
Proficiência – Caso 1 - Vendas Gerais

Você é analista de mercado de uma empresa e os diretores precisam obter informações sobre as vendas de seu negócio. Você precisa fornecer as respostas para apresentar aos seus diretores. Responda as seguintes perguntas:

Os diretores precisam de respostas às seguintes perguntas:

- 1- Qual foi o total de valor venda considerando cada modo de envio dos pedidos?
- 2- Quais mercados tiveram o maior custo médio de envio dos produtos vendidos?
- 3- Qual foi o Ticket Médio?
- 4- Qual foi o CAC (Custo de Aquisição de Cliente)?
- 5- Qual foi o Retorno sobre o Investimento (ROI)?
- 6- Qual foi o ciclo médio de Vendas?
- 7- Qual foi a média de dias para entrega de prioridade?
- 8- Qual foi o Markup geral e por categoria? Markup % = (Custo envio / Lucro Bruto)
- 9- Qual foi o Custo de Mercadoria Vendida (CMV) geral e por mês? Geral = Custo médio de envio / receita média e CMV mensal é Geral = Custo médio de envio mensal / receita média mensal
- 10- Indique a Margem Absoluta (MA) e Margem Relativa (MR). MA = Receita - Custo do Produto e MR = Margem Absoluta / Receita
- 11- Considere que o Lucro Bruto é igual a Valor Venda - Custo Envio e da Margem Bruta de Lucro (Lucro Bruto / Valor Venda). Qual categoria de produto apresentou maior lucro médio e margem bruta média do lucro?
- 12- Indique os 10% de clientes que mais compram e os 10% que menos compram. Há alguma relevância?
- 13- Apresente os 10% produtos com maior lucro bruto e indique a receita. Há algo a se preocupar?
- 14- Apresente outras três informações relevantes aos seus diretores.

P.S. Lembre-se de apresentar visões Globais, por Mercado e Segmento quando possível. P.S. Cálculo do Lucro Bruto (Valor de Venda – Preço Custo) e da Margem Bruta de Lucro (Lucro Bruto/ Valor de Venda)

Bom trabalho!

Indicadores

TICKET MÉDIO	R\$	FAT TOTAL / NÚMERO DE VENDAS	
CUSTO DE AQUISIÇÃO DE CLIENTE (CAC) R\$	R\$	TOTAL DE INVESTIMENTO (CUSTO) / Nº CLIENTES ADQUIRIDOS	
RETORNO SOBRE O INVESTIMENTO (ROI)	%	$((RECEITA - CUSTO) / CUSTOS) / 100$	
CICLO DE VENDAS	Dias	Tempo médio de compra por cliente	
TEMPO DE PRIORIDADE	Dias	Média de dias para entrega por prioridade	
VARIEDADE POR PEDIDO	Qtde		
MARKUP	Número		
CMV (CUSTO DE MERCADORIA VENDIDA)	R\$		
MARGEM ABSOLUTA	R\$	Receita - Custo do Produto	
MARGEM RELATIVA	%	Margem Absoluta / Receita	
VISÕES			
GLOBAL		Todo o resultado da empresa	
REGIONAL		Resultados por País ou Região	
POR SEGMENTO		Corporativo / Consumidor / Outros	Ponto de atenção nas análises para que os indicadores não sejam comparados da mesma forma, pois a margem possui uma distância de objetivo.
CATEGORIA DE PRODUTO		Categoria e Subcategoria	