



Data Analytics

Jackson Dias Savitraz
Wagner Cristian de Siqueira

Insights extraídos após análise
de **CHURN** dos contratos da
empresa **XYZ LTDA**



Sumário

1. O que é CHURN
2. A Empresa
3. Acompanhamento de Publicações
4. Análise dos Dados
5. Insights
6. Dataset



1. O que é CHURN

É uma métrica que indica o número de clientes que cancelam em um determinado período.

Churn = total de clientes cancelados



2. A Empresa

XYZ LTDA é uma empresa que oferece um sistema on-line (SAAS) para escritórios de advocacia e departamentos jurídicos acompanharem as publicações dos diários da justiça de todo o Brasil.

ERP utilizado: TOTVS (Protheus)

Clientes: escritórios de advocacia e departamentos jurídicos



3. Acompanhamento de Publicações

Este é o serviço principal oferecido pela empresa.

Diário da Justiça Eletrônico é o instrumento de comunicação oficial, publicação e divulgação dos atos judiciais.

Ao invés do advogado ler diariamente o diário da justiça em busca das movimentações do seu processo, a empresa **XYZ LTDA** realiza diariamente este trabalho com maior velocidade e segurança.

As publicações, quando encontradas, são enviada por e-mail e disponibilizada no site da empresa com acesso restrito.



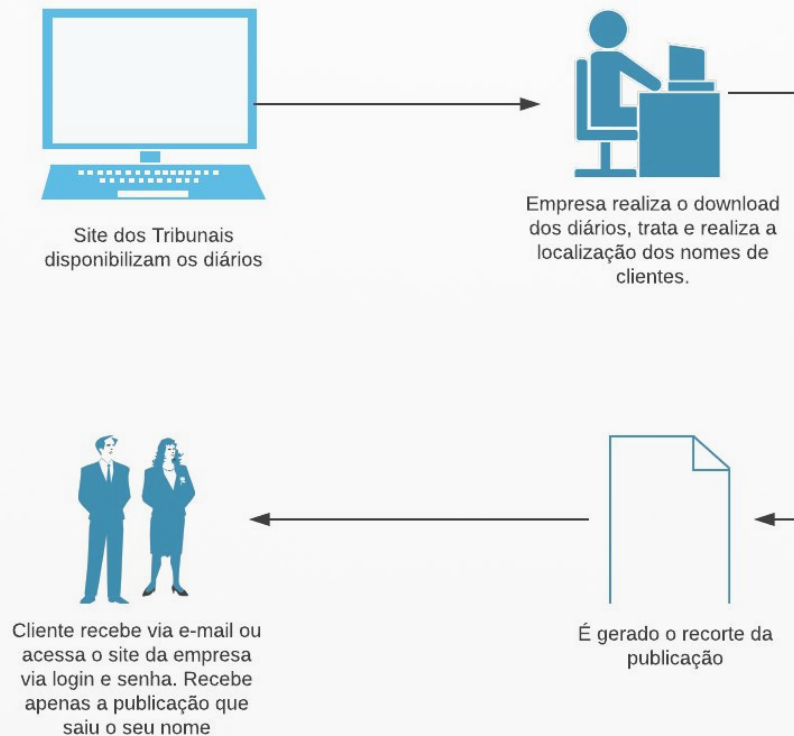
3. Acompanhamento de Publicações

Atualmente são lidos todos os Diários da Justiça do Brasil gerando as seguinte demandas:

- Mais de 190 diários lidos por dia;
- Mais de 32 mil e-mails enviados diariamente;
- Mais de 20 mil advogados atendidos.

