

José Maria dos Santos Leal

ESTÁGIO COMERCIAL VITALK - RESPOSTAS

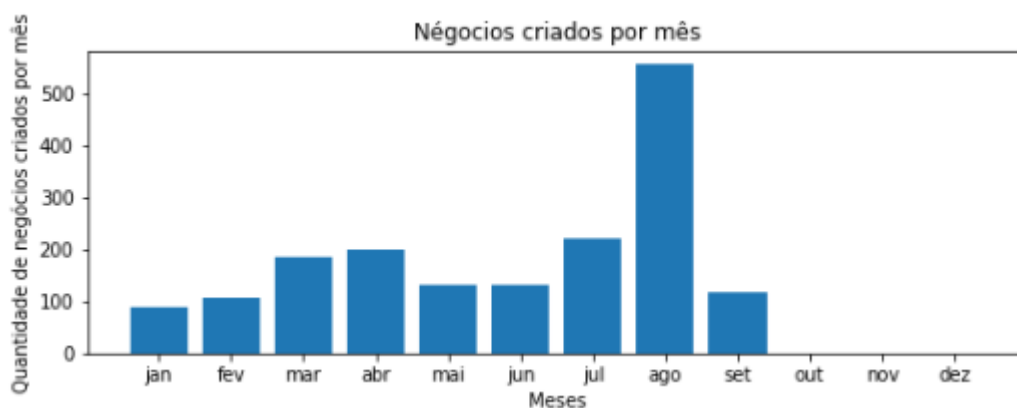
1) Negócios

a) Quantidade de Negócios criados por mês?

Logo abaixo vemos a quantidade de negócios criados por mês:

```
quantidade de negocios criados no mês de jan: 89
quantidade de negocios criados no mês de fev: 105
quantidade de negocios criados no mês de mar: 185
quantidade de negocios criados no mês de abr: 198
quantidade de negocios criados no mês de mai: 133
quantidade de negocios criados no mês de jun: 132
quantidade de negocios criados no mês de jul: 222
quantidade de negocios criados no mês de ago: 554
quantidade de negocios criados no mês de set: 117
quantidade de negocios criados no mês de out: 0
quantidade de negocios criados no mês de nov: 0
quantidade de negocios criados no mês de dez: 0
```

Como podemos ver a empresa apresenta um crescimento de negócios de forma constante, desde o mês de janeiro até o mês de agosto, onde no mês de agosto ocorre a criação do maior número de negócios. Entretanto, após este mês ocorreu uma grande queda no número de criação de negócios entre os meses de setembro e dezembro, chegando a 0, pelo fato das pessoas decidirem economizar dinheiro para o final do ano, então se torna necessário uma motivação maior por parte do setor de marketing para demonstrar ao cliente a necessidade dos produtos Vitalk. Os dois gráficos abaixo comprovam essa teoria.





