

Churn de Assinantes

Síntese de principais resultados

jan./2020 - dez./2020





Sumário

- Contextualização
- Resultados gerais
 - Churns 2019 vs 2020
 - Sazonalidade de churns vs plataforma
 - Características financeiras de churns
 - Churns revenue por geolocalização
 - Recência de churns
 - Versões de atualização do app de churns
- Descobertas
- Próximos passos



Contextualização

O que é churn?

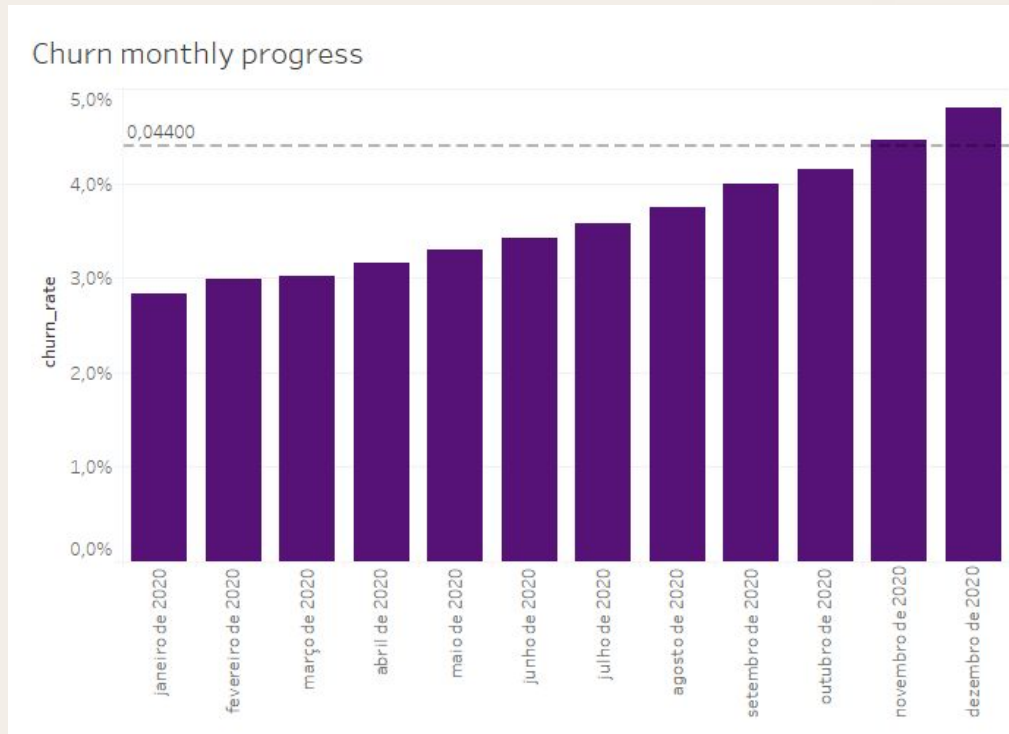
- Cancelamento da assinatura Petlove após contratação:
 - (canceled / (actives-canceled))

Período de análise

- Jan./2020 a Dez./2020.

Avaliação geral

- Churn_rate acima da meta após nov./2020;



Resultados gerais





Churns 2019 vs 2020

Churn

239 users

YoY - **↑125%**

Recency

509 dias

YoY - **↓41%**

Revenue

R\$ 273 k

YoY - **↑130%**

Average ticket

R\$ 219

YoY - **↑1%**



Sazonalidade de churn vs plataforma



A diferença percentual entre os quarters das métricas abordadas no gráfico são todas ascendentes. Tanto ativos quanto cancelamentos de assinatura crescem ao passar dos trimestres.

A diferença trimestral de cancelamentos feitos em 2020 é superior à variação a nível de plataforma*. Entretanto, esse aumento de cancelamentos não afetou o cumulativo dessa métrica - platform cancellations.

O crescimento de cancelamentos de assinaturas de 2020 NÃO são resultado de flutuações sazonais da plataforma.

* nível de plataforma: total de ações realizadas desde o início das operações até o momento. Ex.: o cumulativo de cancelamentos ou assinaturas feitas até o momento avaliado.

