

Hacka FIA + ifood

# RAFS



Lucas Menegaldo

lmenegaldo.lm@gmail.com



Suzanne Lanfranchi

susi.lanfranchi@gmail.com



Rafael Negrão

rafael.negrão@gmail.com



Flávio Castro

flavioapc@uol.com.br



Marcus Vinícius

marcus.bap.silva@gmail.com



# Solução



## Processo ou Framework

1. Entendimento do objetivo
2. Entendimento da documentação
3. Elaboração do Modelo de Entidade Relacionamento
4. Análise dos dados
5. Elaboração das queries para atender o objetivo

## Tecnologias utilizadas

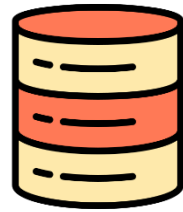
- Databricks
  - Spark com Scala
  - Spark SQL
  - Spark com Python

<https://github.com/rafael-negrao/labdata-fia-hackathon-ifood>

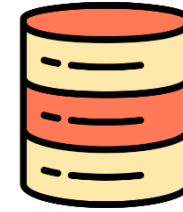
# o marketing agressivo (de pushs) é eficiente?



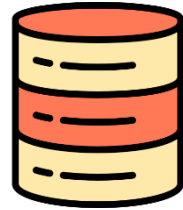
# Bases



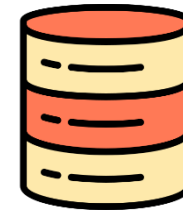
Orders



Orders with coast



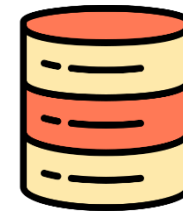
Marketing Push



Marketing Push Full



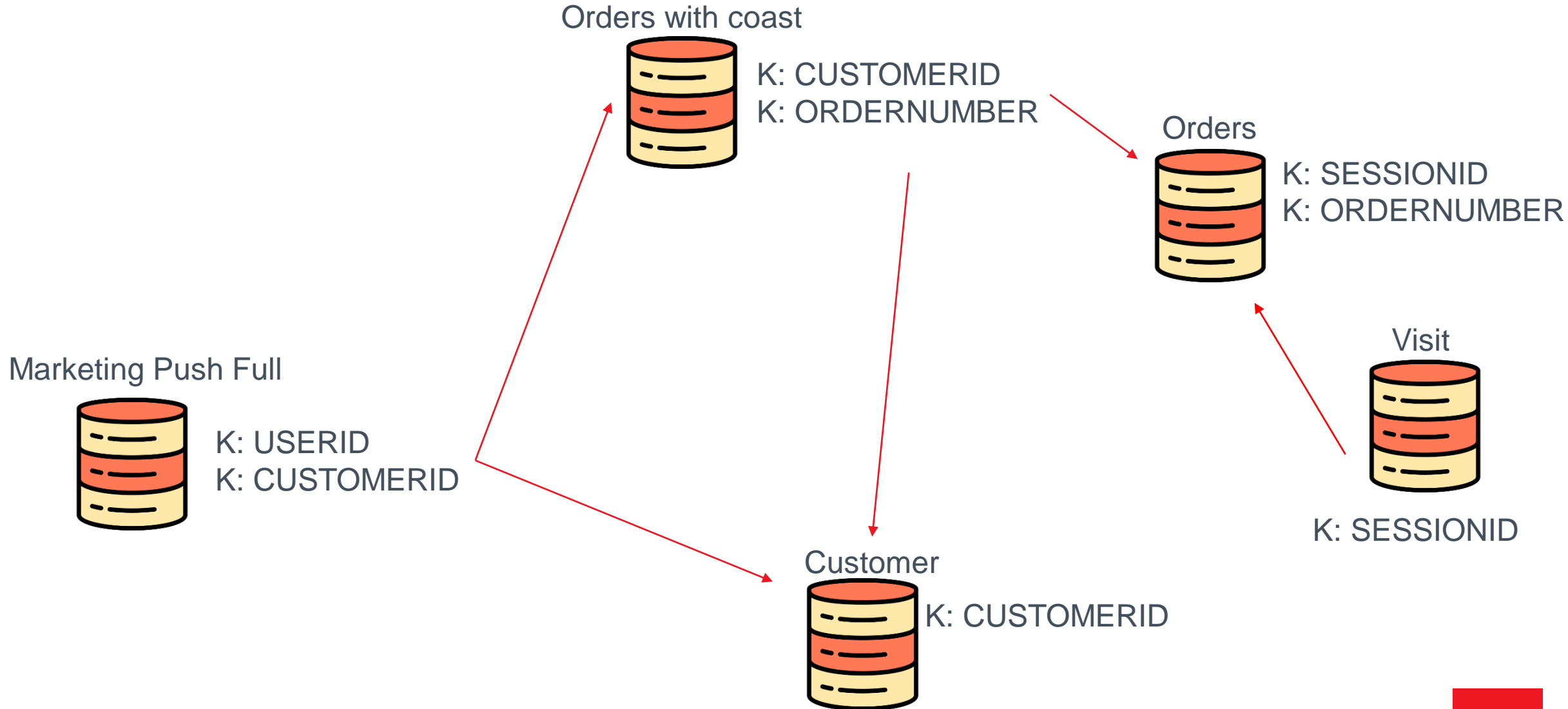
Customer



Visit

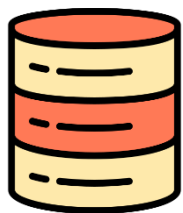


# Relacionamiento



# Outras Informações / Levantamento de dados

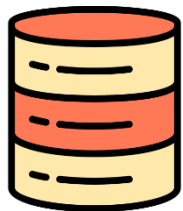
## Marketing Push Full



Existem dois tipos de pushes

- Apenas informativo
- Cupom

Orders



Coluna Credit: Este crédito sempre é gerado através de um push de cupom

NPS: Os clientes tem dificuldade em separar o iFood do restaurante no momento da avaliação

# ajuda ou atrapalha\_

## O marketing agressivo

é eficiente?

- 1 Precisamos de cupons para fazer vendas?

