

# Relatório detalhado de perfil de leads

Período: agosto de 2021

Data de geração: 18 de julho de 2025.

Departamento comercial - Empresa Fictícia

Elaborado por: Rodrigo Junqueira

---

## Sumário

O presente relatório apresenta uma análise aprofundada do perfil dos leads gerados em agosto de 2021, oferecendo informações demográficas, profissionais e de interesse de veículos. Os dados revelam que a maioria dos leads é do gênero feminino (60%) e concentra-se na faixa etária de 20 a 40 anos. O perfil profissional dominante é de leads "CLT" (65%) e a faixa salarial é de R\$ 5.000,00 à R\$ 10.000,00 (71%).

A preferência por veículos usados (96%) é predominante, com destaque para os veículos com 8 a 10 anos (25%) de uso. Os modelos "Fiat Palio", "Fiat Uno", "Volkswagen Gol", "Ford Fiesta" e "Renault Sandero" são os mais visitados, confirmando a alta demanda por esses veículos no mercado de usados.

## Principais recomendações

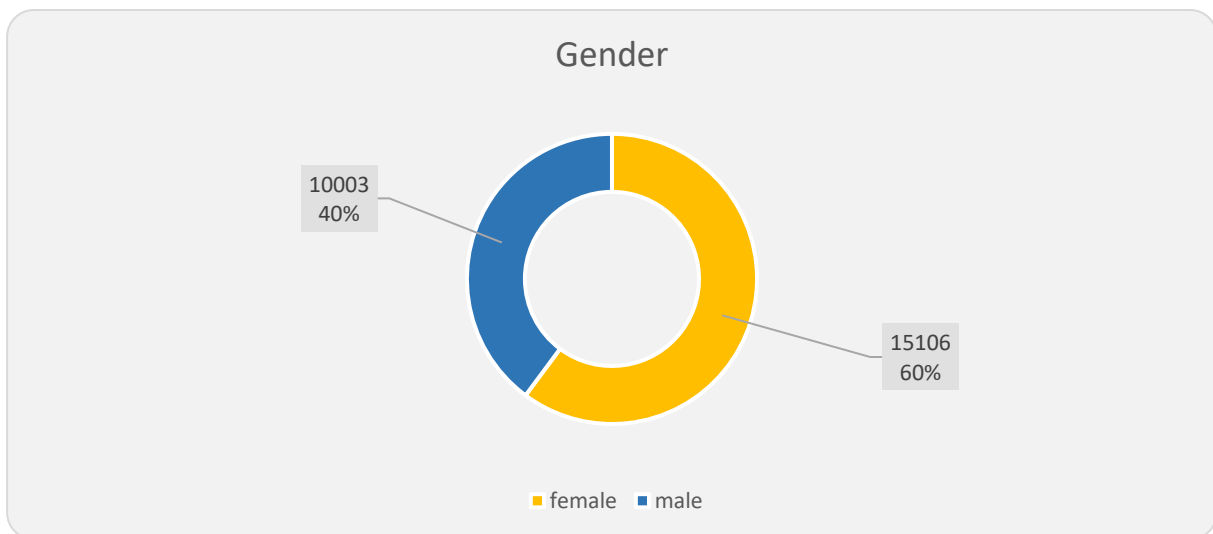
1. As estratégias de marketing devem ser otimizadas para o público de jovens adultos CLT.
2. As campanhas devem priorizar modelos populares de grande procura, especialmente em modelos usados.
3. É interessante entendermos a categoria "Outros" no perfil profissional, que está em segundo lugar, para pensarmos em estratégias para este público.

## 1. Introdução

Este relatório tem como objetivo apresentar uma análise detalhada sobre o perfil dos leads captados no mês de agosto de 2021. Com ele, podemos compreender as características demográficas, profissionais e as preferências de veículos dos nossos leads, para então aprimorar as estratégias de marketing em públicos-alvo e, otimizar o processo de vendas e aumentar a taxa de conversão. Ao analisar estes dados, buscamos identificar padrões e oferecer insights que contribuam para um engajamento mais eficaz.