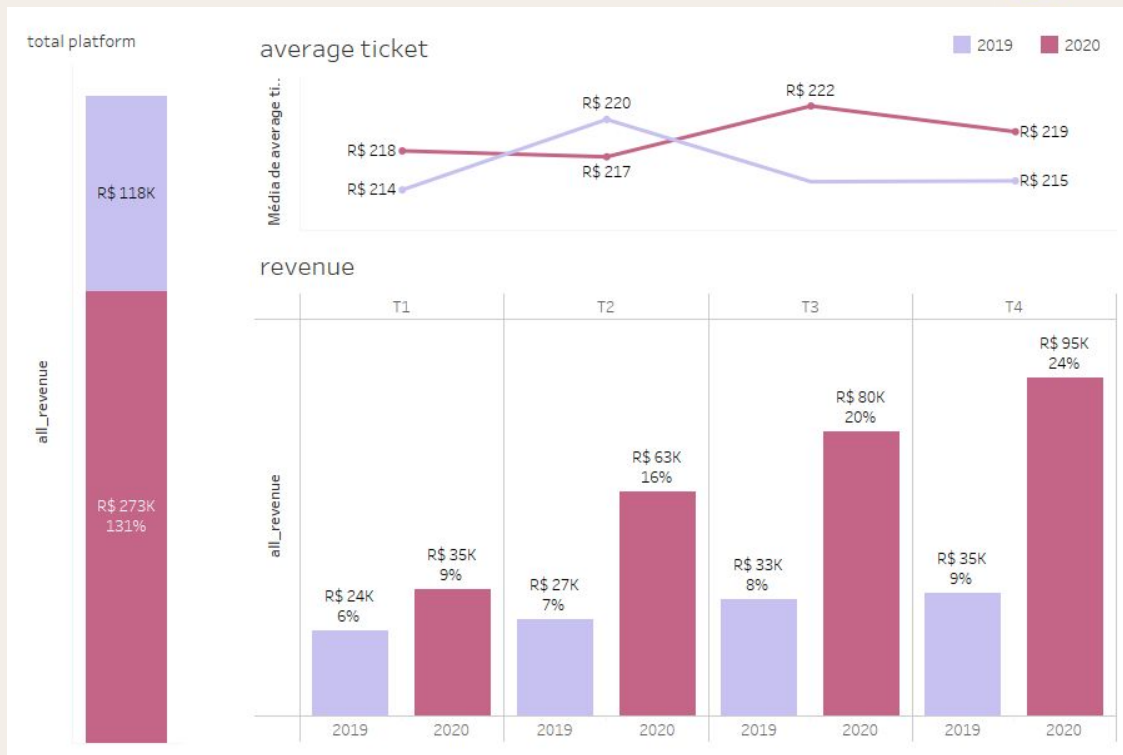


Características financeiras de churns

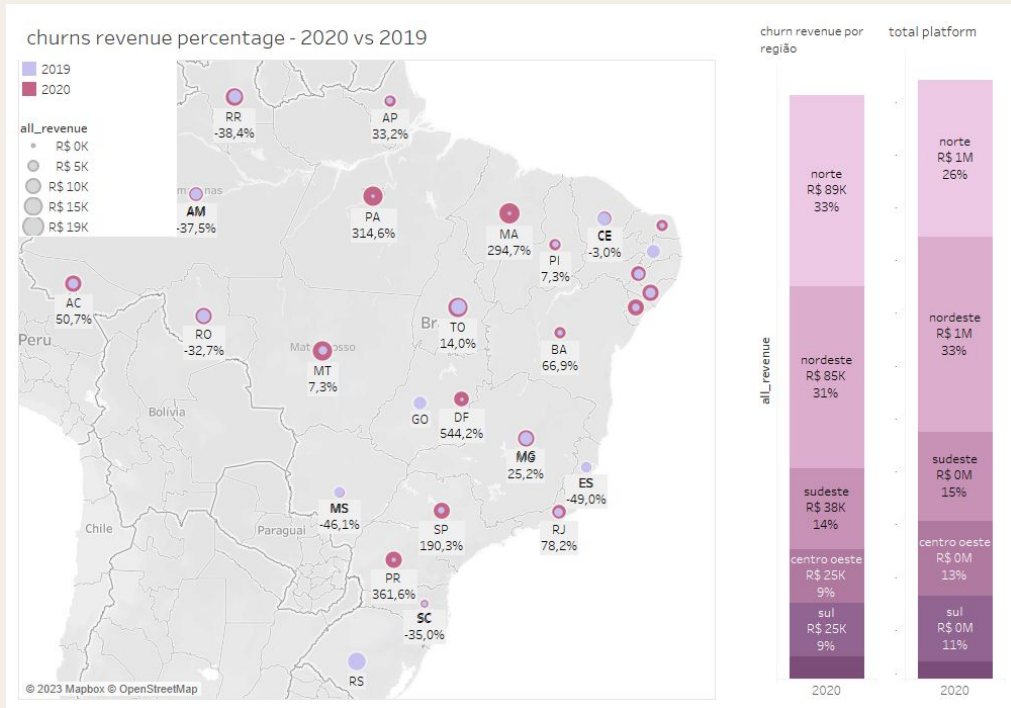
Em **2020** a **receita gerada** pelos churns foi **131% comparado a 2019** (general).

O **ticket médio** desse período também foi **superior ao ano anterior**, sendo o valor mais alto atingido em T3/2020 - R\$222. O valor mínimo ticket atingido em 2020 (R\$ 217) foi superior aos mínimos de 2019 (average ticket).

