

# **Sumário**

[**Sumário 1**](#_gjdgxs)

[**Relatório de negócios 2**](#_3znysh7)

[**Objetivos 2**](#_2et92p0)

[**Análises 3**](#_3dy6vkm)

[I. Fornecedor NebulaNetworks 3](#_1t3h5sf)

[II. Comparando os principais fornecedores 4](#_4d34og8)

[III. Vendas gerais nos últimos 4 anos 5](#_2s8eyo1)

[IV. Buscando padrão de vendas nos meses 6](#_17dp8vu)

[**Métrica 7**](#_26in1rg)

[**Conclusão 8**](#_35nkun2)

# 

# 

# **Relatório de negócios**

Durante as últimas Black Fridays, diversas ações foram tomadas para aumentar as vendas, porém, não foi realizada uma análise detalhada dos resultados. Com o objetivo de dar suporte às decisões estratégicas do time de gestão de projetos, o time de análise de dados montou este relatório que traz os principais dados sobre este tema.

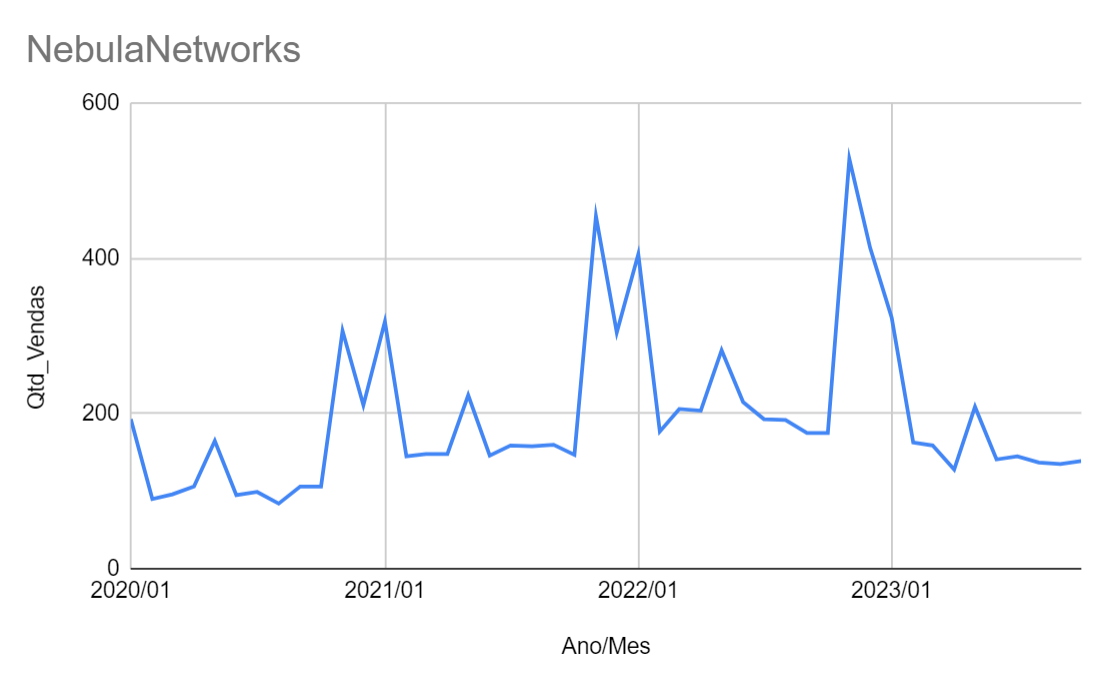
## **Objetivos**

1. Mostrar o papel de categorias, marcas e fornecedores nos números das últimas Black Fridays.
2. Apresentar métricas que demonstram o efeito nas vendas deste ano.

