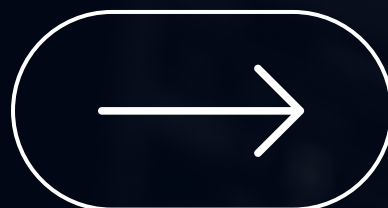


DATA FREAK

Projeto de análise

Brazilian E-Commerce Public Dataset by Olist



INTRODUÇÃO

Com o avanço da tecnologia podemos colher, tratar e cruzar informações que auxiliam na tomada de decisão e gestão estratégica do negócio. Dados são informações que quando estão organizadas/categorizadas nos fornecem subsídios para enxergar oportunidades em nosso negócio, mercado e concorrência. Sendo assim, nossas análises proporcionaram insights valiosos que expõem fragilidades e pontos fortes dentro no negócio onde uma atuação estratégica e apoiada em números trará resultados em curto, médio e longo prazo.

Falando de dados os principais insights permearam a experiência do cliente, categorização dos mais vendidos por região no Brasil, gestão de inventário e logística além de insights para a área de marketing que podem criar campanhas e ações baseadas nos dados coletados personalizando a comunicação e tornando mais próxima a relação da nossa marca com o cliente. O acerto da parte operacional aliado com a comunicação com o cliente nos trará um aumento na taxa de recompra e poderemos medir nossas ações baseadas no percentual de clientes que voltarão a comprar conosco.

Seguiremos nos próximos slides com a descritiva das análises e as conclusões obtidas com os dados.

