

Analise dos principais gargalos para o aumento da conversão

Analista responsável: Roberto Bezerra de Melo Junior

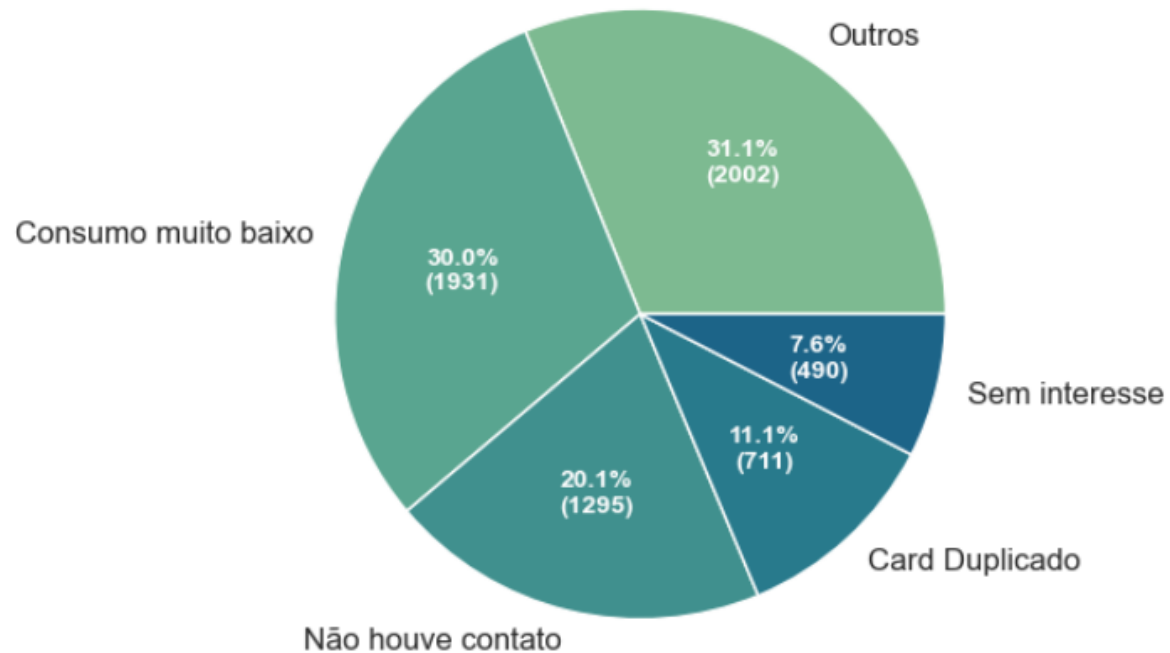
- Na base de dados são apresentadas as informações referente aos **Leads por período**, onde a mesma abrange o período de **Janeiro de 2021 a Agosto de 2021**;
- Análise exploratória foi feita na linguagem Python e o script está disponível no seguinte repositório: https://github.com/robertomelojr/case_analista_de_dados_lemon ;
- A metodologia utilizada para a análise dos Leads foi o **Funil Cohort por Data de Entrada**;
- Replicando o Funil temos:

Mês	Lead	Contas Recebidas	Contas Elegíveis	Propostas Enviadas	Contratos Assinados	Contratos Homologados
Janeiro	175	79	72	70	22	19
Fevereiro	116	56	52	51	13	8
Março	748	452	205	177	72	65
Abril	899	475	215	190	78	62
Maio	1303	879	376	338	126	99
Junho	1443	918	451	304	119	91
Julho	555	369	260	110	76	62
Agosto	1889	1629	741	479	338	289

1. Quais são os principais motivos de perda?
2. É possível dizer que quanto maior a quantidade de faturas não carregadas menor é a taxa de conversão?
3. Leads com faturas carregadas vão mais longe no Funil?
4. Existem Leads Aprovados que não tiveram propostas enviadas?
5. Há uma relação entre propostas enviadas e a taxa de conversão?
6. Qual é a evolução da taxa de conversão ao longo do Tempo?

