

Análise de Vendas para Black Friday: Estratégias Baseadas em Dados para 2023

Por: Bianca Telles da Rocha, analista de dados na empresa Clean.
Data: Agosto de 2023

Sumário

1. Introdução.....	3
1.1. Contexto.	
1.2. Descrição dos Dados.	
2. Objetivos.....	3
2.1. Análise das categorias, marcas, produtos e fornecedores nas Black Fridays.	
2.2. Apresentação das vendas gerais dos últimos 4 anos.	
3. Análise dos dados.....	4
3.1. O Papel das Categorias nas Black Fridays.....	4
3.2. Desempenho das Marcas.....	5
3.3. Produtos mais procurados dentre as 3 marcas mais vendidas	6
3.4. A Importância dos Fornecedores.....	7
3.5. Vendas gerais ao longo dos meses e padrões de vendas.....	8
4. Conclusão: Preparando-se com Antecedência e Estratégia.....	9
5. Referências.....	10

1. Introdução

1.1. Contexto

O objetivo deste relatório é apresentar uma análise detalhada das vendas realizadas durante as Black Fridays anteriores, utilizando o banco de dados da loja Clean. A análise foi conduzida a partir da linguagem SQL na ferramenta SQLite Online, focando em fornecer insights valiosos para a preparação das vendas para a próxima Black Friday.

A crescente importância da Black Friday como um evento crucial para o comércio varejista impulsiona a necessidade de uma estratégia bem fundamentada, baseada em dados. O intuito é identificar padrões, tendências e oportunidades que possam ser exploradas para maximizar o desempenho das vendas no evento deste ano.

Neste relatório, apresentamos as principais métricas e insights obtidos, destacando como as escolhas de categorias, marcas e fornecedores impactaram as vendas em anos anteriores, também relato as vendas gerais ao longo de todos os meses desses três anos a fim de verificar sazonalidades e tendências. Essas informações servirão como base para decisões estratégicas, visando aprimorar a eficácia das ações comerciais e aumentar a competitividade da Clean no mercado.

1.2. Descrição dos Dados

Os dados utilizados nesta análise foram fornecidos como parte de um curso de SQL realizado, onde foi disponibilizado um banco de dados relacional para fins educativos. A estrutura do banco de dados é composta por tabelas inter-relacionadas que contêm informações detalhadas sobre os produtos da loja e as vendas, incluindo: categoria, clientes, fornecedores, itens de venda, marcas, produtos e vendas. O período coberto pelos dados abrange desde o início de 2020 até novembro de 2023, permitindo uma análise abrangente das vendas durante as Black Fridays ocorridas nesse intervalo.

Você pode acessar o código utilizado para esta análise de dados no GitHub: [Repositório do Projeto]([biatelles/portfolio_relatorio_analise_clean](https://github.com/biatelles/portfolio_relatorio_analise_clean) (github.com))

2. Objetivos

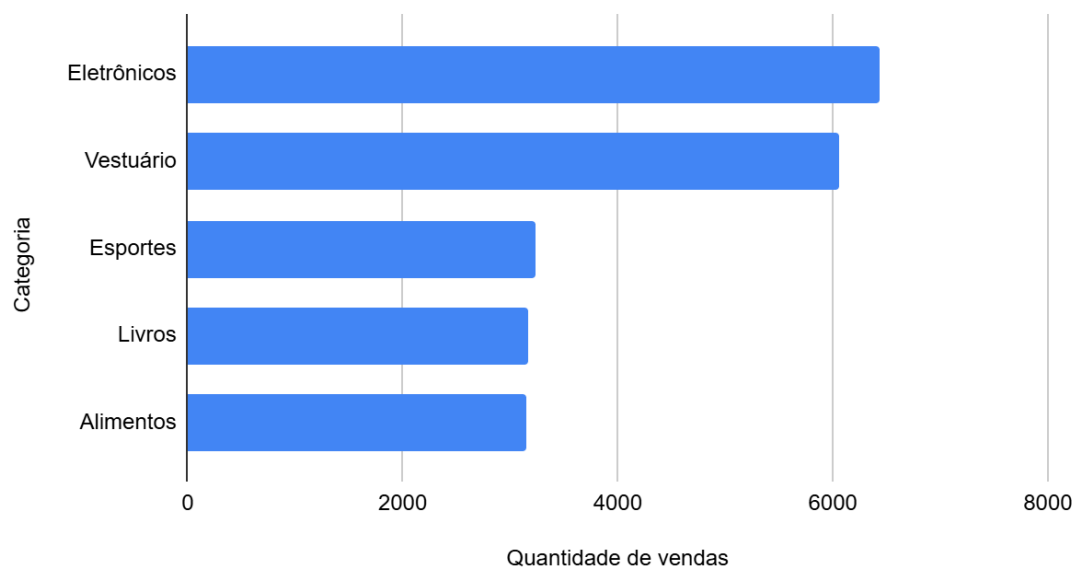
- Analisar o impacto das diferentes categorias, marcas e fornecedores nos resultados das últimas edições da Black Friday.
- Apresentar métricas que evidenciem o efeito esperado nas vendas para este ano, com base nas tendências observadas.