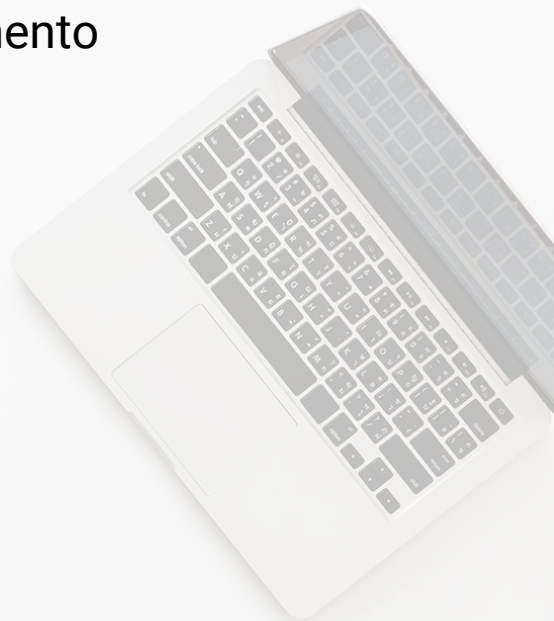


3. Acompanhamento de Publicações

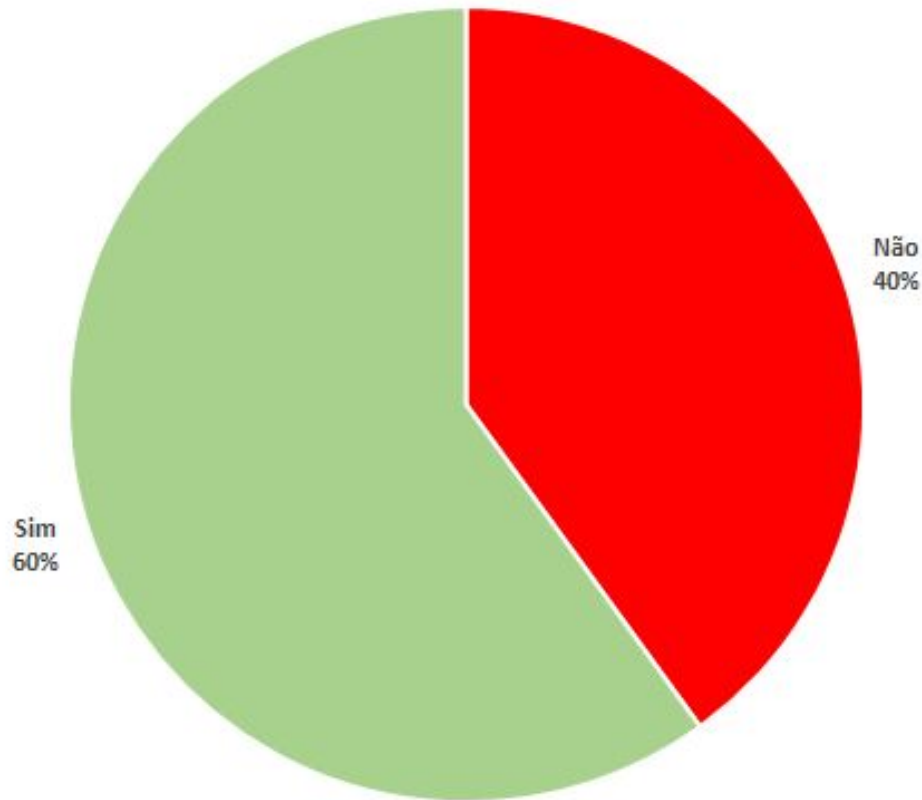


4. Análise dos Dados

Os dados para esta análise foram extraídos do sistema de ERP Protheus da TOTS com informações de registros de cancelamento no período de **2015** a **2018**, totalizando **1.664** registros.

