

Análise de Campanhas de Marketing

Este projeto tem como objetivo analisar os dados de campanhas da empresa fictícia MYK Marketing, especializada em tráfego pago, para responder perguntas estratégicas relacionadas ao engajamento de conteúdo.

O estudo foca na análise de engajamento nas campanhas digitais, entendendo que o engajamento é um indicador antecipado de performance e influência direta no ROI. A proposta atual visa identificar padrões de alto engajamento, os quais serão base para estratégias que maximizem o ROI em futuras campanhas.

A literatura de marketing digital demonstra que campanhas com maior engajamento têm mais chance de conversão em receita. Assim, os padrões identificados como o uso de vídeos, hashtags específicas e foco regional têm potencial de elevar o ROI.

M por Mayerikson



Perguntas Estratégicas

1 Formatos de maior engajamento

Quais formatos de postagens geram o maior volume de engajamento absoluto?

2 Combinações ideais

Quais combinações de conteúdo, região e hashtag maximizam o engajamento?

3 Sinergias regionais

Quais sinergias entre tipo de conteúdo e região devem ser exploradas?

4 Valor por hashtag

Qual o valor médio de engajamento por hashtag, controlando por plataforma e região?

5 Padrões de sucesso

Quais características se repetem entre os posts de alto engajamento?

Técnicas e Ferramentas



Programação

Utilização de Python com bibliotecas especializadas como Pandas para manipulação de dados, Seaborn e Matplotlib para visualizações gráficas avançadas.



Análise de Dados

Aplicação de técnicas de Análise Exploratória de Dados (EDA) e Análise SWOT para identificação de padrões e oportunidades.



Métricas

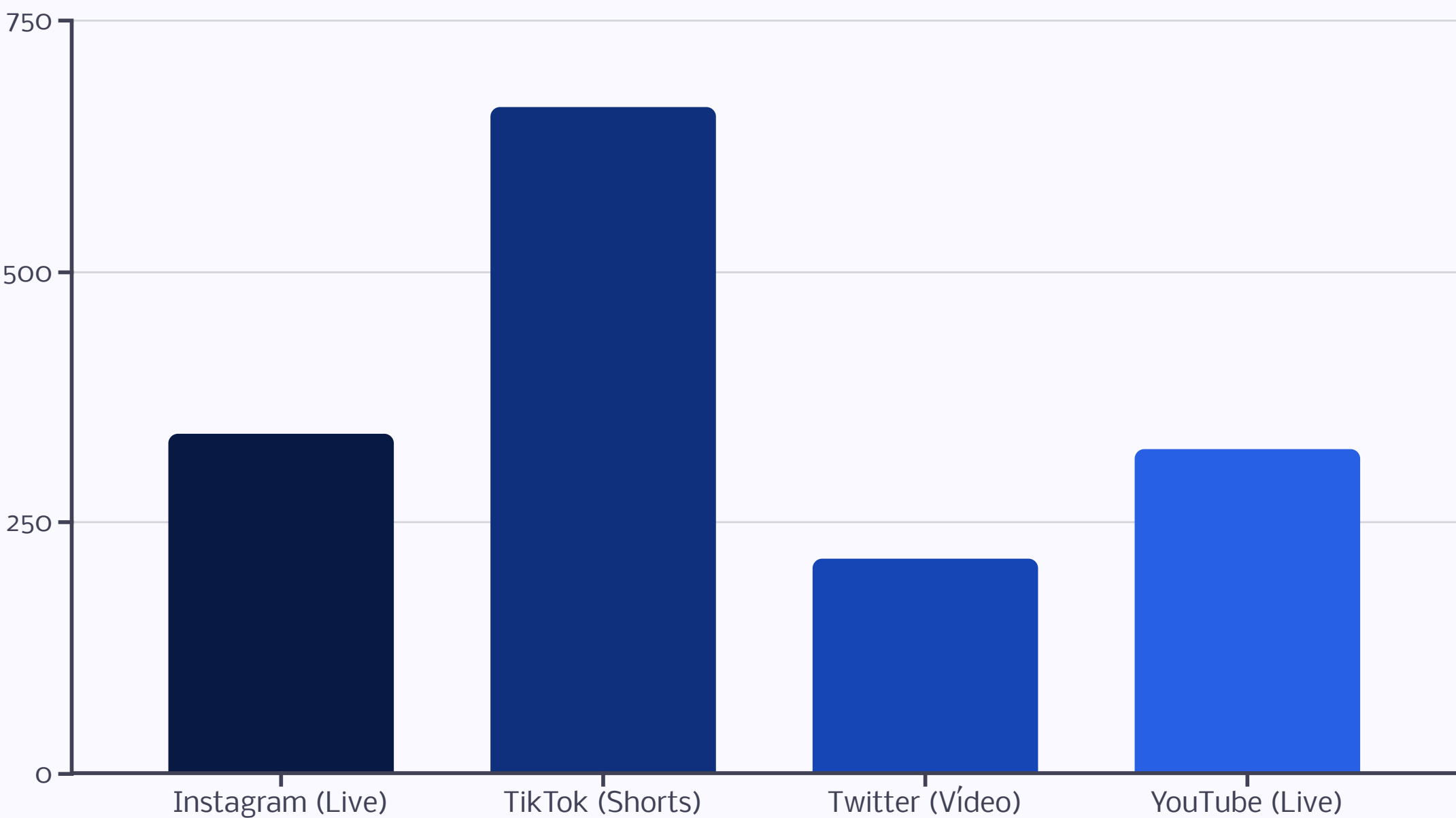
Avaliação de métricas de engajamento como likes, comentários e alcance para quantificar o desempenho das campanhas.



Insights

Desenvolvimento de insights acionáveis baseados em evidências para orientar decisões estratégicas de marketing.

Principais Descobertas



As variáveis mais relevantes na previsão de alto engajamento foram identificadas como Hashtag, Região e Tipo de Conteúdo, embora nenhuma variável categórica tenha apresentado associação forte isoladamente.

As melhores combinações identificadas incluem Shorts + USA (Efeito: 3.29), Shorts + Brazil (0.83) e Vídeo + Brazil (0.80). O TikTok apresenta maior variabilidade no engajamento ($\sigma = 8.068$), enquanto as hashtags têm impacto variável dependendo da plataforma e região.

Os indicadores mais importantes são Likes_per_View (0.40) como forte indicador de popularidade, Engagement_per_View (0.38) refletindo qualidade da interação, e Views (0.17) importante para alcance, mas não decisivo sozinho.

Conclusões e Recomendações



Otimização de Conteúdo

Priorizar vídeos e lives em plataformas com boa performance e realizar testes A/B para confirmar a eficácia dos formatos.



Alocação de Recursos

Redirecionar investimento para canais com melhor ROI e implementar segmentação geográfica com conteúdo adaptado.



Estratégia de Hashtags

Explorar as hashtags com maior correlação com engajamento alto e priorizar aquelas no top 10 de desempenho.



Métricas de Qualidade

Otimizar posts com maior taxa de curtidas por visualização e focar na qualidade da interação mais do que na quantidade.



Próximos Passos

Monitoramento de Resultados

Acompanhar os resultados das próximas campanhas implementadas com base nas recomendações para validar as estratégias e realizar ajustes conforme necessário.

Expansão da Análise

Ampliar o escopo da análise para incluir outras plataformas sociais relevantes, identificando novos padrões e oportunidades de engajamento em canais emergentes.

Dashboard em Tempo Real

Desenvolver um sistema de visualização de dados em tempo real com métricas de engajamento para permitir ajustes rápidos nas estratégias e maximizar o desempenho das campanhas.