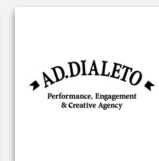


Deixando a sua operação
de Customer Success
mais **Data Driven**





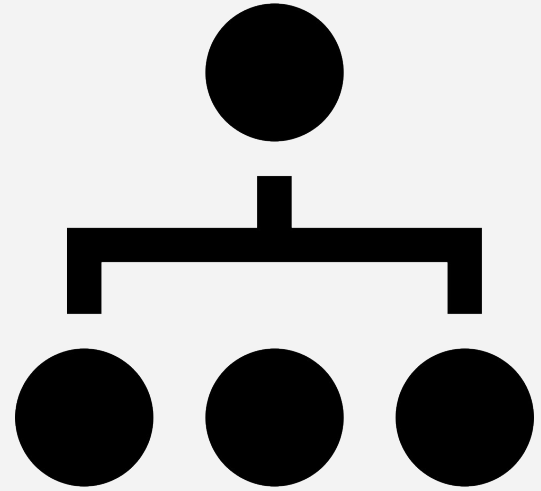
[/tavaresedu](#)



customersuccessbrasil.com



eduardo@customersuccessbrasil.com



SAJ ADV

CUSTOMER SUCCESS

GUARDIÕES DA GALÁXIA











*+90% dos
dados nos
últimos 2 anos*

NETFLIX





Google Ads



facebook
Ads



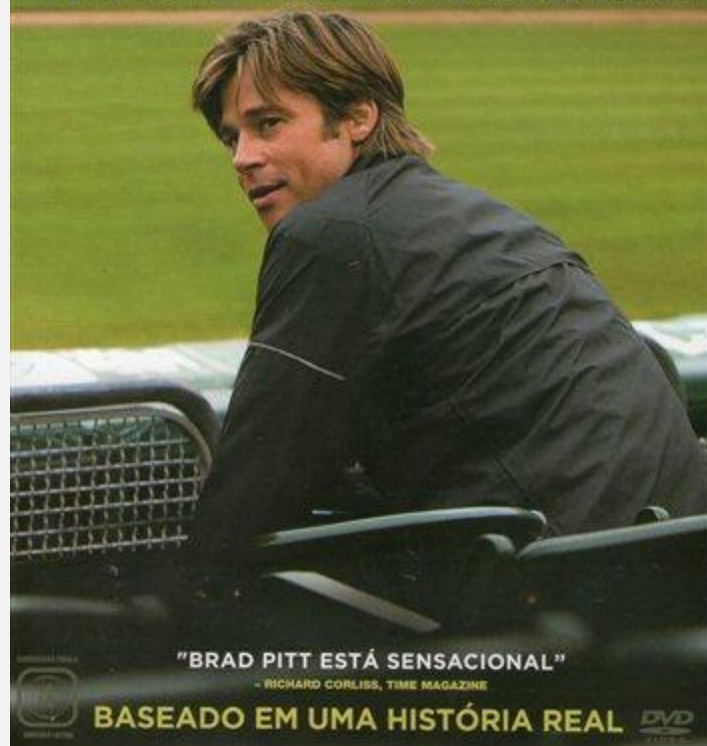
waze



BRAD PITT

O HOMEM QUE MUDOU O JOGO

(MONÉYBALL)
JONAH HILL PHILIP SEYMOUR HOFFMAN



"BRAD PITT ESTÁ SENSACIONAL"

- RICHARD CORLISS, TIME MAGAZINE

BASEADO EM UMA HISTÓRIA REAL

DVD



Data-driven

D9f9-q1!ΛEU

Guiado por dados

Guiado por dados

opinião

Modo de pensar; aquilo que se pensa em relação a; julgamento ou ponto de vista: não tenho opinião sobre esse assunto.

Demonstração de um pensamento pessoal em relação a; avaliação.