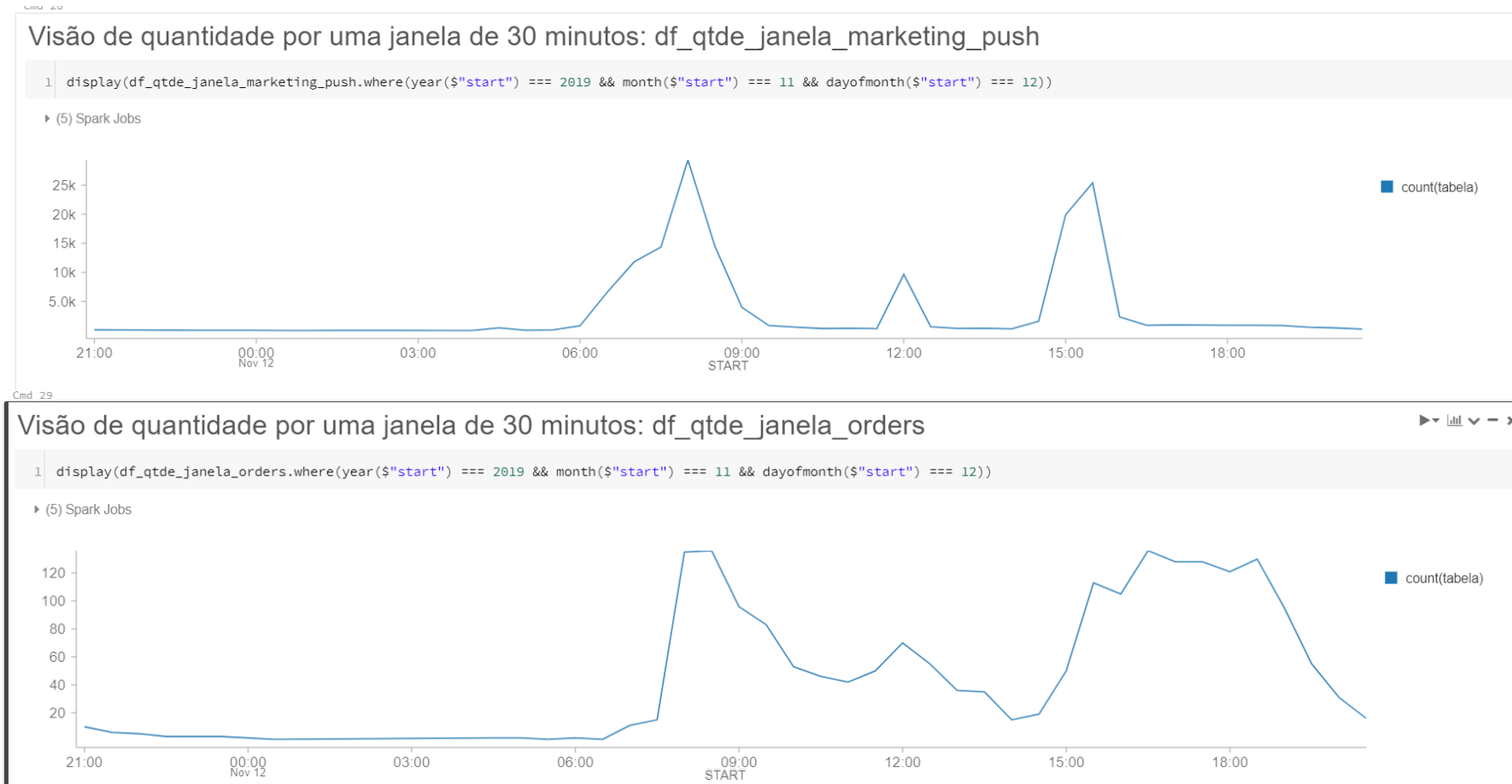


# ajuda ou atrapalha\_

## O marketing agressivo

## é eficiente?

1 Precisamos de cupons para fazer vendas?



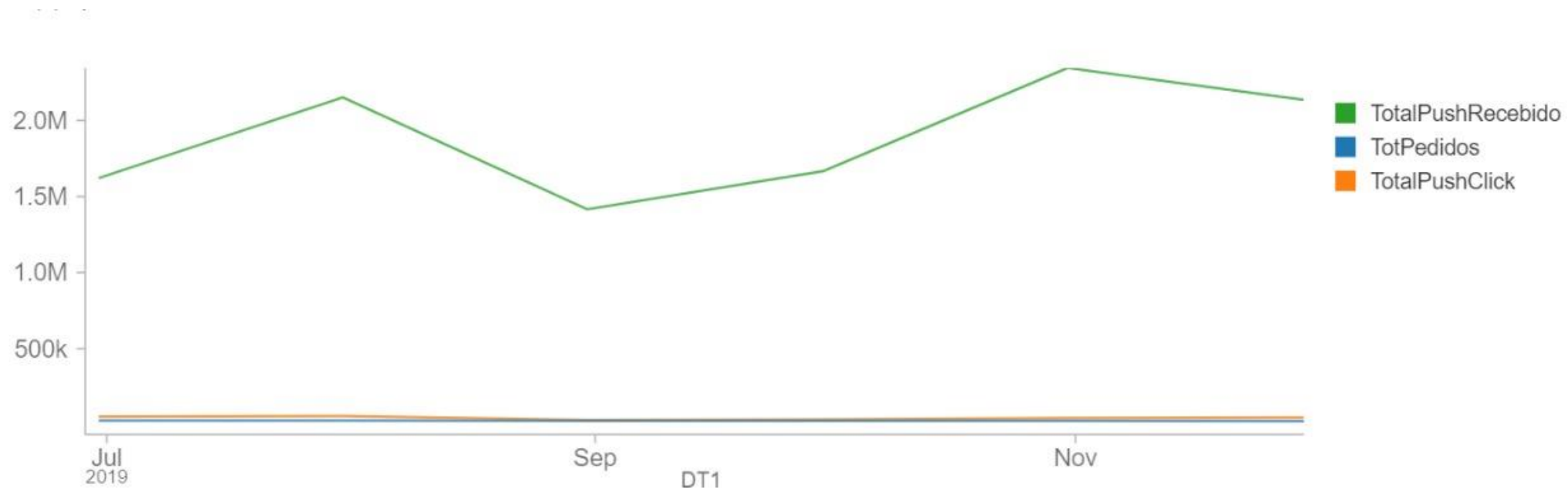
# ajuda ou atrapalha\_

## O marketing agressivo

## é eficiente?

1 Precisamos de cupons para fazer vendas?

Análise de Pushs: Recebidos vs Clicados vs Pedidos



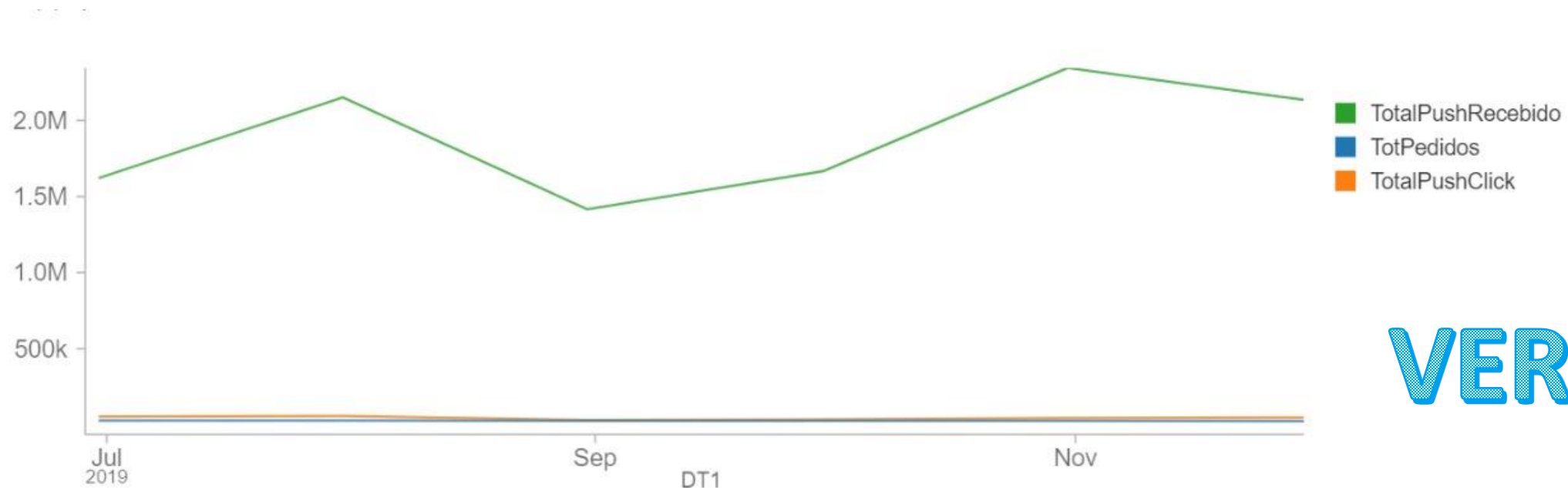
# ajuda ou atrapalha\_

## O marketing agressivo

## é eficiente?

1 Precisamos de cupons para fazer vendas?

Análise de Pushs: Recebidos vs Clicados vs Pedidos



