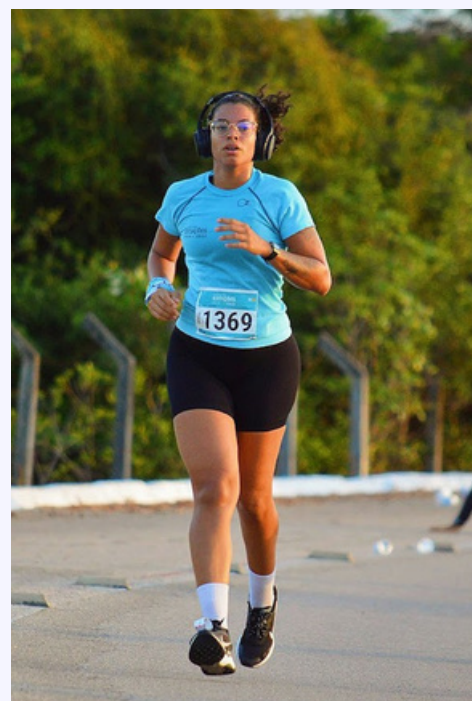


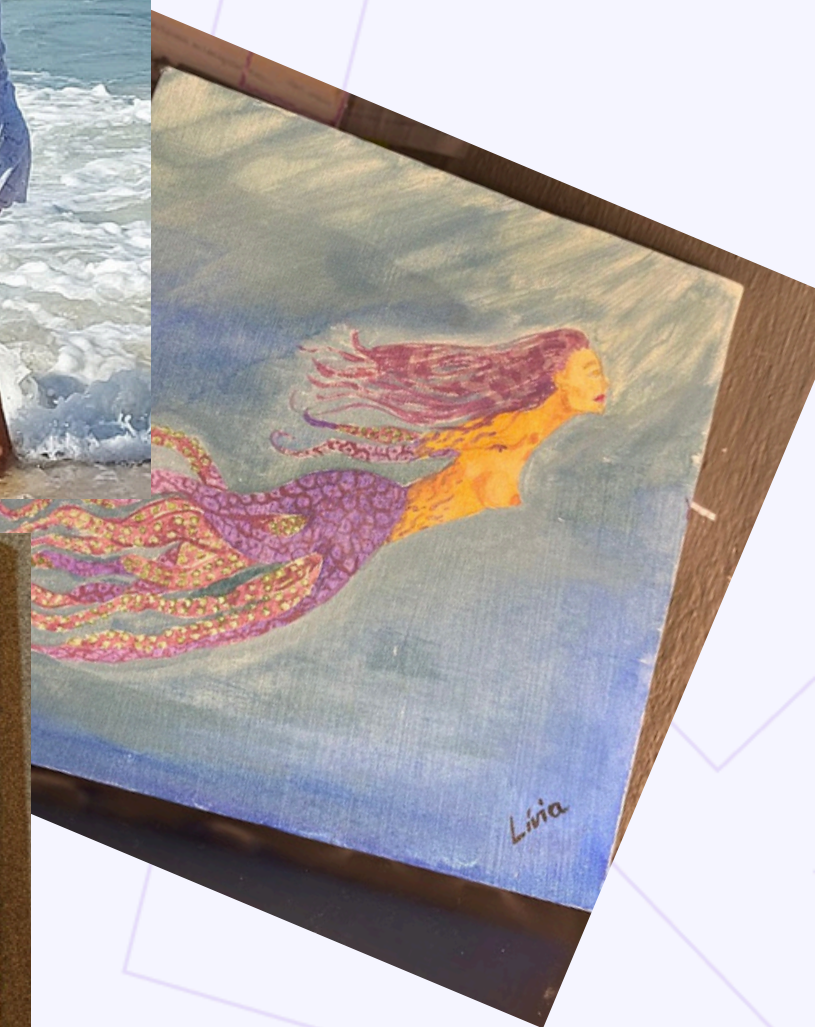
Quem sou eu?



Lívia Pessoa

Estudante de Análise e
Desenvolvimento de Sistemas

📍 Abreu e Lima - PE



Projeto Final - Análise de Dados

Objetivo:

Analisar dados de clientes para entender padrões de comportamento, avaliar campanhas de marketing, investigar fatores de fidelização, identificar sazonalidades, motivos de reclamações e canais de conversão mais eficazes.

Bases Utilizadas:

Cadastral, Compras, Campanhas e Reclamações

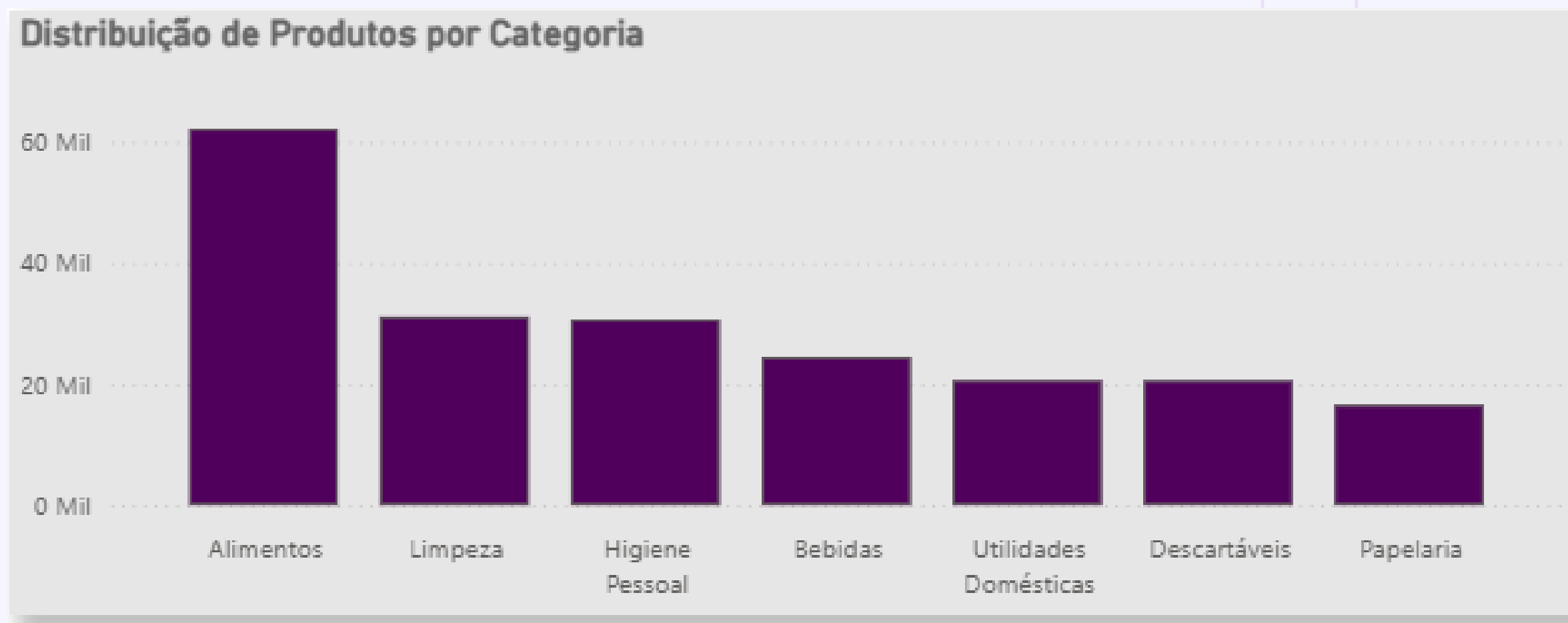
Desafio Principal

Como aumentar a fidelização dos clientes e melhorar a performance de vendas em um varejo regional que enfrenta alta inatividade, sazonalidade nas vendas e baixa resolução de reclamações?

