

petl♥ve



CASE

Estágio em Engenharia de Dados
Samuel Barbosa

Sumário

Problema (p. 3-4)

Aprendizados (p. 5-16)

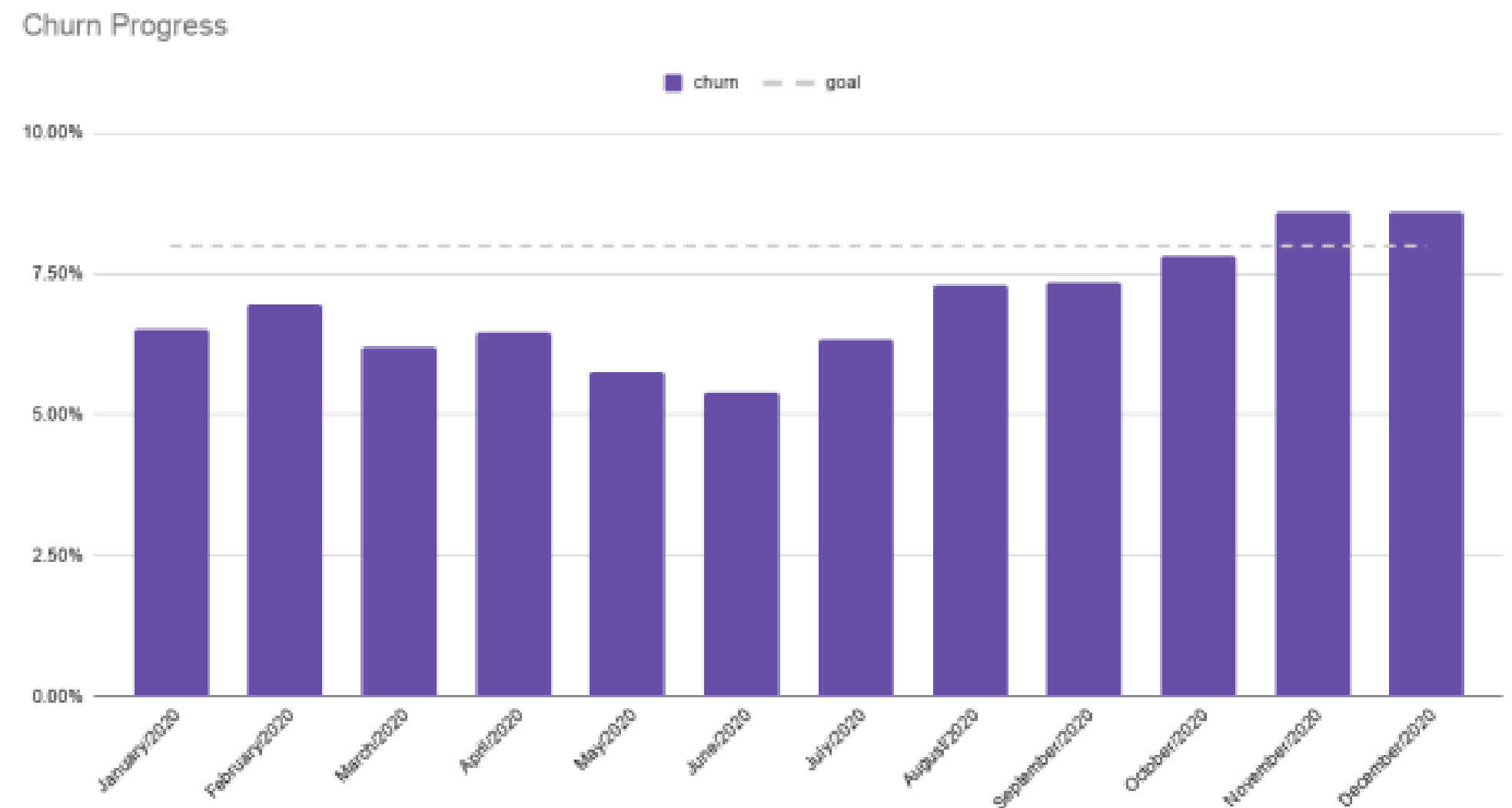
Próximos Passos (p. 17-19)

Links (p. 20)

Problema

A equipe da área de assinaturas tem como objetivo reduzir a perda de assinantes.

O objetivo é manter o Churn abaixo do linha tracejada mostrada no gráfico ao lado



Como chegaremos lá?

