

Evolução de métricas e indicadores para entendimento de Customer Success

Quem sou eu



Rafael Camargo Tafarello

Física - USP

Nanodegree of Data Scientist - Udacity

Governança de Dados - Itaú

Analista de Dados - Idwall



idwall

trust
through
technology



Modelo de negócios B2B

1

Empresa cliente
contrata produtos
desejados no formato
de mensalidade

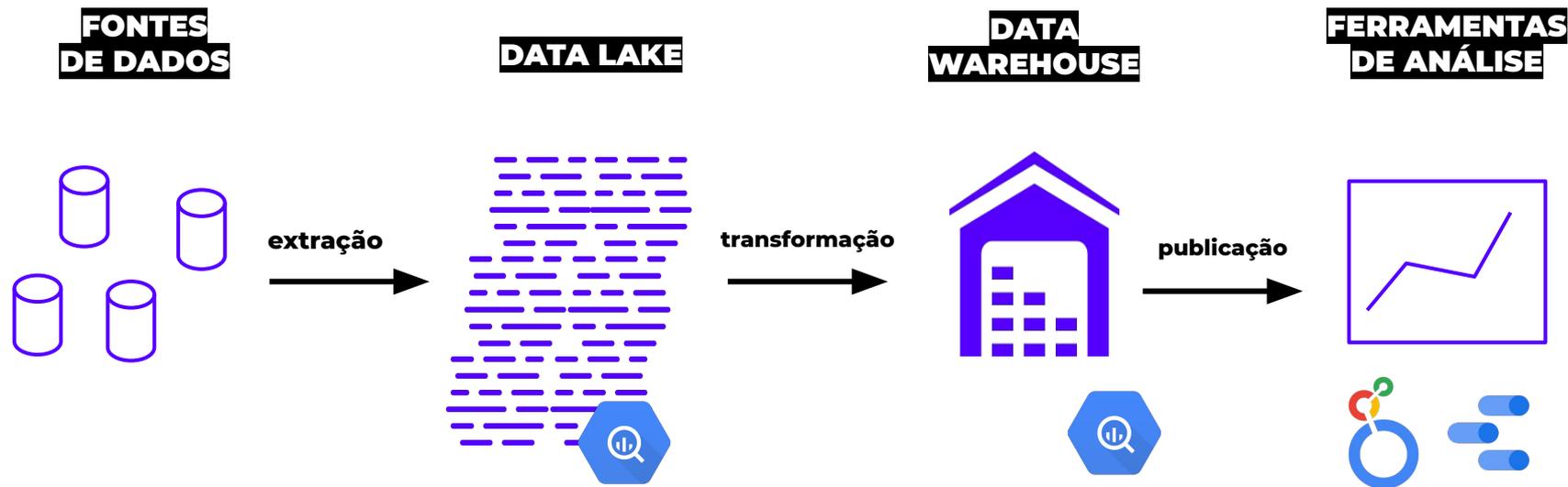
2

Utilização dos produtos
conforme necessidade
e objetivos próprios

3

Acompanhamento
pela equipe de
Customer Success para
melhor utilização da
parceria

Plataforma de dados



Contexto Atual

Customer Success lidando com uma carteira de clientes em diferente jornadas de uso dos produtos.

Métricas diretas dados

- Consumo
- Taxa de aprovação
- Tempo de processamento

*Mas o quê esse indicadores
querem dizer?*

*O uso do produto pelo cliente
está saudável?*

*Quais a necessidade ou
problemas que meus clientes
estão enfrentando?*

Contexto Atual

Desafios

- Cada empresa tem sua forma própria de uso do produto
- É necessário uma visão temporal para entendermos a variação dos indicadores
- Como realizar comparações ao longo de períodos
- Como resumir análises mais complexas em indicadores para tomada de decisão objetiva

Criando os indicadores

Indicador de saúde do cliente baseado em um farol

- Utilizar métricas baseada em “pilares de análises” e ponderar resultados
- Fácil leitura e entendimento
- Capacidade de drill down nos indicadores e métricas conforme necessidade
- Modelo que permite evolução contínua e inclusão de novas métricas

Criando os indicadores



```
UNNEST(GENERATE_DATE_ARRAY(DATE_SUB(CURRENT_DATE('America/Sao_Paulo'),  
INTERVAL 365 DAY), DATE_SUB(CURRENT_DATE(), INTERVAL 1 DAY))) AS  
generated_date
```

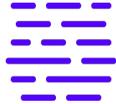


Tabela de métricas .

