

Aumento de conversão
em ações de Cross Sell
e Up Sell com
Data Analytics
e Cultura de Dados



Cenário



A **Dotz** Inc atua como uma plataforma B2B2C que integra e monetiza três frentes de negócios altamente sinérgicas: Loyalty, Marketplace e TechFin. A empresa foi **pioneira no mercado de fidelidade** por coalizão no Brasil com o programa Dotz, que possui mais de 50 milhões de clientes cadastrados em todo o país.

Para que Dotz pudesse efetivamente atingir o público e aumentar sua receita, por meio de recomendações de cross-selling, um robusto **trabalho de Data & Analytics era necessário.**





Desafio do Negócio

A empresa **Dotz** tinha um modelo de venda cruzada que foi desenvolvido no **BigQuery** por meio de consultas SQL. A consulta segue regras rígidas de decisão e não utiliza atributos compartilhados do cliente, que são importantes para extrair insights valiosos na recomendação de próximos produtos ou produtos combinados.

A Dotz gostaria de saber **como aproveitar os dados internos para impulsionar novas linhas de produtos para sua base de clientes existente**. Dado o escopo da Dotz, cada linha de produtos (BU) pode ter milhões de clientes ativos distintos e diversos.





Desafio do Negócio



Embora a empresa tenha uma base de milhões de clientes ativos, infelizmente para o negócio, há uma tendência de os clientes que inicialmente escolhem o *Produto A* permanecerem fiéis a ele por longos períodos, mesmo indefinidamente. O desafio reside em investigar estes dados utilizando técnicas de aprendizagem automática e de mineração de dados para descobrir padrões que possam identificar os clientes com maior probabilidade de migrar para novos produtos.

O objetivo foi **analisar o comportamento de compra para identificar os clientes com maior probabilidade de comprar/adotar produtos específicos**, para que Dotz possa atingir efetivamente o público e aumentar sua receita por meio de recomendações de vendas cruzadas.





Atuação da HVAR com solução para o negócio

A HVAR auxiliou Dotz no processo de geração de insights, modelagem preditiva de propensão à migração entre linhas de produtos, bem como monitoramento de métricas de sucesso em campanhas feitas durante o projeto para avaliar os diferentes tipos de modelo experimentados.

O modelo de **Cross-Selling** foi aprimorado usando técnicas de mineração de dados e aprendizado de máquina alinhados às regras e requisitos de negócios existentes, além de considerar outros atributos importantes como gasto médio, idade, localização, gênero e subprodutos/itens dentro dos produtos Dotz.

Através do alto poder de processamento do **BigQuery** e da **pilha Vertex AI**, analisamos grande parte do complexo data warehouse Dotz em busca de possíveis recursos. Dentre todos os testes e validações com métricas offline e online, vários modelos diferentes até optarmos pelo **AutoML Tabular**.



Google
BigQuery

Fontes de dados
no BigQuery



Google's AutoML

Fontes de dados
no Google AutoML



Vertex.ai

De treinamento a
execuções no
Vertex AI





Atuação da HVAR com solução para o negócio

Todo o fluxo de trabalho de ML foi automatizado com **Vertex AI Pipelines**, desde o treinamento contínuo do modelo até a geração de previsões e suas explicações. A solução também incluiu **Looker Dashboards** para melhor monitoramento do rendimento dos usuários (análise de corte), histórico de afinidade por linha de produto, desempenho da campanha e detalhes do cliente por grau de propensão.

Dada a quantidade de dados disponíveis, aproveitar o poder do **BigQuery** foi crucial para transformar e analisar dados complexos quase instantaneamente. A **Vertex Ai** desempenhou um grande papel aqui, desde o treinamento e avaliação até a implantação e execução de pipelines por meio do **Kubeflow**. O **Cloud Run** foi usado para ativar alguns gatilhos e o **Cloud Scheduler** para garantir o tempo adequado das operações. **Painéis do Looker** para monitorar resultados.



Google
BigQuery

Fontes de dados
no BigQuery



Looker

Fontes padronizadas
no Looker



Vertex.ai

De treinamento a
execuções no
Vertex AI



Google Cloud Run

Ativação de gatilhos
no Cloud Run



Cloud
Scheduler

Garantia de tempo
adequado das operações
no Cloud Scheduler



Kubeflow

Execução de pipelines
no Cloud Scheduler



Resultados

A criação dos modelos de segmentação **proporcionou à Dotz a realização de campanhas com ganho de eficiência.**

Este projeto **permite a Dotz oferecer um NBO (Next Best Offer)** preciso para os clientes A, B ou C, sugerindo de forma eficiente produtos que tragam satisfação e tornando-os num novo cliente. Além de reduzir o desgaste do cliente fazendo sugestões menos agressivas e mais assertivas, impactando positivamente na experiência geral.

Resultados

Durante as campanhas, o grupo impactado pelo modelo foi segmentado por nível de propensão, com aumento gradativo da taxa de conversão à medida que a pontuação dada pelo modelo aumentava. Para os segmentos mais prováveis, **a taxa de conversão foi até 4 vezes superior** à encontrada nos modelos existentes.

Como resultado, houve uma taxa de conversão notória e expressiva, evidenciando novas variáveis que ajudaram na propensão do cliente em converter para um produto novo e mais rentável. Foi possível melhorar a base de comparação entre clientes rentáveis e não lucrativos, dando sugestões e fazendo com que um cliente não lucrativo se tornasse um cliente rentável.



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

ENTRE EM CONTATO



Google Cloud
Partner



CONECTANDO
Dados, Pessoas e Tecnologia