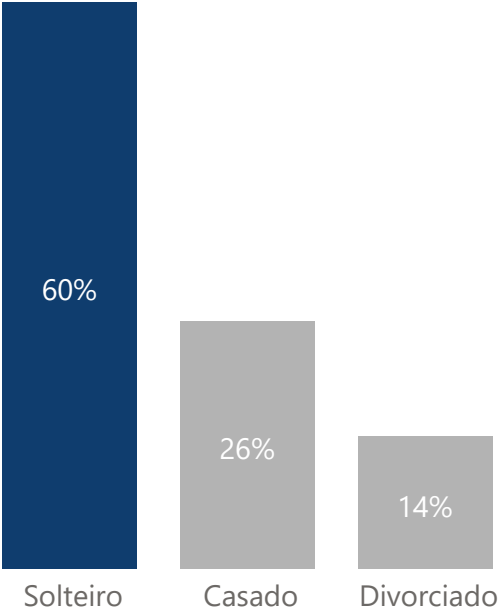
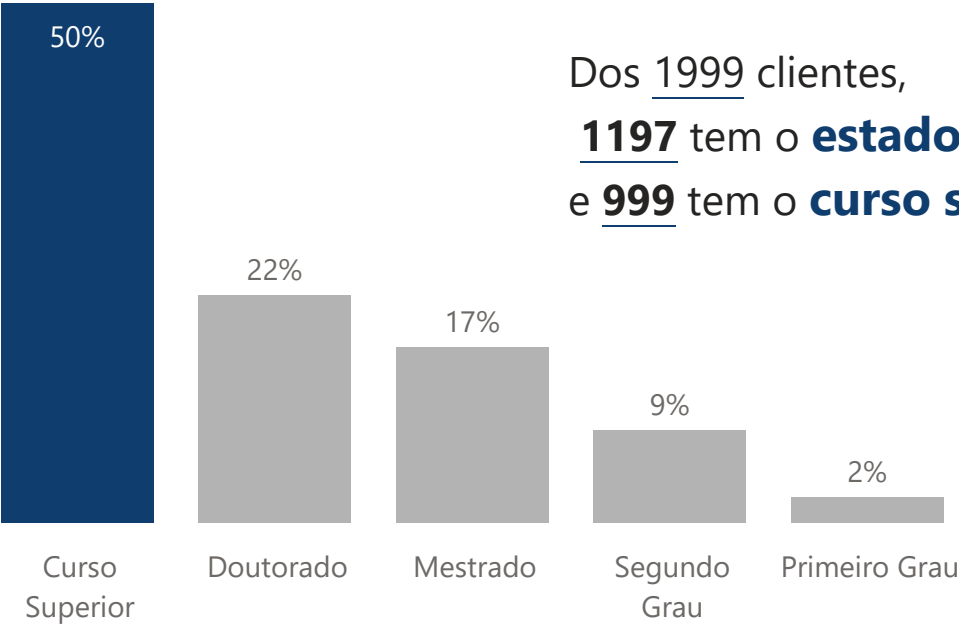


ANÁLISE DOS CLIENTES

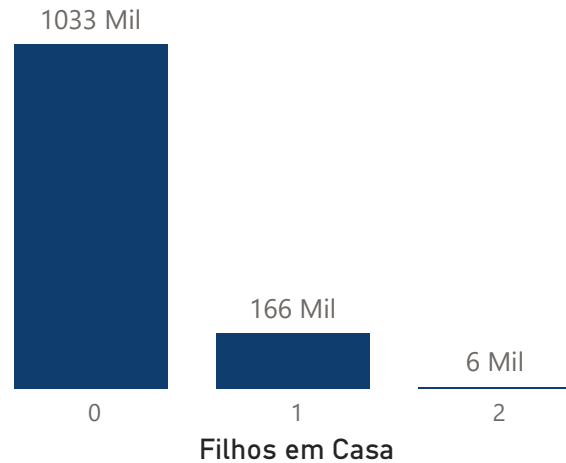
1999	51,98 Mil	12 Mil	5270	8147	4661
Nº de Clientes	Média de Salario Anual	Nº Compras na Loja	Nº Compras via Catalogo	Nº Compras na Web	Nº Compras com Desconto



