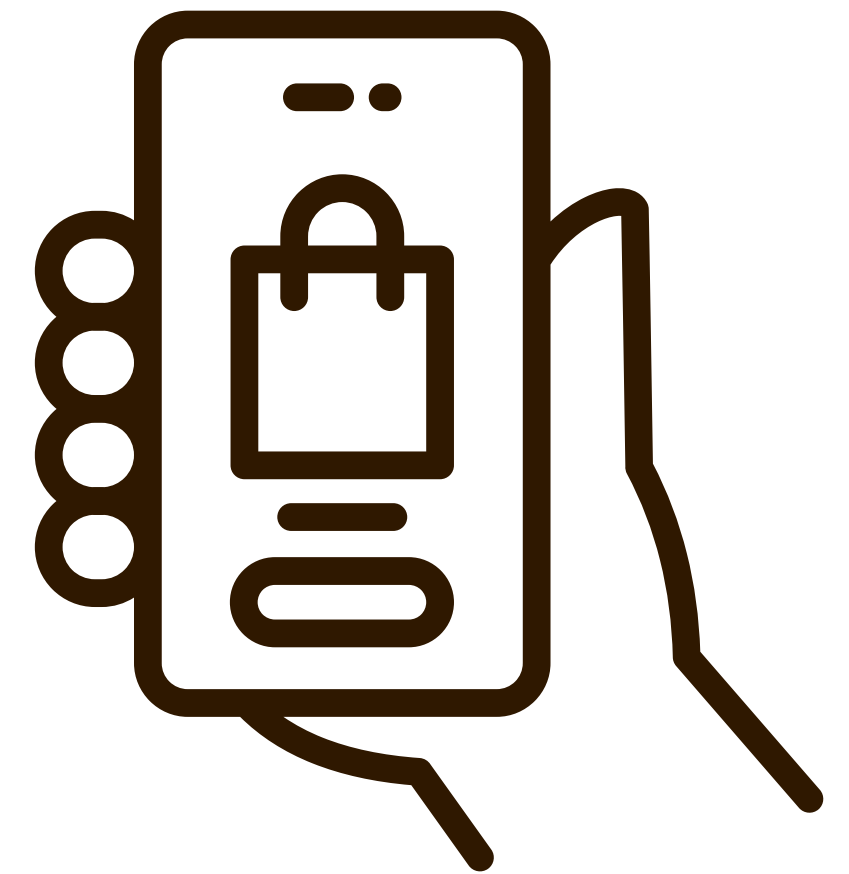


ANÁLISE DE CRM - ECOMMERCE

# REVISÃO DE PERFORMANCE



# RESUMO DESCRITIVO

Foram analisadas ao todo 55000  
operações de compras online



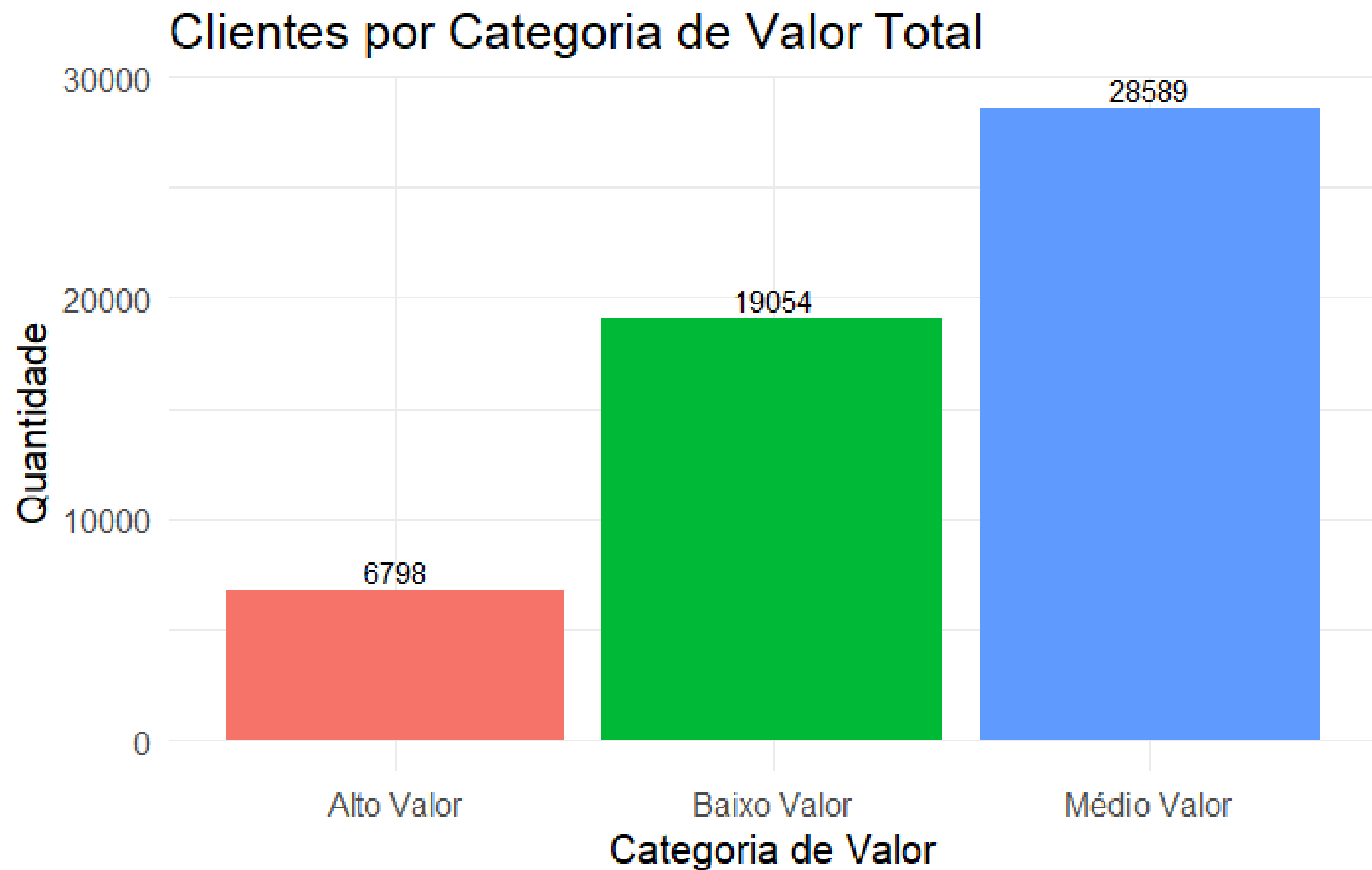
Tabela1: Segmentação de clientes por sexo e faixa etária

	18-25	25-45	45-60	60 +	< 18
Feminino	5484	7352	3747	932	939
Masculino	5415	7300	3643	861	877
Outros	5532	7358	3714	891	955

# SEGMENTAÇÃO DE CLIENTES

SEGMENTAÇÃO DOS CLIENTES BASEADA NO VALOR TOTAL GASTO, NA FREQUÊNCIA DE COMPRAS E NA SENSIBILIDADE A DESCONTOS

- A MAIOR PARTE DA BASE DE CLIENTES (CERCA DE 52%) ESTÁ NA FAIXA DE GASTO MÉDIO,
- O QUE REPRESENTA UM GRUPO-CHAVE PARA ESTRATÉGIAS DE FIDELIZAÇÃO E UPSELL.
- CLIENTES DE BAIXO VALOR REPRESENTAM UM VOLUME CONSIDERÁVEL (35%)
- E PODEM SER ALVOS DE CAMPANHAS DE ATIVAÇÃO, CROSS-SELLING OU REENGAJAMENTO.

