

Northwind Traders



Relatório de Indicadores de Performance 2023

Introdução

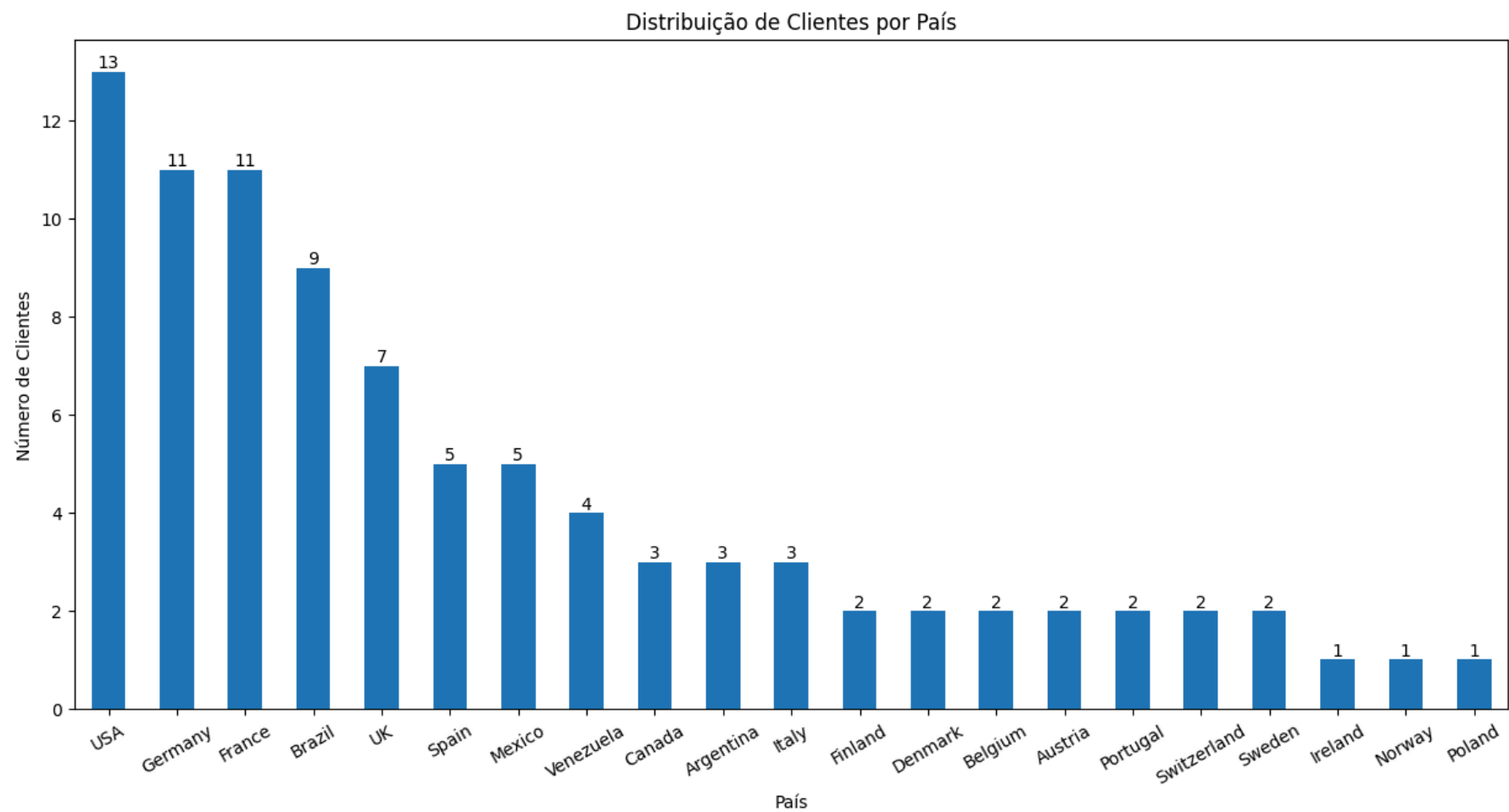
O Relatório de Indicadores de Performance da Northwind Traders foi elaborado com o objetivo de fornecer aos gestores da empresa uma ferramenta para o planejamento e avaliação de desempenho. Nele, foram apresentadas propostas significativas destinadas a atender às necessidades decorrentes do crescimento acelerado da empresa e dos dados gerados por ela. Nesse contexto, o relatório aborda aspectos que visam alcançar objetivos de médio prazo, como o aumento do Ticket Médio, a redução da taxa de Churn e a melhoria na qualidade das reuniões de gestão. Apresentamos o relatório, que foi elaborado com cuidado por um especialista em análise de dados e tomada de decisões.

