

IFOOD CRM DATA ANALYST CASE



Natália Antunes

AGENDA

Objetivo

Apresentação da Companhia

Apresentação Analítica da Campanha

Próximos Passos

Objetivo

O objetivo deste case é auxiliar o departamento de Marketing nas tomadas de decisões e adoção novas estratégias para as campanhas futuras.





SOBRE A EMPRESA

Apresentação da companhia e seus objetivos

A Empresa

- Companhia consolidada no ramo de varejo alimentício fornecendo atendimento para aproximadamente 1 MM de clientes/ano.
- Os produtos vendidos se distribuem em 5 principais categorias: Vinhos, carnes raras, frutas exóticas, peixes e doces.
- Produtos divididos em duas categorias: "Gold" ou regular.
- Três canais de venda: lojas físicas, catálogos e online.

Expectativas

- Nos últimos 3 anos a empresa teve resultado financeiro saudável, porém perspectivas para os próximos anos não são boas.
- Para contrariar as baixas previsões para os próximos 3 anos o departamento de Marketing solicitou auxílio nas tomadas de decisões e adoção novas estratégias.
- As seguintes expectativas para a próxima campanha de marketing:
 - Maximizar o lucro da campanha
 - Auxílio no direcionamento estratégico de clientes que tenham uma maior chance de aquisição do novo Gadget
 - Estudar as características dos clientes que desejam comprar o gadget.



APRESENTAÇÃO ANALÍTICA

Apresentação dos resultados da última campanha

Campanha Piloto

- Público alvo: campanha piloto realizada selecionando aleatoriamente 2.240 clientes.
- Forma de contato: clientes contatados por telefone para a aquisição do gadget.
- Taxa de sucesso: 15%
- Custo: 6.720MU
- Lucro: -3.046MU

