



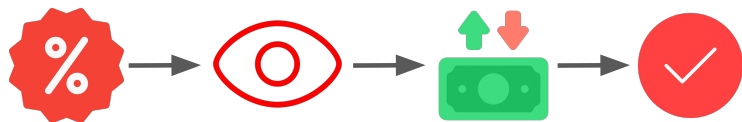
# *ifood:* Case Técnico

**Isabel de Castro Beneyto**

December 2025

# EXPERIMENTO

## ETAPAS

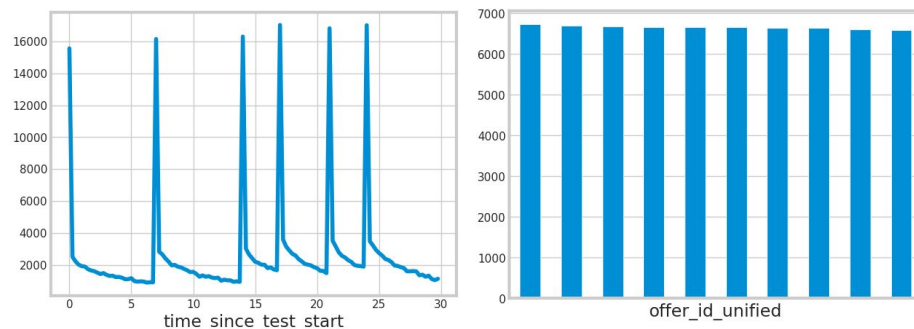


1. Envio da oferta ao usuário (*BOGO*, *discount* ou *informational*)
2. Usuário visualiza a oferta
3. Usuário realiza uma transação
4. Oferta é concluída

## VOLUME

- 17 mil usuários participantes
- 30 dias de experimento
- 76 mil ofertas enviadas
- R\$ 1,7 milhão em transações
- R\$ 164,5 mil resgatados

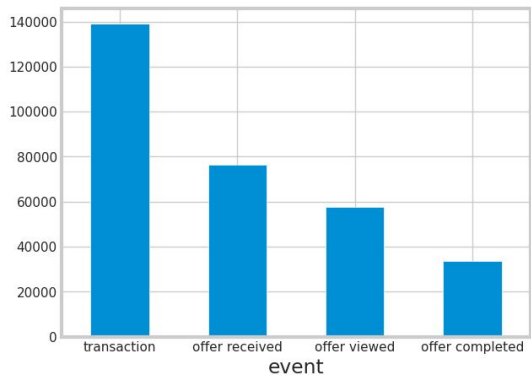
## ENTREGA DAS OFFERS



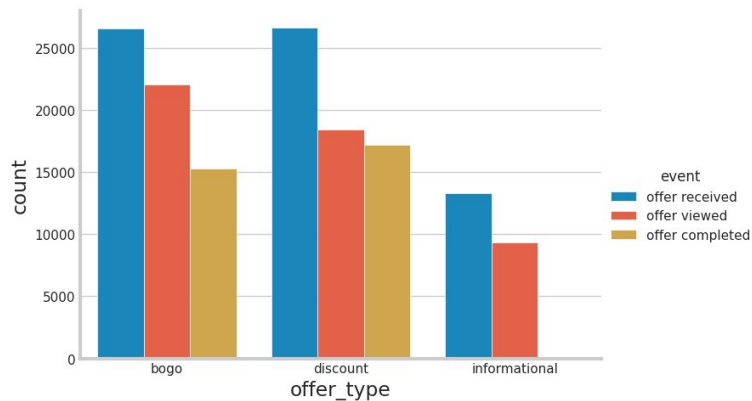
- As ofertas foram entregues seguindo um padrão sazonal, ocorrendo especificamente nos dias 0, 7, 14, 21 e 24.
- Cerca de 6.600 clientes receberam cada oferta, garantindo distribuição equilibrada.

# ANÁLISE DE DADOS

## ENGAJAMENTO



- De todas as ofertas enviadas, **75,67%** foram visualizadas e **44%** foram concluídas.



- bogo*: **83%** visualizadas e **57,5%** concluídas  
→ **69.2%** das ofertas visualizadas são concluídas
- discount*: **69,2%** visualizadas e **64,45%** concluídas  
→ **93%** das ofertas visualizadas são concluídas
- informational*: **~70%** visualizadas e não há evento de conclusão

# MODELAGEM

## OFERTA BEM SUCEDIDA?

- Para ofertas *bogo* e *discount*:

**Sucesso:** Received → Viewed → Transaction → Completed

**Sucesso sem view:** Received → Transaction → Completed

**Ineficaz:** Received → Viewed

**Não visualizada:** Received

- Para ofertas *informational*:

**Sucesso:** Received → Viewed → Transaction

**Ineficaz:** Received → Viewed

**Não visualizada:** Received

## MODELO DE PROPENSÃO



Algoritmo de ML que estima a probabilidade de um cliente realizar uma ação futura. Neste caso, **concluir uma oferta e/ou efetuar uma transação**.



Recomendamos a melhor oferta para cada cliente com base na **maior probabilidade de sucesso**.

# BUSINESS IMPACT

## BASELINE vs. MODELO

A taxa de sucesso atual é de **60,12%**.

Ao enviar ofertas para todos os clientes sem qualquer distinção, cerca de **~40% delas são ignoradas ou não chegam a ser visualizadas**.

Se cada oferta custar **R\$10** para ser enviada, isso representa um **desperdício de aproximadamente R\$400 mil em apenas um mês para 100 mil ofertas** enviadas.

# ~74%

das ofertas recomendadas pelo modelo resultam em sucesso. Um ganho de **14 pontos percentuais** em à estratégia atual.

	Baseline	Modelo de Propensão
Precisão	60.12%	73.8%
Gastos (30 dias)	R\$400k	R\$260k



Economia de mais de  
**R\$1.5M** ao ano.

# NEXT STEPS

## EXPERIMENTO ALEATÓRIO



- Implementar o modelo em um ambiente controlado para validar o desempenho no mundo real e compará-lo com as estratégias de referência.
- Realizar um experimento controlado randomizado para avaliar o impacto causal das ofertas.

## MODELO DE UPLIFT

		Convert if treated?	
		No	Yes
Convert if NOT treated?	No	Lost causes	Persuadables
	Yes	Sleeping dogs / Do-Not-Disturb	Sure thing

- Medir o impacto causal das ofertas, identificando quais clientes são realmente influenciados positivamente.

**Obrigada!**

