

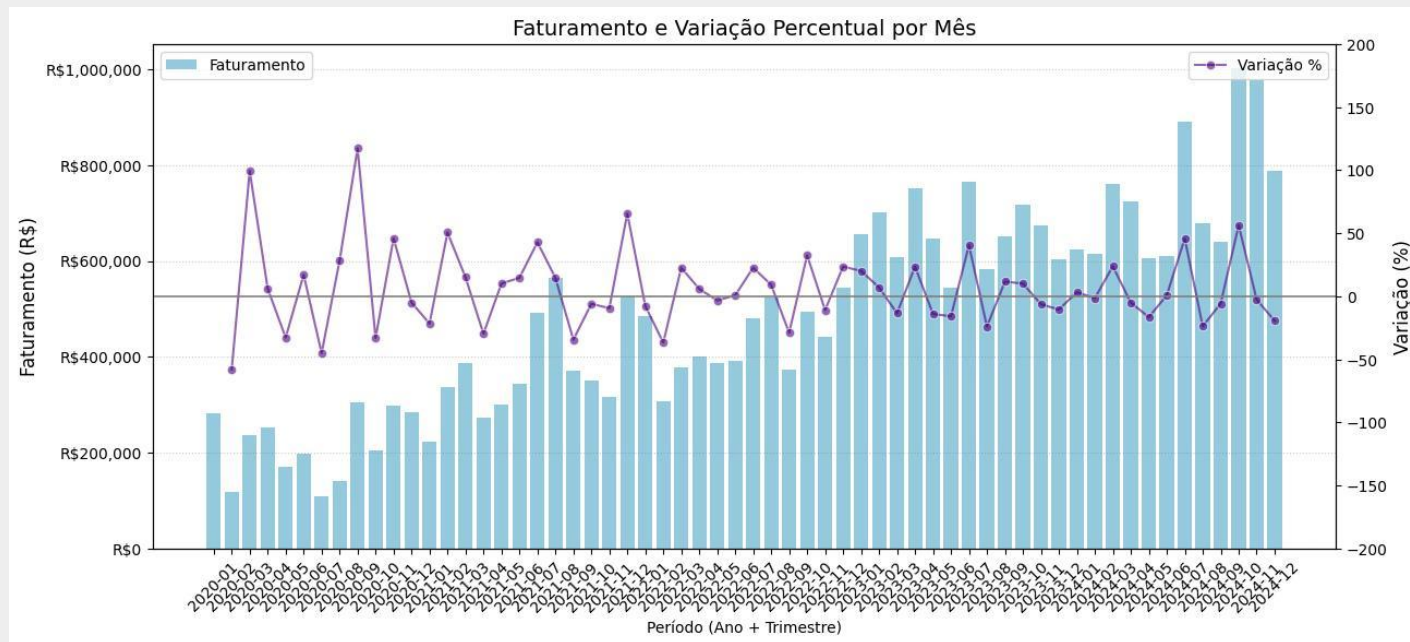
Análise de Vendas

Período de 2020-2024

KPIs

| | |
|---|------------------|
| Faturamento total | R\$29,128,409.00 |
| Ticket médio por cliente | R\$4,873.22 |
| Ticket médio por produto | R\$7,321.38 |
| Ticket médio por forma de pagamento | R\$4,859.10 |
| Percentual de pedidos cancelados ou atrasados | 15.27% |