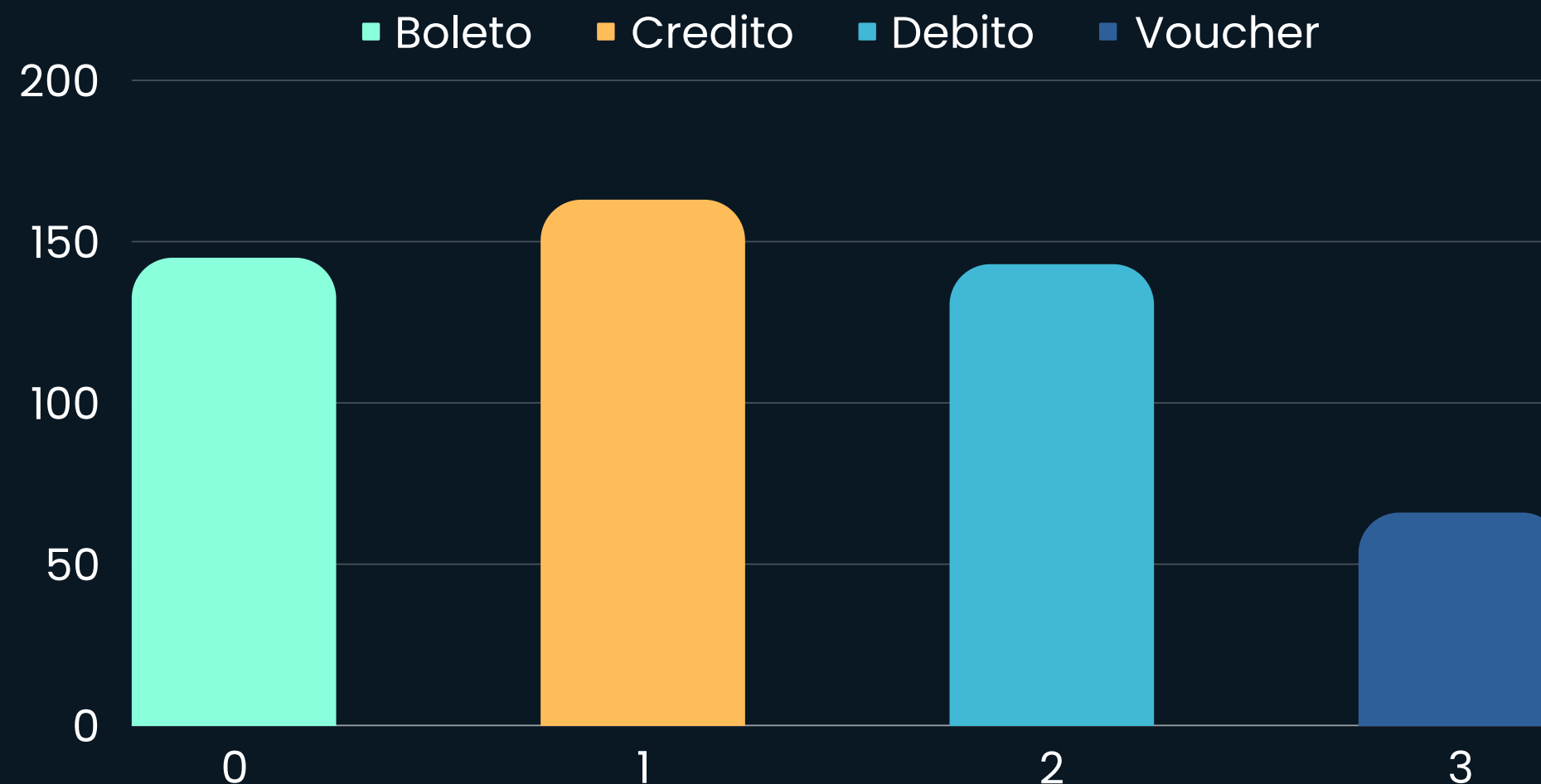
Tiket Médio

Analizando os resultados podemos definir qual o Ticket Médio de cada tipo de venda.

Isso impacta diretamente no faturamento levado em conta as taxas aplicadas para cada tipo de recebimento.

Observando a variação a empresa pode levar em consideração uma renegociação de taxas ou até mesmo o desenvolvimento do seu próprio gateway de pagamento.

Tiket Médio por tipo de pagamento



De acordo a base de dados o meio de pagamento Cartão de Crédito é o mais utilizado e o ultimo é o voucher.

Vendas

POR REGIÃO

Com relação a vendas por região percebemos a discrepância que a região sudeste representa com relação as outras

