

Apresentação Final

Objetivo do Projeto

O projeto visa fornecer insights sobre o aumento do churn em assinaturas da Petlove por meio de uma análise detalhada dos dados. A análise busca orientar a equipe na implementação de estratégias eficazes para reduzir o churn.

Metodologia

1. Exploração Geral dos Dados: Análise das distribuições de métricas cruciais, como `average_ticket`, `items_quantity`, `all_revenue`, `all_orders` e `recency`. Destacada a variabilidade em `recency`, indicando comportamentos distintos ao longo do tempo.
2. Análise de Churn: Cálculo da taxa de churn, revelando uma parcela significativa de clientes que cancelaram suas assinaturas.
3. Análise de Origens de Marketing: Contagem da origem de marketing para identificar as fontes predominantes de aquisição de clientes, fornecendo insights sobre estratégias de aquisição.
4. Análise de Churn por Origens de Marketing* Compreendendo as diferenças nas taxas de churn entre os diferentes canais de aquisição.
5. Análise de Churn por Meses* Identificando os meses com maior churn e comparando com a média geral.
6. Análise de Churn por Idade: Entendendo a relação entre a idade dos clientes e o churn.
7. Análise de Churn por Gênero: Analisando a diferença no comportamento de churn entre homens e mulheres.
8. Análise de Churn por Frequência de Pedidos: Verificando a relação entre a frequência de pedidos e o churn.

Resultados

- Distribuições de métricas cruciais: Gráficos mostrando as distribuições de variáveis como `average_ticket`, `items_quantity`, `all_revenue`, `all_orders` e `recency`.
- Taxa de Churn: Gráfico apresentando a taxa de churn calculada.
- Correlação entre `average_ticket` e `all_revenues`: Gráfico mostrando a possível relação proporcional entre `average_ticket` e `all_revenues`.
- Taxa de Churn por Origens de Marketing: Gráfico comparativo mostrando as taxas de churn das diferentes fontes de aquisição.
- Taxa de Churn por Meses: Gráfico comparativo mostrando as taxas de churn por meses.
- Taxa de Churn por Idade: Gráfico mostrando a relação entre a idade dos clientes e o churn.
- Taxa de Churn por Gênero: Gráfico mostrando a diferença no comportamento de churn entre homens e mulheres.

- Taxa de Churn por Frequência de Pedidos: Gráfico mostrando a relação entre a frequência de pedidos e o churn.

Qualidade do Código

O código está organizado em seções correspondentes às etapas da análise, facilitando a compreensão e replicação do processo. A documentação é clara e detalhada, descrevendo adequadamente a lógica de cálculos e a análise.

Visualização

As visualizações são apresentadas de forma clara, auxiliando na interpretação dos resultados. Os gráficos são fáceis de compreender e os eixos são claramente etiquetados. As ideias apresentadas são facilmente comunicadas e o projeto resolve os problemas de negócios da equipe de assinatura.

Próximas Etapas

1. Aprimoramento da Experiência do Cliente: Investir em melhorias na experiência do cliente, especialmente em áreas identificadas com maior churn, para aumentar a satisfação e engajamento.
2. Análise Detalhada de Origens de Marketing: Realizar uma análise mais detalhada das origens de marketing com taxas de churn mais altas para entender os desafios específicos em cada canal e otimizar estratégias de aquisição.
3. Incentivos e Benefícios: Introduzir programas de incentivo e benefícios direcionados a clientes mais antigos, visando aumentar a lealdade e reduzir o churn.
4. Monitoramento Contínuo: Implementar um sistema de monitoramento contínuo do churn e das métricas relevantes, permitindo a equipe tomar decisões informadas e rápidas com base nas tendências observadas.