



***QUEM SOMOS,  
COMO PENSAMOS E  
O QUE FAZEMOS***

*2frame*  
*Analytics*

Nós ajudamos clientes a achar saída para seus problemas, usando dados.

Isso faz nossos clientes felizes, óbvio. Achar significado real nos dados do cliente, criar uma solução que funcione.

Nossas sugestões funcionam.

Pilhas de dados que parecem não fazer sentido algum, acumulados por muito tempo, provavelmente esquecidos. E nós encontramos padrões nesses dados. Padrões achados, podemos fazer previsões, solucionar praticamente todas dúvidas do cliente.

Mas, e a sensação de começar com algo caótico e fazê-lo ter algum sentido? Ou mesmo consertar algo que não está funcionando, e fazê-lo funcionar melhor? De maneira mais inteligente e esperta?

Somos **REALMENTE** viciados nisso. Por isso trabalhamos com **Analytics**.

Fundada em 2005

Presença no Brasil e EUA

A **2frame Analytics** reúne profissionais qualificados, com ótima formação acadêmica e muito tempo de atuação para o mercado de Analytics/Análises Técnicas.

As necessidades da sua empresa são prioritárias: elaboramos soluções específicas para o problema da sua empresa

**Rigor, Qualidade e Pontualidade** em todas as etapas do seu projeto

**Soluções abertas e inteligíveis** que geram conhecimento útil e acessível, e valor para a sua empresa

Nós procuramos por padrões nos dados do cliente, e usamos esses padrões para prever o que acontecerá a seguir.

Sim, aplicamos **matemática** ao comportamento humano.

**Tornamos previsível até mesmo o comportamento das pessoas.** Apoiamos a escolha, criando análises que guiem para a decisão mais correta/adequada.

Sem suposições ou adivinhações. **Analytics.**

## Hugo Andrés Cruz Sánchez, Diretor

*Matemático pela USP, mestre em Economia pela EPGE/FGV-RJ, Ph.D. candidate in Economics na University of Rochester, NY*

- Trabalhou com Análise Quantitativa no Unibanco Asset Management e em assessoria matemática e estatística para projetos em diversas áreas do mercado e para projetos acadêmicos de graduação, mestrado e doutorado.
- Sócio-fundador da 2frame e responsável pela área técnica, presta consultoria em Analytics desde 2000.

## Danielle Steffen Sánchez, Diretora

*Estatística pela ENCE/IBGE-RJ, com especialização em Data Mining pela PUC-Rio*

- Trabalhou em Planejamento, Business Intelligence, Database Marketing, Market Intelligence em empresas como Brasif Duty Free (atual Dufry), BankBoston, Unibanco, AIG e BEMFAM.
- Fundou a 2frame há 10 anos e é responsável pela área comercial e de marketing



## Escolhas e decisões (E&D) – como a 2frame pensa

**E&D** permeiam o dia a dia de todas as hierarquias (vertical) e instâncias (horizontal) em **empreendimentos** (por ex., empresas, públicos, científicos, etc) . Algumas **E&D** são efêmeras, ou restritas em seu escopo, ou de baixo impacto, mas outras não (como supomos daqui por diante).

Quando **E&D** podem influenciar relevantemente o desempenho de um empreendimento torna-se mister antecipar os cenários que possam decorrer de cada uma das **E&D**. Contudo, pouco pode ser dito a respeito desses **cenários** e do próprio processo que os gerou se essa antecipação não for conduzida de forma **sistemática**, passível de **supervisão** e **avaliação** e, principalmente, baseada em **evidências empíricas** sempre que for possível.

**Crítérios ad hoc** podem justificar certas **E&D**, mas frequentemente são **fontes de vieses** de **difícil avaliação objetiva**. Como o uso de critérios ad hoc é inevitável – justificação do “feeling treinado” - uma abordagem mais sistemática, passível de **supervisão** e **avaliação** na antecipação dos cenários que possam decorrer de cada uma das **E&D** se justifica como **uma forma precavida para se proceder**.

Essa abordagem sistematiza **métricas** para o design e atribuição de importância para **cada cenário atrelado a cada E&D**, assim como as métricas para a **subsequente supervisão** e **avaliação de desempenho das ações decorrentes**.