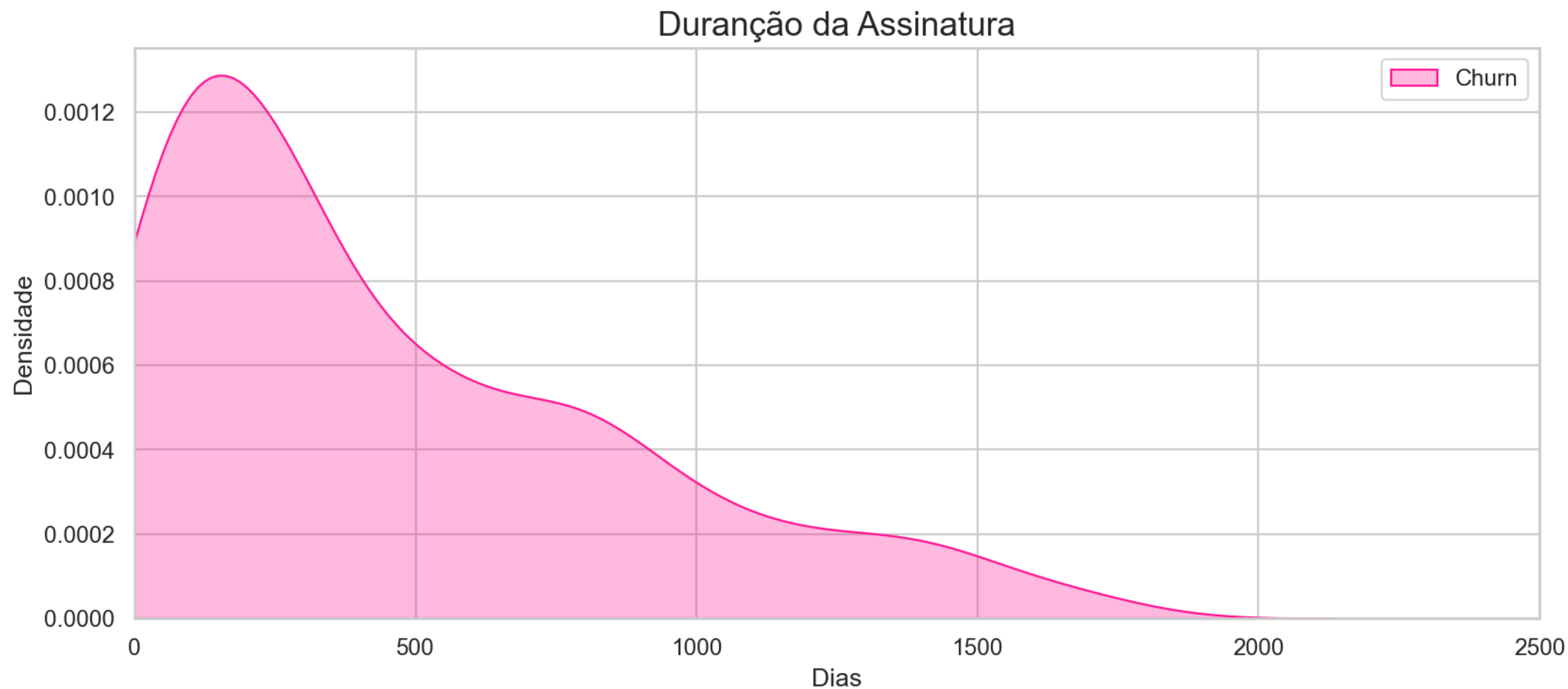
Ao se analisar dados referentes aos últimos meses de operação, foi possível tirar alguns aprendizados e conclusões que se mostram cruciais para os próximos passos.

Aprendizados



DURAÇÃO DA ASSINATURA

57% das assinaturas são canceladas em até 450 dias.

