

Projeto 4: Análise de Cancelamento Hoteleiro

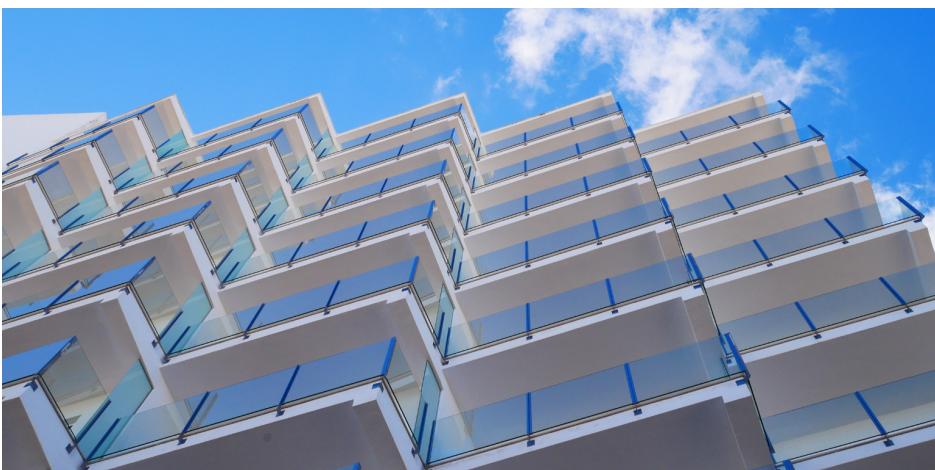
Situação: um hotel paga a uma agência de marketing mensalmente um custo fixo pelo serviço prestado e um custo variável atrelado aos potenciais clientes que fazem reservas (obs.: o valor pago é de 1,5 USD por cada reserva feita). Hoje sabe-se que o custo variável representa o maior valor pago ao prestador de serviços. Porém, o hotel não tem o mapeamento das taxas de cancelamento das reservas feitos pelos leads, ou seja, eles não se tornam clientes, mas, geram custos (obs.: quando alguém cancela com menos de 3 dias de antecedência, há um custo de 120 USD extra). O objetivo é que de posse dessa análise, o hotel visualize como está a saúde desse contrato e possa renegociar com a agência.

Hipóteses a serem confirmadas:

- As reservas feitas com mais antecedência correm maior risco de cancelamento.
- As reservas que incluem crianças têm menor risco.
- Os usuários que fizeram alguma alteração em sua reserva têm menor risco.
- Quando o usuário faz uma solicitação especial o risco é menor.
- As reservas que possuem um "adr" baixo o risco é menor.

Perguntas a serem respondidas:

- Quais são as reservas com o maior risco de cancelamento?
- De quanto seria a economia anual estimada caso renegociassem o contrato para que o pagamento fosse por reserva materializada (não cancelada)?



Esse projeto foi desenvolvido como
requisito obrigatório para avançar de
módulo na certificação em análise de dados
da IBM, em parceria com a Laboratoria.



