

Produtos mais vendidos:

- **Moletom** é o produto mais vendido, com **1007 unidades**. Ele lidera as vendas de forma significativa em comparação com outros itens.
- **Casacos** e **Vestidos** estão em segundo e terceiro lugares, com **959** e **933 unidades**, respectivamente.
- A diferença de vendas entre o produto mais vendido (Moletom) e o décimo (Blusa, com **790 vendas**) é considerável, o que sugere que as vendas estão concentradas em alguns produtos de destaque.

A loja pode estar aproveitando a popularidade de produtos como Moletom e Casaco, talvez por questões sazonais (inverno, por exemplo). A loja pode considerar reforçar as **campanhas de marketing** para esses itens ou oferecer promoções para alavancar as vendas dos produtos menos populares, como **Blusa** e **Bermuda**.

Desempenho por categoria:

- **Roupas** geram a maior parte da receita, com **R\$ 815.794,40**, enquanto **calçados** somam apenas **R\$ 85.940,29**.
- As roupas representam cerca de **90,5% da receita total**, enquanto os calçados contribuem apenas com cerca de **9,5%**.

O foco das vendas está claramente nas roupas. Há uma oportunidade de crescimento na categoria de calçados. A loja pode explorar estratégias para aumentar as vendas de calçados, como promoções específicas, campanhas de marketing ou ampliar o portfólio de calçados.

Receita total por estado:

- **Paraná (PR)** lidera em vendas com **R\$ 96.061,30**, seguido de perto por **Rio Grande do Sul (RS)** e **Ceará (CE)**, com **R\$ 95.141,48** e **R\$ 94.996,32**, respectivamente.
- Os três estados com as menores receitas são **Minas Gerais (MG)** com **R\$ 80.257,84**, seguido de **Pernambuco (PE)** com **R\$ 77.563,49**, e **São Paulo (SP)**, que gera **R\$ 86.927,45**, apesar de ser um mercado com alto potencial.

As regiões sul e nordeste do Brasil parecem ter um bom desempenho em vendas. Há espaço para otimização em estados como Minas Gerais e Pernambuco. Além disso, São Paulo, que é normalmente um mercado muito forte, está performando abaixo de estados menores, sugerindo que uma estratégia de marketing mais robusta ou focada poderia impulsionar as vendas lá.

Desempenho por cidade:

- **Curitiba (PR)** é a cidade que gera a maior receita, com **R\$ 96.061,30**, seguida de **Fortaleza (CE)** e **Porto Alegre (RS)**, que registram **R\$ 94.996,32** e **R\$ 94.786,96**, respectivamente.
- As cidades com o desempenho mais fraco são **Belo Horizonte (MG)** e **Recife (PE)**, com receitas de **R\$ 79.642,60** e **R\$ 77.563,49**.

As cidades que geram maior receita são capitais de estados do Sul e Nordeste. Isso sugere que as campanhas estão funcionando bem nessas regiões. A loja pode investigar as razões por trás do menor desempenho em cidades como Belo Horizonte e Recife para entender se há barreiras logísticas, menor visibilidade da marca ou outros fatores que impactam as vendas.

Produtos x Estados/Cidades:

- O **moletom**, que é o produto mais vendido, tem alta penetração nas cidades de Curitiba, Porto Alegre e outras cidades do sul. Isso pode estar relacionado ao clima dessas regiões, onde a demanda por roupas de frio é maior.
- As vendas de calçados são bem menores, mas podem ser impulsionadas com **campanhas específicas**, especialmente nas cidades de grande volume de vendas, como Curitiba, **Fortaleza** e **Porto Alegre**.

Com base nos produtos mais vendidos e na localização das vendas, a loja pode ajustar seu estoque e campanhas conforme a sazonalidade e características regionais. Por exemplo, focar a promoção de moletoms no Sul durante o inverno e calçados no Nordeste, onde há demanda potencial.