1. Quais são os principais motivos de perda?

Leads Não Homologados Por Motivo de Perda

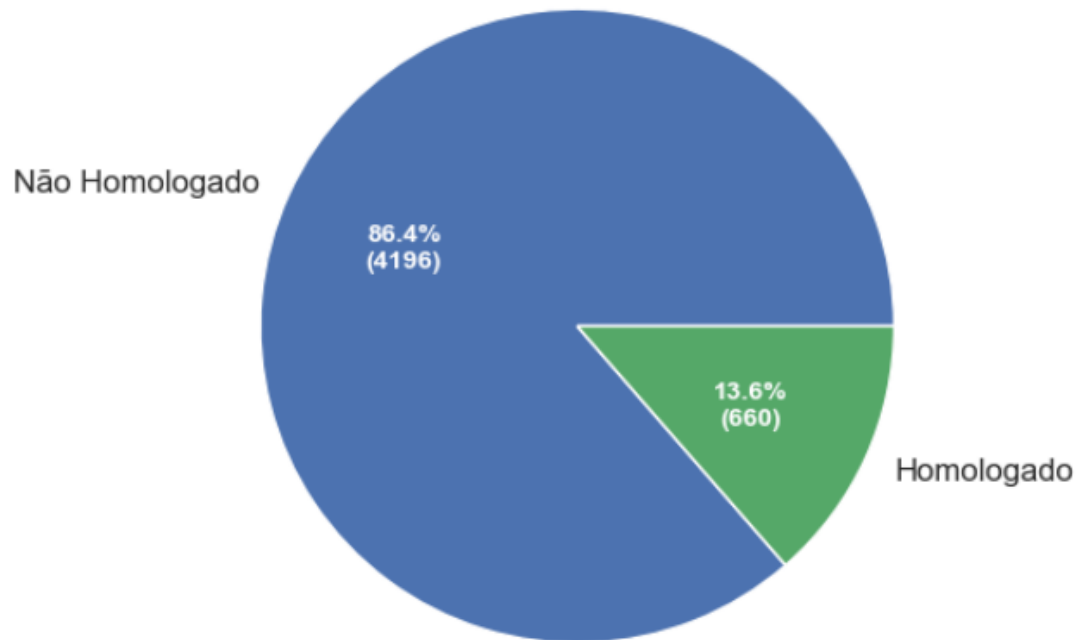


- Nos Leads não homologados, os principais motivos de perda são: Consumo Muito Baixo e Não houve contato, representando 30% e 20.1%, respectivamente, do total de leads não homologados no período;

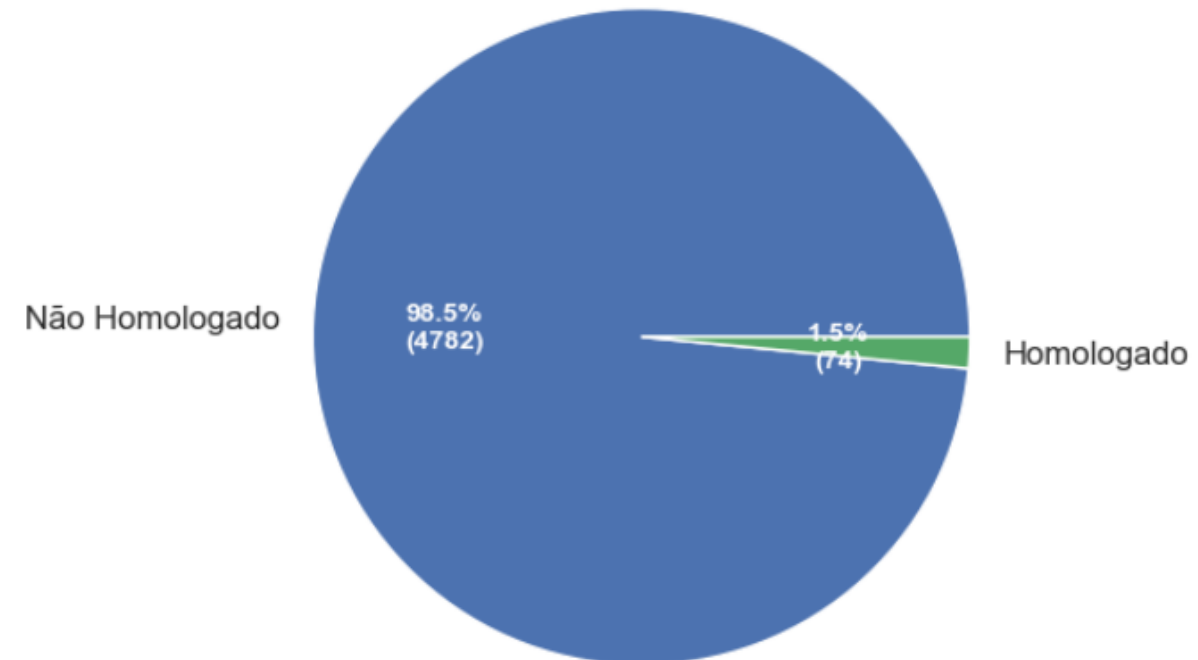
2. É possível dizer que quanto maior a quantidade de faturas não carregadas menor é a taxa de conversão?