› Laboratoria ›

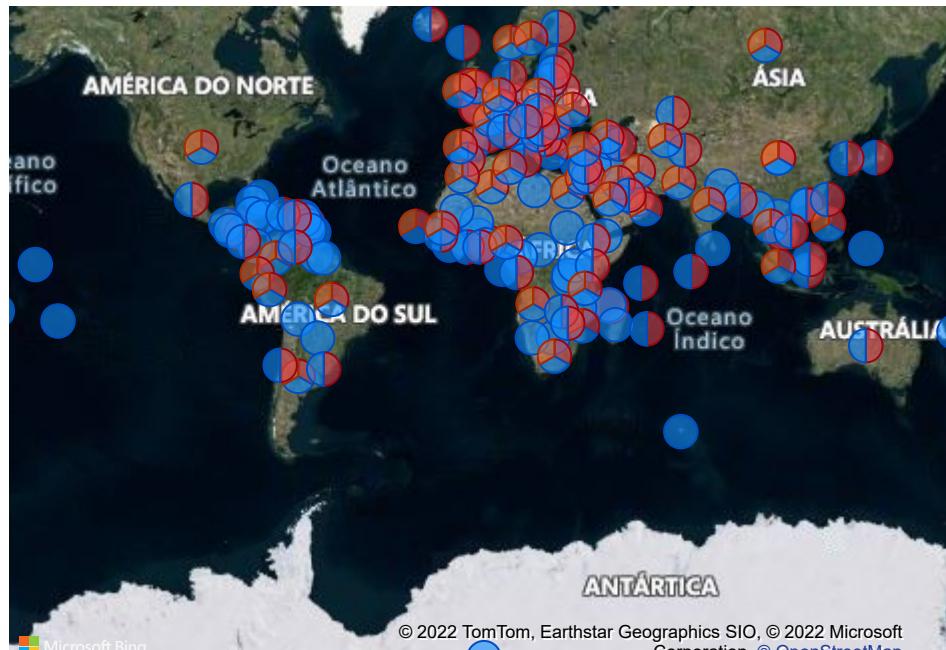


linkedin.com/chandrasantos



Análise reservas

Reservas x País de Origem



Status das reservas ● Canceled ● Check-Out ● No-Show ● reservation_status

Reservas

119 Mil

Países

178

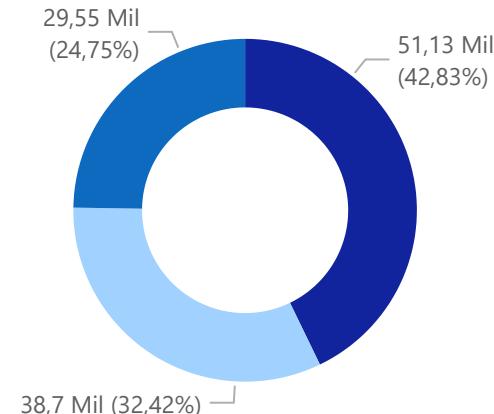
Ano

- 2015
- 2016
- 2017

Custo por noite

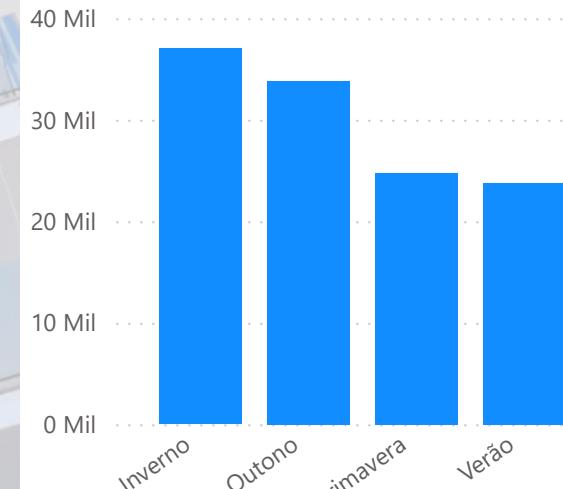
101,83

Lead time X Reservas



Lead time
● Longo
● Curto
● Médio

Reservas x Estação do Ano



Análise cancelamentos

Cancelamentos

44 Mil

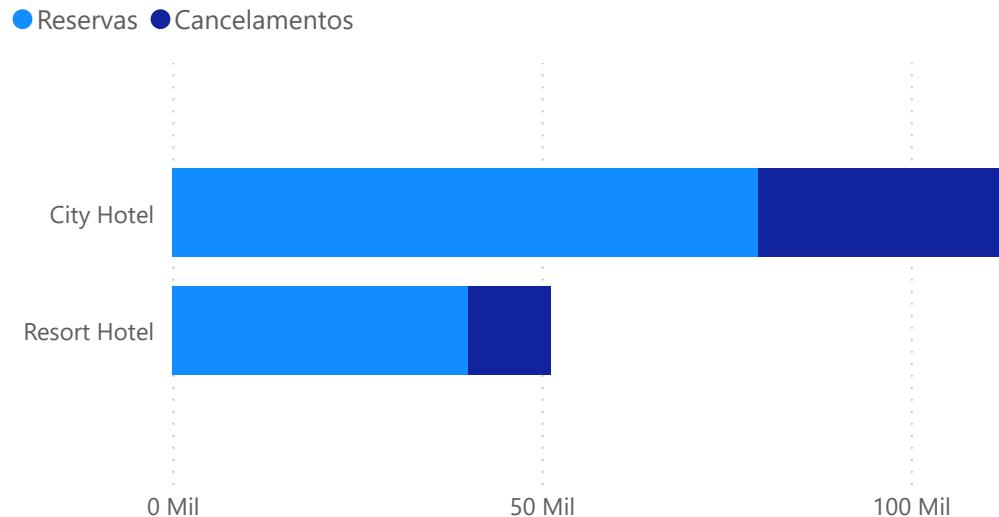
Ano

- 2015
- 2016
- 2017

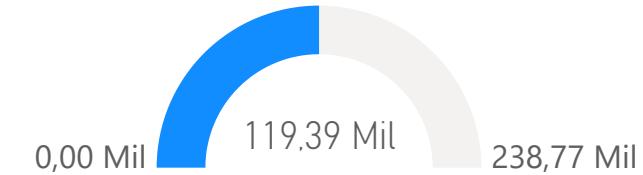
Resumo

hotel	reservas	cancelamentos	Adultos	Crianças	Bebês	Valor médio reserva
City Hotel	79326	33098	146829	7248	392	105,31
Resort Hotel	40060	11122	74798	5155	557	94,95
Total	119386	44220	221627	12403	949	101,83

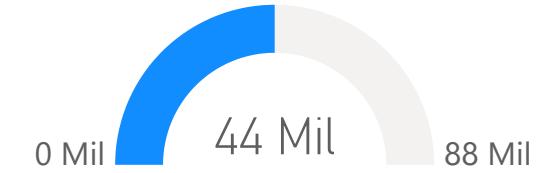
Reservas e Cancelamentos por hotel



Agendamentos



Cancelamentos



Não é possível exibir o visual. [Ver detalhes](#)

