

**Proposta de melhoria de
eficiência em campanhas
de marketing**

Apresentador

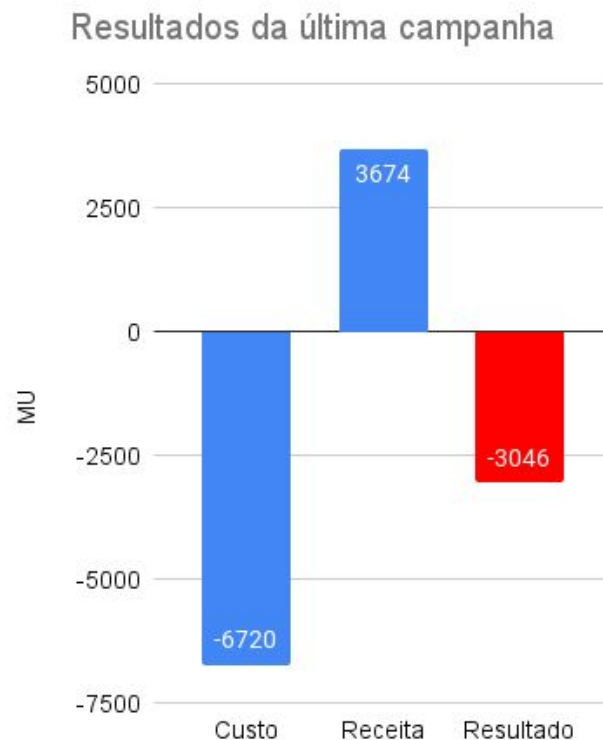
Rodrigo Tornisiello

- Analista de Dados de performance de ativos de geração eólica
- Graduado em Engenharia Elétrica pela Universidade Federal do Ceará



Contexto

- Resultados da última campanha: - 3046 MU
- Necessidade de um direcionamento de campanhas mais eficiente
- 85% dos clientes **não aceitaram** a última campanha

