

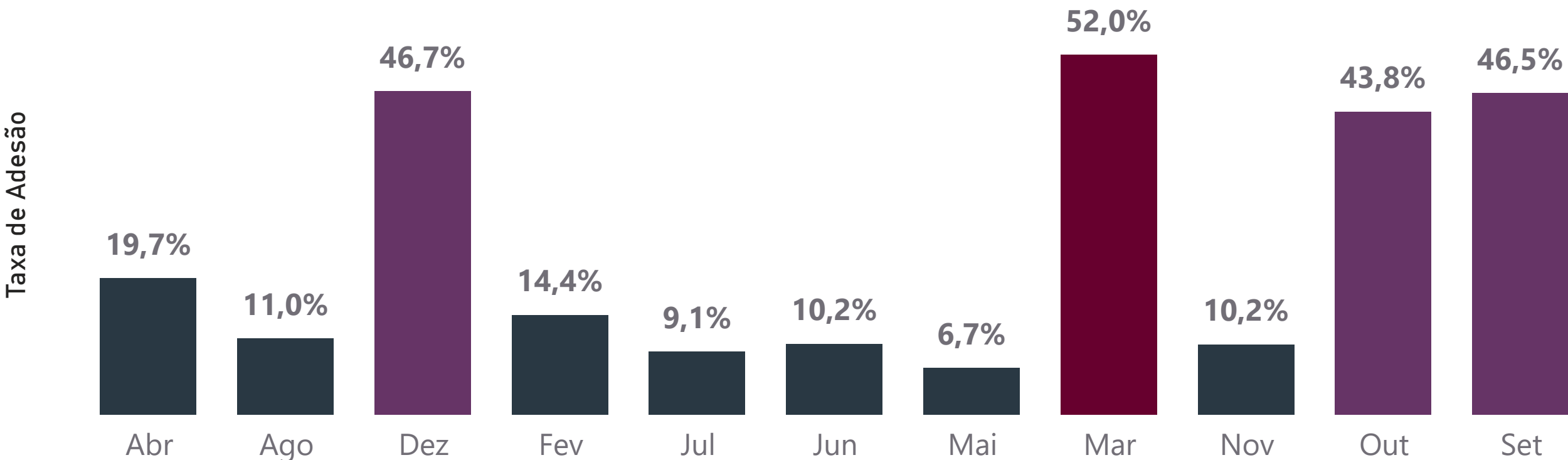
# Painel de Conversão – Campanha de Marketing Bancário