## Escolhas e decisões (E&D) – como a 2frame pensa

Por fim, mas não menos importante, essa abordagem pode falsificar o próprio processo de antecipação e decisão a partir das informações coletadas sobre o desempenho das ações decorrentes de **E&D** passadas. O acúmulo dessas informações permite a criação de **métricas de confiabilidade** sobre esse processo, levando a revisões e aperfeiçoamentos contínuos (**aprendizado**).

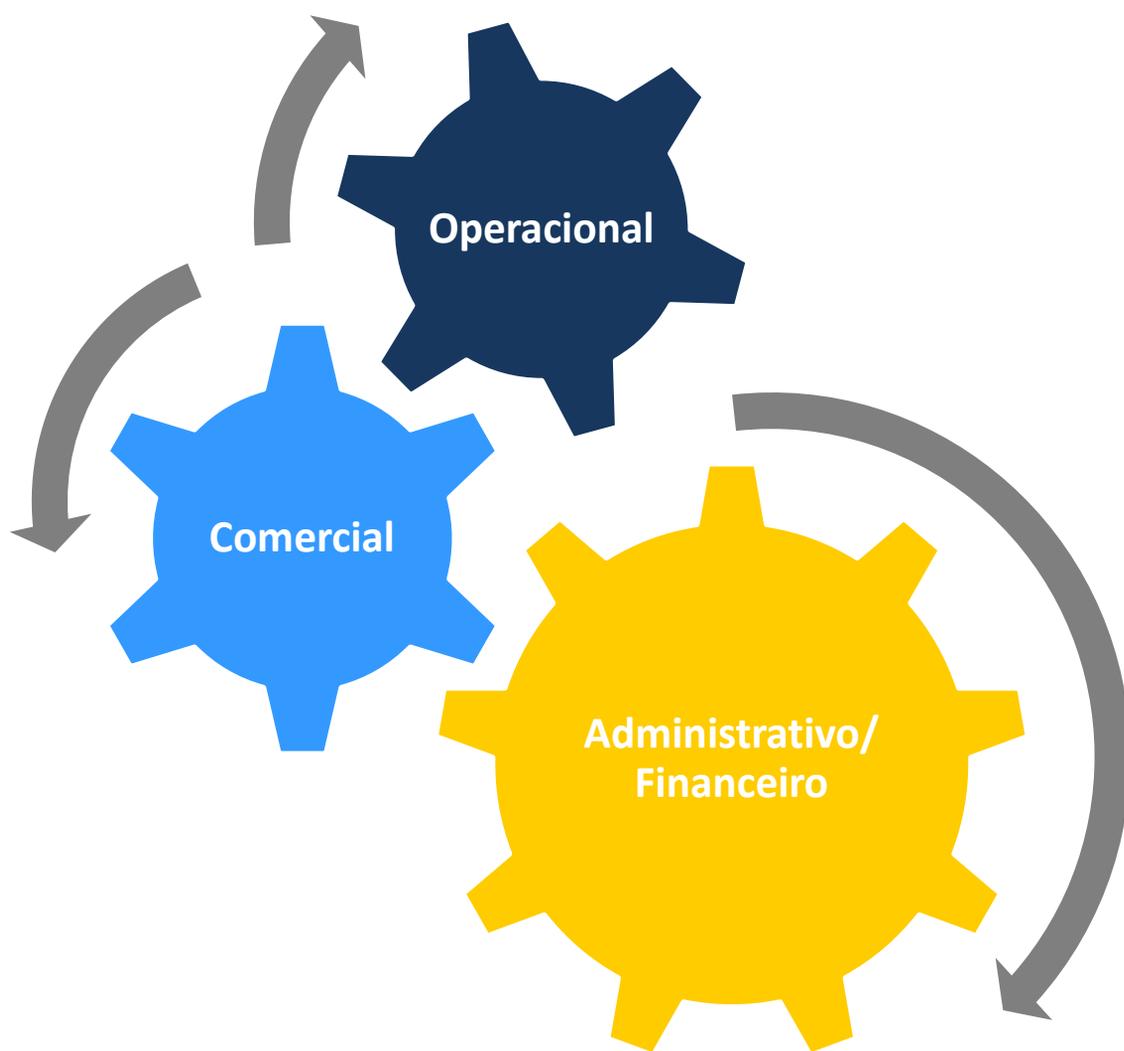
Usamos **Analytics** para abordar E&D.

