

Relatório de Análise de Vendas de Supermercado

(AVS)

Introdução

Este relatório apresenta uma análise detalhada das vendas de uma rede de supermercados com base em um conjunto de dados obtido no Kaggle, criado por Fares Ashraf. O conjunto de dados abrange registros históricos de vendas de três filiais em Yangon, Naypyitaw e Mandalay, no período de janeiro a março de 2019. O dashboard e as análises foram desenvolvidos pela equipe **Resolvendo Problemas**, com o objetivo de identificar padrões de vendas, comportamento dos clientes e insights estratégicos para tomadas de decisão.

Objetivo

Utilizar técnicas de análise de dados para identificar padrões de vendas, comportamento de clientes e fatores que influenciam o faturamento e a satisfação do cliente. Além disso, explorar as diferenças entre as três filiais para propor estratégias personalizadas.

Metodologia

1. **Fonte dos Dados:** Kaggle (Supermarket Sales Dataset, criado por Fares Ashraf).
2. **Ferramenta Utilizada:** Microsoft Power BI.
3. **Abordagem:**
 - Construção de um dashboard interativo para visualização e exploração dos dados.
 - Filtragem e análise por filial (A, B e C).
 - Respostas a quatro perguntas-chave para identificar tendências e insights específicos.

Perguntas e Respostas

1. Qual filial teve o maior faturamento?

- **Filial A:** R\$ 281.479.065
- **Filial B:** R\$ 291.910.206
- **Filial C:** R\$ 303.677.094

- **Total:** R\$ 877.066.365

Conclusão: A Filial C liderou em faturamento, enquanto a Filial A apresentou o menor desempenho.

2. Quais categorias de produtos geraram mais receita em cada filial?

- **Filial A:** Home and Lifestyle foi a mais lucrativa, gerando R\$ 60.156.054.
- **Filial B:** Health and Beauty liderou, com faturamento de R\$ 66.814.104.
- **Filial C:** Electronic Accessories se destacou, com receita de R\$ 61.465.530.

Conclusão: Cada filial possui uma dinâmica de vendas distinta, refletindo preferências de compra específicas dos clientes.

3. Qual a representatividade dos clientes membros em cada filial?

- **Filial A:** Apenas 43,04% dos clientes possuem cartão de membro.
- **Filial B:** 55,66% dos clientes são membros.
- **Filial C:** A maior adesão foi observada com 60,16% dos clientes cadastrados.

Conclusão: A Filial C possui maior engajamento de clientes membros, enquanto a Filial A apresenta a menor proporção.

4. Qual dia da semana apresentou maior movimentação em vendas?

- **Filial A:** Quarta-feira liderou em faturamento.
- **Filial B:** Quarta-feira e sexta-feira foram os dias mais movimentados.
- **Filial C:** Terça-feira foi o destaque.

Conclusão: Os padrões de movimentação variam entre as filiais, sugerindo estratégias específicas para maximizar vendas em dias de pico.

Principais Conclusões

1. A Filial C teve o maior faturamento total, indicando maior potencial de vendas.
2. Cada filial possui categorias de produtos mais vendidas distintas, refletindo preferências locais.
3. A proporção de clientes membros varia significativamente entre as filiais, com destaque para a Filial C.
4. Dias da semana com maior movimentação diferem por filial, o que pode orientar ações promocionais específicas.

Considerações Finais

O dashboard desenvolvido pela equipe **Resolvendo Problemas** fornece uma visão abrangente e detalhada do desempenho de vendas da rede de supermercados. Os insights

extraídos podem ser utilizados para estratégias personalizadas, aumento do engajamento com clientes e otimização das operações de vendas.

Agradecemos a Fares Ashraf pelo fornecimento do conjunto de dados e à plataforma Kaggle pela disponibilização.

Equipe Resolvendo Problemas

E-mail: resolvendoproblemans@gmail.com