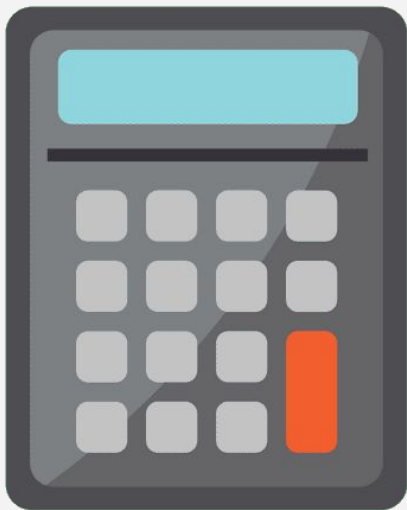


START





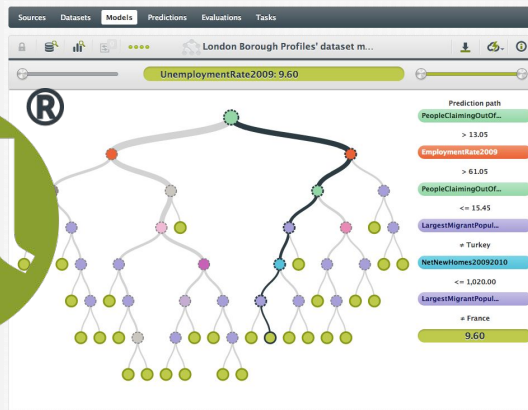




Power BI



big ml







ANÁLISE COHORT: UM GRANDE ALIADO DA OPERAÇÃO DE CUSTOMER SUCCESS

17 de abril de 2019

Nesse post explicamos o que é, como criar e os benefícios das análises cohort.

Um poderoso aliado para o entendimento de

correlações e comportamento de grupos de clientes ao longo do tempo.

O que é um cohort?

A análise cohort agrupa clientes que possuam em comum alguma característica e realiza o cruzamento com algum indicador que você deseja analisar o comportamento ao longo do tempo.

Meses desde a compra

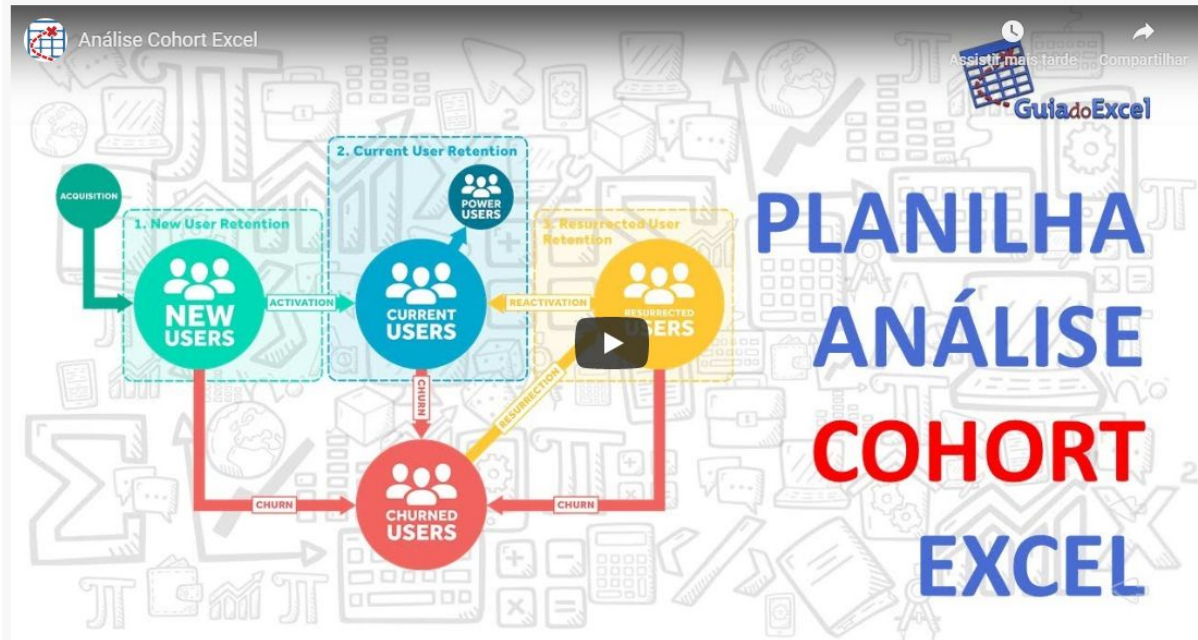
Data Entrada - # Contas

	0	1	2	3	4	5	6	7
Janeiro - 10	100%	81%	75%	71%	66%	65%	65%	63%
Fevereiro - 15	100%	84%	79%	74%	68%	66%	65%	
Março - 25	100%	86%	80%	73%	69%	67%		
Abril - 40	100%	85%	79%	75%	70%			
Maio - 62	100%	94%	90%	88%				
Junho - 41	100%	93%	90%					
Julho - 19	100%	95%						
Agosto - 101	100%							