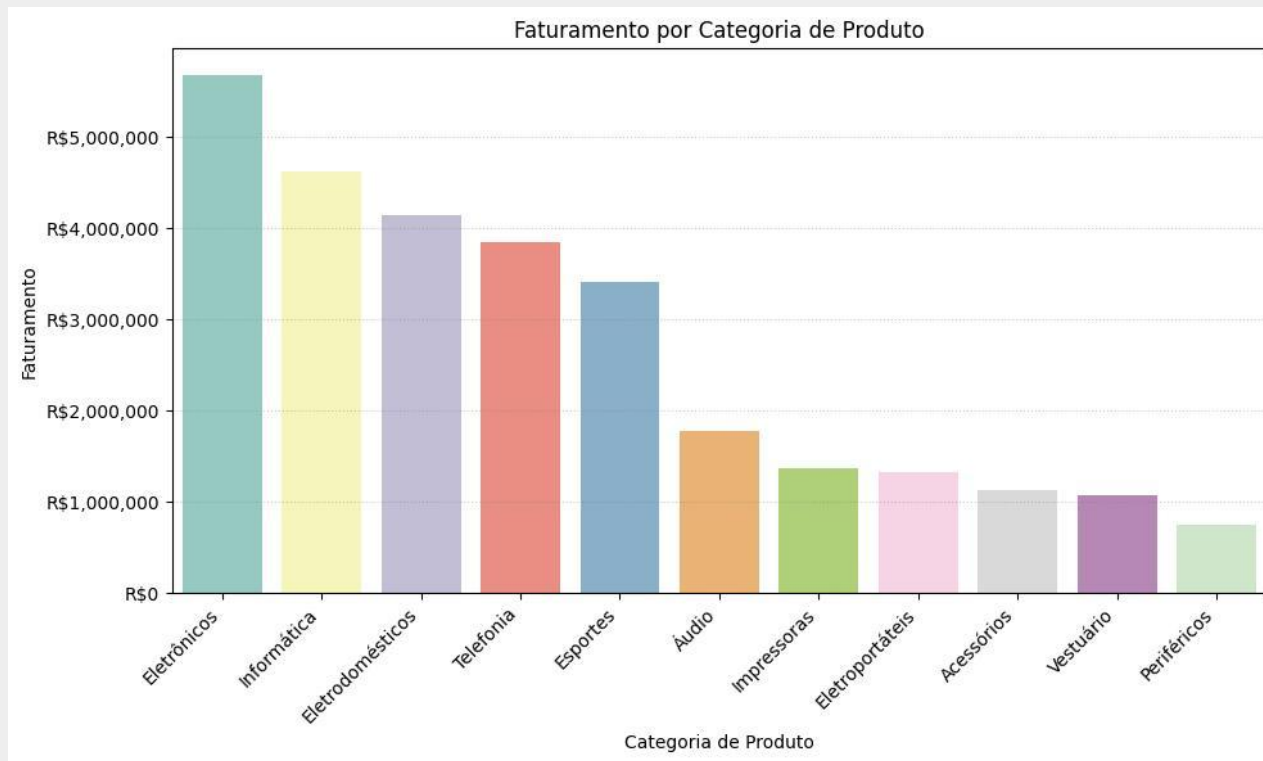
Análises



- Um aumento no faturamento bruto pode ser observado ao longo dos últimos 5 anos
- A variação se tornou mais constante nos anos mais recentes

Isso se deve ao fato das últimas expansões de mercado da empresa e consolidação da área de marketing. A maior constância de crescimento indica uma maior maturidade das lojas

