

Otimização de Campanhas Publicitárias Digitais na MYK

Este projeto visa otimizar o desempenho das campanhas publicitárias digitais da MYK, utilizando ciência de dados e machine learning para maximizar o ROI e direcionar estratégias de anúncios eficientes. A análise focará em identificar fatores que influenciam cliques, otimizar o direcionamento de campanhas, desenvolver um modelo preditivo de conversão, segmentar usuários para personalização e quantificar o impacto financeiro das otimizações.

M por Mayerikson



Questões Chave de Negócio Abordadas

Perfil Etário e Conversão

Qual a relação entre a idade do usuário e a probabilidade de clicar em anúncios?

Engajamento e Conversão

Como o tempo diário gasto no site influencia as taxas de clique?

Impacto Socioeconômico

De que forma o nível de renda média da região do consumidor afeta a probabilidade de clique?

Este projeto visa responder a questões críticas sobre o comportamento do consumidor. Avaliamos como idade, engajamento no site, renda regional e uso da internet influenciam as taxas de conversão. Essas análises são cruciais para entender e segmentar o público-alvo, permitindo campanhas mais eficazes e personalizadas.

Metodologia Aplicada no Projeto

1

Análise Exploratória de Dados (EDA)

Análises descritivas e visualizações para entender as variáveis.

2

Modelagem Preditiva

Regressão Logística para prever a probabilidade de cliques.

3

Sistema de Scoring

Priorização de campanhas para públicos de alta conversão.

A metodologia empregada combina EDA para compreensão inicial dos dados, modelagem preditiva para estimar a probabilidade de cliques e um sistema de scoring para otimizar campanhas. A regressão logística foi crucial para identificar padrões e prever comportamentos, resultando em insights acionáveis para aprimorar o direcionamento de anúncios.



Variáveis Mais Relevantes Identificadas



Idade

Impacto positivo na probabilidade de clique.



Uso Diário da Internet

Impacto negativo na probabilidade de clique.



Renda Média

Impacto negativo na probabilidade de clique.

As análises revelaram que a idade tem um impacto positivo na probabilidade de clique, enquanto o uso diário da internet e a renda média da região apresentam um impacto negativo. Certos tópicos de anúncios também mostraram maior taxa de cliques, fornecendo um direcionamento valioso para a criação de conteúdo mais eficaz.



Ganhos Financeiros Potenciais Estimados

R\$30K

Redução de Custos
Com anúncios ineficazes.