## 2. Análise detalhada dos indicadores

### 2.1. Gênero



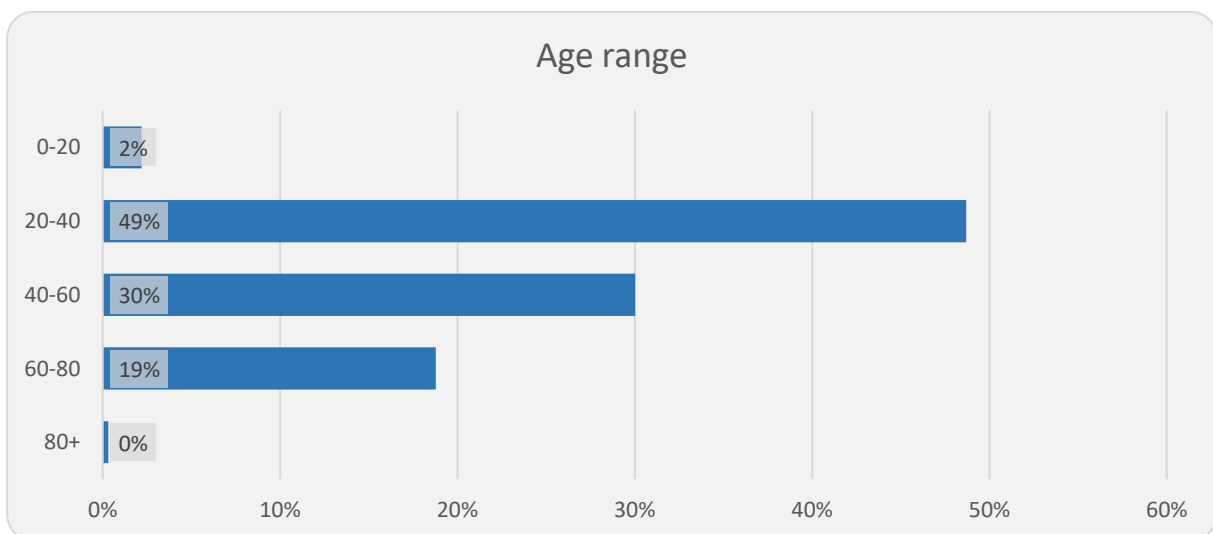
**Análise:** A base de leads em agosto de 2021 é composta na sua maioria por pessoas do gênero feminino, representando 60% do total.

**Insights:** Nossas estratégias atuais de captação de leads indicam estarem ressoando com o público feminino. Isso pode ser um reflexo da nossa comunicação, dos canais utilizados ou do mercado.

#### Recomendações:

1. Analisar os canais de aquisição para entender se alguns são mais eficazes com determinado gênero.

### 2.2. Faixa etária



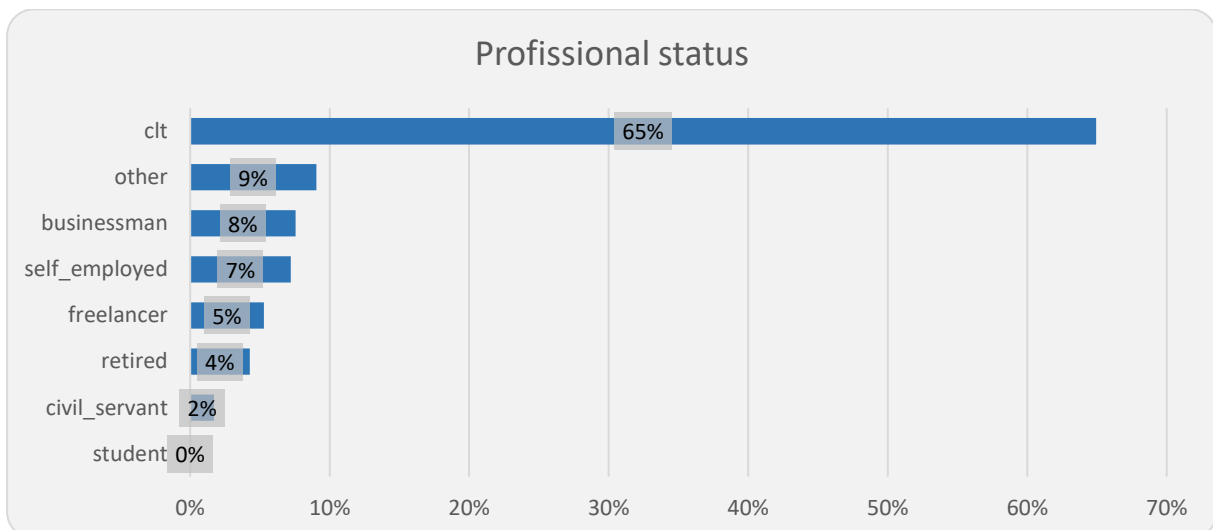
**Análise:** A maior concentração de leads está com o público na faixa etária de 20 a 40 anos, representada por **49%**, seguida de 40 a 60 anos, com 30%. Essas faixas indicam que a predominância de um público jovem-adulto.