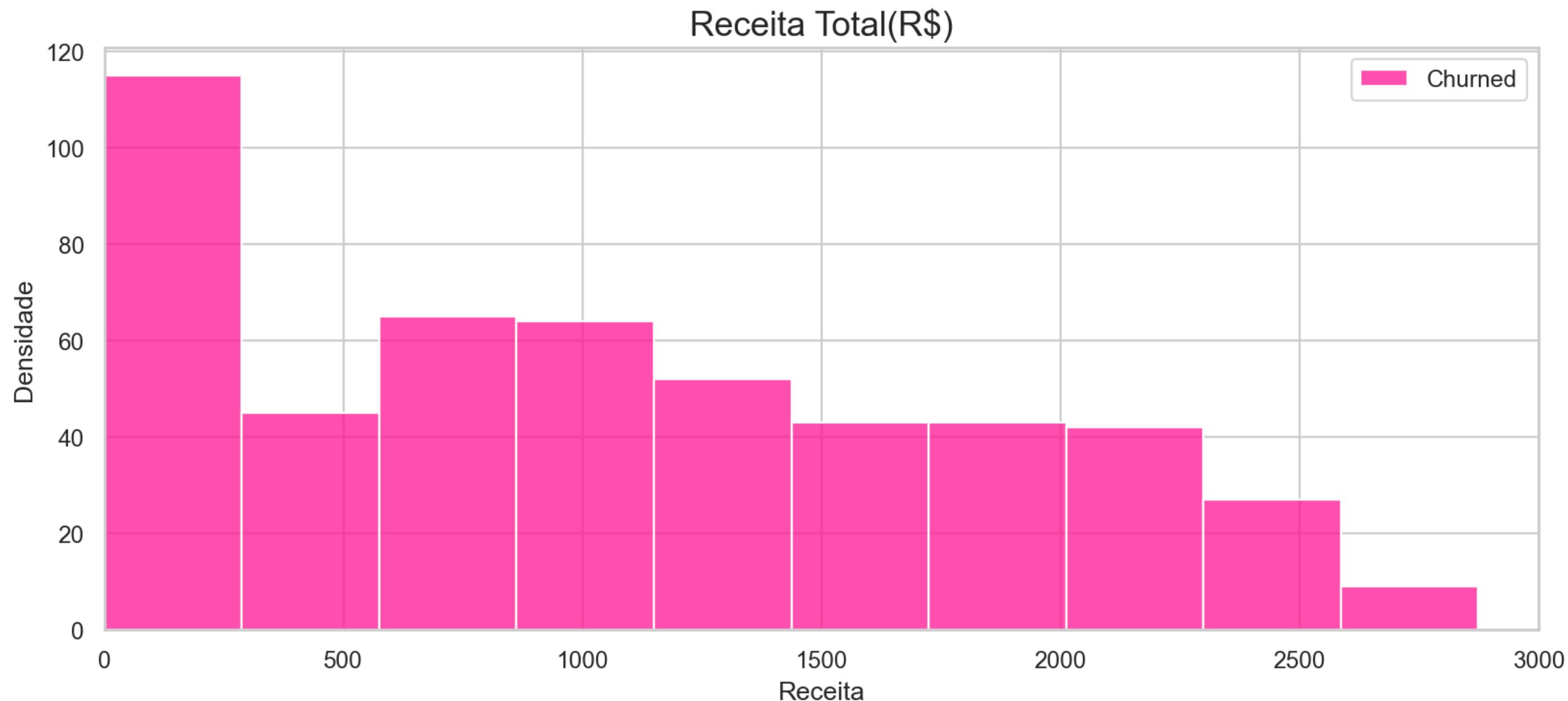


Isso é demonstrado pela área densamente concentrada entre o período de **0 e 500 dias** mostrada em **rosa** no gráfico.

Cálculos mostraram ainda que a média dentro deste período com alta concentração (**0 a 450 dias**) é de aproximadamente **200 dias**, ou seja, grande parte dos cancelamentos ocorre perto dos 6 meses de assinatura.

COMPORTAMENTO DE CONSUMO

40% das assinaturas foram canceladas com receita total de até R\$ 1.100,00, e seu ticket médio foi de R\$ 220,00.



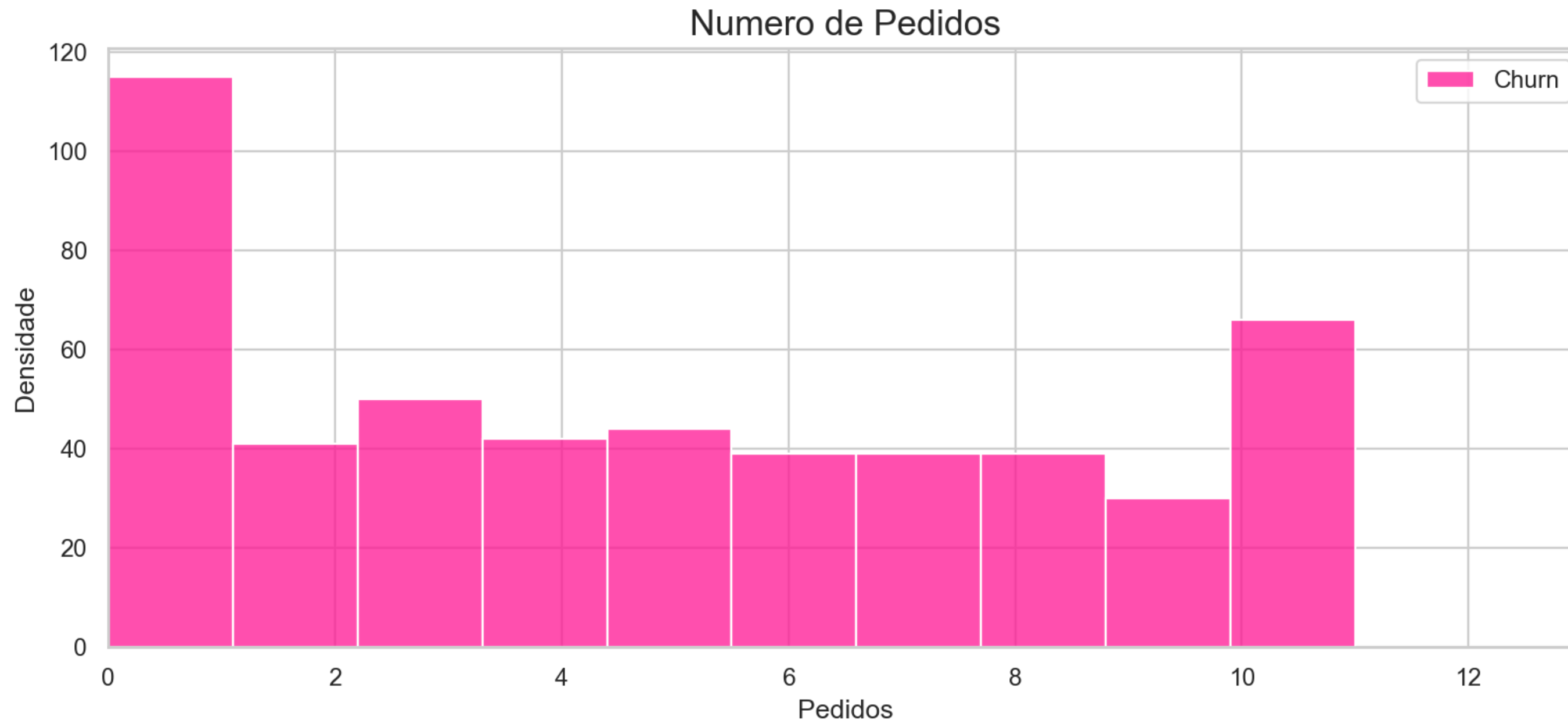
Associando essas informações, as de duração da assinatura reforçaram a hipótese de que os cancelamentos ocorrem durante o *primeiro ano de assinatura*

Isso, pois com uma receita média de 1100 dividida pelo ticket médio de 220, tem-se 5 compras ou 5 meses, aproximadamente **170 dias**.

