

PORTFÓLIO DE PROJETOS:

PROJETO 01.

ESTUDO DE CASO:

ANÁLISE DE NEGÓCIO DE UMA E- COMMERCE

PROJETO DE EDA (Exploratory Data Analysis) E
CONSTRUÇÃO DE GRÁFICOS COM LINGUAGEM DE
PROGRAMÇÃO PYTHON.

RELATÓRIO CONCLUSIVO DE ESTUDOS.

DATA: 09/05/2022

Status do Problema:

Uma empresa recém criada passou a comercializar produtos online por meio de uma página na internet. A empresa configurou o Google Analytics para monitorar o seu portal e para posteriormente realizar análises dos dados do seu E-commerce. Isto, com o intuito de verificar o perfil do seu cliente, as oportunidades de negócio, as melhorias que podem ser implementadas, etc.

Após 3 meses de operação na internet, o Gestor da Área de Marketing gostaria de saber algumas características do perfil dos seus clientes para que ações possam ser tomadas no sentido de aumentar as vendas no E-commerce da empresa. Sendo assim, o Gestor gostaria de ter as respostas às seguintes perguntas, listadas abaixo:

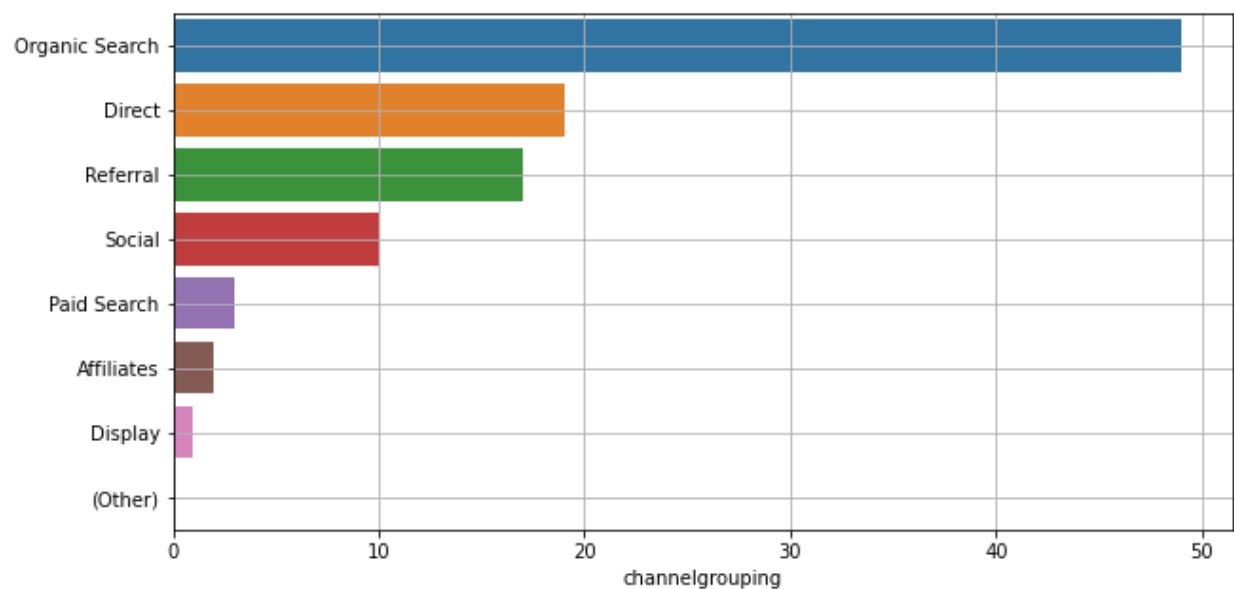
Perguntas:

- De que maneira (busca orgânica, por meio de anúncios, por redes sociais, etc.) os clientes acessam mais o portal para realizarem as suas compras?
- De que canais os clientes estão mais acessando o portal (google, website do E-commerce, redes sociais, etc.) para realizarem suas compras?
- Qual dispositivo (laptop, celular, tablet, outros) é mais usado pelo cliente para acessar o portal?
- Por quanto tempo (em média) um visitante permanece (realizando pesquisas) no portal por dia do mês?
- Quais os dias que os clientes mais visitam o portal e qual o dia de maior faturamento?
- Quantas visitas, em média, são realizadas pelos clientes ao portal E-commerce, por dia, ou seja, qual o número de pageviews/dia?
- Quais países realizam mais compras no portal do E-Commerce?
- Do país que mais realiza compra, faça o ranking dos 10 estados que mais realizam compra no portal?

