
Case Técnico Data Science - iFood

Yuri Borrmann



Como aumentar conversão e eficiência no envio de promoções

- **Objetivo:** Recomendar as melhores ofertas para maximizar a conversão dos clientes
 - **Desafio:** Enviar muitas ofertas gera custo
 - **Proposta:** Usar modelo de recomendação para enviar ofertas mais certas
-



Metodologia de validação

- Para validar nossas recomendações, calculamos métricas de desempenho comparando-as com uma linha de base (baseline).
- Em seguida, calculamos a taxa de conversão das nossas recomendações top-3
- Por fim, comparamos performance das ofertas enviadas com as Top-3 ofertas recomendadas pelo modelo (quando disponíveis)

Atenção:

- Para comprovar os resultados, o ideal seria realizar um teste A/B controlado. Por limitações do Case, segui dessa forma.
-



Resultados

Métrica	Baseline (Envio Real)	Top-3 Recomendações
Clientes únicos	2,183	1,707
Média de ofertas por cliente	3	1
Taxa de conversão média - ofertas que foram usadas	62.9%	72.3% (+9.4pp)
Taxa de sucesso (uso oferta) - clientes que usaram uma oferta	80.6%	77.3% (-3.3pp)

Highlights:

- Quantidade total de ofertas enviadas por cliente é consideravelmente menor
 - Taxa de conversão subiu quase 10 pontos percentuais
 - Pequena queda na taxa de sucesso
-

Próximos Passos e Recomendações



- Realizar um teste A/B controlado para validar ganhos em ambiente real
 - Considerando que o envio de ofertas envolve custos, alinhar com equipe se estratégia de aumentar a precisão das ofertas enquanto reduz ligeiramente número de clientes únicos usando cupom está de acordo com as regras de negócio
 - Ajustar modelo e critérios para otimizar trade-off entre volume e conversão
 - Implementar estratégia gradual de envio baseada nas Top-K ofertas recomendadas
 - Monitorar impacto financeiro e satisfação do cliente
-