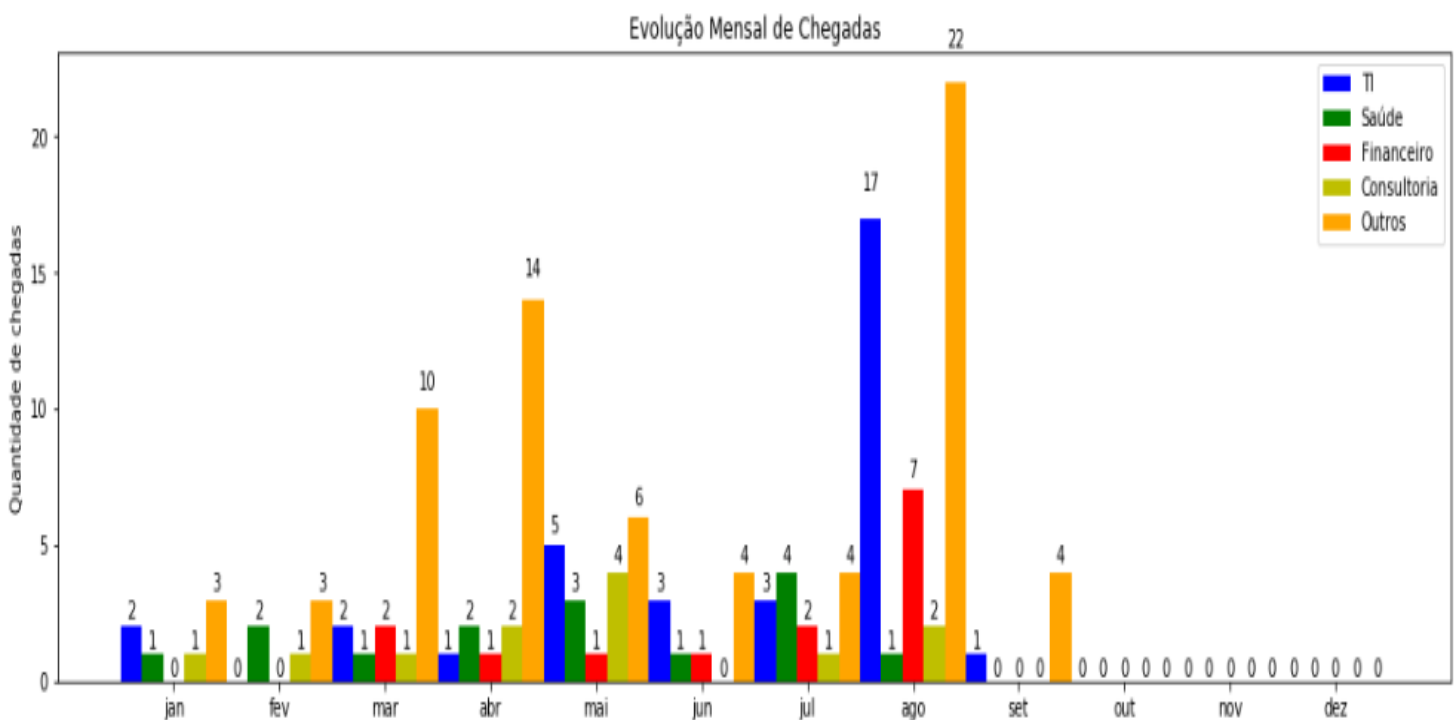
b) Evolução mensal (quantidade) dos principais setores das organizações que chegaram.

Primeiramente será analisado as quantidades dos novos setores que chegaram para realização de negócios com a empresa anualmente:

