



# Análise de Clientes e Vendas – O Mercado

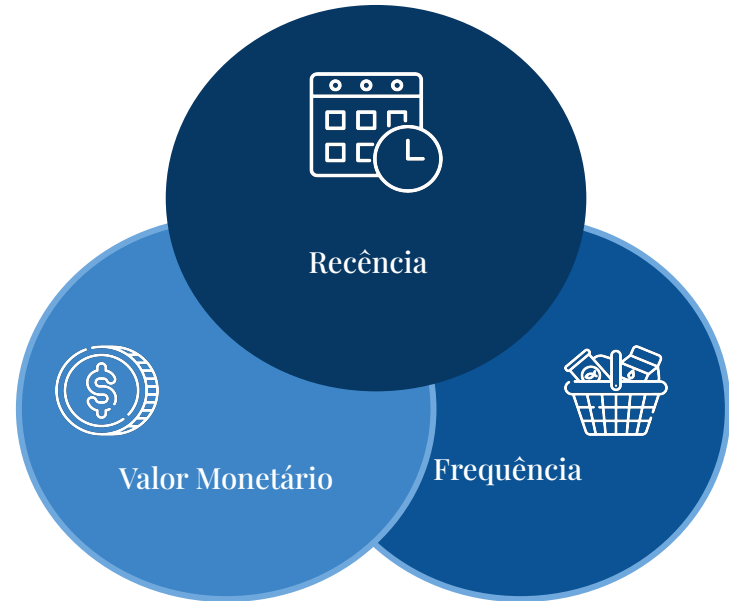
Segmentação RFM, Perfil dos Clientes e Insights Estratégicos

Bruna Derner | Abril de 2025

# Desafio no Negócio e Objetivo da Análise

A loja *O Mercado* atua em um ambiente competitivo, com desafios de fidelização. Foi necessário entender o perfil dos clientes e otimizar ações de marketing

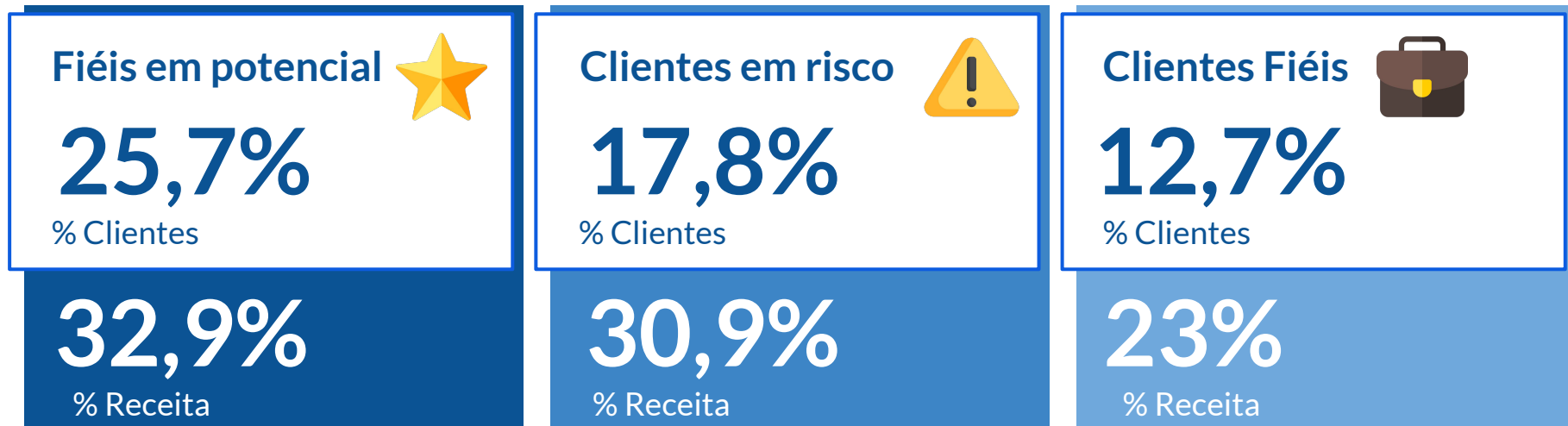
Aplicar a **metodologia RFM** (Recência, Frequência e Valor Monetário) com o objetivo de segmentar a base de clientes da empresa, identificar padrões de comportamento e gerar insights estratégicos para ações de retenção, fidelização e aumento de receita.



# Perfil dos clientes e comportamento

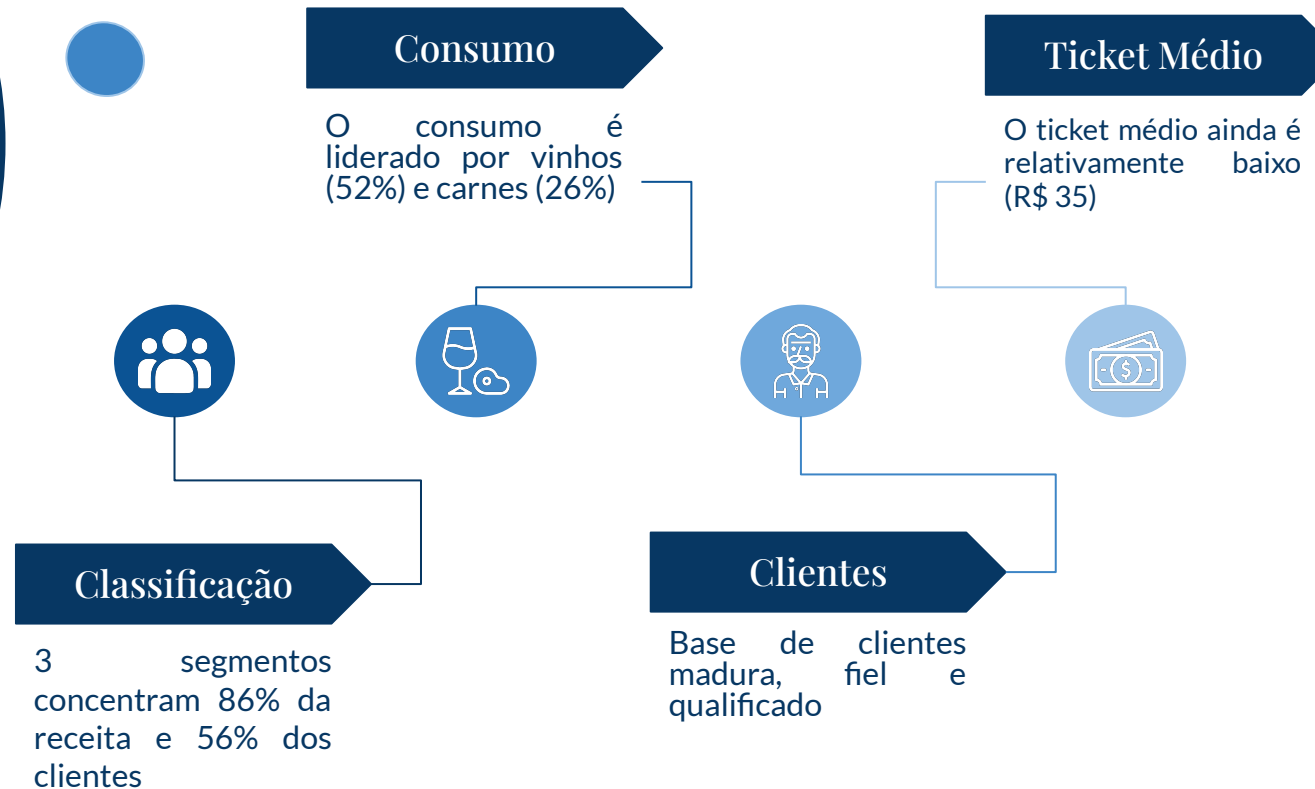


# Segmentos mais estratégicos da base de clientes



Estes três segmentos representam 56% dos clientes e mais de 86% da receita da empresa. São o foco ideal para ações de retenção e fidelização

# Conclusões





## Foco estratégico

**Fiéis, Em Risco, Fiéis em Potencial**

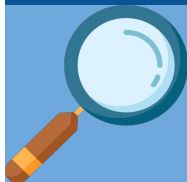
- ☐ Programa de fidelidade
- ☐ Kit gourmet (vinho + carne)
- ☐ E-mails e cupons de reengajamento



## Potencial de Crescimento

**Estáveis, Grandes Gastadores**

- ☐ Ofertas após 30 dias
- ☐ Campanhas sazonais



## Em Observação

**Promissores, Novos, Em Desenvolvimento**

- ☐ Bônus na 2ª compra
- ☐ Combos com frete grátis
- ☐ Monitorar engajamento



## Última Chance

**Clientes Perdidos**

- ☐ Cupom “volte a comprar”
- ☐ Promoções de 7 dias
- ☐ Avaliar descarte