Total de Contatos  
45,21 Mil

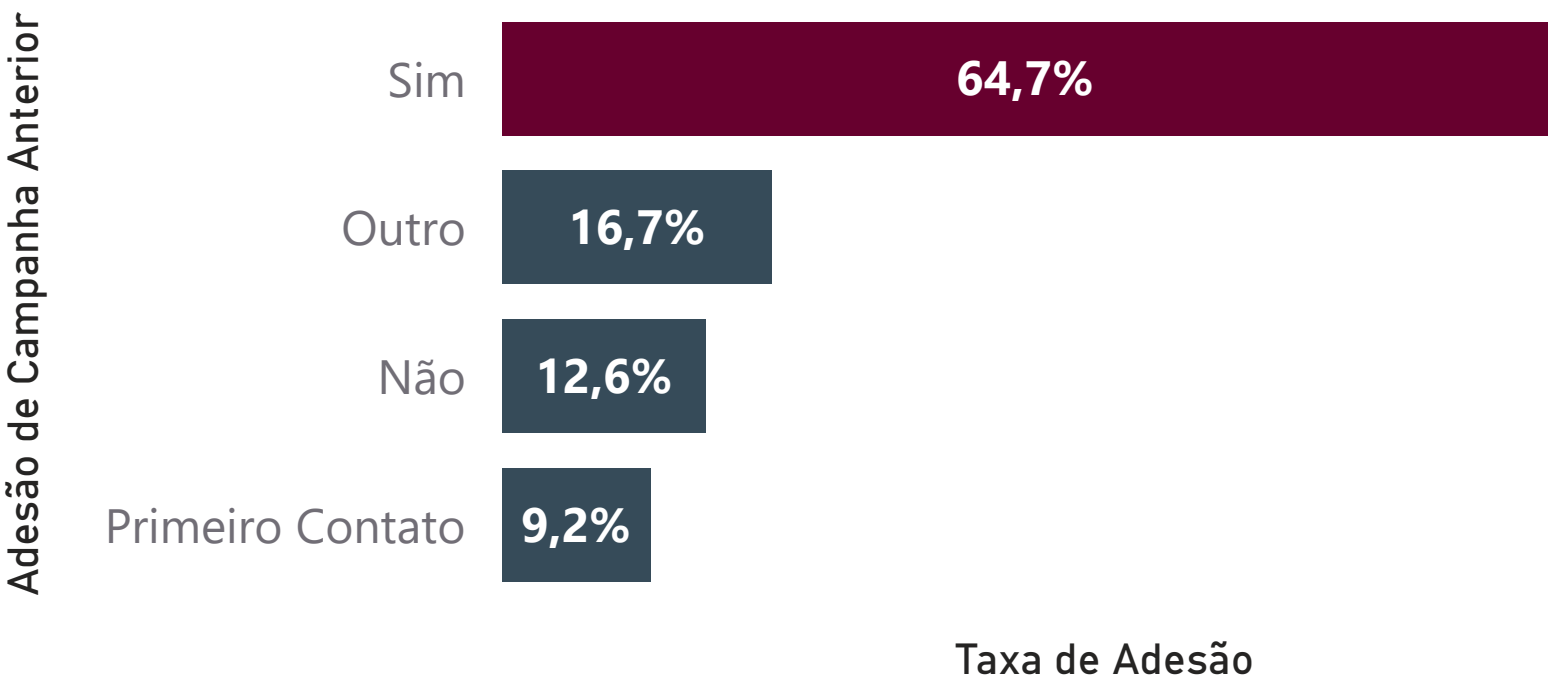
Taxa de Adesão Geral  
11,70%

Perfil com Maior Conversão: Estudantes, solteiros, e sem dívidas

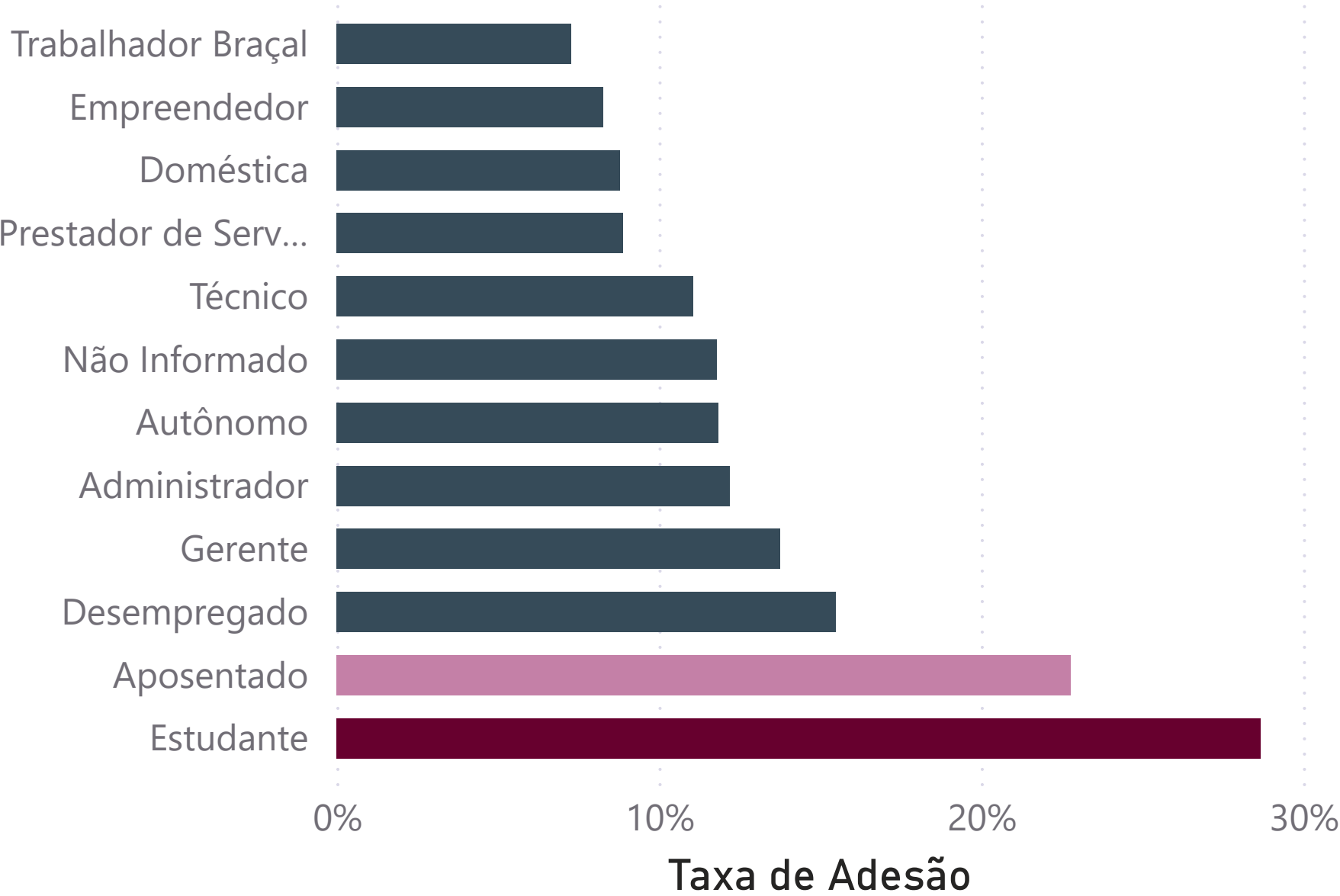
O mês de Março apresentou a maior adesão (52%), enquanto Maio foi o menor (6,7%).



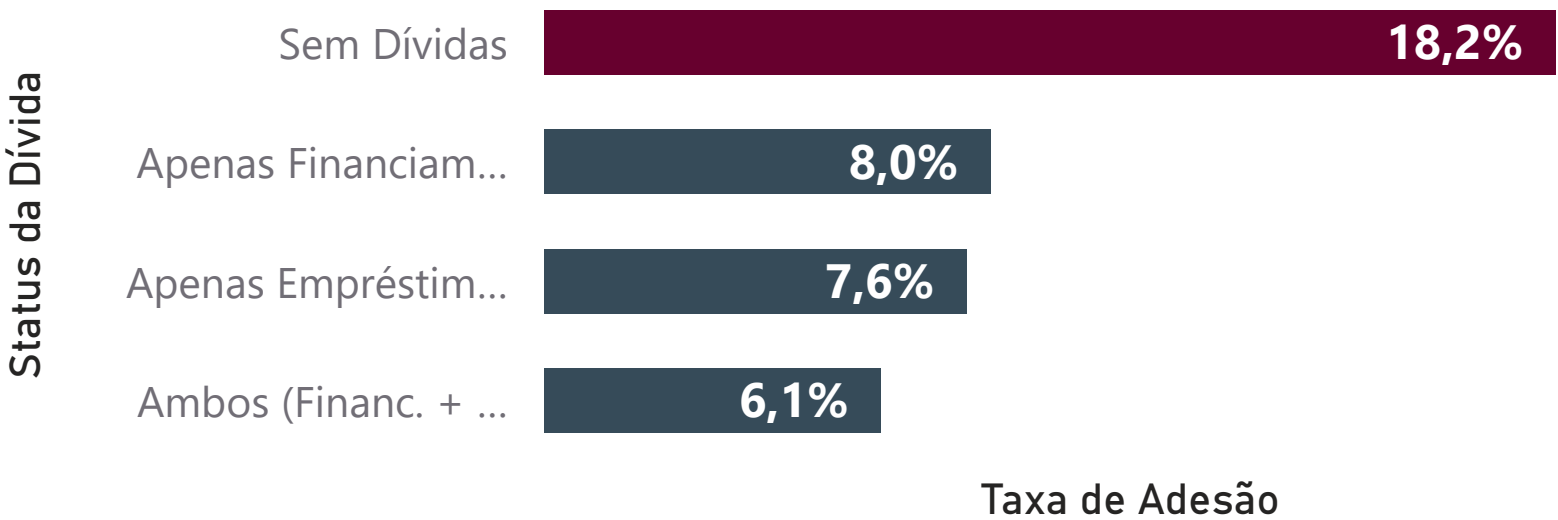
Clientes que já aderiram a campanhas anteriores apresentam cerca de 7x mais chances de nova adesão, enquanto os novos contatos convertem em ritmo bem menor.



