

QUESTIONAMENTOS

1. Do Que se trata o NEGOCIO por tras dos dados?

Levando em consideração os nomes dos clientes e relacionando nomes à negócios, pode-se inferir que se trata de um negócio de vestuário.

2. A performance tem melhorado ao longo dos anos?

Há dois cenários. De 2014 até 2017, sim. A loja teve um crescente em vendas. Mas no ano de 2018, houve uma queda no lucro dos produtos vendidos, inferior ao obtido em 2015, por exemplo.

3. Existe algum tipo de sazonalidade no ano?

Considerando ser do setor de vestuário, com a região da Europa, que fornece mais de 70% da renda, considerando também as estações do ano, é possível inferir que exista preferências por tipos utensílios no verão, por exemplo e outros tipos durante o inverno. A imagem dash4_sazonalidade apresenta essa possibilidade, com aumento de compras no mês de março, projetando o verão. Assim como há um aumento em julho, possivelmente visando o outono europeu.

4. Algum cliente tem maior relevância de vendas?

Vale destacar que dentre os 90 clientes existentes, 11 fornecem pouco mais de 50% da renda nos anos apresentados. Dando destaque aos clientes Grunewald, Th Fashing e Bolerós, que sozinhos geram aproximadamente 23% da renda dos 4 anos, logo, estes possuem considerável relevância.

5. Existe funcionários sem venda? Por quê?

A partir de 2016 aparecem os 9 Funcionários nos dados. Em 2018 não há vendas realizadas pelo funcionário '2'. Comparando-o aos demais funcionários, o '2' vem obtendo o menor desempenho, apesar de 2017 ter sido seu melhor ano. Há hipótese de que ele não trabalhe mais para a empresa.

6. Quais categorias de produtos vendem mais? Isso é um padrão em todos os países?

Como possuímos apenas os IDs dos produtos, é possível obter uma melhor visualização das categorias existentes através da geração de um cluster (ou alguns clusters). Para a clusterização, é possível utilizar uma RNA, baseada no aprendizado não supervisionado, como o algoritmo Self-Organization Maps (SOM). Com os IDs agrupados, poderão ser realizadas novas análises, como o tipo de produto em determinada época do ano.

7. Existe relação entre preço e o volume de vendas de um produto?

Produtos mais baratos tendem a ter uma quantidade maior de pedidos, enquanto os mais caros, não. Não há, expressamente uma relação linear a se destacar. A realização de uma regressão, como forma de métrica será mais adequada para inferir melhor uma correspondência

8. Quais OUTRAS descobertas você teve?

- a) Região europeia é a que paga maior valor total de frete e também é a que compra os produtos de maior valor. Enquanto que a América do Sul é o oposto, pagando o menor valor de frete, mas, em compensação, adquire os produtos mais populares.*
- b) Talvez por obter os produtos de maior valor, a Europa obtém os maiores descontos, girando em torno de 6,34%, seguida da América do Sul com 5,53% e América do Norte com 5,20%.*
- c) Nesse sentido, seria interessante verificar a possibilidade de mais vendas na qual a entrega seja feita pela One Liners, que é a que entrega nas 3 regiões, produtos com maiores valores de desconto, os quais participam de aproximadamente 68% da renda. Dessa forma, podendo aumentar a margem do Valor Líquido.*