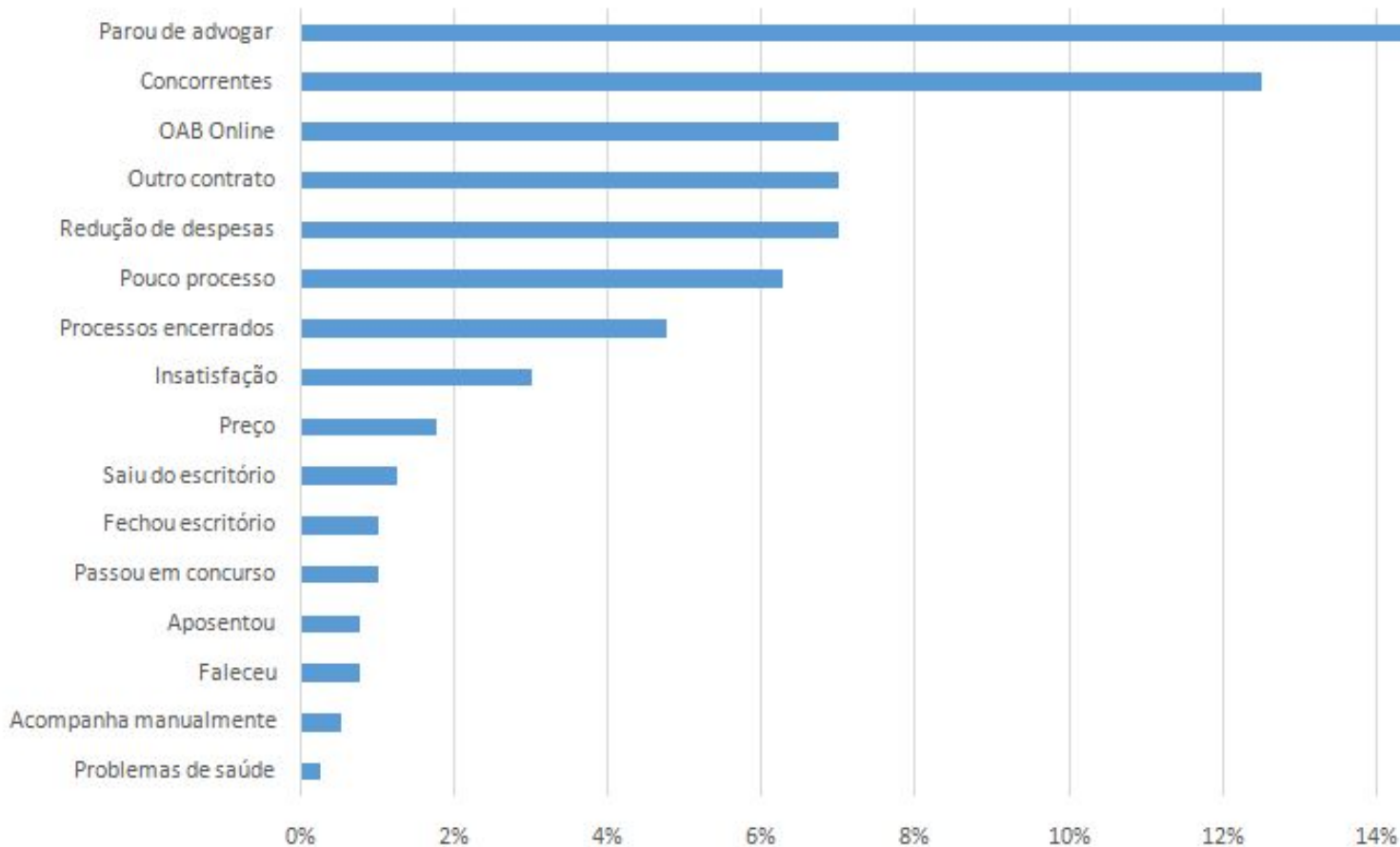


Informou Motivo?



Os registros de cancelamento possuem **40%** com preenchimento do motivo de cancelamento “**NÃO QUIS INFORMAR**”.

