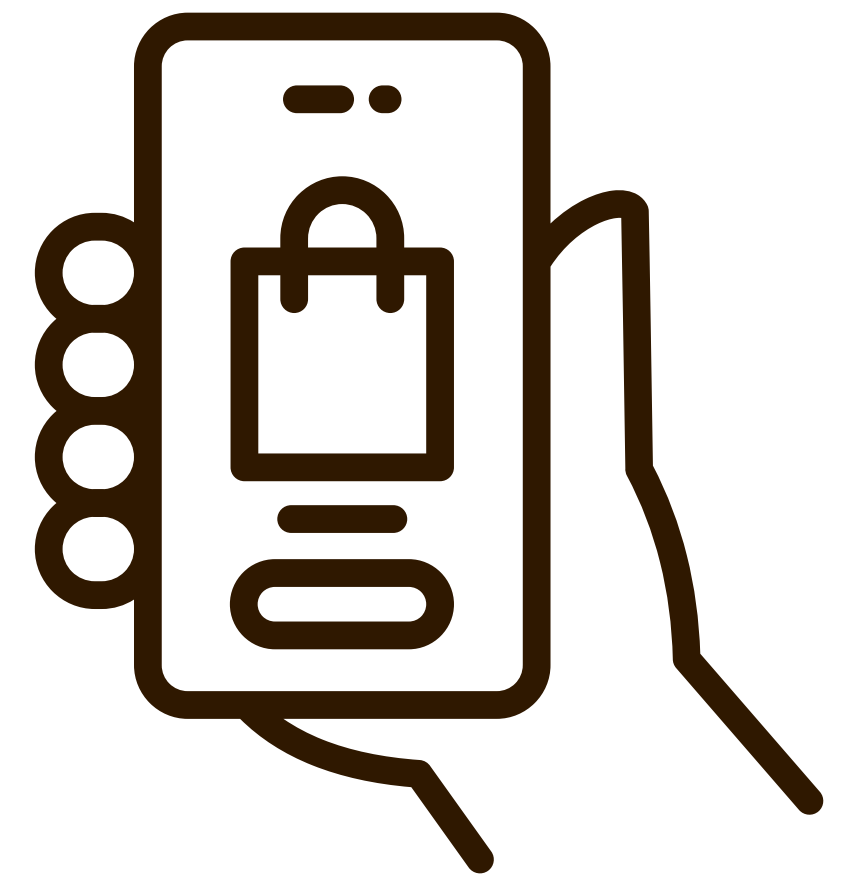


ANÁLISE DE CRM - ECOMMERCE

REVISÃO DE PERFORMANCE



RESUMO DESCRITIVO

Foram analisadas ao todo 55000
operações de compras online



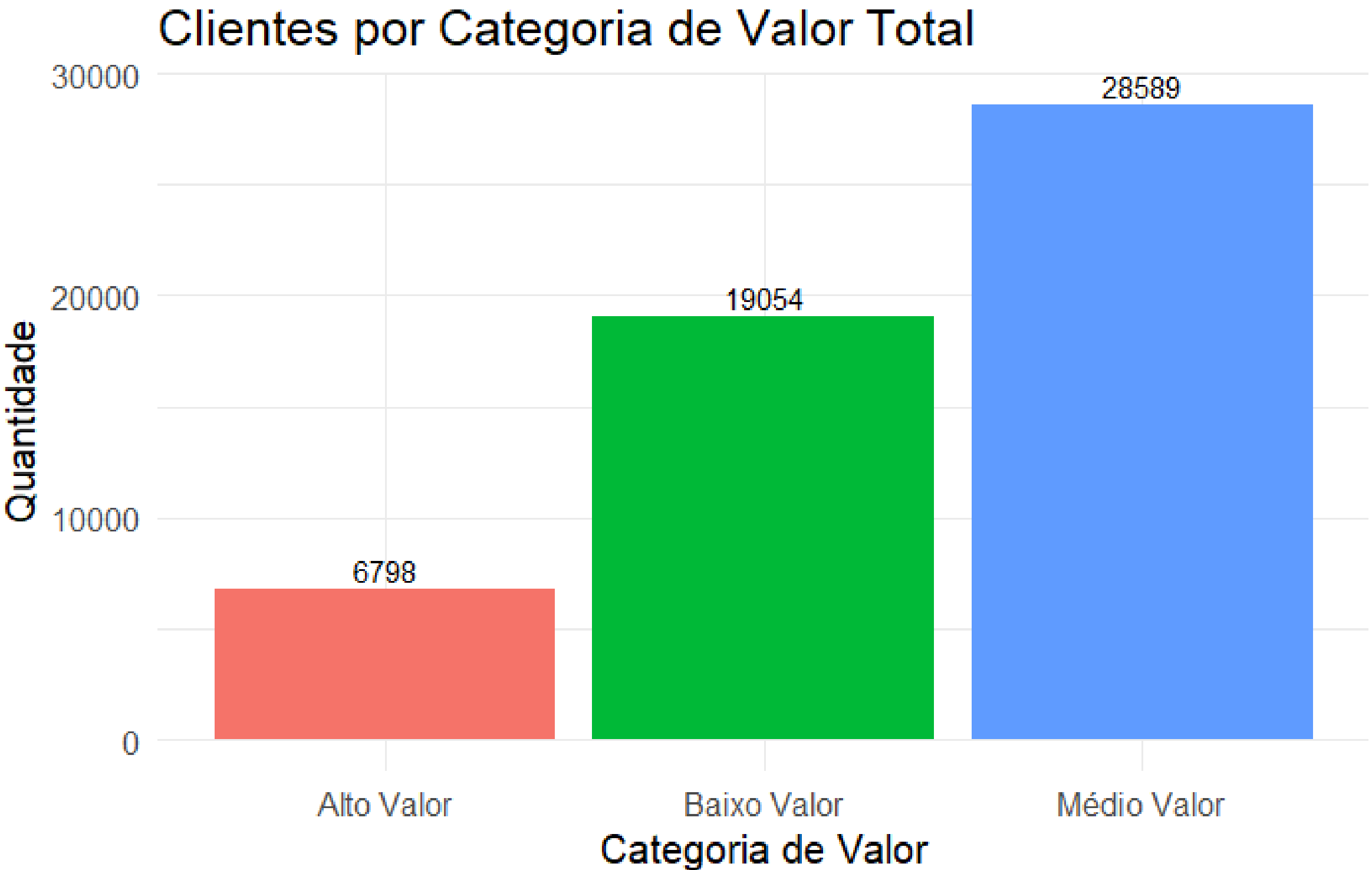
Tabela1: Segmentação de clientes por sexo e faixa etária

