

Case Técnico Data Analytics

André Matos



Objetivos

01

Avaliar o
impacto da
campanha de
cupons

02

Criar
segmentações
de usuários

03

Recomendações
de próximos
passos

Indicadores Relevantes



Receita

Target 102,7M

Control 73M

Receita Incremental 29,6M



Custo

21,4M BRL

Cupom 10 BRL

Target 2.145.250 pedidos



Margem

30% por pedido

Margem incremental: 8,9M BRL



Lucro/Prejuízo

-12,5M BRL

Margem Incremental (8,9) - Custo (21,4)

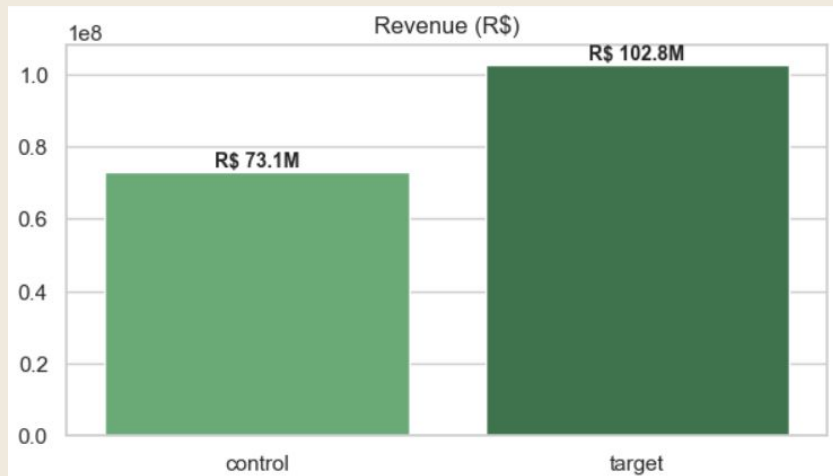


ROI

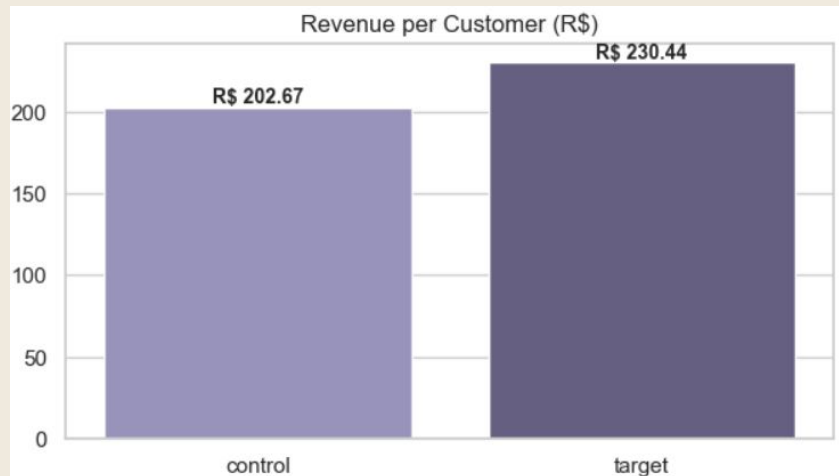
-58%

Lucro / custo

Indicadores Relevantes

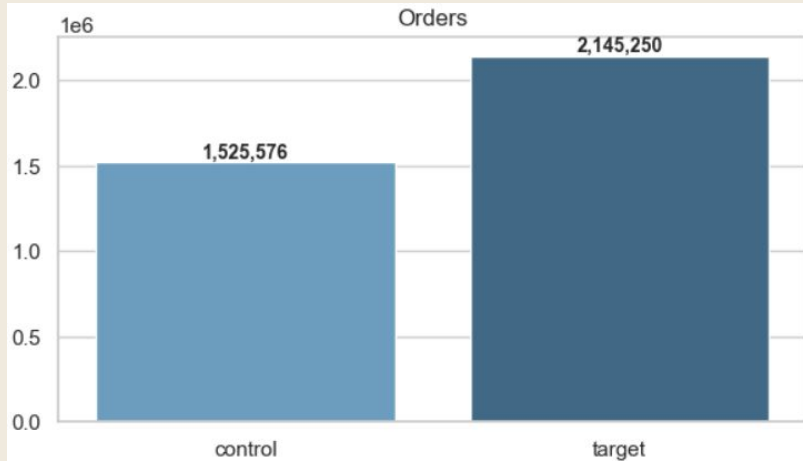


- Aumento de 40% na receita

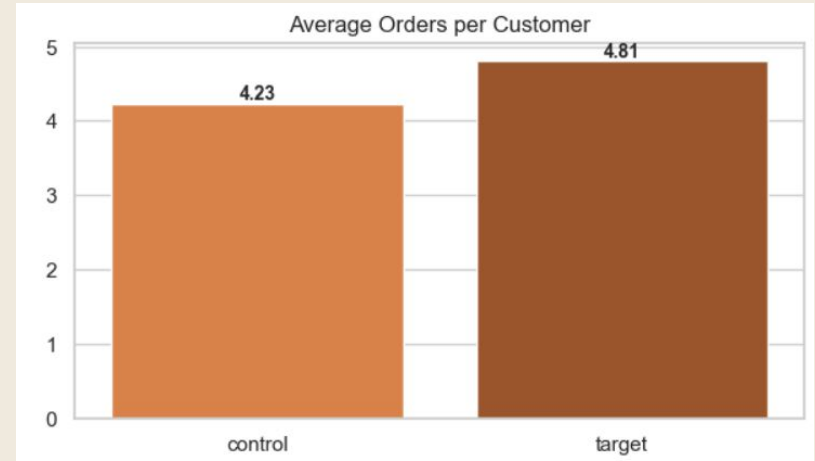


- +13% receita por cliente