## **Análises**

### Fornecedor NebulaNetworks

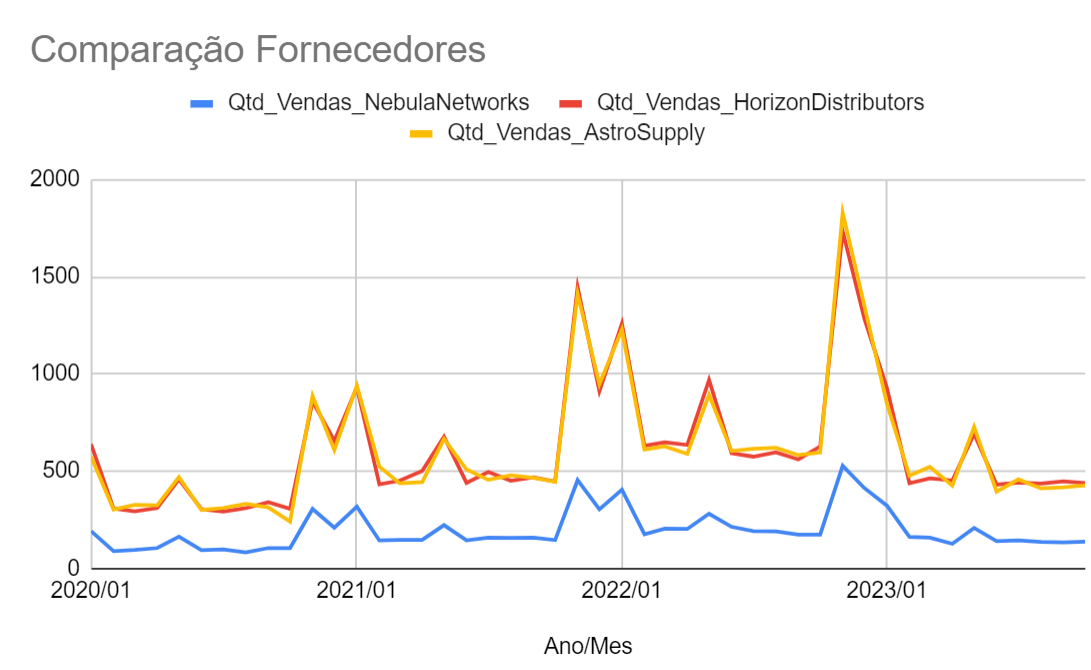
O fornecedor NebulaNetworks teve a pior performance do ano passado com apenas **529 vendas na Black Friday**. Analisando a performance de vendas dos produtos deste fornecedor nos últimos quatro anos, observa-se uma queda contínua.



Fonte: Vinicios Alves Ferreira

### Comparando os principais fornecedores

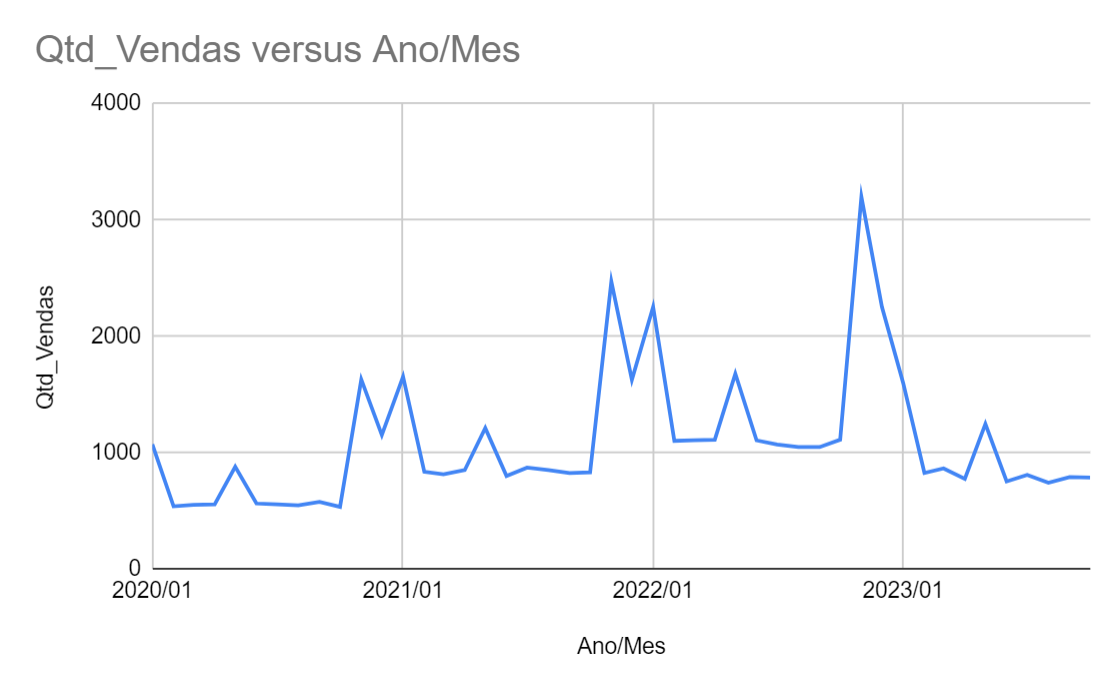
Analisando os principais fornecedores, percebemos um comportamento de vendas muito similar ao longo dos anos, indicando que o preço de venda de nenhum fornecedor específico estava alterando significativamente o comportamento das vendas.