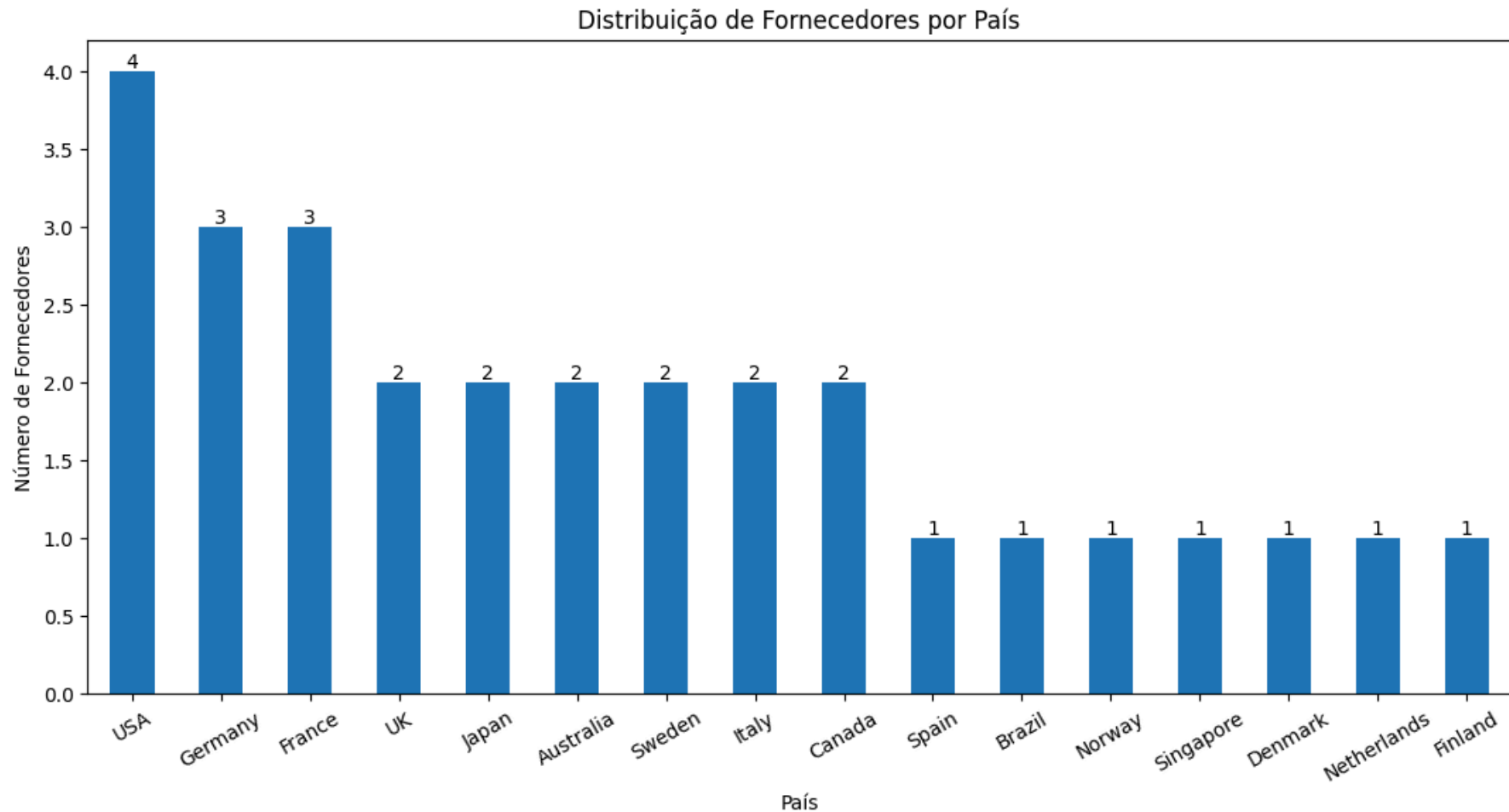
Metodologia

Os dados utilizados nesta análise foram fornecidos diretamente pela empresa, sendo que o banco de dados do sistema ERP da Northwind Traders é hospedado em um servidor na nuvem e utiliza o sistema PostgreSQL. Os dados foram disponibilizados no formato CSV e importados para o Excel para uma rápida visualização. Posteriormente, eles foram transferidos para um ambiente de programação em Python, onde a biblioteca Pandas foi empregada para a manipulação dos dados. Por fim, os resultados obtidos foram importados para a ferramenta Power BI, onde foram gerados gráficos e um dashboard. É importante destacar que os resultados apresentados a seguir são fruto do processo descrito acima.

