

Relatório da Análise de Marketing e Comportamento de Clientes

Esta análise explorou dados relacionados ao comportamento de compras, perfil demográfico e interações dos clientes com campanhas de marketing. Foram investigados padrões de consumo, perfil socioeconômico, taxa de aceitação de campanhas e frequência de visitas ao site.

1. Perfil Demográfico dos Clientes

- Idade Média:** 55 anos.
- Nível Educacional:** A maioria dos clientes possui graduação (49,8%), seguidos por doutores (21,5%) e mestres (16,3%).
- Estado Civil:** Predomínio de clientes casados (38,3%) e vivendo juntos (25,6%).

2. Comportamento de Consumo

- Gastos por Categoria:**
 - Vinho foi o produto mais consumido (U\$676.083), seguido por carne (U\$370.063) e ouro (U\$97.427).
- Doces e Crianças/Adolescentes:** Famílias sem crianças ou adolescentes gastam mais em doces.

3. Desempenho de Campanhas de Marketing

- Taxa de Aceitação:** A última campanha apresentou o maior índice (15,03%), indicando uma possível melhora nas estratégias ao longo do tempo.
- Perfil de Maior Aceitação:** Clientes com alta renda, sem filhos e com educação superior mostraram maior propensão a aceitar campanhas.

4. Compras Online vs. Offline

- Compras Online Superam Offline:** Foram registradas 14.972 compras online contra 12.855 offline, destacando uma tendência digital.
- Visitas ao Site e Baixas Compras:** Alguns clientes visitaram o site mais de 10 vezes em um mês, mas realizaram poucas compras, sugerindo uma necessidade de melhorar a conversão.

5. Segmentação de Clientes (Clusterização)

- Cluster 0:** Consumidores moderados, com gastos médios e baixa aceitação de campanhas.
- Cluster 1:** Altos consumidores de vinho e carne, porém com baixa resposta a campanhas.
- Cluster 2:** Clientes premium, com altos gastos e maior taxa de aceitação.
- Cluster 3:** Consumidores ocasionais com foco em produtos específicos, mas baixa aceitação de campanhas.

Insights e Recomendações

- Segmentação Personalizada:** Desenvolver campanhas específicas para o Cluster 2, com alta taxa de aceitação e grande poder aquisitivo.
- Melhoria na Experiência Online:** Revisar a interface e experiência de compra para melhorar a conversão de visitantes frequentes.
- Ofertas Sazonais e de Produtos Populares:** Destacar produtos como vinho e carne em campanhas sazonais para maximizar vendas.
- Campanhas Direcionadas:** Criar ofertas exclusivas para clientes com perfis específicos (idade, renda, estado civil).