Sudeste

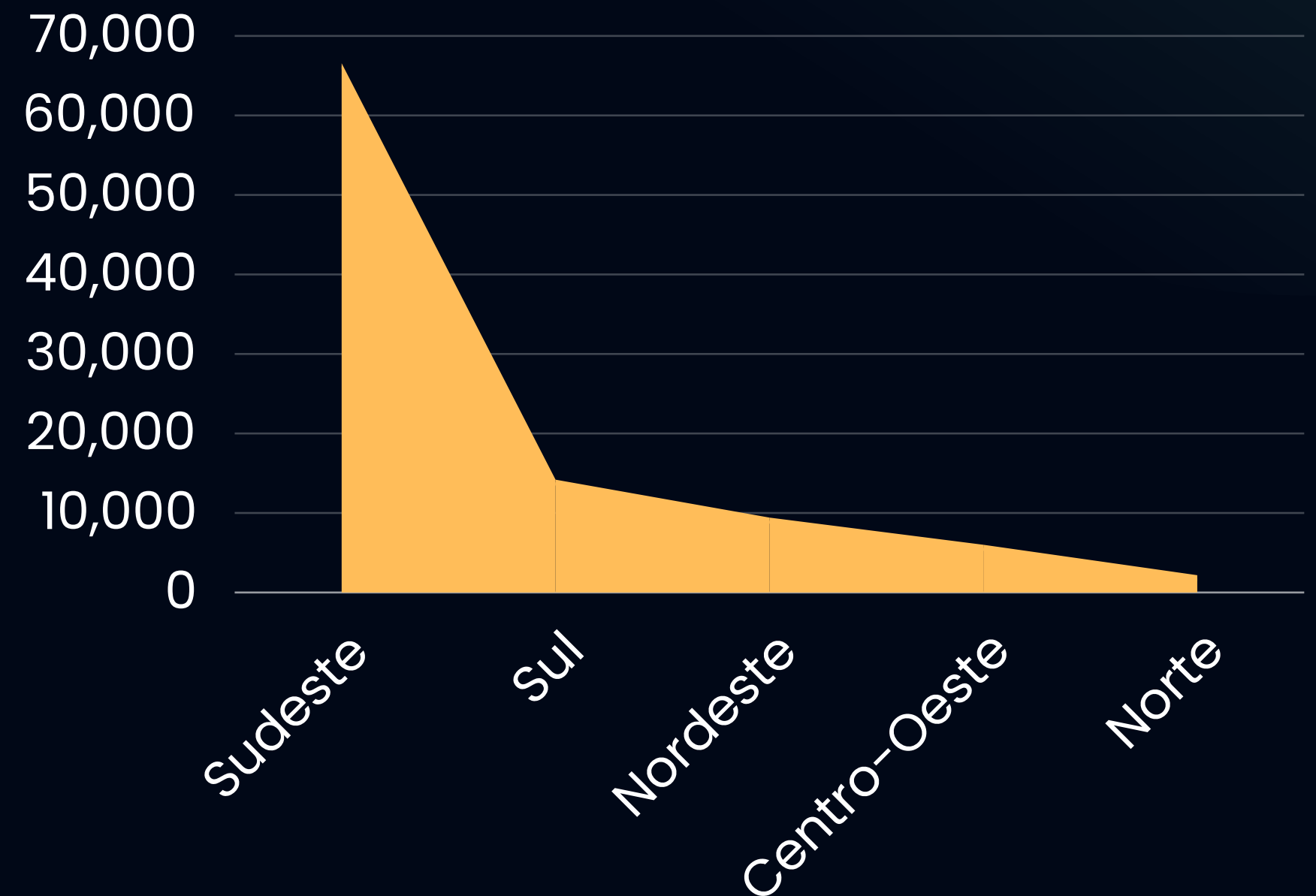
68,62

Demais

31,38

vendas Realizadas

96461



Horario

Analizando os dados percebemos a alta nas