3. Análise dos dados

3.1. O papel das categorias

Nosso primeiro passo foi investigar como diferentes categorias se comportaram durante as Black Fridays passadas. Com base nos dados coletados, identificamos que a categoria de eletrônicos teve o maior desempenho totalizando 29% das vendas nos últimos 3 anos, seguido pela categoria de vestuário com 27,5% das vendas. As categorias com menor destaque foram: alimentos 14,6%, esportes 14,5% e livros 14,4% das vendas.

Quantidade de vendas conforme categoria nos últimos 3 anos

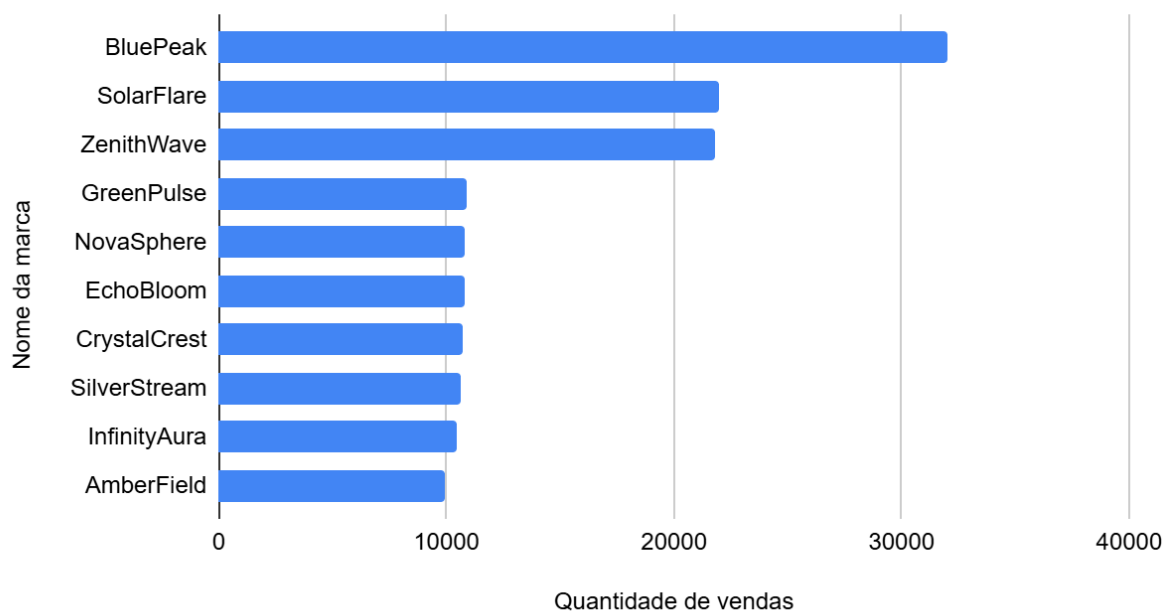


Fonte: da autora.

3.2. O Desempenho das Marcas

As marcas também desempenharam um papel crucial nas vendas durante as Black Fridays passadas. Analisando os dados, identificamos que marcas como BluePeak, SolarFlare e ZenithWave dominaram o mercado, impulsionando significativamente as vendas em todas as categorias que participam. Essas marcas não apenas contribuíram para o volume de vendas, mas também ajudaram a definir tendências e padrões de consumo.