- Sim, dado que enquanto 13.6% das Faturas Carregadas são homologadas apenas 1.5% das Faturas Não Carregadas são homologadas.

Distribuição das Faturas Carregadas

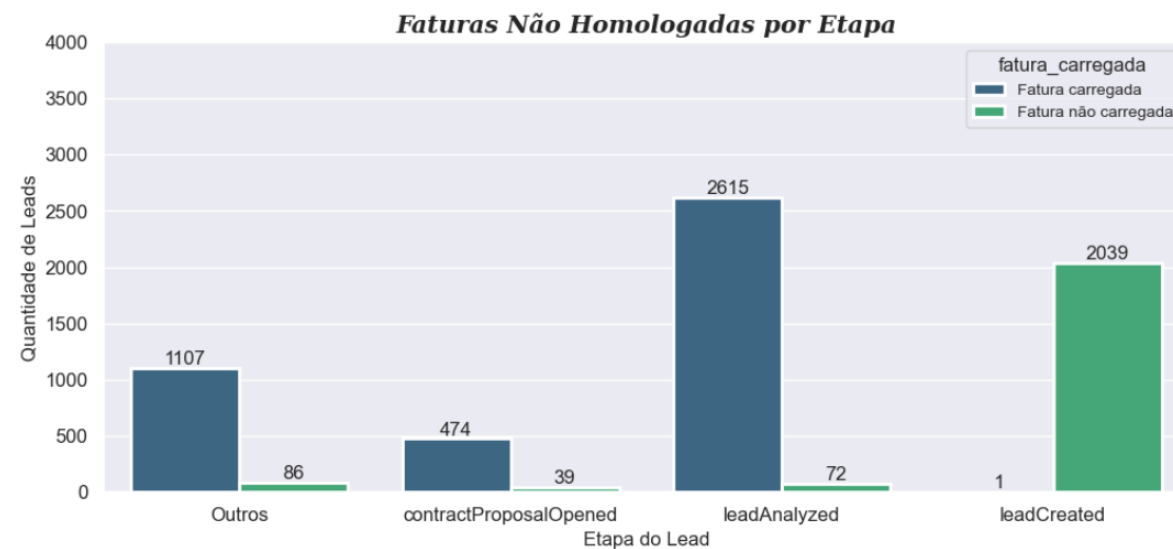
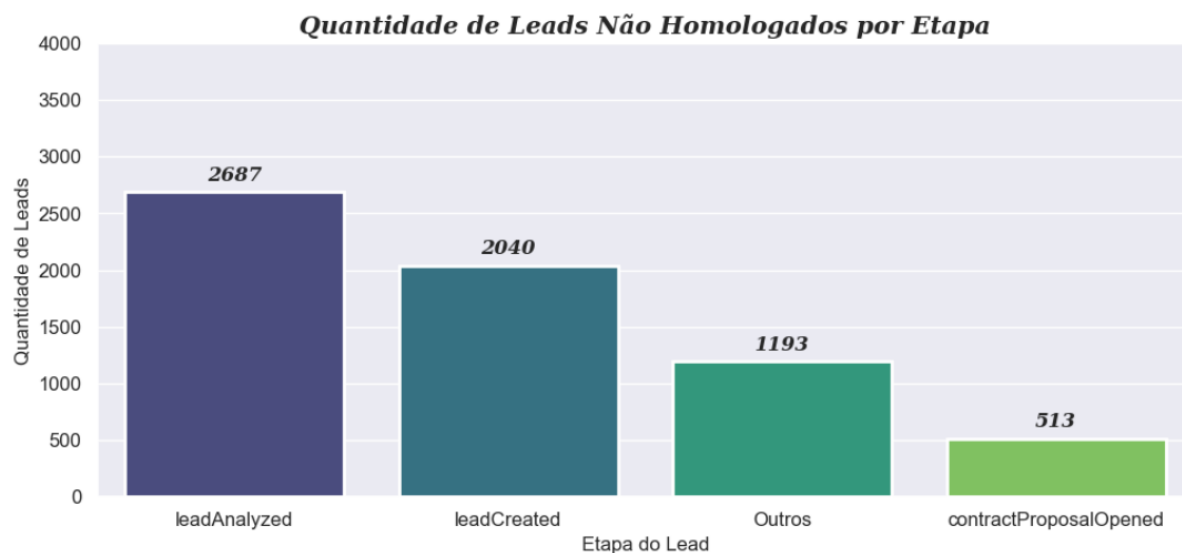