vendas entre as 12 e 18.

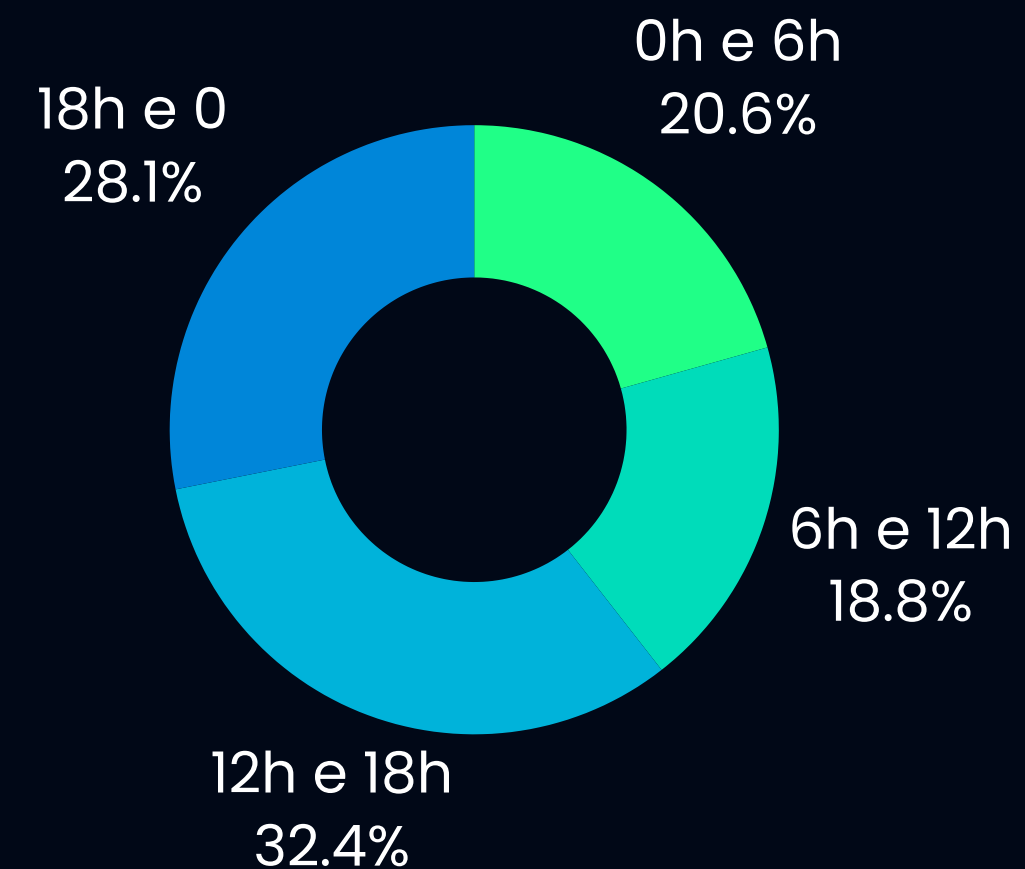
Este dado é importante para definir as campanhas que levam diretamente ao checkout.

