



Churn Rate

Transcrição

Depois de apresentar os dados de crescimento da empresa, queremos levantar o número de perdas de clientes. Como faremos para entender o comportamento de crescimento da sua empresa, do ponto de vista dos clientes. Sejam eles ativos, os que acessam pela primeira vez o site e o quanto temos de **churn** - taxa de clientes que abandonam a empresa.

Vamos tentar gerar alguns números que nos permitam pensar em estratégias. Precisamos ter estes tipos de números para poder contabilizar os clientes antes e depois de uma campanha de Marketing, por exemplo. Como ainda não temos os dados, teremos que calcular o **churn**.

Temos os dados do período de janeiro de 2014 até setembro de 2015, com os números de novos clientes e quantos estão ativos. Precisamos diferenciar o cliente que se cadastrou no site, daquele que está efetivamente trabalhando. Mas estas definições podem variar de uma empresa para outra. Um cliente pode ser considerado ativo se comprou nos últimos 30 dias. No caso da Jumping Cats, iremos considerar **cliente novo** aquele que se cadastrou no site ou na loja e como **ativo**, a pessoa que comprou um produto da loja.

A partir destes números, começaremos a construir quantas pessoas estão cancelando seu cadastro. Vamos ver o crescimento dos clientes ativos do mês de Fevereiro para Janeiro. A diferença será de 2.015 pessoas. No entanto, o número de cadastros foi superior: 2.602. A diferença entre os dois valores é 587. Ou seja, 587 clientes "sumiram". Na verdade, eles deixaram de comprar na Jumping Cats.

Para calcular o valor do *churn*, faremos uma conta simples: somaremos os valores dos clientes ativos de um determinado mês e depois, subtrairemos o número de novos clientes.

Meses	Novos Clientes	Clientes Ativos	587 x
1/1/2014	2,602	14,765	=C2+B2-C3
1/2/2014	3,177	16,780	
1/3/2014	3,374	19,122	
1/4/2014	2,742	20,633	

Vamos preencher todos os valores do *churn*.

Meses	Novos Clientes	Clientes Ativos	Churn(Clientes)
1/1/2014	2,602	14,765	587
1/2/2014	3,177	16,780	835
1/3/2014	3,374	19,122	1,863
1/4/2014	2,742	20,633	583
1/5/2014	3,418	22,792	1,797
1/6/2014	2,778	24,413	1,744
1/7/2014	2,804	25,447	1,440
1/8/2014	3,190	26,811	2,360
1/9/2014	3,000	27,641	2,918
1/10/2014	2,634	27,723	2,175
1/11/2014	2,514	28,182	1,970
1/12/2014	3,200	28,726	2,701
1/1/2015	2,884	29,225	1,350
1/2/2015	3,363	30,759	1,906
1/3/2015	3,220	32,216	3,326
1/4/2015	2,908	32,110	2,497
1/5/2015	2,616	32,521	3,072
1/6/2015	2,762	32,065	1,396
1/7/2015	3,276	33,431	3,046

Geralmente, o *churn* é calculado em percentual, ou seja, a quantidade de clientes relativo a base do valor anterior. Por isso, dividiremos a quantidade de clientes que saíram pelo número de clientes ativos do mês.

Cientes Ativos	Churn(Cientes)	
14,765	587	3.98%
16,780	835	4.98%
19,122	1,863	9.74%
20,633	583	2.83%
22,792	1,797	7.88%
24,413	1,744	7.14%
25,447	1,440	5.66%
26,811	2,360	8.80%
27,641	2,918	10.56%
27,723	2,175	7.85%
28,182	1,970	6.99%
28,726	2,701	9.40%
29,225	1,350	4.62%
30,759	1,906	6.20%
32,216	3,326	10.32%
32,110	2,497	7.78%
32,521	3,072	9.45%
32,065	1,396	4.35%
33,431	3,046	9.11%

Este é um cálculo de *churn* muito simples, existe várias outras formas de fazê-lo. Mas com os números que já levantamos, conseguimos ter uma noção do comportamento de cancelamentos dos clientes. Tivemos meses em que o *churn* foi maior e menor.

Empresas com mais tempo no mercado costumam ter um *churn* menor, enquanto empresas mais novas, costumam ter valores de *churn* maior. Então, é importante conhecer a empresa para analisar os dados.