Contudo, o alto desvio padrão indica que muitas assinaturas são canceladas precocemente, antes mesmo de **R\$ 300,00** de acúmulo.

COMPORTAMENTO DE CONSUMO

49,1% dos cancelamentos ocorreram em até 5 pedidos. 22,7% no primeiro pedido e 13,3% sem pedido algum.

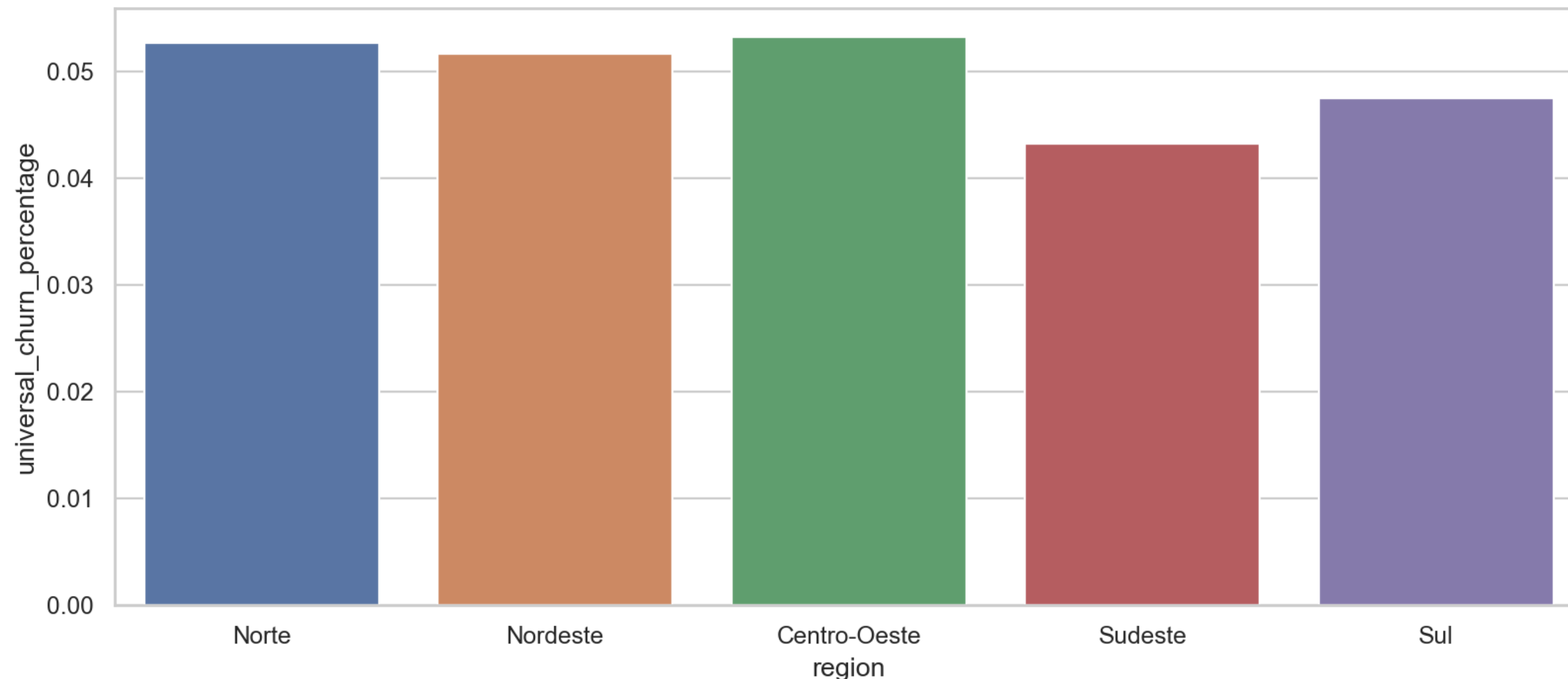


Isso reforça a hipótese de que as evasões ocorrem nos primeiro ano de assinatura.

Entretanto parte desses cancelamentos são precoces, provavelmente ocorrendo nos primeiros **3 meses.**

ANÁLISE REGIONAL

Em média 5% das assinaturas vindas do Nordeste, Norte e Centro-Oeste são canceladas, correspondendo a 76,5% de todo o Churn.



Essa métrica é em média 1,5 ponto percentual inferior no Sul e Sudeste.

