

PROBLEMA:

A empresa está atuando no escuro, sem saber ao certo qual o desempenho do produto e se o mesmo está atendendo às necessidades dos usuários.

OBJETIVO:

Explorar os dados de modo a entender o que ocorreu e o que está ocorrendo na instituição.

PONTOS RELEVANTES:

Analisando os dados na visão do ano de concessão do crédito, temos que 87% das transações (tanto em valor quanto em quantidade) vem dos clientes que abriram conta em 2018, esse percentual corresponde a aproximadamente R\$ 105M do valor transacionado e 18k do volume de transações. A safra de abertura de conta de 2018 corresponde a 45% da carteira de clientes que transacionaram dentro do período observado. Ou seja, 55% dos clientes que abriram conta após 2018 representam apenas 12% do valor transacionado.

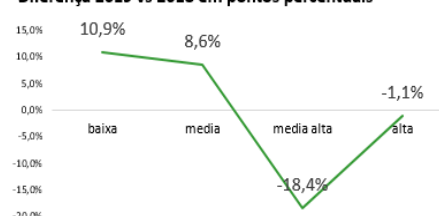
Ano Concessão	% Valor Transação	\$ Valor Transação	% Qtde Transações	\$ Qtde Transações	% Qtde Clientes	Qtde Clientes
2018	87,7%	104.759 Mil	87,8%	18.089	44,9%	122
2019	12,3%	14.624 Mil	12,1%	2.495	52,9%	144
2020	0,0%	26 Mil	0,0%	8	2,2%	6
Total	100,0%	119.409 Mil	100,0%	20.592	100,0%	272

Levando em consideração que as safras de concessão de 2018 e 2019 tiveram alto volume de clientes transacionando, o menor número de operações realizados pelos entrantes de 2019 pode ser justificada pelo diferente perfil de renda.

% de distribuição do valor de transação por Faixa Renda

Ano Concessão	Baixa	Média	Média Alta	Alta	Total
2018	28,7%	48,4%	20,5%	2,5%	100,0%
2019	39,6%	56,9%	2,1%	1,4%	100,0%
2020	50,0%	50,0%	-	-	100,0%

Diferença 2019 vs 2018 em pontos percentuais



Analisando a imagem acima, observa-se que os clientes que entraram na instituição no ano de 2019 possuem perfis diferentes, quando comparado ao ano anterior. Houve uma redução significativa de -18 pontos percentuais na aprovação de clientes dentro da faixa de renda média alta, e aumento expressivo de 10,9 e 8,6 pontos percentuais nas faixas de renda baixa e média, respectivamente. Esta mudança de perfil do público aprovado pode ter forte correlação com a redução de transações na safra aquisição de 2019.

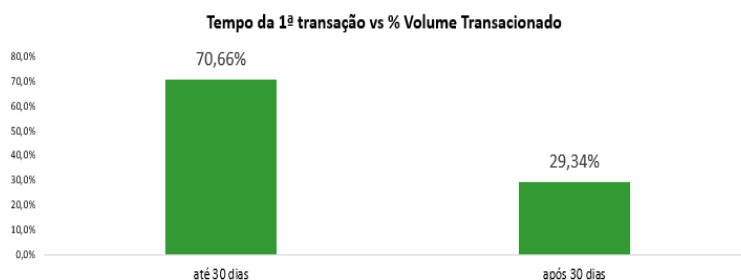
SUGESTÕES:

As sugestões foram inferidas a partir das análises apresentadas acima.

O gasto por operação nas safras de 2018 e 2019 são semelhantes, no entanto o gasto por cliente é bem distinto, por ter uma renda menor, consequentemente esses clientes possuem um limite menor no cartão de crédito e assim trazem menor receita para a empresa, poderíamos implantar um teste AB, com foco em ações de majoração de limite, principalmente em períodos de festividades (dia das mães, natal, etc.) para os clientes com baixo risco de inadimplência.

Caso verifique-se que o menor volume de transações não está relacionado ao limite concedido outra sugestão é a implantação de testes de controle nas safras onde há menor número de operações, incentivando o uso através de cashback ou outra forma de engajamento.

O estímulo através de incentivos também irá auxiliar na ativação do cartão, tendo em vista que 70% do saldo transacionado vem dos clientes que realizam a 1ª transação em até 30 dias após a concessão, os clientes que ativaram após esse período possui participação baixa no que se refere a saldo e quantidade de transações.



Outro ponto bem importante é entender o motivo pelo qual o perfil dos clientes mudou de forma tão significativa nos últimos anos. Houve mudança na política de crédito? Talvez a empresa esteja sendo rígida na política de aquisição, seria interessante analisar a situação e se possível realizar uma flexibilização.