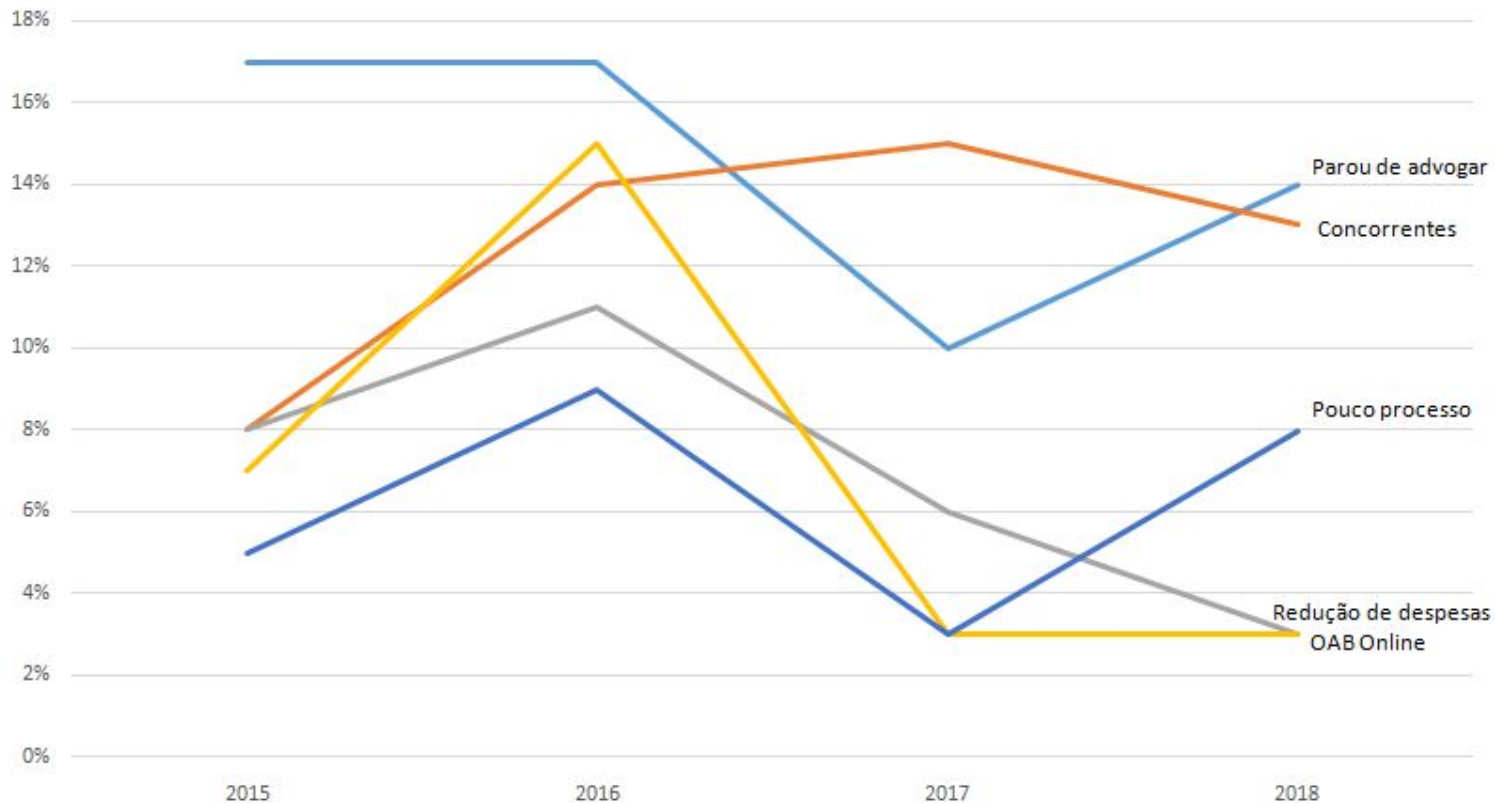
Motivos de Cancelamento



São **16** motivos de cancelamento possíveis para escolha do atendente que procedeu com o registro do cancelamento.

Principais Motivos de Cancelamento

Os **5** principais motivos para cancelamento podem ter sua tendência analisada através dos anos de **2015 a 2018**.