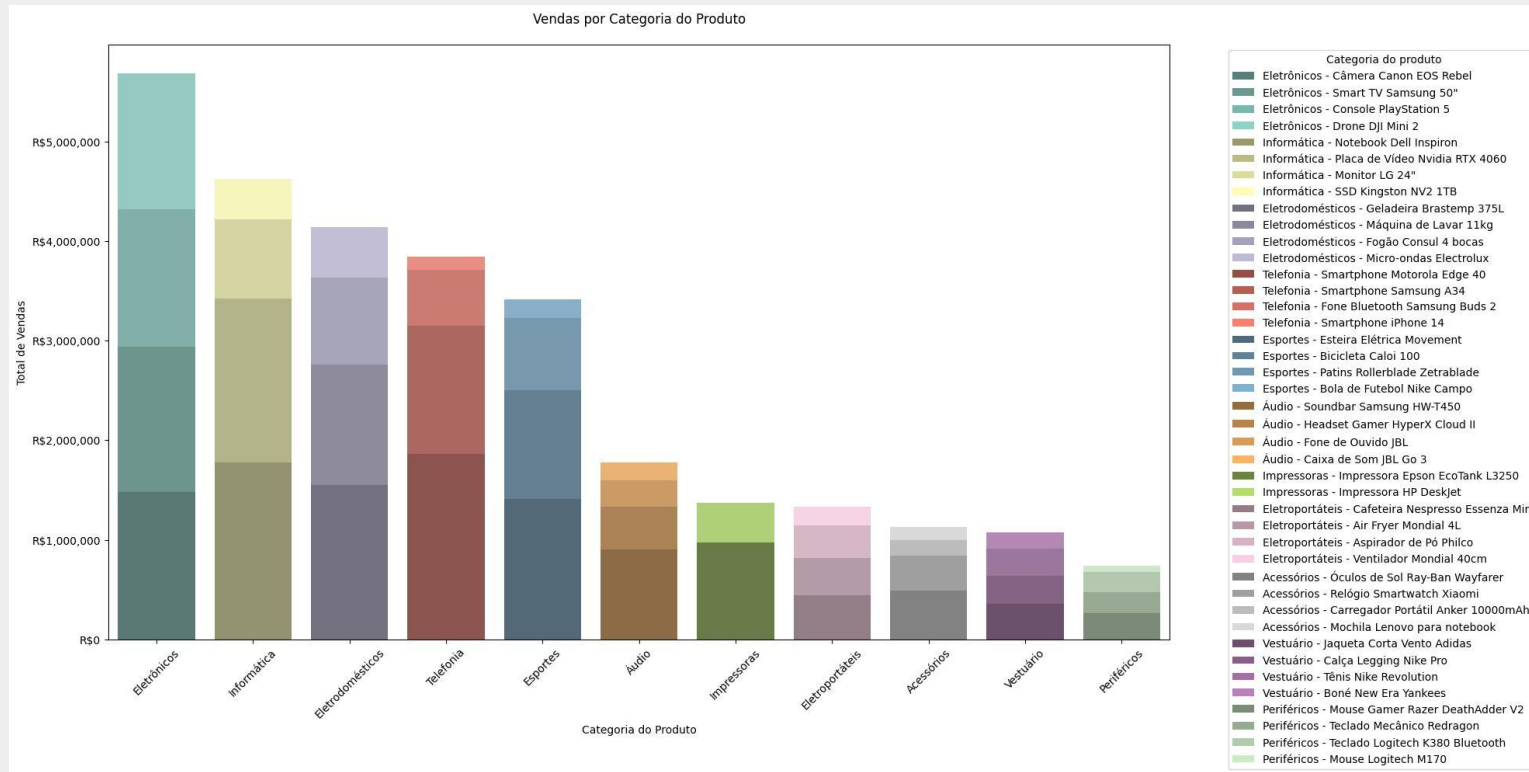
Análises



Produtos de categorias de maior valor agregado são responsáveis pelos maiores faturamentos brutos

Uma hipótese para isso são nossas campanhas de marketing que foram mais voltadas para esse segmento de produto