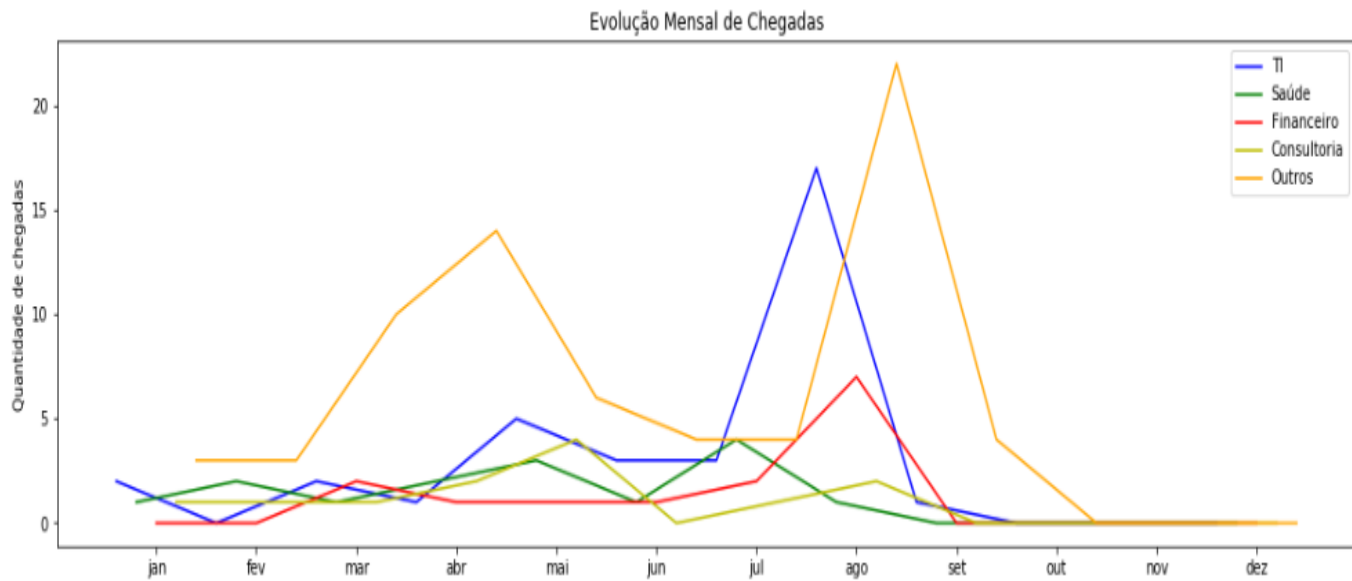
Setor : Outros, Quantidade: 70
 Setor : TI, Quantidade: 34
 Setor : Serviços de Saúde, Quantidade: 15
 Setor : Serviços Financeiros, Quantidade: 14
 Setor : Consultoria, Quantidade: 12
 Setor : Software, Quantidade: 11
 Setor : Serviços de Educação, Quantidade: 9
 Setor : Indústria Química, Quantidade: 9
 Setor : Varejo, Quantidade: 7
 Setor : Farmacêutica, Quantidade: 7
 Setor : Empresa Pública, Quantidade: 6
 Setor : Advocacia, Quantidade: 6
 Setor : Serviços de Alimentação, Quantidade: 5
 Setor : ONG, Quantidade: 5
 Setor : Publicidade e MKT, Quantidade: 4
 Setor : Imobiliária, Quantidade: 4
 Setor : Engenharia Civil, Quantidade: 4
 Setor : Serviços de Turismo, Quantidade: 3
 Setor : Indústria de vestuário, Quantidade: 3
 Setor : Indústria Automotiva, Quantidade: 3
 Setor : Comércio, Quantidade: 3
 Setor : Biotecnologia, Quantidade: 3
 Setor : Seguros, Quantidade: 2
 Setor : Petróleo e energia, Quantidade: 2
 Setor : Serviços de Transporte, Quantidade: 1
 Setor : Serviços de Lazer, Quantidade: 1
 Setor : Recursos renováveis e meio ambiente, Quantidade: 1
 Setor : Indústria mobiliária, Quantidade: 1
 Setor : Indústria mecânica, Quantidade: 1
 Setor : Indústria, Quantidade: 1
 Setor : Capital de risco e participações privadas, Quantidade: 1
 Setor : Banco, Quantidade: 1

Considerando somente os novos clientes que ainda estão tentando realizar um acordo de vendas com a Vitalk, como podemos ver, a maiores quantidades dos novos setores que chegaram são dos setores, TI, saúde e financeiro. Com base no crescimento analisado podemos perceber que a Vitalk se tornou preferência por alguns dos maiores setores de economia, porém quando se trata do nicho de prestação de serviços, bancos e indústria há uma certa queda em relação quantidade de tentativas de negócios, desta maneira o gestor da área comercial deve voltar sua atenção em busca de atrair potenciais clientes vindos destes nichos.

Em relação a Evolução mensal de chegadas dos maiores setores, foram analisados os 5 maiores setores com maior crescimento anual:



Como podemos ver, os maiores setores tem uma boa evolução mensal, com seu ápice no mês de agosto, porém a partir dele há uma brusca queda, chegando a zero, entre esses setores podemos destacar os setores do tipo outros, que tem a maior taxa de crescimento mensal, em segundo lugar temos o setor de TI, o que demonstra que os produtos da Vitalk são ótimos para setores de tecnologia, saúde, financeiro e de consultoria. O gráfico de linhas abaixo reforça ainda mais esta afirmação.



c) Evolução mensal (quantidade) dos principais cargos dos leads que chegaram.

