

Levantamento de Requisitos: Data Driven Canvas - Locadora de Filmes

Cálculo de Aumento Percentual. Cálculo de Aumento Percentual

Para calcular o aumento percentual no número de clientes ou qualquer outra métrica que represente uma variação percentual ao longo do tempo, você pode usar a seguinte fórmula simplificada:

$$\text{Aumento Percentual} = ((\text{Valor Final} - \text{Valor Inicial}) / \text{Valor Inicial}) \times 100$$

1. Taxa de Crescimento de Clientes. 1. Taxa de Crescimento de Clientes

$$\text{Taxa de Crescimento de Clientes} = ((\text{Clientes no Final do Período} - \text{Clientes no Início do Período}) / \text{Clientes no Início do Período}) \times 100$$

2. Taxa de Utilização de Inventário. 2. Taxa de Utilização de Inventário

$$\text{Taxa de Utilização de Inventário} = (\text{Filmes Alugados no Período} / \text{Total de Filmes Disponíveis}) \times 100$$

3. Taxa de Retorno de Filmes. 3. Taxa de Retorno de Filmes

$$\text{Taxa de Retorno de Filmes} = (\text{Filmes Devolvidos após o Primeiro Aluguel} / \text{Total de Filmes Alugados}) \times 100$$

4. Lifetime Value (LTV) do Cliente. 4. Lifetime Value (LTV) do Cliente

$$\text{LTV} = \text{Valor Médio do Pedido} \times \text{Número Médio de Compras por Ano} \times \text{Tempo Médio de Retenção do Cliente em Anos}$$

5. Custo de Aquisição de Cliente (CAC). 5. Custo de Aquisição de Cliente (CAC)

$$\text{CAC} = \text{Total Gasto em Marketing e Vendas} / \text{Número de Novos Clientes Adquiridos}$$

Levantamento de Requisitos: Data Driven Canvas - Locadora de Filmes

6. Eficácia da Campanha Promocional. 6. Eficácia da Campanha Promocional

Eficácia da Campanha = $(\text{Aumento nas Vendas Durante a Campanha} / \text{Vendas antes da Campanha}) \times 100$

7. Engajamento com Programas de Fidelidade. 7. Engajamento com Programas de Fidelidade

Engajamento com Programas de Fidelidade = $(\text{Número de Clientes que Participam do Programa} / \text{Total de Clientes}) \times 100$

8. Taxa de Conversão de Ofertas Personalizadas. 8. Taxa de Conversão de Ofertas Personalizadas

Taxa de Conversão = $(\text{Clientes que Alugaram após Oferta} / \text{Total de Ofertas Enviadas}) \times 100$

9. Índice de Satisfação do Cliente (CSI). 9. Índice de Satisfação do Cliente (CSI)

CSI = $(\text{Total de Pontos de Satisfação} / \text{Número Máximo de Pontos Possíveis}) \times 100$

10. Net Promoter Score (NPS). 10. Net Promoter Score (NPS)

NPS = Porcentagem de Promotores - Porcentagem de Detratores

11. Tempo Médio de Resposta. 11. Tempo Médio de Resposta

Tempo Médio de Resposta = $\text{Soma dos Tempos de Resposta} / \text{Número de Solicitações}$

12. Tempo de Processamento de Dados. 12. Tempo de Processamento de Dados

Tempo de Processamento de Dados = $\text{Tempo para Coleta} + \text{Tempo para Processamento} + \text{Tempo para Disponibilização}$

13. Eficiência do Inventário. 13. Eficiência do Inventário

Levantamento de Requisitos: Data Driven Canvas - Locadora de Filmes

Eficiência do Inventário = $(\text{Tempo Médio até o Aluguel de um Novo Filme} / \text{Tempo Total Observado}) \times 100$

14. Índice de Precisão de Previsão. 14. Índice de Precisão de Previsão

Índice de Precisão de Previsão = $(\text{Número de Previsões Corretas} / \text{Total de Previsões Feitas}) \times 100$

15. Alcance de Mercado. 15. Alcance de Mercado

Alcance de Mercado = $(\text{Número de Lojas Atuais} / \text{Número de Lojas Potenciais}) \times 100$

16. Impacto das Novas Lojas. 16. Impacto das Novas Lojas

Impacto das Novas Lojas = $(\text{Desempenho das Novas Lojas em Relação às Metas} / \text{Metas Estabelecidas para Novas Lojas}) \times 100$

17. Feedback de Pesquisa de Mercado. 17. Feedback de Pesquisa de Mercado

Feedback de Pesquisa de Mercado = Análise Qualitativa dos Dados Coletados

Conclusão. Conclusão

Cada métrica tem um propósito específico e contribui para uma visão holística do desempenho da locadora de filmes. Algumas métricas requerem a coleta de dados qualitativos e análise subsequente, enquanto outras são baseadas em cálculos quantitativos diretos.