

Segmentação de clientes

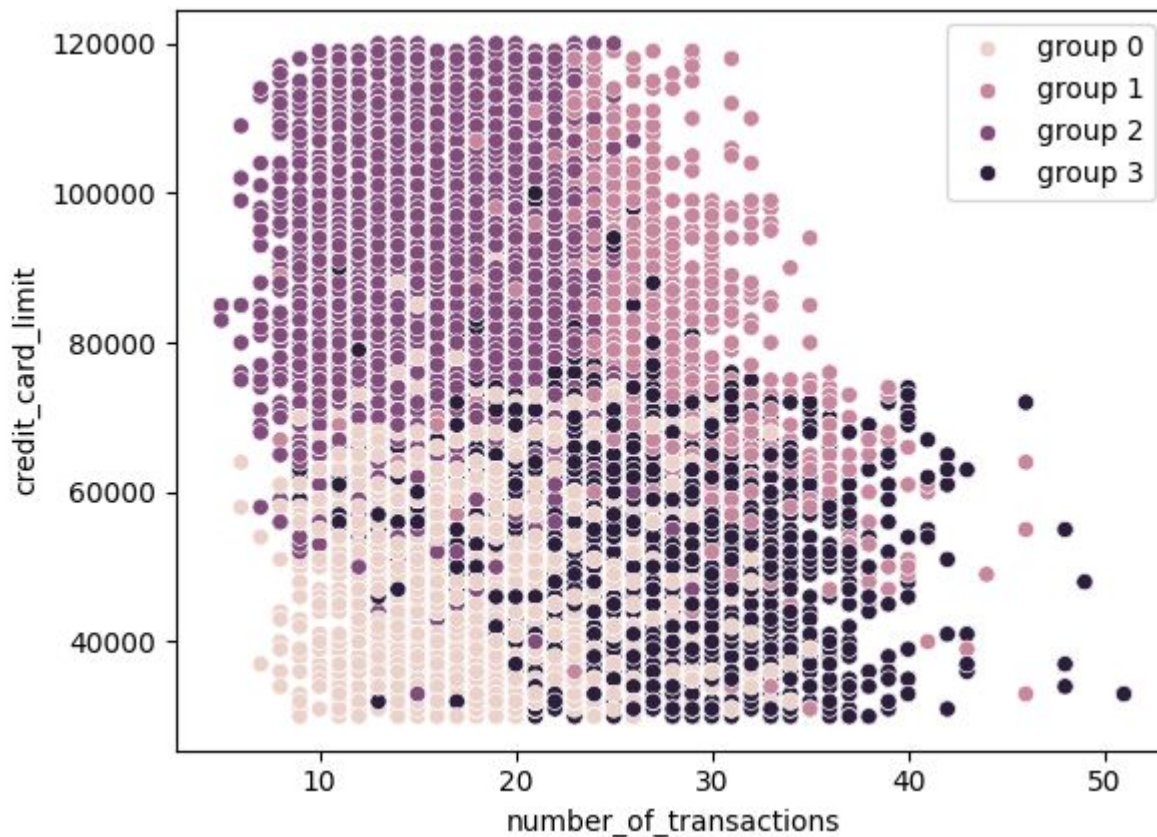
Uma estratégia baseada em dados

Adriana Laurindo Monteiro - Agosto/2025



Grupos:

0. Criando engajamento
1. Compradores frequentes de alto valor
2. Clientes fiéis, mas de gasto moderado
3. Clientes ativos de consumo intermediário





0. Criando engajamento

Clientes moderadamente engajados, com gastos médios e um relacionamento de média duração.

Estratégia: campanhas informativas de curto prazo focadas em conscientização. Sem descontos — visando manter a visibilidade e o reengajamento. Abordagem multicanal para maior exposição.

Impacto: mantém a presença da marca; incentiva o retorno de clientes inativos, aumentando potencialmente as taxas de conversão de contas inativas.



1. Compradores frequentes de alto valor

Clientes experientes e financeiramente capacitados, com fidelidade de longa data, alta frequência de compra e gastos acima da média.

Estratégia: ofertas "compre e leve" de alto valor e descontos direcionados menores. Valor mínimo e durações baixos para acompanhar seu ritmo ativo. Alcance multicanal para garantir engajamento constante.

Impacto: ofertas direcionadas e com prazo determinado impulsiona a repetição de compras, maximiza o ciclo de vida do cliente e aumenta a receita de curto prazo, fortalecendo a fidelidade.



2. Clientes fiéis, mas de gasto moderado

Clientes antigos e financeiramente estáveis, com idade média de 65 anos, frequência de compra moderada e tendência a compras menores.

Estratégia: Descontos de valor fixo que compensam gastos modestos sem grandes compromissos. Durações de 10 dias correspondem a um ritmo de compra mais lento. A distribuição pela internet e por e-mail corresponde às suas preferências de canal.

Impacto: Incentiva gastos incrementais de um segmento de menor valor



3. Clientes ativos de consumo intermediário

Clientes de longa data, moderadamente abastados e altamente ativos, com compras frequentes (mais de 25) de valor moderado.

Estratégia: Ofertas de baixa barreira, como pequenos descontos e ofertas "compre e leve". Durações curtas de 7 dias para criar urgência. Entrega multicanal para maximizar o alcance de um público adulto diversificado.

Impacto: Cria urgência para acelerar os ciclos de compra, e direciona os clientes para tamanhos de cesta maiores.