Primeiramente será analisado a quantidade de novos cargos que chegaram, isso feito de forma anual:

Cargo : Analista de RH, Quantidade: 134

Cargo : Gerente de RH, Quantidade: 73

Cargo : Outro, Quantidade: 59

Cargo : Coordenador(a) de RH, Quantidade: 46

Cargo : CEO, Quantidade: 27

Cargo : Diretor(a) de RH, Quantidade: 14

Cargo : Setor público, Quantidade: 10

Cargo : Assistente administrativo, Quantidade: 10

Cargo : Analista de Marketing / Produto, Quantidade: 8

Cargo : Estagiário(a) de RH, Quantidade: 7

Cargo : Autônomo, Quantidade: 6

Cargo : Gerente de Marketing / Produto, Quantidade: 5

Cargo : Coordenadora de RH, Quantidade: 4

Cargo : Diretor(a) de Marketing / Produto, Quantidade: 3

Cargo : Coordenador(a) de Marketing/Produto, Quantidade: 3

Cargo : Médico(a) do trabalho, Quantidade: 2

Cargo : Estudante, Quantidade: 2

Cargo : Enfermeira do trabalho, Quantidade: 2

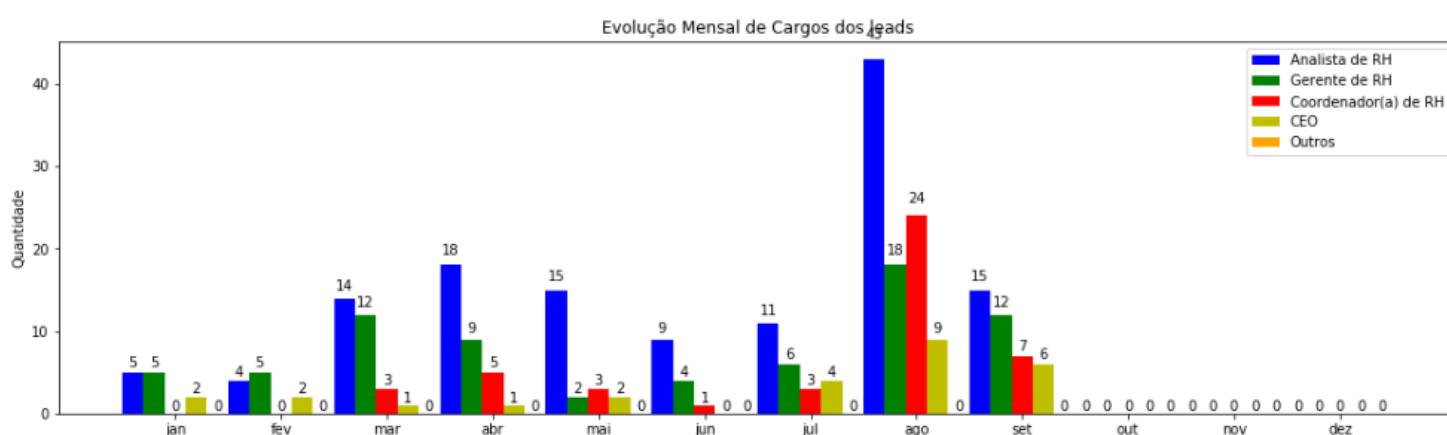
Cargo : Assistente de RH, Quantidade: 2

Cargo : Analista de Recursos Humanos, Quantidade: 2

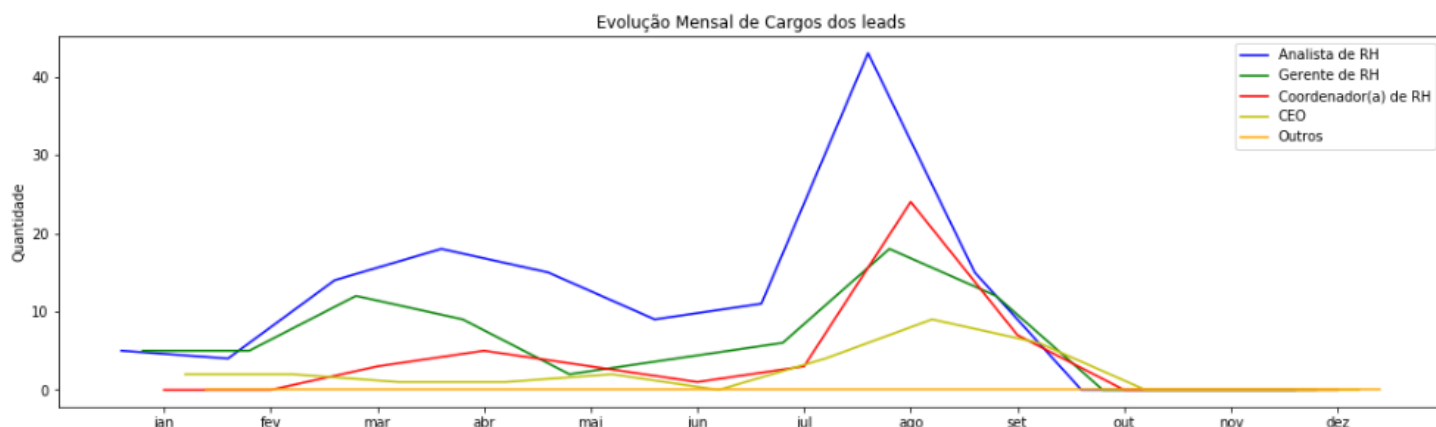
Cargo : Técnica em Enfermagem do Trabalho, Quantidade: 1

Cargo : Técnica de enfermagem, Quantidade: 1
 Cargo : Supervisora de Treinamento e Desenvolvimento, Quantidade: 1
 Cargo : Supervisora de Remuneração e Pessoal, Quantidade: 1
 Cargo : Supervisora de Recursos Humanos, Quantidade: 1
