

Pontuação e segmentação

Após realizarmos a clusterização e segmentação de clientes, uma série de atividades podem ser conduzidas pelo time de marketing visando o aumento das vendas, conversão e retenção de clientes, etc.

Sobre a última aula e com base em todo o curso, assinale as alternativas verdadeiras abaixo:

Selecione 2 alternativas

- A** Os dados usados na segmentação só podem ser utilizados para clusterização estática, ou seja, não inclui condicionamentos sazonais.
- B** Segmentar os clientes corretamente não só melhora a conversão de compras, mas a retenção de clientes.
- C** A pontuação de cada cliente segue uma metodologia fechada e não deve ser modificada.
- D** A segmentação de clientes abre caminho para outras análises de marketing.