**Insights:** O público-alvo principal são jovens adultos, o que pode ter influência das tecnologias utilizadas e os tipos de veículos.

**Recomendações:**

1. Adaptar a linguagem e as comunicações para o público jovem adulto, que também pode ressoar no público adulto.
2. Explorar as necessidades específicas dos leads mais velhos para pensar em estratégias personalizadas.

### 2.3. Status profissional



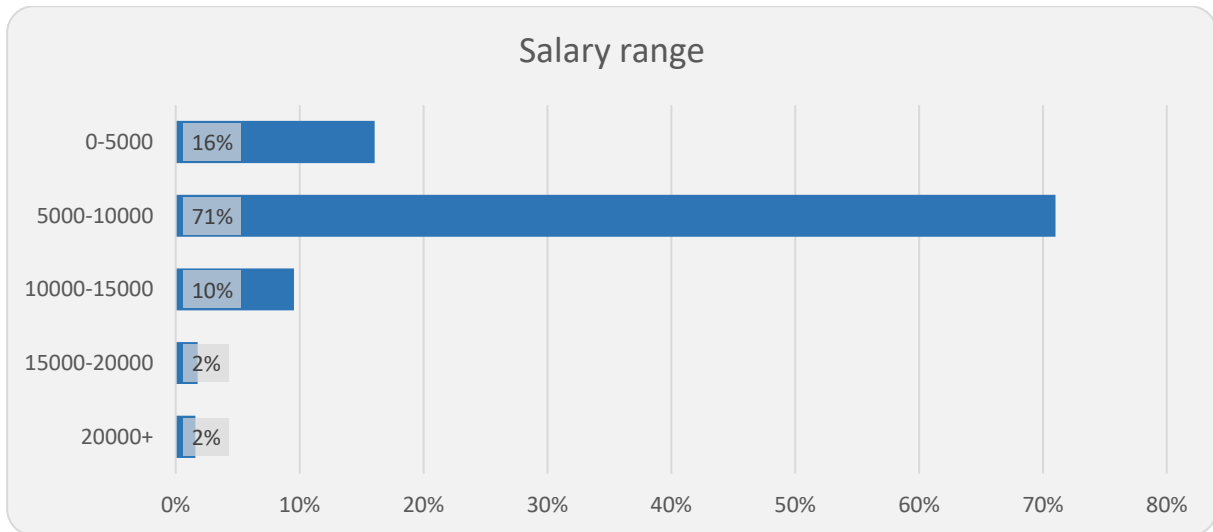
**Análise:** A categoria do público CLT domina o status profissional dos leads (**65%**). Empresários(as), autônomos(as) e freelancers representam uma parcela significativa de profissionais independentes.

**Insights:** O público CLT predomina, o que demonstra a importância de criar estratégias voltadas a este público. A categoria “outros” impede uma segmentação mais detalhada para otimizar estratégias de abordagens.