 Cargo : Supervisora de Operações, Quantidade: 1
 Cargo : Supervisor de RH, Quantidade: 1
 Cargo : Remuneração e Benefícios, Quantidade: 1
 Cargo : RH, Quantidade: 1
 Cargo : Psicóloga, Quantidade: 1
 Cargo : Médico do trabalho, Quantidade: 1
 Cargo : Head of People & Culture, Quantidade: 1

Como pode ser visto, as maiores quantidades dos cargos dos leads que chegaram são da área de RH (Recursos Humanos), sendo geralmente gerentes, analistas e coordenadores, mas também há certa quantia de leads que são CEOs, o que demonstra que as soluções da Viltalk são aplicadas a não somente a uma pessoa, mas sim a um grupo de pessoas dentro de uma empresa. Agora iremos analisar a evolução mensal dos cargos dos leads que chegaram:



Como pode ser visto, os cargos dos novos leads são em sua maioria analistas que consideram as soluções da Viltalk úteis para o seu negócio ou seu ambiente de trabalho, especialmente para utilizações em grupos, porém pode ser percebido também que a maioria dos novos leads são pessoas que gerenciam outras pessoas ou donos de empresas, e com o aumento dos números de empresas e de contratações novos leads terão de ser criados. O gráfico de linhas demonstra esse crescimento em potencial que dura oito meses no ano:



2) Ganhos

a) Quantos negócios foram fechados por mês?