Distribuição das Faturas não Carregadas



3. Leads com faturas carregadas vão mais longe no Funil?

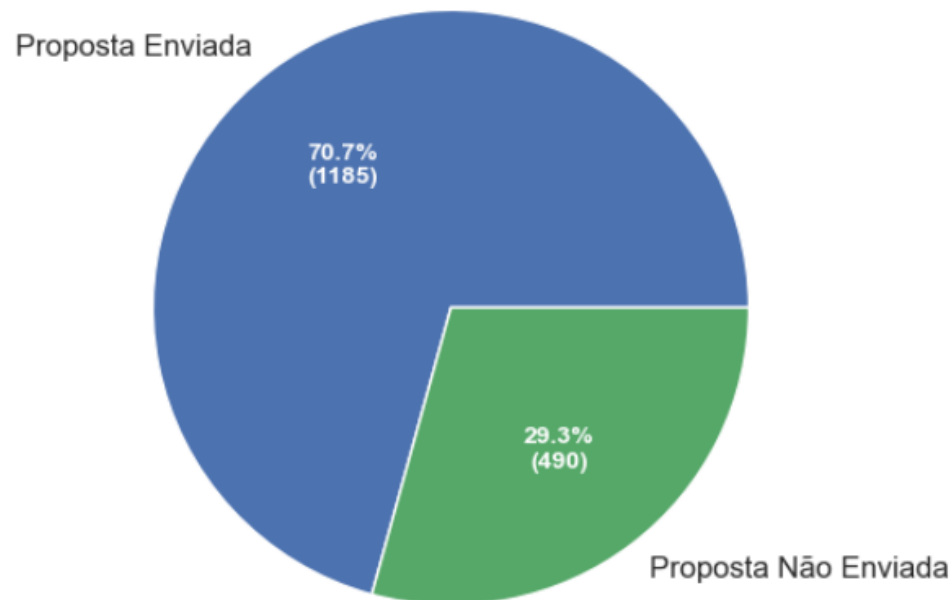
- Faturas não carregadas, em grande parte, "morrem" já na primeira etapa, que é a de criação de Lead, enquanto os Leads que tem fatura carregada, em sua imensa maioria, progridem até a etapa de análise do Lead. Ou seja, quanto maior a quantidade de Faturas Carregadas mais longe no funil os Leads irão.



4. Existem Leads Aprovados que não tiveram propostas enviadas?

- Sim, existem 491 Leads Elegíveis que a Proposta não foi enviada e eles não foram Homologados.

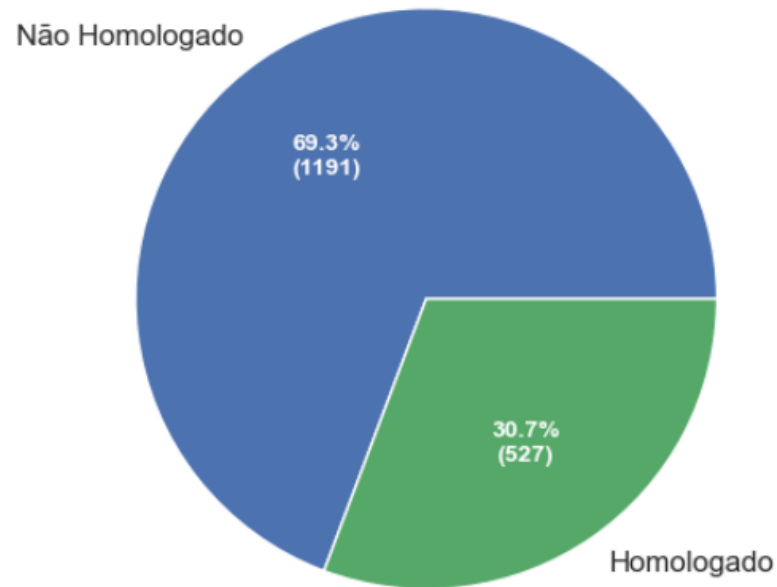
Distribuição dos Leads Elegíveis Não Homologados



