



# Análise do Comportamento de Compra do Cliente

Insights estratégicos de 3.900 transações para decisões de negócio orientadas por dados



VISÃO GERAL

# Dataset e Metodologia

3,9K

Transações

Compras analisadas

18

Variáveis

Características do  
cliente

4

Categorias

Produtos diversos

Dados demográficos, transacionais e comportamentais integrados para análise completa

# Preparação e Limpeza dos Dados

01

## Carregamento

Importação com pandas e exploração inicial

02

## Tratamento

Imputação de valores nulos usando mediana por categoria

03

## Padronização

Renomeação para snake\_case e remoção de redundâncias

04

## Engenharia

Criação de age\_group e purchase\_frequency\_days

05

## Integração

Conexão PostgreSQL para análise SQL



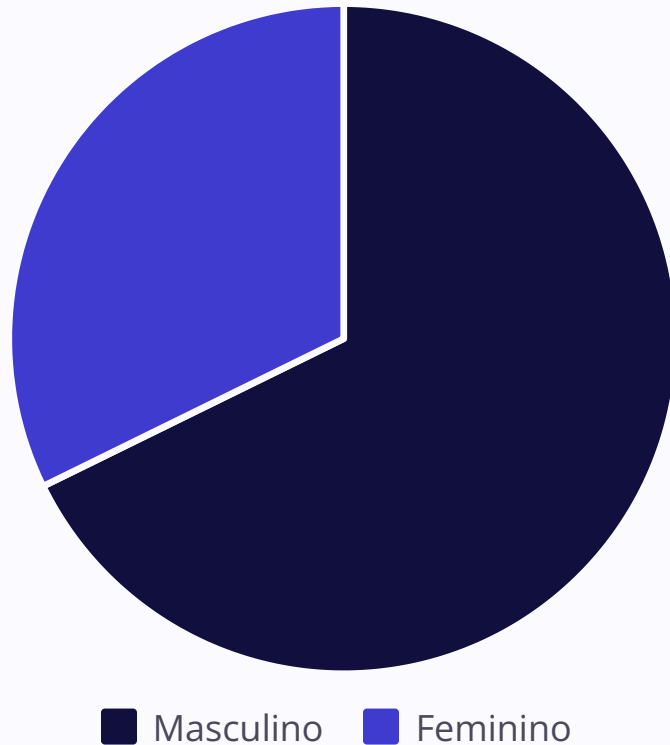
SQL

# Análise de Transações de Negócio

10 perguntas estratégicas respondidas através de queries SQL estruturadas



# Receita e Segmentação por Gênero



## Insight Chave

Clientes masculinos representam 68% da receita total

Oportunidade de expandir marketing para público feminino

# Top 5 Produtos por Avaliação



Luvas

★ 3.86



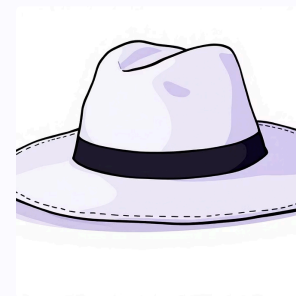
Sandálias

★ 3.84