Usando como base os horários em que os clientes estão mais dispostos a fechar uma venda.

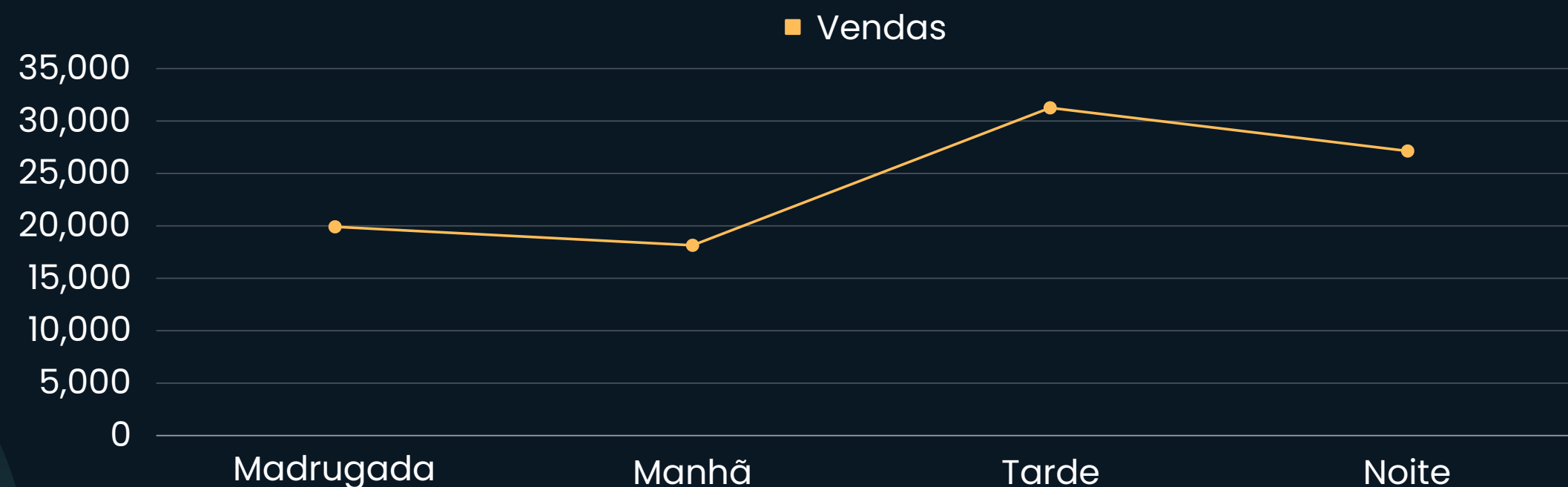


CERCA DE
31258

vendas foram realizadas na parte da tarde



Horarios de vendas



Média Frete

Um dos motivos mais certos para uma compra não ser finalizada é o valor do frete.

