

O que é churn e por que é uma métrica importante para as empresas?

Se você já fez uso de algum produto ou serviço, provavelmente já deve ter deixado de usá-lo por um motivo, seja por um atendimento não correspondido ou um produto que não atendeu às suas expectativas.

Pois bem, este movimento de abandonar a empresa e deixar de utilizar seus serviços é chamado de churn. Ele é uma das métricas mais importantes para empresas de SaaS, sigla para Software as a Service, que são empresas que utilizam a computação em nuvem para oferecer seus serviços online. Alguns exemplos delas são: Google, Netflix, Microsoft, Salesforce, Zoom e por aí vai.

Basicamente, para calcular a taxa de churn (ou churn rate) de uma empresa, soma-se todos os clientes que cancelaram o serviço de um mês para outro, divide-se pelo total de clientes ativos no fechamento do mês anterior e, por fim, divide este resultado por 100.

E por que examinar a taxa de churn é tão importante assim?

Se há um grande número de clientes que deixou de usar os serviços ou produtos de uma empresa é um sinal de que a sua saúde financeira não vai bem e isso aconteceu por algum motivo. Por isso, investigar as causas de altas taxas de churn é importante para repensar todo o processo, desde captar os clientes até a forma de entrega dos serviços. Isto é uma forma de ajudar a recalcular o percurso e fazer diferente. Manter os clientes ativos é tão importante quanto conquistar novos, afinal, os custos com marketing e vendas para conseguir novos consumidores são altos.

Há uma taxa de churn ideal?

Se o churn é considerado algo ruim, claro que gostaríamos que esta taxa seja a menor possível. Entretanto, precisamos levar em consideração que cada setor e organização têm suas particularidades.

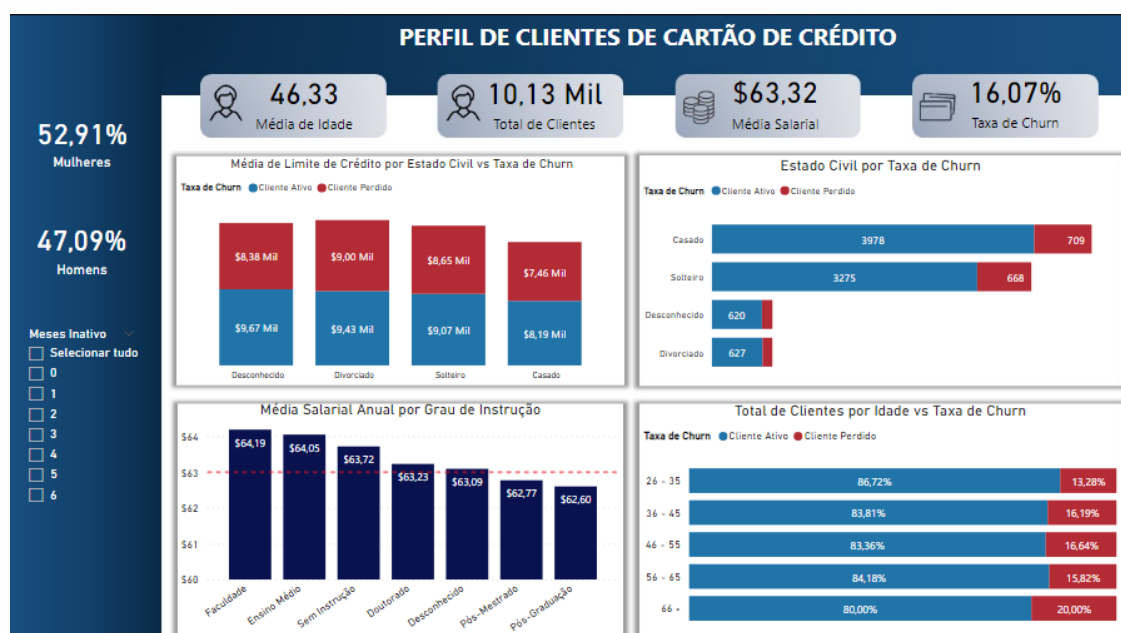
O ideal é procurar empresas referências no seu setor e estudar como estas avaliam e parametrizam esta taxa. Além disso, estabelecer um índice que não coloque em risco a saúde financeira da sua instituição ao passo que leve em consideração um crescimento constante.

