

Resultados da Análise de Vendas de Supermercado

	A-z Invoice ID	A-z Branch	A-z City	A-z Customer type	A-z Gender	A-z Product line	123 Unit price	123 Quantity
1	750-67-8428	Alex	Yangon	Member	Female	Health and beauty	74,69	7
2	226-31-3081	Giza	Naypyitaw	Normal	Female	Electronic accessories	15,28	5
3	631-41-3108	Alex	Yangon	Normal	Female	Home and lifestyle	46,33	7
4	123-19-1176	Alex	Yangon	Member	Female	Health and beauty	58,22	8
5	373-73-7910	Alex	Yangon	Member	Female	Sports and travel	86,31	7
6	699-14-3026	Giza	Naypyitaw	Member	Female	Electronic accessories	85,39	7
7	355-53-5943	Alex	Yangon	Member	Female	Electronic accessories	68,84	6
8	315-22-5665	Giza	Naypyitaw	Member	Female	Home and lifestyle	73,56	10
9	665-32-9167	Alex	Yangon	Member	Female	Health and beauty	36,26	2
10	692-92-5582	Cairo	Mandalay	Member	Female	Food and beverages	54,84	3

1. Análise Geral dos Dados

- **Amostra de Dados:** Foram visualizados os primeiros 10 registros da tabela para melhor compreensão da estrutura e conteúdo dos dados.

2. Preferências de Compra por Linha de Produto

	A-z Product line	123 total_vendido
1	Electronic accessories	971
2	Food and beverages	952
3	Sports and travel	920
4	Home and lifestyle	911
5	Fashion accessories	902
6	Health and beauty	854

- **Total Vendido por Linha de Produto:** A análise revelou que algumas categorias de produtos apresentaram volume de vendas significativamente maior do que outras. A categoria "Electronic accessories" (Acessórios eletrônicos) se destacou entre os produtos mais vendidos, indicando uma forte demanda por itens eletrônicos. A categoria "Electronic accessories" liderou as vendas, com um total de 971 unidades, enquanto a categoria "Health and beauty" ficou em último lugar, com 854 unidades.

	A-z Gender	123 avaliacao_media
1	Female	6,9597197823
2	Male	6,9899766873

3. Avaliação dos Produtos por Gênero

- **Avaliação Média:** Homens apresentaram uma média de avaliação de 6,9899, enquanto mulheres obtiveram uma média de 6,9597. Embora a diferença seja pequena, ela indica que os homens tendem a avaliar os produtos um pouco mais positivamente.
-

	A-z Payment	123 total_transacoes
1	Ewallet	345
2	Cash	344
3	Credit card	311

4. Métodos de Pagamento

- **Popularidade dos Métodos de Pagamento:** As carteiras digitais (E-wallet) foram identificadas como o método de pagamento mais popular, seguidas por pagamentos em dinheiro e cartões de crédito. Essa tendência indica uma preferência crescente por pagamentos eletrônicos e sem contato, revelando oportunidades para campanhas de marketing que incentivem esses métodos.

	A-z Gender	A-z Product line	123 quantidade
1	Female	Electronic accessories	94
2	Female	Fashion accessories	108
3	Female	Food and beverages	98
4	Female	Health and beauty	77
5	Female	Home and lifestyle	91
6	Female	Sports and travel	103
7	Male	Electronic accessories	76
8	Male	Fashion accessories	70
9	Male	Food and beverages	76
10	Male	Health and beauty	75
11	Male	Home and lifestyle	69
12	Male	Sports and travel	63

5. Segmentação por Gênero e Linha de Produto

- **Preferências de Gênero:** A análise detalhada das vendas revelou que:
 - **Mulheres:** Mostraram maior interesse em produtos relacionados a "Moda", "Saúde e Beleza" e "Alimentos e Bebidas".
 - **Homens:** Demonstraram maior preferência por produtos da linha "Acessórios Eletrônicos" e "Esportes e Viagens".

A análise inicial indica que há diferenças nas preferências de compra entre homens e mulheres. No entanto, é importante ressaltar que essas são tendências gerais e que existem muitas variações individuais. Uma análise mais detalhada e com um conjunto de dados maior permitiria identificar padrões mais precisos e complexos.

6. Insights e Recomendações

A análise dos dados de vendas revelou insights valiosos sobre o comportamento dos consumidores, abrindo oportunidades para otimizar estratégias de negócio.

Há um claro interesse por produtos eletrônicos, especialmente entre o público masculino. A preferência por pagamentos digitais também demonstra a necessidade de acompanhar tendências do mercado e oferecer soluções mais convenientes para os clientes. A segmentação por gênero expôs nuances nas preferências de cada público, possibilitando ações de marketing mais direcionadas e personalizadas.

Este, no entanto, é apenas o começo da jornada. O dataset utilizado apresenta grande potencial para análises mais aprofundadas.