Alemanha	Argentina	Brasil	Chile	Espanha	Estados Unidos	Portugal
----------	-----------	--------	-------	---------	----------------	----------

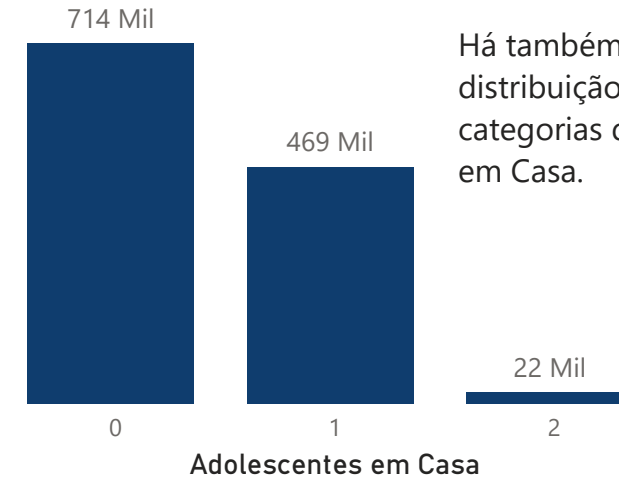
COMPORTAMENTO DE GASTOS

Total de Gastos por Filhos em Casa

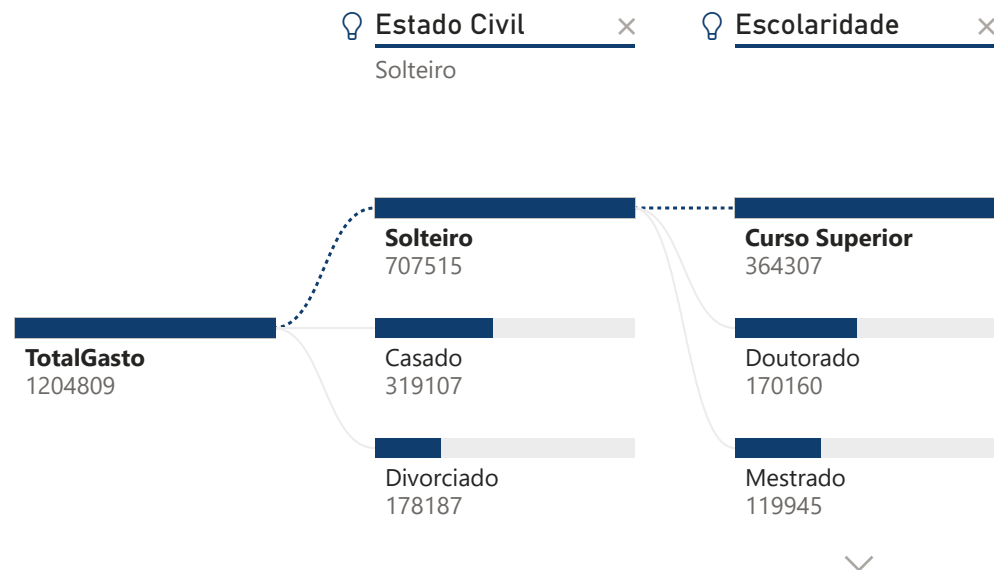


Vale destacar a **desproporção da distribuição dos dados**, onde 1999 dos dados, o nº 1144 de registros que não tem filho, nº 816 dos que tem 1 filho e nº 39 de 2 filhos.

