Modelo Conceitual – Data Mart Campanhas

DIMENSÃO DE TEMPO	DI	MENSÃO DE CLIENTES	DIMENSÃO GEOGRAFICA	
DIIVILINGAO DE TEIVIFO	Dii	VIENSAO DE CEIENTES	DIMENSAO GEOGRAFICA	
ANO	SEGN	1ENTAÇÃO_DO_CLIENTE	REGIÃO	
SEMESTRE		ID_CLIENTE	ESTADO	
MÊS	C	AMPANHAS CRIADAS	CIDADE	
DIA				
	FATO - REL	ACIONAMENTO COM CLIEN	NTES	
QTDE TOTAL DE E-MAIL DISPARADO PARA CLIENTES		TAXA DE CONVE	TAXA DE CONVERSÃO ATRAVES DO EMAIL RECEBIDO	
QTDE TOTAL DE E-MAIL DISPARADO PARA CLIENTES		% DE PESSOAS N	% DE PESSOAS NÃO CONVERTIDAS ATRAVES DO ENVIO DO EMAIL	
QTDE DE USUARIOS PERDIDOS APÓS RECEBEREM UM EMAIL		% DE PESSOAS C	% DE PESSOAS QUE TEM INTERESSE NO SEU PRODUTO	
QTDE DE USUARIOS QUE REPORTARAM E-MAIL COMO SPAN		CUSTO DE AQUI	CUSTO DE AQUISIÇÃO DE CLIENTES	
QTDE DE USUARIO QUE ACESSARAM PRODUTO/SERVIÇO ATRAVEZ DO ERMAIL RECEBIDO		ROI RETENÇÃO DE C	ROI RETENÇÃO DE CLIENTES	
QTDE DE CAMPANHAS CRIADAS X MÊS		QTDE DE NOVOS	QTDE DE NOVOS CLIENTES X CLIENTES RECORRENTES	
		-,		

Analise 01 – Mapeamento do Perfil dos Usuários

Mapear os perfil de usuários que foram convertidos através do envio do e-mail e fazer um match destes perfis com a base de usuários disponíveis para trabalhar os potenciais clientes que estão na base de dados atuais para converte-los.

Analise 02 – Utilização de dados Históricos para Criar Modelos Preditivos Produtos

Utilização de dados históricos de compra de clientes antigos, otimizando e aplicando machine learning para encontrar os padrões de consumo e assim determinar os modelos preditivos, no qual apontaremos qual será o próximo produto a ser consumido, sendo assim, com base nessas informações poderá personalizar mensagem com desconto para aproximar o cliente de uma nova compra.

Analise 03 – Calculo do Life Time Value - LTV

Utilização deste calculo para definir e estimular o potencial receita e lucro futuros gerados por um cliente. E a partir desta informação podemos priorizar grupos de usuários, clientes em potencial e qual cliente não vale a pena investir, pois além do custo elevado para manter ele, terá um curto período de vida dentro da empresa.