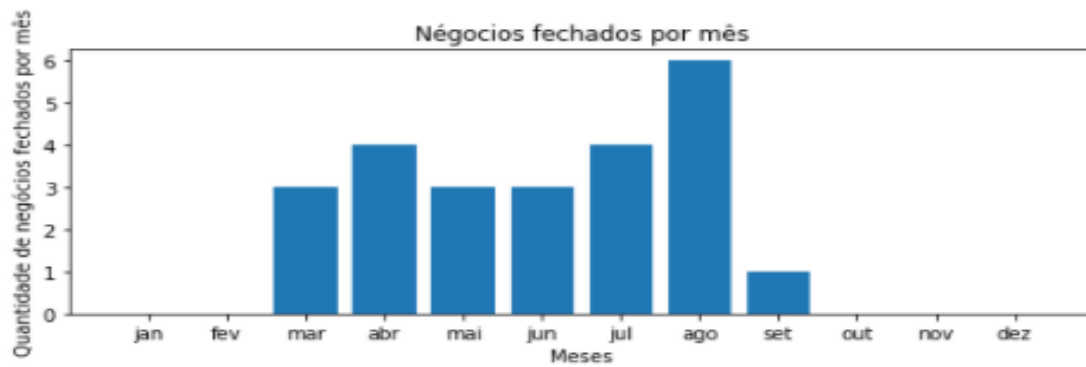
A seguir vemos a quantidade de negócios fechados por mês:

```

quantidade de negocios fechados no mês de jan: 0
quantidade de negocios fechados no mês de fev: 0
quantidade de negocios fechados no mês de mar: 3
quantidade de negocios fechados no mês de abr: 4
quantidade de negocios fechados no mês de mai: 3
quantidade de negocios fechados no mês de jun: 3
quantidade de negocios fechados no mês de jul: 4
quantidade de negocios fechados no mês de ago: 6
quantidade de negocios fechados no mês de set: 1
quantidade de negocios fechados no mês de out: 0
quantidade de negocios fechados no mês de nov: 0
quantidade de negocios fechados no mês de dez: 0

```

Os dados acima demonstram que a maioria dos clientes fecham negócios com a empresa entre os meses de março e agosto, tendo um índice zero nos dois primeiros meses do ano e nos três últimos. Isso indica que os clientes Vitalk têm maiores probabilidades de fechar negócio durante metade do ano, após analisarem o mercado e saber quais soluções de negócio devem adquirir, bem como se preparar financeiramente para adquirir uma solução adequada ao seu negócio. Os gráficos abaixo demonstram os números de negócios fechados mensalmente:



