

Simulação de Reunião

Durante a reunião com minhas lideranças, iniciei agradecendo a oportunidade de apresentar os primeiros direcionamentos da análise de dados. Expliquei que, como analista de dados júnior recém-contratado, meu papel é estruturar uma análise descritiva das vendas de produtos eletrônicos da empresa *Nova Varejo*, considerando o período de janeiro de 2020 a junho de 2022.

Na sequência, os gestores destacaram os principais pontos de atenção que esperam ver respondidos no relatório. O Diretor de Vendas levantou a questão sobre **quais produtos estão gerando mais receita** e, em contrapartida, **que apresentam maior índice de devoluções**. Em seguida, a Gerente de Operações reforçou a importância de entendermos **quais lojas e regiões apresentam melhor desempenho** e se existem diferenças significativas entre elas.

O time de Marketing contribuiu trazendo a necessidade de compreender melhor o perfil do cliente, questionando: **"Quem é o nosso cliente típico?"**. Foram mencionados aspectos demográficos como idade, gênero, estado civil e número de filhos, além do comportamento de compra, incluindo ticket médio, frequência e recorrência das compras.

Já a área Financeira chamou atenção para a necessidade de acompanhar **a evolução das vendas ao longo do tempo**, identificando tendências de crescimento ou queda no período analisado. Por fim, também foi ressaltada a importância de compreender **onde estão concentrados os maiores custos da operação e quais estratégias poderiam ajudar a reduzi-los**, mantendo a eficiência e a competitividade da empresa.

Ao término da reunião, consolidamos as seguintes **perguntas de negócio** que irão guiar a análise descritiva:

1. Quais produtos geram mais receita e quais têm maior índice de devolução?
2. Quais regiões/lojas apresentam melhor desempenho de vendas?
3. Quem é o cliente típico da Nova Vareja (perfil demográfico e comportamento de compra)?
4. Como está a evolução das vendas ao longo do tempo?
5. Onde estão os maiores custos e como podemos reduzi-los?

Com esse direcionamento, fui encarregado de preparar um relatório estruturado, trazendo insights claros e objetivos para apoiar a tomada de decisão da liderança. A próxima etapa será traduzir esses questionamentos em análises exploratórias, métricas-chave e visualizações que ilustrem de forma prática o comportamento das vendas e dos clientes.

Estrutura da Análise Descritiva (a partir das perguntas de negócio)

Montei uns blocos de análises conectados às perguntas:

Vendas Totais e Evolução Temporal

- Gráfico de linha/mensal: vendas de jan/20 a jun/22.
- Análise Temporal de Vendas: Calcular a quantidade vendida em R\$ por mês, trimestre e ano.

Produtos

- Top 10 produtos mais vendidos (quantidade e receita).
- Produtos com maior ticket médio.
- Produtos com maior taxa de devolução.

- Categorias de Produtos: Analisar a distribuição de vendas dos produtos por categoria.

Clientes

- Quantidade total de clientes únicos.
- Perfil (idade média, gênero, escolaridade etc. se houver dados).
- Frequência de compra (clientes recorrentes vs. ocasionais).
- Distribuição de Clientes por Gênero e Faixa Etária: Segmentar os clientes por gênero e faixa etária para entender a proporção dos dados.
- Distribuição Geográfica de Clientes: Relacionar a tabela de Clientes com a tabela de Localidades para entender a distribuição geográfica de clientes por País e Continente

Lojas e Regiões

- Ranking de lojas por receita e volume de vendas.
- Comparativo entre regiões (Localidades).
- Identificação de lojas com alta devolução/custos.
- Vendas por Continente e Tipo de Loja: Calcular a receita total de vendas por continente e tipo de loja
- Concentração de Lojas: Identificar regiões com maior concentração de lojas.

Devoluções

- Taxa de devolução geral (% sobre vendas).
- Produtos e lojas que concentram mais devoluções.
- Motivos de Devolução dos Produtos: Analisar os principais motivos de devolução.
- Taxa de Devoluções: Calcular a frequência de devoluções por produtos e lojas