

O que podemos entender com os dados analisados ?

Os dados analisados representam uma análise detalhada dos perfis bancários de clientes residentes em três países: França, Espanha e Alemanha. Dentro dessa análise, temos dois arquivos principais: o “Customer Churn”, que contém dados numéricos, e o “Customer Churn Classification”, que apresenta dados qualitativos.

No arquivo “Customer Churn”, as informações binárias, como “HasCrCard”, “IsActiveMember” e “Exited”, são representadas por “0” ou “1”. Por exemplo, “0” indica que o cliente não possui cartão de crédito, não é um membro ativo ou não saiu do banco, enquanto “1” indica o contrário. Já no arquivo “Customer Churn Classification”, essas colunas são representadas por “Yes” ou “No”, e a coluna “Credit_Score_Category” classifica a pontuação de crédito como “Excellent”, “Good” ou “Fair”.

Esses dados fornecem uma visão abrangente da situação financeira dos clientes. A pontuação de crédito, por exemplo, indica a confiabilidade financeira dos clientes, com classificações como “Excellent” sugerindo alta confiabilidade. A geografia mostra a distribuição dos clientes entre França, Espanha e Alemanha, o que pode influenciar suas necessidades e comportamentos financeiros.

A idade dos clientes varia, afetando suas preferências por produtos bancários. O tempo de relacionamento com o banco (tenure) indica a lealdade dos clientes, com alguns tendo uma relação mais longa com a instituição. O saldo na conta bancária varia significativamente, refletindo diferentes níveis de riqueza.

O número de produtos bancários que cada cliente possui é um dado relevante, pois clientes com mais produtos podem ser mais valiosos para o banco. A maioria dos clientes possui um cartão de crédito e muitos são membros ativos, indicando um bom nível de engajamento com o banco. O salário estimado dos clientes varia, influenciando suas necessidades financeiras.

Finalmente, a coluna “Exited” é crucial para entender a taxa de churn, ajudando o banco a identificar padrões e tomar decisões estratégicas para melhorar a retenção e satisfação dos clientes.

Em resumo, esses dados são fundamentais para uma compreensão mais profunda da situação financeira dos clientes e para determinar as melhores estratégias para recuperar clientes perdidos e alcançar novos clientes. A análise detalhada desses perfis permite ao banco tomar decisões informadas e direcionadas para melhorar seus serviços e aumentar a satisfação dos clientes.

A que conclusões podemos chegar através dessa análise?

Através da minha análise, foi possível obter dados muito interessantes que servem de direcionamento para a tomada de decisão da corporação que lida com essas informações.

Inicialmente, desenvolvi uma guia no Power BI chamada “Customers Overview”, que analisa informações gerais de cada país. Com o uso do segmentador de dados disponível, o usuário pode ter uma visão individualizada de informações fundamentais em cada país. Por exemplo, é

possível visualizar o total de clientes de cada país no card “Total Customers”, o total de clientes perdidos em “Total Churned Customers”, membros ativos e inativos, quantos possuem cartão de crédito, a média de “credit score” de cada país, a média geral da idade dos clientes desse banco, entre outras informações gerais importantes, de forma prática e clara.

Na segunda aba do BI, desenvolvi uma análise específica do “Churn” desses países. Nessa aba, podemos ver o total de clientes perdidos por país, o total de clientes retidos e a taxa de churn em cada um desses países. Além disso, três gráficos de pizza permitem ao usuário visualizar esses dados de forma compreensível, facilitando o entendimento sobre qual país tem a maior perda de clientes, qual país consegue reter mais clientes e qual a maior taxa de churn entre esses países observados. Nessa aba, é possível analisar padrões importantes para compreender quais países estão conseguindo reter mais seus clientes e quais estão sofrendo com a perda desses clientes fundamentais.

Na terceira aba, foi realizada uma análise do “Churn” focada na idade dos clientes. Adicionei cartões individualizados para cada década, permitindo visualizar quantos clientes entre 20-29 anos, 30-39 anos, 40-49 anos, 50-59 anos e assim por diante foram perdidos em cada país. Isso facilita a identificação de qual faixa etária está mais sofrendo com a perda de clientes em cada país. Além disso, um gráfico do “Churn Rate” por idade ajuda a compreender melhor esses dados.

Por último, criei uma guia que analisa o padrão por gênero. Essa análise permite observar como alcançar mais clientes masculinos e femininos em cada país, considerando a quantidade de clientes ativos e inativos e quantos possuem cartão de crédito. Disponibilizei cartões para análise desses dados

e gráficos que facilitam a compreensão do comportamento dos clientes por gênero.

Essas análises detalhadas fornecem insights valiosos, ajudando a entender melhor os padrões de perda de clientes e a desenvolver estratégias mais eficazes para retenção e aquisição de novos clientes.