# VERDADE

# ajuda ou atrapalha\_

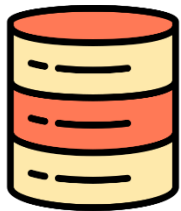
## O marketing agressivo

## é eficiente?

1 Precisamos de cupons para fazer vendas?

## Outras Informações vs Pedidos

Orders



Coluna Credit: Este crédito sempre é gerado através de um push de cupom

Marketing Push Full



Existem dois tipos de pushes  
- Apenas informativo  
- Cupom

```
1 %sql|
2 select count(*) TotPedidos,
3         sum(case when credit >0 then 1 else 0 end) TotalPedidosComDesconto
4 from tb_fia_orders
```

► (1) Spark Jobs

TotPedidos	TotalPedidosComDesconto
492138	492138

# ajuda ou atrapalha\_

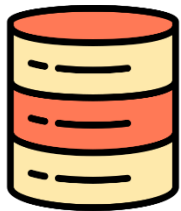
## O marketing agressivo

## é eficiente?

1 Precisamos de cupons para fazer vendas?

## Outras Informações vs Pedidos

Orders



Coluna Credit: Este crédito sempre é gerado através de um push de cupom

Marketing Push Full



Existem dois tipos de pushes  
- Apenas informativo  
- Cupom

```
1 %sql|
2 select count(*) TotPedidos,
3         sum(case when credit >0 then 1 else 0 end) TotalPedidosComDesconto
4 from tb_fia_orders
```

► (1) Spark Jobs

TotPedidos	TotalPedidosComDesconto
492138	492138

# VERDADE

# ajuda ou atrapalha\_

## O marketing agressivo

é eficiente?