Distribuição de Clientes e Fornecedores por País

Realizamos uma análise detalhada da distribuição de clientes e fornecedores por país com o objetivo de compreender quais regiões a empresa tem maior presença e influência. Além disso, buscamos identificar os países que apresentam maior necessidade de fornecedores para atender às demandas dos clientes.





É importante destacar que, durante essa análise, observamos que países como o Brasil, o quarto maior em número de clientes, apresentam uma disparidade em relação ao número de fornecedores disponíveis. O Brasil, apesar de ter um grande número de clientes, possui uma das menores quantidades de fornecedores em comparação com outros países. Essa discrepância merece atenção especial, pois garantir um número adequado de fornecedores é essencial para manter a influência no país e assegurar a satisfação dos clientes.

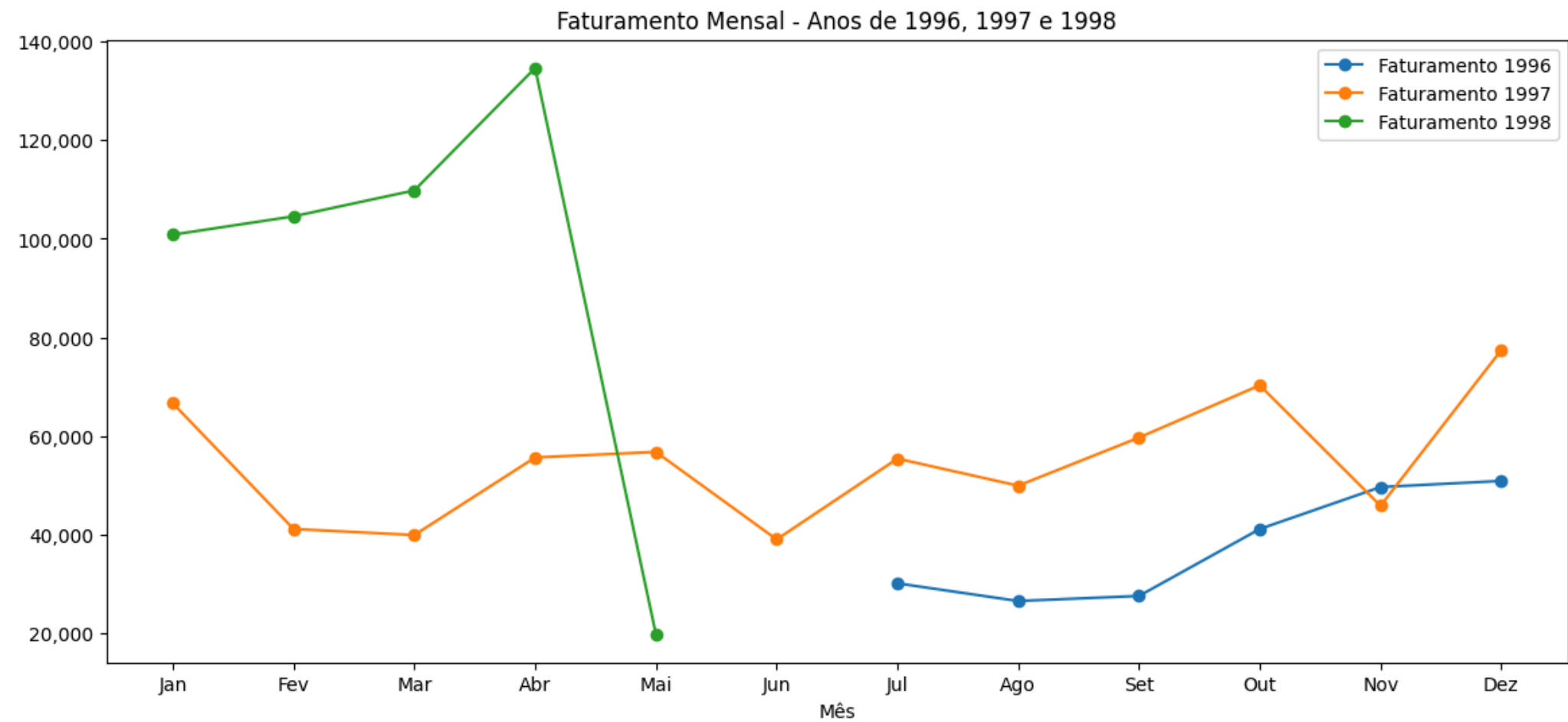
Além das representações gráficas que mostram essa distribuição, geramos uma WordCloud para evidenciar os países onde não existem fornecedores atualmente. Essa visualização nos oferece uma oportunidade valiosa de investir em fornecedores nos países em destaque, possibilitando uma expansão inteligente dos negócios e melhorias na qualidade do serviço oferecido.