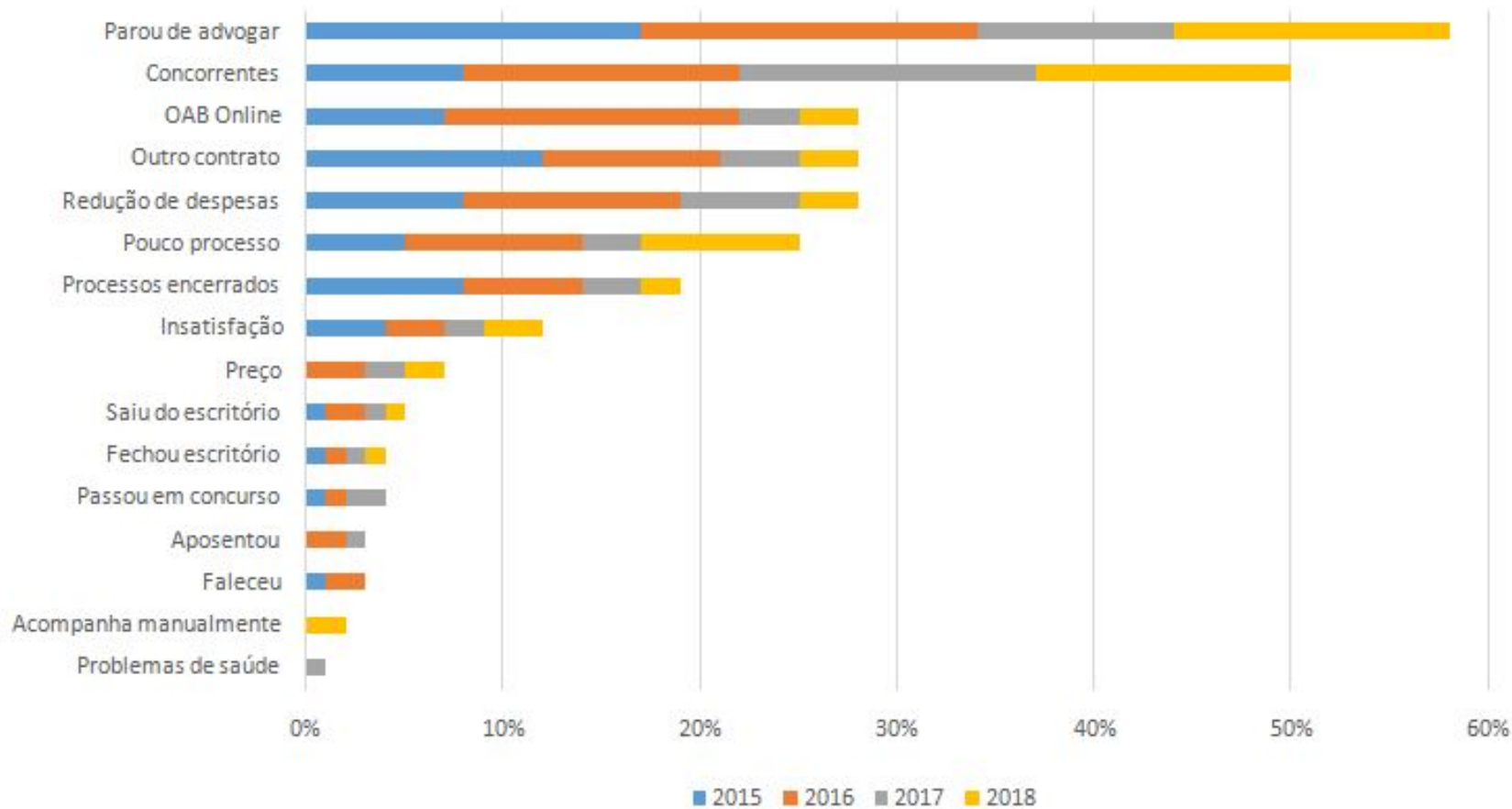


Cancelamentos por Mês

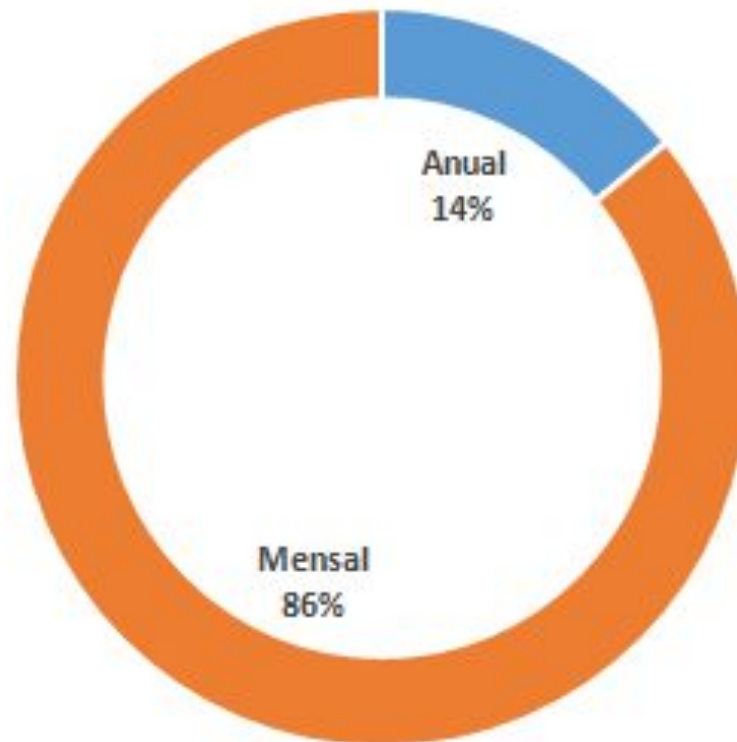


Podemos observar que o pico de cancelamento ocorrem nos meses de **Junho, Agosto e Outubro.**

Cancelamentos por Ano



Cancelamento por Plano



A título de informação complementar, apenas **14%** dos registros de cancelamento eram assinantes do plano anual.

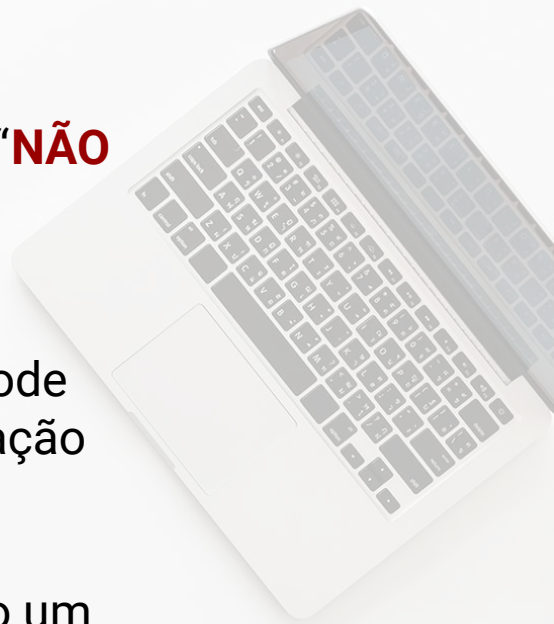
5. Insights

Ficou evidente que disparadamente o fator “**NÃO QUIS INFORMAR**” liderou os “motivos” de cancelamento.

Fato que se formos para uma análise mais profunda, o termo “**NÃO QUIS INFORMAR**” não pode ser considerado um motivo de cancelamento.

O motivo “**INCLUSÃO EM OUTRO CONTRATO**” também não pode ser considerado um motivo de cancelamento e sim uma alteração contratual.