	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.

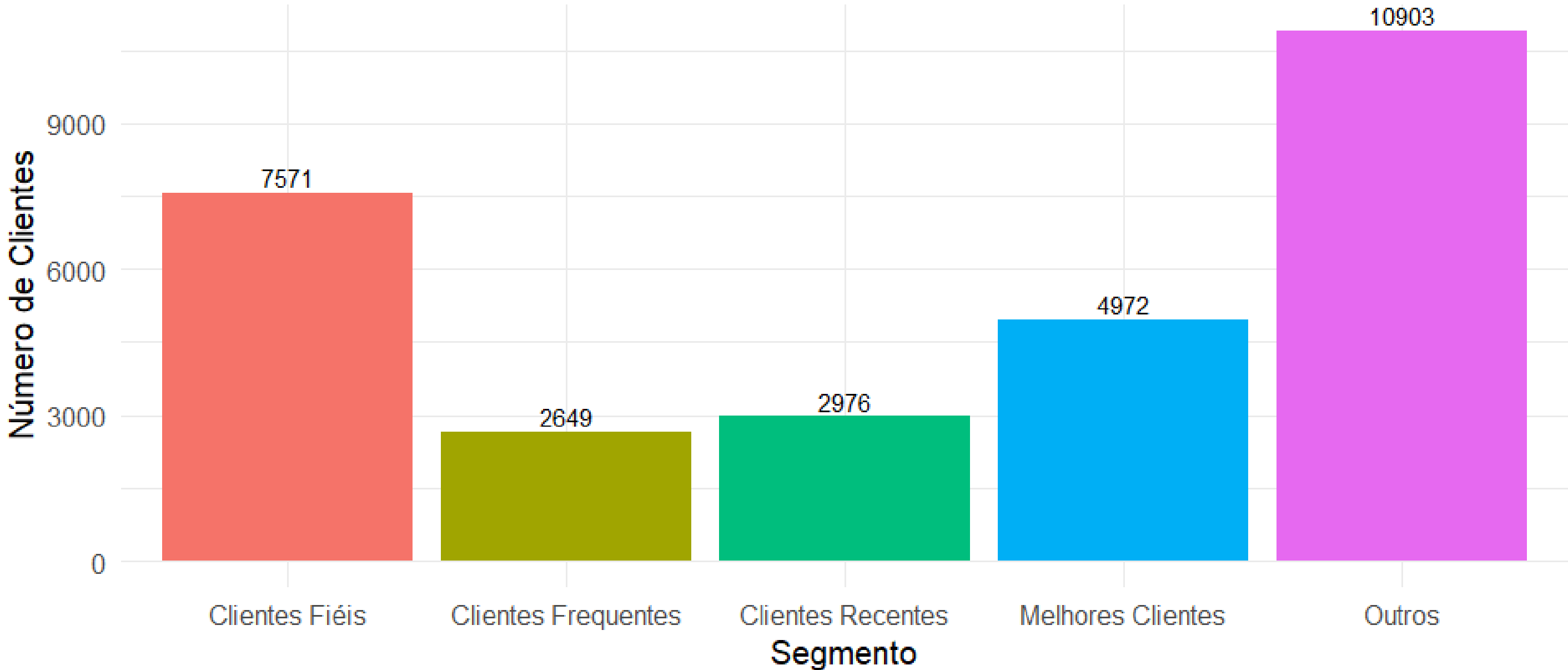


SEGMENTAÇÃO DE CLIENTES

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

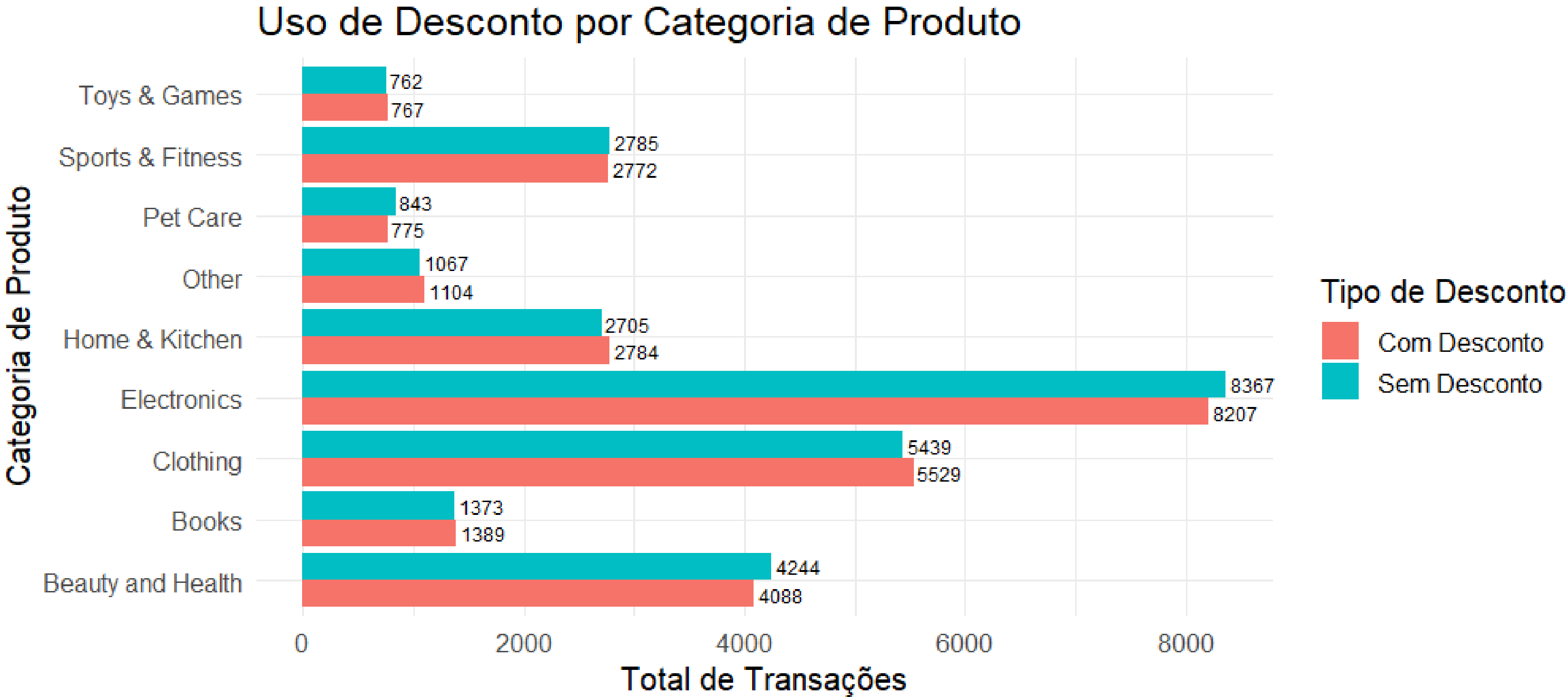
- **OUTROS: O MAIOR GRUPO** — CLIENTES QUE AINDA NÃO DEMONSTRARAM COMPORTAMENTO VALIOSO (EM TERMOS DE GASTO, FREQUÊNCIA OU RECÊNCIA). SÃO POTENCIAIS PARA AÇÕES DE REATIVAÇÃO
- **CLIENTES FIÉIS: SEGMENTO ROBUSTO** — INDICAM UM RELACIONAMENTO CONTÍNUO COM A EMPRESA. VALE INVESTIR EM PROGRAMAS DE FIDELIDADE, 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)**