Essa análise nos orienta a direcionar os esforços para países estratégicos, tanto em termos de fornecedores quanto de qualidade de serviço, com o objetivo de atrair mais clientes e consolidar a posição global da Northwind.

Faturamento Mensal no Decorrer do Anos

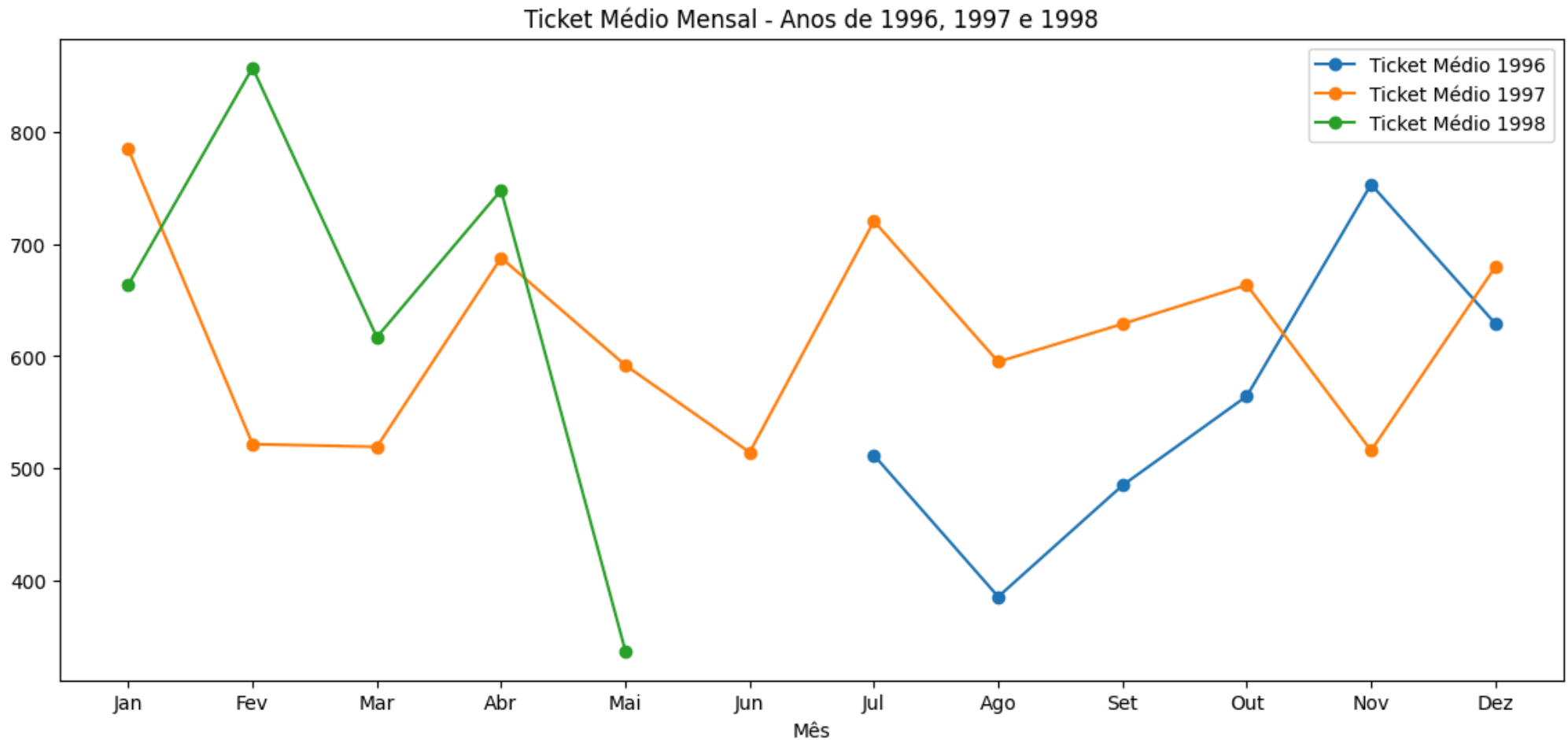
Nesta seção, conduzimos uma análise detalhada do faturamento mensal da empresa. A compreensão do desempenho financeiro mensal é de suma importância para identificar tendências, padrões e oportunidades de aprimoramento em nosso negócio. Durante esta análise, examinaremos os resultados financeiros de cada mês, com o objetivo de fornecer uma visão completa e transparente do faturamento mensal. Isso nos possibilitará identificar áreas de potencial crescimento e implementar medidas corretivas quando necessário.



