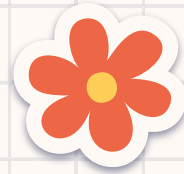


# *Elevando Perfis de Compradores*





# Conteúdo

01

## Score

Distribuição dos compradores

02

## Melhor grupo

RFM ideal

03

## Categorias

Primeira compra versus categoria mais comum em compras subsequentes

04

## Recomendações

Próximas ações



# Score

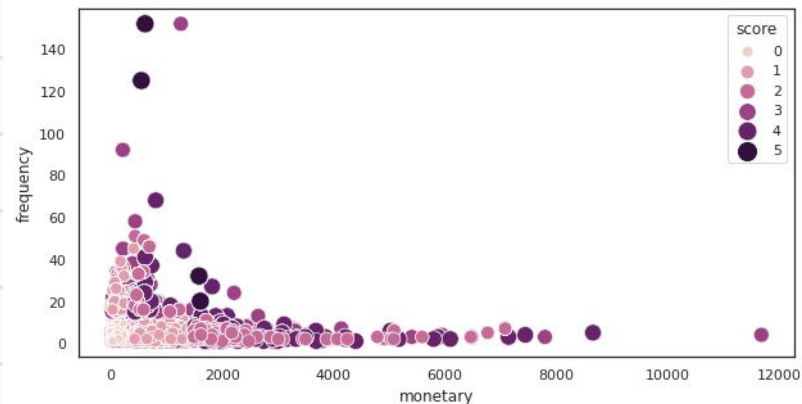
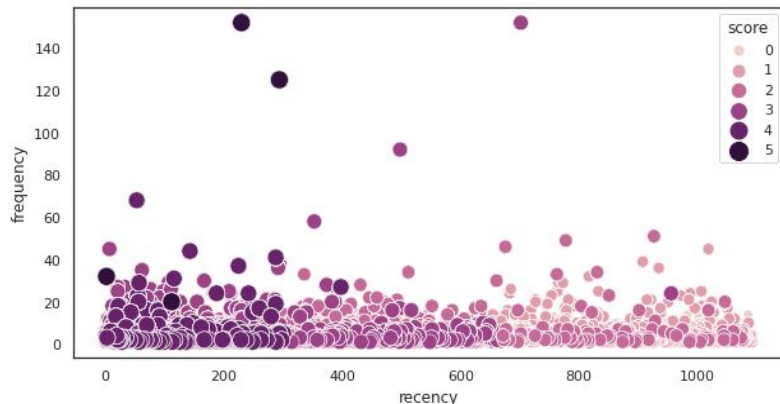


É o resultado da pontuação recebida pelo comprador dentro do modelo RFM (Recência Frequência Monetariedade)



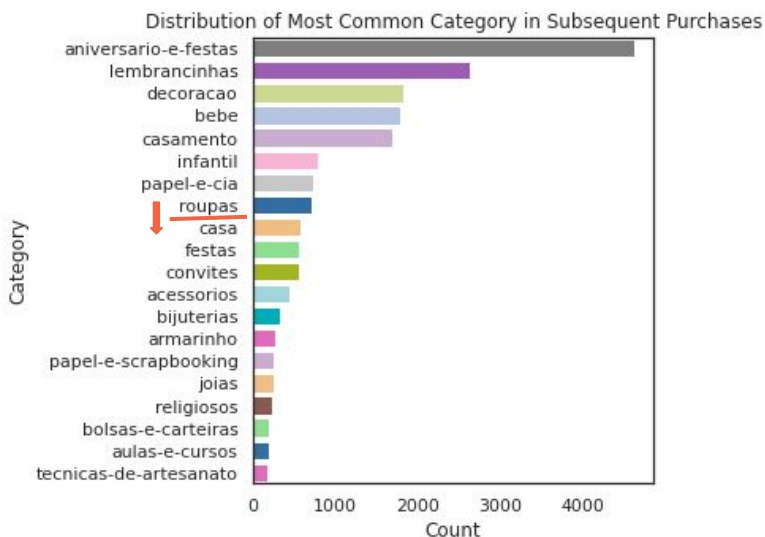
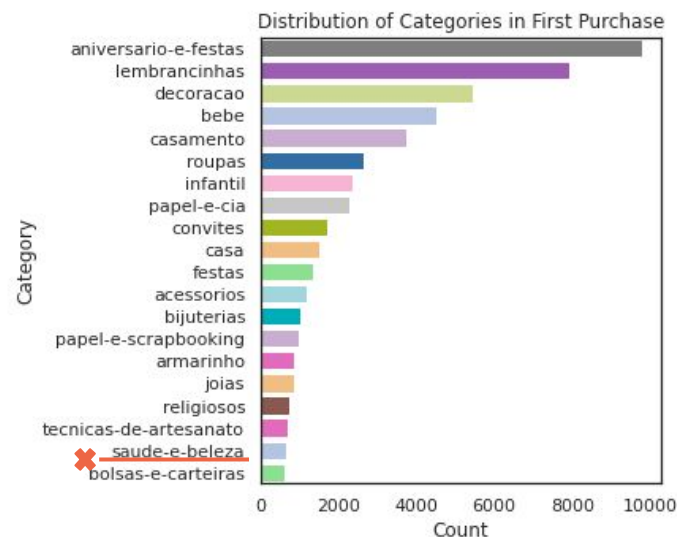
# Melhor grupo

Score 4: frequência de compras similar a outros scores mas com baixa recência; valores gastos um pouco dispersos mas com frequência concentrada em até \$1000



# Principais categorias

Há mudanças na preferência por algumas categorias e na quantidade em que são compradas.



# Recomendações

1

Maior atenção às categorias aniversários-e-festas, lembrancinhas, decoração, bebê e casamento para transformar os clientes score 2 em score 3.

2

Entender os novos interesses dos clientes e/ou apresentar categorias que não esperam encontrar na plataforma.



# Obrigada!



CREDITS: This presentation template was created by **Slidesgo**, and includes icons by **Flaticon**, and infographics and images by **Freepik**