

ifood

Case Técnico - Data Science

Isabel Gonçalves

Junho, 2025

 [/IN/ISABELFAGONCALVES](https://www.linkedin.com/in/isabelfagoncaldas)

 [GITHUB.COM/ISA3EL](https://github.com/ISA3EL)

 ISABELFAGONCALVES@GMAIL.COM



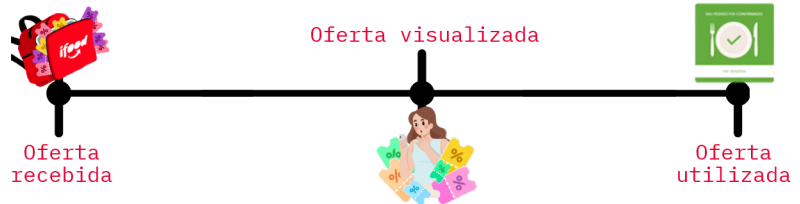
O DESAFIO



O QUE DETERMINA O SUCESSO DE UMA OFERTA?

- 💰 É o valor do desconto?
- 🕒 O momento do envio?
- 👤 O perfil do cliente?
- 🔗 Ou talvez a combinação perfeita de todos esses fatores?

A JORNADA DO USUÁRIO

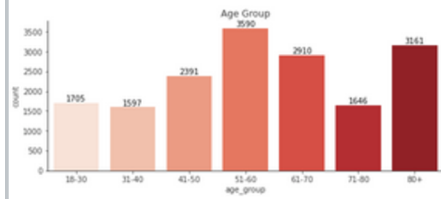


A resposta pode estar nos dados!

DADOS DISPONÍVEIS



300k eventos, 17k clientes e 10 ofertas

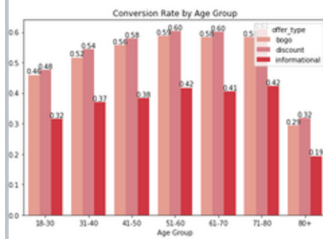
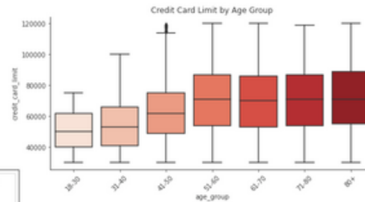


58% das ofertas enviadas são convertidas

2,6D tempo médio (dias) para visualizar uma oferta

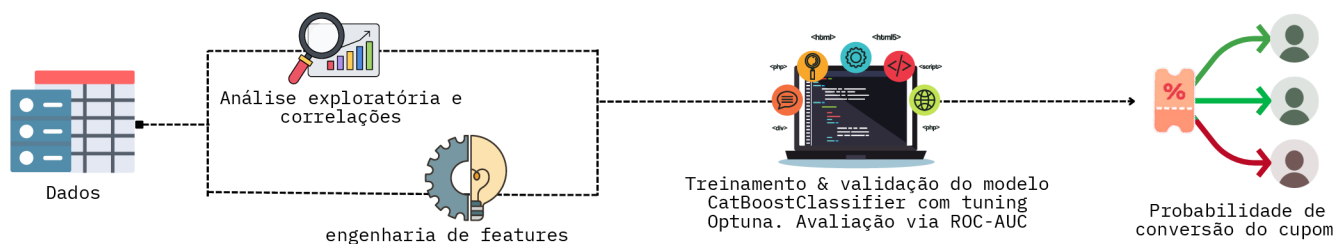
163.020 Combinações cliente-oferta **possíveis**

42,6% Combinações cliente-oferta **analisadas**





PERSONALIZANDO O ENVIO



Threeshould (T)	User reached (P>T)	Overall opportunity captured
0.9	72.04%	29.21%
0.75	80.41%	33.24%
0.6	85,03%	35,37%
0.5	87,15%	36,48%
0.4	88,79%	37,4%

CONCLUSÕES

Existem inúmeras combinações entre cliente, oferta e momento que ainda podem ser exploradas.

Ciência de dados e modelos preditivos são aliados importantes para otimizar a distribuição de cupons e aumentar o ROI.

Com a estrutura certa, podemos testar rapidamente hipóteses, ajustar estratégias e escalar decisões baseadas em evidências.