Vale ressaltar que, apesar da presença de dados faltantes no primeiro semestre de 1996 e ao longo do ano de 1998, ainda é possível tirar conclusões significativas por meio da análise gráfica. Notamos que o faturamento da empresa apresentou um sólido crescimento ao longo dos anos, com exceção do mês de novembro de 1997, quando o faturamento mensal ficou aquém do valor obtido em 1996. Para compreender esse fenômeno, é necessário realizar uma análise mais aprofundada e específica deste mês, considerando os eventos e circunstâncias que o envolveram.

Ticket Médio

O ticket médio, uma métrica fundamental que revela o valor médio das transações realizadas por nossos clientes, desempenha um papel crucial na avaliação do desempenho financeiro e na saúde de nosso negócio. Nesta seção, aprofundaremos nossa compreensão dessa métrica vital, explorando tanto sua análise quanto estratégias para utilizá-la.



Apesar da presença de lacunas de dados, semelhante à análise anterior sobre o Faturamento Mensal, nossa análise gráfica revela informações valiosas. Observamos, em geral, um aumento no ticket médio ao longo dos anos, com exceção notável no mês de novembro de 1997. É evidente que a queda no Faturamento Mensal também influenciou negativamente o ticket médio nesse período. Para entender o que causou esse déficit específico, uma análise mais detalhada e específica desse mês é necessária.

Notamos tendências interessantes, como os aumentos acentuados do ticket médio nos meses de julho de 1996 e 1997, bem como a queda considerável em fevereiro de 1997 e 1998. São nesses meses de flutuações que se torna crucial implementar estratégias para aumentar o ticket médio.

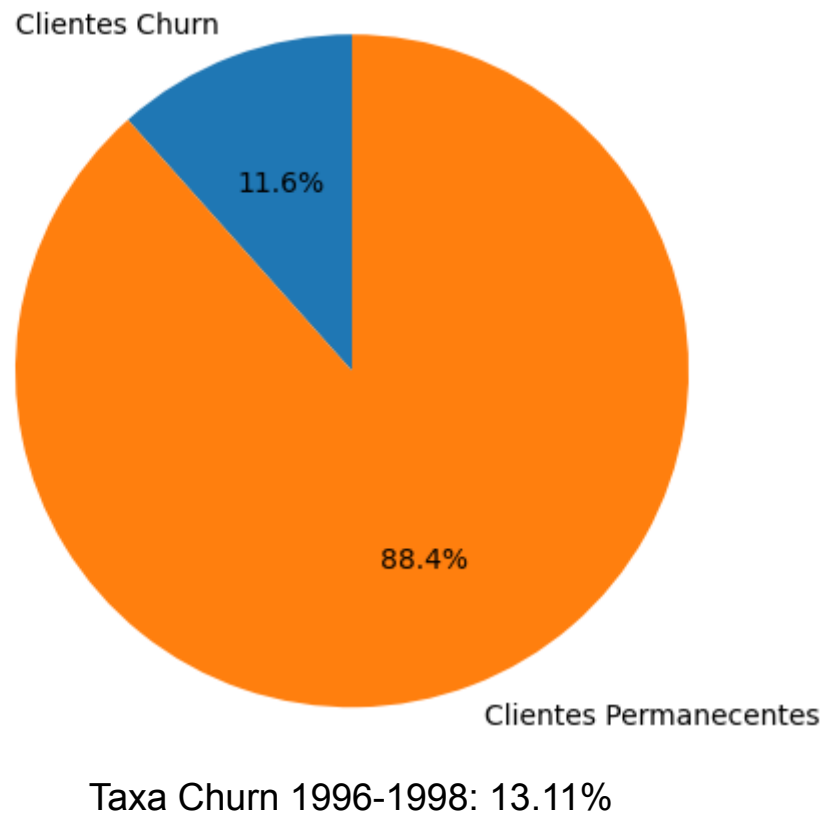
Uma abordagem eficaz para esse fim é oferecer produtos ou serviços complementares durante o processo de compra. Essas ofertas estratégicas incentivam os clientes a adquirir itens adicionais, resultando em um aumento do valor total da compra final. Além disso, a criação de combos inteligentes que incluem produtos relacionados pode ser uma estratégia valiosa para encorajar compras maiores. Destacamos também a importância das técnicas de Cross-Selling e Up-Selling para alcançar esse objetivo.