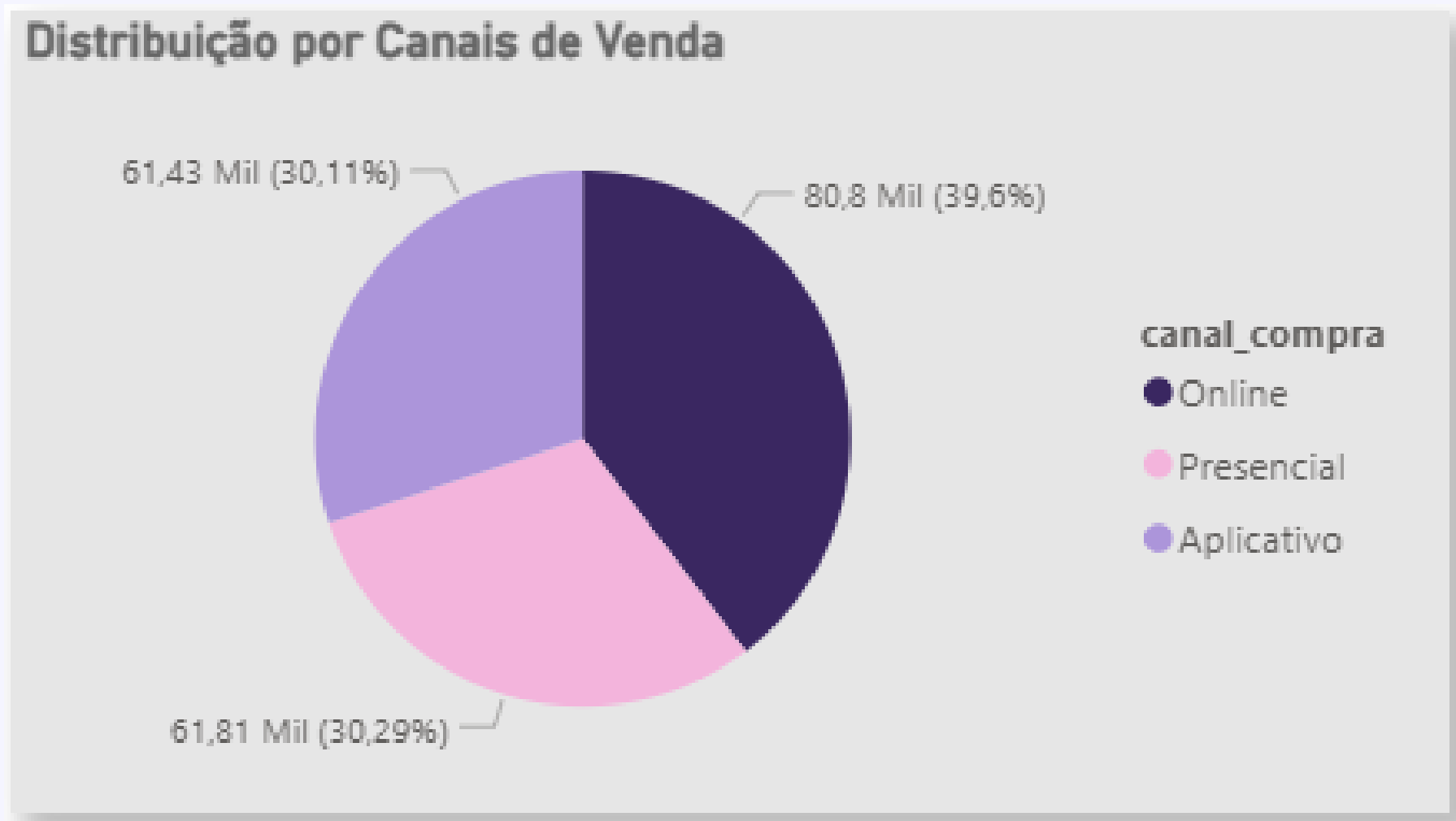
Visão Geral do Negócio

O que vendemos?

Empresa do varejo que atua na comercialização de itens essenciais para o dia a dia, com um portfólio diversificado que inclui:



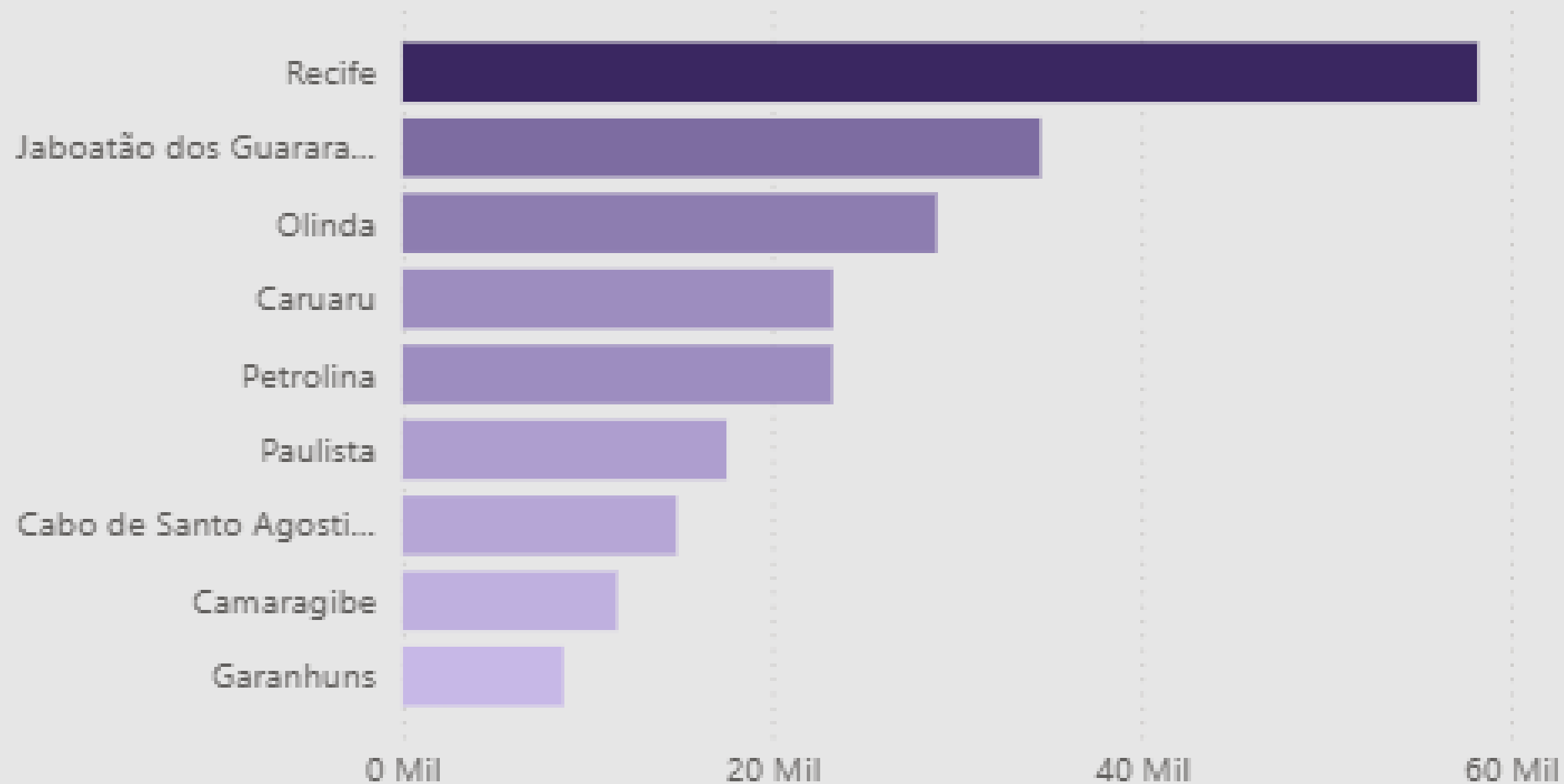
Canais De Venda



**Ambiente digital
domina: app e site
juntos concentram
quase 70% das
vendas.**

Onde estamos localizados?

