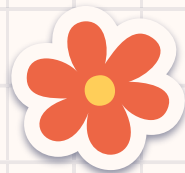


Elevando Perfis de Compradores





Conteúdo

01

Score

Distribuição dos compradores

02

Melhor grupo

RFM ideal

03

Categorias

Primeira compra versus categoria mais comum em compras subsequentes

04

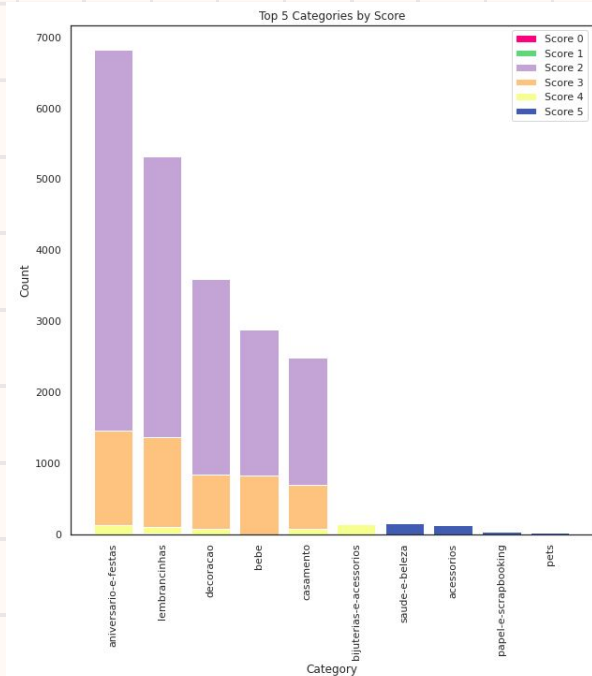
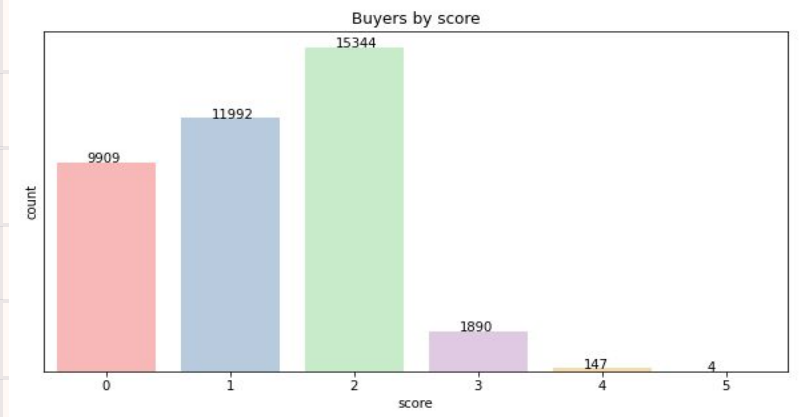
Recomendações

