



Relatório de Análise de Vendas e Performance

Contexto

O cenário competitivo atual exige uma compreensão profunda dos padrões de compra dos clientes, da eficiência operacional e das principais fontes de receita. Com a expansão das operações e a crescente base de clientes, torna-se essencial monitorar a performance, identificar possíveis perdas de clientes e otimizar nossas estratégias de vendas para sustentar o crescimento.

Objetivos da Análise

O objetivo principal desta análise é oferecer uma visão clara das métricas de vendas e indicadores de desempenho mais relevantes para a empresa. Queremos identificar oportunidades de crescimento, maximizar a satisfação do cliente e propor recomendações específicas que contribuam para uma experiência de compra superior. Para isso, focamos em métricas que capturam a saúde do negócio e refletem diretamente na receita e fidelização.

Visão Geral dos Dados:

Principais Métricas e Tabelas Utilizadas

Para esta análise, utilizamos dados de vendas, perfis de clientes, pedidos e produtos. As principais tabelas incluem:

- **Orders:** Registro detalhado dos pedidos, incluindo datas e informações sobre os clientes.
- **Order_Details:** Detalhes dos produtos adquiridos em cada pedido, incluindo preços unitários e quantidades.
- **Customers:** Informações de clientes, utilizadas para medir o churn e a frequência de compras.
- **Products e Categories:** Dados de categorias e produtos que servem para identificar contribuições por segmento de mercado.

As principais métricas derivadas desses dados incluem: ticket médio, churn de clientes, receita por categoria, frequência de compras, produtos mais vendidos e tempo médio de atendimento e entrega.

Indicadores de Performance:

Ticket Médio

O ticket médio reflete a receita média por pedido e oferece uma visão da rentabilidade de cada transação. Essa métrica é crucial para determinar o valor médio gasto por cliente e indica oportunidades para campanhas de upselling e cross-selling.

Churn de Clientes

A taxa de churn representa a quantidade de clientes que não retornaram após um período definido. Monitoramos as causas potenciais de perda e observamos padrões em perfis de clientes com alta probabilidade de abandono, o que pode ser estratégico para programas de retenção.

Receita por Categoria

A análise de receita por categoria destaca as áreas que mais contribuem para o volume de vendas. Alimentos, bebidas e utilidades domésticas foram as categorias líderes, ajudando a priorizar investimentos e decisões de estoque conforme a sazonalidade e a demanda.

Top Produtos e Eficiência Operacional

Identificamos os 5 produtos mais vendidos, que representam uma parcela significativa da receita total. Esse indicador permite priorizar o estoque e campanhas de marketing para esses itens. Além disso, analisamos o tempo médio de atendimento e entrega, o que oferece insights valiosos sobre a eficiência operacional e seus impactos na experiência do cliente.

Produto

Camembe...	1,6 Mil
Raclette C...	1,5 Mil
Gorgonzo...	1,4 Mil
Gnocchi d...	1,3 Mil
Pavlova	1,2 Mil
Rhönbräu...	1,2 Mil

Categoria

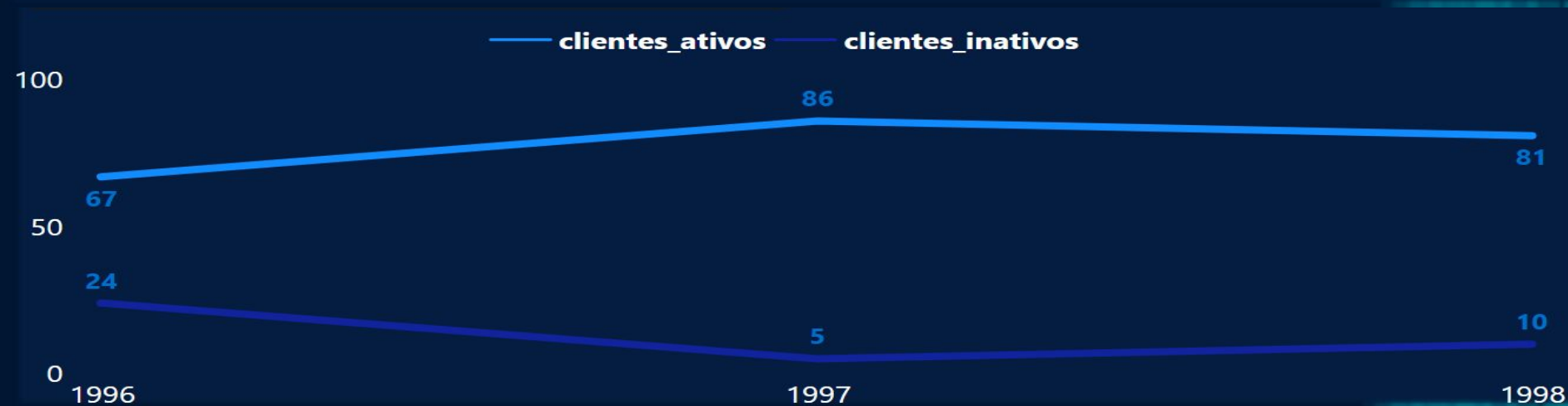
Beverages	9,5 Mil
Dairy Pr...	9,1 Mil
Confecti...	7,9 Mil
Seafood	7,7 Mil
Condim...	5,3 Mil
Grains/C...	4,6 Mil

