



Segmentação de clientes: O Mercado

Análise de dados usando a técnica RFM (recência, frequência
e valor monetário)

O Mercado

Especializada em produtos alimentícios importados



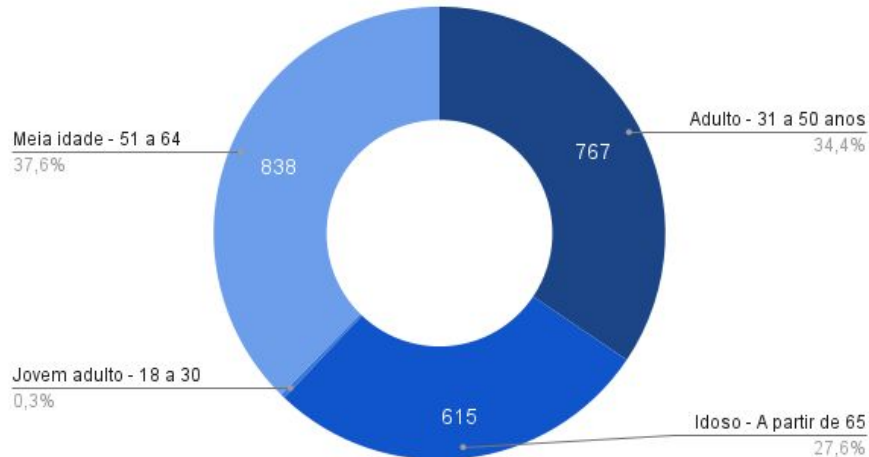
Quem são os clientes do “Mercado”?