Distribuição de Clientes por Cidade



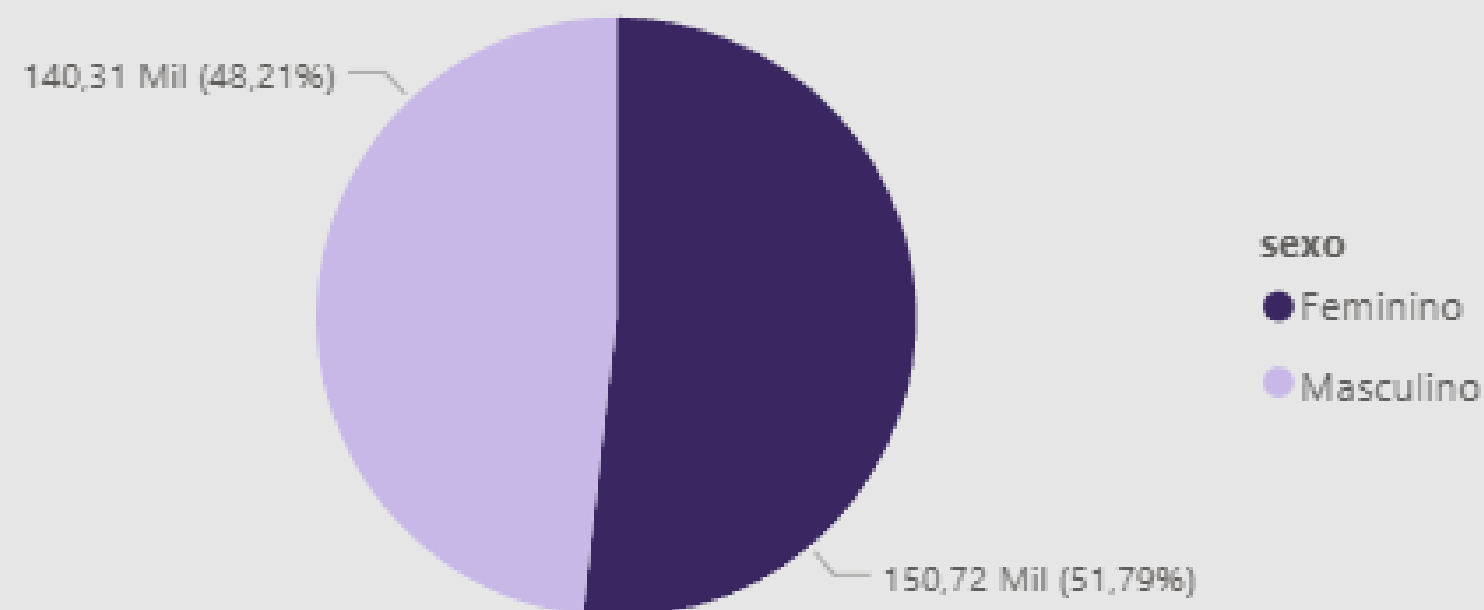
Maior concentração de clientes em Recife e região metropolitana, com destaque também para Caruaru e Petrolina.

Análise do perfil dos clientes

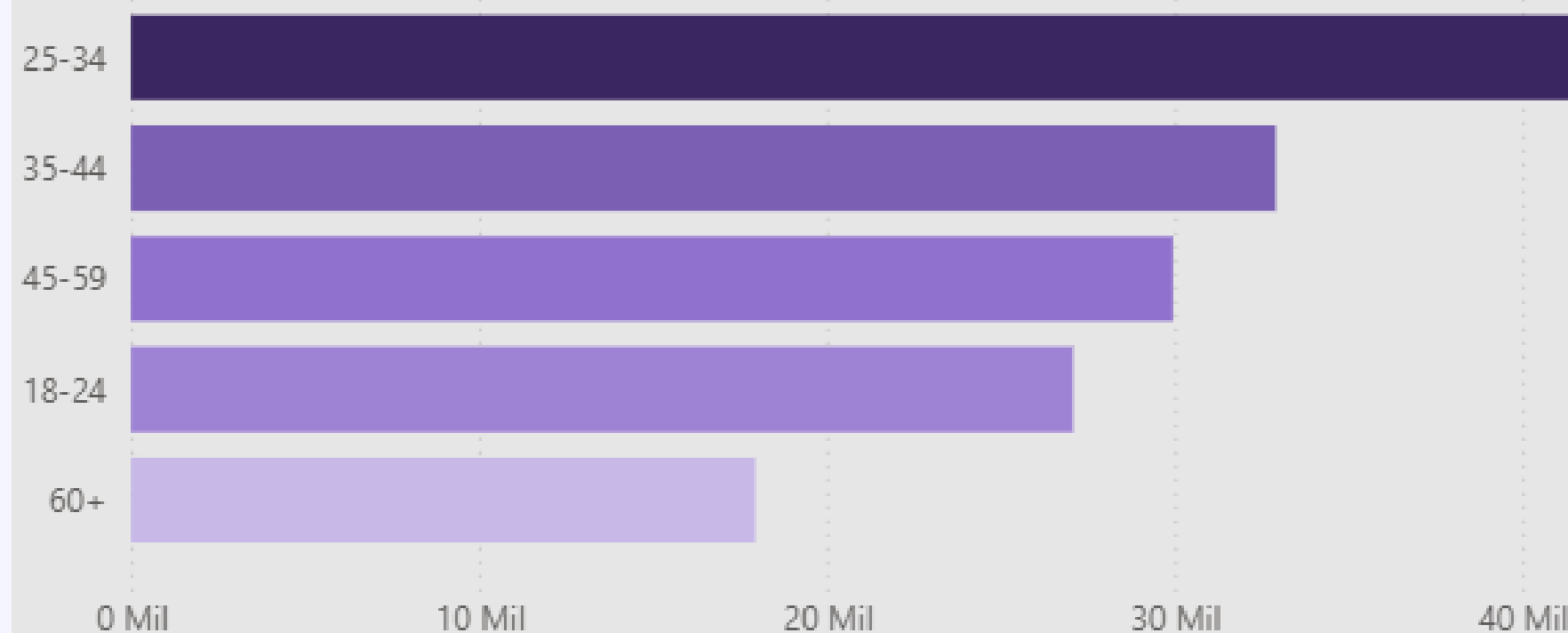
Para quem vendemos?

Nesta seção, um panorama dos nossos clientes, , faixa etária predominante e a distribuição por sexo.

Distribuição de Clientes por Gênero



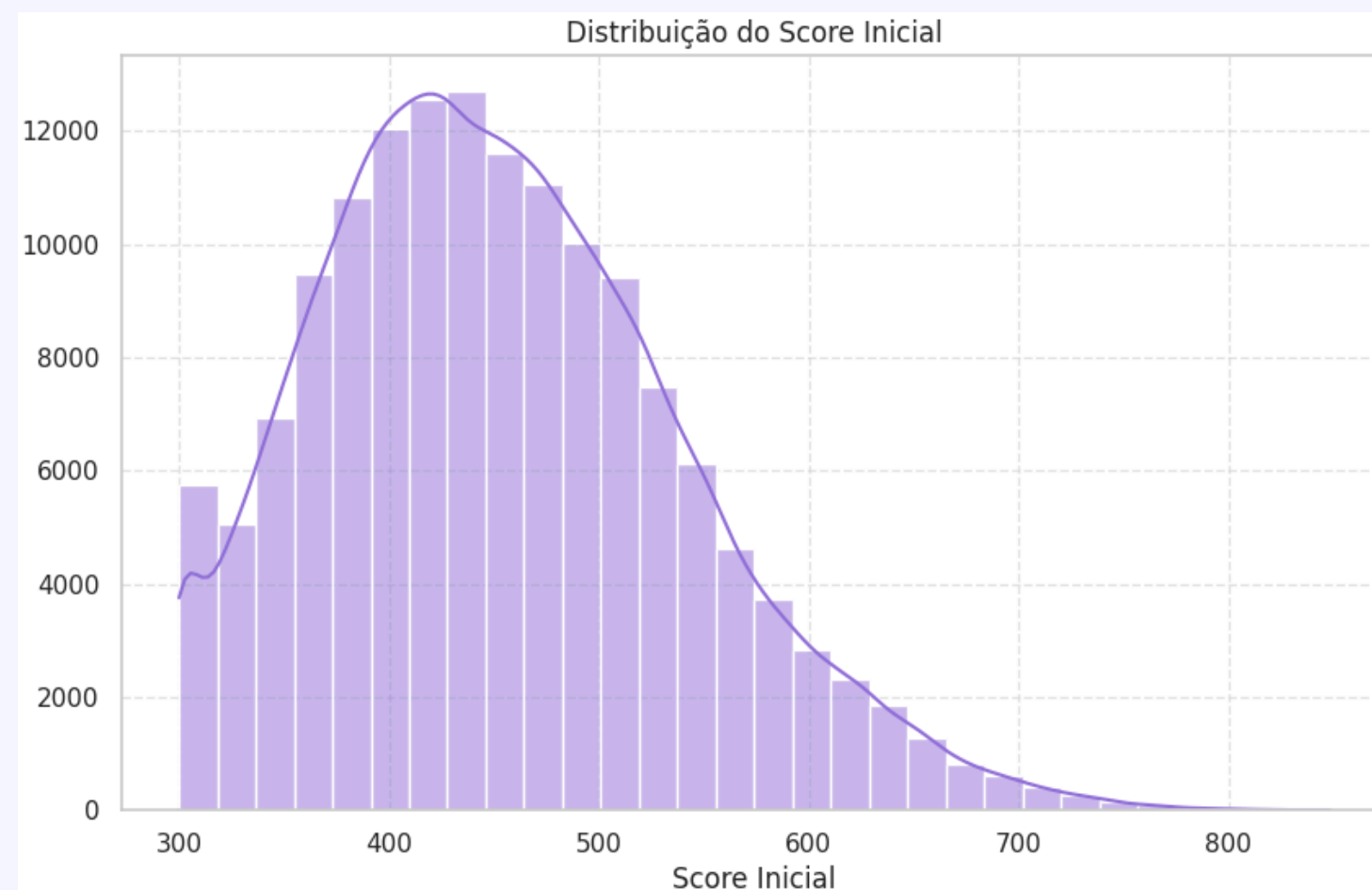
Distribuição de Clientes por faixa etária



O que os dados revelam?