transformação

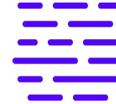


Tabela de comparação

Olhadinha nas métricas

Métricas consolidadas por dia

SELECT

generated_date,

Distribuição em percentis

company_id,

Levantamento de todos os período utilizados para comparações

company_name,

cs_manager_email,

metric,

15 as days,

PERCENTILE_CONT(metric, 0.50) over (partition by company_name) AS percent50,

PERCENTILE_CONT(metric, 0.75) over (partition by company_name) AS percent75,

PERCENTILE_CONT(metric, 0.90) over (partition by company_name) AS percent90,

PERCENTILE_CONT(metric, 0.95) over (partition by company_name) AS percent95,

PERCENTILE_CONT(metric, 0.99) over (partition by company_name) AS percent99

Comparando

```
SELECT DISTINCT
  tb15.processing_date,
  tb15.last_report_created,
  tb15.company_id,
  tb15.company_name,
  tb15.account_manager,
  tb15.indicator_type,
  tb15.comparison_days,
  tb15.total,
  CASE WHEN tb30.metric = 0 THEN -1 ELSE (tb15.metric/tb30.metric)-1 END AS taxa30,
  CASE
    WHEN tb15.metric > tb30.percentile_99 THEN "> Percentil de 99"
    WHEN tb15.metric > tb30.percentile_95 THEN "Entre percentil de 95 e 99"
    WHEN tb15.metric > tb30.percentile_90 THEN "Entre percentil de 90 e 95"
    WHEN tb15.metric > tb30.percentile_75 THEN "Entre percentil de 75 e 90"
    WHEN tb15.metric > tb30.percentile_50 THEN "Entre percentil de 50 e 75"
    ELSE "< Percentile50"
  END AS faixa_de_consumo30
```

Métricas consolidadas por períodos situação

cálculo de taxas (métricas de situação vs métricas de comparação)

Métricas escolhidas

Indicadores

- Consumo
- Aprovação
- Processamento

Métricas de situação

realizada nos últimos:

