

olist

DATA CHALLENGE

Squad - KPI Hunters

Alef Souza De Oliveira
Emerson Souza Dos Santos
John Kleber Lopes Leite
Lucas Vinicius Da Silva

**DO DADO À DECISÃO: COMO TRANSFORMAR
INTELIGÊNCIA EM CRESCIMENTO REAL.**

2º Semestre de 2025
MBA em Business Intelligence & Analytics – Projeto Final



Panorama Estratégico

A empresa Olist Store possui um ecossistema desafiador: mais de 96 mil clientes, mais de 99 mil avaliações e um faturamento total (produto + frete) de R\$ 15,84 milhões nos últimos ciclos analisados.

olist

Diagnóstico inicial: a operação entrega bem, mas ainda não fideliza em escala. O crescimento sustentável não virá de novos clientes, e sim de retenção e recorrência.



Alta performance operacional: 93,23% dos pedidos são entregues dentro do prazo;

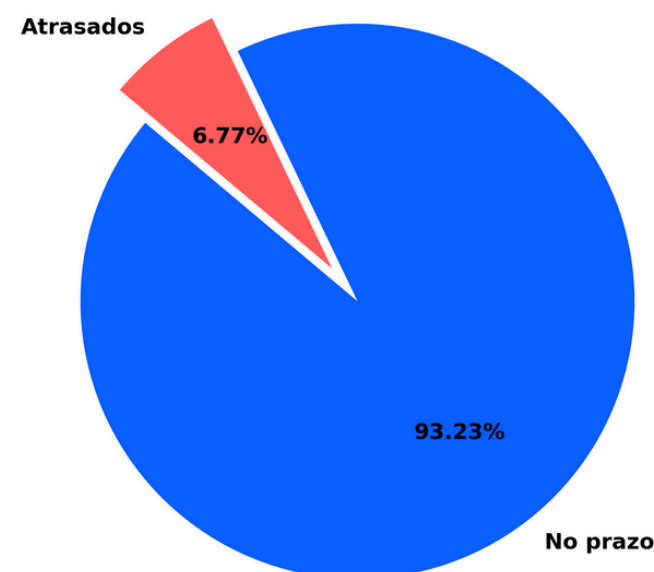


Desafios na jornada do cliente: apenas 6,7% enfrentam atrasos, mas com tempo médio de 10 dias — o que destrói a percepção de agilidade;

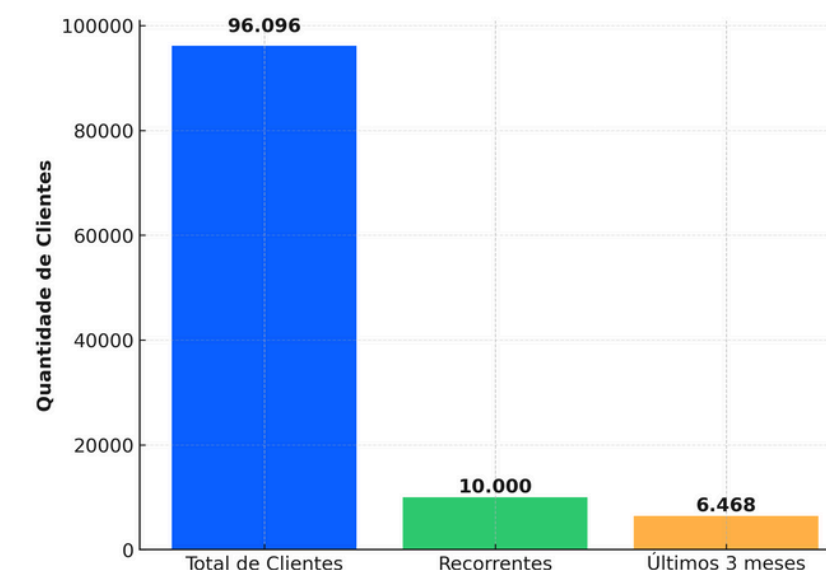


Recorrência tímida: de 96.096 clientes totais, apenas 10 mil são recorrentes e 6.468 compraram nos últimos 3 meses

Status das Entregas - Eficiência Logística



Recorrência de Clientes



Insights de Mercado



TICKET MÉDIO

Variam de acordo com a região, indo de R\$ 161,99 no Norte a R\$ 114,80 no Sudeste