Outra estratégia promissora envolve a implementação de programas de fidelidade bem elaborados. Esses programas recompensam os clientes com descontos, brindes ou pontos de recompensa resgatáveis em compras futuras, estimulando compras mais frequentes e de maior valor.

Por fim, oferecer frete grátis ou com descontos para pedidos acima de um valor determinado tem se mostrado uma tática eficaz para elevar o ticket médio. Essa abordagem incentiva os clientes a adicionar itens adicionais ao carrinho de compras, visando atingir o limite mínimo de compra e, conseqüentemente, aumentar o valor médio das transações.

Churn Rate

A taxa de evasão de clientes, também conhecida como Churn Rate, é uma métrica crítica para qualquer empresa que busca manter o crescimento sustentável e a satisfação do cliente. Neste contexto, exploraremos em detalhes essa métrica e discutiremos estratégias eficazes para compreendê-la e reduzi-la.



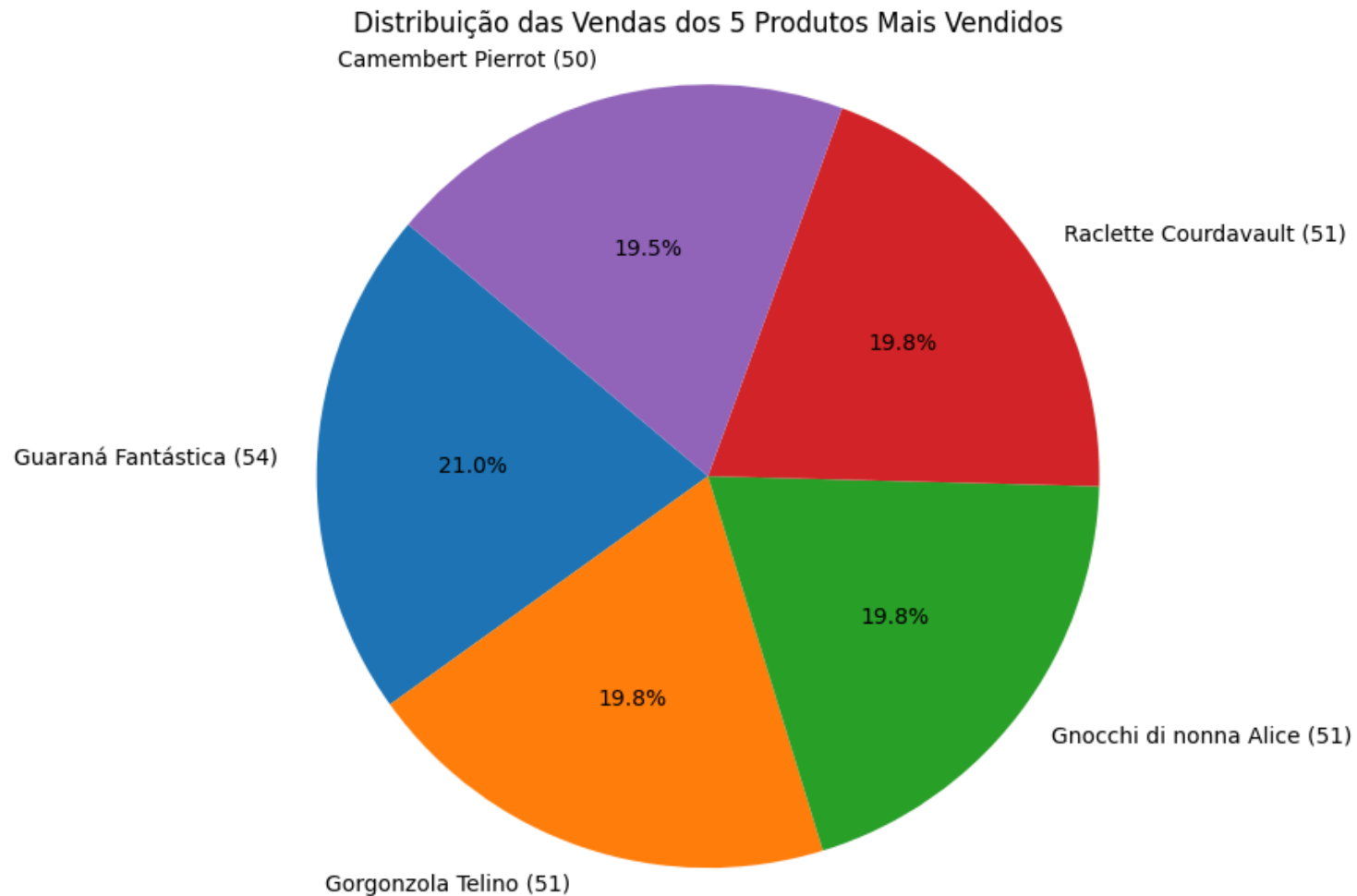
É evidente que, embora a grande maioria dos clientes permaneça fiel, não podemos ignorar a parcela que optou por encerrar sua relação com a empresa. Pelo contrário, é fundamental considerar essas evasões como oportunidades valiosas para aprimorar nossos esforços de retenção, garantir a máxima adesão e satisfação do cliente e até mesmo reconquistar os clientes evadidos.