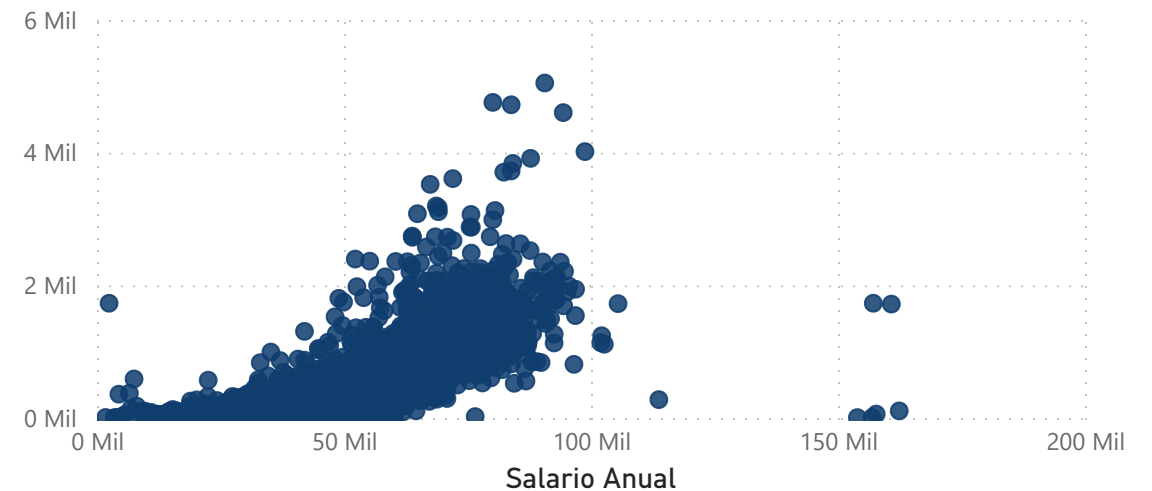
Total de Gastos por Adolescentes em Casa



Há também desproporção da distribuição de dados nas categorias de Adolescentes em Casa.