RESPOSTAS AOS QUESTIONAMENTOS:

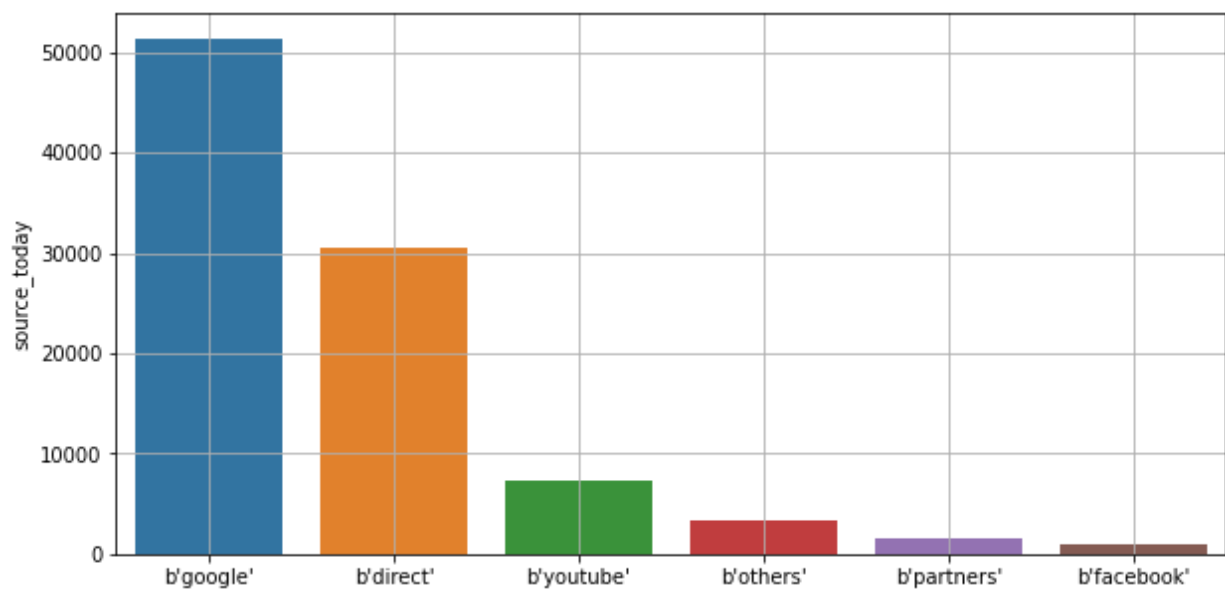
Q1. De que maneira (busca orgânica, por meio de anúncios, por redes sociais, etc.) os clientes acessam mais o portal para realizarem as suas compras?

A partir dos dados obtidos pode-se concluir que:
A busca orgânica representa cerca de 49%, a direta 19%, a refenciada 17% e a por mídias sociais representa 10%. A busca por procura paga por meio de anúncios representa somente 3% dos clientes.



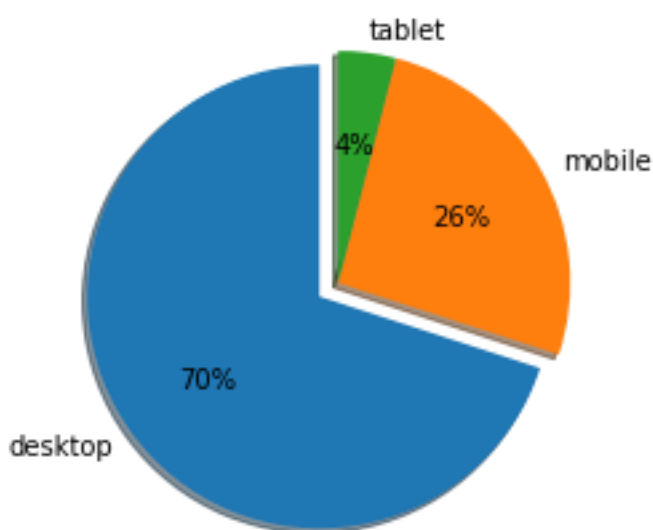
Q2. De que canais os clientes estão mais acessando o portal (google, portal do E-commerce, redes sociais, etc.) para realizarem suas compras?