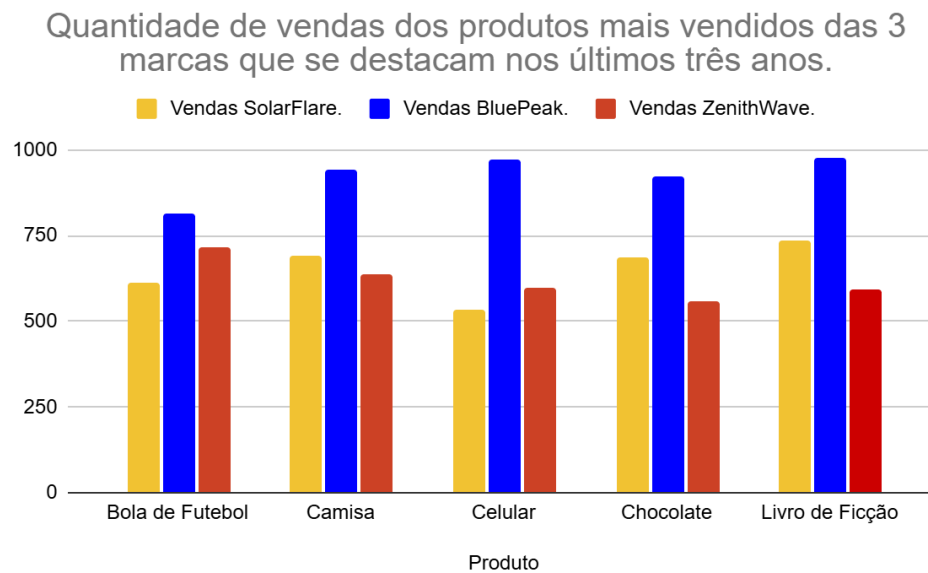
Quantidade de vendas conforme marcas nos últimos 3 anos



Fonte: da autora.

3.3. Produtos mais vendidos dentre as 3 marcas que se destacaram

Os dados a seguir nos revelam quais produtos atraíram mais clientes e onde a loja deve focar seus esforços de marketing e estoque para maximizar as vendas.



Fonte: da autora.

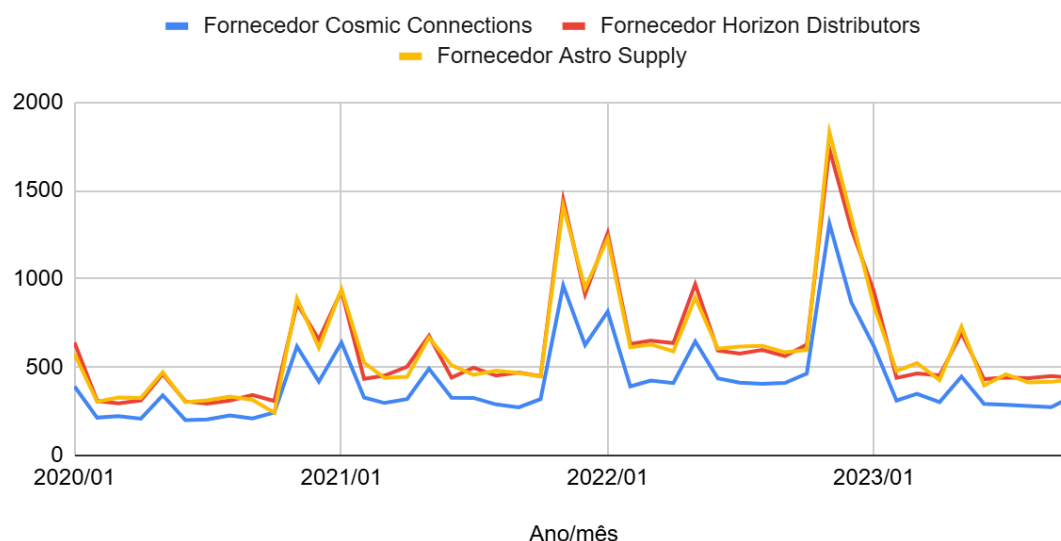
3.4. A Importância dos Fornecedores

Um aspecto fundamental que complementa a análise das categorias e marcas é o papel dos fornecedores. A capacidade de garantir um fornecimento constante e de qualidade impacta diretamente na disponibilidade dos produtos durante a Black Friday.

