

# **Relatório da campanha de marketing do ifood**

# Contexto

O time de Marketing tem como objetivo para esse Trimestre aumentar o faturamento vindo das campanhas de Marketing, pois manter um alto engajamento do cliente é essencial para o crescimento e consolidação da posição da empresa como líder de mercado.

Neste projeto, o time de Marketing gostaria de entender os dados da última campanha com os clientes para encontrar oportunidades de negócios e insights e propor qualquer ação baseada em dados para otimizar os resultados das campanhas e gerar valor para a empresa.

O objetivo dessa análise é gerar Insight para aumentar o faturamento da próxima campanha de Marketing.

# Premissas de Análises

1. Os dados utilizados para a análise são somente da última campanha.
2. Os dados coletados para análise foram dos últimos 3 meses, durante a campanha.
3. — Foram coletados os dados de 2205 clientes participantes da última campanha.

# Análise - Número gerais de visitantes web

- Na última campanha tivemos um total de 11.768 visitantes.
- Um unico cliente visitou no máximo 20 vezes o site
- Em média os clientes visitaram 5 vezes em média durante a campanha

Numero total de visitantes web

11768

Maximo de visitante Web

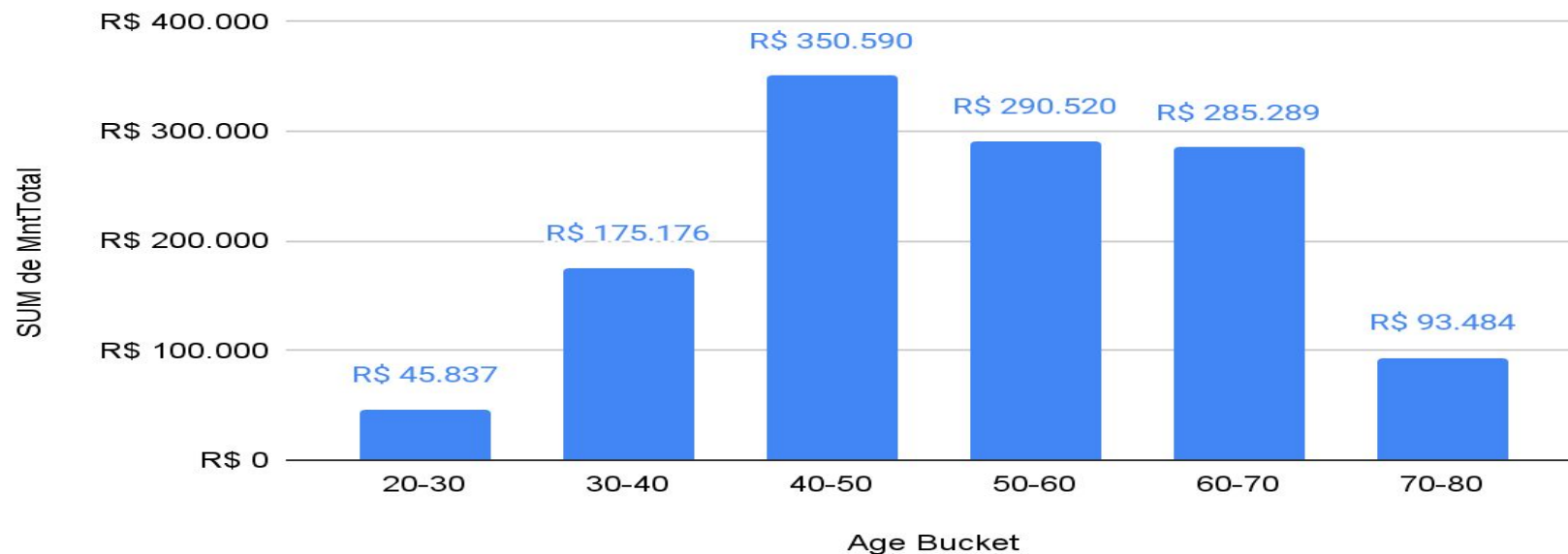
20

Media de visitas mensais WEB

5

# Análise - Faturamento por faixa etária

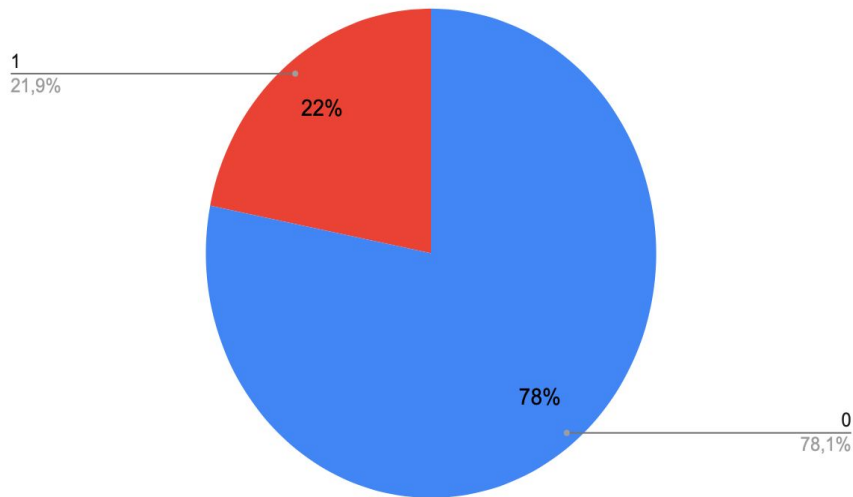
## Faturamento por faixa etária



Clientes entre 40 e 50 anos foram os que mais geraram faturamento durante a última campanha

