

Miguel Oliveira Silva | Analista de Dados

Acesso ao projeto no GitHub: [Clique Aqui](#)

Meu LinkedIn: [Clique aqui](#)

## **Utilizando Análise de Dados para Reduzir a Evasão de Clientes em Empresas de Assinatura**

A evasão de clientes, também conhecida como churn, é um problema crítico para empresas que operam sob um modelo de assinatura, como serviços de streaming, plataformas de cursos online, softwares SaaS, clubes esportivos e academias. A perda de clientes pode impactar diretamente a receita e comprometer a sustentabilidade do negócio. Identificar padrões que levam à desistência e agir preventivamente pode gerar vantagens competitivas e maximizar os lucros.

A Importância da Questão A retenção de clientes é uma métrica essencial para a saúde financeira de qualquer empresa de assinatura. Estudos mostram que conquistar um novo cliente pode custar até cinco vezes mais do que manter um já existente. Além disso, empresas que reduzem sua taxa de churn podem aumentar significativamente seus lucros a longo prazo. A análise de dados aplicada à predição de evasão permite ações direcionadas para mitigar esse problema, melhorando a experiência do cliente e aumentando sua fidelização.

Como a Análise de Dados Pode Ajudar A análise de dados pode oferecer insights valiosos para reduzir a evasão de clientes por meio de diversas abordagens:

**Análise Preditiva:** Algoritmos de machine learning podem prever quais clientes estão propensos a cancelar seus serviços, permitindo que a empresa tome medidas preventivas, como oferecer promoções ou suporte personalizado.

**Segmentação de Clientes:** A análise de dados permite classificar clientes com base em seus comportamentos, preferências e histórico de uso. Com isso, é possível personalizar ofertas e campanhas para diferentes perfis de clientes.

**Monitoramento de Indicadores-Chave:** A identificação de padrões em métricas como frequência de uso, nível de engajamento e feedbacks negativos pode alertar sobre possíveis desistências antes que ocorram.

**Modelos de Recomendação:** Melhorar a experiência do usuário por meio de recomendações personalizadas pode aumentar a satisfação e o tempo de permanência do cliente no serviço.

**Análise de Sentimento:** A extração de dados de redes sociais, pesquisas de satisfação e suporte ao cliente pode fornecer insights sobre percepções negativas e áreas de melhoria.

Concluindo, a evasão de clientes é um problema relevante e impactante no contexto empresarial, especialmente para negócios baseados em assinaturas. A

análise de dados oferece ferramentas poderosas para entender padrões de comportamento, prever desistências e implementar estratégias eficazes para aumentar a retenção de clientes. Empresas que investem em análise de dados para combater o churn não apenas garantem uma base de clientes mais sólida, mas também potencializam seus lucros e se destacam no mercado.

Para analisar a evasão de clientes (churn), utilizei um dataset público que contém informações de clientes de uma **empresa de telecomunicações**, incluindo contratos, uso de serviços e histórico de pagamento. Disponível no Kaggle uma plataforma de dados abertos.

Dataset utilizado: [Clique aqui](#)

### - Insights Relevantes -

#### 1) Relação entre churn e:

- Tempo do contrato;
- Tipo de serviço;
- Forma de pagamento.

#### 2) Perfil dos Clientes que Cancelam:

- Idade;
- Tempo de serviço;
- Tipo de plano.

#### 3) Impacto do Suporte e Atendimento ao Cliente

- Clientes que tiveram mais chamadas de suporte estão mais propensos ao churn?
- O tempo médio de resolução de problemas afeta a retenção?

#### 4) Análise de Tarifas e Formas de Pagamento

- Existe uma relação entre churn e o valor da fatura mensal?
- Clientes que pagam com cartão de crédito ou débito automático apresentam menor taxa de churn do que os que pagam via boleto?

#### 5) Uso de Serviços Adicionais

- Os clientes que contratam serviços extras (como internet mais rápida ou pacotes adicionais) apresentam menor churn?
- Qual serviço extra está mais associado à retenção de clientes?

#### 6) Uso de previsões

- Usar modelos preditivos para analisar o desempenho da empresa em relação ao churn;
- Usar modelos preditivos para analisar o faturamento e lucro da empresa em relação ao churn.