PRODUTOS DE VALOR AGREGADO

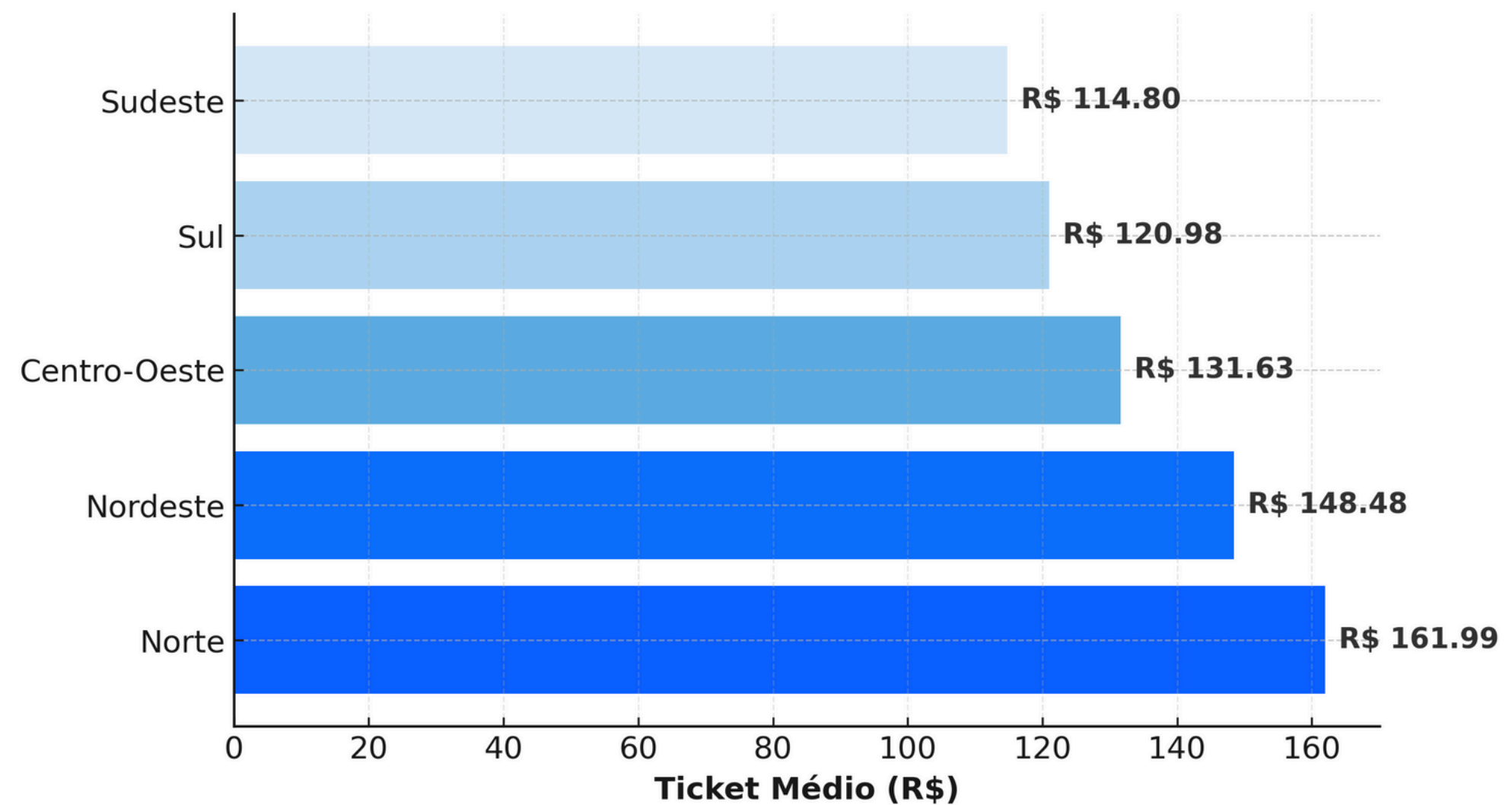
Computadores e portáteis premium puxam a média para cima (R\$ 1.098 e R\$ 624 respectivamente)



DIRECIONAMENTO

há oportunidades claras de segmentação por região e categoria. Enquanto regiões Norte e Nordeste toleram tickets mais altos, Sul e Sudeste são mais sensíveis a preço.