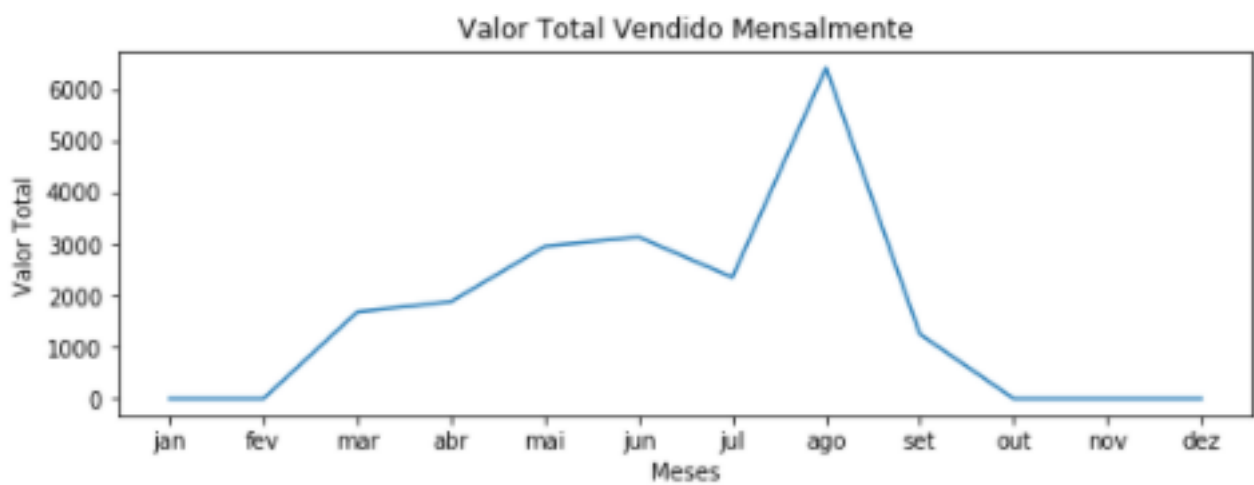
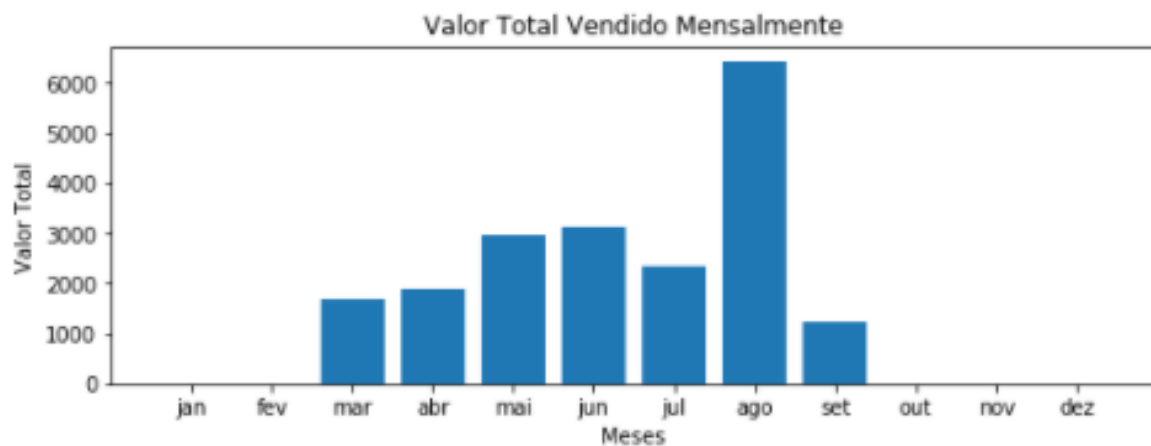
b) Qual o valor total vendido mensalmente?

A seguir vemos o valor total vendido mensalmente:

```

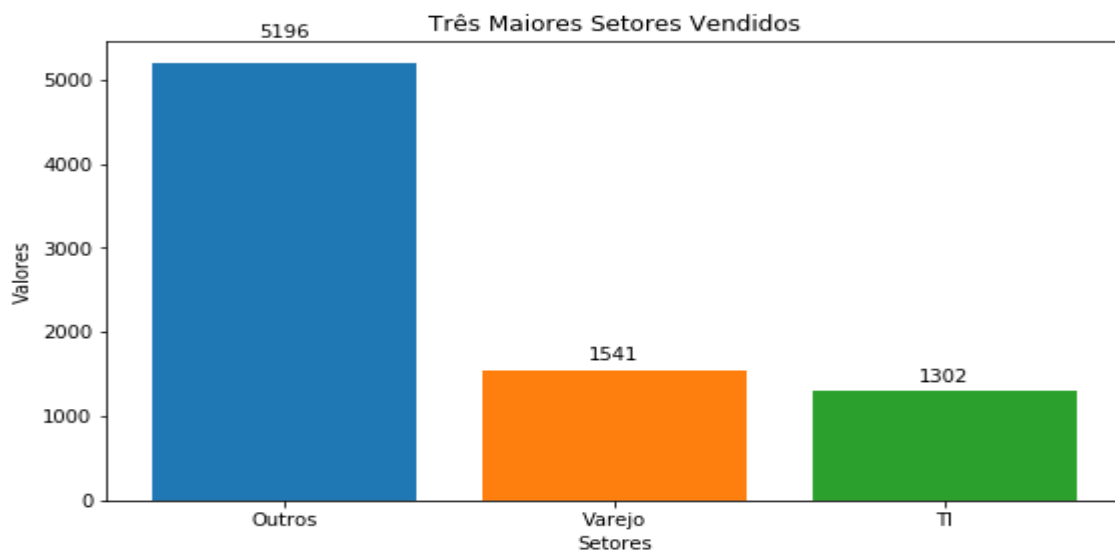
Valor Total Vendido Mensalmente no mês de jan: 0
Valor Total Vendido Mensalmente no mês de fev: 0
Valor Total Vendido Mensalmente no mês de mar: 1680.0
Valor Total Vendido Mensalmente no mês de abr: 1880.0
Valor Total Vendido Mensalmente no mês de mai: 2953.0
Valor Total Vendido Mensalmente no mês de jun: 3134.0
Valor Total Vendido Mensalmente no mês de jul: 2352.0
Valor Total Vendido Mensalmente no mês de ago: 6412.0
Valor Total Vendido Mensalmente no mês de set: 1250.0
Valor Total Vendido Mensalmente no mês de out: 0
Valor Total Vendido Mensalmente no mês de nov: 0
Valor Total Vendido Mensalmente no mês de dez: 0
  