CAMPANHA PILOTO

Clientes Abordados

2.240

Custo Total
Campanha

6.720

Lucro Campanha

-3.046

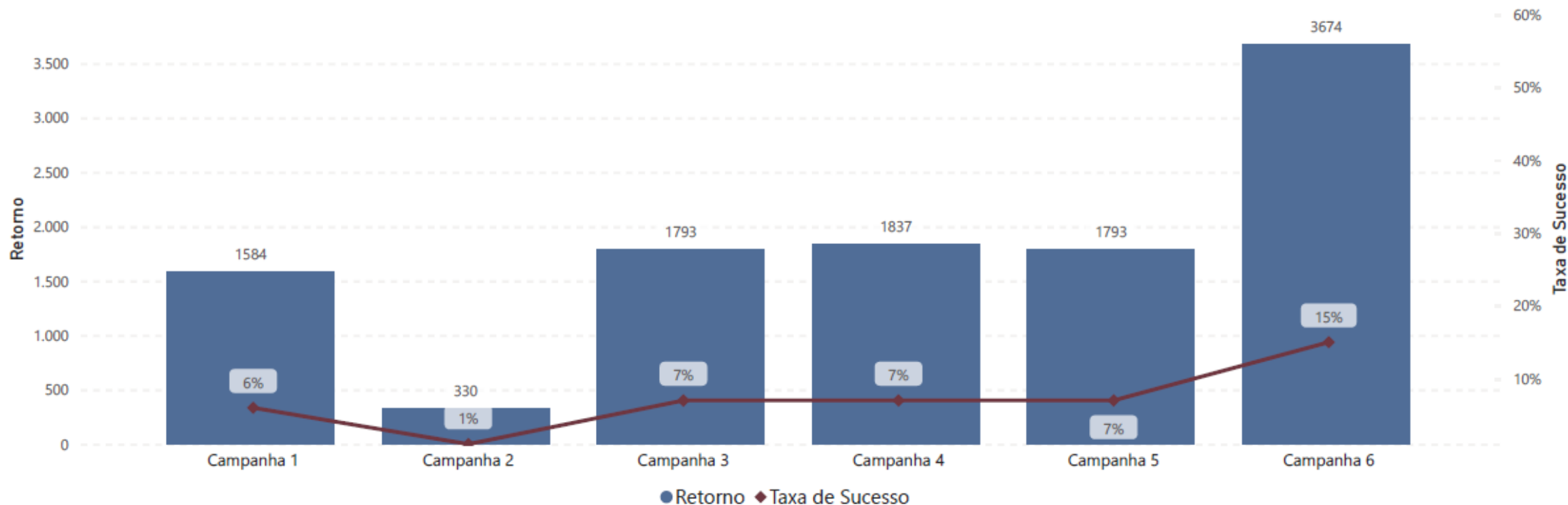
Taxa Sucesso
Campanha

15%

Taxa de Sucesso
Sugerida Próximas
Campanhas

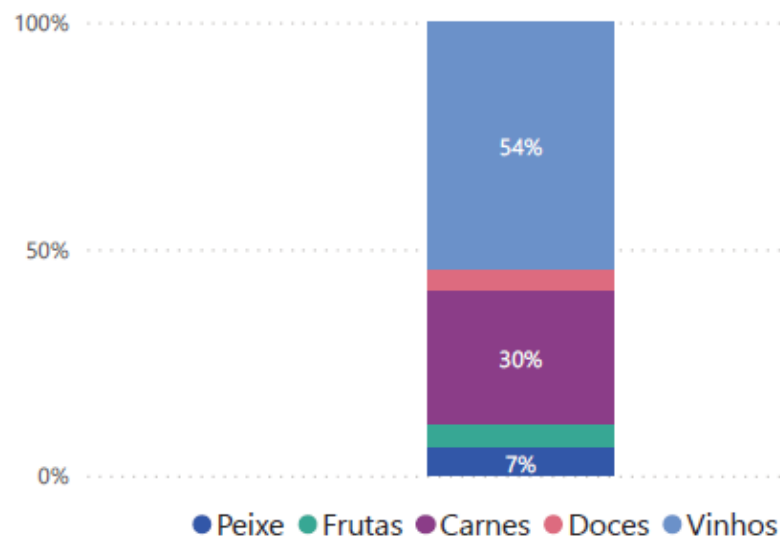
27%

Campanhas Anteriores

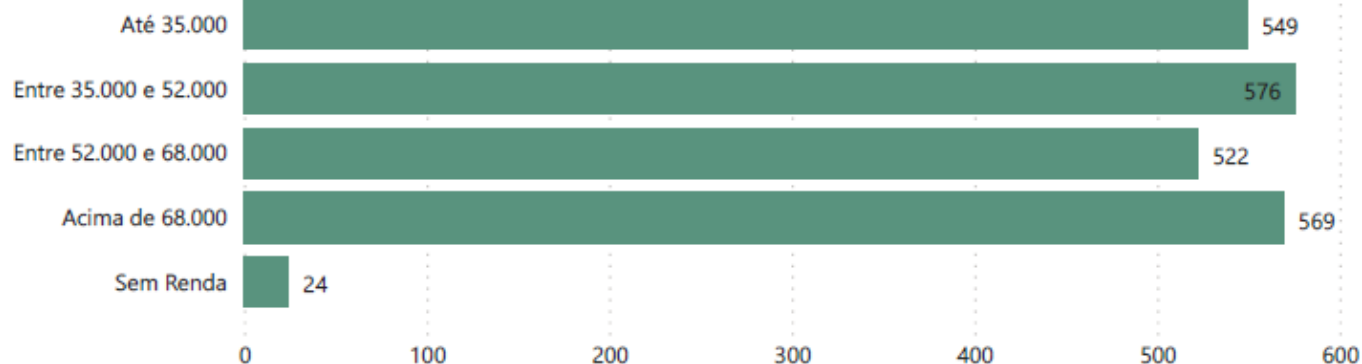


CAMPANHA PILOTO

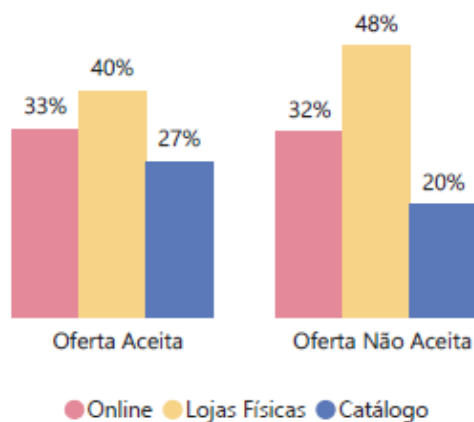
Montante Gasto Por Produto



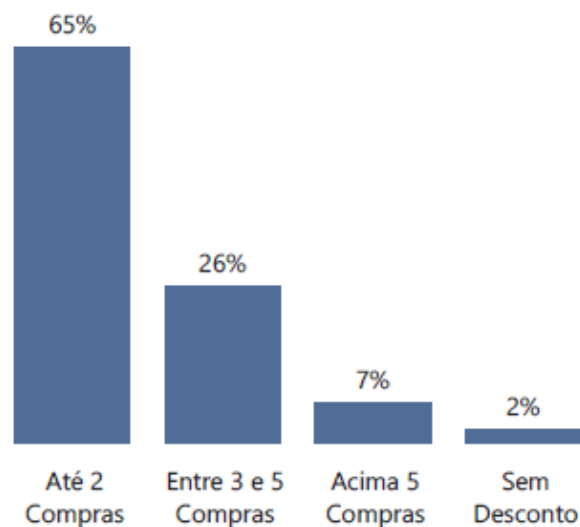
Renda Familiar Anual



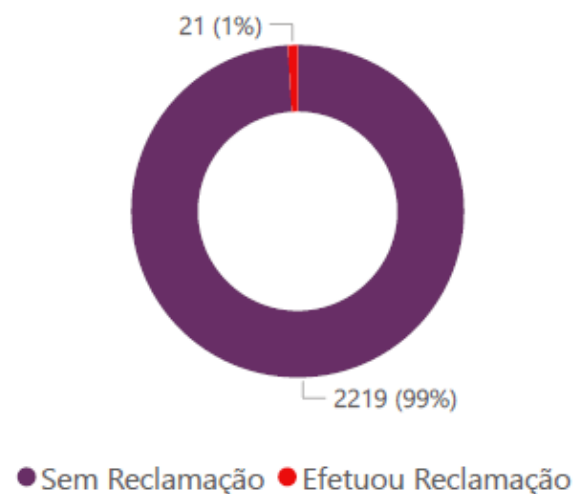
Compras por Canal de Venda



Compras com Desconto



Quantidade Reclamação - Últimos 2 anos



CAMPANHA PILOTO - CLIENTES QUE ACEITARAM A OFERTA

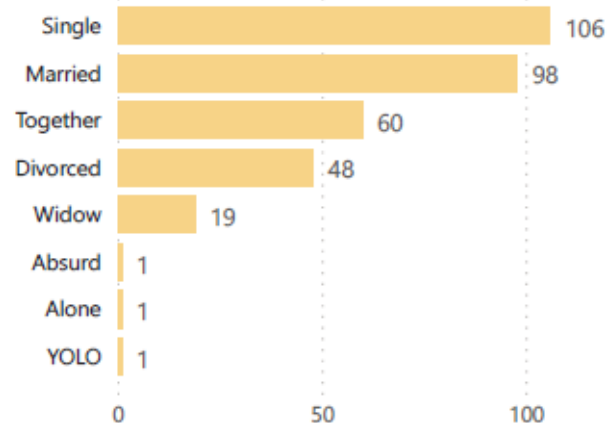
Clientes Oferta Aceita

334

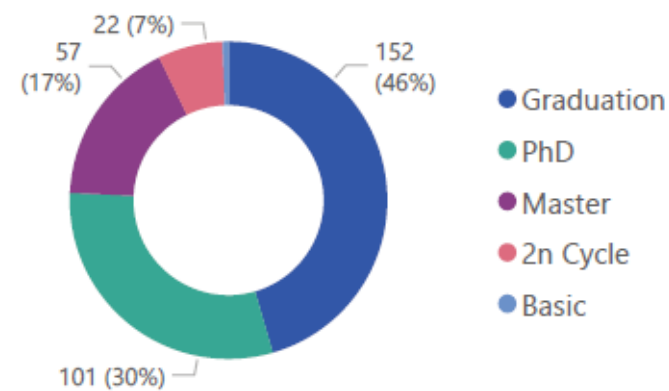
Renda Média Anual
Familiar

60.209,68

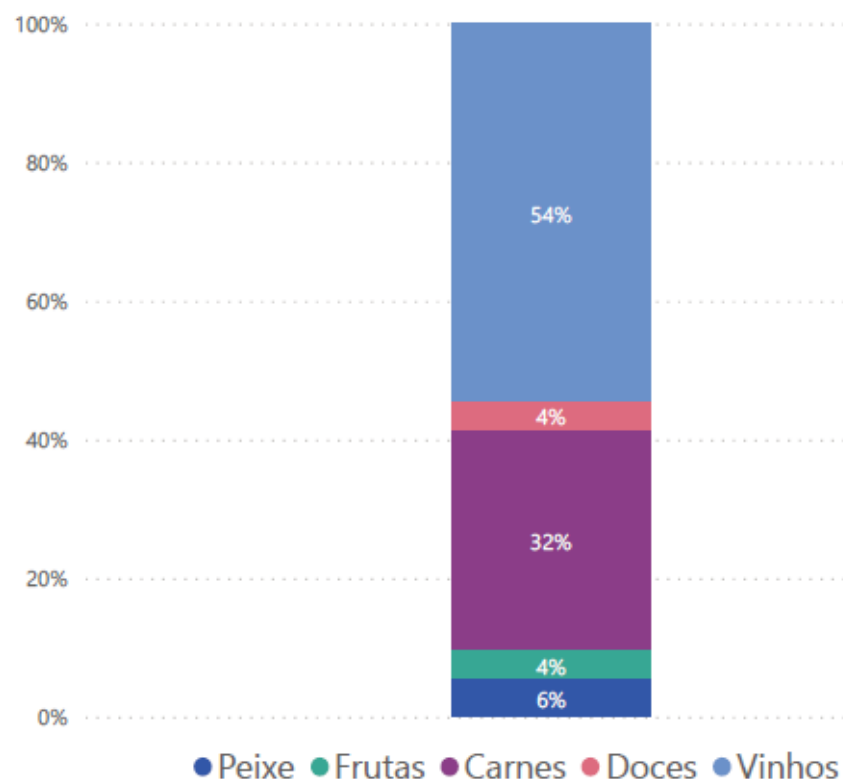
Estado Civil



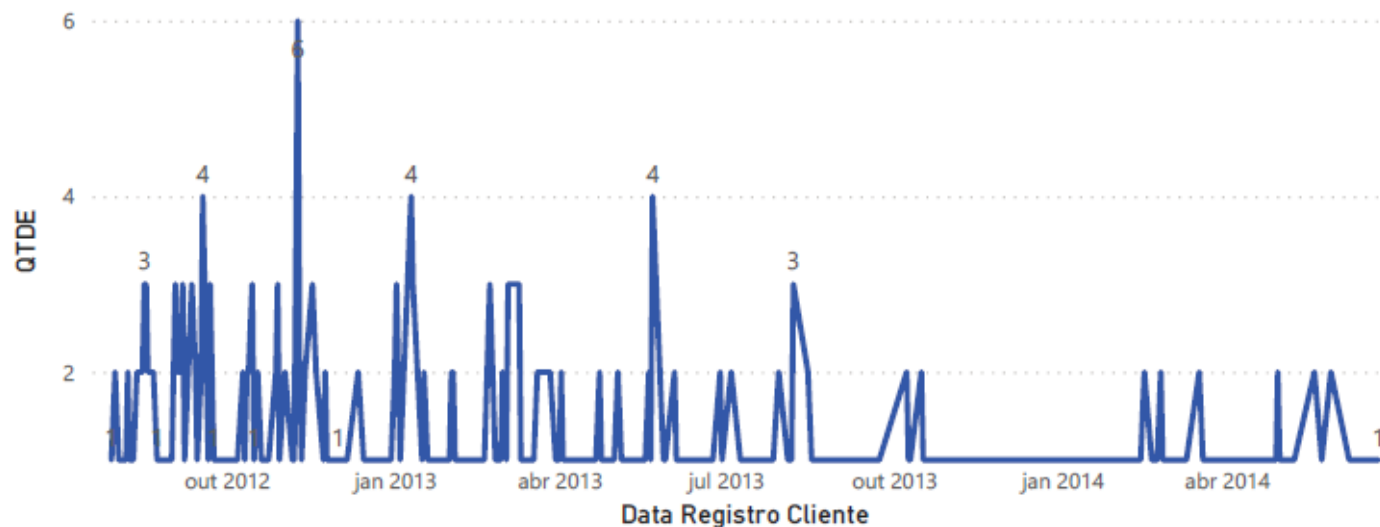
Nível Educacional



Montante Gasto Por Produto



Data Registro Cliente Companhia