Ticket Médio por Região



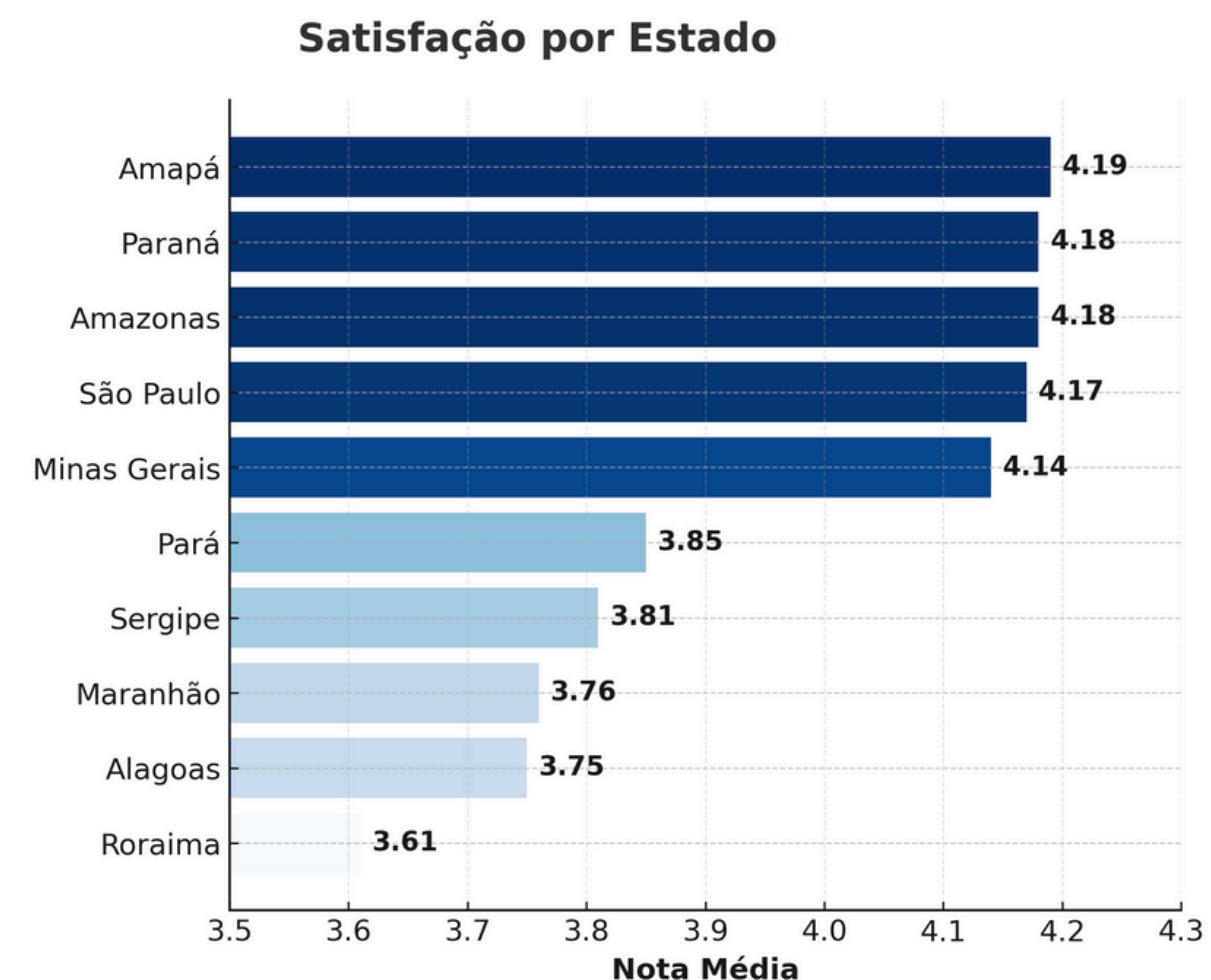
Experiência do Cliente – O Fator Invisível do Crescimento

A percepção do cliente é um ativo crítico e os dados expõem uma linha tênue entre satisfação e risco de churn.

olist

A Olist tem uma base de clientes majoritariamente satisfeita, mas precisa tratar a experiência como diferencial competitivo.

