Primeiramente, é crucial entender que temos dados de diferentes plataformas (AliExpress, Etsy, Shopee) e em diferentes moedas. Para uma análise financeira precisa, precisaríamos converter todos os valores para uma moeda única (ex: USD) usando taxas de câmbio apropriadas para as datas das transações. No entanto, mesmo sem essa conversão imediata, podemos extrair insights valiosos.

Minhas análises estratégicas se concentrariam em:

1. **Performance de Produto (SKU):**
   * **Quais são nossos "Best Sellers" e "Piores Vendedores"?**
     + Analisar product\_sold e SKU por quantity total e total\_price (antes do desconto).
     + Identificar quais produtos geram mais receita e quais têm maior volume. O "NEW MEGANIUM RG 40XXV" parece ter um bom volume e preço unitário mais alto, por exemplo.
     + Quais produtos têm a menor saída? Precisamos entender o porquê: preço, marketing, adequação à plataforma, ou o produto em si?
   * **Rentabilidade por Produto (considerando descontos):**
     + Calcular a receita líquida por produto (total\_price - discount\_value).
     + Quais produtos mantêm uma margem saudável mesmo após descontos? Quais estão sendo vendidos com descontos muito agressivos que podem estar corroendo a margem? Por exemplo, o "NEW MEGANIUM RG35XX" no AliExpress teve descontos significativos em algumas transações.
2. **Performance de Plataforma de Vendas:**
   * **Qual plataforma gera mais receita bruta e líquida?**
     + Comparar total\_price e (total\_price - discount\_value) agregados por site.
     + Onde vendemos mais unidades?
   * **Mix de Produtos por Plataforma:**
     + Certos produtos vendem melhor em plataformas específicas? Por exemplo, o "NEW MEGANIUM RG CubeXX" vende bem no Shopee. O "MEGANIUM RG353M" parece ter uma presença equilibrada.
     + Isso pode indicar diferentes perfis de público em cada plataforma ou eficácia de listagens/marketing específicos.
   * **Eficiência de Desconto por Plataforma:**
     + Qual plataforma tem a maior proporção de discount\_value em relação ao total\_price? Estamos "comprando" vendas em alguma plataforma específica com descontos excessivos?
3. **Eficácia da Estratégia de Descontos:**
   * **Impacto Geral dos Descontos:**
     + Qual o valor total de descontos concedidos? Qual a porcentagem disso sobre a receita bruta total?
     + Os descontos estão impulsionando um volume significativamente maior ou apenas reduzindo a receita por unidade?
   * **Descontos por Produto e Plataforma:**
     + Quais produtos são mais frequentemente vendidos com desconto? Em quais plataformas?
     + Existe algum padrão nos discount\_coupon que possa ser analisado (embora os códigos pareçam aleatórios, poderiam representar campanhas específicas se tivéssemos um mapeamento).
4. **Análise Geográfica (Mercados):**
   * **Principais Mercados:**
     + Quais delivery\_country representam a maior parte das nossas vendas (em volume e valor)? Canadá, Alemanha e França parecem ser mercados importantes. Australia e UK também aparecem. Japão e USA com menor frequência nos dados fornecidos.
   * **Preferências de Produto por País:**
     + Existem produtos que são mais populares em determinados países?
   * **Preferências de Plataforma por País:**
     + Clientes de certos países preferem comprar em plataformas específicas? (Ex: Clientes canadenses compram bastante no Shopee e Etsy).
5. **Análise Temporal e Sazonalidade:**
   * **Tendências de Vendas ao Longo do Tempo:**
     + Analisar as vendas por date (mês a mês). Há picos ou vales? (Os dados são de 2024, principalmente do segundo semestre, então a análise de sazonalidade anual é limitada, mas podemos ver tendências mensais).
     + Outubro parece ser um mês forte em todas as plataformas.
   * **Impacto de Lançamentos/Campanhas:**
     + Se soubéssemos quando "NEW" produtos foram lançados ou quando campanhas de marketing específicas ocorreram, poderíamos cruzar com os picos de vendas.
6. **Análise do Comprador (Demográfica e Comportamental):**
   * **Perfil Etário:**
     + Analisar buyer\_birth\_date para entender a faixa etária dos nossos compradores. Há diferenças por produto ou plataforma? (Ex: Compradores mais jovens preferem produtos X ou plataforma Y?).
   * **Valor Médio do Pedido (AOV - Average Order Value):**
     + Calcular o AOV (total\_price / número de transações) geral e por plataforma/país.
     + Como os descontos afetam o AOV?
   * **Frequência de Compra/Lealdade:**
     + Com os dados atuais (buyer\_name), é um pouco difícil rastrear clientes recorrentes de forma robusta sem um ID de cliente único. Mas poderíamos tentar identificar nomes repetidos, embora isso seja propenso a erros (homônimos).

**Questões Estratégicas Chave que eu levantaria com a equipe:**

* **Otimização de Portfólio:** Devemos descontinuar produtos de baixo desempenho ou investir mais em marketing para eles?
* **Alocação de Investimento em Plataformas:** Onde devemos concentrar nossos esforços de marketing e listagem? Devemos explorar novas plataformas ou otimizar as existentes?
* **Estratégia de Precificação e Desconto:** Nossos preços estão corretos? Estamos usando descontos de forma estratégica para ganhar market share ou estamos apenas sacrificando margem? Podemos implementar descontos mais inteligentes (ex: por volume, combos)?
* **Expansão Geográfica:** Quais mercados emergentes devemos focar? Como podemos aumentar a penetração nos mercados atuais?
* **Segmentação de Clientes:** Podemos criar personas de clientes com base nos dados demográficos e de comportamento de compra para direcionar melhor nossas campanhas de marketing?

**Próximos Passos Imediatos:**

1. **Padronizar Moedas:** Para análises financeiras comparativas.
2. **Visualização de Dados:** Criar dashboards para acompanhar esses KPIs de forma contínua.
3. **Aprofundar a Análise:** Cruzar mais variáveis (ex: idade do comprador vs. produto vs. país).
4. **Reunião com Marketing e Produto:** Discutir os achados e definir planos de ação.