



## **Cycle**

*Customer life-cycle intelligence*

*Maximizando a geração de valor de clientes atuais e potenciais*

## Cases





### *A dor do cliente*

Baixa Taxa de Conversão de vendas no site



### *Solução*

**Primeiro modelo:** Enriquecimento das infos dos leads

**Segundo modelo:** Avaliação da propensão de um lead comprar um consórcio da empresa

**Terceiro modelo:** Avaliação do melhor produto para o perfil do cliente

**Quarto modelo:** Match entre o cliente e o vendedor perfeito para fechar o negócio



### *Os resultados*

52% de aumento na Taxa de Conversão

# E-commerce de fabricante de jóias



## *A dor do cliente*

Baixa conversão de clientes através do call center por vendedores de loja que estavam parados na pandemia.



## *Solução*

Modelo de propensão de compras com **machine learning** para selecionar os **melhores clientes já cadastrados no site**, considerando seu histórico de navegação e compra, informações cadastrais, ao invés de dispendir dinheiro para conquista de novos clientes.



## *Os resultados*

Seleção de leads mais propensos -> 32% a mais de chance de converterem  
100% de aumento no ticket médio