- Reduzir disparidades regionais;
- Otimizar jornada em meios de pagamentos com menor avaliação;
- Foco na elevação da média de reviews para fortalecer reputação da marca.



Operação Logística – Força e Fragilidade

Tempo médio de entrega

12 dias é competitivo no padrão nacional, mas há espaço para redução

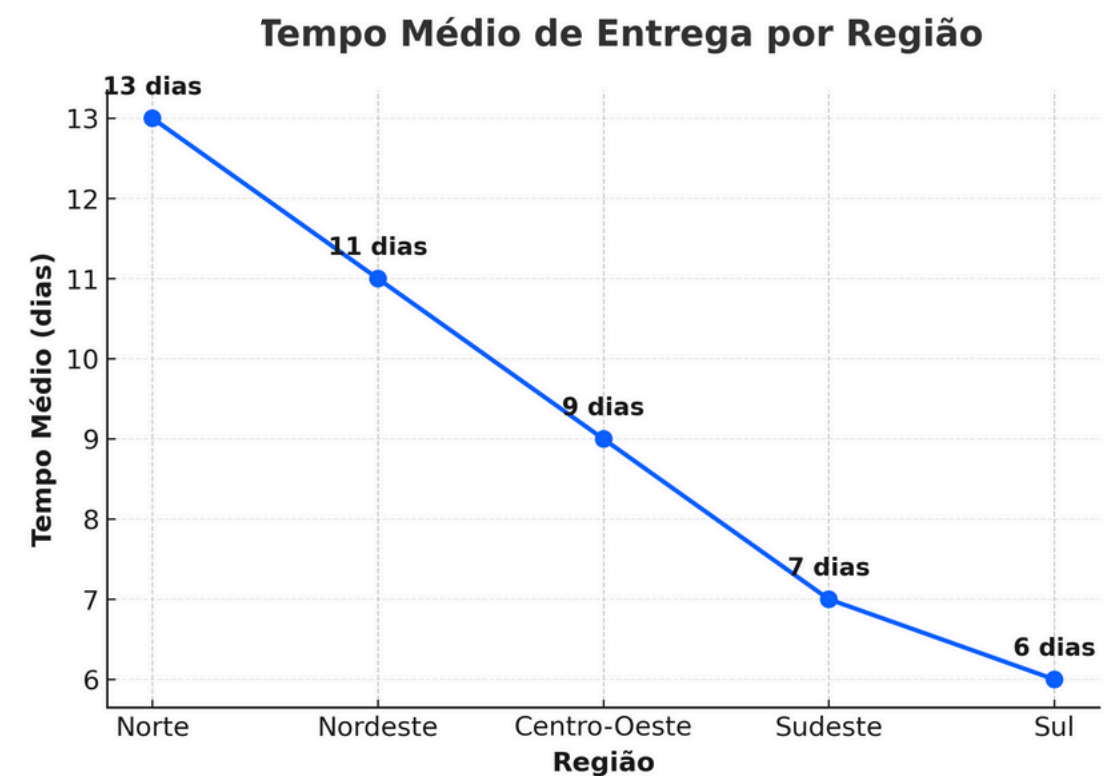
Tempo médio de atraso

10 dias quando há falha, o impacto é severo e destrutivo para a experiência



Implantar SLA por região, com metas diferenciadas conforme o tempo logístico.

Priorizar entregas críticas (primeira compra ou alto valor) para mitigar churn e elevar NPS.



Oportunidades Estratégicas



1. RECORRÊNCIA E FIDELIZAÇÃO:

Programas de fidelidade, remarketing e campanhas de pós-compra podem elevar a taxa de recorrentes que hoje é de apenas 10% em até 2x.

2. EXPANSÃO REGIONAL INTELIGENTE:

O ticket médio e a satisfação variam entre regiões, desta forma, adaptar estratégias comerciais e logísticas por cluster pode otimizar CAC e LTV.

3. OTIMIZAÇÃO DO FUNIL DE PAGAMENTO:

Métodos com menor satisfação (como boleto) devem receber atenção com UX aprimorada, incentivos e comunicação mais clara.

4. GESTÃO PROATIVA DE AVALIAÇÕES:

Aumentar a taxa de reviews acima de 4,3 gera impacto direto na taxa de conversão podendo elevar a recompra e fidelização de novos clientes.