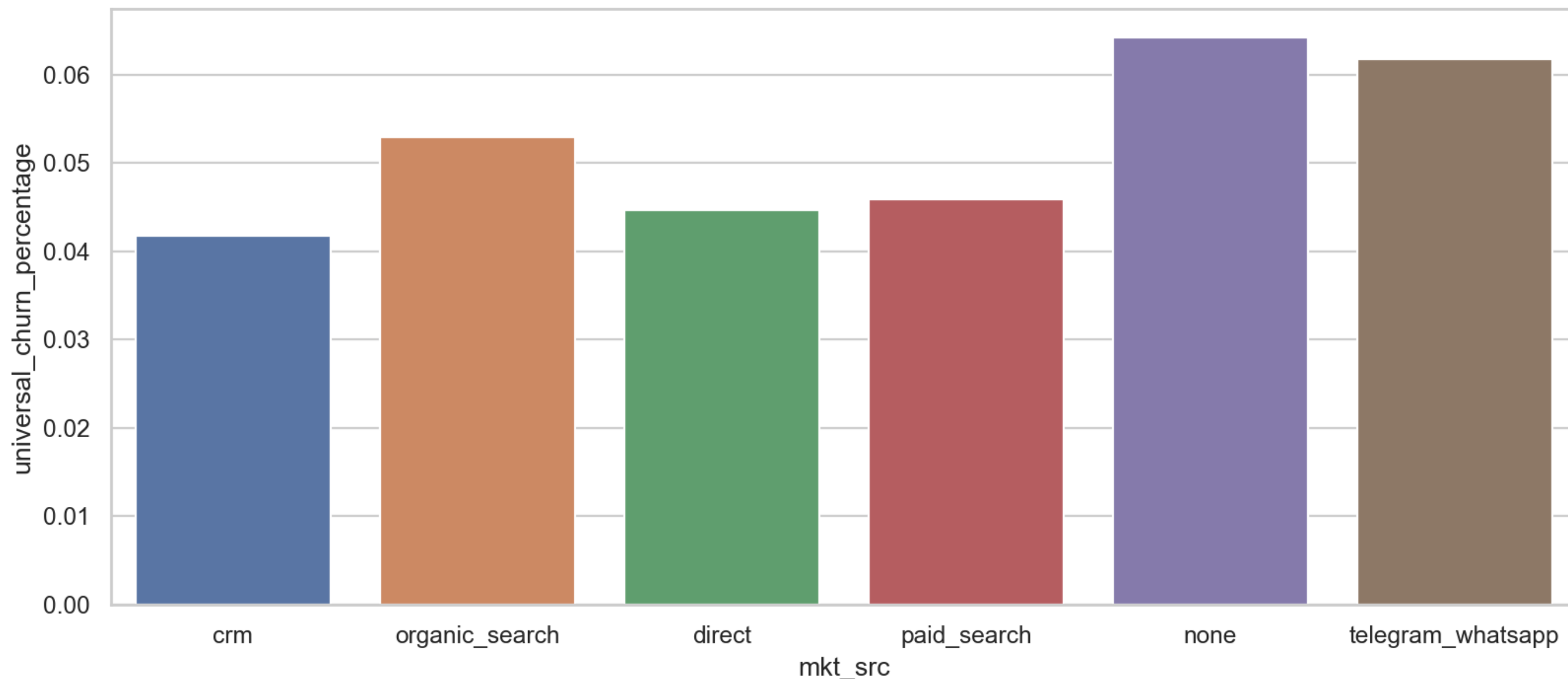
Entretanto, os estados a seguir precisam ser priorizados:

Amazonas, Pará, Maranhão, Tocantins, Roraima, Maranhão, Pernambuco, Alagoas, Sergipe, Bahia, Mato Grosso, Goiás, Mato Grosso do Sul, Minas Gerais e Rio Grande do Sul.

ESTRATÉGIAS DE MARKETING

Em média 6% de todas as assinaturas canceladas envolveram tráfego orgânico, Whatsapp/ Telegram ou nenhum contato.

Estas somam 58,6% de todos os cancelamentos.

