

Rafael Balbino

2025

SQL

POTENCIAL MAL EXPLORADO: FIDELIZAÇÃO DE CLIENTES

Como podemos aumentar o faturamento
em quase 700 mil reais por ano?

passe pro lado



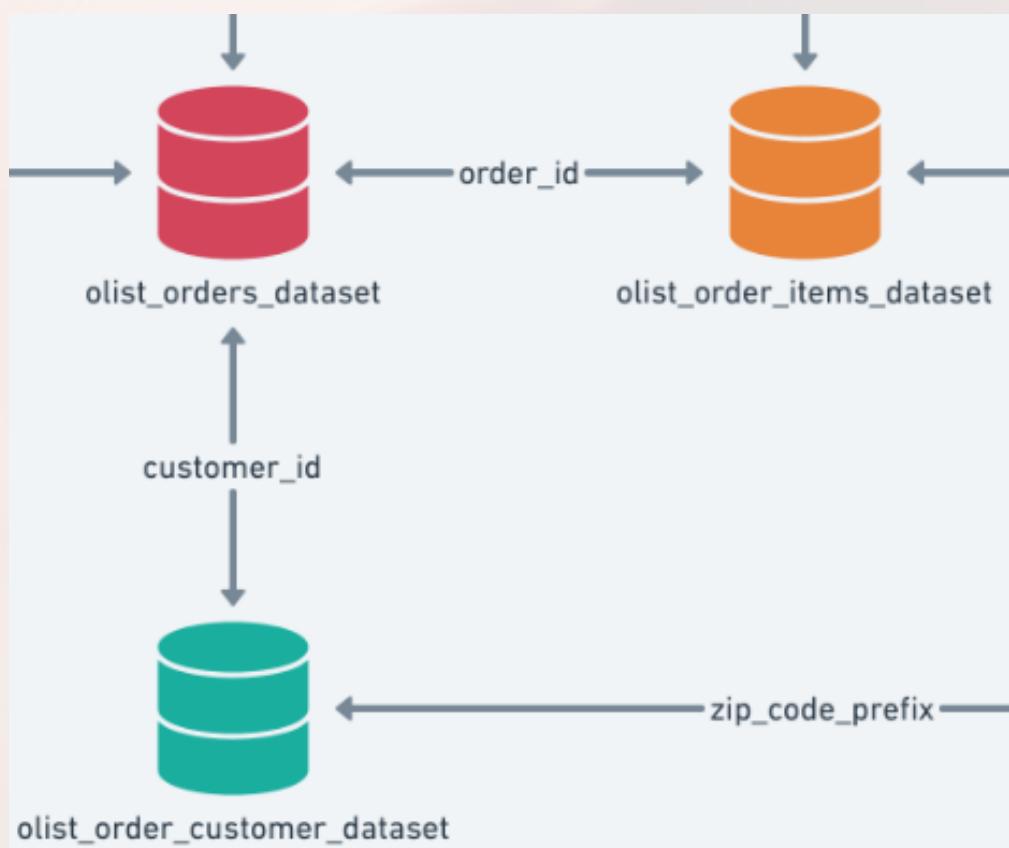
Esse projeto é um projeto FICTÍCIO para
portfólio utilizando dataset público: Brazilian
E-Commerce Public Dataset by Olist

O DESAFIO DA RECOMPRA NO E-COMMERCE BRASILEIRO

Projeto de Portfólio desenvolvido utilizando SQL para analisar dados de vendas e clientes da plataforma Olist, entre 2017 e 2018. Dataset público do Kaggle: Brazilian E-Commerce Public Dataset by Olist

Analisando os dados e padrões, vi uma **oportunidade de negócio, analisando a Taxa de Recompra**, um indicador crítico de fidelização e crescimento.

**JOINS
USADAS:**



DIAGNÓSTICO

A Queda na Fidelização: Taxa de Recompra (2017 vs. 2018), CÓDIGOS FEITOS e RESULTADOS:

```
WITH comprasporcliente AS (
  SELECT
    ocd.customer_unique_id,
    COUNT(ocd.customer_id) AS compras,
    ood.order_status,
    ood.order_purchase_timestamp
  FROM olist_customers_dataset ocd
  LEFT JOIN olist_orders_dataset ood ON ood.customer_id = ocd.customer_id
  WHERE order_status != 'canceled' AND order_status != 'unavailable' AND order_purchase_timestamp LIKE '2017%'
  GROUP BY customer_unique_id)

SELECT
  COUNT(customer_unique_id) AS clientes_totais,
  SUM(CASE WHEN compras > 1 THEN 1 ELSE 0 END) AS clientes_with_recompras,
  (SUM(CASE WHEN compras > 1 THEN 1 ELSE 0 END) * 100.0 / COUNT(customer_unique_id)) AS taxa_de_recompra
FROM comprasporcliente
```



Identificamos uma baixa taxa de recompra, que diminuiu de 2,83% em 2017 para 2,12% em 2018, indicando um desafio crescente na fidelização de clientes. Além de já ser um valor baixo.