A loja pode expandir seu alcance para outros estados e cidades ou desenvolver estratégias para aumentar a penetração em mercados de menor desempenho, como Minas Gerais e Pernambuco, que têm populações significativas e ainda mostram oportunidades para crescimento.

Sugestões estratégicas:

- **Otimização de marketing regional:** Focar em campanhas regionais nas cidades e estados de menor desempenho.
- **Promoções direcionadas:** Oferecer promoções exclusivas para calçados ou produtos com menor giro de estoque, como blusas e bermudas.
- **Expansão do portfólio:** Como roupas são o carro-chefe da loja, explorar novas categorias dentro desse segmento (como roupas infantis ou acessórios) pode aumentar ainda mais a receita.
- **Parcerias Locais:** Considere parcerias com influenciadores ou lojas locais para promover os produtos, criando uma conexão mais autêntica com os consumidores.

Recomendações para essa loja com base na análise.

Foco em Produtos Populares:

- **Aprimorar a oferta de moletons e casacos:** Já que esses itens estão entre os mais vendidos, considere aumentar o estoque e diversificar as opções de cores e estilos. Desenvolver **campanhas de marketing** específicas para promover esses produtos durante a temporada de frio pode aumentar ainda mais as vendas.
- **Promover produtos menos vendidos:** Oferecer descontos ou promoções para produtos como blusas e bermudas pode ajudar a aumentar seu giro. Considerar também bundles (combos) com produtos populares pode incentivar a venda.

Segmentação Regional:

- **Campanhas de marketing direcionadas:** Desenvolver estratégias de marketing regional para os estados e cidades que estão apresentando menores receitas, como Minas Gerais e Pernambuco. Por exemplo, utilizar influenciadores locais para aumentar a visibilidade da marca.
- **Promoções sazonais:** Aproveitar as sazonalidades e festividades locais para promover vendas, especialmente em estados com climas mais amenos ou quentes.

Expansão na Categoria de Calçados:

- **Desenvolver a linha de calçados:** Considerando que a receita de calçados é significativamente menor, é uma boa ideia ampliar o portfólio nesta categoria, talvez com a inclusão de novos estilos ou marcas.
- **Campanhas de cross-selling:** Associar calçados a produtos populares, como roupas, pode incentivar as vendas. Por exemplo, ofertas de desconto na compra de um par de calçados junto com um moletom.

Análise de Dados de Vendas:

- **Monitoramento contínuo:** Implementar um sistema para monitorar as vendas por produto, região e canal de marketing, permitindo ajustes rápidos nas estratégias conforme necessário.
- **Feedback do cliente:** Coletar opiniões dos clientes sobre produtos que não estão vendendo bem para entender as razões e melhorar a oferta.

Melhoria na Experiência do Usuário:

- **Otimização do site:** Garantir que o site ou aplicativo seja fácil de navegar e intuitivo, com categorias de produtos bem definidas e filtros que ajudem os clientes a encontrarem rapidamente o que buscam.
- **Facilidade de pagamento e entrega:** Oferecer múltiplas opções de pagamento e melhorar a logística de entrega para aumentar a satisfação do cliente.

Levantamento de Novos Mercados:

- **Análise de novos mercados:** Avaliar a possibilidade de expandir as operações para outras regiões do Brasil que possam ter uma demanda não atendida, principalmente onde a marca já possui alguma visibilidade.
- **Testar novos canais de vendas:** Explorar parcerias com marketplaces, que podem ajudar a alcançar um público mais amplo.

Fidelização de Clientes:

- **Programas de fidelidade:** Implementar um programa de fidelidade que recompense os clientes que fazem compras repetidas. Isso pode aumentar a retenção de clientes e o ticket médio.
- **Comunicação regular:** Utilizar e-mails marketing e redes sociais para manter os clientes informados sobre novas coleções, promoções e conteúdo relevante para aumentar o engajamento.

Acompanhamento de Tendências de Moda:

- **Atualização constante do portfólio:** Estar sempre atento às tendências do mercado de moda e adaptar a oferta de produtos de acordo com as preferências dos clientes.