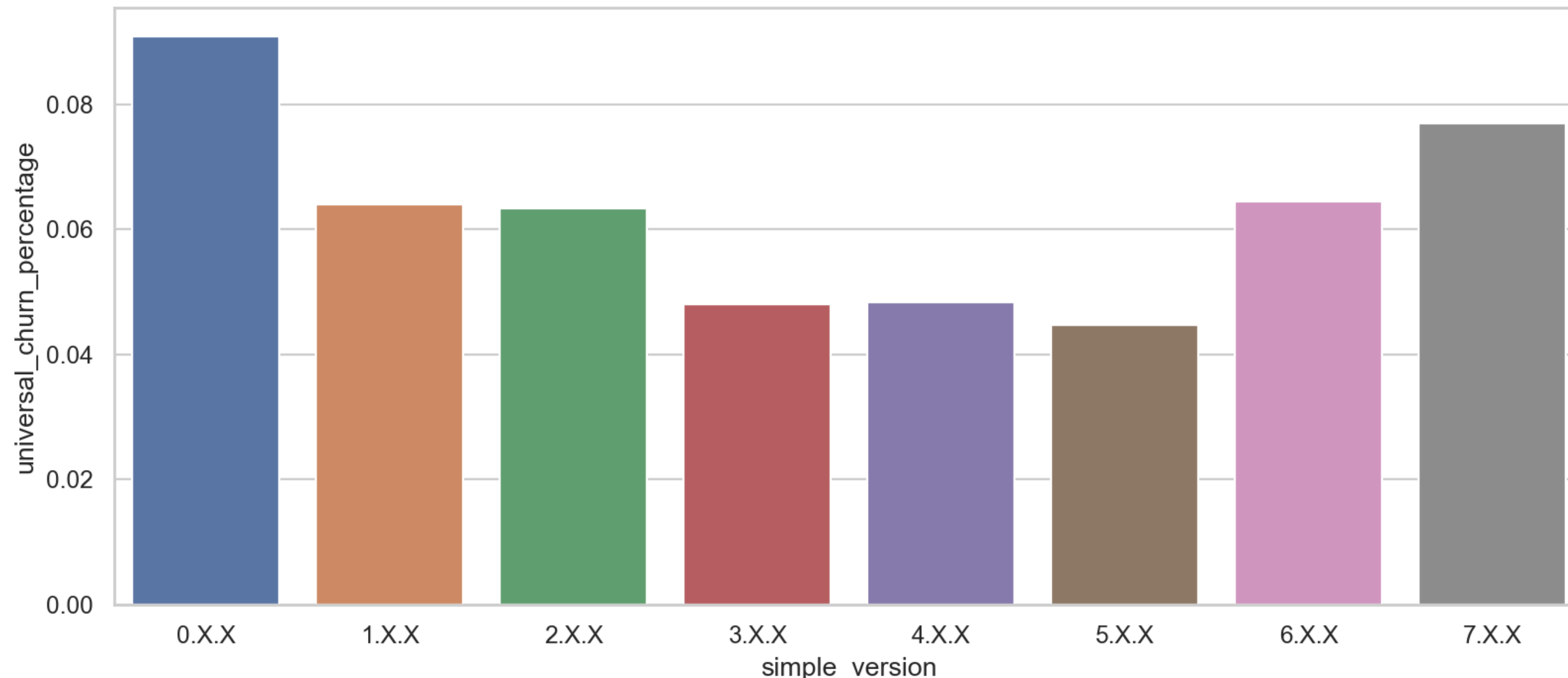


Essas métricas são em média 2 pontos inferiores nos outros tipos de canais

Indicando que direct, tráfego pago e estratégias baseadas em CRM possuem desempenho ligeiramente melhor do que os fatores apontados.

TIPOS DE ASSINATURA

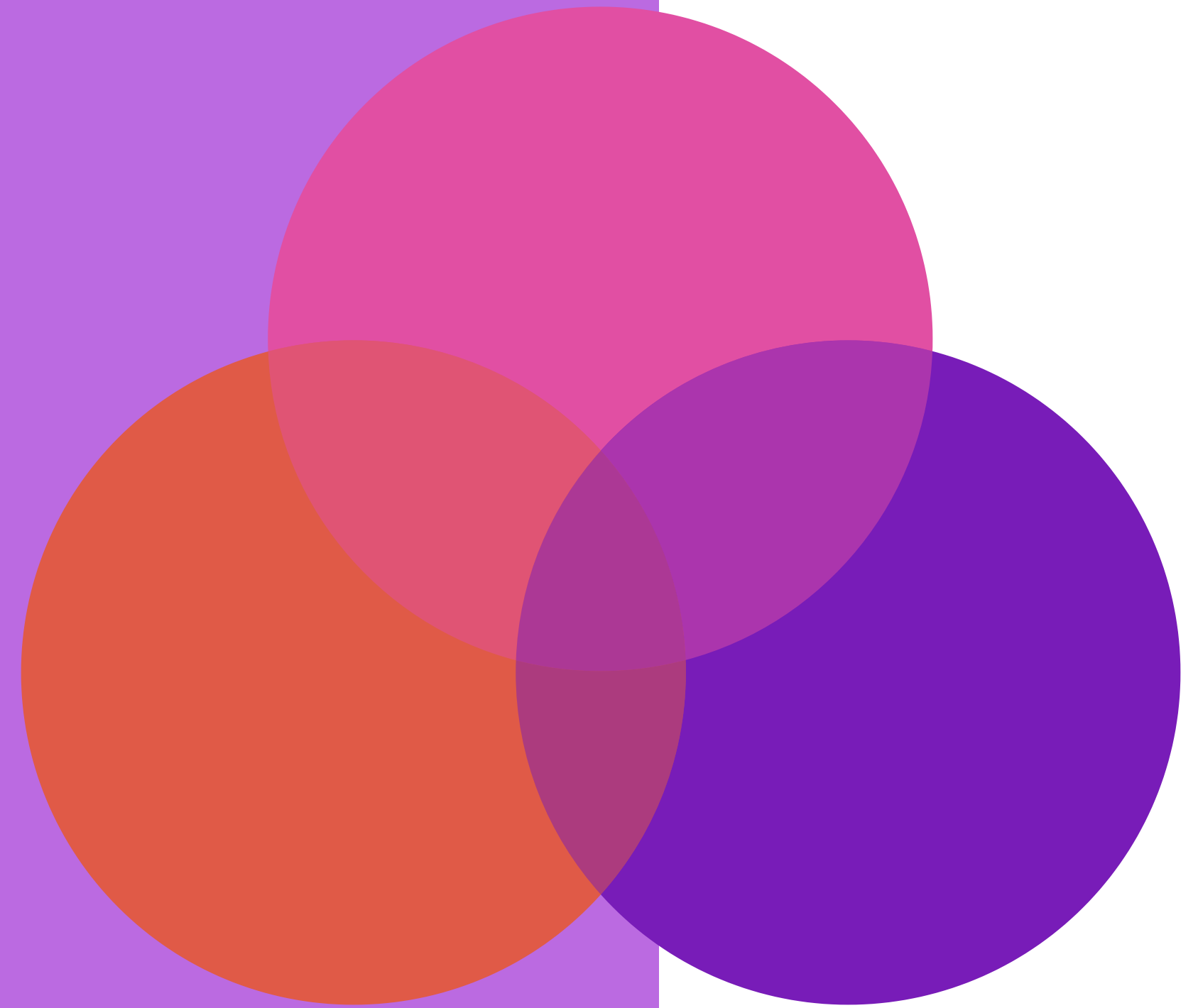
Assinaturas do tipo 2.X.X representam aproximadamente 13% da população e possuem uma taxa de cancelamento 2 pontos acima de grandes populações como 3.X.X e 4.X.X



Apesar desse fato, somando todas os outros tipos de assinatura, *excluindo os tipos 3.X.X, 4.X.X e 5.X.X*, tem-se somente **22,3%** dos cancelamentos, tornando o tipo de assinatura um fator menos significativo que outros apontados anteriormente.

