

A análise do dataset ajudou a entender melhor a evolução das vendas ao longo do tempo, o desempenho por produto e categoria, e outros pontos importantes que influenciam o resultado final. A partir dessa exploração, foi possível identificar alguns padrões interessantes e pensar em ações práticas para melhorar o desempenho das vendas.

O primeiro insight apareceu na parte quantitativa, ao calcular o total de vendas (quantidade × preço). Ficou claro que uma categoria de produtos representa a maior parte da receita, mesmo vendendo em menor quantidade. Isso mostra que esses produtos têm maior valor agregado e contribuem mais para o faturamento geral. Por outro lado, as categorias com produtos mais baratos geram menos receita, mesmo com mais vendas. Por isso, uma boa ação seria reforçar o mix de produtos com maior margem de lucro (como os da categoria hardware) e reavaliar os que trazem menos retorno, como os periféricos, buscando formas de torná-los mais rentáveis ou até repensar sua permanência no portfólio.

O segundo insight está ligado à sazonalidade. Apesar de a quantidade de produtos vendidos por mês não variar tanto, a receita mensal varia bastante. Isso indica que, em alguns períodos, os produtos mais lucrativos vendem menos. Assim, seria interessante fazer promoções em meses de menor receita, incentivando a compra desses itens de maior valor. Uma boa ideia seria criar combos promocionais, misturando produtos de alta e baixa margem, o que pode ajudar a aumentar o lucro total e reduzir o estoque de itens com menor saída.