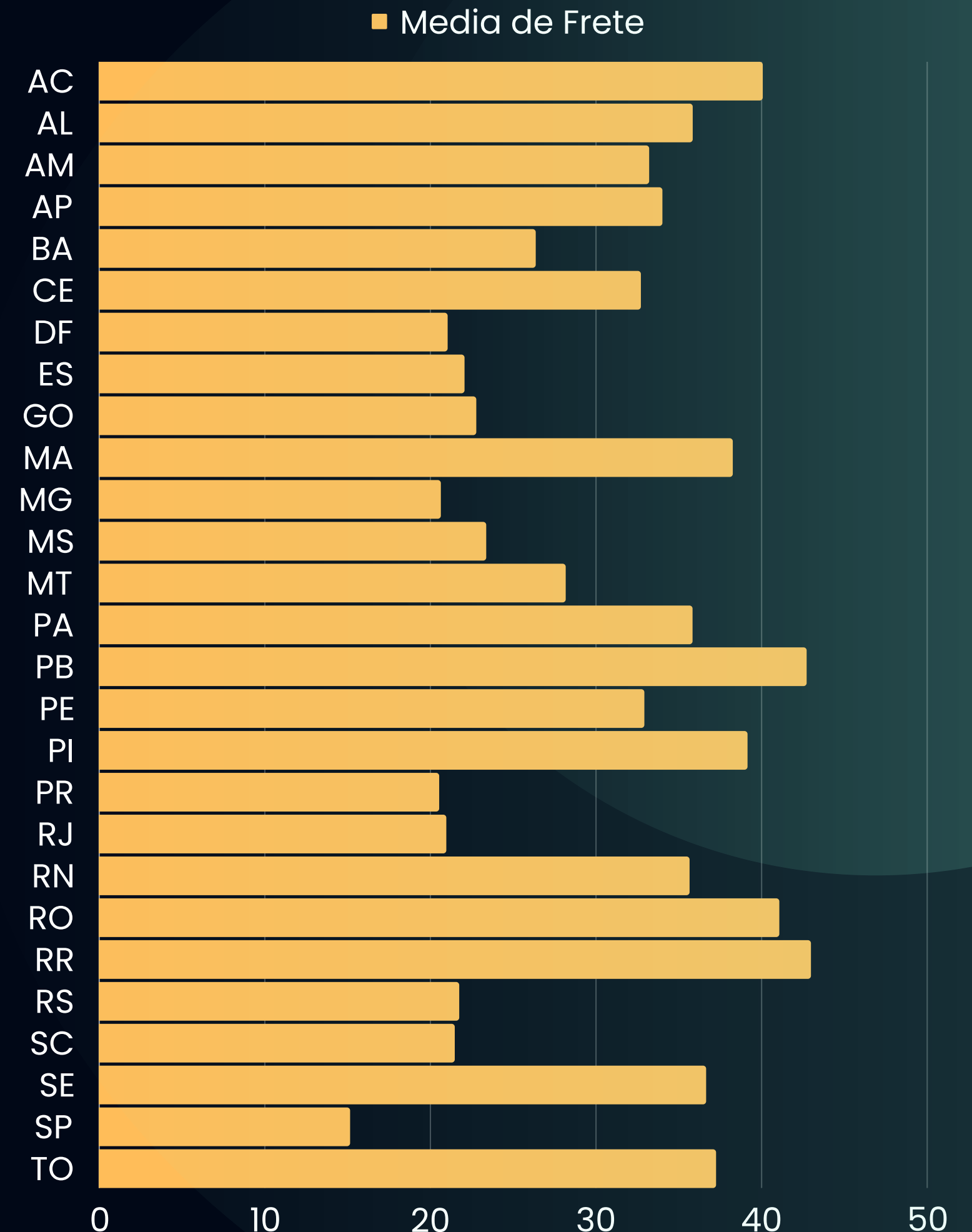
O E-commerce conecta o Brasil todo mas nada adianta se não tiver uma Logística bem estabelecida para diminuir nos custos de entrega desse produto.

