



ANÁLISE DE DADOS

JANDERSCIENCE * JBA1719@GMAIL.COM

Relatório Técnico: Análise de Vendas e Comportamento do Cliente em um Supermercado

Introdução

Neste relatório, apresentamos uma análise detalhada das vendas e do comportamento do cliente em um supermercado com base nos dados fornecidos. A análise abrange várias áreas, incluindo distribuição de vendas, produtos mais vendidos, métodos de pagamento e satisfação do cliente. O objetivo é identificar tendências, insights e oportunidades que possam orientar estratégias para melhorar o desempenho e a experiência do cliente.

Análise de Vendas ao Longo do Tempo

A análise temporal dos dados revelou a distribuição das vendas ao longo do tempo. Ao converter a coluna 'data' para formato de data, observamos um gráfico de linha que demonstra a variação das vendas em diferentes períodos. A distribuição das vendas pode revelar tendências sazonais, flutuações de demanda e padrões de compra dos clientes. Uma abordagem mais aprofundada para identificar esses padrões pode fornecer insights sobre como ajustar o estoque e as estratégias de promoção.

Produtos Mais Vendidos

A análise dos produtos mais vendidos destacou os dez produtos com maior quantidade de vendas. A distribuição desses produtos na margem de 220 a 242 vendas pode ter implicações tanto positivas quanto desafiadoras. Por um lado, isso sugere uma variedade de produtos populares que atendem às preferências dos clientes. Por outro lado, pode indicar a falta de um produto "carro-chefe" que impulse as vendas. Estratégias de promoção, marketing direcionado e análise detalhada de cada produto podem ajudar a maximizar as vendas.

Distribuição de Valores Totais de Vendas

A análise da distribuição dos valores totais de vendas revelou uma variação significativa entre os intervalos de preço. A alta frequência de vendas nos intervalos de 0 a 49 reais e a baixa frequência nos intervalos de 500 a 549 reais indicam uma tendência de preferência por produtos de baixo valor. Isso pode ser impulsionado por produtos de uso diário ou essenciais. Estratégias para promover produtos de valor mais alto e educar os clientes sobre suas vantagens podem equilibrar essa distribuição.

Métodos de Pagamento

A distribuição equilibrada das operações de pagamento (pix, dinheiro, cartão de débito e cartão de crédito) sugere uma diversidade nas preferências dos clientes. Isso pode ser uma vantagem, indicando que o supermercado atende às necessidades variadas dos clientes. Estratégias de promoção, treinamento da equipe e monitoramento contínuo podem ajudar a manter essa distribuição equilibrada e atender às expectativas dos clientes.

Satisfação do Cliente com as Operadoras de Caixa

A satisfação consistente das operadoras de caixa em torno de 4 pontos indica que os clientes estão, em média, satisfeitos com o atendimento. Isso pode ser resultado de um atendimento estável e da entrega de expectativas. Estratégias como manter a consistência, buscar melhorias incrementais e obter feedback dos clientes podem melhorar ainda mais a experiência do cliente nas operações de caixa.

Conclusão

A análise abrangente das vendas e do comportamento do cliente revelou insights importantes para orientar as estratégias do supermercado. Variações nas vendas, distribuição de valores, métodos de pagamento e satisfação do cliente podem ser interpretadas de diferentes maneiras, dependendo do contexto. Implementar estratégias como promoções direcionadas, treinamento da equipe e análise detalhada pode ajudar a maximizar as oportunidades e abordar desafios.

A interpretação e ação sobre esses insights devem ser adaptadas às metas da empresa e à dinâmica do mercado. A análise contínua dos dados, combinada com a obtenção de feedback dos clientes, é essencial para tomar decisões informadas e estratégicas que beneficiem tanto o supermercado quanto os clientes.