Para empresas de SaaS, segundo Lincoln Murphy, o idealizador do Customer Success (Sucesso do Cliente), uma taxa de cancelamento anual aceitável está entre 5% e 7%.

Por isso, pensando neste tema e o quão relevante ele é para os negócios, realizei a análise dos dados de uma empresa de cartão de crédito com o intuito de mapear o perfil de clientes com maior propensão de dar churn, ou seja, de deixar de usar os seus serviços de crédito.

O dataset foi retirado da plataforma Kaggle e a ferramenta utilizada para o tratamento e visualização dos dados foi o Power BI Desktop.

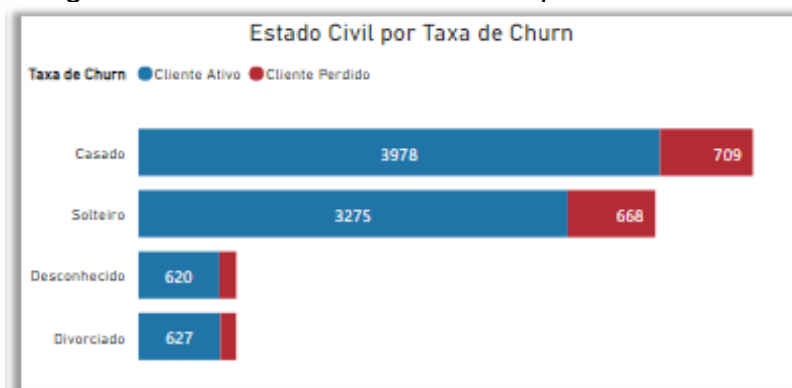
Figura 1 – Dashboard do perfil de clientes de uma empresa de cartão de crédito



Fonte: Kaggle, 2021

Podemos notar que os clientes casados são a maior parte do total de consumidores que deixaram a empresa, enquanto 668 pessoas são solteiras e deixaram utilizar os serviços de cartão de crédito. A menor quantidade entre os clientes por Estado Civil são os divorciados com 121 pessoas que deram churn.

Figura 2 – Estado civil dos clientes por taxa de churn

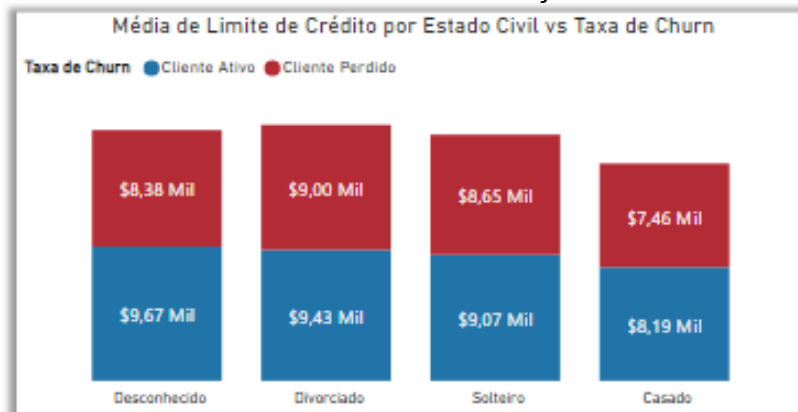


Fonte: Kaggle, 2021

Os clientes casados que abandonaram a empresa, 709 tinham uma média de limite de crédito de 7,46 mil dólares, enquanto os solteiros apresentavam uma média de

8,65 mil dólares. A maior média de limite de crédito entre os clientes que deram churn é de 9 mil dólares dos consumidores divorciados.

Figura 3 – Média de limite de crédito em relação ao estado civil e churn



Fonte: Kaggle, 2021

Em relação à idade, dos clientes com 66 anos ou mais, estes apresentaram uma taxa de churn de 20%. Dos clientes entre 46 e 55 anos, esta taxa é de 16,64%. Pessoas entre 26 e 35 anos apresentaram uma taxa de cancelamento menor: 13,28%. Ainda assim, estes valores são considerados altos, se levarmos em consideração o valor da taxa de churn da empresa como um todo (16,07%).