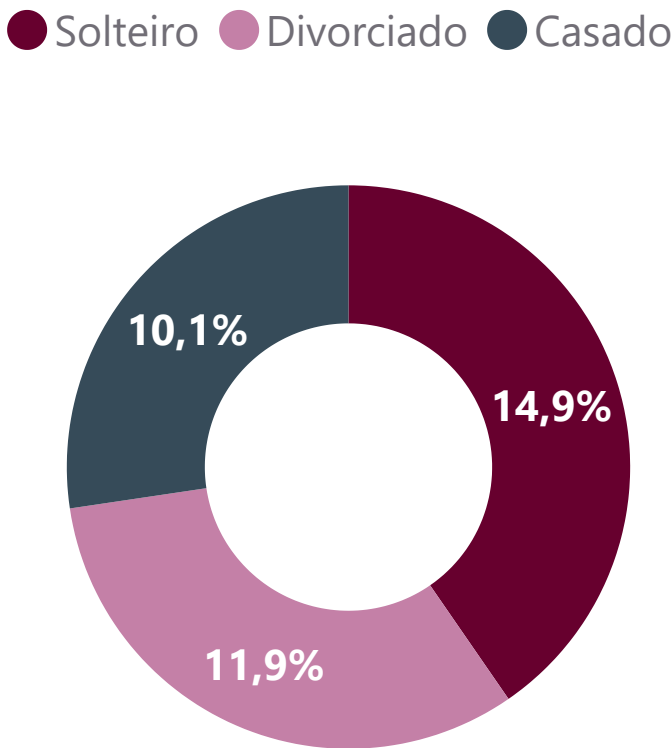
Qual Profissão tem Maior Taxa de Adesão?



Pessoas sem dívidas possuem maior tendência de adesão a um empréstimo bancário.



Pessoas não casadas possuem maior probabilidade de realizar um empréstimo.

