



Microsoft Power BI Para Data Science 2.0

Estudo de Caso 2

Definindo Estratégias de Vendas



Você é Analista de Dados na empresa PontoMaximo, uma rede de varejo que vende produtos eletrônicos e eletrodomésticos com lojas espalhadas por diversas cidades do Brasil. A empresa começou sua operação no Brasil em 2012 e atua nos quatro estados da região sudeste mais os estados do Paraná e Bahia.

A empresa está montando a estratégia de vendas para o próximo ano e precisa saber qual dos fabricantes dos produtos vendidos, apresenta melhor desempenho nas vendas. O objetivo é descartar os fabricantes cujos produtos possuem poucas vendas e tentar negociar melhores condições com os principais fabricantes.

Em paralelo a isso, a empresa gostaria de ter diferentes visões das vendas realizadas nos últimos 4 anos (período de 2012 a 2015). Deve ser possível segmentar os relatórios de vendas por diferentes informações e por diferentes ângulos. Estas informações irão suportar as estratégias da empresa para o próximo ano.

Sua fonte de dados é um arquivo Excel com dados coletados do sistema de vendas, CRM e ERP da empresa. O conjunto de dados foi entregue pelo departamento de TI com as seguintes colunas.

Coluna	Descrição
ID-Produto	Identificador único de cada produto
Produto	Nome do produto
Categoria	Categoria do produto
Segmento	Segmento do produto
Fabricante	Fabricante do produto
Loja	Loja onde foi efetuada a venda
Cidade	Cidade da loja onde foi efetuada a venda
Estado	Estado da loja onde foi efetuada a venda
Vendedor	Nome do vendedor
ID-Vendedor	ID-Vendedor
DataVenda	Data da venda
ValorVenda	Valor da venda

Haverá diversas reuniões para definição da estratégia de vendas e os relatórios poderão ser extraídos sob demanda, de acordo com a necessidade dos gestores. Por conta disso, você deve criar um modelo de dados que permita a extração de relatórios a qualquer momento e que permita extrair dados por diferentes visões e ângulos.

Seu trabalho é fazer isso acontecer!