



LOGO E NOME DA EMPRESA

Business Analytics
Insights – Marketing e Vendas

Nova Campanha – Marketing e Vendas

Análise de base de dados de **35.787** usuários da plataforma para dar suporte às decisões sobre a realização de uma campanha com os seguintes objetivos:

FRENTE I

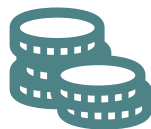


Aumentar o número de ***criadores*** na plataforma

4.090

é a quantidade de criadores no conjunto de usuários contemplado pela base de dados, representando 18% do total de inscritos (22.667) e 11% do total da base

FRENTE II



Aumentar a ***receita*** dos usuários e da **EMPRESA**

12,075 Bi

é a **receita total gerada pelos usuários (GMV)** considerando todas as transações desde sua inscrição

R\$209.611,66

é quanto já foi recebido por cada usuário em média, em sua maioria***

1.207.497 Bi

é a receita total da **EMPRESA** para transações realizadas pelos usuários

* São categorizados como *produtores* os usuários que recebem no mínimo 60% das comissões nesta categoria e no máximo 40% como afiliado.
** São categorizados como *híbridos* os usuários que recebem entre 40% e 60% das comissões em cada uma das duas categorias.
*** Média calculada considerando 85% dos usuários (19153). Os demais 15% não tiveram ganhos ou tiveram ganhos superiores a R\$1,07MM (outliers)

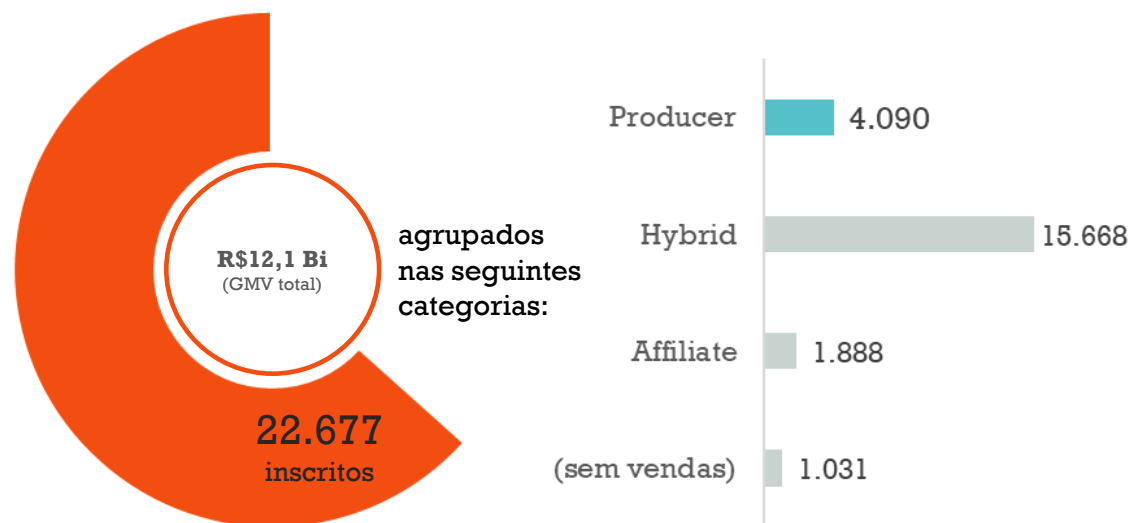
Tratamento da Base de Dados

A partir das **35.787** entradas existentes na base de dados, foram feitas as seguintes alterações:

- Exclusão de uma entrada de usuário já computado, sem informações conflitantes – mantida a linha mais completa, totalizando **35.786 entradas**;
- Inclusão de coluna com a soma das comissões (affiliate e creator) para filtragem de outliers, quando do cálculo de médias;
- Inclusão de coluna com o cálculo da GMV (receita total gerada pelo usuário) conforme cálculo fornecido pela área ($GMV = (lifetime_comission_creator + lifetime_comission_affiliate / 0.9)$)

Observações acerca da desconsideração de dados faltantes ou discrepantes serão feitas caso a caso em cada análise a seguir.