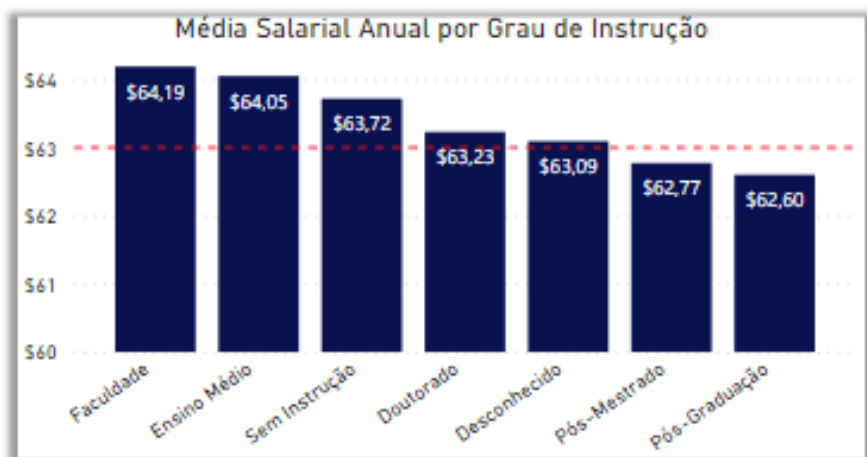
Figura 4 – Idade dos clientes por taxa de churn



Fonte: Kaggle, 2021

Sob a ótica do grau de instrução, os clientes que possuem faculdade e ensino médio são os que apresentam uma média salarial anual maior: 64,19 mil e 64,05 mil dólares, respectivamente. Entre os que ganham menos estão os que possuem pós-graduação e algum curso pós-mestrado.

Figura 5 – Média de salários por grau de instrução



Fonte: Kaggle, 2021

E por que avaliar o salário dos clientes? Ao levantarmos o seu perfil, é importante considerarmos aqueles clientes que apresentam ticket médio elevado, fazem parte da base dos consumidores há mais tempo e exercem maior influência sobre a receita da empresa. Logo, perder esses clientes que, quanto mais satisfeitos, mais gastam com o serviço oferecido, é um alto risco para a organização.

Sobre este quesito, vale ressaltar uma outra métrica bastante importante: o MRR Churn (Monthly Recurring Revenue Churn). A Receita Recorrente Mensal mostra a receita que a empresa perdeu por causa dos cancelamentos (clientes que desistiram) ou rebaixamentos (clientes que gastaram/investiram menos) durante um período. Ela é relevante porque tem em vista que nem todo cliente contribui com o mesmo valor para o negócio.

Diante destas análises, além de oferecer ótimas experiências e resultados aos clientes, empregar um bom tempo para traçar o perfil ideal do seu cliente e investir nele é tão importante quanto. Afinal, se o seu serviço ou produto não faz sentido para ele, a chance dessa pessoa abandonar a sua empresa é grande.

Claro que há outros fatores que influenciam no churn e os seus diferentes tipos, porém, vale aprender com os erros, traçar um plano de ação e saber lidar com os desafios é essencial para a manutenção da saúde financeiro de uma organização.

REFERÊNCIAS

KAGGLE. Credit Card Customers. Disponível em:

< <https://www.kaggle.com/sakshigoyal7/credit-card-customers> >

SUPERLÓGICA. Churn rate: tudo o que você precisa saber. Disponível em:

< <https://blog.superlogica.com/assinaturas/churn-rate/> >

FIA. Churn Rate: o que é e como reter mais clientes. Disponível em:

< <https://fia.com.br/blog/churn-rate/> >

VENKI. Você sabe o que são empresas SaaS?. Disponível em:

< <https://www.venki.com.br/blog/empresas-saas/> >

CUSTOMER CENTRIC GOWTH. What is a good SaaS Churn Rate?. Disponível em:

< <https://sixteenventures.com/saas-churn-rate> >