Panorama Geral dos Dados

Problemática I

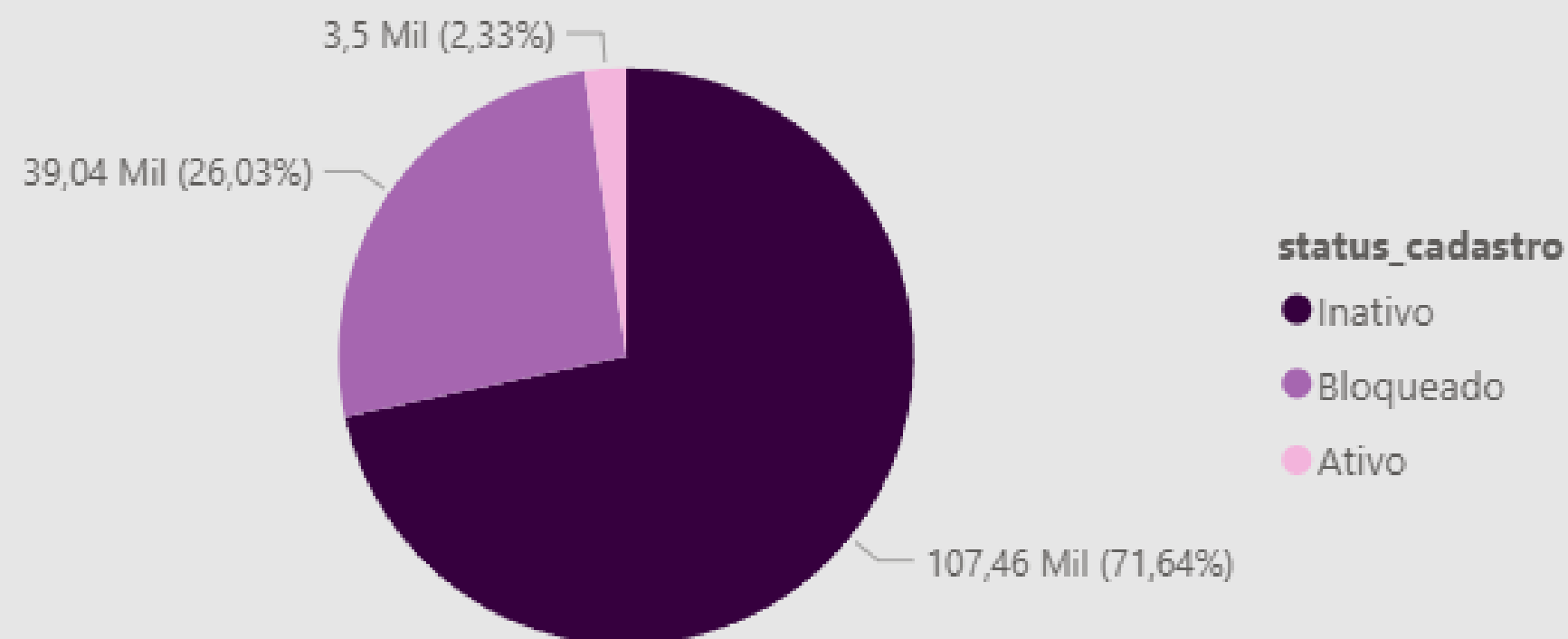


Maioria da base
classificada como
alto risco de
inadimplência.

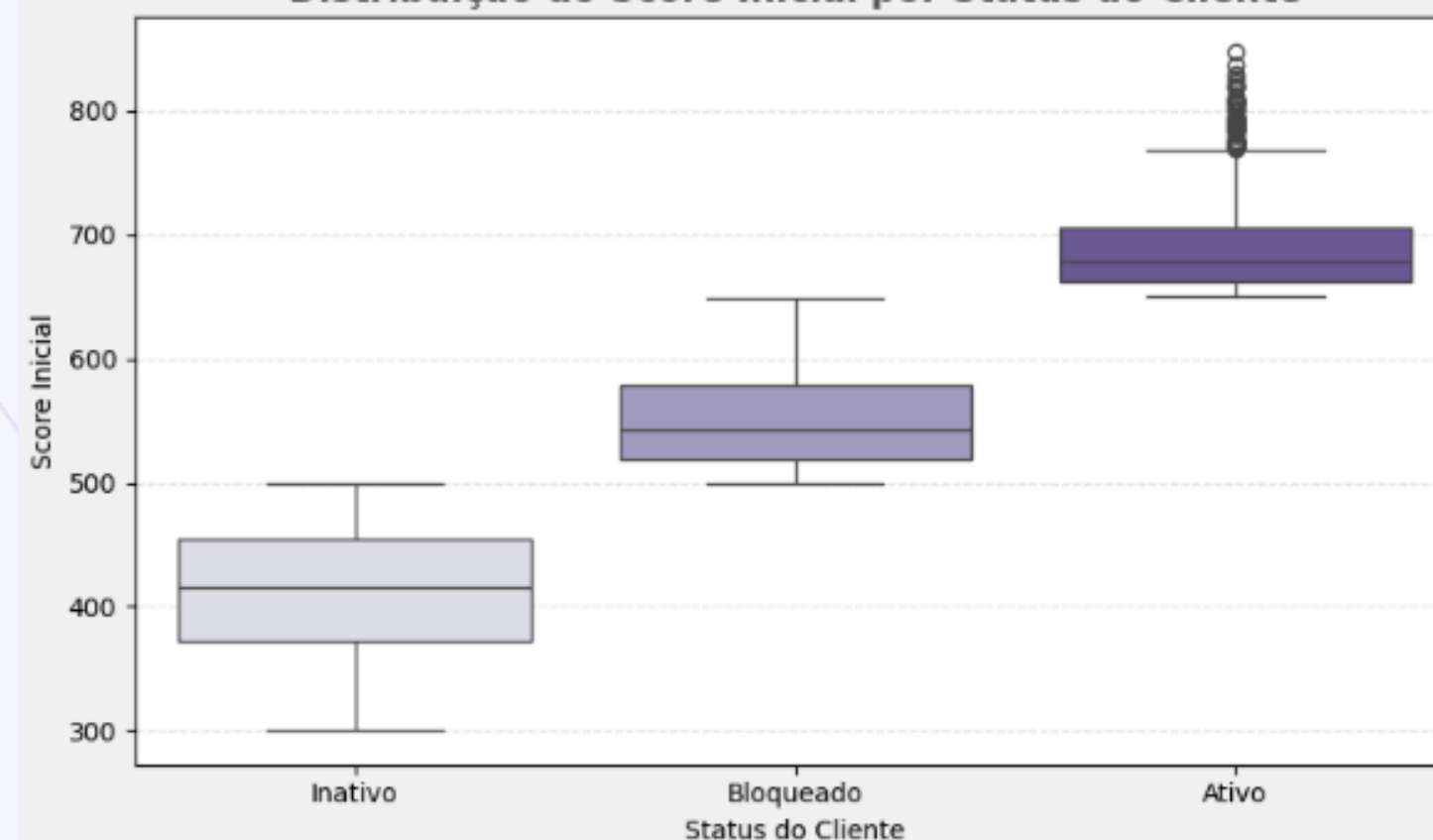
Panorama Geral dos Dados

Base majoritariamente inativa ou bloqueada (97%), com clientes ativos apresentando score significativamente superior (670–700) em comparação aos demais.