Analisando os dados, identificamos que os fornecedores: AstroSupply e HorizonDistributors se destacam. É importante manter uma boa relação comercial com estes e acompanhar se conseguem atender à demanda em períodos críticos, como novembro, contribuindo significativamente para o sucesso das vendas.

Além disso, negociar com estes fornecedores condições vantajosas, como descontos por volume ou prazos de entrega reduzidos, são essenciais para otimizar a margem de lucro da loja.

Compras com os principais fornecedores ao longo dos últimos 4 anos

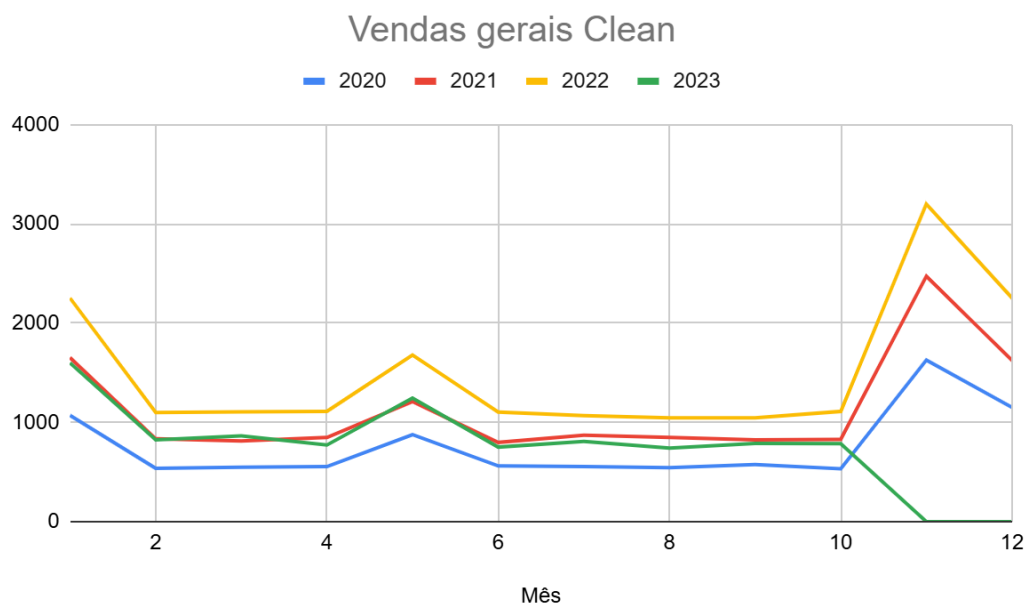


Fonte: da autora.

3.5. Vendas gerais ao longo dos meses e padrões de vendas

Com base na análise dos dados de vendas gerais, notamos que as vendas deste ano de 2023 estão mais baixas em relação ao ano de 2021 e, principalmente 2022. Com tal análise também buscamos identificar padrões que possam prever o comportamento do consumidor. Observamos que as promoções bem-sucedidas durante os meses de maior pico, especialmente quando ligadas a datas específicas como o Dia das Mães, tiveram um impacto positivo nas vendas.

Os meses de novembro (com a Black Friday) sempre mostraram um pico acentuado nas vendas. Entretanto, maio também revelou aumento considerável. Isso sugere que, embora a Black Friday seja um evento de grande importância, há outras oportunidades ao longo do ano que também merecem atenção.



Fonte: da autora.

4. Conclusão: Preparando-se com Antecedência e Estratégia

Ao revisar as vendas gerais dos últimos três anos e as Black Fridays passadas, fica claro que o sucesso na Black Friday é um reflexo de uma estratégia de vendas bem-executada ao longo de todo o ano. Com base nos padrões e tendências identificados, a loja pode se preparar de maneira mais eficaz, garantindo que cada promoção e campanha ao longo do ano contribua para o grande sucesso em novembro. Assim, a próxima Black Friday não será apenas mais um pico de vendas, mas o resultado de uma preparação estratégica contínua e orientada por dados.

5. Referência

Banco de dados Alura. Curso SQLite online: Análise de dados com SQL. Plataforma de ensino Alura.