O motivo “**INSATISFAÇÃO**” também não pode ser considerado um motivo de cancelamento. O que ocasionou a insatisfação?



5. Insights

Após extrair tais análises, ficou evidente o pouco esforço colocado para se coletar o real motivo do cancelamento.

Também é notável a necessidade de atualizar a lista de **motivos de cancelamentos** para tentar ser o mais detalhista possível.

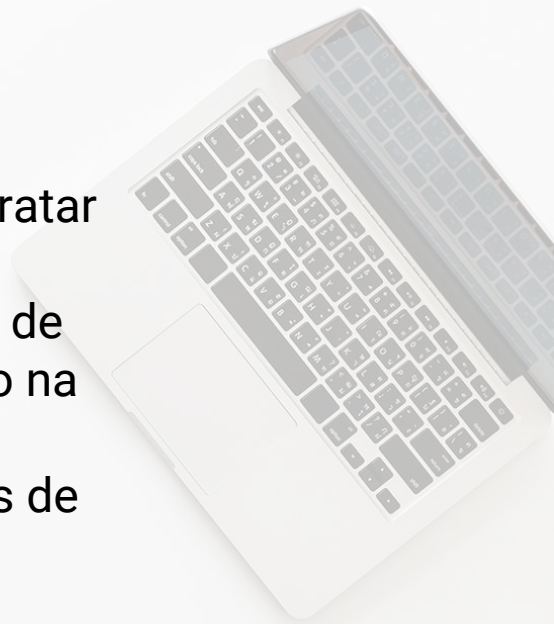
Um exemplo: Excluir o motivo de cancelamento **“CONCORRENTE”**. Se o cliente foi para um concorrente é porque existe um real motivo, ou seja. o termo concorrente seria uma informação adicional para detectarmos quem está penetrando em nosso mercado.