LEVANTANDO HIPÓTESES

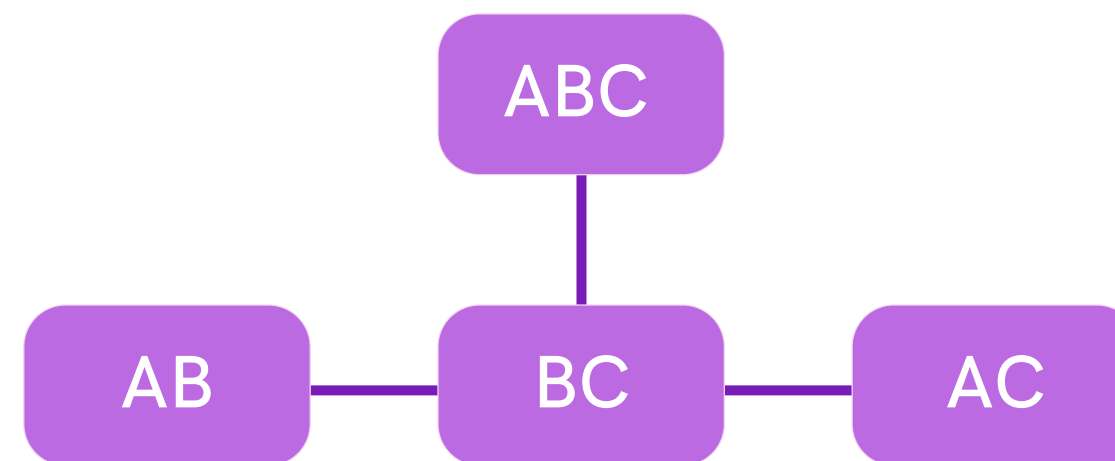
EXISTE
CORRELAÇÃO
ENTRE OS
PRINCIPAIS
FATORES ?



FORAM ELABORADAS HIPÓTESES LEVANDO EM CONSIDERAÇÃO CANCELAMENTOS QUE ATENDIAM AOS CATEGORIAS:

- A: Marketing: Nenhum, Orgânico e Telegram/Whatsapp
- B: Região: Norte, Nordeste e Centro-Oeste
- C: Número de Pedidos inferior a 5

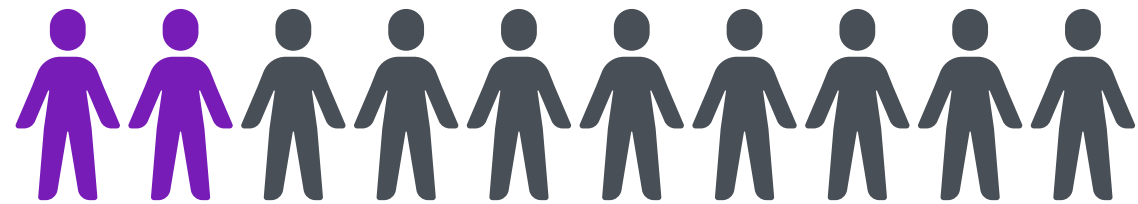
ESSAS HIPÓTESES SÃO:



FORAM PRIORIZADAS AS HIPÓTESES QUE SE APROXIMARAM MAIS DOS OUTROS FATORES CONTÍNUOS CUJA A IMPORTÂNCIA TAMBÉM É CONHECIDA:

- Duração entre 0 e 450 dias
- Ticket médio de 0 e 220
- Receita total de 0 a 1100