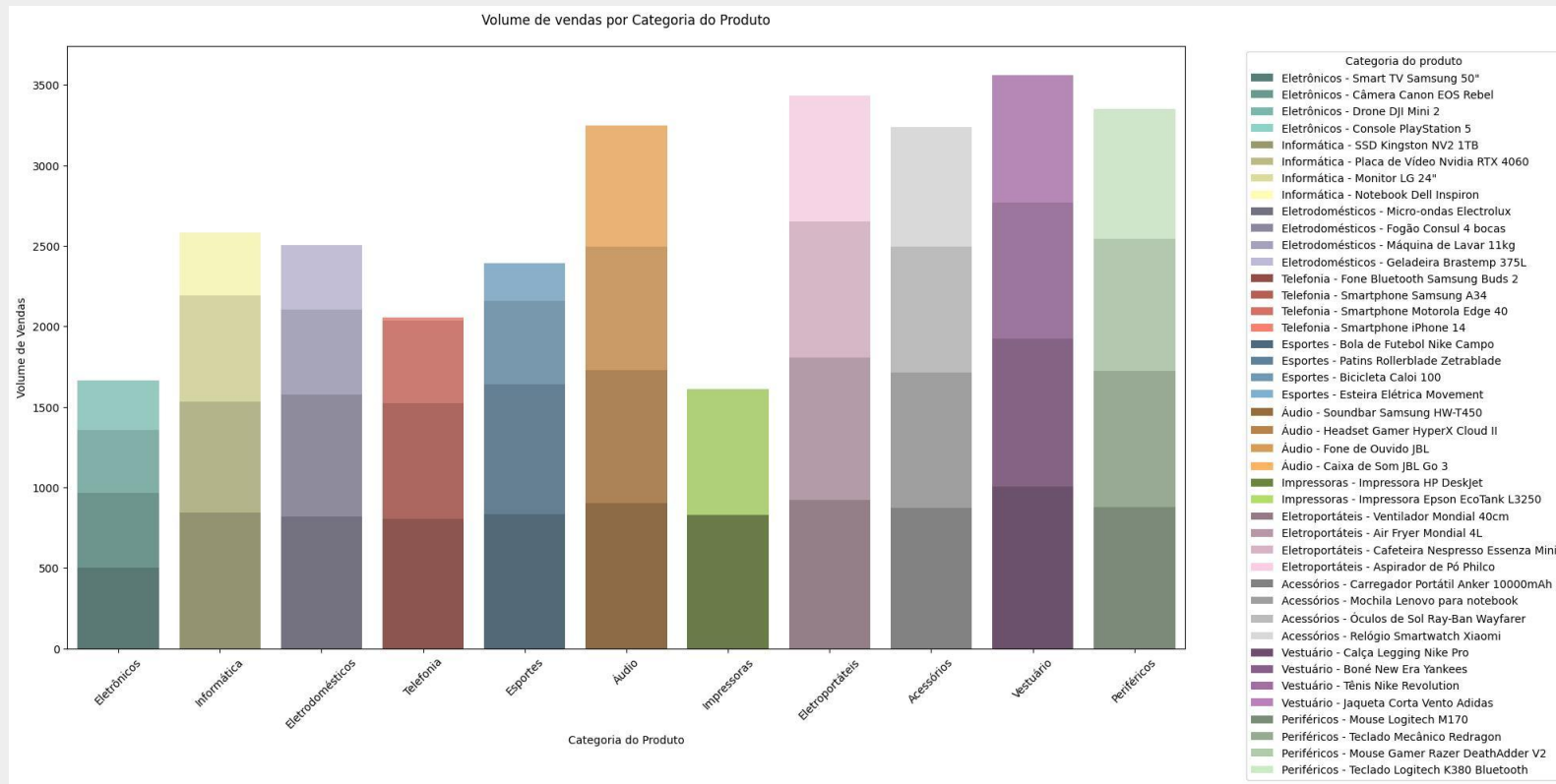
Análises



Podemos observar que quanto maior o valor unitário do produto, maior é o seu total de vendas

Confirmando nossa hipótese anterior

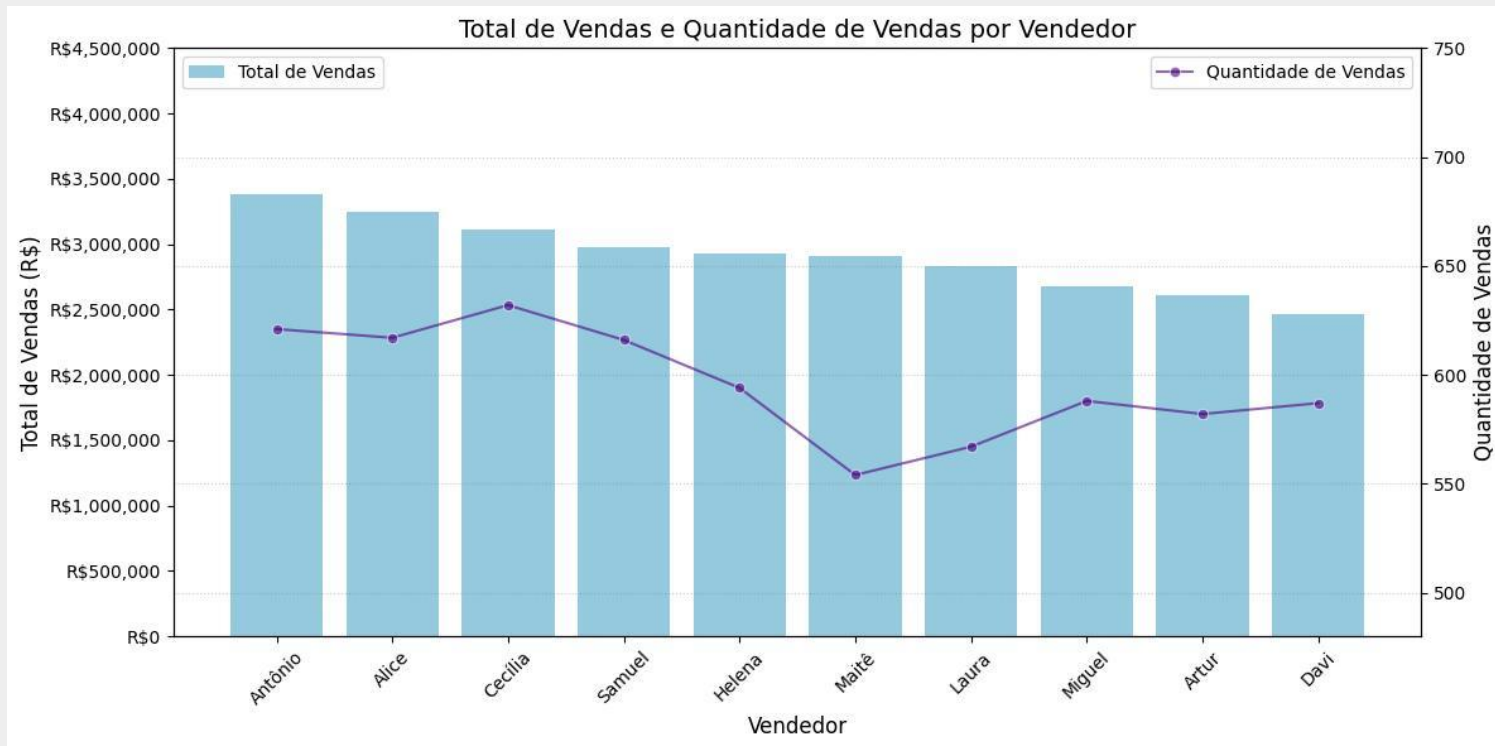
Análises



Mesmo produtos com menor valor de venda sendo mais vendidos, representam um menor faturamento

