

Consolidando o conhecimento

Nesta aula, aprofundamos ainda mais o nosso conhecimento sobre o cliente.

Exploramos o valor que sua empresa dispende para adquirir um novo cliente. O quanto ele vale para uma operação de receita recorrente. E por fim, a taxa de cancelamento.

Custo de Aquisição de Clientes (CAC)

Este indicador é obtido através dos valores gastos para adquirir um novo cliente. Identificamos os investimentos destinados a este fim e dividimos pelo número de clientes novos conquistados. Identifica basicamente o quanto se está gastando para aquisição de clientes, fundamental para qualquer operação que deseje crescer. Mas também serve para saber como estão seus investimentos - adequados ou não à sua realidade financeira e ao seu ticket médio.

Life Time Value (LTV)

O LTV, ou, em português, o valor do ciclo de vida do cliente, serve para identificar o valor médio que cada cliente gasta na sua operação. Tem sua utilidade maior para empresas de receita recorrente como assinaturas (Netflix e Tv a Cabo, por exemplo). E, quando cruzado com o CAC, por exemplo, indica se vale a pena continuar com os investimentos em mídia.

Churn Rate

Ou simplesmente taxa de cancelamento, o Churn Rate é um indicador de quantos clientes estão cancelando o serviço com sua empresa. Fato absolutamente natural mas que precisa ser monitorado afim de que sua empresa se mantenha saudável.