HIPÓTESES



2 a cada 10 Ex-assinantes,
se enquadra na hipótese ABC



4 a cada 10 Ex-assinantes,
se enquadra na hipótese AB



4 a cada 10 Ex-assinantes,
se enquadra na hipótese BC



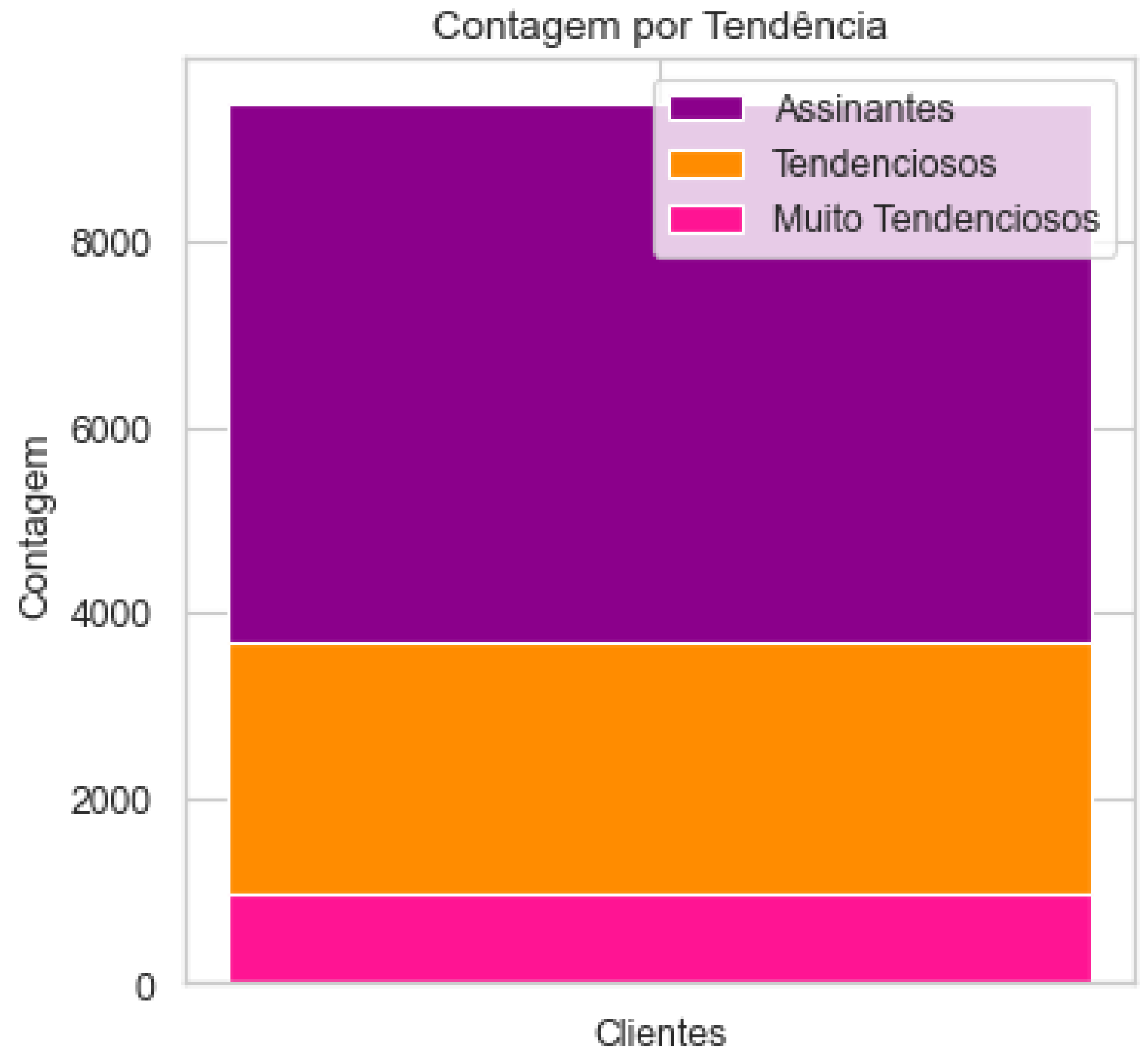
3 a cada 10 Ex-assinantes,
se enquadra na hipótese AC

Pode-se observar que as hipótese AB e BC foram as mais significativas. Agora basta encontrar assinantes ativos e pausados que se enquadram nos mesmos parâmetros, e decidir qual causará maior impacto.

ASSINANTES QUE SE ENQUADRAM NA HIPÓTESE

A hipótese AB mostrou a maior capacidade de impacto com 38,8% de todos os assinantes ativos ou pausados enquadrados nela. Estes serão considerados tendenciosos.

Desses, 10,1% se encontram entre 0 e 450 dias, janela com maior propensão de saída, por isso serão considerados muito tendenciosos



PRINCIPAIS APRENDIZADOS

- Clientes com menos de 5 pedidos possuem propensão ao cancelamento.
- Clientes das regiões Nordeste, Norte e Centro-Oeste possuem propensão ao cancelamento.
- Clientes que cancelaram foram alvos de estratégias baseadas em Telegram/Whatsapp, Trafego Orgânico ou até mesmo nenhum contato.
- 57% dos cancelamentos ocorreram em até 450 dias.

Existe correlação entre os fatores, Marketing e Região.
Indivíduos enquadrados nesse perfil devem ser priorizados, visto que correspondem a 43% dos cancelamentos e 38,8% dos Assinantes ativos ou pausados.

Próximos Passos



NOSSO PLANO DE AÇÃO

O que faremos?

Novas estratégias de Marketing direcionado, para assinantes enquadrados nos parâmetros analisados em Marketing; Número de Pedidos; Região; Duração.

Por que?

Pois, assim esperamos mitigar o índice de Churn nos grupos identificados.

Onde?

Amazonas, Pará, Maranhão, Tocantins, Roraima, Maranhão, Pernambuco, Alagoas, Sergipe, Bahia, Mato Grosso, Goiás, Mato Grosso do Sul, Minas Gerais e Rio Grande do Sul.

Quando?

Sempre que um cliente se enquadrar em um ou mais parâmetros da análise, com foco principal nos clientes da hipótese AB.

Quem?

Uma força conjunta entre o Time de Assinaturas e Time de Marketing

Como?

Estimulando o consumo por meio de cupons, créditos e frete grátis baseados em análises do CRM.

The background features a smooth gradient from purple on the left to orange on the right. A large, semi-transparent white circle is positioned on the right side, partially overlapping the orange area.

Obrigado!

Links



Samuel Barbosa



[GITHUB: HTTPS://GITHUB.COM/SAMUEL2PB/CHURN](https://github.com/SAMUEL2PB/CHURN)



[LINKEDIN: HTTPS://WWW.LINKEDIN.COM/IN/SAMUEL2PB/](https://www.linkedin.com/in/SAMUEL2PB/)