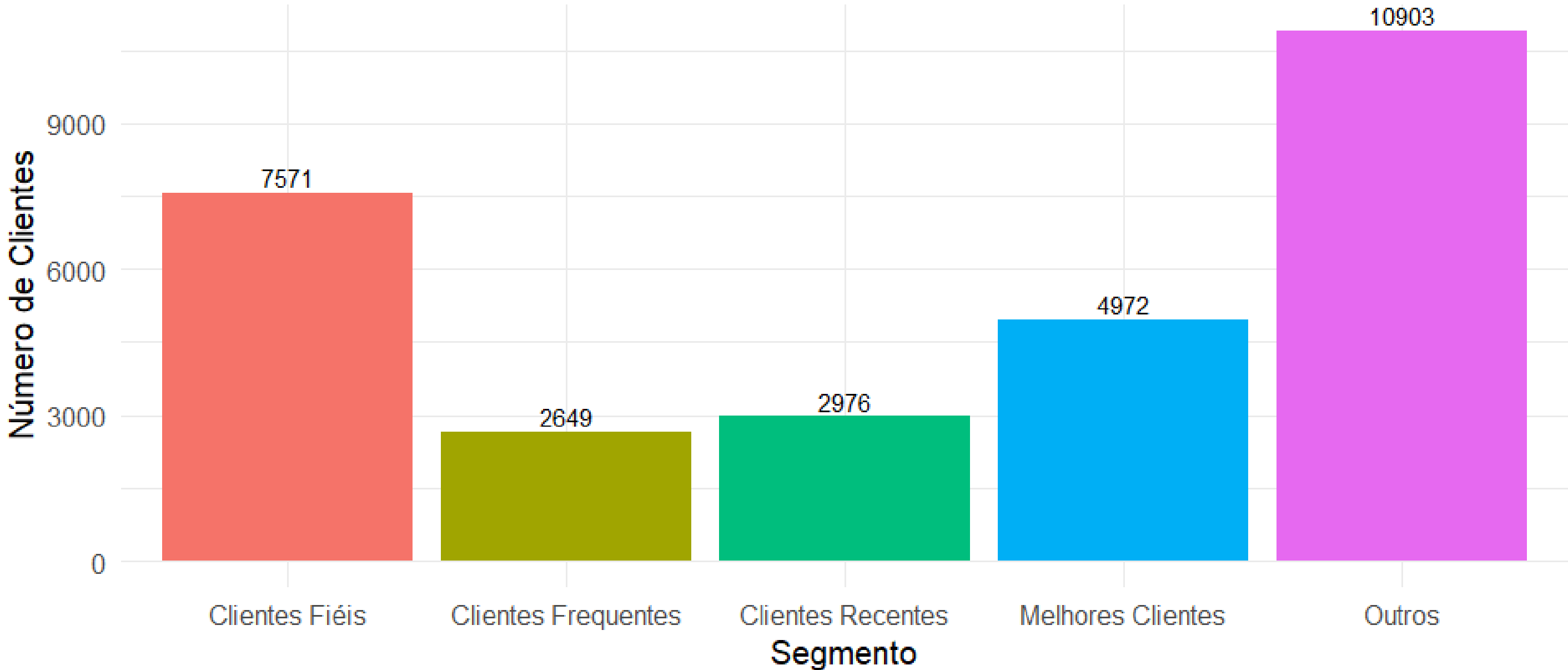


# SEGMENTAÇÃO DE CLIENTES

CLASSIFICADOS EM CINCO SEGMENTOS COM BASE EM SUA RECÊNCIA, FREQUÊNCIA E VALOR MONETÁRIO (MODELO RFM)