MAIS CARO RR

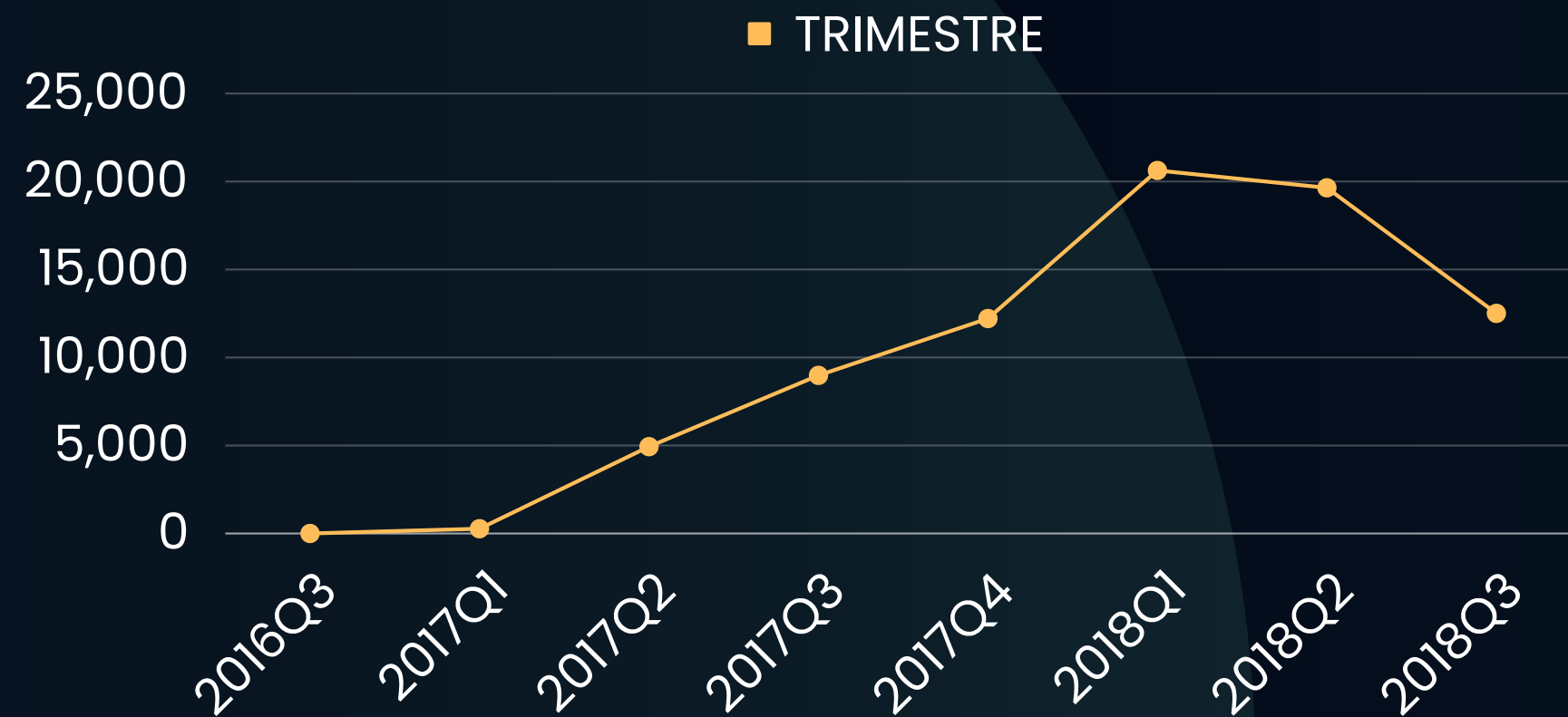
R\$ 41,98

MAIS BARATO SP

R\$ 15,15

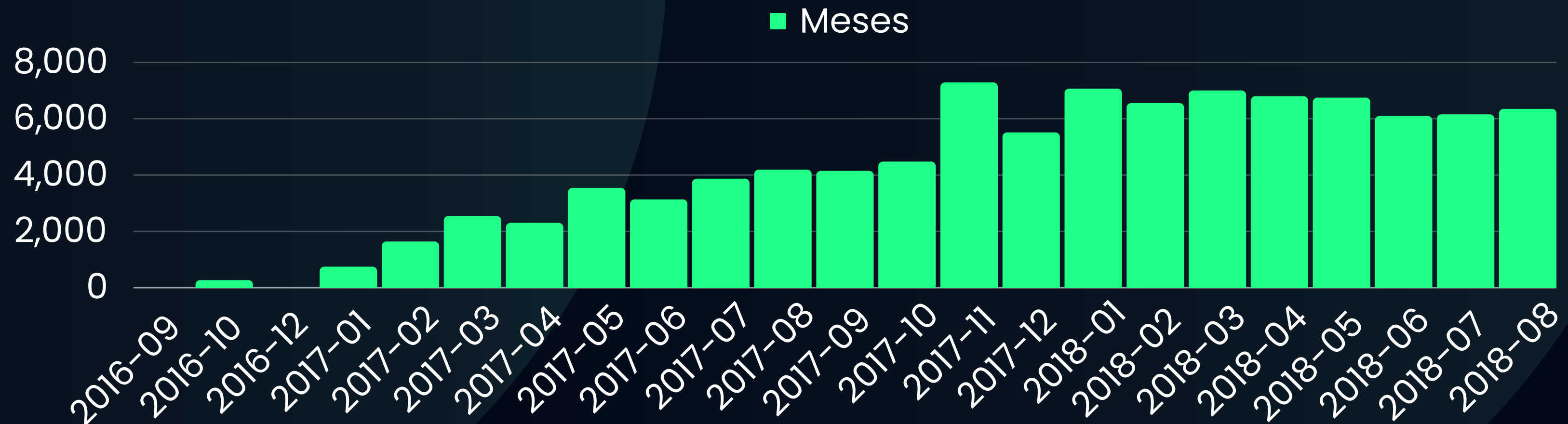


SAZONALIDADE



A sazonalidade diz respeito ao período de vendas.

Dividindo em mensal e trimestral conseguimos identificar dados valiosos



Insight's.

Outros insights que podemos tirar analisando a base que podem ser valiosos para futuros estudos

