



# Análise de Clientes e Vendas – O Mercado

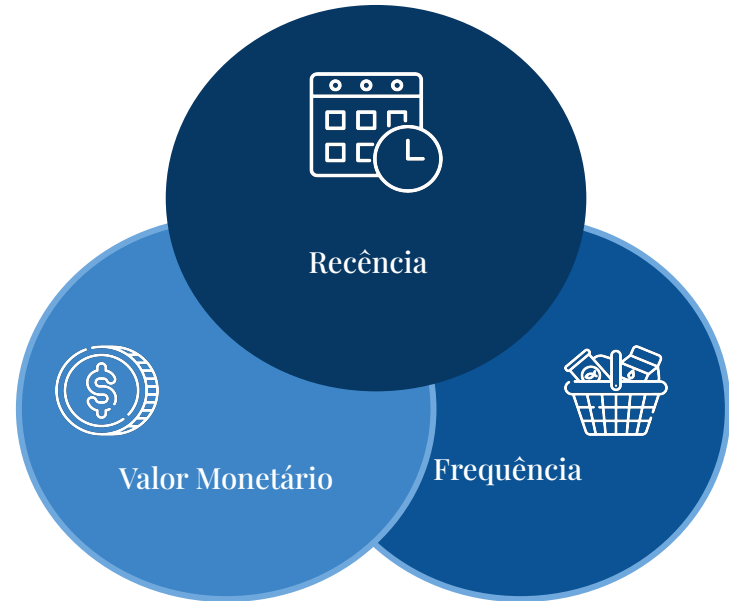
Segmentação RFM, Perfil dos Clientes e Insights Estratégicos

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

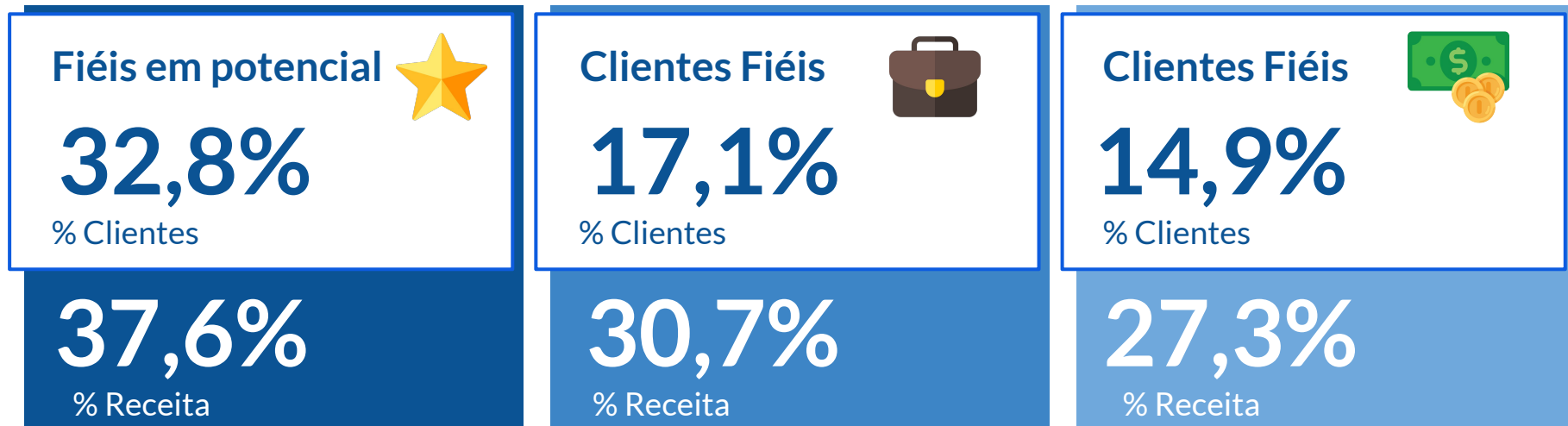
Aplicar a **metodologia RFM** (Recência, Frequência e Valor Monetário) com o objetivo de segmentar a base de clientes da empresa, identificar padrões de comportamento e gerar insights estratégicos para ações de retenção, fidelização e aumento de receita.



