

Análise de Dados de Clientes: Insights e Tendências

Este relatório apresenta uma análise abrangente dos dados de clientes, revelando padrões de consumo, eficácia de campanhas de marketing e comportamentos de compra. Os insights obtidos podem orientar estratégias futuras de negócios.

Distribuição Salarial e Gastos com Eletrônicos

Salário Médio

R\$ 51.626,38, com a maioria ganhando entre R\$ 30.000 e R\$ 70.000.

Gasto Médio em Eletrônicos

R\$ 268,83, com predominância de compras entre R\$ 1 e R\$ 100.

Preferências de Compra por Categoria



1

Eletrônicos

Forte relação com compras pela web.

2

Móveis

Mais associados às compras via catálogo.

3

Lojas Físicas

Principal ponto de compras, representando 46% do total.



Eficácia das Campanhas de Marketing

Desempenho Geral

Nenhuma das cinco campanhas foi bem-sucedida.

Engajamento

Maioria dos clientes não fez compras durante as campanhas.

Ação Necessária

Revisão das abordagens para aumentar a taxa de conversão.



Influência da Escolaridade nos Gastos

1

Ensino Superior

Gastos significativamente maiores em todas as categorias.

2

Ensino Médio

Gastos moderados em comparação com outros níveis.

3

Primeiro Grau

Menores gastos em todas as categorias analisadas.

Perfil de Alto Consumo em Eletrônicos



Nível Superior

Maior escolaridade associada a gastos elevados.



Solteiros

Estado civil influencia positivamente o consumo.



Sem Filhos

Ausência de filhos em casa relacionada a maiores gastos.

Evolução das Compras ao Longo do Tempo

Ano	Destaque
2023	Maior número de cadastros
2022	Maior volume de compras
2018	Menor número de transações

Fundky			Bicula			Tially		
Sundry	Mat	Say	Sundry	May	Say	Sunday	Way	Say
			165		1154			
116	19	233	160	18	2017	178	223	785
175			272	34	201	159		252
								234
163	100	285	167	24	2313	178		267
2111	207	237	282	239	2115	259	259	260
270			259			200		



Style Save

Frequency pattern

Unious

Alpsales

Cartists

Weagners

Bluebery

Shogners

Frequência de Compras e Reengajamento

1

Intervalo Médio

44 dias desde a última transação.

2

Faixa Comum

Maioria dos clientes compra entre 22 e 66 dias.

3

Oportunidade

Desenvolver campanhas focadas em intervalos específicos.

Análise Geográfica de Compras



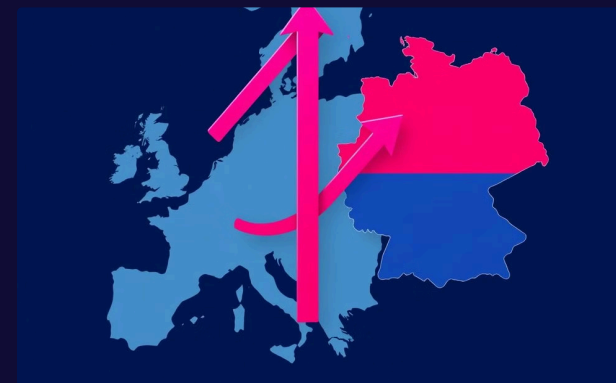
Líderes em Volume

Estados Unidos e Espanha lideram em número de compras.



Compras Recientes

Brasil e Portugal têm clientes com compras mais recentes.



Oportunidades

Portugal e Alemanha representam potencial de crescimento.

Perfil de Cliente de Alto Valor

Renda

Salários mais altos, especialmente com doutorado e ensino superior.

Estado Civil

Predominantemente solteiros e divorciados, sem filhos em casa.

Engajamento

Mais responsivos a campanhas de marketing.

Preferências

Tendem a gastar mais em eletrônicos e móveis.