MAIS REGISTROS DE VENDAS
ENTRE AS 15HRS E
16HRS

Parcelamentos

4x

Média dos meios de
pagamentos

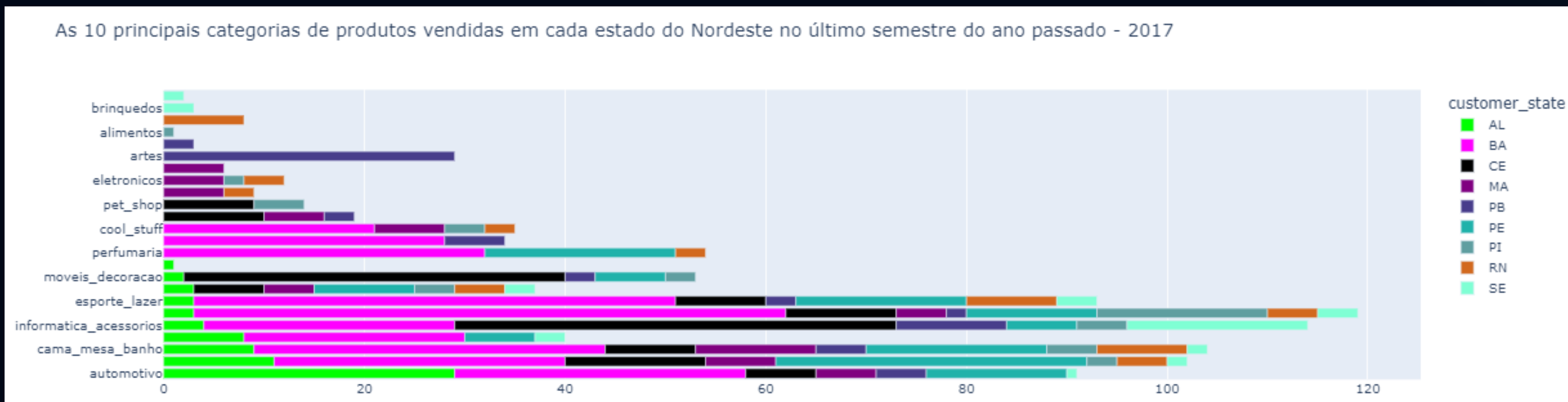
R\$129,25

Produtos por venda

1,14

Insight's.

É A QUE TEM MAIS REGISTROS



Das vendas proximas a data de natal a categoria de Eletronicos é a com maior relevancia.

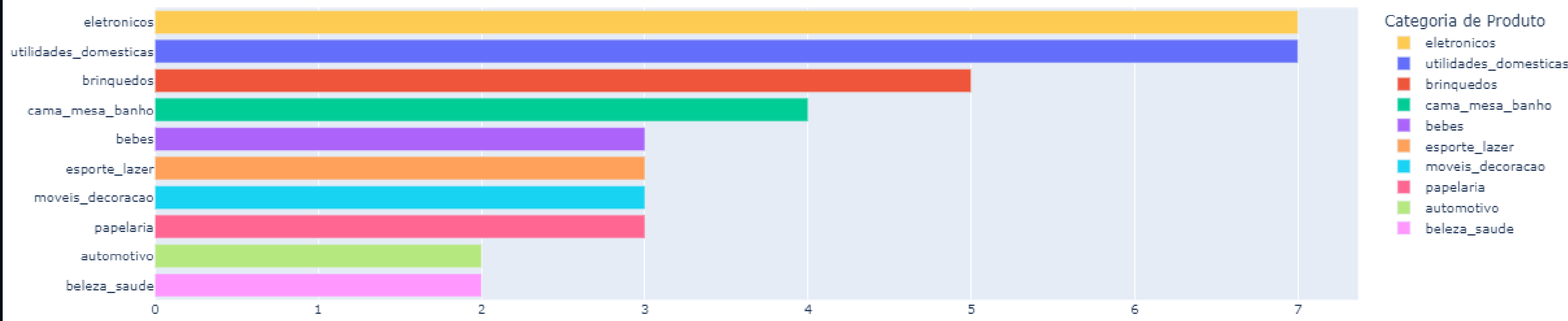
Levamos em conta somente o ano de 2017 apenas como exemplificação.

Insight's.

REGISTROS DE VENDAS DA REGIÃO NORDESTE

NATAL

As 10 principais categorias de produtos vendidas na região do Nordeste nos dias 20, 21, 22, 23, 24 e 25 de dezembro de 2017



CONCLUSÃO

Nossas análises resultaram em um volume de dados consistente que juntos retratam diversos aspectos e características de nossas operações. Identificamos os meios de pagamento mais utilizados, horários e períodos do ano em que as vendas prospectam de forma crescente e decrescente, sendo assim, poderemos tomar ações para diminuir a lacuna entre o pico de vendas e o vale tornando nossos resultados mais lineares. Com uma operação linear positiva é possível distribuir as vendas ao longo do ano resultando em um volume de caixa positivo o ano todo e um controle financeiro saudável com margem financeira para investimentos potencializando as categorias de maior rentabilização, prospectando novos fornecedores e negociação para ganho de margem.

Olhando do lado cliente nossos insights proporcionam uma melhor experiência de compra e soluções logísticas que possam diminuir tanto o tempo de entrega quanto o valor do frete em regiões extremas do território nacional. Trazendo maior competitividade frente à nossos concorrentes e melhor experiência de compra ao consumidor fortificando a marca e nos consolidando em um mercado tão competitivo quanto o virtual.



LINK GITHUB