Distribuição por Status de Cadastro



Distribuição do Score Inicial por Status do Cliente

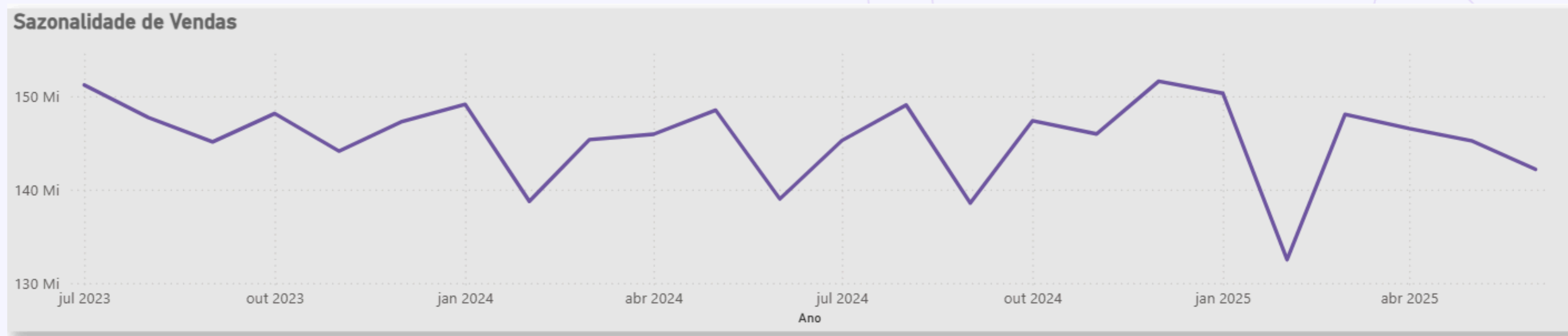


Panorama Geral dos Dados

Problemática II

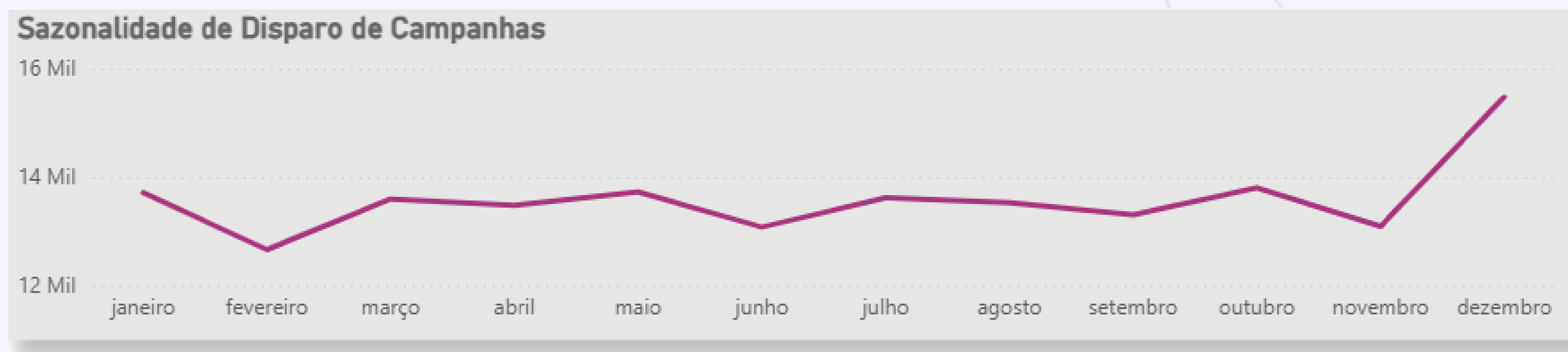
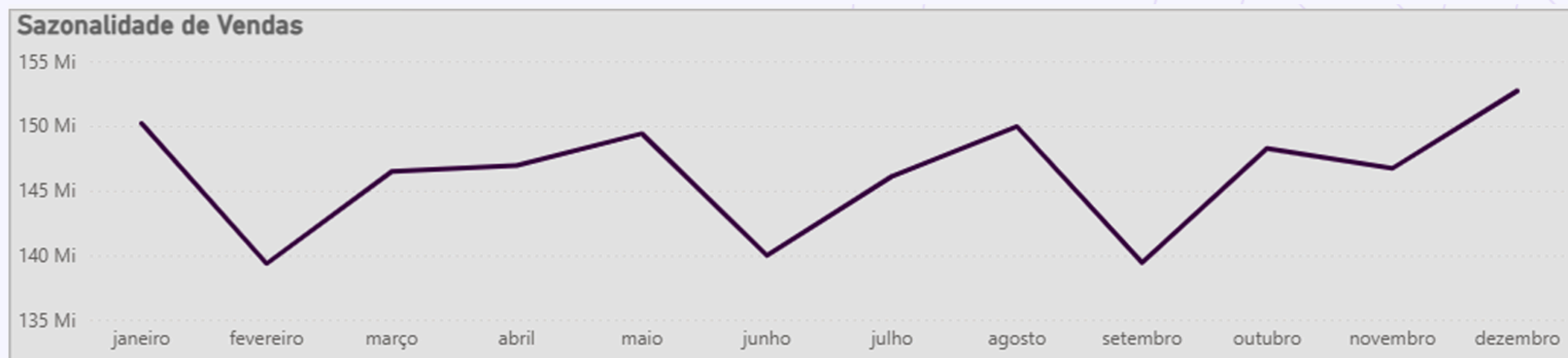
Sazonalidade de Vendas

Últimos 24 meses



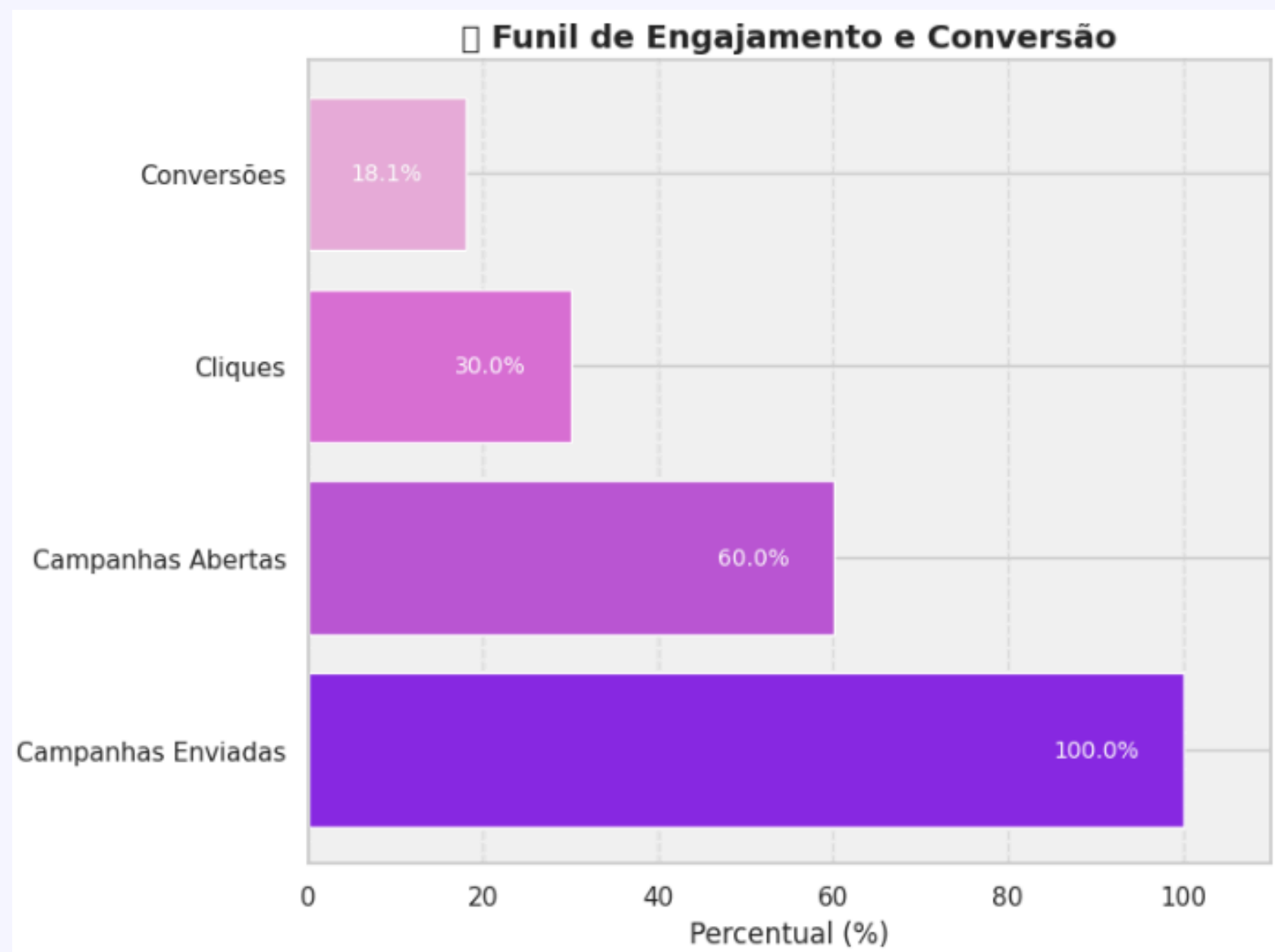
Sazonalidade de Vendas x Disparo de Campanhas