```

Como foi respondido na questão 2, item a, as maiores vendas são feitas durante o mês de março e agosto, sendo que os meses de maio a agosto apresentam as maiores vendas e maiores resultados, sendo que vemos um crescimento constante dos meses de fevereiro até o mês de agosto. O gráficos a seguir fortalecem essa teoria:



C) 3 principais setores vendidos.

Os Três principais setores vendidos são os de Outros setores, TI e Varejo, como vemos no gráfico abaixo o valor total de vendas:



3) Perdas.

a) Quantidade de Negócio perdido por mês

```
Valor Total Perdido Mensalmente no mês de jan: 20
Valor Total Perdido Mensalmente no mês de fev: 77
Valor Total Perdido Mensalmente no mês de mar: 106
Valor Total Perdido Mensalmente no mês de abr: 98
Valor Total Perdido Mensalmente no mês de mai: 85
Valor Total Perdido Mensalmente no mês de jun: 103
Valor Total Perdido Mensalmente no mês de jul: 204
Valor Total Perdido Mensalmente no mês de ago: 400
Valor Total Perdido Mensalmente no mês de set: 148
Valor Total Perdido Mensalmente no mês de out: 0
Valor Total Perdido Mensalmente no mês de nov: 0
Valor Total Perdido Mensalmente no mês de dez: 0
```

Logo acima vemos a quantidade de negócios perdidos de forma mensal, o que é índice preocupante, pois isto demonstra que a pandemia do covid-19 afeta a economia nacional, ocasionando uma redução de investimentos nas empresas. Os gráficos abaixo demonstram a quantidade de negócios perdidos:



A média de perda estimada está entre 100 e 400 perdas por mês, o que indicia ainda mais como a pandemia está afetando quem deseja adquirir as soluções Vitalk. O segundo gráfico indica um crescimento constante das perdas, com seu auge no mês de agosto, onde ocorrem mais tentativas de criação de negócios, já nos últimos meses não há perda, pois durante estes últimos quatro meses não ocorre tentativa de realizar negócios com a empresa.

b) Quais os 3 principais motivos de perda por etapa por mês?

Para responder melhor essa pergunta, foram analisados os dados de forma anual, e então foram descobertos os 3 maiores motivos de perdas por etapa:

Motivo da Perda: Sem contato com a empresa ,Quantidade de perdas: 194
Motivo da Perda: Veio para o Webinar ,Quantidade de perdas: 171
Motivo da Perda: Fora de SLA - Abaixo de 50 colaboradores ,Quantidade de perdas: 162

Acima vemos que o maior motivo de perdas por etapas é a ausência de contato com a empresa, o que indica que tanto a Vitalk quanto o cliente em si não estão se comunicando. Dando ênfase ao mês de agosto vemos que o maior motivo da perda é a realização de Webinar, demonstrando que as palestras não estão passando a ideia correta para os clientes, já o outro motivo é que a Vitalk não oferece soluções para empresa com menos de 50 membros, o que incita a necessidade dela se preocupar com os pequenos negócios, dado o número de perdas de contratos. O gráfico de barra a seguir reforça essa ideia:

