

Segmentação de Clientes

Rodrigo Cesar da Silva

IPPLAN

19 de maio de 2014

O que é?

Um segmento é um grupo único de clientes que compartilha características em comum. Essas podem ser:

- geográficas;
- demográficas;
- padrões de comportamento;
- etc.

Etapas para realizar segmentação

- encontrar características que dividem o mercado de forma relevante;
- identificar quais clientes pertencem a quais categorias;
- mirar nos segmentos com maior probabilidade de sucesso.

Desenvolvimento Rural Sustentável

Quem precisa?

- municípios que possuem economia fortemente dependente da agropecuária.

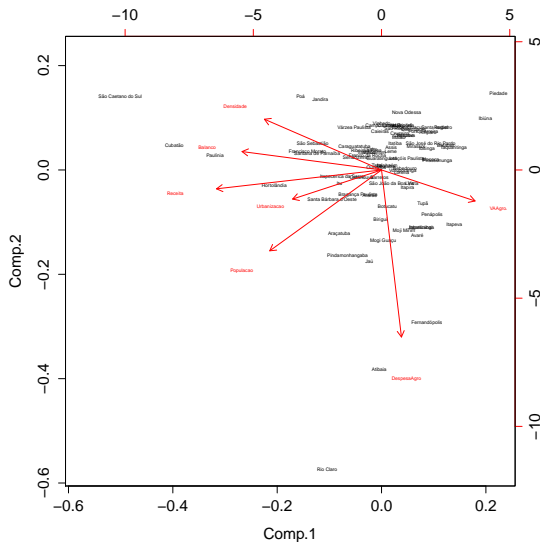
Características Relevantes (Indicadores)

- % do Valor Adicionado da Agropecuária no PIB (VAAgro);
- Densidade demográfica;
- Urbanização;
- População ($200.000 \leq \text{População} \leq 50.000$);
- Receita Municipal;
- Balanço Municipal = Receitas - Despesas;
- Despesas municipais com incentivo à agropecuária.

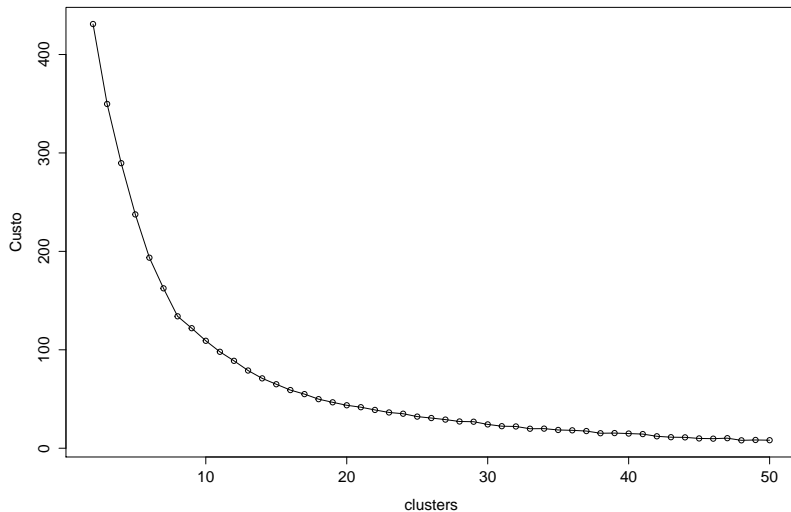
Análise de Componentes Principais

Objetivo: Diminuir dimensão.

	Comp.1	Comp.2	Comp.3
VAAgro.	0.312	-0.156	0.526
Densidade	-0.391	0.255	-0.142
Urbanizacao	-0.296	-0.146	-0.511
Populacao	-0.373	-0.407	-0.182
Balanco	-0.465	0.093	0.528
Receita	-0.550	-0.095	0.357
DespesaAgro	0.066	-0.840	0.054



Análise de Agrupamentos (*Clustering*)



Análise de Agrupamentos - Identificação dos *clusters*

	VAAgro	Densid	Urban	Pop	Balanco	Receita	DespAgro
1	1.84	-0.39	-0.09	-0.59	-0.17	-0.44	-0.02
2	-0.77	0.03	0.60	0.14	5.02	4.29	-0.39
3	-0.77	2.48	0.57	1.09	0.09	0.16	-0.57
4	-0.78	6.15	0.60	1.53	3.23	4.26	-0.57
5	1.16	-0.40	-5.53	-0.95	-0.24	-0.84	-0.25
6	-0.37	-0.17	0.29	0.82	-0.00	0.29	-0.17
7	-0.22	-0.28	0.11	0.87	-0.25	0.34	4.22
8	-0.33	-0.25	0.01	-0.62	-0.32	-0.44	-0.11

Análise de Agrupamentos - Identificação dos *clusters*

Município	Cluster
Atibaia	7
Fernandópolis	7
Rio Claro	7
Avaré	1
Barretos	1
Batatais	1
Ibitinga	1
Itapetininga	1
Itapeva	1
Jaboticabal	1
Lençóis Paulista	1
Mococa	1
Pirassununga	1
Porto Ferreira	1
Registro	1
Taquaritinga	1