Uma estratégia que consideramos fundamental para a redução do Churn Rate é a contínua melhoria da experiência do cliente. Investir nesse aprimoramento é essencial, pois clientes satisfeitos e bem atendidos têm uma probabilidade consideravelmente menor de deixar a empresa. Além disso, manter uma comunicação proativa com os clientes, oferecendo suporte, atualizações e ofertas personalizadas, fortalece os laços e reduz significativamente o risco de evasão. Coletar feedback dos clientes de forma regular é um passo crucial. Esses insights nos permitem identificar problemas que, às vezes, podem passar despercebidos por nós, mas que são de grande significância para os clientes.

Vale ressaltar que relatórios como este, juntamente com outras métricas, como o Net Promoter Score (NPS) e o Customer Satisfaction Score (CSAT), são ferramentas valiosas para compreender o nível de satisfação do cliente e identificar os tipos de problemas com os quais precisamos lidar. Essas métricas são essenciais para nos orientar na tomada de medidas apropriadas, visando à minimização máxima do churn e à manutenção de relacionamentos sólidos com nossos clientes.

Produtos Mais Vendidos e Mais Lucrativos

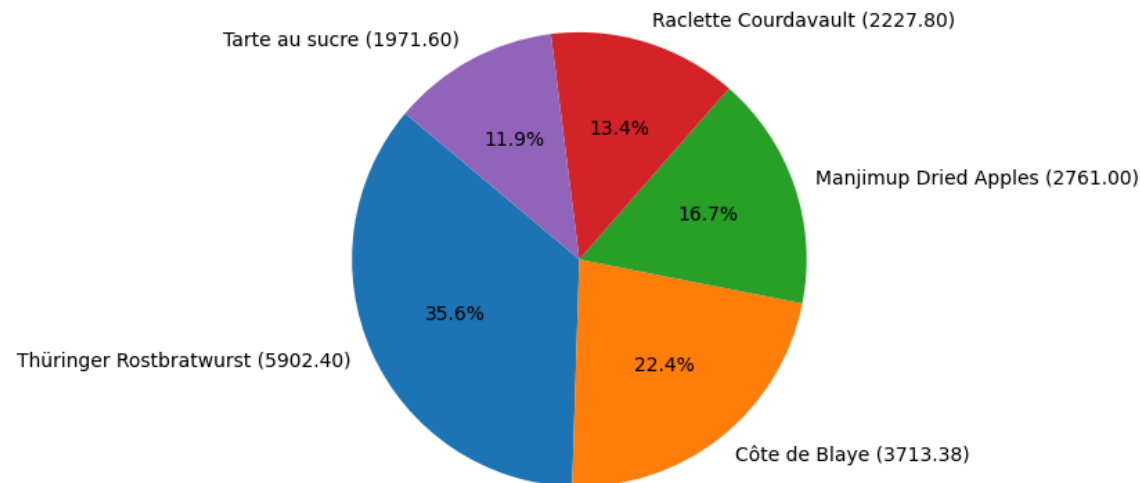
A lista de produtos mais vendidos e dos mais lucrativos não é apenas uma métrica de desempenho, é uma janela para compreender o mercado e as preferências dos clientes. Ao identificar quais produtos são mais populares, e interligá-los com os mais valiosos para o faturamento da empresa, ganhamos conhecimento sobre as necessidades e tendências do mercado atual que direcionam as decisões de compra dos consumidores.