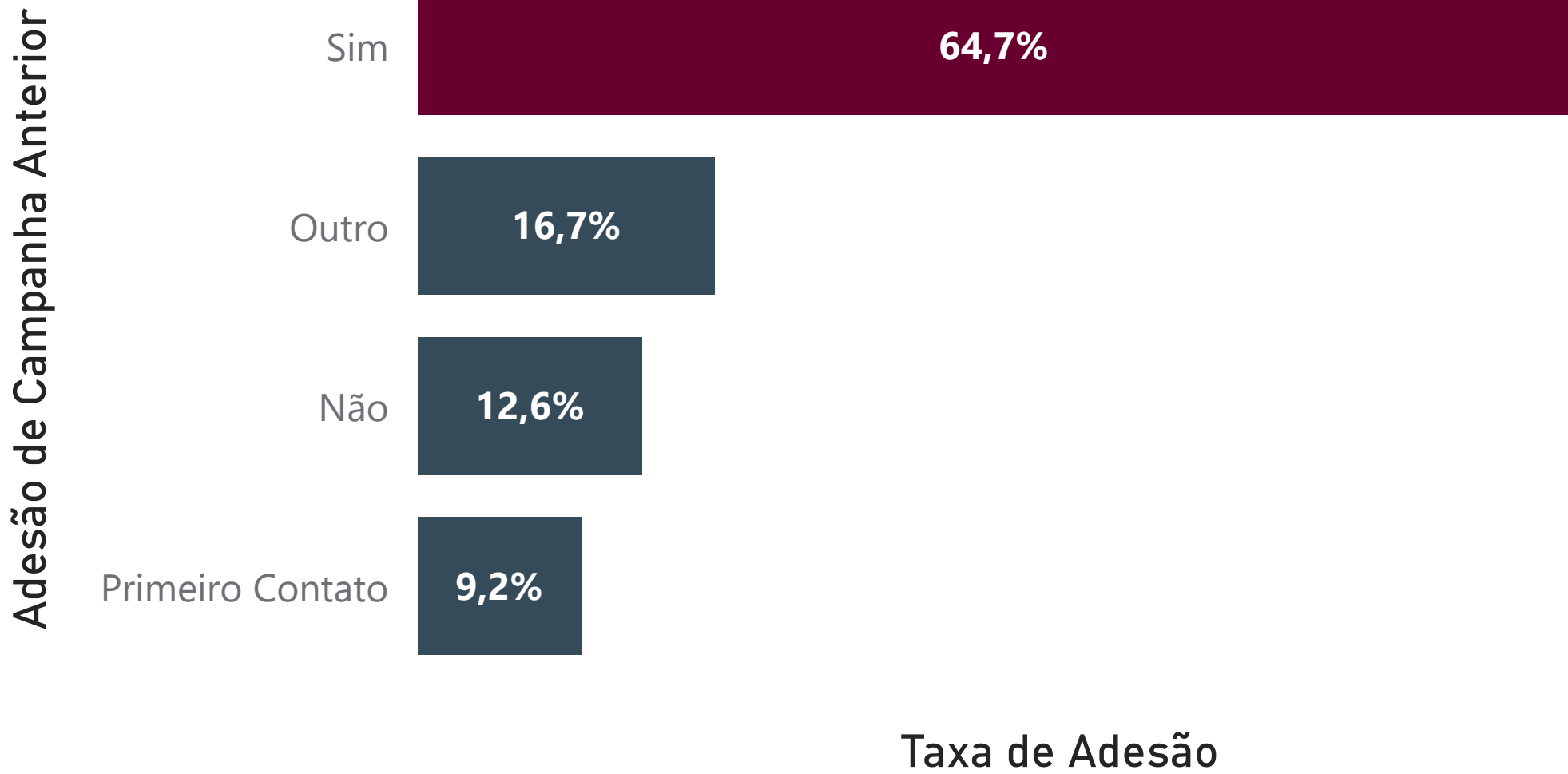


# Estratégia de Ação: Onde Focar a Campanha

## AÇÃO 1 — SEGMENTAÇÃO PRIORITÁRIA

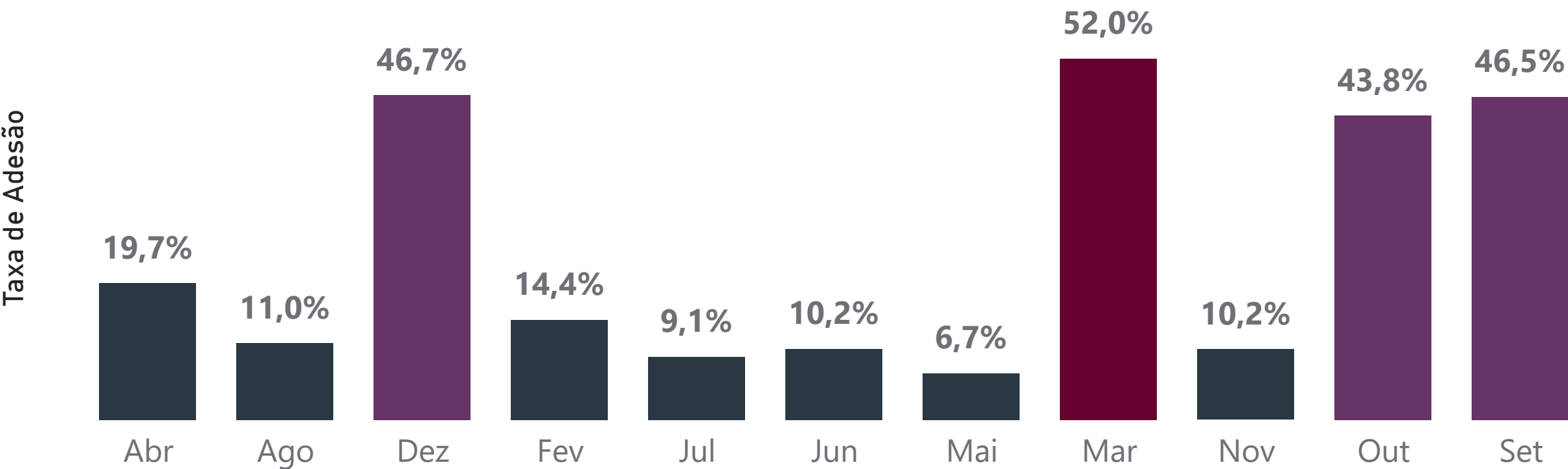
Clientes com adesão anterior: **64,7% de conversão**  
Primeiro contato: **9,2%**