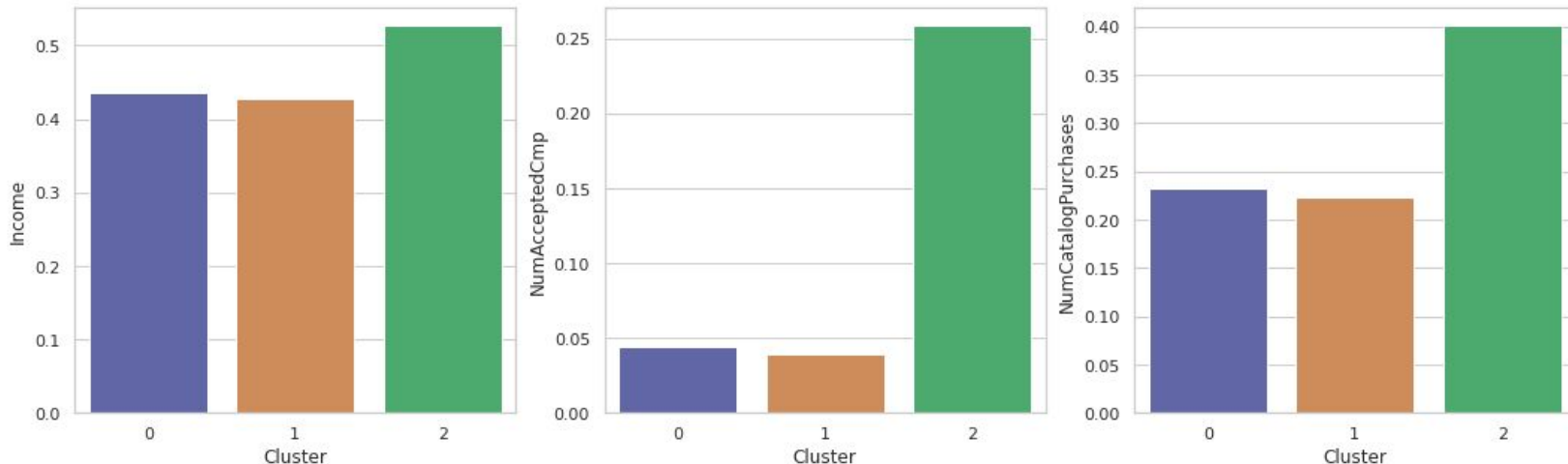


Perfil de interesse

Padrões destacados dentre os clientes que aceitaram a última oferta

O **cluster de interesse** para o direcionamento de anúncios é o **2**

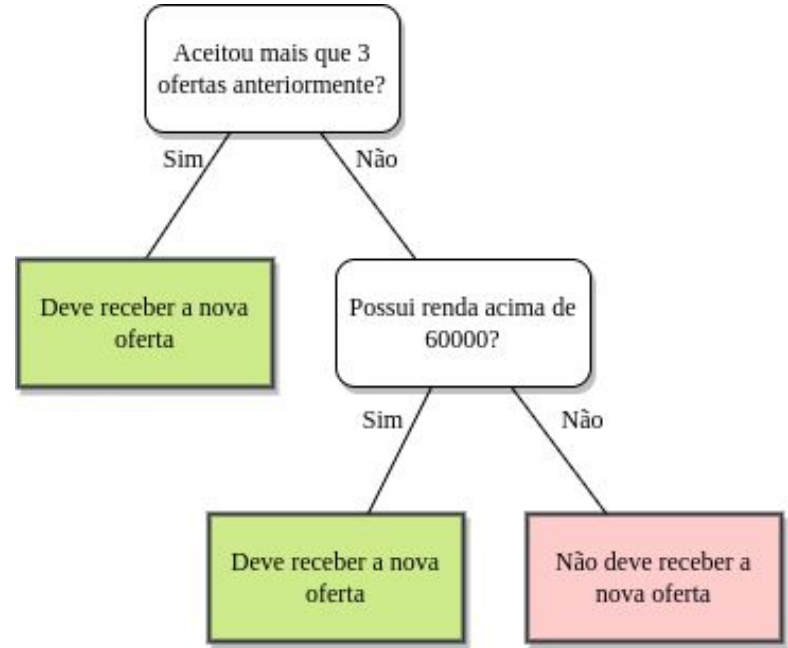
Renda, Quantidade de ofertas aceitas e Quantidade de compras via catálogo agrupados por Cluster



Proposta de solução

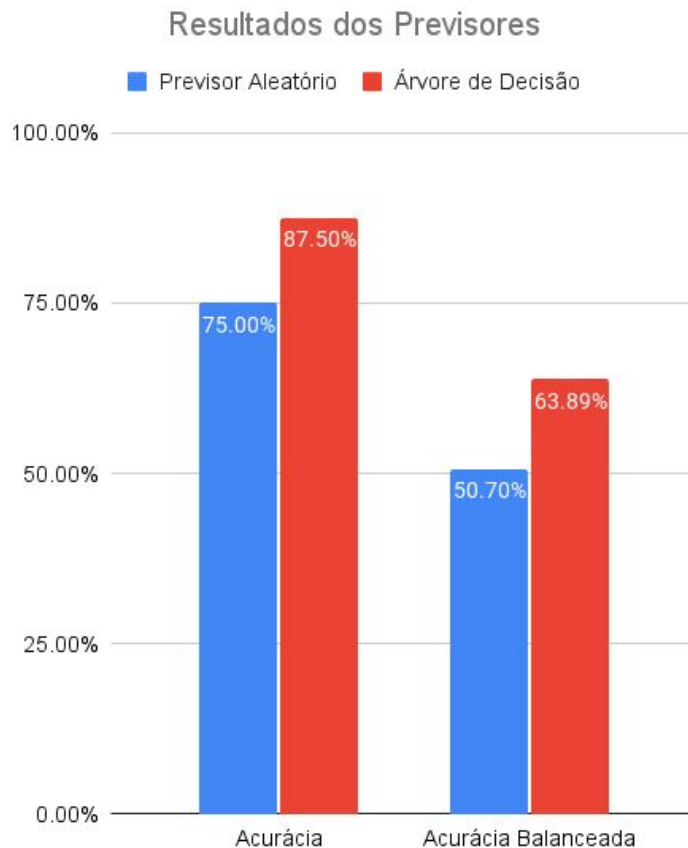
- Testagem de diferentes algoritmos, escolha da **Árvore de Decisão**
- Performance, Simplicidade e “Explicabilidade”

Exemplo de Árvore de Decisão



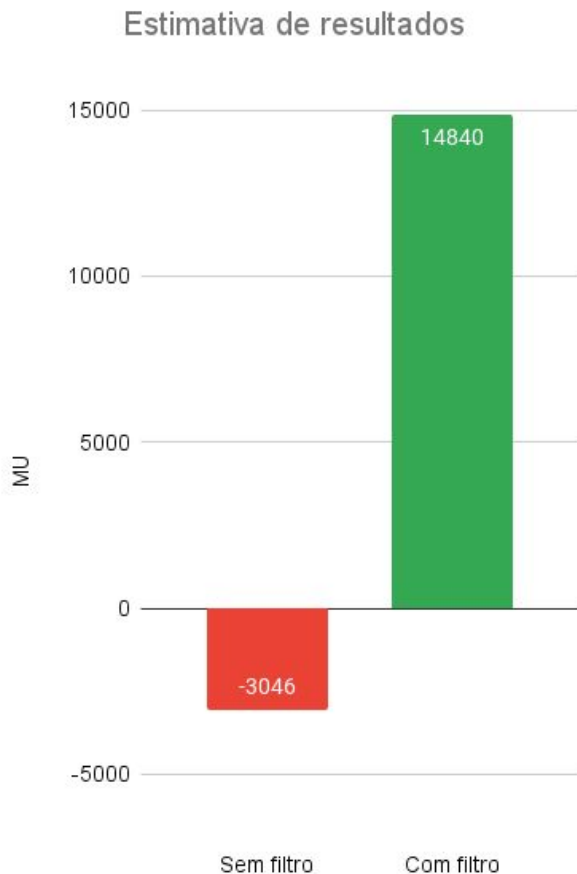
Resultados

- Benchmark com um preditor aleatório que **respeita a distribuição de respostas** positivas e negativas
- Avaliação de performance por Acurácia e Acurácia Balanceada
- **Aumento de performance** em ambos os casos



Conclusão

- O modelo sugerido é **simples e interpretável**, não há lógica de “caixa-preta”
- O modelo deve **funcionar como um filtro**, indicando quais clientes devem receber a oferta
- Considerando o mesmo investimento da campanha anterior, estima-se que o retorno utilizando o modelo seja de **14840 MU**



Obrigado!