Problemática II



Meses com menor faturamento coincidem com menos campanhas, revelando oportunidade de mitigar a sazonalidade com ações de marketing estratégicas.

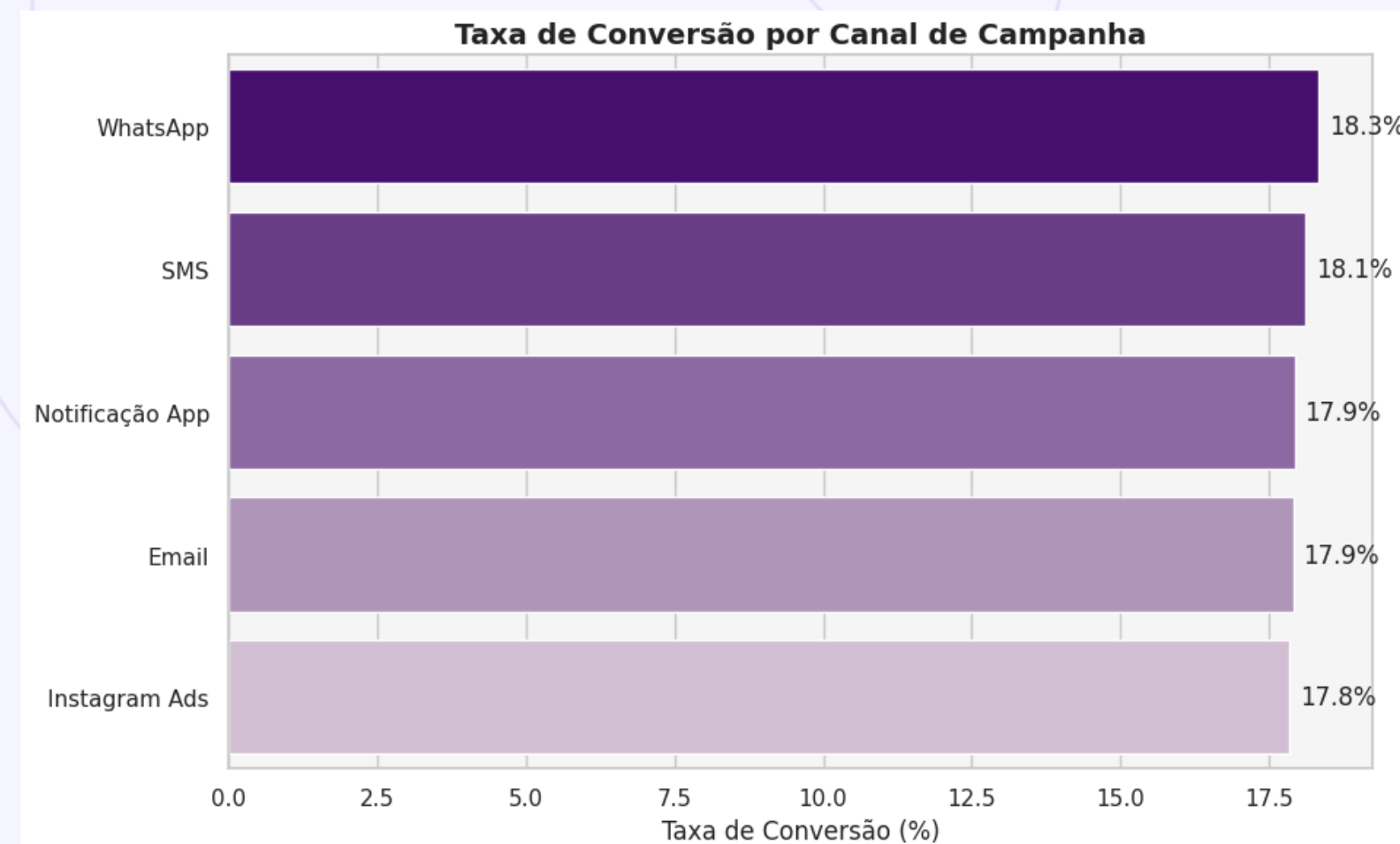
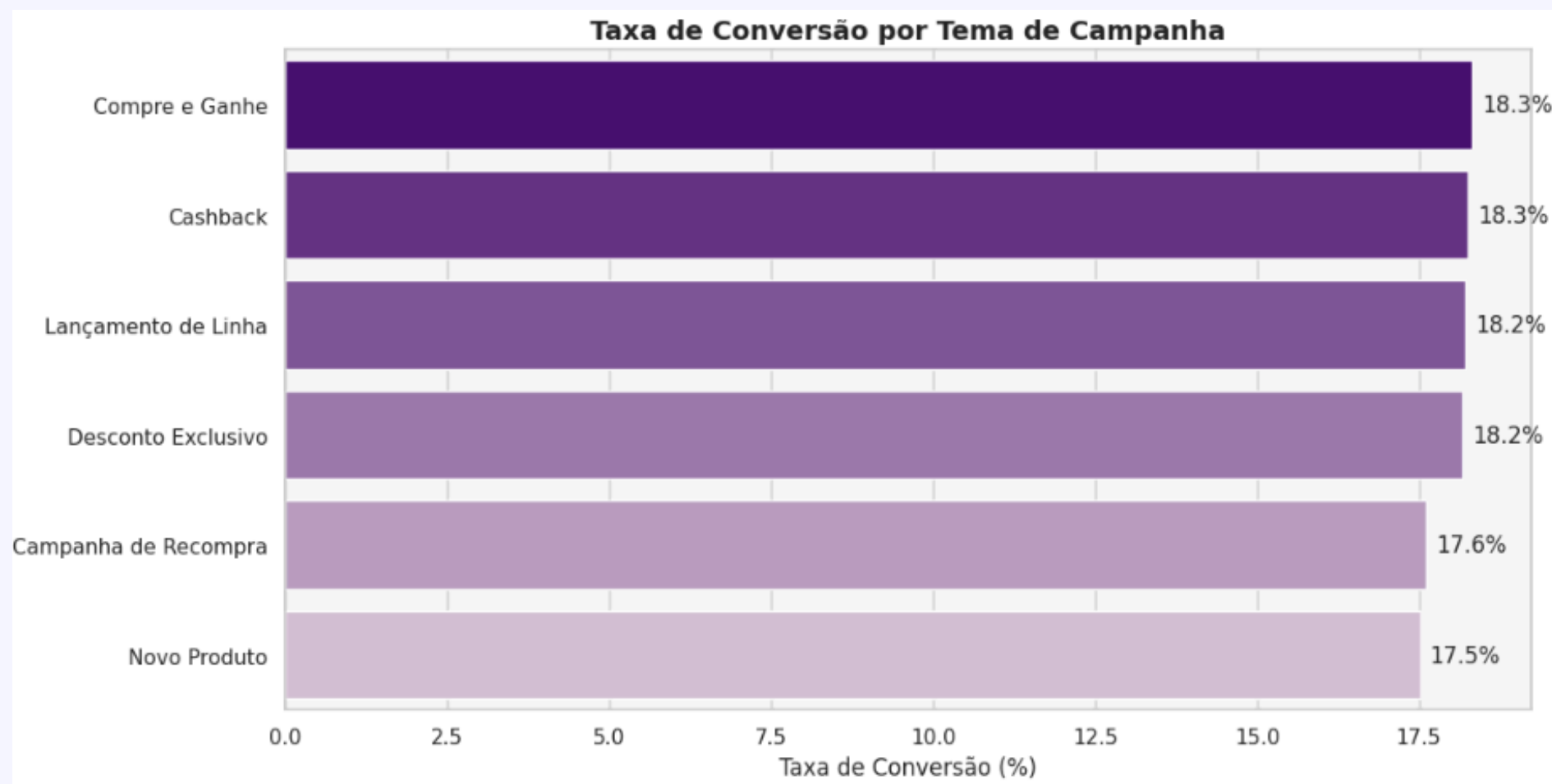
Campanhas



Campanhas com boa taxa de abertura (60%) e conversão (18%) indicam um funil eficiente, com oportunidades de otimização pós-clique para ampliar os resultados.