Indicadores Relevantes



- Aumento de 40% de pedidos



- +13% média de pedidos

Segmentação

Frequência



1 pedido
2 pedidos
3+ pedidos

Ticket médio



Baixo < R\$30
Médio R\$30-70
Alto > R\$70

Recência



Usuário Novo – Até 15 dias
Médio (entre 15-30)
Antigo > 30 dias

* **Recência como tempo de ativação:**

Considerando que todos os usuários fizeram pelo menos um pedido, utilizamos a diferença entre a data de cadastro e o primeiro pedido como proxy de recência — permitindo avaliar o tempo de ativação de cada cliente.”

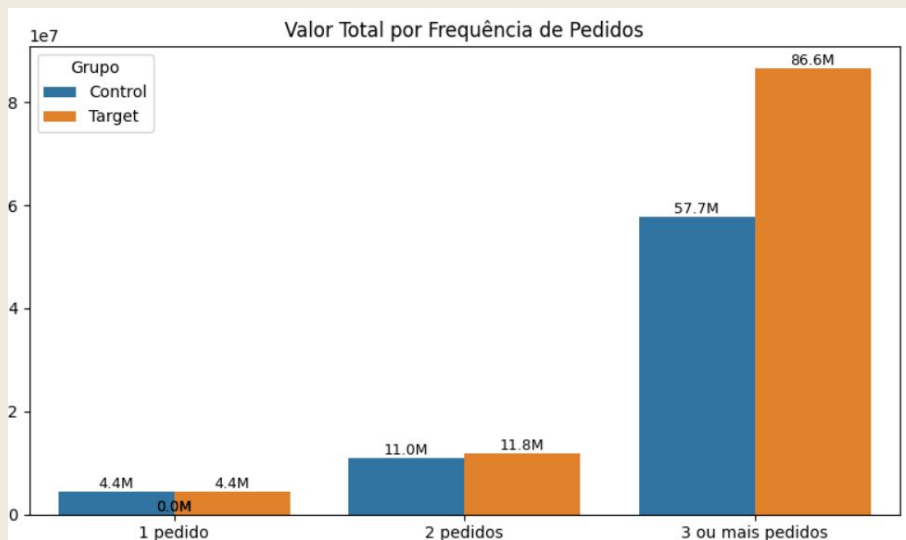
Frequencia



A receita entre clientes com 3+ pedidos cresceu 50% no grupo Target, evidenciando o impacto positivo da campanha nesse segmento mais engajado