Uma possível ação seria focar em aumentar ainda mais o volume de vendas dessas categorias

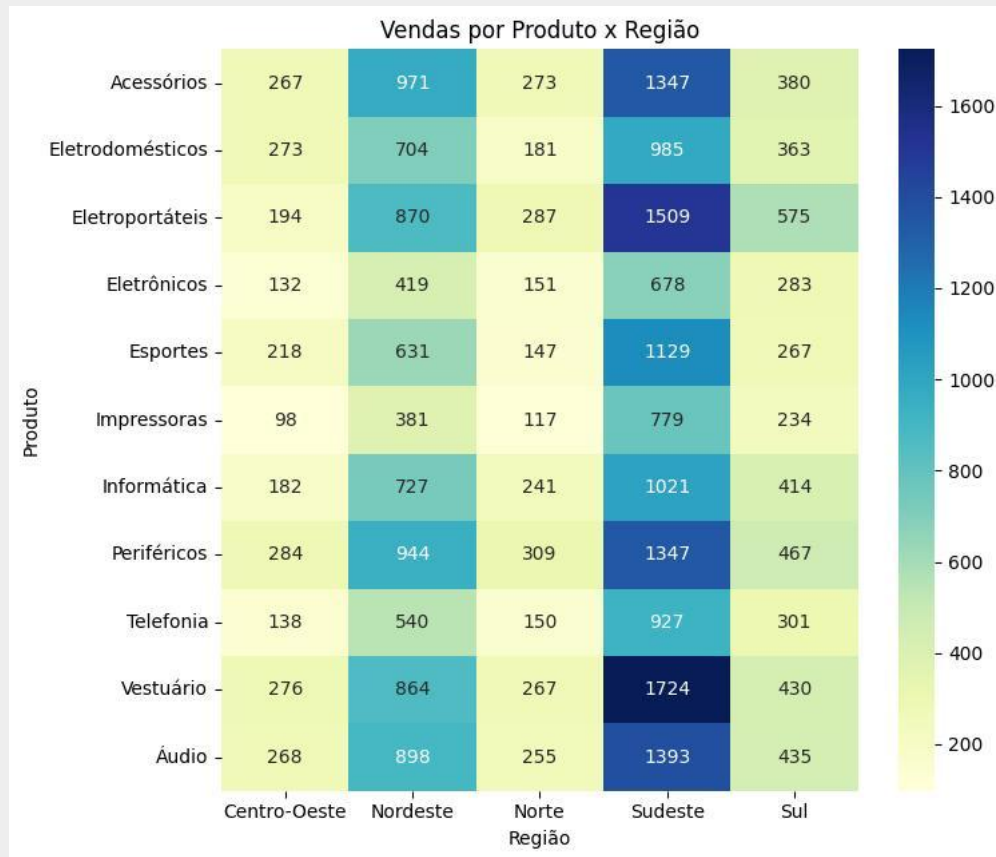
Análises



Não é possível observar uma variação significativa no total de vendas de cada vendedor
Houve uma pequena variação na quantidade de vendas mas isso não impactou o total

Isso demonstra que os treinamentos e capacitação dos vendedores foi uma ação bem sucedida

