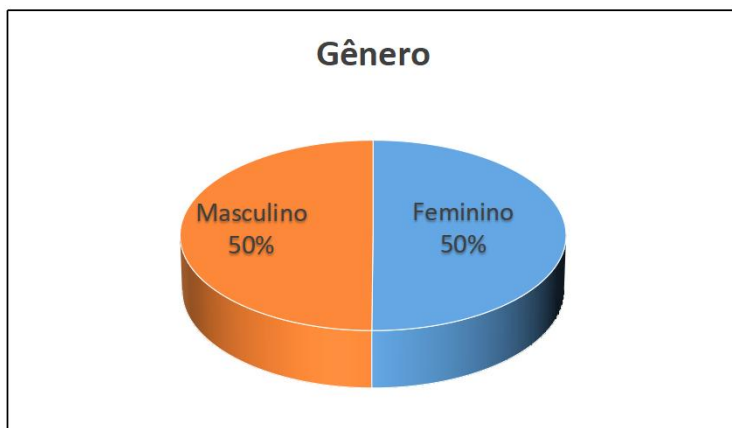


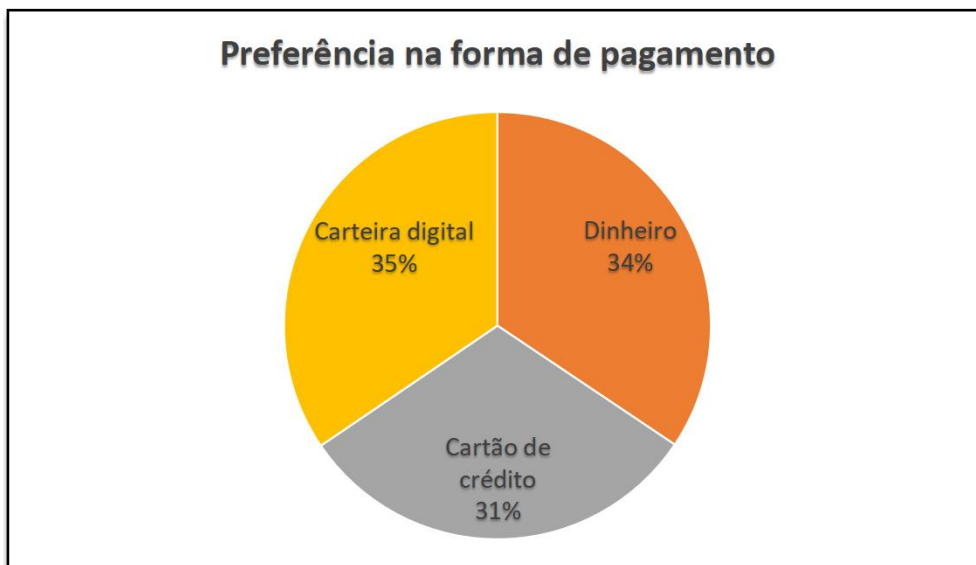
RELATÓRIO FINAL DAS ANÁLISES DE CLIENTES DO SUPERMERCADO

1ª ANÁLISE - GÊNERO



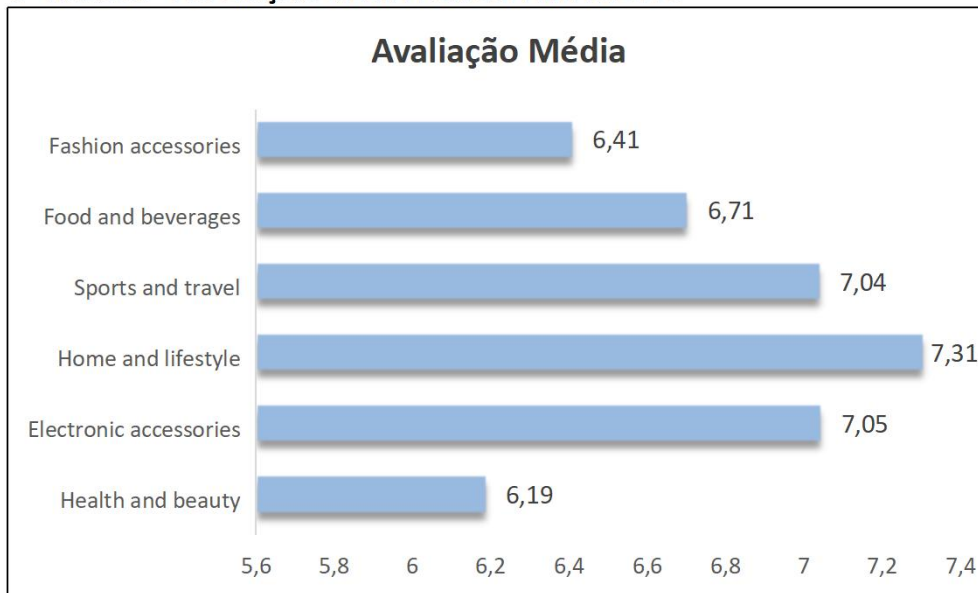
Observa-se que a quantidade de clientes tanto do gênero masculino quanto do gênero feminino se equiparam, sendo 50% cada.

