

Data Analytics

Clusterização da base
de clientes para ações
de marketing

cross sell e up sell



Cenário



Um cliente do segmento de Health Care, reconhecido em todo o território nacional pela qualidade dos serviços prestados e busca continuamente aprimorar seu relacionamento com os clientes, oferecendo experiências personalizadas.

A empresa enfrentava a carência de compreender o comportamento e as necessidades dos diferentes perfis de clientes, o que dificultava o impulso de suas operações comerciais e o aumento da receita.





Desafio de Negócio



O principal desafio do cliente era a **precisão analítica de suas bases de clientes**. Havia a necessidade de um modelo analítico que trouxesse clareza sobre os diferentes clusters, bem como seus padrões de comportamento.

A utilização de uma categorização de clientes de forma genérica e manual impedia a empresa de atender às demandas específicas de cada segmento e de realizar campanhas de marketing mais precisas e direcionadas.

Com consequência, havia dificuldade no direcionamento de ofertas relevantes em ações de cross sell e up sell, bem como na captação e retenção de novos clientes.





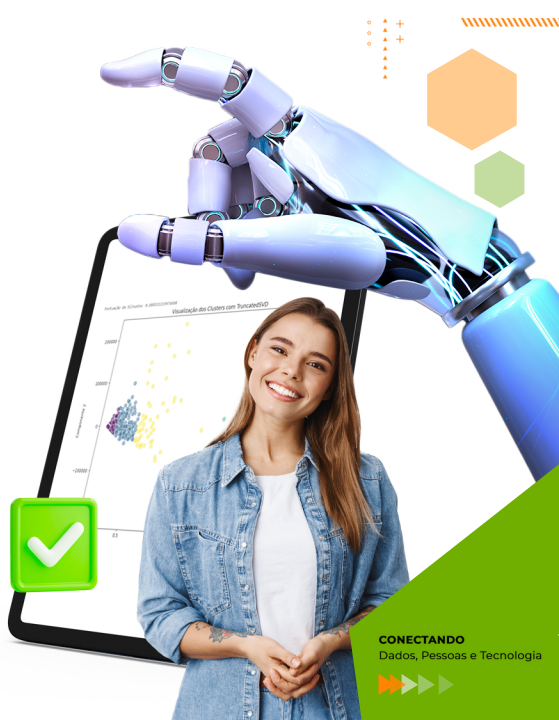
Solução Proposta



A **HVAR** atuou de forma estratégica abordando duas frentes:

Através de análises das bases, concluímos que a melhor abordagem seria a criação de uma segmentação da base de clientes e a modernização dos processos com o **uso de Inteligência Artificial (IA) para previsão e sugestão de ações.**

A solução para os desafios enfrentados por este cliente do segmento de Health Care foi a **implementação de um algoritmo de clusterização de clientes, baseado em técnicas avançadas de machine learning, permitindo a segmentação precisa.** Paralelamente, foi desenvolvido um dashboard em Power BI, proporcionando a visualização dessas análises para a tomada de decisões.





Resultados



Os modelos implementados proporcionaram a segmentação precisa da base de clientes, permitindo a identificação de padrões e comportamentos específicos em distintos grupos.

Com isso, foi ampliada a capacidade de criação de estratégias de marketing e de atendimento, além da personalização da comunicação proporcionando uma experiência mais alinhada às necessidades individuais de cada segmento de clientes.

Dessa forma, será possível construir estratégias de expansão orientada por dados, consolidando-se e como referência no segmento de diagnóstico em análises clínicas.





Fale conosco e saiba como a
HVAR pode ajudar em seu desafio de negócio.

ENTRE EM CONTATO



CONECTANDO
Dados, Pessoas e Tecnologia