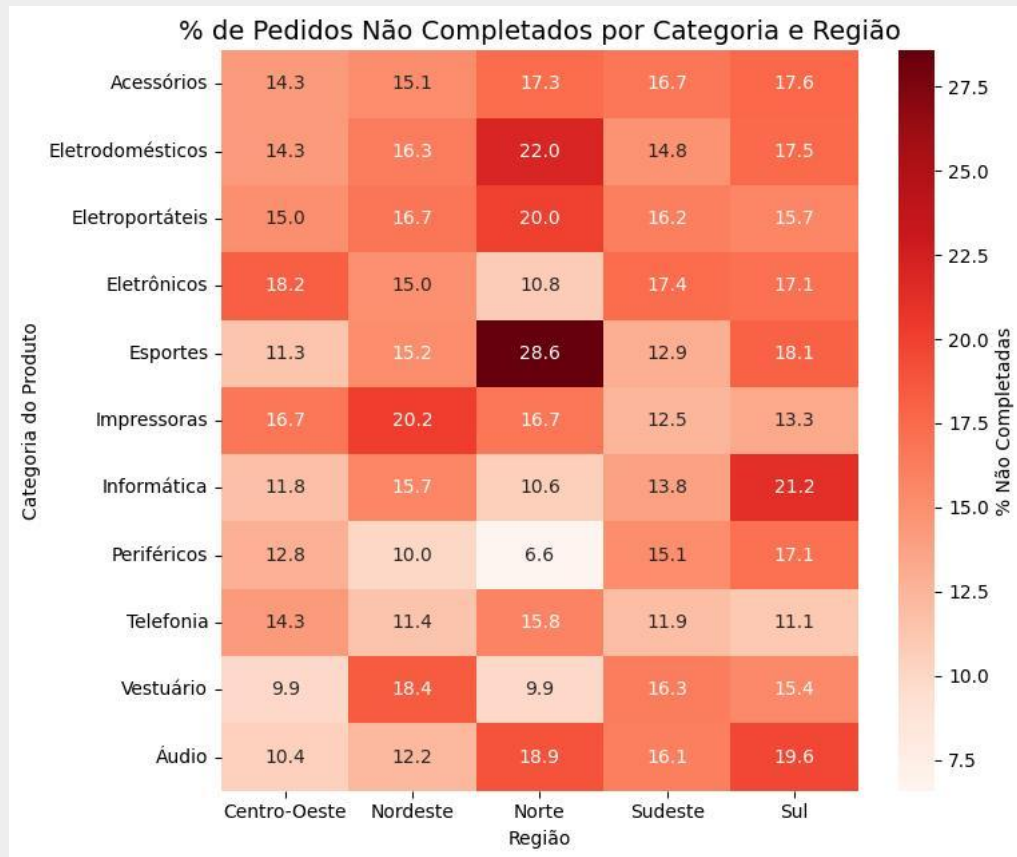
Análises



A quantidade de vendas aparece proporcional a população de cada região, o que parece coerente

Esses são valores esperados já que temos unidades em todas as regiões do país e reflete o sucesso da expansão para novas regiões

Análises

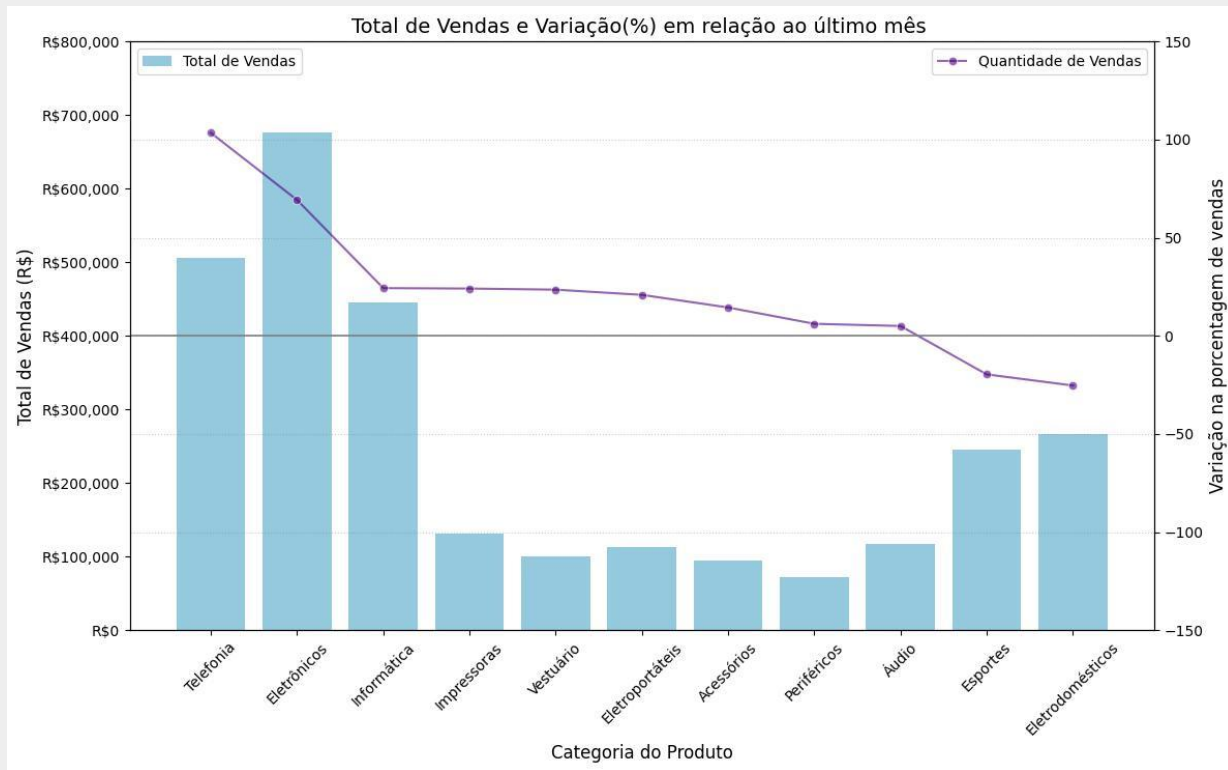


A maior porcentagem de pedidos cancelados é de Esportes e Eletrodomésticos na Região Norte