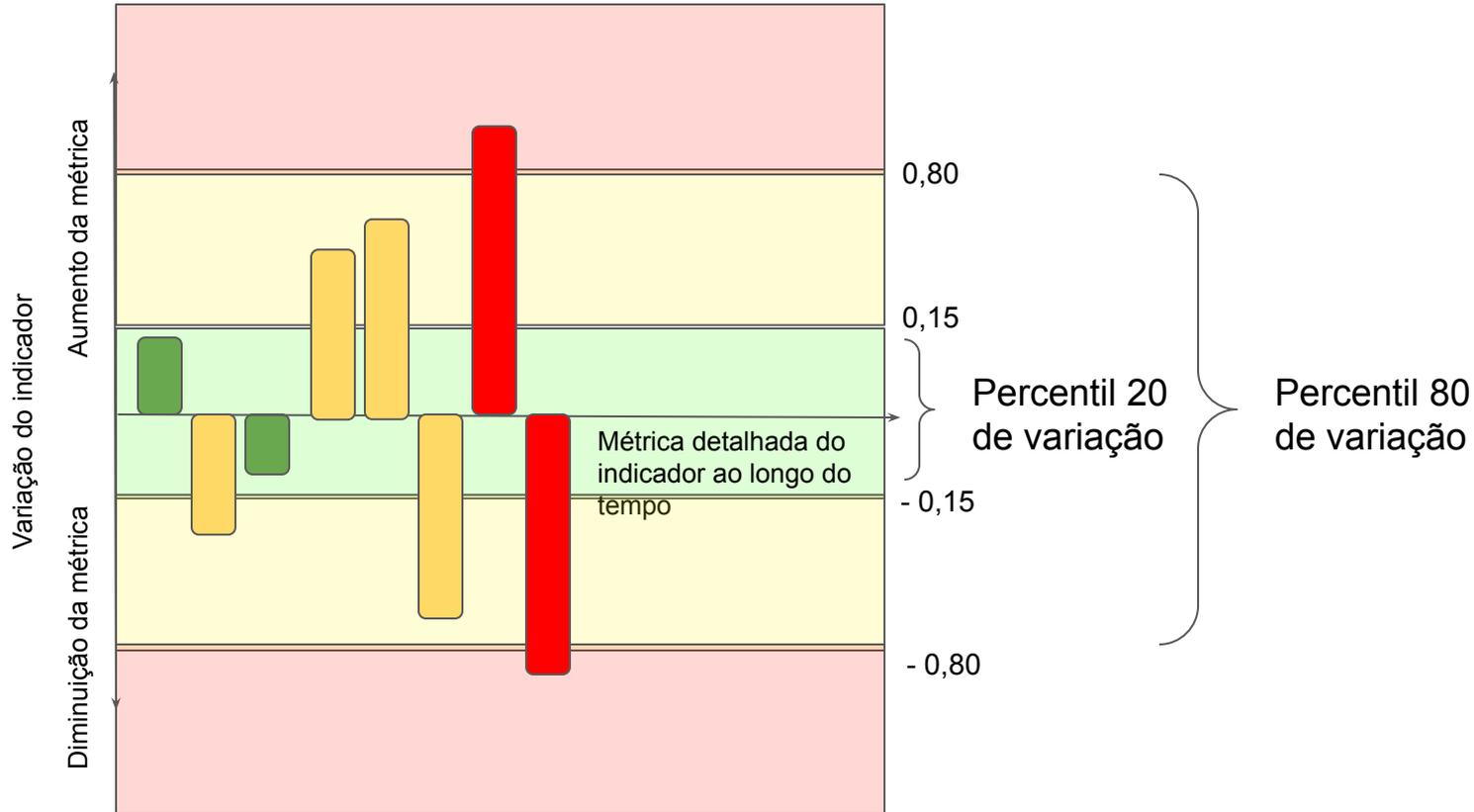
- 7 dias
- 15 dias

Métricas de comparação

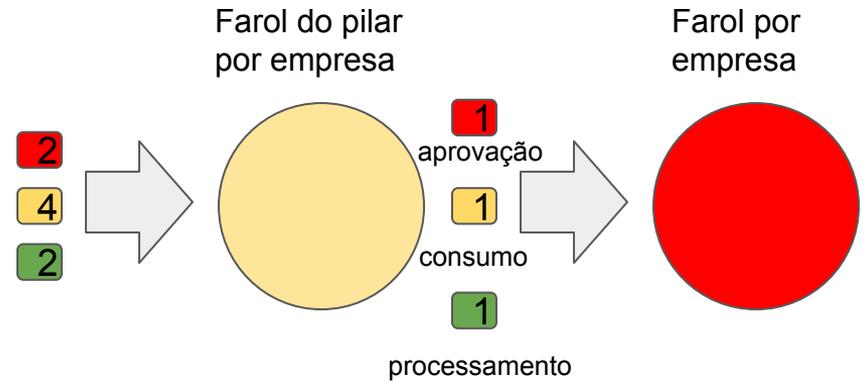
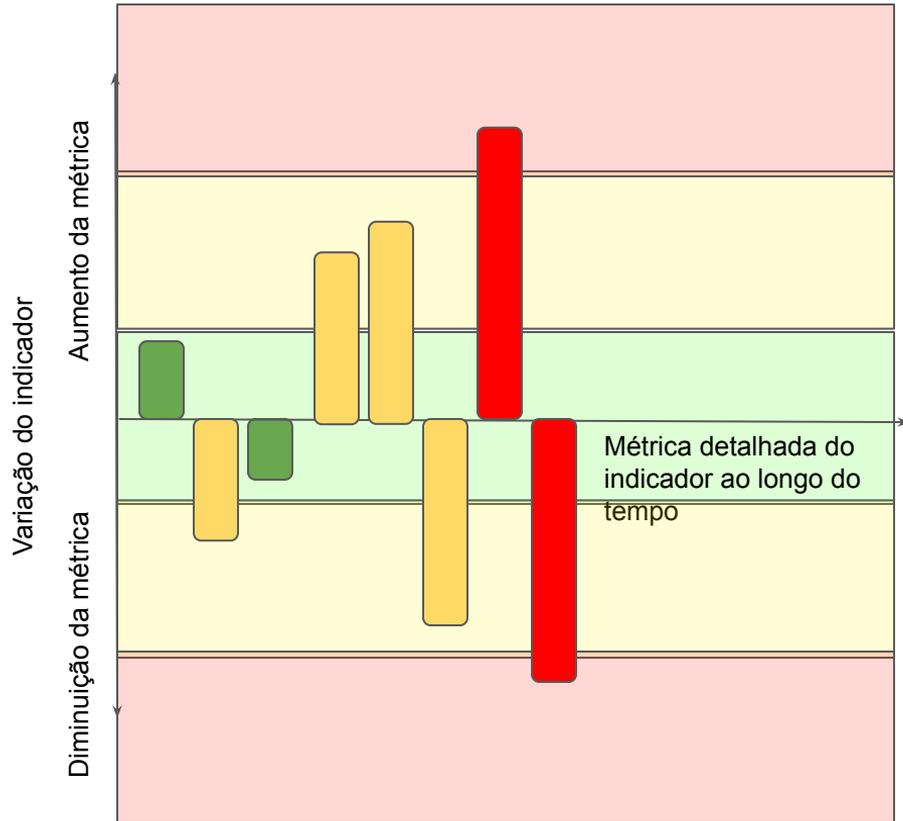
realizada nos últimos:

- 30 dias
- 45 dias
- 60 dias
- 120 dias
- 180 dias
- 365 dias

Métricas escolhidas



Métricas escolhidas



Métricas escolhidas

Indicadores

Métricas de situação

Métricas de comparação

Company Name

2

Consumption Sign

3

Validation Sign

2

Overall Sign

07 Days

7 30 Sign

2

7 45 Sign

2

7 60 Sign

2

7 90 Sign

2

7 120 Sign

2

7 180 Sign

3

7 365 Sign

2

15 Days

15 30 Sign

3

15 45 Sign

3

15 60 Sign

2

15 90 Sign

2

15 120 Sign

2

15 180 Sign

3

15 365 Sign

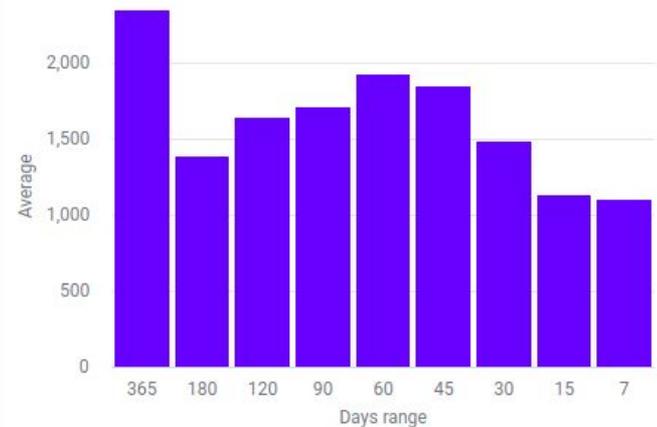
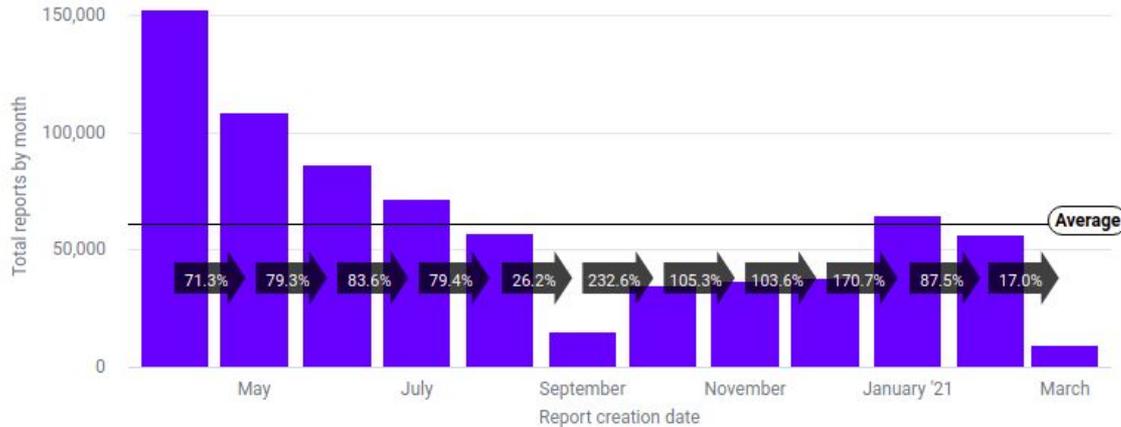
2

* para empresas novas e períodos maiores que o tempo de vida do cliente a métrica proporcional ao histórico

Métricas escolhidas

07 Days							
7 30 Sign	^	7 45 Sign	7 60 Sign	7 90 Sign	7 120 Sign	7 180 Sign	7 365 Sign
2		2	2	2	2	3	2

15 Days							
15 30 Sign	^	15 45 Sign	15 60 Sign	15 90 Sign	15 120 Sign	15 180 Sign	15 365 Sign
3		3	2	2	2	3	2



Obrigadx!

