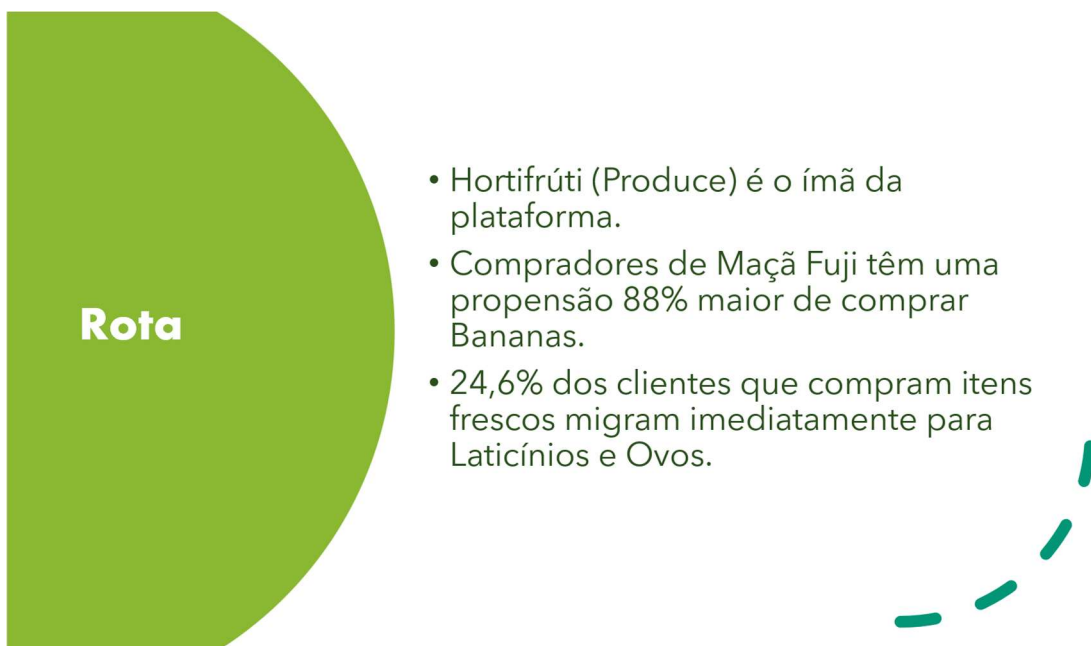


## Apresentação para equipe de marketing

Slides:



## Plano de Validação

### Otimização do Ticket Médio (Upselling)

- Hipótese: a recomendação de Bananas para quem adiciona Maças (alto Lift) reduz a fricção de compra e aumenta o número de itens por cesta.
- Ação (Teste A/B):
  1. Grupo A (Controle): recebe recomendações genéricas (ex: "Mais vendidos").
  2. Grupo B (Variante): recebe recomendação direta de Bananas logo após adicionar a Maça.
  3. Métrica de Sucesso: aumento na taxa de conversão do item recomendado.

## Plano de Validação

### Conversão de Cesta

Hipótese: clientes que iniciam a compra pelo Hortifrúti têm uma intenção de abastecimento básico. Sugerir Laticínios precocemente aumenta a probabilidade de fechamento da cesta completa na nossa plataforma.

Ação (Teste A/B):

1. Grupo A (Controle): navegação livre entre departamentos.
2. Grupo B (Variante): exibição de um banner ou "Atalho de Categoria" para Laticínios e Ovos assim que o segundo item de Hortifrúti é adicionado.
3. Métrica de Sucesso: aumento na frequência de pedidos contendo as duas categorias