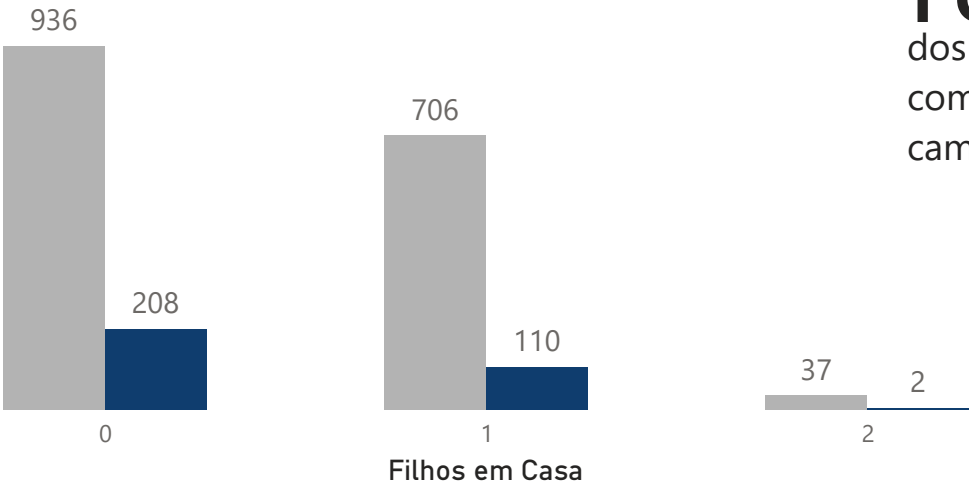
Total de Gastos por Salario Anual



ANÁLISE DAS CAMPANHAS DE MARKETING

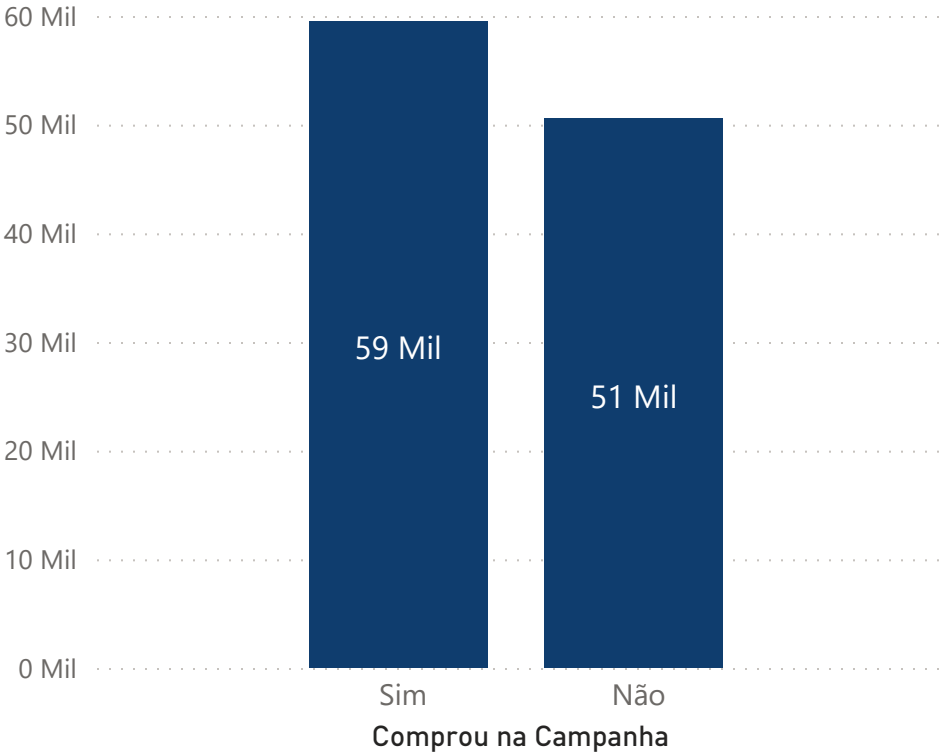
Comprou na Campanha

● Não ● Sim

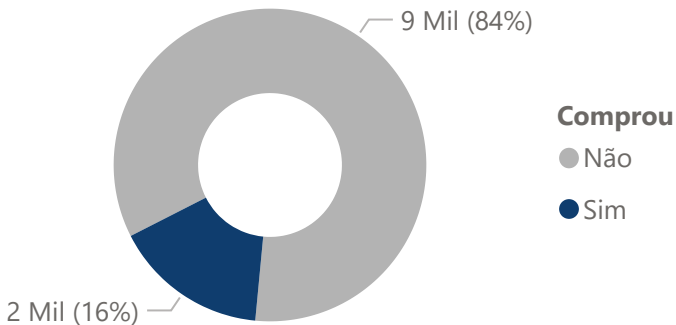


16%
dos clientes que
compraram durante a
campanha de Marketing.

Média de Salário Anual



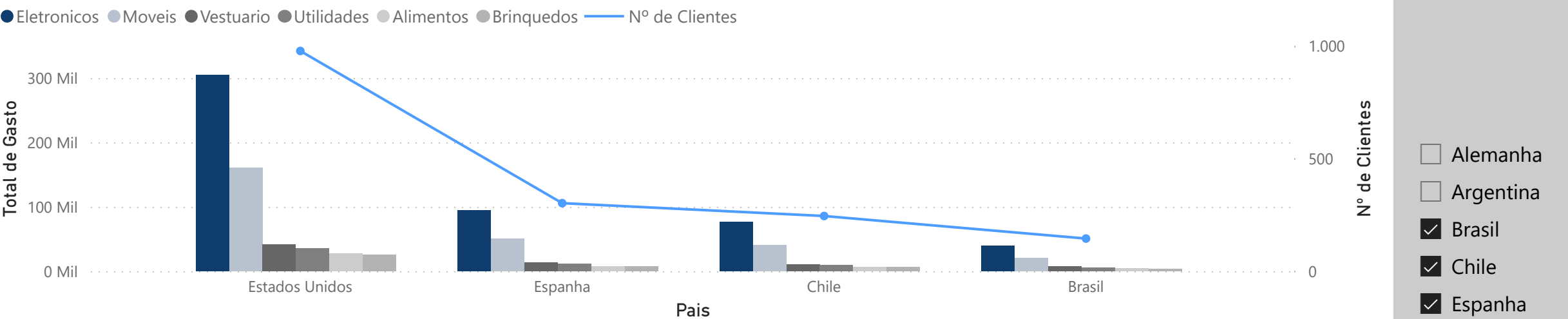
Visitas no Website



Comprou	Curso Superior	Doutorado	Mestrado	Primeiro Grau	Segundo Grau	Total
☐ 0	4539	1820	1453	320	814	8946
Casado	1172	502	427	71	234	2406
Divorciado	618	244	174	13	129	1178
Solteiro	2749	1074	852	236	451	5362
☐ 1	760	513	291	16	123	1703
Casado	161	80	78	16	17	352
Divorciado	104	129	60		19	312
Solteiro	495	304	153		87	1039
Total	5299	2333	1744	336	937	10649

Padrão de Compra por País

Gastos de Diferentes Categoria por País



Total de Gasto por Ano