A menor porcentagem de pedidos cancelados é de Periféricos também na Região Norte

Esses dados demandam uma análise mais detalhada dessa região para identificar possíveis causas dessa variação e apontar soluções

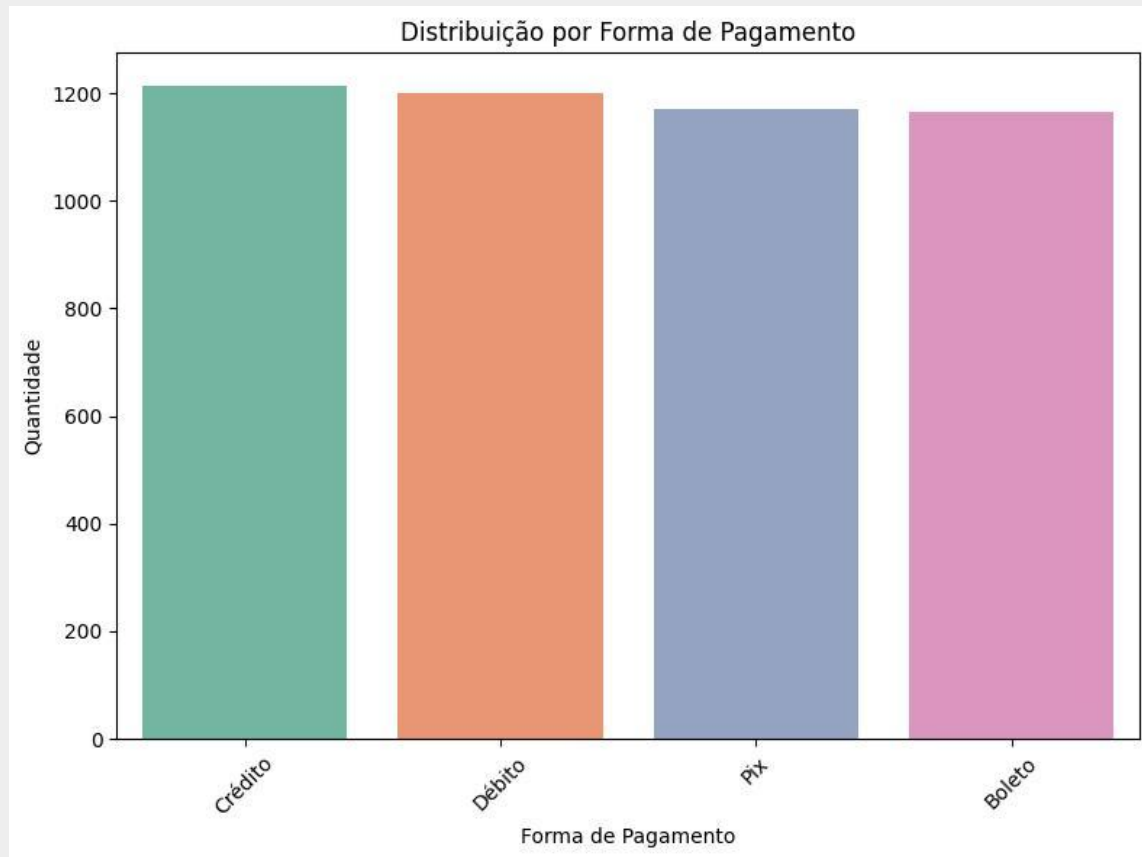
Análises



No último mês houve um aumento nas vendas de todas as categorias exceto Esportes e Eletrodomésticos

Uma hipótese para um não aumento nestas categorias pode ser o término de várias competições esportivas no mês passado e o final das promoções de eletrodomésticos que aconteceram mês passado que fizeram a procura por essas categorias diminuir