Conhecer os produtos mais vendidos nos permite otimizar a gestão de estoque e produção. Podemos direcionar os recursos e a capacidade de produção para os itens que têm maior demanda, evitando escassez de produtos populares e minimizando o desperdício em produtos de baixa demanda. Como por exemplo o “Guaraná Fantástica”, produto mais vendido da empresa. Líder em vendas, este produto pode ser alavancado em nossas estratégias de marketing e promoção. Destacar esse produto e demais da lista de mais vendidos em campanhas promocionais pode atrair ainda mais clientes e aumentar as vendas gerais, tendo em mente que o mercado está em busca desses produtos.

Porém, nem sempre os produtos mais vendidos são os que mais geram receita. Portanto, a análise precisa ser complementada com a análise dos produtos mais lucrativos, para nos ajudar a avaliar a rentabilidade de cada item e a direcionar nossos esforços para maximizar o retorno sobre o investimento.

Distribuição das Vendas dos 5 Produtos Mais Lucrativos



O equilíbrio entre popularidade e lucratividade é uma meta almejada por muitas empresas, e isso se torna especialmente evidente quando analisamos nossos produtos mais vendidos e mais lucrativos. No entanto, nem sempre o produto mais vendido é o mais lucrativo, e vice-versa. Um exemplo notável disso é o "Raclette Courdavault", que, embora não esteja no topo de ambas as listas, representa um caso fascinante de como a sincronia entre popularidade e lucratividade pode ser alcançada e sua importância estratégica.

Isso significa que, além de atrair muitos compradores, ele também contribui de maneira significativa para nosso resultado financeiro positivo. Aqui está a essência da importância de um produto mais vendido ser também o mais lucrativo: ele não apenas impulsiona a receita bruta por meio de suas vendas numerosas, mas também contribui para uma margem de lucro saudável. Isso cria uma sinergia poderosa, na qual a população alimenta diretamente a lucratividade.

Para maximizar o potencial do "Raclette Courdavault" e produtos semelhantes, é crucial uma análise detalhada do perfil dos clientes que já demonstraram interesse no produto. Essa análise pode revelar outros grupos de clientes com potencial para apreciar as qualidades do produto. Com o perfil do público-alvo bem definido, o próximo passo é desenvolver campanhas de marketing altamente direcionadas, destacando as características únicas e os benefícios do produto. Além disso, deve-se promover a realização de eventos de degustação ou demonstração do produto que podem permitir que os clientes experimentem o sabor e a qualidade do "Raclette Courdavault" antes de fazerem uma compra, criando uma experiência mais envolvente e atraente.

Conclusão

Este Relatório de Indicadores de Performance proporcionou uma visão abrangente e valiosa de diversos aspectos cruciais do crescimento dos negócios da Northwind Traders. Ao longo deste relatório, identificamos áreas de força e oportunidades de melhoria. Descobrimos a importância de manter um equilíbrio entre a distribuição de clientes e fornecedores por país, destacando a necessidade de investir estrategicamente em regiões com maior potencial. Observamos o crescimento constante do faturamento mensal, apesar de desafios pontuais. O Ticket Médio e sua tendência de aumento indicam a capacidade de maximizar o valor de cada transação. A análise do Churn Rate revelou a importância da satisfação do cliente e da comunicação proativa para reter nossa base de clientes e garantir um crescimento saudável. Por fim, a identificação dos produtos mais vendidos e lucrativos destacou a necessidade de alinhar popularidade e lucratividade. Em resumo, este relatório oferece uma visão estratégica abrangente, destacando áreas de oportunidade e de estratégias para aprimorar nosso desempenho e garantir o crescimento contínuo e sustentável de nossa empresa.

Toda a análise de Dados e criação de gráficos está disponível [neste link](#).