**Ação recomendada:**  
**Criar uma campanha exclusiva para reestabelecer contato com clientes que já aderiram anteriormente**, com abordagem personalizada e menor volume de chamadas.



## AÇÃO 2 — TIMING ÓTIMO DE CAMPANHA

O mês de Março apresentou a maior adesão (52%), enquanto Maio foi o menor (6,7%).

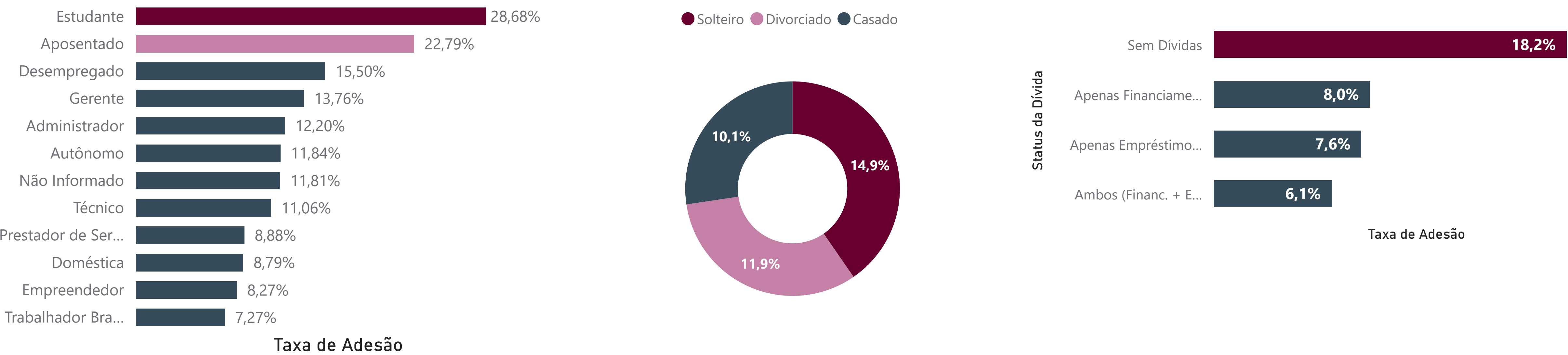


Março: **~52%**  
Maio: **~6,7%**

**Ação recomendada:**  
**Concentrar campanhas em meses historicamente mais eficientes e reduzir esforço em períodos de baixa conversão.**

# Estratégia de Ação: Onde Focar a Campanha

## Perfil com Maior Conversão: Estudantes, solteiros, e sem dívidas



Nem todo cliente vale o mesmo esforço de contato.

**Ação recomendada:**

**Priorizar leads com esse perfil em campanhas de curto prazo e alta conversão.**

**A estratégia mais eficiente não é aumentar o número de contatos, mas direcionar o esforço para perfis com maior propensão à adesão, no momento certo.**