# Perfil dos clientes e comportamento

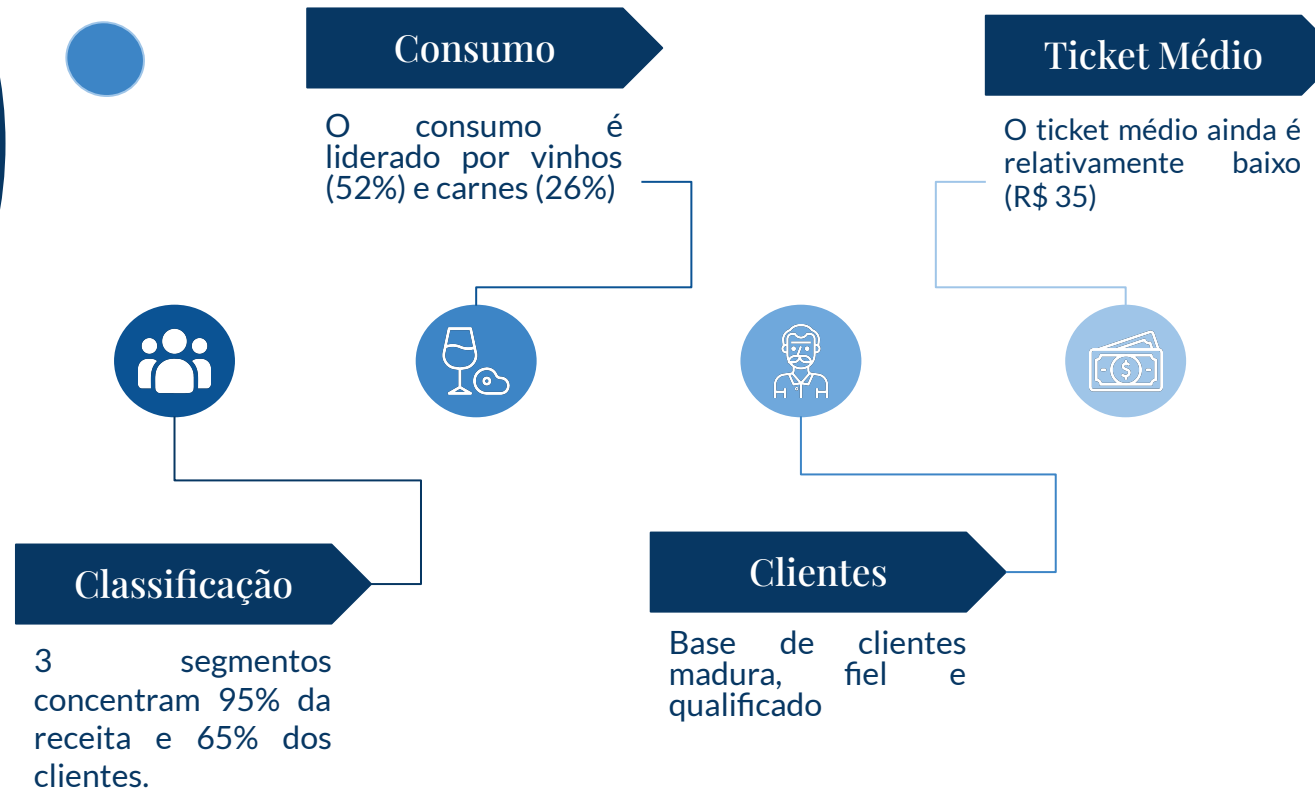


# Segmentos mais estratégicos da base de clientes



Estes três segmentos representam 64,8% dos clientes e mais de 95% da receita da empresa. São o foco ideal para ações de retenção e fidelização.

# Conclusões





## Foco estratégico

### Fiéis, Grandes Gastadores, Fiéis em Potencial

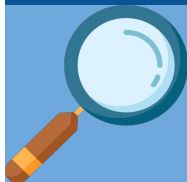
- ☐ Programa de fidelidade
- ☐ Kit gourmet (vinho + carne)
- ☐ Campanhas personalizadas para valorização



## Potencial de Crescimento

### Clientes Novos e Clientes em Desenvolvimento

- ☐ Ofertas após 30 dias
- ☐ Campanhas personalizadas
- ☐ Benefícios progressivos



## Em Observação

### Promissores

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



## Última Chance

### Clientes Perdidos e em Risco

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