Campanhas

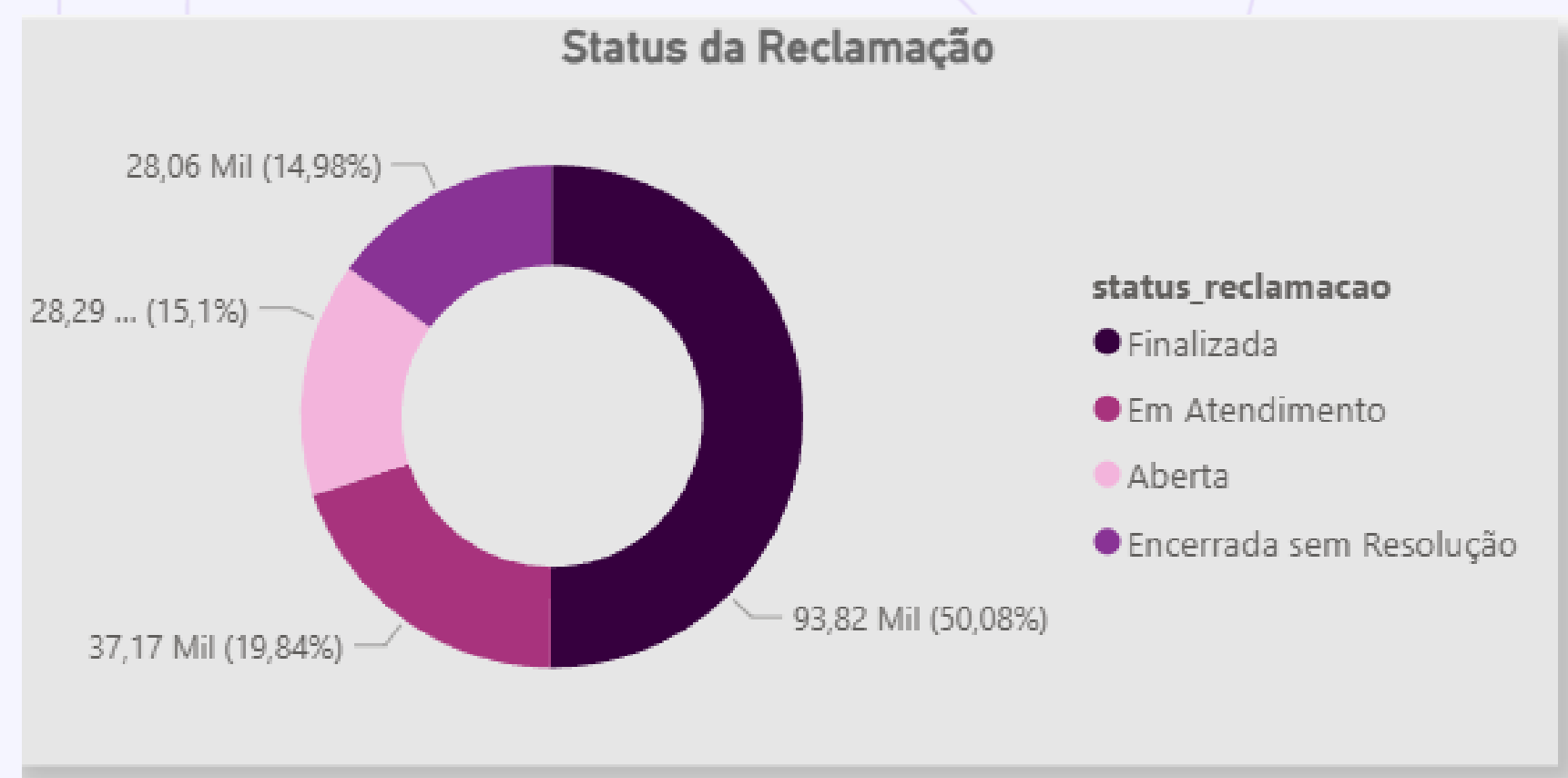
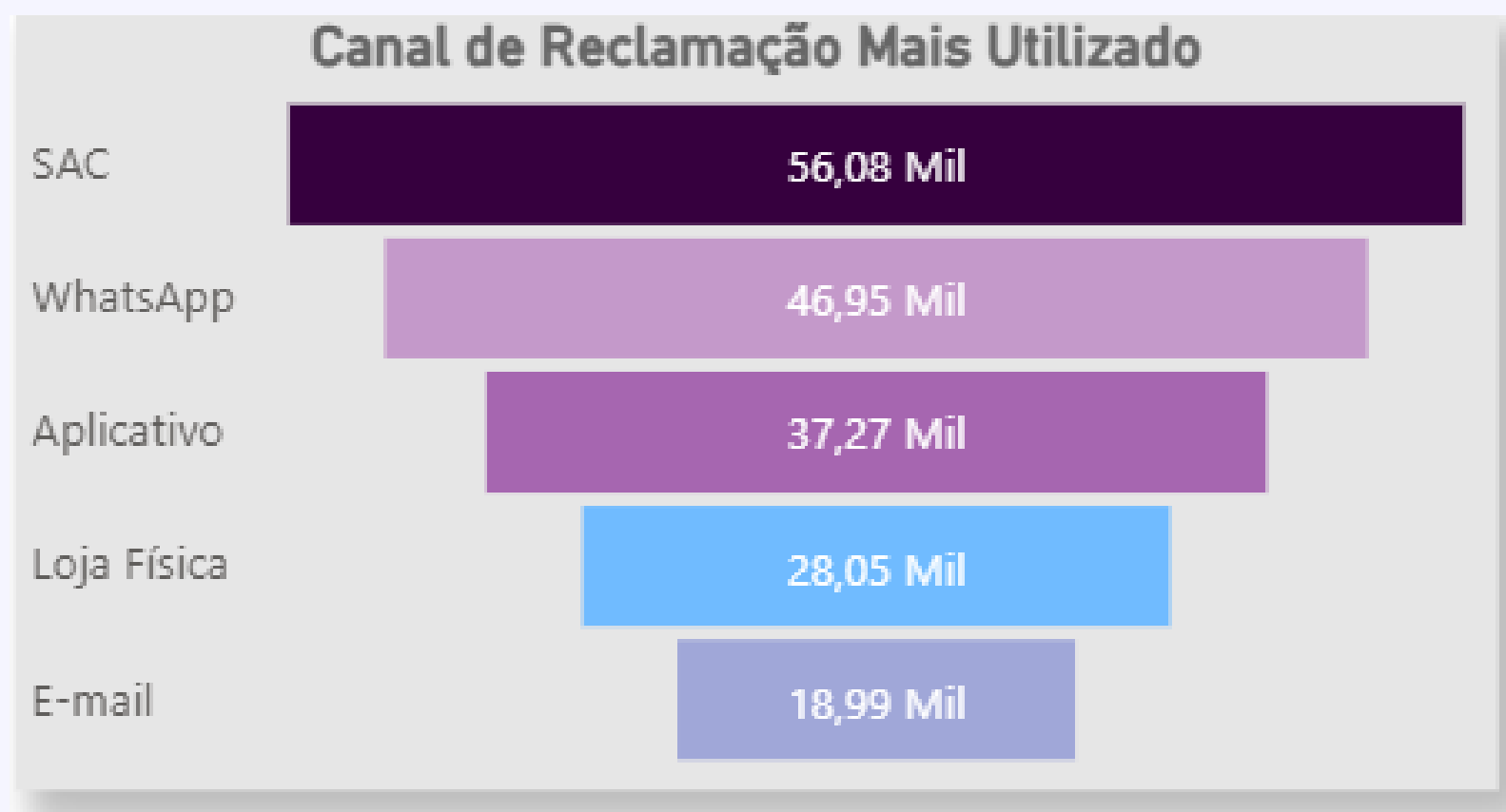
Campanhas com temas de "Compre e Ganhe" e "Cashback" apresentaram as maiores taxas de conversão (18,3%), com destaque para o canal WhatsApp como o mais efetivo entre os meios de disparo.