Botas

★ 3.82



Chapéu

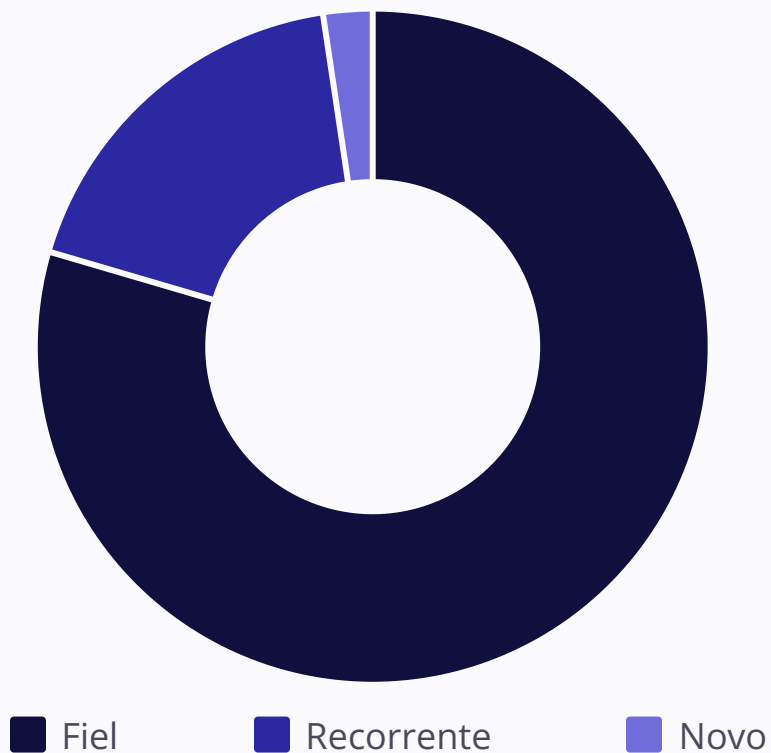
★ 3.80



Saia

★ 3.78

# Segmentação de Clientes



## Fiel

80% dos clientes com histórico consistente

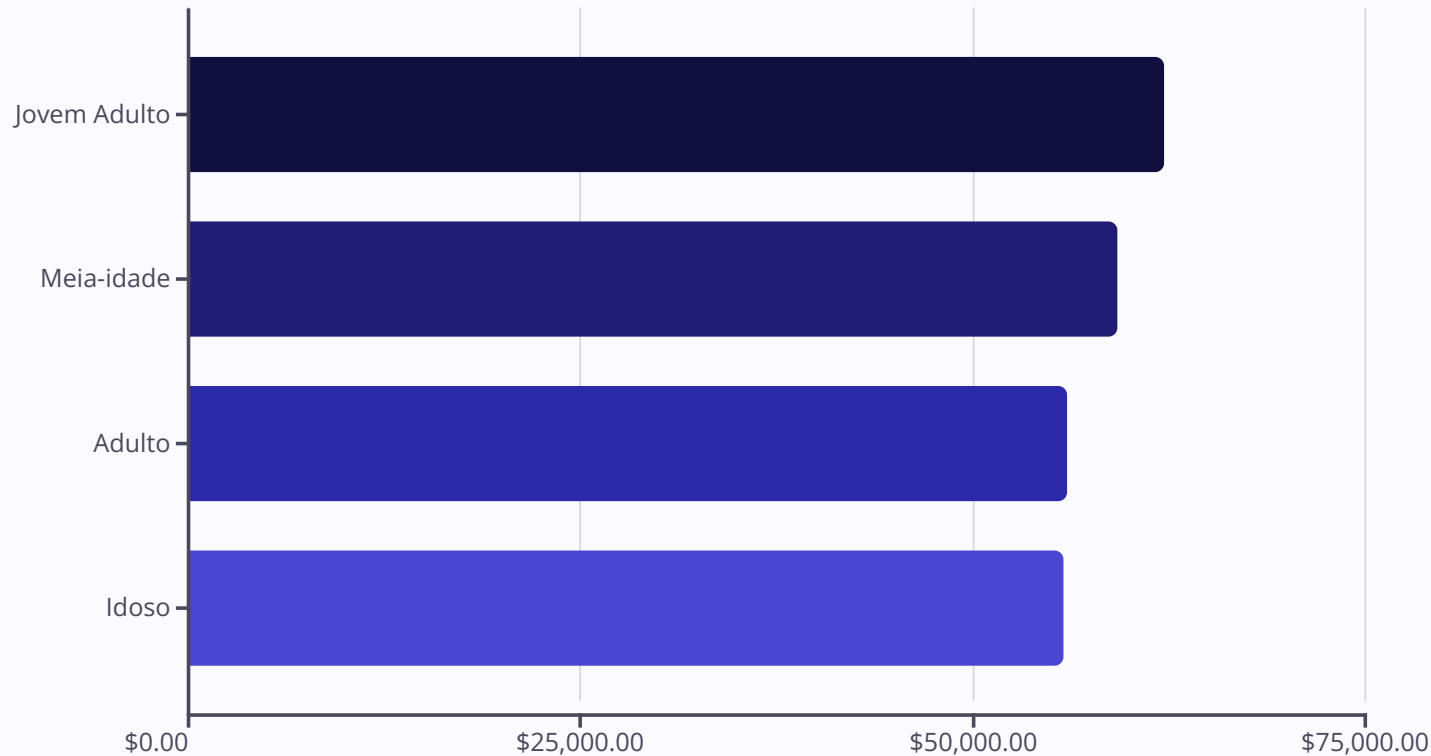
## Recorrente

18% com potencial de fidelização

## Novo

2% requerem estratégias de retenção

# Receita por Faixa Etária



## Distribuição Equilibrada

Jovens adultos lideram com \$62K em receita

Todas as faixas contribuem significativamente

Oportunidade de campanhas segmentadas por idade



# Status de Assinatura e Comportamento



## Não Assinantes

**73%** dos clientes (2.847)

Gasto médio: \$59,87

Receita total: \$170K



## Assinantes

**27%** dos clientes (1.053)

Gasto médio: \$59,49

Receita total: \$62K

- 📌 **Insight:** Compradores repetitivos com menos de 5 compras mostram alta suscetibilidade à assinatura (958 clientes identificados)

# Estratégias de Crescimento



## Impulsionar Assinaturas

Benefícios exclusivos para converter 73% de não-assinantes



## Programas de Fidelidade

Recompensar 701 compradores recorrentes



## Revisar Descontos

Equilibrar vendas com margem de lucro



## Marketing Direcionado

Focar em jovens adultos e produtos bem avaliados