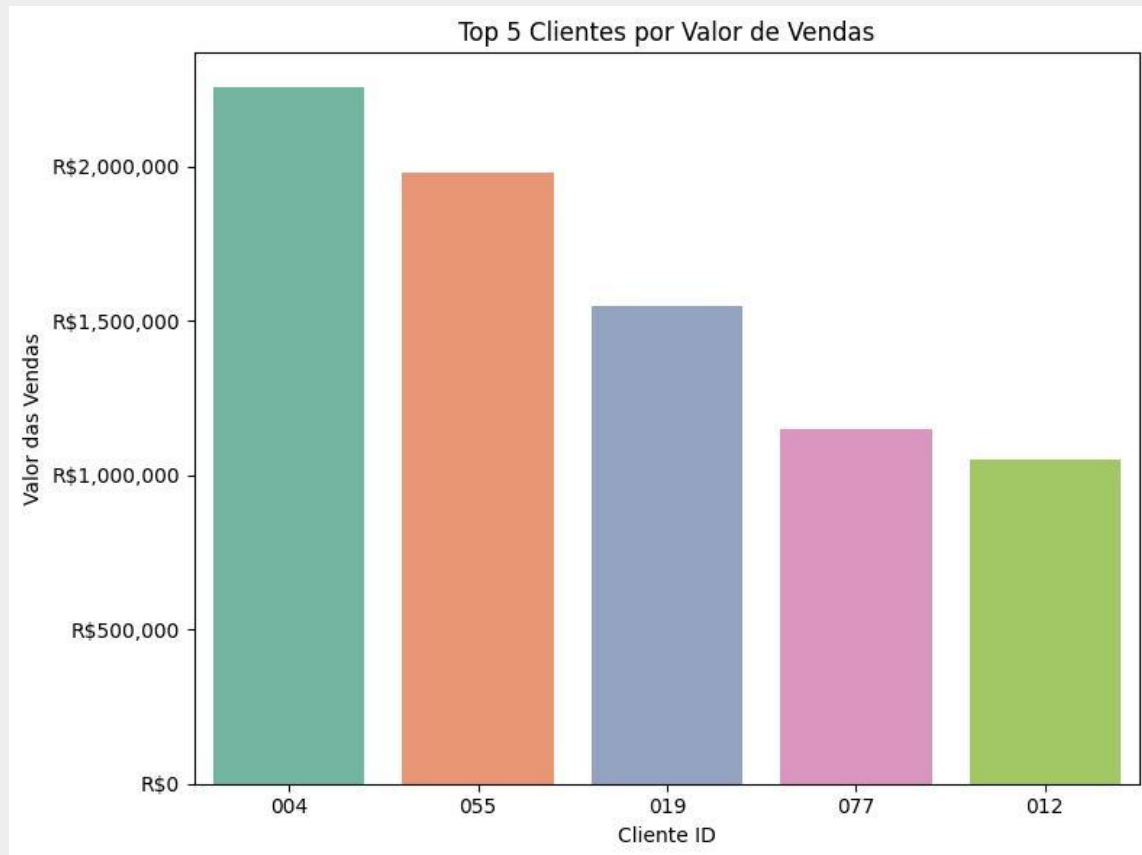
Análises



As formas de pagamentos estão igualmente distribuídas

Uma ação de incentivo para formas de pagamentos que sejam mais vantajosas para nós pode ser feita, como descontos para Débito e Pix

Análises



Os cinco clientes que mais compraram em nossas lojas fizeram mais de 1 milhão em compras, uma ação possível é uma análise mais detalhada destes clientes pelo time de fraudes

Conclusões

A análise revelou oportunidades importantes para impulsionar o desempenho da empresa. O crescimento constante do faturamento nos últimos anos demonstra a maturidade das operações, impulsionada principalmente por produtos de maior valor agregado. Isso é um reflexo direto das campanhas de marketing bem direcionadas. Além disso, a estabilidade no desempenho dos vendedores destaca a efetividade dos treinamentos realizados, e sua continuidade deve ser priorizada.

Por outro lado, temos alguns alertas. A taxa de cancelamento de pedidos é mais elevada nas categorias de **Esportes** e **Eletrrodomésticos** na **Região Norte**, sugerindo possíveis falhas logísticas ou desalinhamento com a demanda local. Também foi identificada uma diminuição nas vendas dessas mesmas categorias no último mês, possivelmente relacionada ao fim de promoções e sazonalidades específicas.

Como ação imediata, recomenda-se ao time comercial e à diretoria uma investigação aprofundada na **Região Norte**, focando especialmente nas causas de cancelamentos e baixo desempenho em categorias-chave. Paralelamente, pode-se promover campanhas específicas para alavancar vendas de produtos com menor valor unitário mas alto potencial de volume, e estimular o uso de formas de pagamento mais vantajosas como Débito ou Pix.