- 2 Os pedidos estão saudáveis? São lucrativos?



# ajuda ou atrapalha\_

## O marketing agressivo

## é eficiente?

2 Os pedidos estão saudáveis? São lucrativos?

dt_proc	QtdePedidos	VrTotalLucro	TotalPushRecebido	TotalPushClick	PercentClick
2019-06	81998	506531.69175719726	1623140	52406	3.23%
2019-07	65130	445371.06122563523	1589752	45743	2.88%
2019-08	62517	476063.68837863137	1155100	25995	2.25%
2019-09	61339	458932.3569233077	1336839	29467	2.2%
2019-10	61985	476917.7410066007	1818854	36680	2.02%
2019-11	64694	497673.22845740727	1588100	40358	2.54%

# ajuda ou atrapalha\_

## O marketing agressivo

## é eficiente?

2

Os pedidos estão saudáveis? São lucrativos?

dt_proc	QtdePedidos	VrTotalLucro	TotalPushRecebido	TotalPushClick	PercentClick
2019-06	81998	506531.69175719726	1623140	52406	3.23%
2019-07	65130	445371.06122563523	1589752	45743	2.88%
2019-08	62517	476063.68837863137	1155100	25995	2.25%
2019-09	61339	458932.3569233077	1336839	29467	2.2%
2019-10	61985	476917.7410066007	1818854	36680	2.02%
2019-11	64694	497673.22845740727	1588100	40358	2.54%

SIM

# ajuda ou atrapalha\_

## O marketing agressivo

é eficiente?

3 Perdemos clientes com os Pushs?

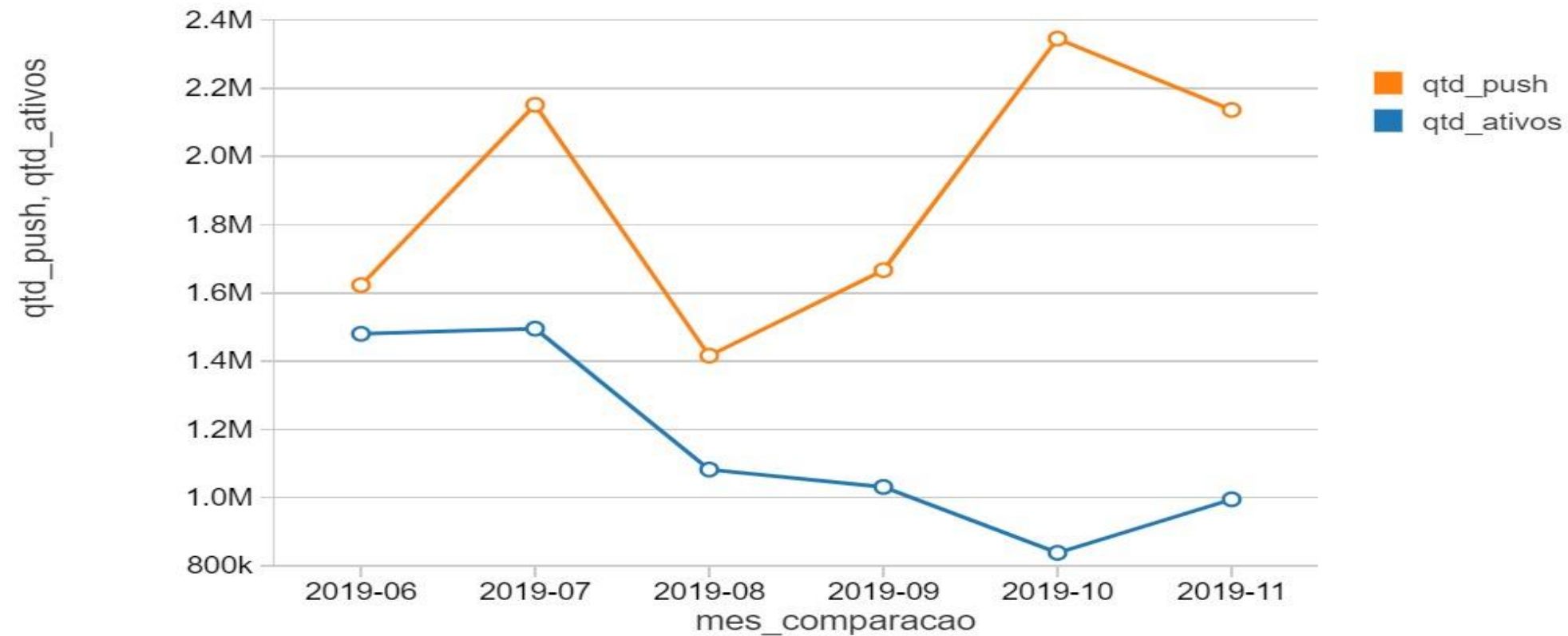
# ajuda ou atrapalha\_

## O marketing agressivo

é eficiente?