Segundo e terceiro trimestres dos períodos comparados apresentam churn de users com maior receita. Significando **perda de cadastros muito qualificados** (revenue).



Churn revenue por geolocalização



Norte e nordeste são as regiões com maior receita na plataforma (total platform). Acompanhando o comportamento geral, a receita de churns também é superior. **Juntas** essas regiões totalizam **64% de receita de churns - R\$ 174k** (churn revenue 2020 por região).

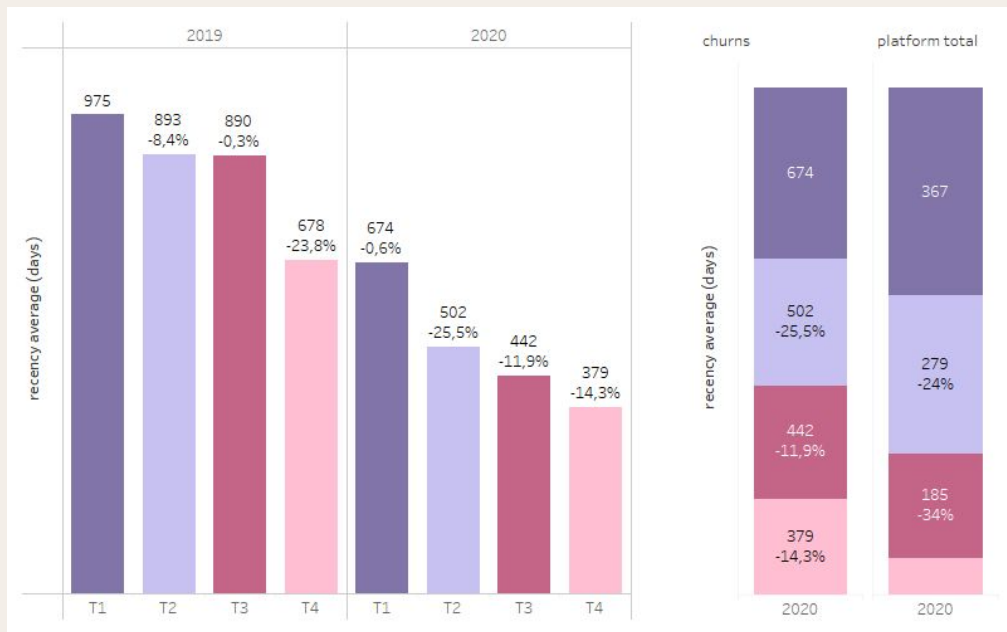
Os estados mais afetados foram **PA e MA**, ambos com diferenças entre 2020 e 2019 superiores a **2.000% de receita churnada - R\$ 19k cada estado** (churns revenue percentage - 2020 vs 2019).

As regiões norte e nordeste apresentam leads altamente qualificados.

Recência de churns

A **recência de churns** vem numa descendente desde 2019, com média de **queda de 3% ao mês** em **2020**. Users estão aguardando menos tempo para fazer o cancelamento de suas assinaturas.

Comparando a diferença percentual da recência a nível de plataforma vs churn entre quarters, vemos a **tendência de users com maior recência cancelando assinaturas no início do ano e o oposto ao final do ano**.



Versões de atualização do app de churns



A versão do app mais utilizada pelos users gerais da plataforma é a 3 - sendo de 35% -, em segundo lugar temos a versão 4, com 34% dos users (platform). Essas **proporções pouco variam** quando avaliada o **share de versões entre churns de 2020** (churns 2020).

Não há indícios de relação entre churn e versões de atualização de app.





Descobertas

- O crescimento de **churns em 2020 não tem relação com as sazonalidades** da plataforma. Realmente mais pessoas estão churnando em 2020;
- **Assinantes mais valiosos** tendem a churnar nos meses **finais do ano**;
- Regiões **norte** e **nordeste** apresentam o churns de leads mais qualificados;
- **Recências maiores** tendem a churnar em **períodos iniciais do ano**;
- **Não há relação** entre **churns e versões de atualização do app**;





Ações de contingência

Ações de redução de recências acima de 300 dias:

- Pesquisa com esse público sobre aspectos que podem ser melhorados na plataforma para a retomada de consumo (pesquisa de satisfação);
- Pacotes personalizados de desconto (após estudo aprofundado de perda de receita marginal).

Leads qualificados

Ações de redução de recência das regiões **norte** e **nordeste** nos períodos **finais do ano**:

- Pacotes especiais de desconto para essas regiões;
- Personalização de produtos e mimos para próxima aquisição na plataforma;
- Envio de pushes personalizados com regionalidades - uso de termos típicos (...);
- Personalização iconográficas coerentes com a região.

Próximos passos