Criadores são apenas 11,4% do total de inscritos



Classificação feita de acordo com os seguintes critérios:

PRODUCER

Receita mínima de 60% do total na categoria *creator*

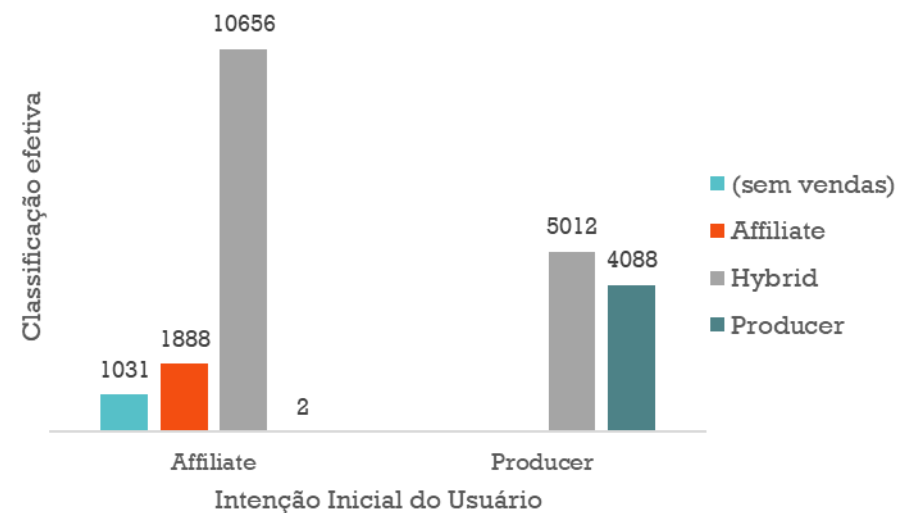
HYBRID

Receita partilhada de 40% a 60% entre as duas categorias

AFFILIATE

Receita mínima de 60% do total na categoria *affiliate*

Mais usuários tinham a intenção de se tornar criador de conteúdo (*producer*), mas acabaram migrando para a categoria híbrida:



Híbridos são maioria, mas tem receita média menor

Há quase 16 mil usuários na categoria híbrida, mas quase metade deles tem receita total de, no máximo, R\$50k:

	Criadores	Afilia dos	Híbridos		TOTAL
Seed até 50k	395	101	6.598	1.031*	8.125
Small 50-200k	1103	478	3.708		5.289
Medium 200k-1MM	1.709	979	4.103		6.791
Large 1-5MM	854	324	1.033		2.211
Star 5MM+	29	6	226		261
TOTAL	4.090	1.888	15.668	1.031	22.677

* Do total de 22.677 inscritos (60,4% da base), há 1.031 que tem a intenção de se tornarem afiliados, mas que ainda não tiveram ganhos de comissão e, portanto, não estão categorizados.