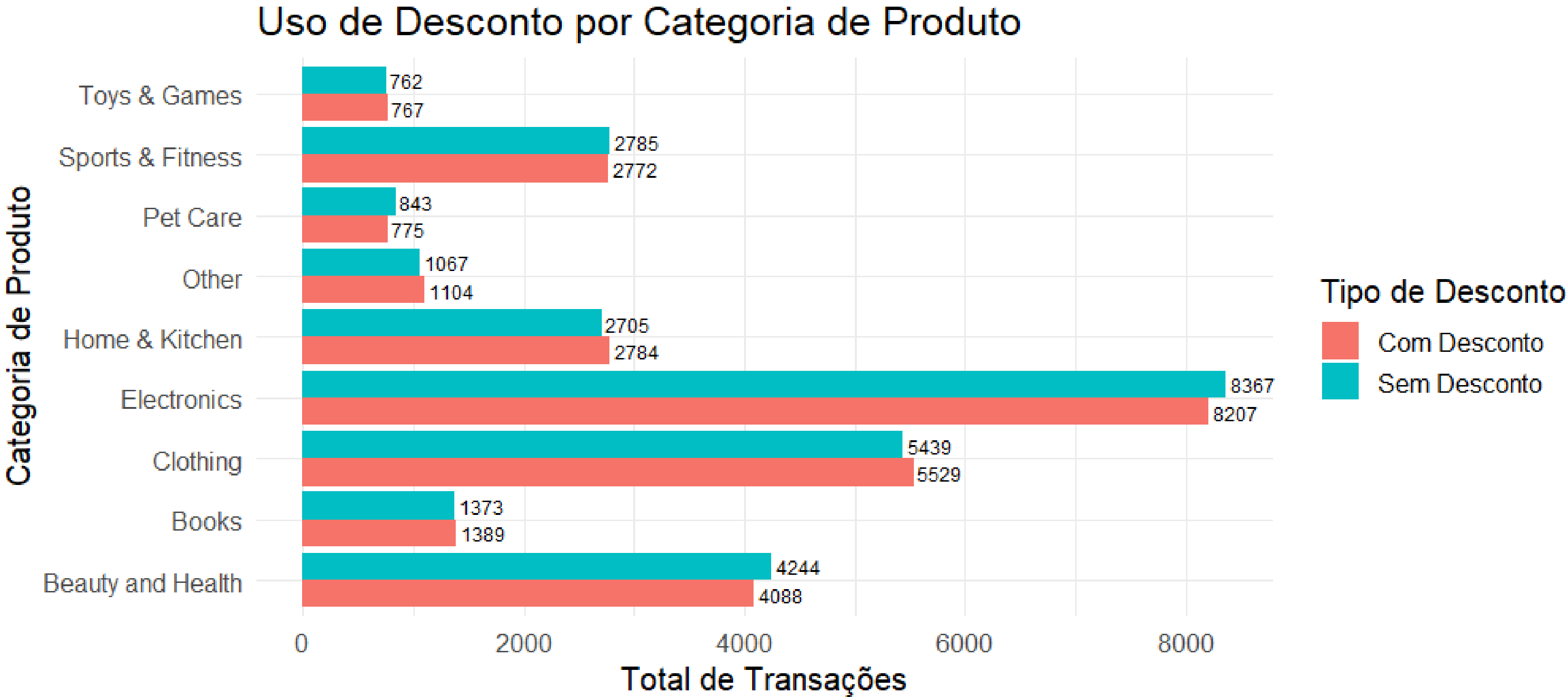
- **OUTROS: O MAIOR GRUPO** — CLIENTES QUE AINDA NÃO DEMONSTRARAM COMPORTAMENTO VALIOSO (EM TERMOS DE GASTO, FREQUÊNCIA OU RECÊNCIA). SÃO POTENCIAIS PARA AÇÕES DE REATIVAÇÃO
- **CLIENTES FIÉIS: SEGMENTO ROBUSTO** — INDICAM UM RELACIONAMENTO CONTÍNUO COM A EMPRESA. VALE INVESTIR EM PROGRAMAS DE FIDELIDADE, RECONHECIMENTO E UP-SELL
- **CLIENTES FREQUENTES: SÃO CONSISTENTES EM COMPRAS.** POSSUEM POTENCIAL DE CRESCIMENTO COM OFERTAS COMBINADAS E INCENTIVOS PARA AMPLIAR O TICKET MÉDIO

Distribuição de Clientes por Segmento RFM



# ANÁLISE DE DESCONTOS

- CATEGORIAS COMO HOME & KITCHEN E BEAUTY AND HEALTH RESPONDEM BEM A AÇÕES PROMOCIONAIS E PODEM SER EXPLORADAS EM CAMPANHAS SAZONAIS OU DE INCENTIVO À RECOMPRA
- CATEGORIAS COMO ELECTRONICS E CLOTHING TÊM PESO RELEVANTE NAS VENDAS, ENTÃO PROMOÇÕES DEVEM SER PENSADAS ESTRATEGICAMENTE PARA AUMENTAR VOLUME SEM REDUZIR MARGEM



# ANÁLISE DE COMPRA CONJUNTA

- **CLOTHING & ELECTRONICS 3.358 CLIENTES COMPRARAM AMBOS. INDICA QUE CONSUMIDORES INTERESSADOS EM ELETRÔNICOS TAMBÉM COMPRAM ROUPAS**
- **BEAUTY AND HEALTH & CLOTHING (1.857) REVELA UM PADRÃO ESPERADO DE COMPORTAMENTO: CLIENTES INTERESSADOS EM APARÊNCIA E AUTOCUIDADO.**
- **ESSES PARES REPRESENTAM OPORTUNIDADES DE CROSS-SELLING: A LOJA PODE SUGERIR PRODUTOS DE UMA CATEGORIA QUANDO O CLIENTE ADICIONAR UM ITEM DA OUTRA AO CARRINHO**
- **MONTAGEM DE KITS PROMOCIONAIS PODE SER BASEADA NESSES PARES, ESPECIALMENTE NAS CATEGORIAS COM VOLUMES PRÓXIMOS (COMO CLOTHING + SPORTS & FITNESS)**