5. Insights

Uma das ações após análise dos dados foi o início da criação de um setor de Customer Success (CS) que tem como objetivos:

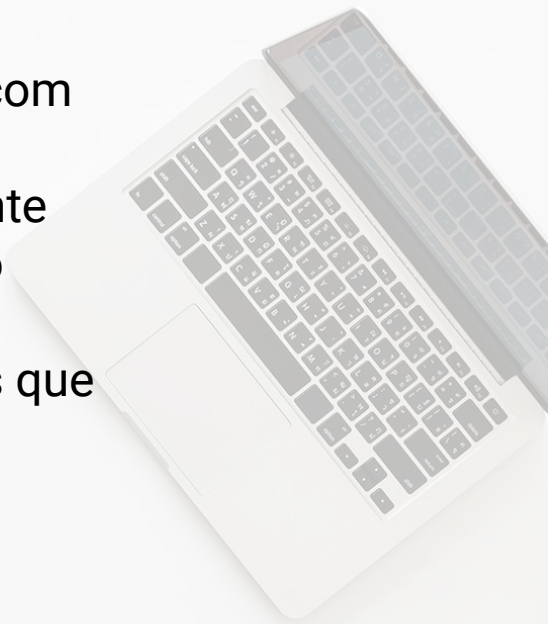
- Focar a experiência do cliente;
- Proporcionar que o cliente consiga o seu objetivo ao contratar o software (enxergar valor no produto);
- Definir indicadores de engajamento de usuários: Exemplo de um usuário engajado em nosso contexto seria seu acesso na ferramenta de segunda a sexta. Ao monitorar indicadores como este conseguimos antecipar o CHURN e as chances de reter o cliente será maior;
- Treinamento constante da equipe.



5. Insights

Adotamos métricas para monitorar a nossa base de clientes:

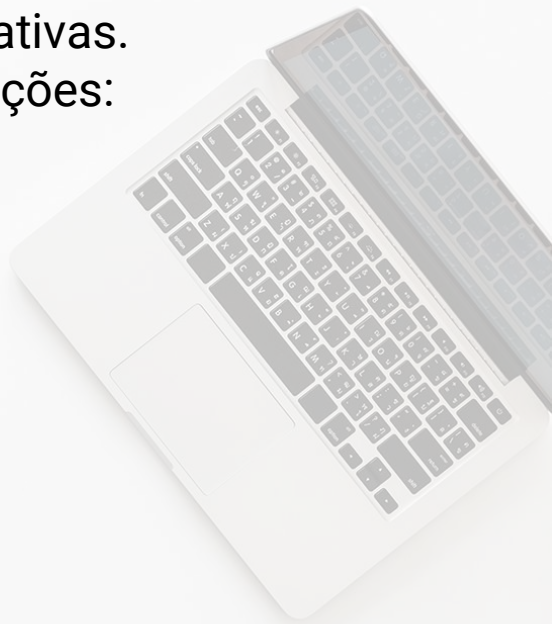
- NPS (Net Promoter Score): Mede a satisfação do cliente com perguntas simples porém valiosas;
- Health Score - Essa métrica é usada para “pontuar” o cliente através de um score. O objetivo é tomar ações efetivas ao longo do tempo contra o churn para saber quem são os clientes com o maior risco de cancelamento e também os que precisam de maior atenção.



6. Dataset

Por questões de sigilo, o nome da empresa foi alterado e os dados não apresentam valores de contrato - apenas informações quantitativas. O arquivo está em formato CSV e possui as seguintes informações:

- Ano do cancelamento;
- Mês do cancelamento;
- Motivo do cancelamento;
- Plano de assinatura.



FIM