3

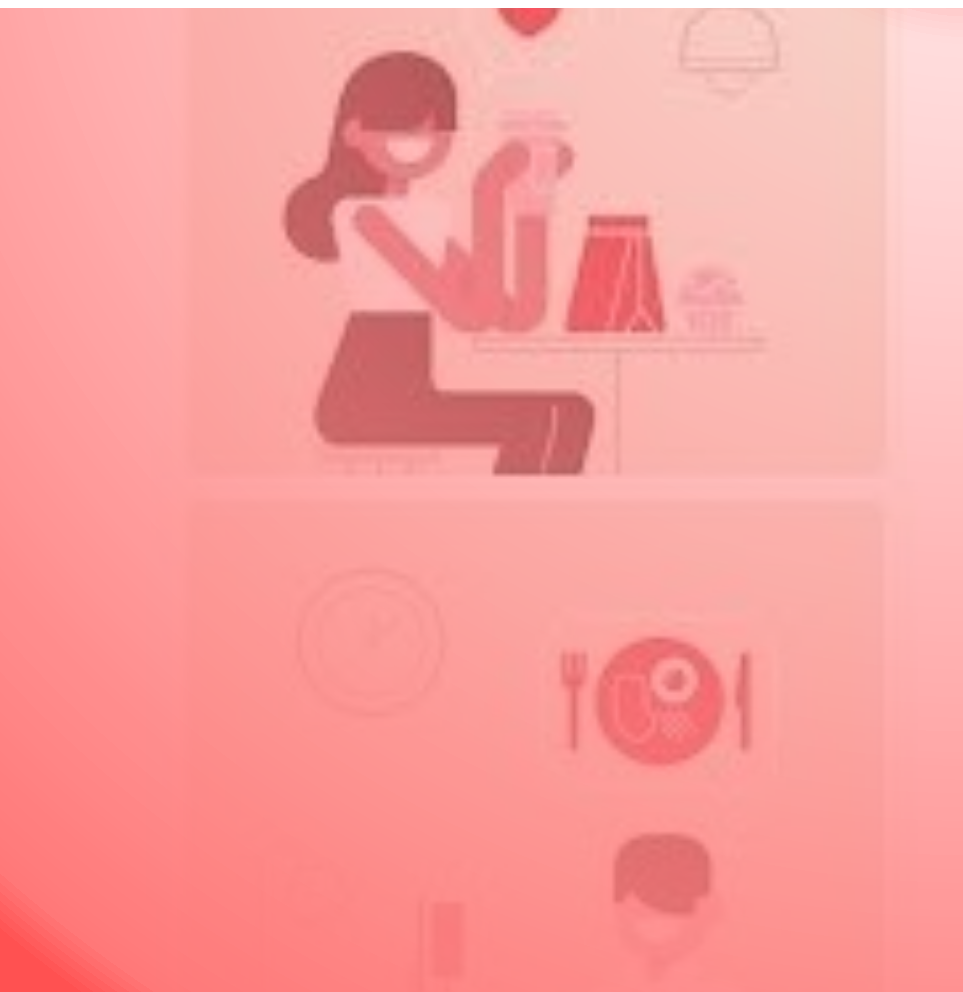
Perdemos clientes com os Pushs?