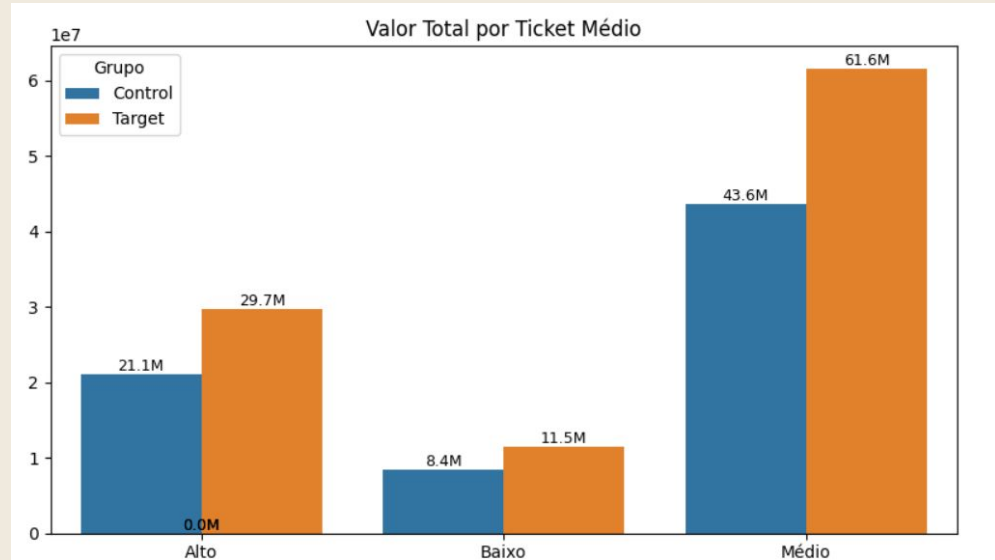


As demais segmentações não tiveram impacto significativo



Ticket

- Baixo (até R\$30)
 - Crescimento de 37% (3,1M)
- Médio (R\$30–70)
 - Crescimento de 41% (18M)
- Alto (acima de R\$70)
 - Crescimento de 41% (8,6M)



Recência



- Usuário Novo – Até 15 dias
- Médio (entre 15–30)
- Antigo > 30 dias

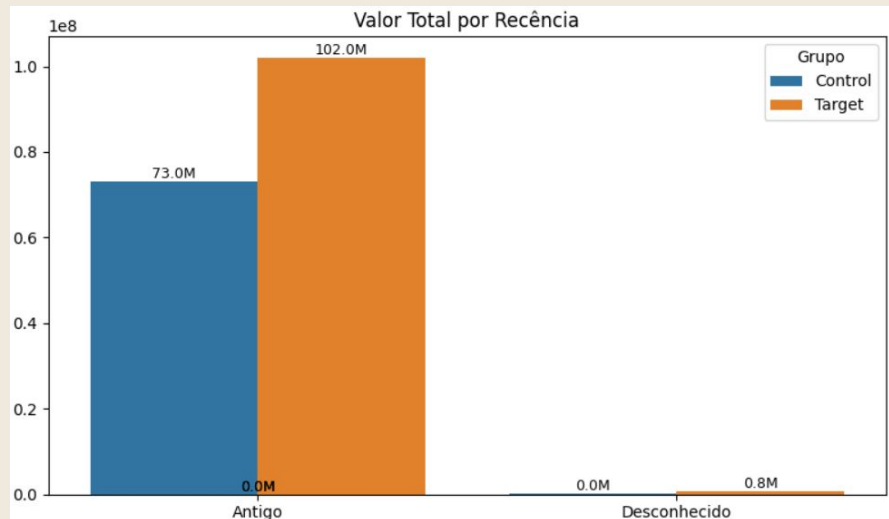


Todos usuários antigos (240 dias a menor recência)

```
# Validação recencia
top_10_recencia = df_recencia.sort_values(by='recencia_dias', ascending=True).head(10)
top_10_recencia['first_order_date'] = pd.to_datetime(top_10_recencia['first_order_date']).dt.date
top_10_recencia['created_at'] = pd.to_datetime(top_10_recencia['created_at']).dt.date
top_10_recencia['recencia_dias'] = top_10_recencia['recencia_dias'].astype(int)
top_10_recencia
```