COMPRAS X CLIENTES

```
WITH table123 AS (SELECT
    ocd.customer_unique_id,
    COUNT(ocd.customer_id) AS compras,
    ood.order_status,
    ood.order_purchase_timestamp
FROM olist_customers_dataset ocd
LEFT JOIN olist_orders_dataset ood ON ood.customer_id = ocd.customer_id
WHERE order_status != 'canceled' AND order_status != 'unavailable' AND order_purchase_timestamp LIKE '2017%'
GROUP BY customer_unique_id)

SELECT
    compras,
    COUNT(customer_unique_id)
FROM table123
GROUP BY compras
```

2017	
Compras	Clientes
1	41814
2	1125
3	76
4	13
5	4
6	1
9	1

2018	
Compras	Clientes
1	51227
2	1044
3	54
4	8
5	2
6	1
7	1

Mesmo com mais compras no total, o número de pessoas com 2 ou mais compras caiu.

IMPACTO FINANCEIRO

De acordo com especialistas em marketing, como Philip Kotler, pai do marketing moderno, **conquistar um novo cliente pode custar de 5 a 7 vezes mais do que manter um cliente existente.**

Segundo um estudo da **Harvard Business School**, **melhorar a taxa de retenção de clientes em até 5% pode aumentar os lucros em 25% a 95%.**



PLANO DE AÇÃO



- **Investir mais em Remarketing**
 - Realizar campanhas personalizadas para clientes antigos via email, whatsapp ou anúncios direcionados
 - Anotar todas as métricas para análise de resultados.
- **Realizar Testes A/B com Planos de Fidelidade**
 - Verificar se planos de fidelidade realmente aumentam o sucesso da campanha
 - Como, por exemplo, Cupons ou Frete Grátis na Segunda Compra
- **Análise da Jornada Pós Venda**
 - Investigar o que está causando a não recompra
 - Criar formulários para perguntar sobre a experiência pós venda.

META: 12,12% DE RECOMPRA

- Essa meta representa um **aumento de 10 pontos percentuais** em relação à taxa de recompra de 2018, que era de 2,12%. É uma meta realista e estratégica, considerando que e-commerce de referência alcançam taxas de até 40%.

```
WITH table_pagos AS (
    SELECT
        ocd.customer_unique_id,
        ooid.order_id,
        price AS valor_gasto_semfrete,
        order_purchase_timestamp
    FROM olist_order_items_dataset ooid
    LEFT JOIN olist_orders_dataset ood ON ood.order_id = ooid.order_id
    LEFT JOIN olist_customers_dataset ocd ON ocd.customer_id = ood.customer_id
    WHERE order_status != 'canceled' AND order_status != 'unavailable'
)

SELECT
    SUM(valor_gasto_semfrete) / COUNT(DISTINCT order_id) AS ticket_medio
FROM table_pagos
```

- Com um ticket médio de R\$ 137,42 e uma base de 50 mil clientes/pedidos em 2018, a meta de recompra projeta um impacto significativo.

RESULTADO ESPERADO:

R\$ 687.100,00

- + 5.000 novos pedidos por recompra ($12,12\% - 2,12\% = 10\%$ de 50.000)
- R\$ 687.100,00 em faturamento adicional ($5.000 \times R\$ 137,42$)
- Custo menor por recompra em comparação à aquisição de novos clientes

CONCLUSÃO: DADOS GERAM CRESCIIMENTO SUSTENTÁVEL

Esse projeto me fez enxergar o quanto é importante olhar os dados para observar oportunidades de negócios, que podem realmente gerar um impacto gigante no resultado final.

Além de me colocar em uma situação prática e desafiadora de uso de SQL.



Deixe seu
comentário ou
avaliação



Aberto para conversas,
oportunidades e troca
de experiências