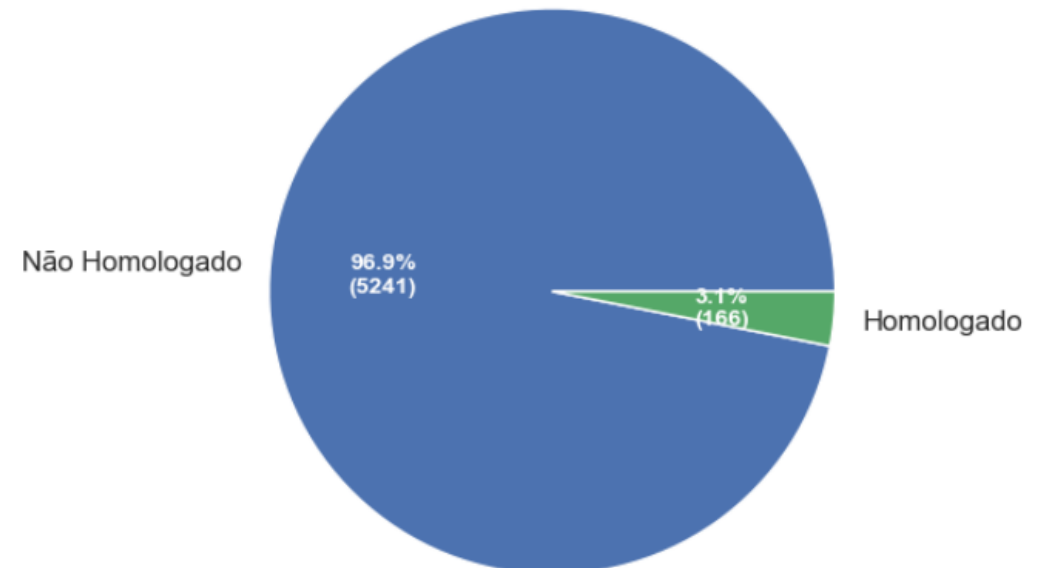
5. Há uma relação entre propostas enviadas e a taxa de conversão?

- Sim, uma vez que a taxa de conversão de Leads que a proposta é enviada é de 30.7%, enquanto das não enviadas é de 3%.