Segmentação Base Clientes

- Para segmentar a base de clientes foi realizada a análise de agrupamentos (cluster), utilizando o método K-Médias.
- O objetivo é dividir os elementos da amostra em n grupos, de forma que os elementos de cada grupo sejam similares entre si de acordo com suas características.
- O resultado da análise pode ser vista a seguir.

Segmentação Base Clientes

Análise de Cluster

- Para segmentar a base de clientes foi realizada a análise de agrupamentos (cluster), utilizando o método K-Médias.
- O objetivo é dividir os elementos da amostra em n grupos, de forma que os elementos de cada grupo sejam similares entre si de acordo com suas características.
- O resultado da análise pode ser vista a seguir.

Segmentação Base Clientes

Análise de Cluster

VARIÁVEL	Cluster 1	Cluster 2	Cluster 3
Renda Anual Familiar Média	34.273	73.699	53.729
Gasto Médio Total	94	1.167	633
Gasto Médio Produtos Gold	16	76	57
Média de Compras com Desconto	2	1	5
Média de Visitas Site	6	3	7
Média de Compras	6	19	16
Média de dias Desde a última Compra	49	49	48

Segmentação Base Clientes

Análise de Cluster

- O primeiro grupo é composto pelos clientes com menor renda média familiar, menor gasto médio total e menor gasto médio com produtos Gold.
- O segundo grupo é composto pelos clientes com maior renda média familiar, maior gasto médio total e maior gasto médio com produtos Gold.
- Em média, o tempo decorrido desde a última compra foi similar nos três grupos.

Próximos Passos

Metas Propostas para a próxima campanha

- Atingir pelo menos 27% dos clientes.
- Esse percentual garante a cobertura total dos custos da campanha.
- Além disso, o montante angariado será 54% maior em relação à última campanha.
- Construção de modelo preditivo que auxilie no atingimento dessa meta.

$$Meta = \frac{Custo\ Total\ Campanha * 100}{Custo\ Produto * n}$$

onde n é a quantidade de clientes participantes da campanha

+



o



.



OBRIGADA

e