Hipóteses

#1 Reservas feitas com antecedência correm alto risco de cancelamento



#2 As reservas que incluem crianças têm menor risco de cancelamento



#3 Os usuários que fizeram uma alteração em sua reserva têm menor risco de cancelamento



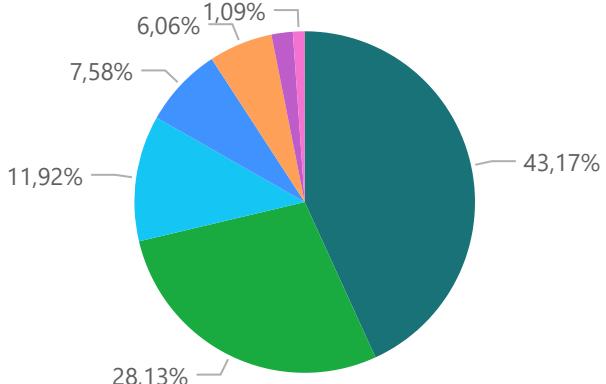
#4 Quando o usuário fez uma solicitação especial, o risco de cancelamento é menor



#5 As reservas que possuem um baixo "adr" o risco é menor



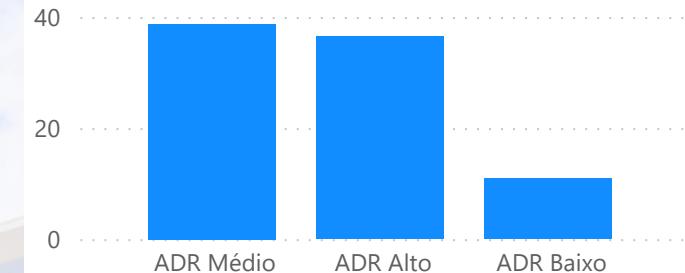
lead_time por lead_time_segment



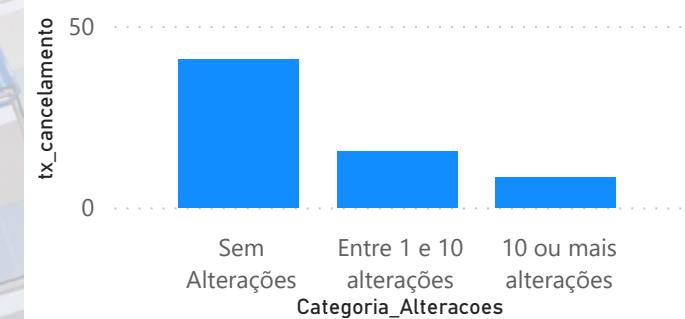
lead_time_segment

- entre 180 e 360
- entre 90 e 180
- maior que 360
- entre 60 e 90
- entre 30 e 60
- entre 15 e 30
- entre 0 e 15
- (Em branco)

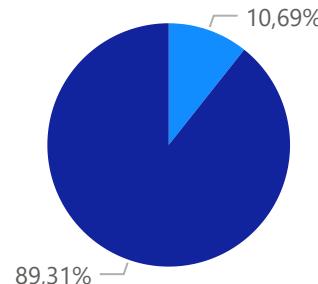
tx_cancelamento por Categoria_ADR



tx_cancelamento por Categoria_Alteracoes

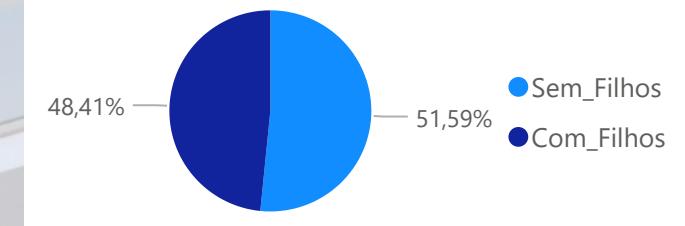


Solicitação especial x Taxa de cancelamento



- Solicitação especial
- tx_cancelamento

Filhos x Taxa de Cancelamento



- Sem_Filhos
- Com_Filhos

Análise custos MKT

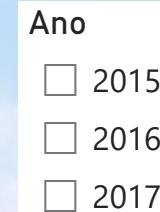
\$ 179 mil de comissão de mkt referente as 119.386 reservas feitas (multiplicadas pelo custo de \$1,5 por reserva).

\$ 66,3 mil de comissão de mkt referente a cancelamentos, pois 44.220 reservas foram canceladas (multiplicadas pelo custo de \$ 1,5 por reserva).

\$ 384 mil de prejuízo referente a as 3.201 reservas que foram canceladas com menos de 3 dias de antecedência (é acrescido \$120 em cada cancelamento referente aos gastos operacionais do hotel).

O prejuízo total é de **\$450 mil**

hotel	Qtd. Reservas	Qtd. Cancelamentos
City Hotel	79326	33098
Resort Hotel	40060	11122
Total	119386	44220



Recomendação final:

Rever o quanto antes o contrato com a agência de marketing para que os pagamentos das comissões sejam feitos somente para as reservas que forem concretizadas.