Cohort Excel – O que é e como fazer a análise Cohort no Excel

Home > planilhas prontas > Cohort Excel – O que é e como fazer a análise Cohort no Excel





<http://bit.ly/cohort-edu>



TRIAL

ONGOING

ONBOARDING

CHURN



O que acontece quando...?

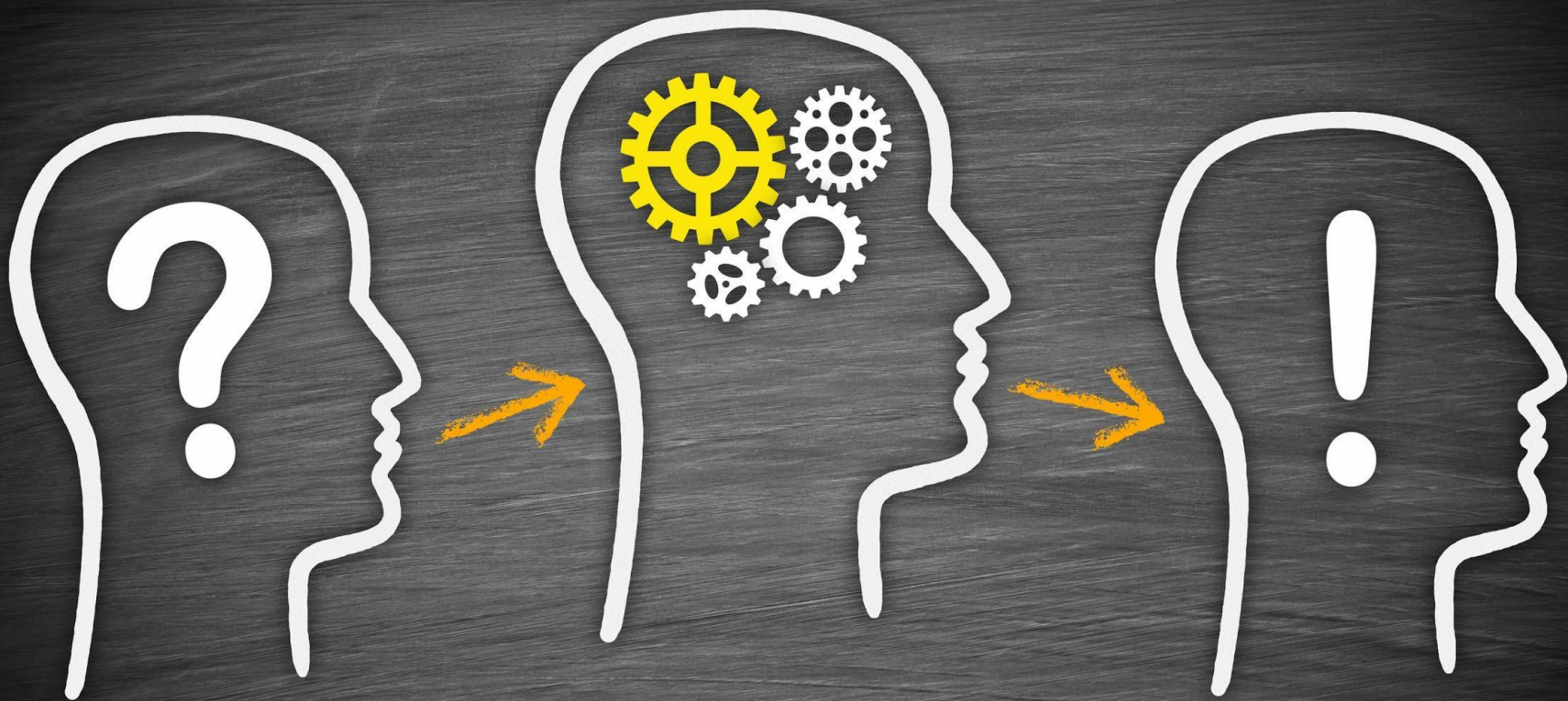
Qual a relação entre...?