2ª ANÁLISE - PREFERÊNCIA NA FORMA DE PAGAMENTO



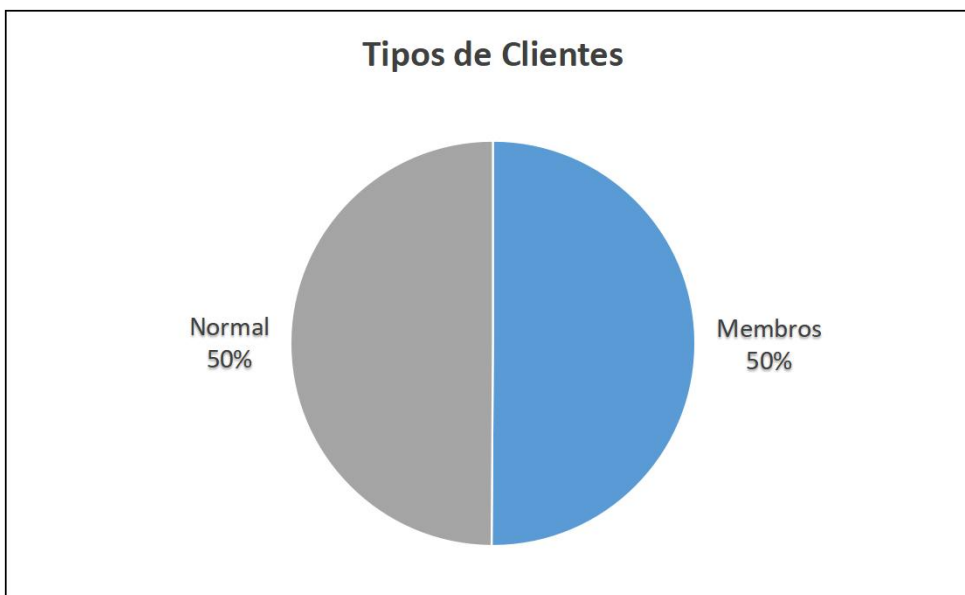
A preferência pela forma de pagamento é bem distribuída entre as opções (cartão de crédito, dinheiro e carteira digital). Sendo a carteira digital (mesmo que com pouca diferença) a mais escolhida pelos clientes, devido a praticidade de ter a "carteira" a qualquer momento no smartphone.

3ª ANÁLISE - AVALIAÇÃO MÉDIA POR DEPARTAMENTO



Podemos observar no gráfico acima que o departamento de "Home and Lifestyle" é o que obtém a melhor média, enquanto que "Food and beverages, Fashion accessories e Health and beauty" estão com as médias mais baixas dentre os seis, sendo o último departamento com pior desempenho. devemos nos atentar a esses números e viabilizar ações com essas equipes para impulsionar essas áreas e assim resolvermos o problema.

4ª ANÁLISE - TIPOS DE CLIENTES



Os tipos de clientes estão equivalentes (o que é uma boa métrica), temos metade de nossos clientes membros do clube da empresa e a outra metade são potenciais membros. Diante desses dados poderemos aumentar as ações de oferta para ser um membro deixando claro todas as vantagens que o cliente irá obter. enviezando assim o aumento da porcentagem de membros do clube da empresa.