**Recomendações:**

1. Criar campanhas voltadas para o público CLT, como facilidade de pagamento em folha.
2. Revisar o formulário de captação de leads para oferecer mais opções de status.
3. Desenvolver abordagens de vendas que flexibilizem os horários além do horário comercial.

## 2.4. Faixa salarial



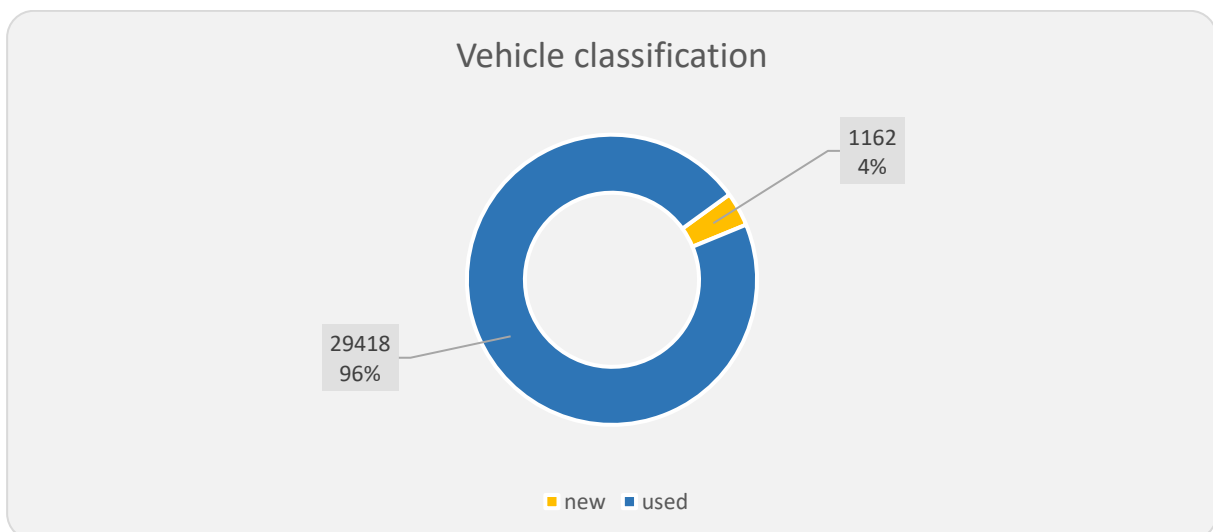
**Análise:** A maioria dos leads se encontra na faixa salarial de R\$ 5.000,00 a R\$ 10.000,00, indicando um público com poder de compra médio a alto.

**Insights:** O perfil salarial predominante é de pessoas com capacidade financeira para investir em veículos, o que é favorável para a empresa.

### Recomendações:

1. Focar em ofertas e planos de financiamento para a faixa salarial predominante.
2. Explorar opções personalizadas para faixas salariais acima de R\$ 10.000,00.
3. Criar estratégias para facilitar as pessoas que possuem faixa salarial abaixo de R\$ 5.000,00.

