

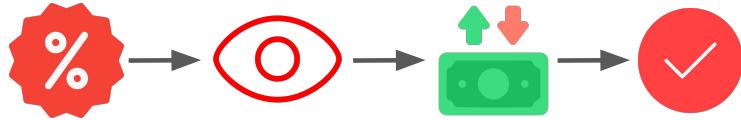


iFood: Case Técnico

Isabel de Castro Beneyto
December 2025

EXPERIMENTO

ETAPAS

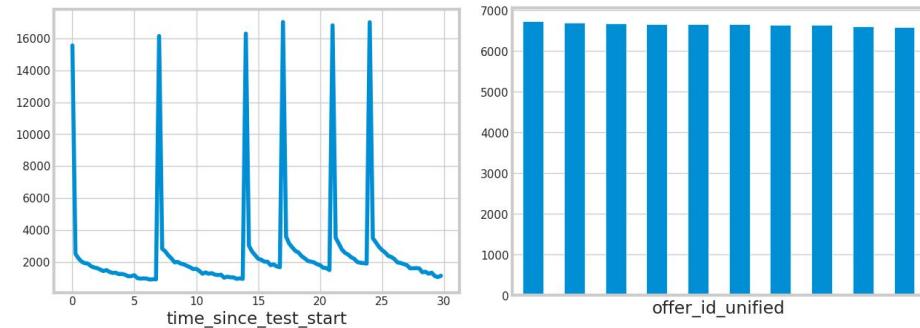


1. Envio da oferta ao usuário (*BOGO, discount ou informational*)
2. Usuário visualiza a oferta
3. Usuário realiza uma transação
4. Oferta é concluída

VOLUME

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

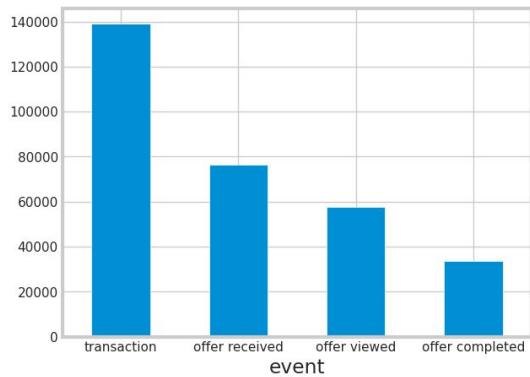
ENTREGA DAS OFFERS



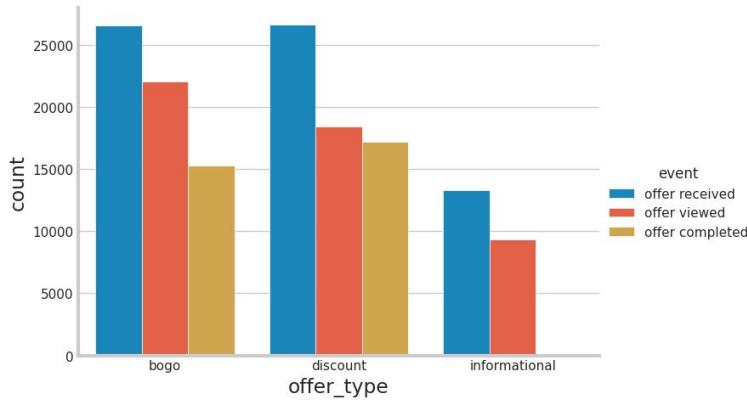
- As ofertas foram entregues seguindo um padrão sazonal, ocorrendo especificamente nos dias 0, 7, 14, 21 e 24.
- Cerca de 6.600 clientes receberam cada oferta, garantindo distribuição equilibrada.

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

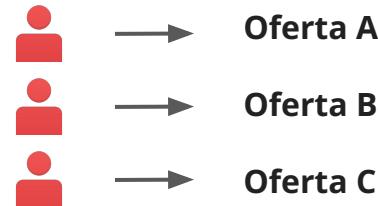
Ineficaz: Received → Viewed

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**.

IMPACTO DE NEGÓCIO

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.

PRÓXIMOS PASSOS

EXPERIMENTO ALEATÓRIO



MODELO DE UPLIFT



- 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.

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

Obrigada!