Próximas ações



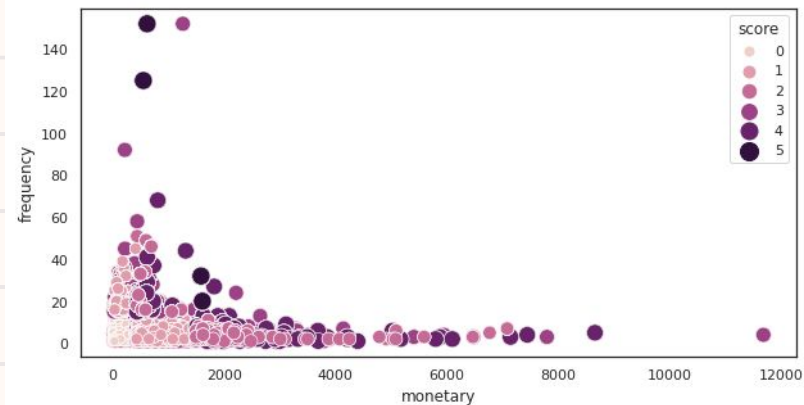
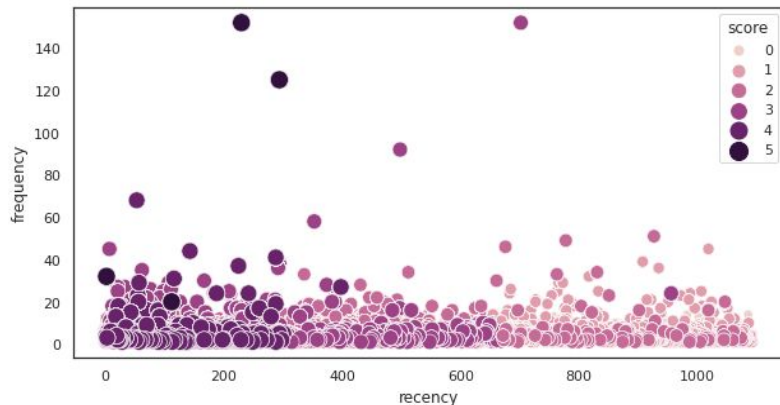
Score

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



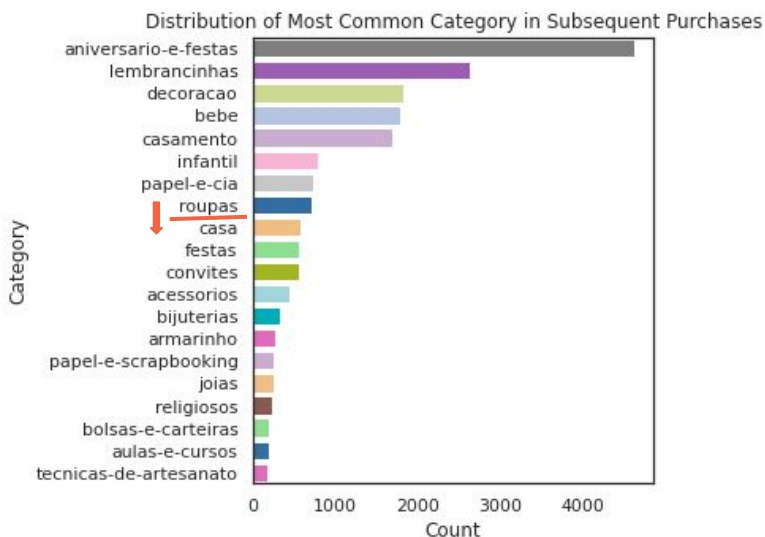
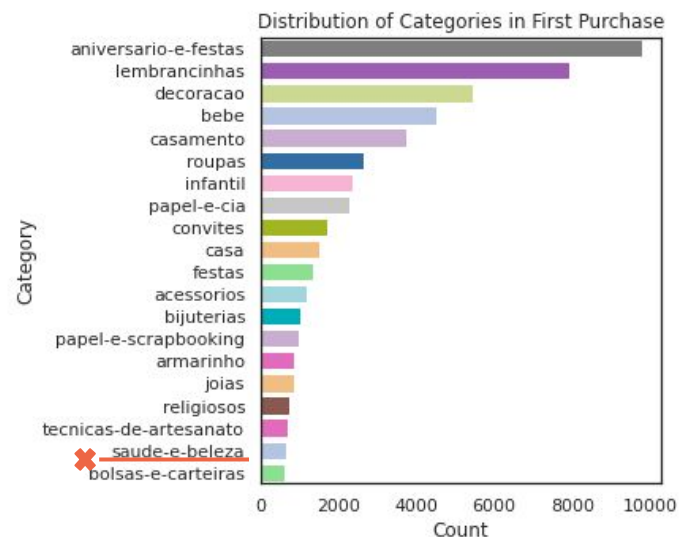
Melhor grupo

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**