise da questão anterior, que analisava o total de clientes que cancelaram, identificamos que cerca de 1/3 deles desativaram o serviço logo após o trial, o que nos faz questionar o porquê dos cancelamentos e o que pode ser alterado no futuro:

- Insatisfação ou falta de conteúdo para todos os públicos?
- Poucas opções de planos e/ou valores altos?
- Plataforma/Apps funcionando corretamente e sem bugs para melhor experiência do cliente?

6. Qual a quantidade e porcentagem de assinantes por plano após o trial?

| plan_id ▾ | quantidade ▾ | % planos ▾ |
|-----------|--------------|--------------------|
| 1 | 546 | 55.000000000000007 |
| 2 | 325 | 33.0 |
| 3 | 37 | 4.0 |
| 4 | 92 | 9.0 |

Análise: Conseguimos identificar que mais 90% da base de clientes permanece ativa após o trial, mostrando alta aceitação e satisfação dos clientes com o conteúdo e plataforma no primeiro momento. O plano “Basic Monthly” é a principal escolha entre os assinantes para contratação após o trial (54.6%), seguido pelo “Pro Monthly” (32.5%) e por último o plano “Pro Annual” (3.7%). Cerca 9% decidem não continuar com a plataforma



7. Qual a quantidade e porcentagem de assinantes de todos os 5 planos em 31/12/2020?

| plan_id ▼ | qnt_planos ▼ | % planos ▼ |
|-----------|--------------|------------|
| 0 | 19 | 2.0 |
| 1 | 224 | 22.0 |
| 2 | 326 | 33.0 |
| 3 | 195 | 20.0 |
| 4 | 236 | 24.0 |

8. Quantos assinantes fizeram upgrade para o plano anual em 2020?

| total_customers_annual ▼ |
|--------------------------|
| 195 |

Análise: 195 clientes realizaram upgrade para o plano pro annual no ano de 2020, o que representa 19.5% de sua base total de clientes.

Vale ressaltar que apenas 3.7% dos clientes contrataram o pro annual logo após o trial, ou seja, 15.8% foram de upgrades de clientes já ativos, o que mostra uma satisfação e intenção do público de permanecer com a plataforma pelos próximos 12 meses.

A assinatura anual chama a atenção pela possibilidade de reter o cliente por mais tempo, antecipar recursos e garantir uma receita previsível, além de facilitar a fidelização do cliente e reduzir o churn rate, que são pontos importantes levando em consideração que a empresa possui pouco mais de um ano.

9. Qual a média de dias que leva um cliente assinar o PRO ANNUAL desde o dia do cadastro na Foodie-Fi?

| media_dias ▼ |
|--------------|
| 105.0 |

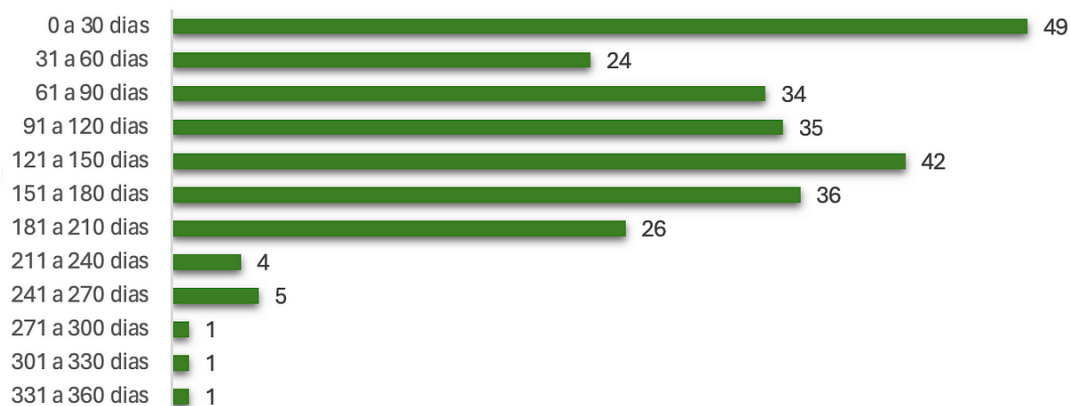
Análise: Clientes demoram uma média de 105 dias, pouco mais de 3 meses, para contratar o plano PRO ANNUAL

10. Faça um detalhamento de upgrade do plano PRO ANNUAL em períodos de 30 dias (Ex.: 0–30 dias, 31–60 dias etc)

| total_customers ▼ | avg_days_to_upgrade ▼ |
|-------------------|--------------------------------|
| 49 | a. 0 a 30 dias para upgrade |
| 24 | b. 31 a 60 dias para upgrade |
| 34 | c. 61 a 90 dias para upgrade |
| 35 | d. 91 a 120 dias para upgrade |
| 42 | e. 121 a 150 dias para upgrade |
| 36 | f. 151 a 180 dias para upgrade |
| 26 | g. 181 a 210 dias para upgrade |

Análise: Sabendo que os clientes levam cerca de 105 dias para realizar um upgrade, conseguimos identificar através desta análise mais detalhada que cerca de 95% dos assinantes que realizam o upgrade, fazem essa mudança dentro dos primeiros 7 meses de uso, tendo a maior concentração de upgrade dentro dos primeiros 30 dias de uso e entre 4 a 6 meses.

MÉDIA DE DIAS PARA UPGRADE



11. Quantos assinantes fizeram downgrade do plano Pro Monthly para o Basic Monthly em 2020?

| | |
|------------------------------|----|
| total_downgraded_customers ▾ | // |
| 0 | |

Análise: Nenhum cliente realizou downgrade do Pro Monthly para o Basic Monthly, mostrando satisfação e aceitação dos planos Pro entre os usuários.