A partir da análise dos dados, conclui-se que:
As principais fontes de acesso são; 1o a pesquisa no google e 2o o acesso direto ao portal do E-Commerce.
Por último o acesso a partir de algum anúncio no youtube.



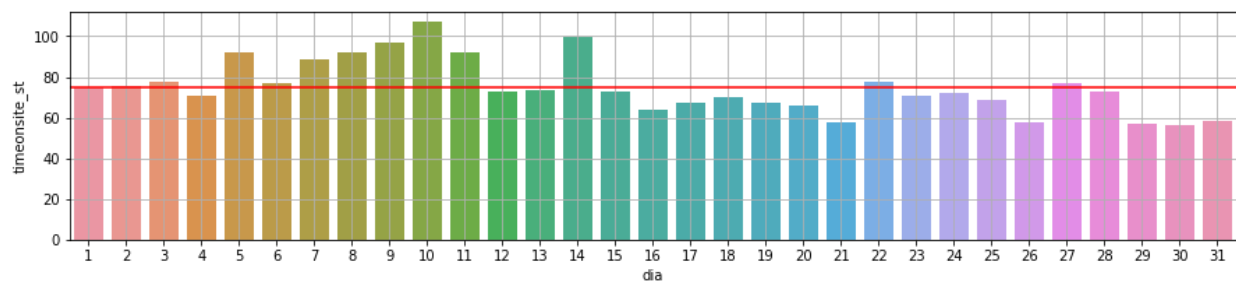
Q3. Qual dispositivo (laptop, celular ou tablet) é mais usado pelo cliente para acessar o portal?

Observamos facilmente que o cliente utiliza, principalmente, o Desktop, e que este representa cerca de 70% do acesso ao portal. Isso é mais que o dobro do 2o colocado que é o celular e que representa 26% dos acessos.



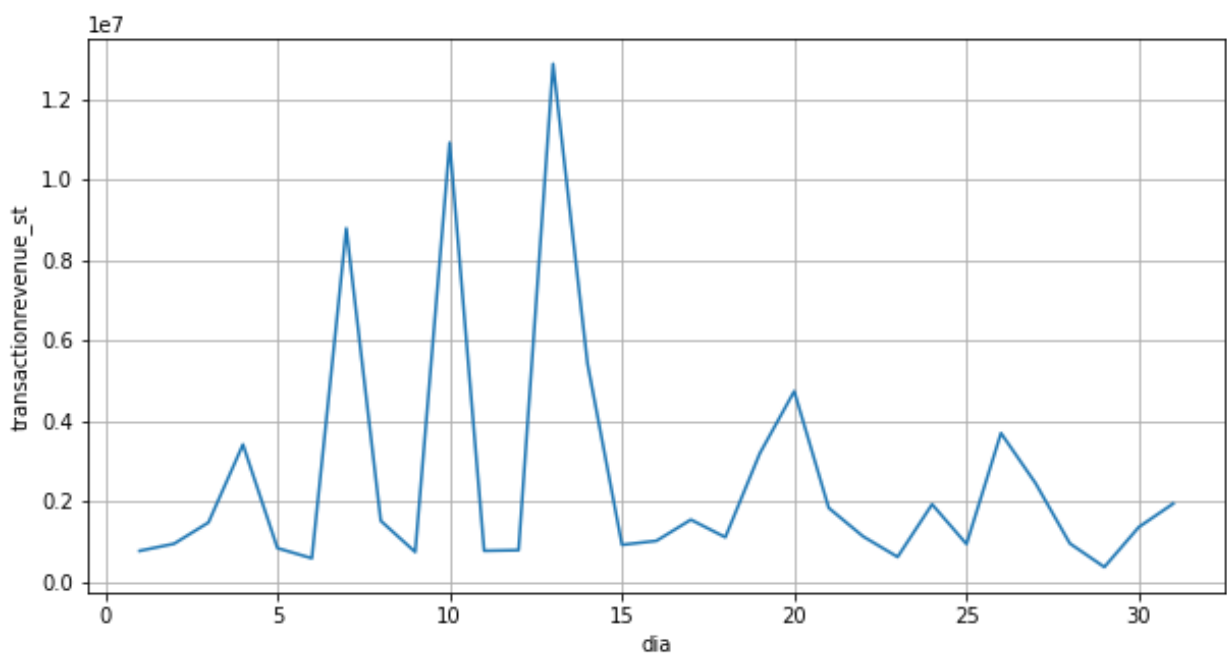
Q4. Por quanto tempo (em média) um visitante permanece (realizando pesquisas) no portal por dia do mês?