2227
Clientes

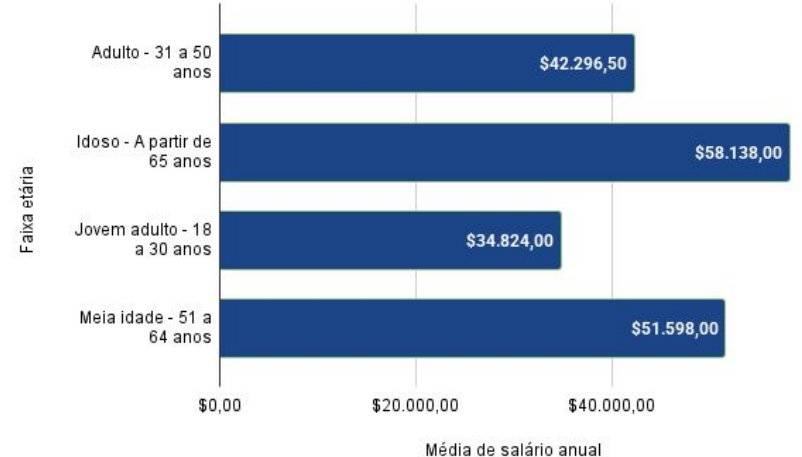
38,6%
Casados

50,3%
Ensino superior

Faixa etária dos clientes

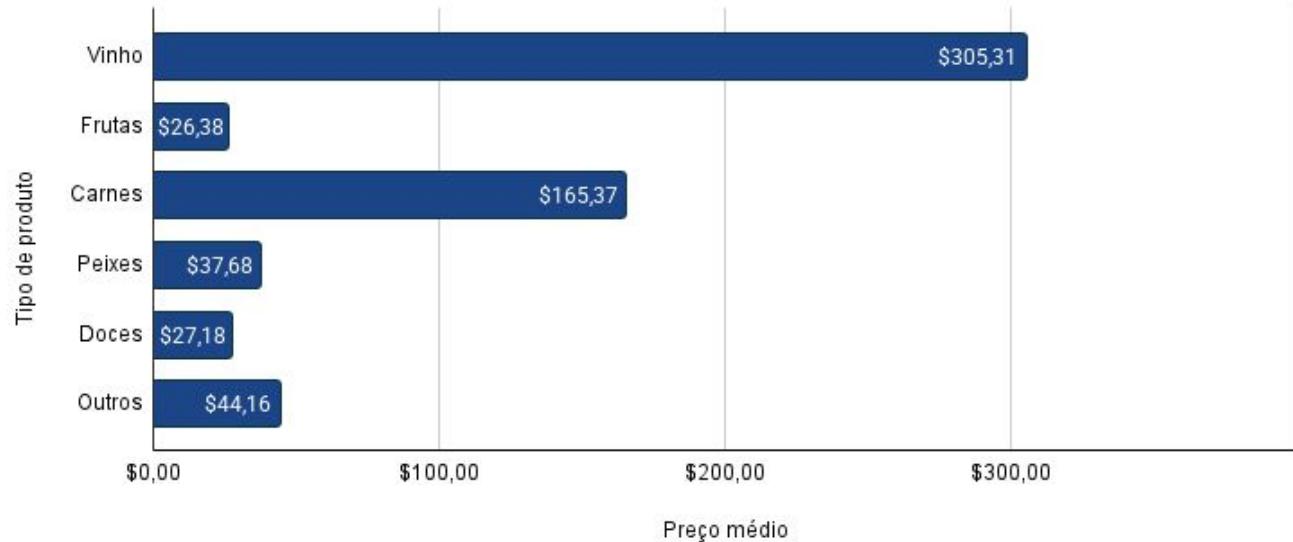


Média de salário anual por faixa etária



Como compram e o que consomem?

Preço médio gasto por produto



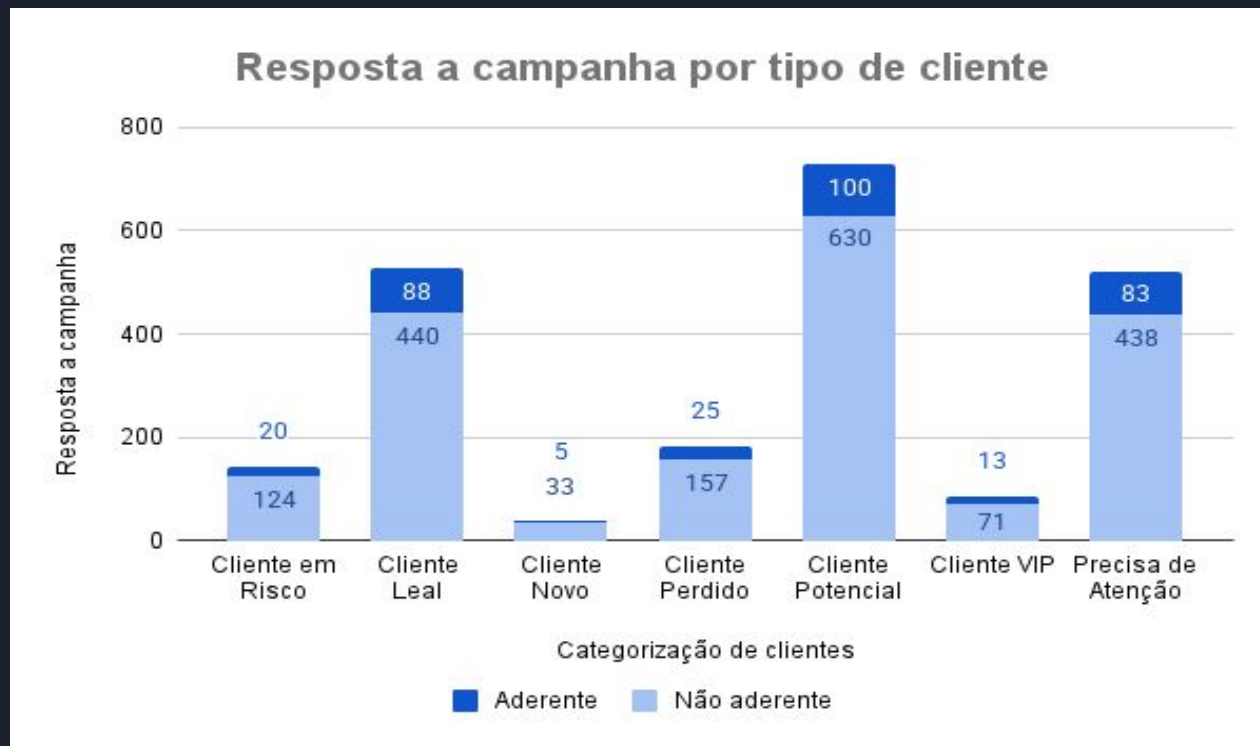
58,6%
Loja

41,4%
Online

Segmentação baseada em RFM



Aderência a campanha por RFM



Estratégia por segmentação

Clientes potenciais: aumentar a frequência

Kits exclusivos, clube de assinatura, acesso antecipado

Atenção: gerar recorrência

Cupons, cashback em 30 dias, brindes

Leais: gerar pertencimento

Eventos, premiações, cashback

Clientes em risco ou perdidos: reativação dos clientes

Pesquisa sobre afastamento, promoções de retorno, sorteios exclusivos

Obrigada!

