

DASHBOARD

EKOLOGICAL PET

26 DE OUTUBRO DE 2021

Julia Missias . Clariana de Oliveira . Caroline Leite

RM 92296

RM 92110

RM 92033

DASHBOARD EKOLOGICAL

Afim de deixar as análises mais detalhadas e interativas, foi disponibilizado também um Dashboard para manuseio do cliente. A plataforma utilizada dentro da nossa metodologia foi o Power BI. Pensando na praticidade de interpretação dos dados, disponibilizamos somente uma página contendo as seguintes informações:

- **STATUS:** Os leads foram classificados como convertidos, não convertidos e cancelados e suas informações podem ser vistas detalhadas a partir do momento que selecionar um derivado status;
- **CANAL:** Quatro frentes foram analisadas: WhatsApp, Web, Chatboat e Telefone. No Dashboard, é possível ter visão geral e detalhadas mensalmente.
- **TEMPERATURA:** Assim como as informações do status e canal, a temperatura também consta informações gerais, mensais e compiladas. [Para ter acesso ao dashboard criado pela Ekological PET, ACESSE AQUI.](#)

Após as análises realizadas do quadrimestre que circundam os meses entre abril e julho, seguem abaixo as conclusões pontuadas:

- Canais de prospecção: O WhatsApp não obteve resultado. Vale verificação com o setor de marketing para entender melhor o motivo, pois este canal é um dos mais usados atualmente.
- Status: O número de não convertidos foi de 28 leads. Vale estratégias de remarketing para reforçar a decisão de compra do lead.
- Vendas: Embora o número de vendas das casinhas pets recicláveis tenha caído se comparado com o mês de abril, a visão geral de compras apresentou um bom resultado em abril, maio e junho. Será necessário entender o comportamento do consumidor em julho para compreender tal declínio.
- Temperatura: A maior parcela são de leads quentes e mornos, item facilitador para aumentar as chances de conversão. Vale ressaltar que os canais que possuem maior relevância para esses leads são telefone e web.
- Estratégia em marketing: O setor de marketing, em conjunto com o comercial, precisa verificar o canal de WhatsApp para prospecção de leads, já que o mesmo não apresentou resultado. Campanhas de Google ADS e Facebook ADS, podem alavancar as vendas pelas redes sociais.