Conversão de Propostas enviadas

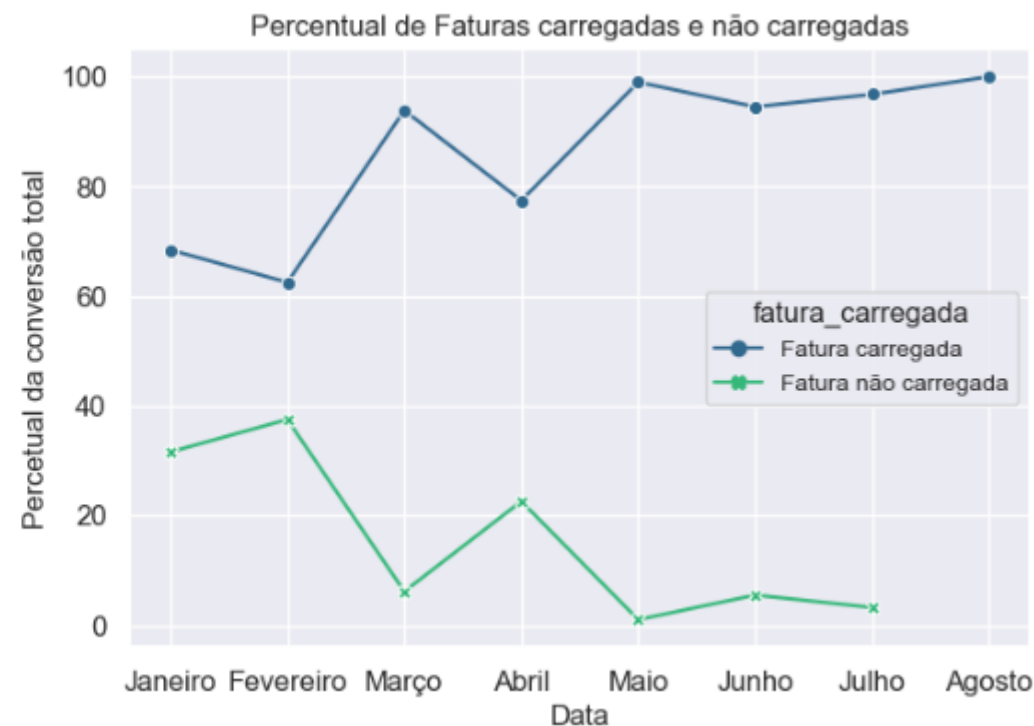
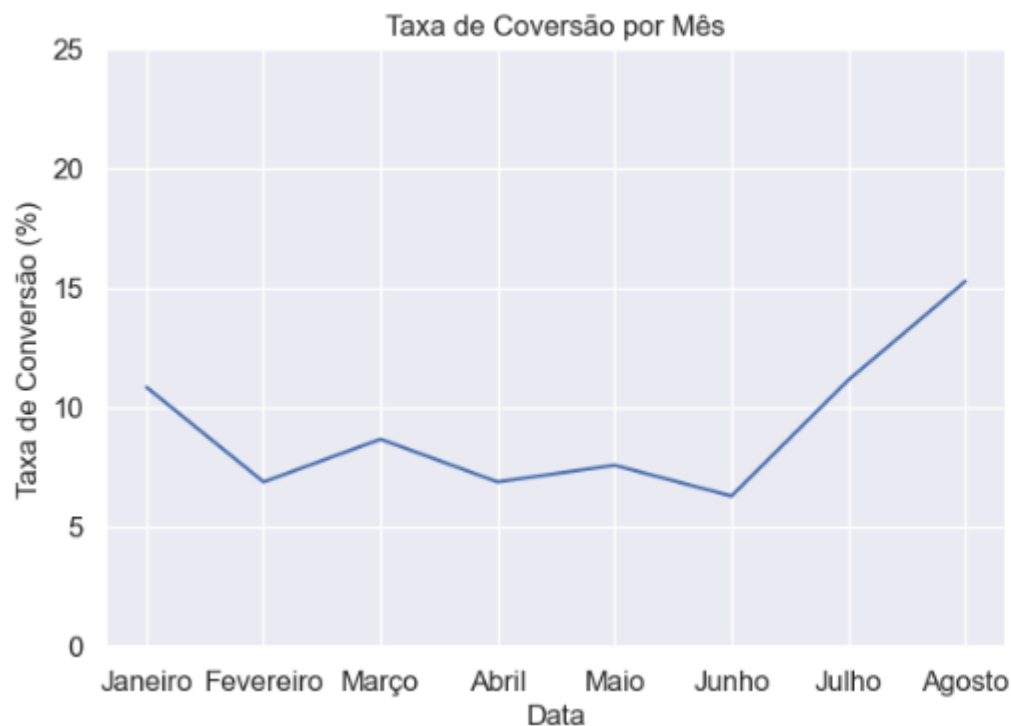


Conversão de Propostas Não Enviadas



6. Qual é a evolução da taxa de conversão ao longo do Tempo?

- Visualmente é possível corroborar informações apresentadas anteriormente: Os meses em que há um percentual maior de faturas carregadas a taxa de conversão também é maior;
- Destaque para o mês de agosto, que apresenta 0% de faturas não carregadas e tem a maior taxa de conversão da série,



- A partir dos dados apresentados algumas conclusões preliminares podem ser inferidas, sendo elas:
 1. Os principais motivos de perda são: Consumo Muito Baixo e Não houve contato, representando 30% e 20.1%, respectivamente, do total de leads não homologados da amostra;
 2. A quantidade de faturas carregadas tem uma relação direta com a taxa de conversão;
 3. Leads com faturas não carregadas já “nascem mortos”, tendo em vista que a grande maioria deles para na etapa de Lead criado no funil, que é a primeira;
 4. Existe um possível problema entre a etapa de Validação do Lead e Envio das propostas, tendo em vista que existem Leads validado que as propostas não foram enviadas;
 5. Existe uma relação entre propostas enviadas e a taxa de conversão, a taxa de conversão de Leads que a proposta é enviada é de 30.7%, enquanto das não enviadas é de 3%;
- Sabendo que a taxa de conversão média da amostra é de 9.21%, caso se queira aumentar em 30% e chegar ao valor de 11.98% de conversão média é preciso tomar ações que aumentem a quantidade de faturas carregadas e diminua o GAP entre Leads Validados e Propostas enviadas