Híbridos são maioria, mas tem receita média menor

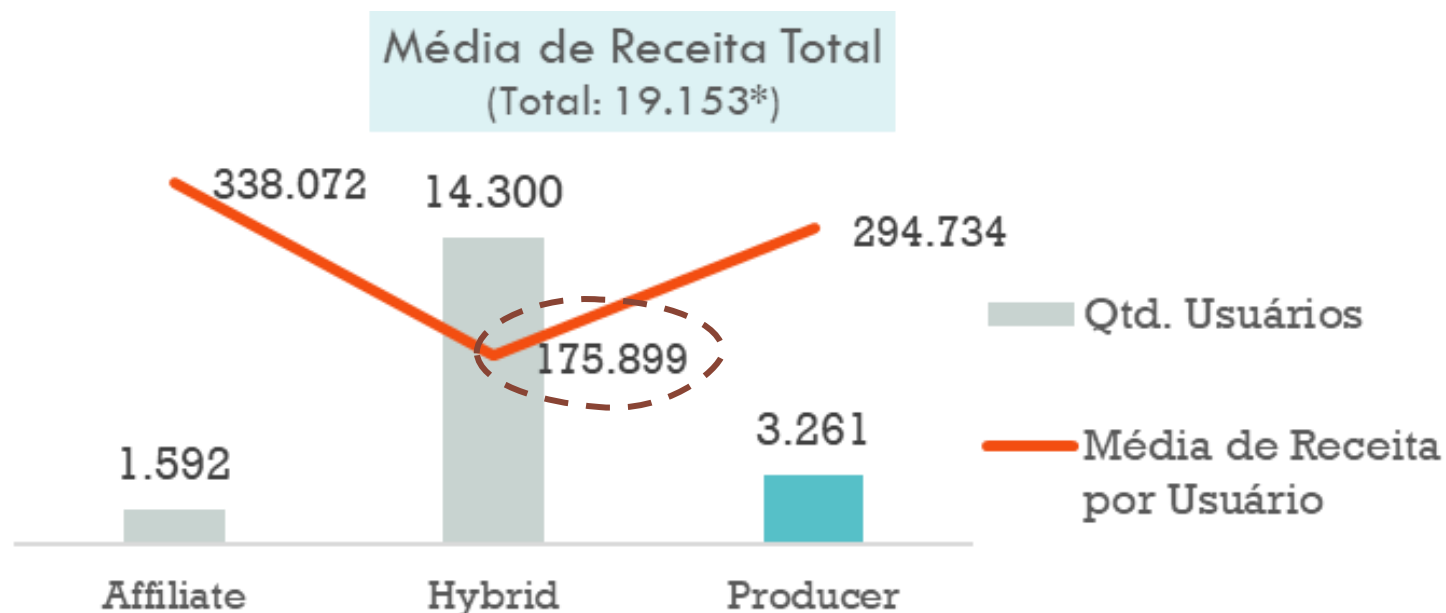
Transformando em percentual, fica claro que os usuários híbridos são os que menos faturam, embora estejam em maior quantidade:

	Criadores	Afilia dos	Híbridos		TOTAL
Seed até 50k	9,66%	5,35%	42,11%	1.031*	35,83%
Small 50-200k	26,97%	25,32%	23,67%		23,32%
Medium 200k-1MM	41,78%	51,85%	26,19%		29,95%
Large 1-5MM	20,88%	17,16%	6,59%		9,75%
Star 5MM+	0,71%	0,32%	1,44%		1,15%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	22.677

* Do total de 22.677 inscritos (60,4% da base), há 1.031 que tem a intenção de se tornarem afiliados, mas que ainda não tiveram ganhos de comissão e, portanto, não estão categorizados.

Caminho 1: Identificar dificuldades de criadores híbridos

O grupo de híbridos pode ser um bom alvo (possível *lead*) para identificar as dores e dificuldades dos usuários que, embora intencionem focar na produção, dividem esforços com a afiliação e, consequentemente, não tem receita suficiente e parecem utilizar a plataforma como renda complementar:



Sugestão:

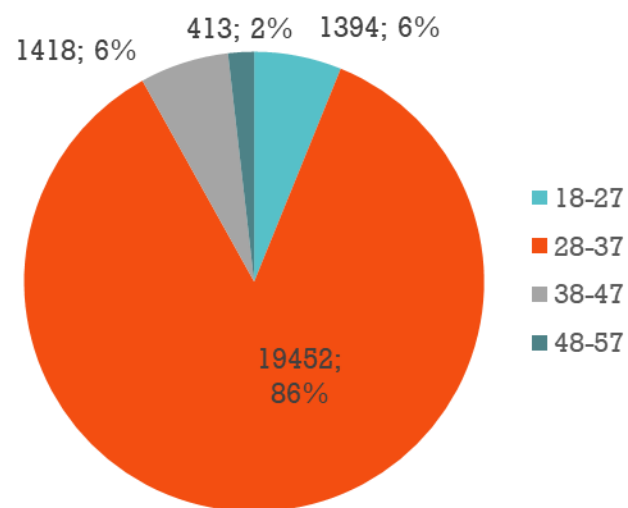
Foco na *passion economy* e em orientar os criadores sobre como atingir resultados financeiros sustentáveis com conteúdo próprio

* Dentre os 22.677 inscritos, foram desprezados para o cálculo da média 3.524, considerando que não tiveram nenhum ganho ou ganhos superiores a R\$1,076MM (outliers)