## 2.5. Classificação dos veículos (novos ou usados)



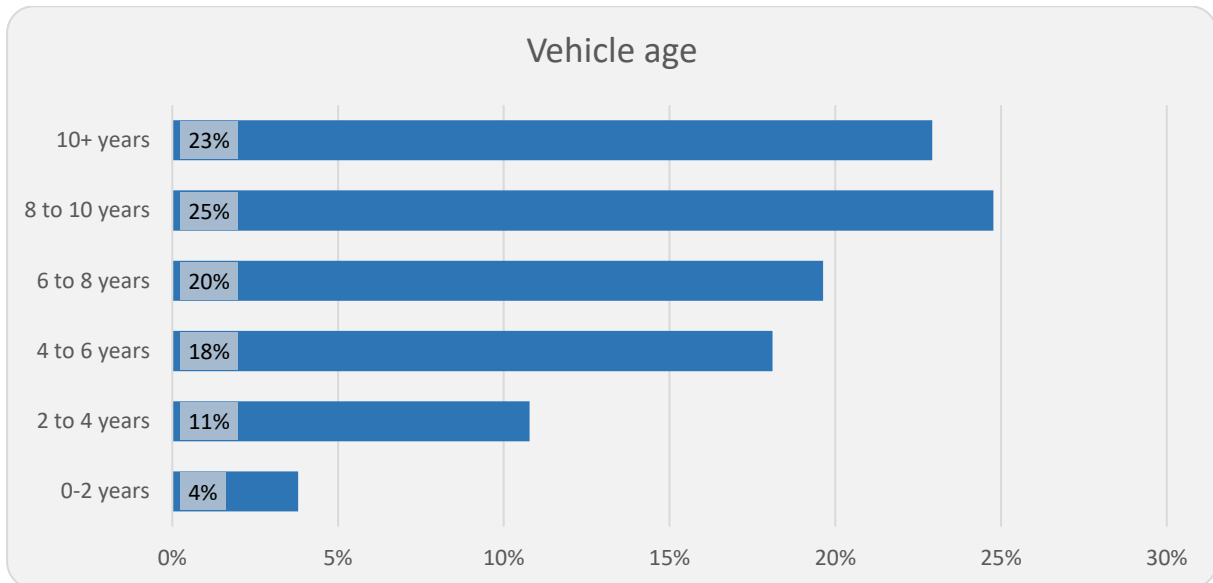
**Análise:** A preferência por veículos usados é predominante, representado **96%** dos leads.

**Insights:** O foco deve ser o mercado de veículos usados, pois é onde encontramos a maioria dos leads. As estratégias de marketing e o estoque devem refletir essa procura.

**Recomendações:**

1. Alocar a maior parte dos recursos de marketing para vendas de veículos usados.
2. Criar uma abordagem específica para os leads interessados em veículos novos.

## 2.6. Idade do veículo



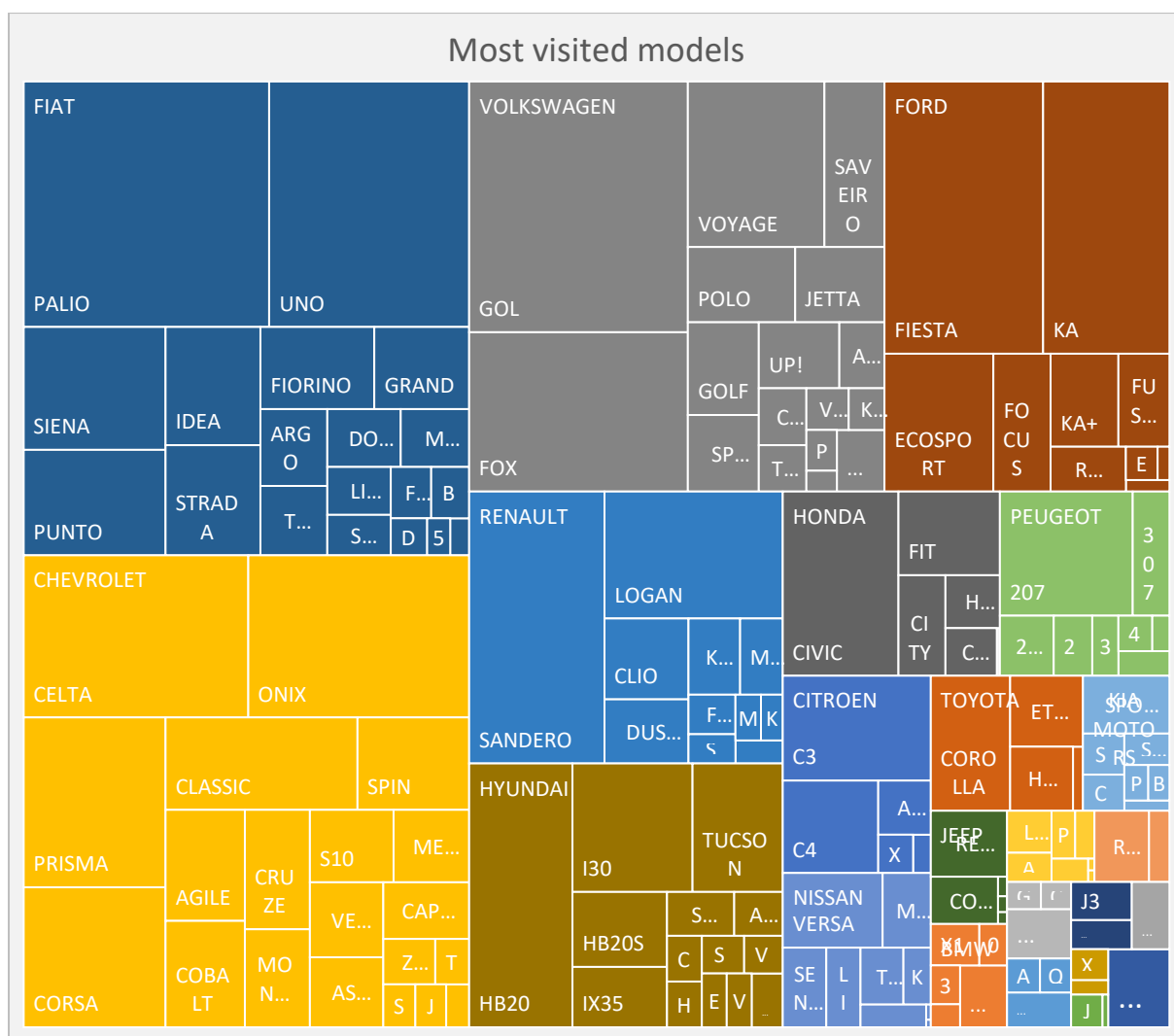
**Análise:** A maioria das buscas envolvem veículos com idade entre 8 e 10 anos (25%), seguido por veículos com 10 anos ou mais (23%). Juntas, essas categorias indicam que 48% das buscas envolvem veículos com mais tempo de uso.