Diagnóstico da Experiência do Cliente

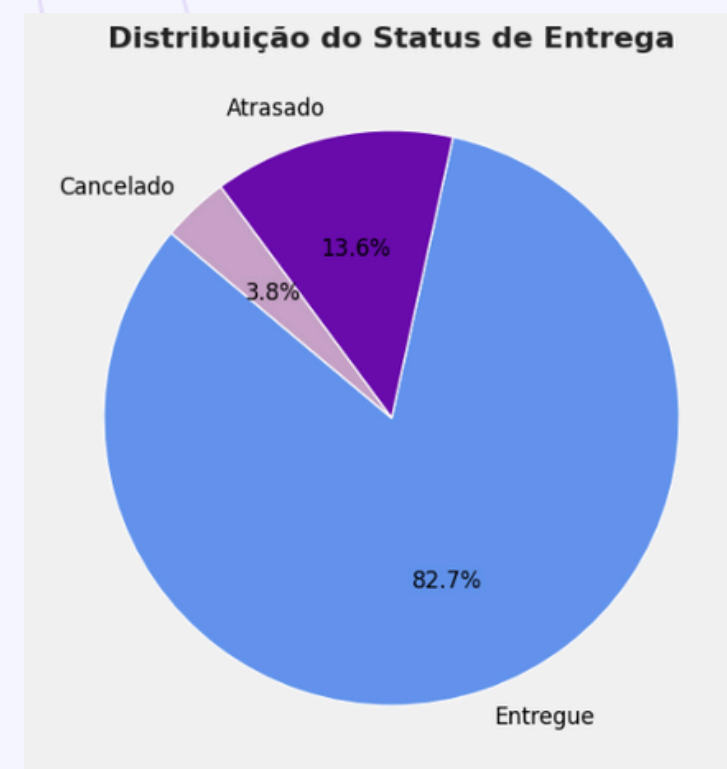
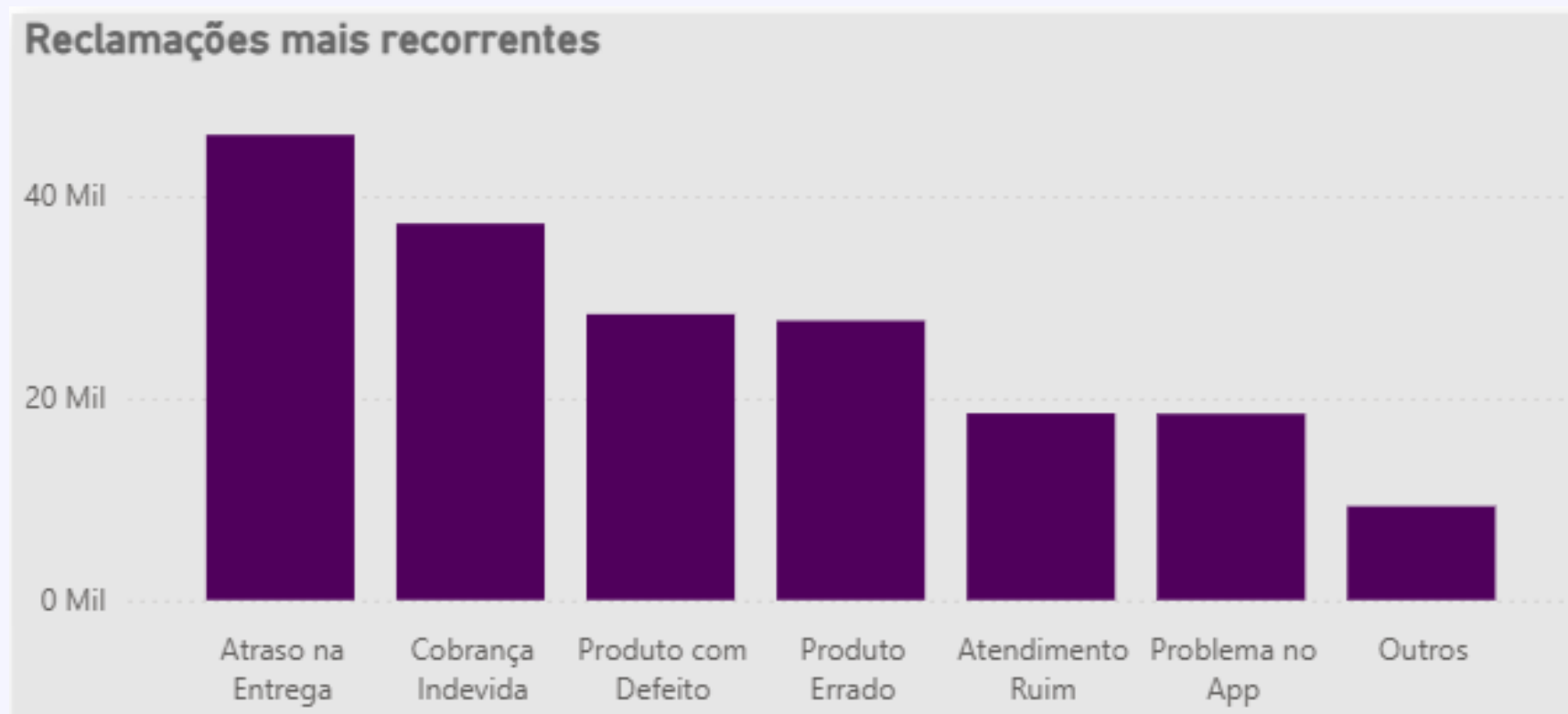
Problemática III

Quase metade das reclamações não está finalizada, apontando gargalos no processo de atendimento e resolução.



Diagnóstico da Experiência do Cliente

Atraso na entrega lidera as reclamações dos clientes e representa 13,6% dos pedidos realizados, indicando gargalos logísticos recorrentes.



Resumo:

Problemática I

- 97% da base inativa ou bloqueada.
- Clientes com Alto Risco de Inadimplência.

Soluções Promissoras:

Taxa de Inativos:

Campanhas de reativação, com cupons e ofertas.

Pesquisa de feedback para identificar causas de inatividade.

Programas de fidelidade ou cashback.

Base com score de crédito baixo:

Política de crédito mais rígida baseada no score.

Priorizar pagamentos à vista ou com prazos curtos.

Automatização de cobranças e alertas preventivos.

Resumo:

Problemática II

Sazonalidade de Vendas com variação Negativa.

- Quedas significativas em fevereiro, julho e setembro.
- Falta de campanhas nesses meses agrava a baixa.

Soluções Promissoras:

Campanhas específicas em meses fracos, como “Liquida Limpeza” ou “Festival do Lar”.

Criação de datas promocionais próprias para manter o fluxo de vendas.

Promoções personalizadas via canais digitais, como WhatsApp e e-mail marketing.

Resumo:

Problemática III

Reclamações e Atendimento Ineficiente.

- Quase 50% das reclamações sem resolução.
- Atraso na entrega lidera os motivos de insatisfação.

Soluções Promissoras

Revisar a logística de entregas e criar alertas de atraso em tempo real.

Otimizar SAC e WhatsApp com chatbots e mais agilidade no atendimento.

Implementar SLA e KPIs para controle e eficiência na gestão de reclamações.

Revisar a Integração entre Sistemas (Evita gerar cobrança indevida).

Auditar o Processo de Faturamento.



**Os dados nunca são apenas números.
Todo dado conta uma história. Vence quem escuta com atenção,
interpreta com responsabilidade e decide com inteligência.**

Obrigada!



Conecte-se comigo!



Veja o projeto completo