Entre usuários não-inscritos, surge um novo perfil

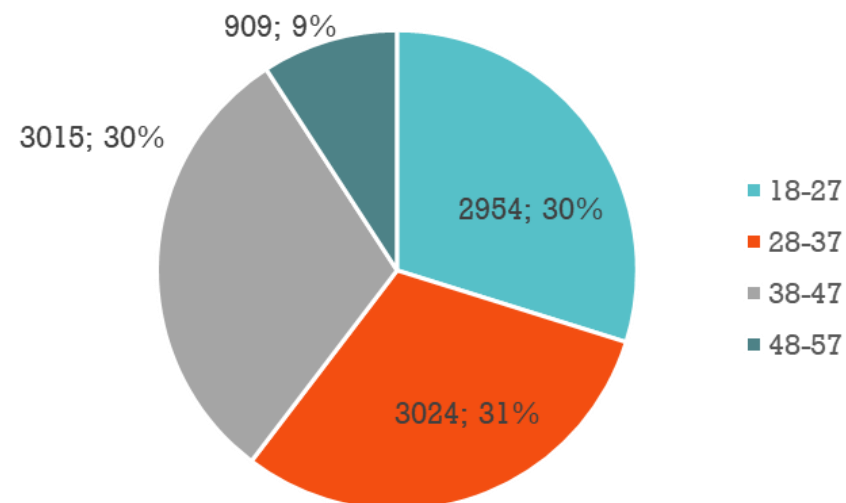
Enquanto a **faixa etária que domina o grupo de inscritos é 28-37 anos**, com 86% da amostra...

Inscritos – Distribuição por idade



...entre os **não-inscritos**, esse número cai para 31%*, o que demonstra um **grande interesse de outras faixas etárias** cuja conversão ainda não ocorreu:

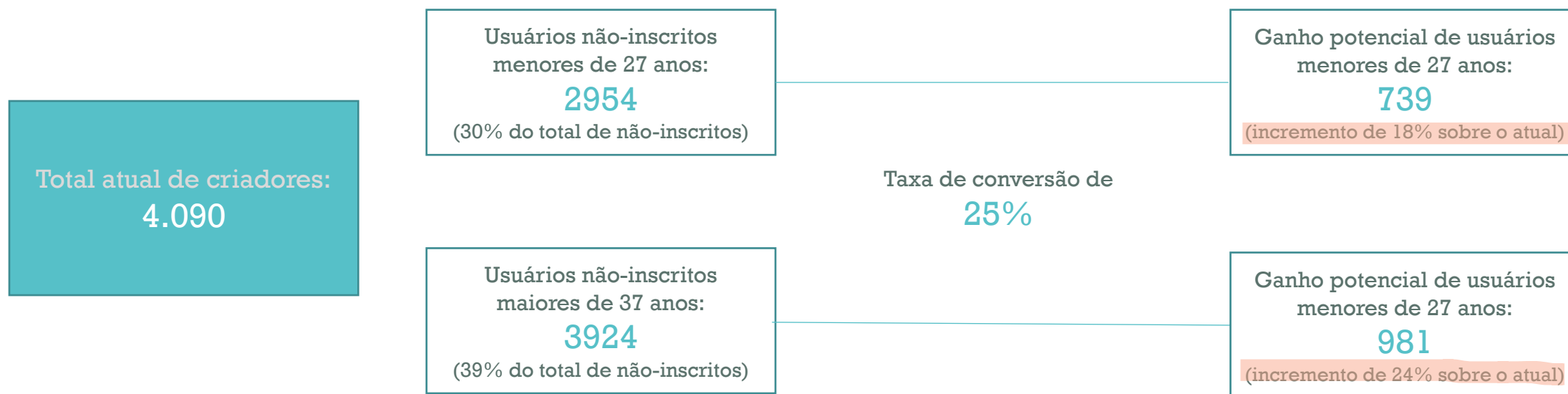
Não-inscritos – Distribuição por Idade



* Dentre os 13.109 não-inscritos, foram desprezados na análise 3.207, por se tratarem de entradas sem informações, à exceção do e-mail e da coluna inscritos.