Fonte: Vinicios Alves Ferreira

### Vendas gerais nos últimos 4 anos

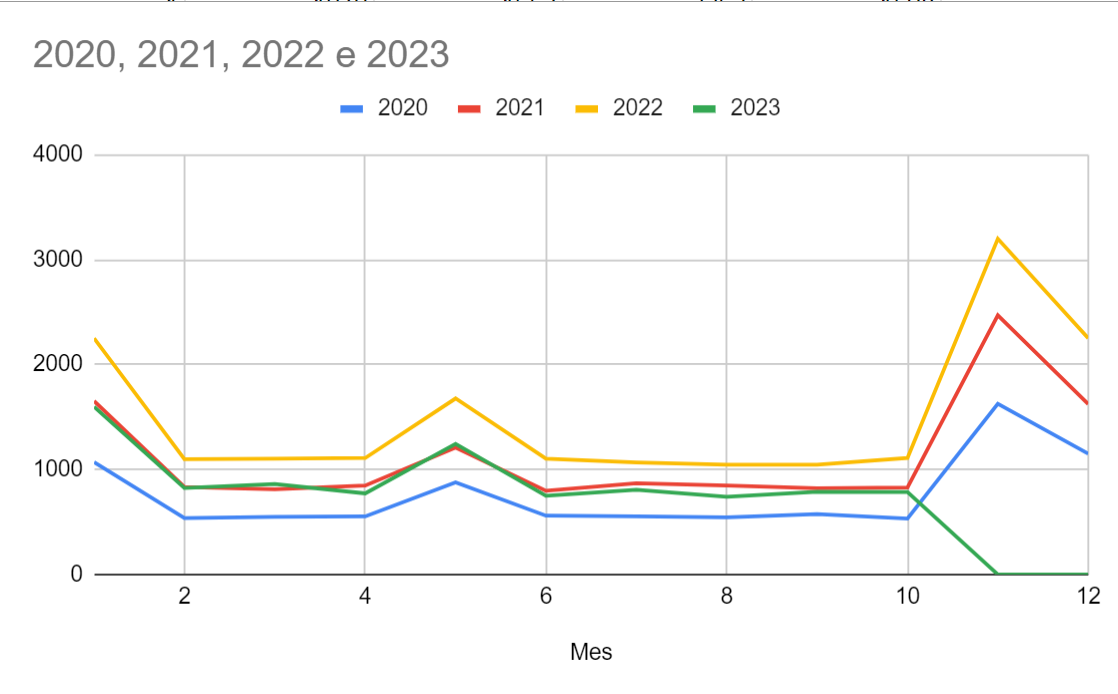
Nos últimos quatro anos, houve uma tendência de queda nas vendas gerais, possivelmente causada por diversos fatores externos. Esta informação é relevante para ser considerada nos resultados da Black Friday deste ano.



Fonte: Vinicios Alves Ferreira

### Buscando padrão de vendas nos meses

Para entender o comportamento do comprador ao longo do ano, criamos um gráfico para comparar as vendas mensais e identificar algum destaque específico. Observamos um número maior de vendas nos meses 1, 11 e 12, conforme esperado. No entanto, o mês 5 também mostrou um aumento significativo de vendas todos os anos.



## 

## **Métrica**

Durante a Black Friday deste ano, temos uma consulta SQL que pode ser usada para comparar os resultados atuais com a média dos anos anteriores, proporcionando uma percepção rápida de desempenho.

WITH Media\_Vendas\_Anteriores AS (

SELECT AVG(Qtd\_Vendas) AS Media\_Vendas

FROM (

SELECT COUNT(\*) AS Qtd\_Vendas, strftime("%Y", data\_venda) As Ano, strftime("%m", data\_venda) AS Mes

FROM vendas

WHERE Ano != "2022" AND Mes = "11"

GROUP BY Ano

)

), Vendas\_Atual AS (

SELECT COUNT(\*) AS Qtd\_Vendas\_Atual

FROM vendas

WHERE strftime("%Y", data\_venda) = "2022" AND strftime("%m", data\_venda) = "11"

)

SELECT Media\_Vendas\_Anteriores.Media\_Vendas, Vendas\_Atual.Qtd\_Vendas\_Atual,

ROUND((Vendas\_Atual.Qtd\_Vendas\_Atual-Media\_Vendas\_Anteriores.Media\_Vendas)/ / Media\_Vendas\_Anteriores.Media\_Vendas \* 100, 2) || "%" AS Porcentagem

FROM Vendas\_Atual, Media\_Vendas\_Anteriores;

A partir desta *Query*, possuímos os seguintes dados:

| **Media\_Vendas\_Anteriores** | **Vendas\_Novembro\_Atual** | **Porcentagem\_Aumento** |
| --- | --- | --- |
| 2049.5 | 3200 | 56.14% |

## 

## **Conclusão**

Esse relatório focou no impacto dos fornecedores nas vendas e não foi encontrado nenhum fornecedor que tivesse grande impacto negativo nas vendas. Recomendamos o projeto de um segundo relatório focando nas categorias e marcas de produtos.

Também criamos uma métrica para acompanhar a Black Friday, mas outras devem ser criadas para um acompanhamento mais profundo.