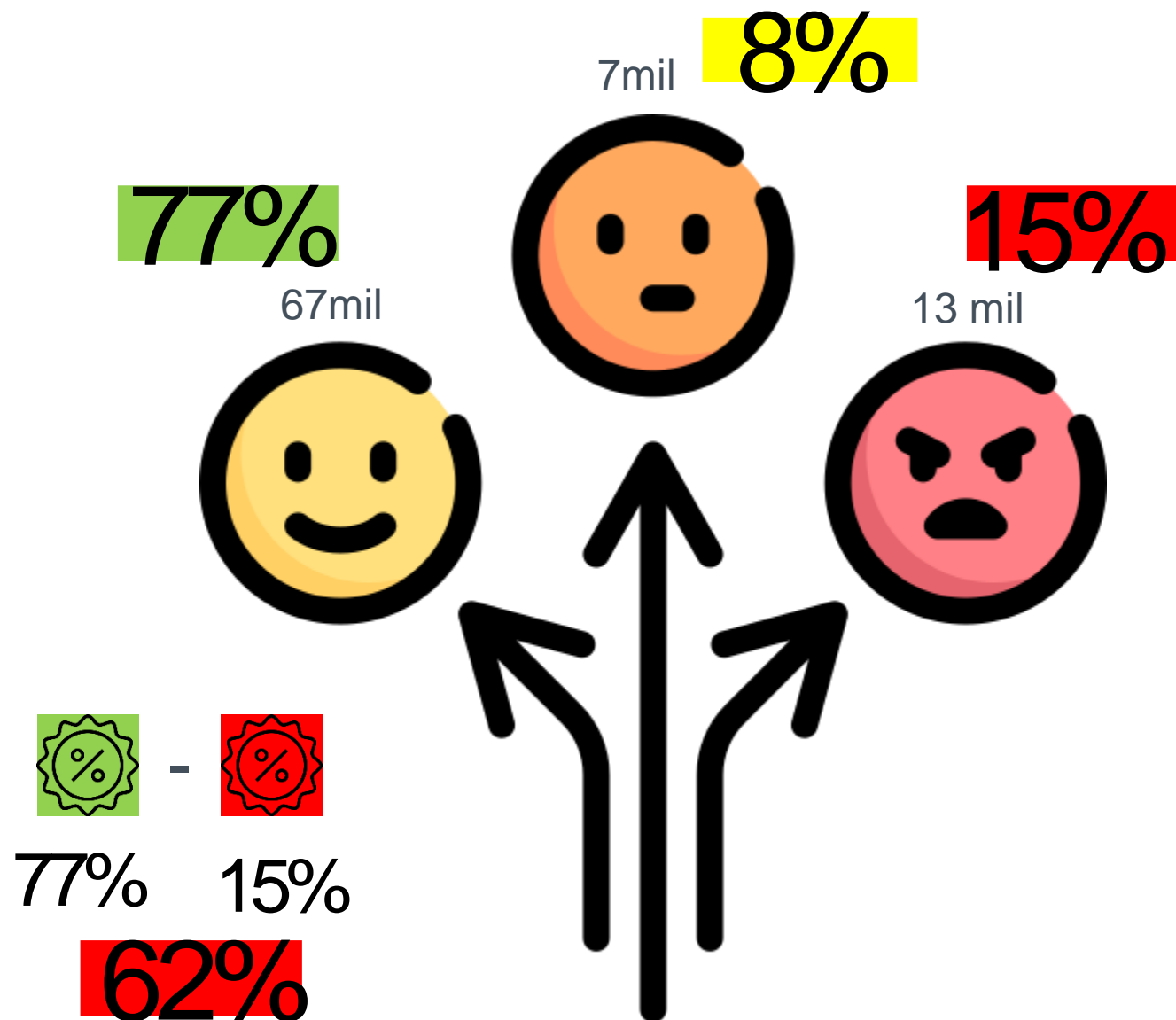
3

Perdemos clientes com os Pushs?

# NPS



NPS: Os clientes tem dificuldade em separar o iFood do restaurante no momento da avaliação



# ajuda ou atrapalha\_

## O marketing agressivo

## é eficiente?

3 Perdemos clientes com os Pushs?

**Perdemos clientes sim, mas não podemos afirmar que os Pushs são responsáveis**



# ajuda ou atrapalha\_

## O marketing agressivo

1 Precisamos de cupons para fazer vendas?

**SIM**

2 Os pedidos estão saudáveis? São lucrativos?

**SIM**

3 Perdemos clientes com os Pushs?

**Perdemos clientes sim, mas não podemos afirmar que os Pushs são responsáveis**

**é eficiente?**

**Segundo os dados apresentados nós entendemos que os Pushs são eficientes para converter em pedidos**

# ajuda ou atrapalha\_

## O marketing agressivo

### Dúvidas?