Caminho 2: direcionamento para outras faixas etárias

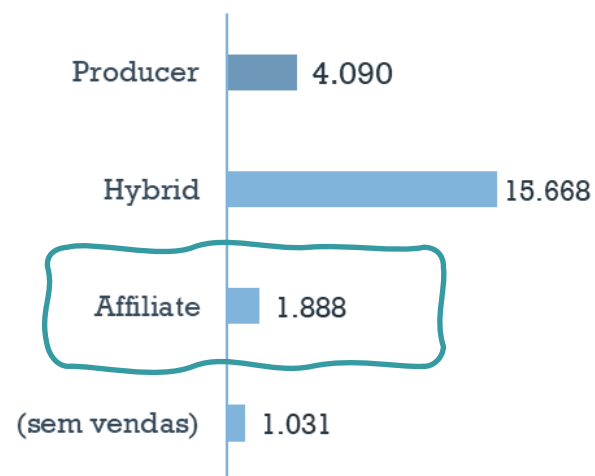
Embora os nichos sejam bem diferentes, já que há bastante não-inscritos com menos de 27 anos, bem como acima de 37 anos (3924 – 39%), mesmo que a campanha seja direcionada a apenas uma das faixas etárias, uma conversão de 25% da menor faixa **poderia elevar o número atual de criadores em 18%**:



* Dentre os 13.109 não-inscritos, foram desprezados na análise 3.207, por se tratarem de entradas sem informações, à exceção do e-mail e da coluna inscritos.

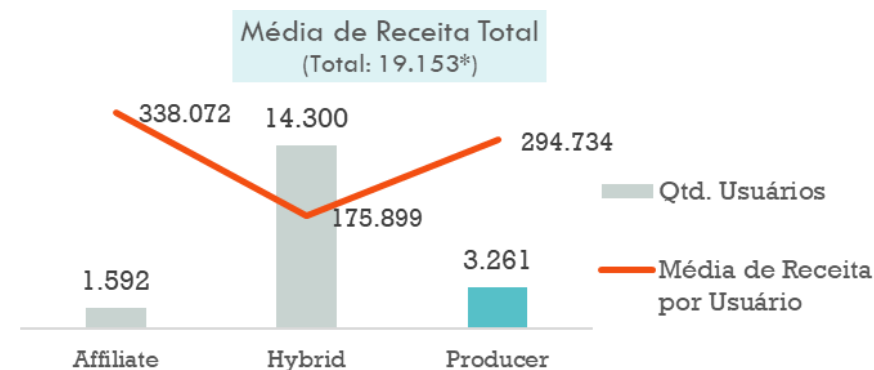
Caminho 1: aumentar o número de afiliados

Retornando à distribuição dos tipos de usuários, nota-se que há **menos de um afiliado para cada criador**:



Ainda que o híbrido também seja afiliado, ele dedica-se em busca de retorno financeiro também como criador, quase que na mesma proporção (no máximo, 3:2)

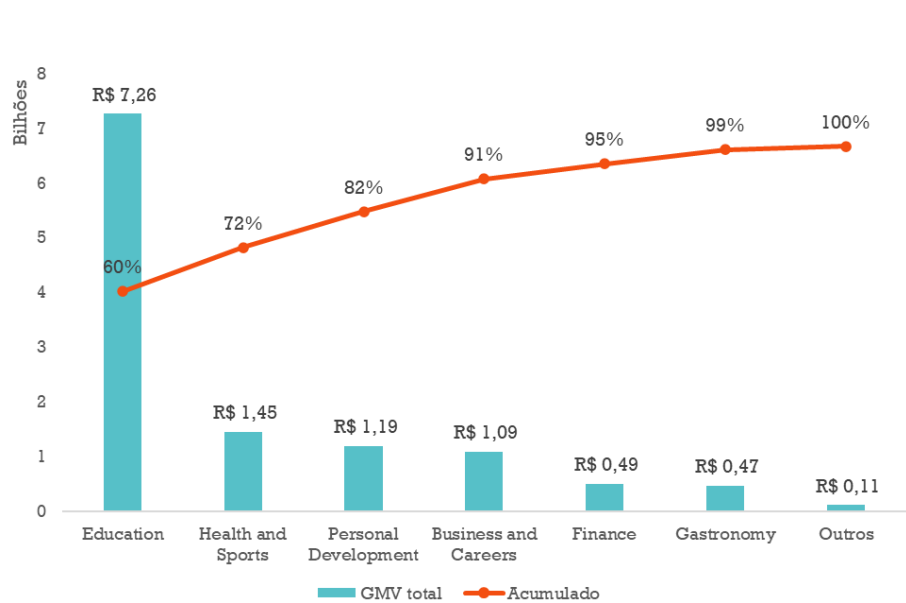
E embora um criador possa ganhar muito mais que um afiliado, sendo **a soma da receita de todos os afiliados (R\$ 1.239 Bi) equivalente à receita dos 278 criadores que mais ganharam**, a média geral dos afiliados é superior à dos criadores e são eles que dão escalabilidade e visibilidade aos produtos:



