



Análise do Comportamento de Compra do Cliente

Compreendendo padrões de compra através de 3.900 transações



Visão Geral do Projeto



Objetivo

Identificar padrões de gastos
e preferências



Dados

3.900 compras, 18 variáveis
analisadas



Impacto

Decisões estratégicas em marketing e vendas

Estrutura dos Dados

Dados Demográficos

- Idade e sexo
- Localização
- Status da assinatura

Comportamento de Compra

- Desconto aplicado
- Frequência de compras
- Avaliação do cliente

Detalhes das Compras

- Item adquirido
- Categoria do produto
- Valor da compra
- Estação do ano

 37 valores faltantes na coluna Avaliação



Análise Exploratória com Python

01

Carregamento

Importação com pandas

02

Exploração

Inspeção com df.info()

03

Estatísticas

Análise com df.describe()

04

Tratamento

Imputação de valores nulos

Engenharia de Atributos

1

Padronização

Colunas convertidas para snake_case

2

Novas Variáveis

faixa_etária e purchase_frequency_days criadas

3

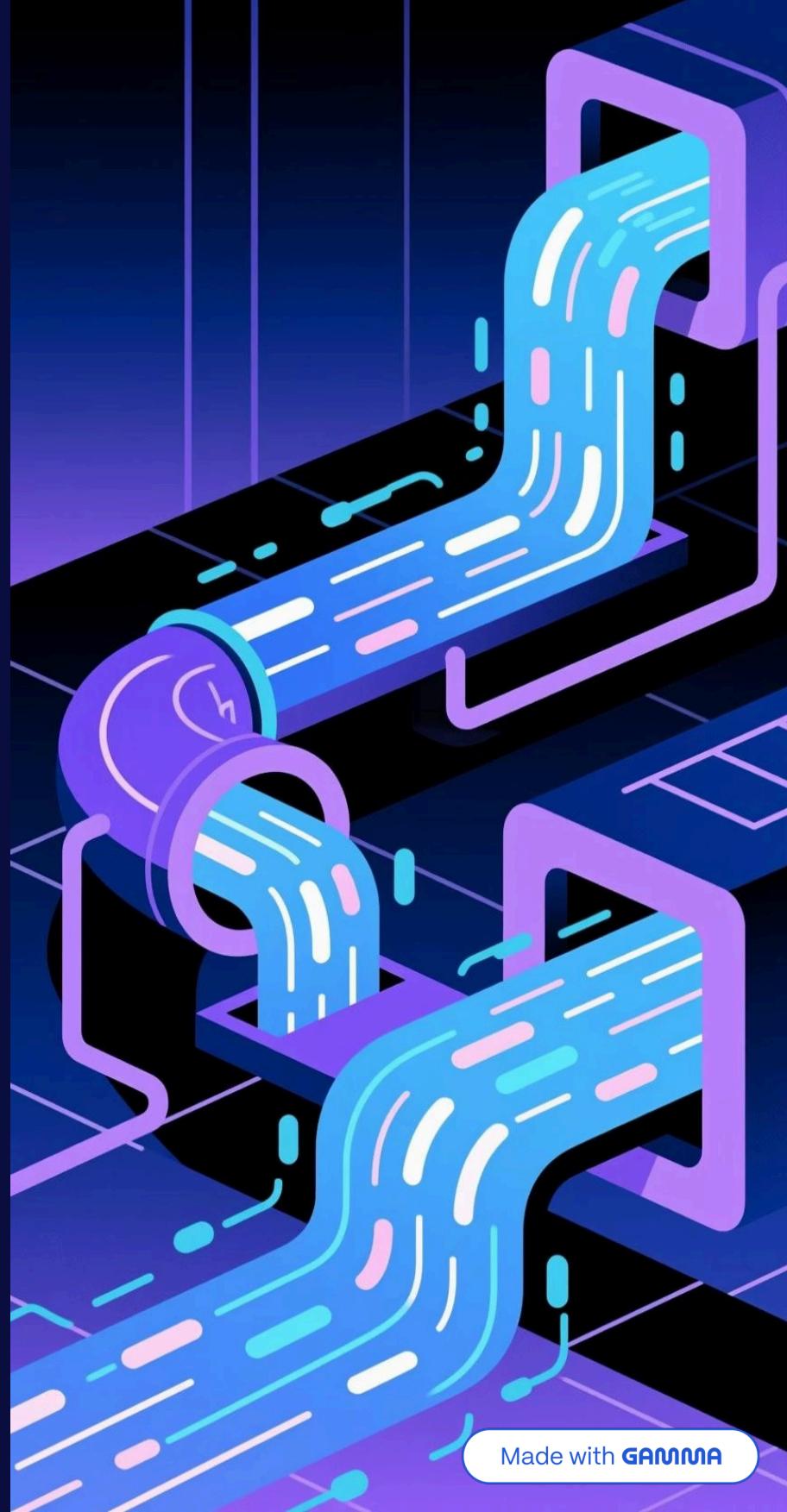
Limpeza

Remoção de redundâncias identificadas

4

Integração

Carregamento em PostgreSQL



Insights de Receita

2

Gêneros Analisados

Comparação entre masculino e feminino

5

Faixas Etárias

Segmentação demográfica completa

2

Tipos de Envio

Padrão vs. Expresso

Assinantes geram maior receita total e gasto médio superior



Produtos e Avaliações

Top 5 Produtos Mais Bem Avaliados

Identificados com melhores avaliações médias

Dependência de Descontos

5 produtos com maior % de compras com desconto

Top 3 por Categoria

Produtos mais comprados em cada segmento



Segmentação de Clientes



Classificação baseada no histórico de compras

- ❑ **Insight:** Clientes com +5 compras são mais propensos a assinar

Dashboard Interativo

Painel criado no Power BI para visualização de insights

Visualizações

Gráficos interativos e dinâmicos

Filtros

Segmentação por múltiplas dimensões

Atualização

Dados em tempo real





Recomendações Estratégicas

Aumentar Assinaturas

Promover benefícios exclusivos

Fidelidade

Recompensar compradores recorrentes

Política de Descontos

Equilibrar vendas e margem

Marketing Direcionado

Focar em faixas de alta renda