- Primeiro, transformamos os problemas de nossos clientes em problemas matematizados – **o ciclo completo: a definição dos dados a serem coletados, dos métodos de coleta, das métricas usadas, das técnicas de análise e visualização das informações derivadas, etc** – e criamos um **FRAME** teórico para o problema.
- Depois, escolhemos os métodos mais adequados e com resultados mais interessantes, de acordo com o tipo de problema.
- Ah, sim, depois fazemos o relatório. E as apresentações. E estamos sempre disponíveis para tirar quaisquer dúvidas. Sempre.
- Trabalhamos tanto com projetos contínuos quanto com projetos pontuais, ou mesmo com prestação contínua de serviços.

*Se você pode explicar seu problema para nós,  
nós conseguimos explorar seus dados para achar uma solução.*

# EXEMPLOS DE USO DE ANALYTICS EM SETORES DE UMA EMPRESA

(algumas entre as inúmeras possibilidades de análises)



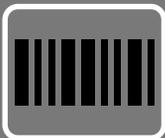




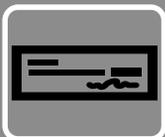
Como sou afetado pela concorrência?



Como avaliar o potencial de mercado de uma nova loja?



Qual o potencial de mercado do meu ponto?



Como minimizar a inadimplência dos meus clientes?



Como cobrar os inadimplentes de maneira a maximizar a chance de pagamento?



Administrativo

Através das análises da **2frame**, pode-se mapear como a concorrência está atuando e como isso afeta o seu negócio.

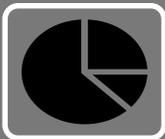
Também pode-se calcular o potencial de mercado de um ponto comercial, auxiliando o planejamento da empresa, ou mesmo pode-se estudar o comportamento de inadimplência dos clientes, de maneira a se desenhar uma política de cobrança mais eficiente, levando em conta as particularidades desses clientes.



Qual serão as vendas do meu negócio nos próximos meses ou anos?



Como as vendas do meu negócio vêm evoluindo?



Como ela estará distribuída entre os produtos que eu vendo?



Como projetar o orçamento do meu negócio para o próximo ano?



Financeiro

A **2frame** elabora modelos estatísticos e econométricos que projetam as vendas, o faturamento e o orçamento, de maneira rigorosa. E, principalmente, sem caixa-preta (sistemas de análises opacos).

Nosso cliente fica ciente de todas as variáveis envolvidas, de como elas afetam o modelo e aumentando seu entendimento sobre o próprio negócio.



Como colocar os produtos dentro de um folheto promocional de maneira a maximizar as vendas?



Como avaliar se uma promoção funcionou?



Qual o melhor canal para se realizar uma promoção?



Como personalizar uma promoção por perfil de cliente?



Qual o perfil do público que passa na frente da minha loja e do público que entra e compra na minha loja?



Marketing

A **2frame** responde essas dúvidas, analisando o perfil do cliente através de modelos estatísticos, gerando grupos coerentes de acordo com seu comportamento de compra e perfil demográfico, de modo a auxiliar na personalização de promoções, publicidade ou outros meios de propagação.

A **2frame** também analisa o retorno de uma promoção; o impacto de curto, médio e longo prazo que ela causa na venda; qual canal foi mais efetivo; de modo a racionalizar essa ferramenta de marketing.



A política de salários e benefícios que minha empresa possui está dando os incentivos corretos para os meus funcionários?