✓ 9.7s

	customer_id	first_order_date	created_at	recencia_dias	segmento_recencia
717283	e3b8b8492ffc5d86acc518b526c2a3af858b8bda023ae9...	2018-12-03	2018-04-06	240	Antigo
196713	3e7b7b9ff66b8572c972d5a7b8bb689261c024d59ddf63...	2018-12-03	2018-04-06	240	Antigo
151475	301ba064d29051d7316518ad7ec826254b1ca457dde29b...	2018-12-03	2018-04-06	240	Antigo
736774	e9efeb8c9a5bdb0ccf15f7b4ae1a6b3f5ac11c150bbd0...	2018-12-03	2018-04-06	240	Antigo
271133	56071351314ae6ceee991de3df65bce5d11caa8ec7a250...	2018-12-03	2018-04-06	240	Antigo
240829	4c86c70613993ff8c866a71635058befa4de4e6d744db5...	2018-12-03	2018-04-06	240	Antigo
64663	14707731f005f0fd6bebd363190bc0e4e0b21b09e2ad10...	2018-12-03	2018-04-06	240	Antigo
388422	7b34f8daf6bd44b402218ed49ff2a5efe1882830ab91b5...	2018-12-03	2018-04-06	240	Antigo
151437	3017b945c57997f983992ac5b1a28385fba369ceb07d48...	2018-12-03	2018-04-06	240	Antigo
600130	be80e116ea65cef08f5cf8aca5760f02bc8ae2ff122e42...	2018-12-03	2018-04-06	240	Antigo



Test A/B com Segmentação

segmento_frequencia	segmento_ticket	receita_target	receita_control	incremento_receita	pedidos_target	custo_campanha	margem_incremental	lucro_liquido	ROI
3+ pedidos	Alto	24433727.39	16041197.97	8392529.42	252136	2521360	2517758.83	-3601.17	-0.0014
3+ pedidos	Médio	52808213.50	35383929.24	17424284.26	1157973	11579730	5227285.28	-6352444.72	-0.5486
3+ pedidos	Baixo	9333375.36	6292166.40	3041208.96	395567	3955670	912362.69	-3043307.31	-0.7694
2 pedidos	Alto	3774127.91	3553087.93	221039.98	34952	349520	66311.99	-283208.01	-0.8103
2 pedidos	Médio	6429357.25	5928626.58	500730.67	140476	1404760	150219.20	-1254540.80	-0.8931
2 pedidos	Baixo	1590983.21	1487826.43	103156.78	72760	727600	30947.03	-696652.97	-0.9575
1 pedido	Alto	1477776.86	1476169.40	1607.46	13531	135310	482.24	-134827.76	-0.9964
1 pedido	Baixo	588194.97	585649.40	2545.57	27051	270510	763.67	-269746.33	-0.9972
1 pedido	Médio	2325138.52	2323219.53	1918.99	50804	508040	575.70	-507464.30	-0.9989



Com cupom de R\$10 a campanha não foi viável financeiramente para nenhum segmento.

Test A/B - Cupom R\$5

Frequencia	Ticket	Target (R\$)	Control (R\$)	Inc (R\$)	Pedidos Target	Custo (R\$)	Margem Inc (R\$)	Lucro (R\$)	ROI
3+	Alto	24,4M	16M	8,3M	252K	1,2M	2,5M	1,257M	99%
3+	Médio	52,8M	35,3M	17,4M	1,1M	5,7M	5,2M	-562,5K	-9%
3+	Baixo	9,3M	6,2M	3M	395K	1,9M	912K	-1,065M	-53%
2	Alto	3,7M	3,5M	221K	35,9K	174K	66K	-108,4K	-62%
2	Médio	6,4M	5,9M	500K	140K	702K	150K	-552,1	-78%
2	Baixo	1,5M	1,4M	103K	72,7K	363K	30,9K	-332,8K	-91%
1	Alto	1,477M	1,476M	1,6K	13,5K	67,6K	0,4K	-67,1K	-99%
1	Baixo	588K	585K	2,5K	27K	135K	0,7K	-134,4K	-99%
1	Médio	2,325M	2,323	1,9K	508K	254K	0,5K	-253,4K	-99%



A campanha com cupom de R\$5 gerou impacto positivo em lucro para usuários com 3+ pedidos e ticket alto



As demais segmentações também não foram viáveis financeiramente

Recomendações



Expandir a campanha para usuários com 3+ pedidos e ticket médio alto



Expandindo estrategicamente para todo o universo de usuários desse perfil, o Ifood pode capturar de **R\$12M a R\$15M**



Dobrar a escala para esse segmento, pode gerar **R\$2,5M** de lucro



Testar cupons personalizados por segmento (valor variável por ticket médio, por percentual de desconto, cashback)

Obrigado!