R\$100K

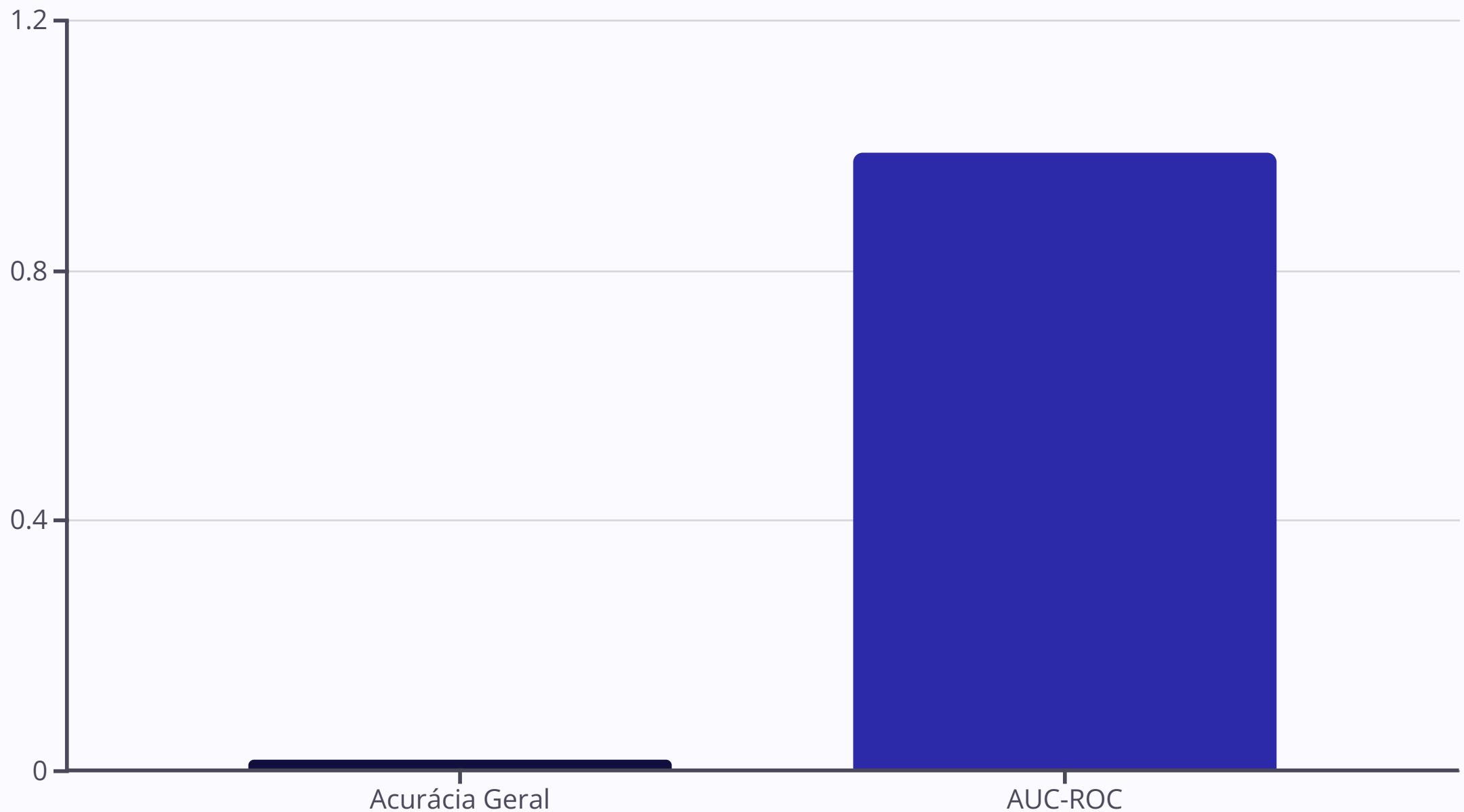
Aumento na Conversão
Otimização da taxa de conversão.

R\$70K

Otimização do ROI
Melhoria do retorno sobre
investimento.

As otimizações propostas têm o potencial de gerar ganhos financeiros significativos, incluindo a redução de custos com anúncios ineficazes, o aumento da taxa de conversão e a otimização do ROI. Esses benefícios combinados podem resultar em um impacto positivo substancial nas finanças da empresa MYK.

Acurácia do Modelo de Regressão Logística



A acurácia geral do modelo é de 96%, e o AUC-ROC é de 0.988, indicando um desempenho robusto na previsão de cliques em anúncios. Esses resultados destacam a eficácia da abordagem metodológica e a confiabilidade das recomendações geradas para aprimorar as campanhas publicitárias da MYK.

Segmentação Estratégica da Base de Usuários



A segmentação estratégica da base de usuários permite a criação de campanhas altamente personalizadas e eficazes. Ao identificar grupos com características e comportamentos distintos, é possível direcionar anúncios específicos para maximizar o engajamento e a probabilidade de conversão de cada segmento.



Conclusões e Próximos Passos

Implementar segmentação estratégica

Personalizar campanhas para diferentes grupos de usuários.

Ajustar orçamento de anúncios

Alocar recursos para segmentos de alto potencial.

Monitorar resultados continuamente

Avaliar o impacto das otimizações e ajustar estratégias.

Para garantir o sucesso contínuo, é essencial implementar a segmentação estratégica, ajustar o orçamento de anúncios e monitorar os resultados continuamente. A colaboração entre as equipes de marketing e análise de dados será fundamental para otimizar as campanhas e maximizar o ROI da empresa MYK.