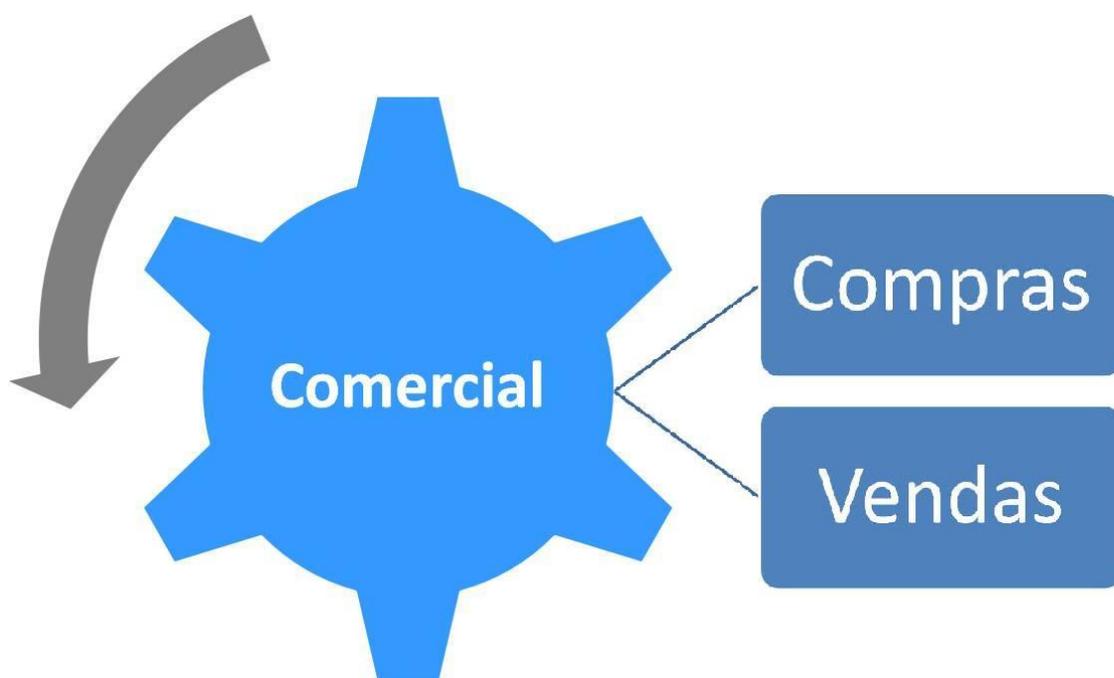
Como desenhar um treinamento para meus funcionários de maneira personalizada, focando em suas fragilidades?



RH

A **2frame**, através de suas análises, ajuda a desenhar políticas de remuneração e incentivos, de modo a maximizar o rendimento do funcionário no trabalho, dentro das restrições orçamentárias da empresa.

Identifica, também, grupos específicos de funcionários, de acordo com características-alvo como, por exemplo, os que apresentam deficiências em determinadas habilidades e que podem ser corrigidas mediante treinamentos apropriados.





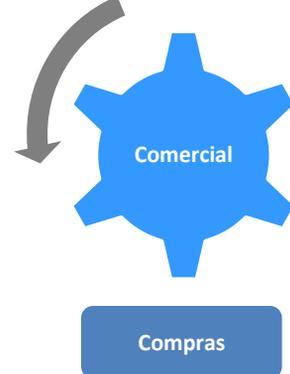
Que produtos vendem com que produtos e quais não vendem junto?



Que produtos de consumo por impulso posso colocar ao lado do caixa?



Como criar uma política de preços para meus produtos?



As análises da **2frame** são baseadas em dados e levam a informações necessárias para uma decisão:

Que produtos comprar, em cada período do ano; que produto afeta a venda de outro (para melhor ou para pior); como modificações na política de preços atual afetariam a venda dos produtos.

São algumas entre inúmeras outras possibilidades.



Como a minha sinalização da loja está funcionando para atrair o público?



Minha equipe de vendas está atendendo de maneira eficiente os clientes? Ela pode melhorar sua performance?



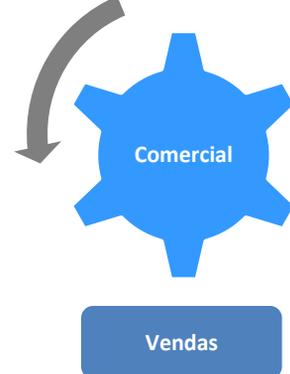
Como está a satisfação da clientela em relação à equipe de venda da loja?