Tickets Medio de Compra

29,06 Mil

Tempo Medio de Entrega

8,49



Insights e Recomendações:

Sugestões de Crescimento

- **Expansão de Vendas em Produtos Populares:** Aumentar o estoque e criar campanhas sazonais para os 5 produtos mais vendidos pode gerar maior receita e engajamento.
- **Programas de Fidelização:** Para reduzir o churn, propomos a implementação de um programa de fidelização com benefícios e recompensas para clientes recorrentes, especialmente os de ticket médio alto.

Melhorias em Experiência do Cliente

- **Redução do Tempo de Entrega:** A análise do tempo médio de atendimento e entrega sugere oportunidades de melhoria na logística. Automatizar partes do processo de pedidos e criar um acompanhamento proativo para atrasos pode melhorar a satisfação do cliente.
- **Customização do Atendimento:** Incorporar personalizações no atendimento com base no histórico de compras pode fortalecer a relação com os clientes e aumentar a retenção.

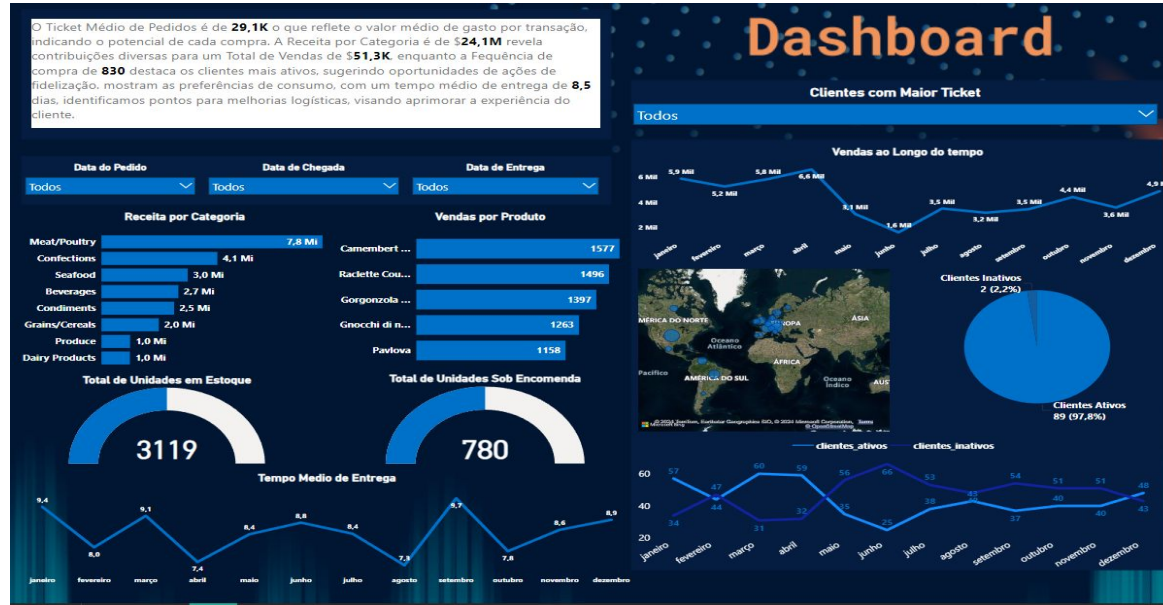
Conclusão e Próximos Passos:

A análise aponta para diversas oportunidades de crescimento e aprimoramento da experiência do cliente. A implementação das recomendações apresentadas deve fortalecer a fidelidade e otimizar o desempenho financeiro.

Próximos Passos:

1. Iniciar um programa piloto de fidelidade para clientes recorrentes.
2. Melhorar os processos logísticos e monitorar indicadores de eficiência regularmente.
3. Revisitar a segmentação de categorias e o plano de estoque para atender à demanda com maior precisão.

Esse relatório fornece uma visão completa das métricas de desempenho atuais e recomendações específicas para manter o crescimento da empresa, melhorar a experiência do cliente e otimizar processos internos. Com essas ações, estamos posicionados para impulsionar ainda mais a satisfação dos clientes e a eficiência operacional.



Ester Linderos Saravia.



Dashboard

