

## **Análise RFV – BU de Cartões**

### **Slide 1 – Matriz RFV (BU de Cartões)**

A matriz RFV (Recência, Frequência e Valor) permite segmentar os clientes da BU de Cartões conforme o comportamento de uso e gasto. Abaixo, a estrutura da matriz baseada nos critérios definidos:

Recência	Frequência	Valor	Segmento
1–30 dias	+8 transações/mês	> R\$ 2.000	VIP / Engajado
31–60 dias	4–8 transações/mês	R\$ 1.000–2.000	Em abandono / Desengajado
+60 dias	Até 3 transações/mês	< R\$ 1.000	Inativo / Baixo valor

Resumo: quanto maior o score RFV (7–9 pontos), mais valioso e prioritário é o cliente para ações de retenção e fidelização.

## Slide 2 – Planejamento de Campanhas

Segmento	Objetivo	Estratégia	Ação
VIP	Reconhecer o valor	Benefícios exclusivos	Cashback e brindes acima de R\$ 500
Engajado	Manter ativo	Personalizar ofertas	Produtos recorrentes + cross-sell
Cliente novo	Criar vínculo	Boas-vindas	Cupom 10% + apresentação dos serviços
Em abandono	Evitar perda	Descontos progressivos	10% na próxima compra (30 dias)
Desengajado/Inativo	Recuperar	Ofertas agressivas e relacionamento	“Sentimos sua falta” + crédito bônus

### **Slide 3 – Métricas de Avaliação**

De negócio:

- • Taxa de conversão por campanha
- • Ticket médio antes e depois das ações
- • Migração entre segmentos RFV
- • Valor incremental gerado (abordados vs. controle)

De engajamento:

- • Taxa de abertura e cliques (e-mail, SMS, push)
- • Visitas ao e-commerce
- • Interações nas redes sociais