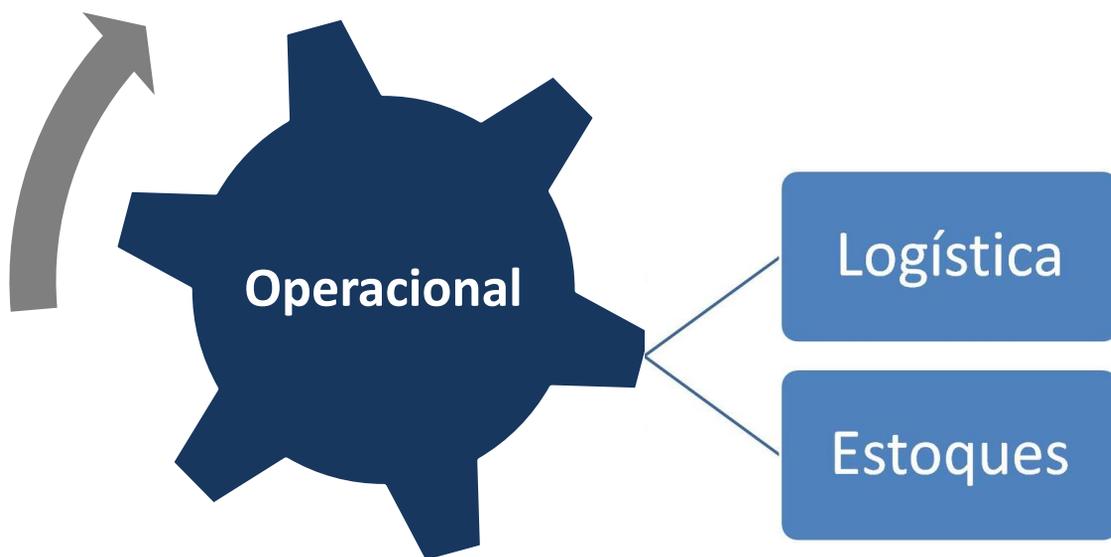
Há como eu reorganizar a disposição dos produtos para que eles vendam mais?



Quanto tempo, em média, um cliente leva pra ser atendido no caixa? Como otimizar isso?

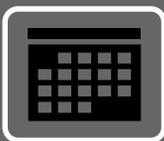


Através de suas análises, a **2frame** gera informações de suporte à decisão sobre tais tipos questionamentos, de modo a possibilitar ao gestor a tomada da decisão acertada. Os resultados das análises são diretos e informativos: A satisfação está em 45%; a sua equipe está falhando na abordagem do cliente; o produto X vende mais se for colocado com o produto Y.





Qual o tempo médio de permanência de uma mercadoria na minha loja?



Quando tenho que fazer o pedido, levando em conta o ciclo de vida do produto em minha loja?



Como estabelecer programa de reposição?



Como elaborar programa de redução de perdas de produtos com prazo de validade crítico?



Quando iniciar promoção de produtos com nessa situação?



Logística

As análises da **2frame** respondem essas perguntas e permitem ao gestor tomar as decisões mais acertadas para a maximização do lucro da empresa.

Elas apontam para indicações precisas, como:

O tempo de vida da mercadoria X na sua loja é de 20 dias;  
faça o pedido com 10 dias de antecedência.

E admitem ir além de simples curvas ABC de estoque.



Como e com que frequência devo abastecer minhas lojas?



Com quais produtos devo abastecer minhas lojas?



Qual o mix de produtos que leva a aumento do faturamento?



Estoques

Baseados em modelos estatísticos, as análises da **2frame** podem responder a essas perguntas de modo a tornar mais eficiente o giro de mercadorias dentro da loja, fazendo com que seu cliente sempre encontre o produto que está procurando.

# 2frame

*Analytics*

**Site** [www.2frame.com.br](http://www.2frame.com.br)

**Facebook** [www.facebook.com/2frame](http://www.facebook.com/2frame)

**LinkedIn** [www.linkedin.com/company/2frame-analytics](http://www.linkedin.com/company/2frame-analytics)

**Fones** +55 (11) 3042-2433  
+1 (585) 290-3019

**Emails** [danielle.steffen@2frame.com.br](mailto:danielle.steffen@2frame.com.br)

**Skype** daniellesteffen