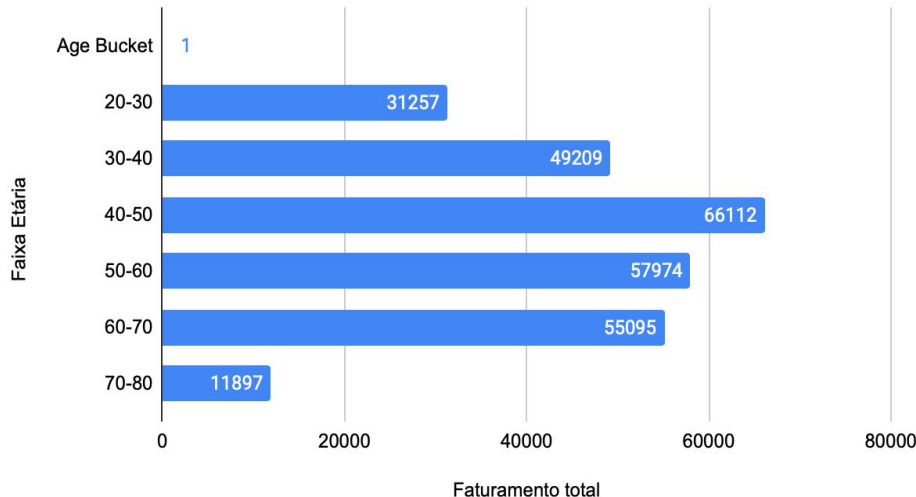
# Análise - Faturamento por solteiros

Faturamento do estado civil: solteiro



Clientes solteiros representaram apenas 22% do faturamento na última campanha de marketing

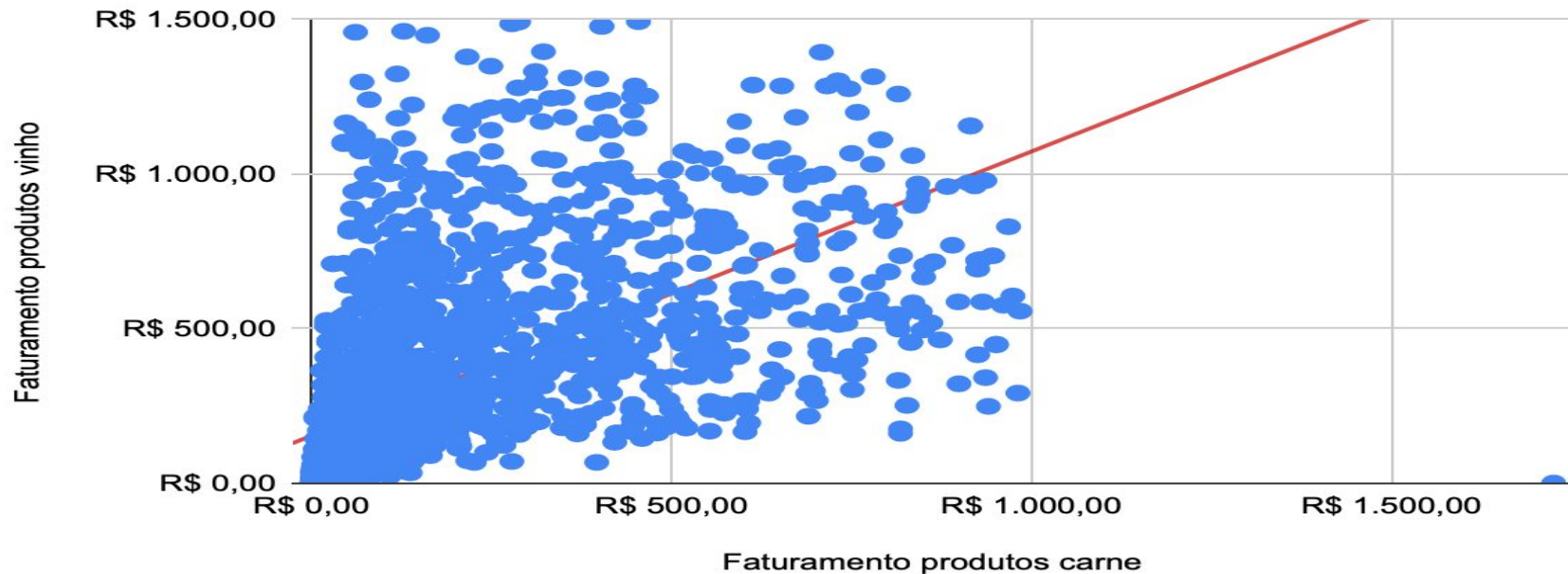
Faturamento por faixa etária: Solteiros



Clientes solteiros entre 40 e 50 anos gastaram mais com ifood na última campanha de marketing

# Tendência de compra de produto

Tendencia nas compras dos produtos carne e vinho



Existe uma tendência linear de que pessoas que compram carne também compram produtos de vinho

# Insinght para aumentar o faturamento da próxima campanha

- Definir como público alvo da próxima campanha, clientes com a faixa etária entre 40-50 anos com estado civil: Solteiros
- Oferecer benefícios de compra de produtos relacionado. Clientes que comprarem acima de R\$ 1.000 em produtos de carne, receberão 50% de desconto na compra de vinhos até R\$ 850
- Aumentar o número de visitas no site por pessoas, colocando benefícios exclusivos para compras no site.



# Próximos passos

1. Analisar os segmentos de clientes com outro estado civil
2. Criar segmentos baseado no número de filhos e adolescentes na casa.
3. —Correlacionar os produtos comprados com as visitas no site