O aumento no número de vendas implica em aumento da receita da **EMPRESA** e dos usuários, como desejado

Caminho 2: divulgar a plataforma em novos nichos

Três nichos concentram, sozinhos, 80% da receita total da plataforma (GMV):



Também aqui a adesão de novos afiliados pode ser uma solução, uma vez que, em alguns nichos, grande parte da receita chega por via do próprio criador:

Nicho	Comissão do criador		Comissão do afiliado		Porcentagem via afiliado
Finance	R\$	311.562.369	R\$	131.826.313	30%
Law	R\$	963.021	R\$	458.221	32%
Music and Arts	R\$	205.485	R\$	102.200	33%
Internet	R\$	1.562.086	R\$	817.184	34%
Gastronomy	R\$	258.542.146	R\$	163.107.674	39%
Education	R\$	3.924.511.071	R\$	2.608.953.512	40%
Health and Sports	R\$	781.529.497	R\$	519.793.179	40%
Fashion and Beauty	R\$	795.232	R\$	618.031	44%
Business and Careers	R\$	537.713.873	R\$	443.674.810	45%
General	R\$	1.315.904	R\$	1.088.288	45%
Hobbies	R\$	714.240	R\$	623.838	47%
Idioms	R\$	164.749	R\$	146.176	47%
Personal Development	R\$	562.871.073	R\$	503.719.879	47%
Design	R\$	27.696.781	R\$	25.764.928	48%
Spirituality	R\$	714.378	R\$	671.077	48%
Animals and Plants	R\$	14.049.253	R\$	13.895.160	50%
Relationships	R\$	405.738	R\$	512.127	56%
Building and Constructing	R\$	2.167.005	R\$	3.413.366	61%
Total Geral	R\$	6.427.483.902	R\$	4.419.185.966	

Conclusão

A partir dos dados e da análise realizada, foram identificadas as seguintes oportunidades de atuação do Marketing & Vendas, a serem validadas pela equipe técnica especialista na área:

FRENTE I



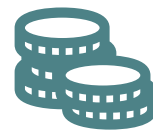
Aumentar o número de *criadores* na plataforma

Propostas:

- Focar em **perfis híbridos** na tentativa de convertê-los em criadores, de modo que **deixem de utilizar a plataforma como renda complementar e passe a ser a renda principal**;
- Novo lead: **faixas etárias alternativas** que já demonstraram interesse em usar o ambiente **EMPRESA** (18-27 anos e 37+ anos)

Monitorar: taxa de conversão de híbridos; taxa de adesão de novas faixas etárias

FRENTE II



Aumentar a *receita* dos usuários e da **EMPRESA**

Propostas:

- Buscar também **ampliar o número de afiliados**, especialmente em nichos não representativos;
- Divulgar a plataforma e seu uso em **nichos que não tem se destacado**.

Monitorar: evolução de nichos subrepresentados; conversão de comissão de criador para de afiliado nestes mesmos nichos



LOGO E NOME DA EMPRESA

Obrigada!

Natália Mafra – ndalcum@gmail.com