Após se fazer a média de tempo de acesso do cliente por dia, conclui-se que em média um cliente fica cerca de 75 minutos conectado ao portal do E-commerce.



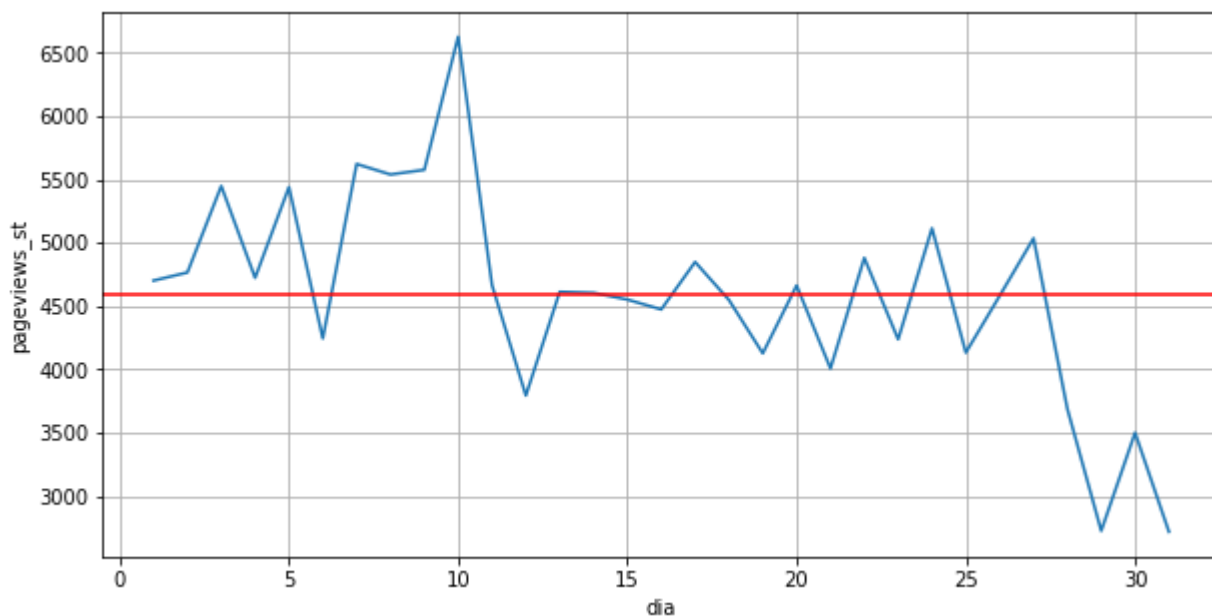
Q5. Quais os dias que os clientes mais visitam o portal e qual o dia de maior faturamento?

A partir da análise do gráfico conclui-se que os dias 7, 10 e 13 são os dias que os clientes mais efetuam compras no portal do E-commerce, sendo o dia 13 o de mais visitas ao portal.



Q6. Quantas visitas, em média, são realizadas pelos clientes ao portal E-commerce, por dia? Ou seja, preciso saber a relação (pageviews/dia)?

Após construção do gráfico e realização de cálculos concluiu-se que em média são 4586 visitas por dia ao portal do E-commerce ,sendo que no dia 10 as visitas chegam a cerca de 6600.



Q7. Quais países realizam mais compras no portal do E-Commerce?

Após realização de cálculos, a análise feita revela que praticamente 98% das compras são feitas por clientes dos EUA.

- country , (%)

United States, 97.7

Canada, 0.8

Belgium, 0.3

Indonesia, 0.3

Venezuela, 0.2

Conclusão Final do Estudo