**Insights:** O público de leads está procurando veículos com maior tempo de uso, o que pode indicar uma busca por preços mais acessíveis ou por modelos clássicos.

**Recomendações:**

1. Manter um estoque atualizado de veículos usados, garantindo opções variadas para essa demanda.
2. Enfatizar a qualidade e a durabilidade dos veículos mais antigos em campanhas de marketing.

## 2.7. Modelos mais visitados



BRAND	MODEL	VISITS (#)
FIAT	PALIO	1699
VOLKSWAGEN	GOL	1547
FIAT	UNO	1385
FORD	FIESTA	1221
RENAULT	SANDERO	1039
CHEVROLET	CELTA	1028
CHEVROLET	ONIX	1012
VOLKSWAGEN	FOX	983
FORD	KA	968
HYUNDAI	HB20	768

**Análise:** Os modelos Palio e Uno, da marca Fiat e o Gol da Volkswagen são consideravelmente os mais procurados, ocupando as maiores áreas no mapa acima. Outros modelos da Ford, Renault e Chevrolet também possuem modelos de alta visibilidade.

**Insights:** A preferência dos leads de alinha com modelos de veículos populares e com bom valor de revenda no mercado de usados.

**Recomendações:**

1. Garantir a disponibilidade de estoque para o top 10 de mais procurados, disponibilizado na tabela acima.
2. Criar campanhas de marketing específica para esses modelos, destacando os diferenciais e seus valores.

### **3. Conclusão**

A análise detalhada dos leads de agosto de 2021 revela um perfil predominantemente feminino, jovem adulto, com renda entre R\$ 5.000,00 e R\$ 10.000,00 e com um interesse maior em veículos usados, especialmente aqueles com mais de 8 anos de uso. Os modelos Palio e Uno, da marca Fiat, e Gol da Volkswagen se destacam como os mais procurados.

### **Apêndice**

Este relatório acompanha um dashboard de leads, possibilitando uma análise visual e detalhada dos indicadores.