Se acontecer isso, o que acontece depois...?

Qual a probabilidade de acontecer A se fizermos B?

Qual a tendência de comportamento quando...?

Qual a chance de acontece A quando existir C?





TRIAL



ONBOARDING





PADRÕES

ENGAJADOS

DESENGAJADOS

CHURNS

PROCESSOS

OAB

FINANCEIRO

TAREFAS

ARQUIVOS

ATENDIMENTOS

INTIMAÇÕES

ANDAMENTOS

PESSOAS

93%



Tempo para ativação? Por ISM?

Quantidade de calls por ISM?

No-show X ativação?

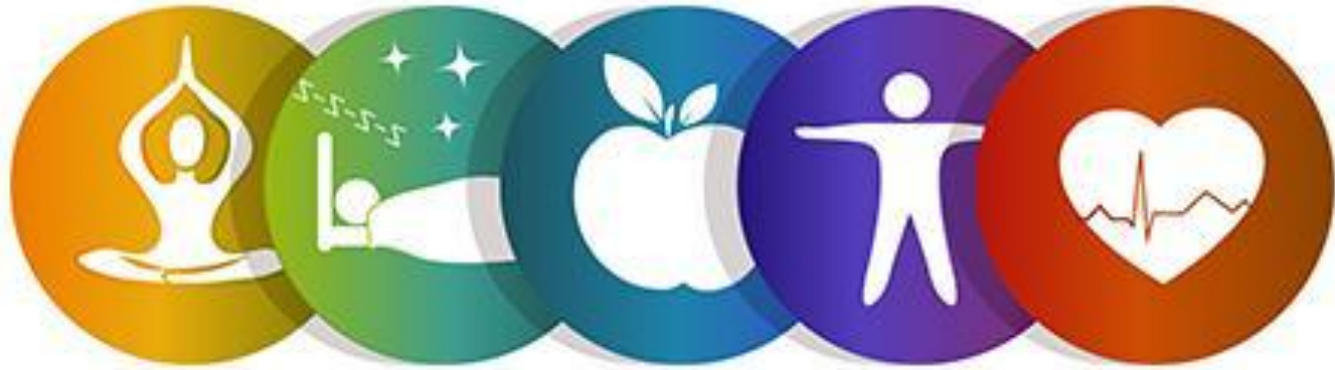
ISM x Retenção?

Vendedor X Ativação

Motivo de compra X Ativação



ONGOING



Health Score



- Ativação
- Logins (Volume / Frequência)
- Cadastros
- Financeiro
- NPS
- Tickets Suporte
- Perfil cliente, etc



- Logins X Perfil cliente
(Tamanho empresa, ticket, etc)
- Cadastros X Ativação X Financeiro X NPS
- Perfil X Engajamento X CSM





CHURN

Churn por perfil

Churn por motivo de compra (Dor)

Churn por vendedor

Churn por ISM / CSM

Churn X NPS



TRIAL

BACK TO THE FUTURE





“ Como eram no passado os melhores clientes de hoje? ”

**+ *Potencial
de Sucesso***



*“ Identificados os padrões,
multiplicar! ”*







Aumentar conversão Trial



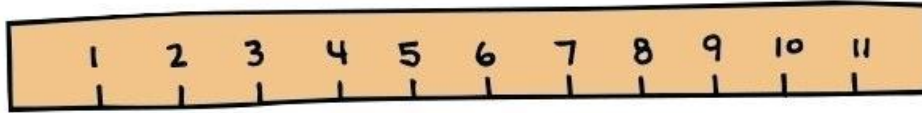
Diminuir ciclo de venda



Diminuir necessidade e tempo demos



Diminuir tempo ativação



*“ O que pode ser medido,
pode ser melhorado ”*

Peter Drucker

OBRIGAD@!

 /tavaresedu

 customersuccessbrasil.com

 eduardo@customersuccessbrasil.com