

Projeto de Portfólio: Dashboards de Vendas 2025 – Visão Geral da Performance

Esse case, segue o processo completo de análise de dados:

1. Definição Do Negócio

1.1 PROBLEMA DE NEGÓCIO

Como aumentar a receita e a rentabilidade das vendas identificando os produtos, regiões e períodos que têm melhor desempenho?

1.2 PROBLEMA DE NEGÓCIO

- Descobrir quais produtos mais vendem.
- Identificar os clientes que mais compram.
- Avaliar sazonalidade (melhores meses).
- Medir lucratividade por produto, vendedor e região.
- Encontrar oportunidades para reduzir custos ou aumentar ticket médio.

1.3 PERGUNTAS DE NEGÓCIO

- Quais produtos geram mais receita?
- Quem São Os Top Vendedores Em Faturamento, Margem De Lucro E Ticket Médio?
- Qual região vende mais e qual tem menor lucro?
- Em que meses as vendas aumentam ou diminuem?
- Qual vendedor tem melhor conversão ou maior lucro?
- Quais produtos têm melhor margem de lucro?

Análise de dados não se começa no Power BI, mais sim no nosso Banco.

SQL é a habilidade que dá autonomia para o analista gerar N Insights, onde Planilha é cálculo e Banco de dados é informação.

Para a Estrutura da nossa Query, usamos os seguintes Comandos:

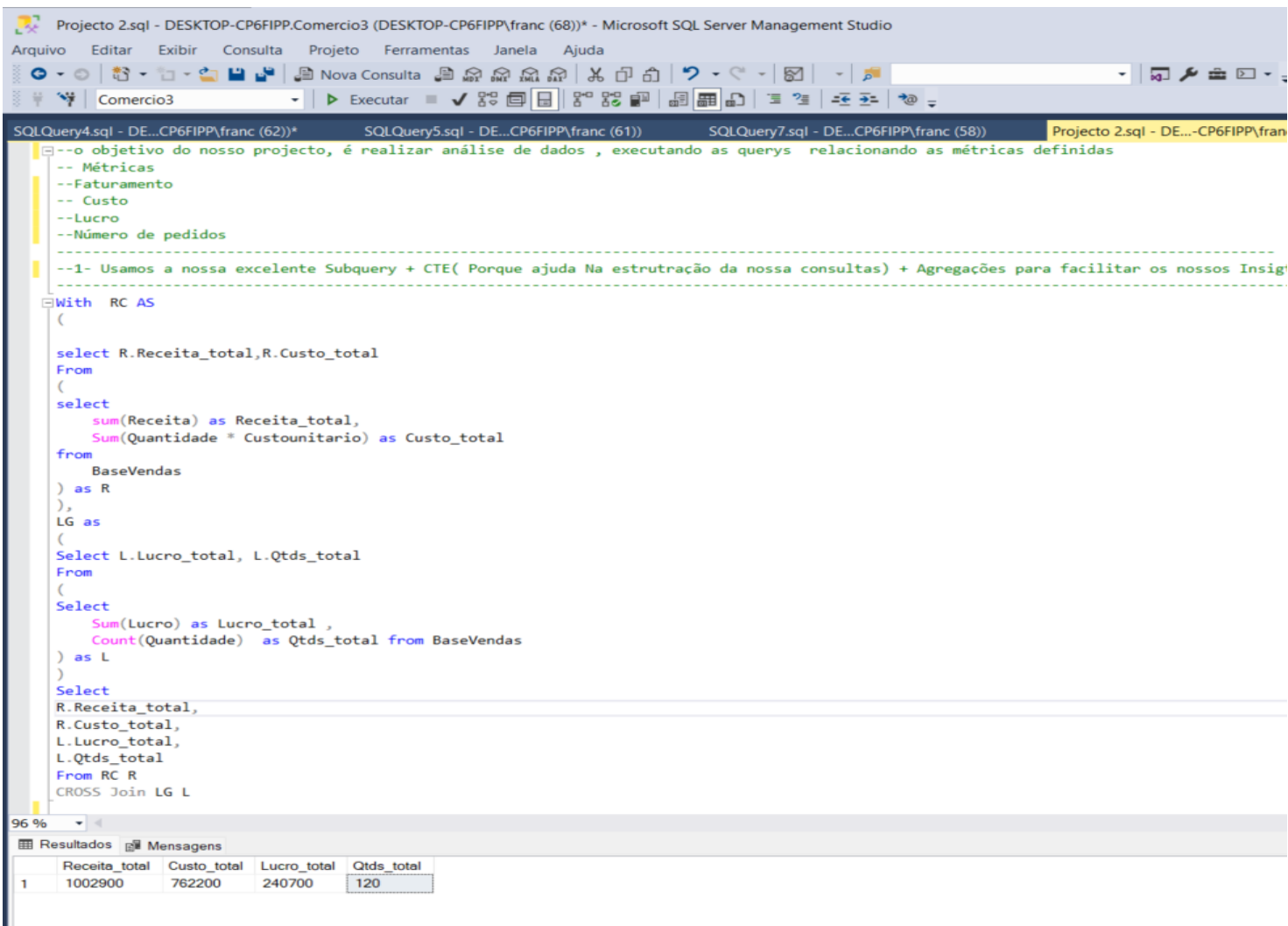
Comando de agregações

CTE com a clausula With

Funções de Janelas

Joins

Etc...



The screenshot shows the Microsoft SQL Server Management Studio interface. The title bar indicates the project is 'Projecto 2.sql - DESKTOP-CP6FIPP.Comercio3 (DESKTOP-CP6FIPP\franc (68))* - Microsoft SQL Server Management Studio'. The menu bar includes 'Arquivo', 'Editar', 'Exibir', 'Consulta', 'Projeto', 'Ferramentas', 'Janela', and 'Ajuda'. The toolbar contains various icons for file operations, execution, and formatting. The SQL editor displays a query with comments in Portuguese and a CTE named 'RC AS'. The query calculates total revenue, cost, profit, and quantity for a specific project. The results pane at the bottom shows a single row of data.

```
--o objetivo do nosso projecto, é realizar análise de dados , executando as querys relacionando as métricas definidas
-- Métricas
--Faturamento
-- Custo
--Lucro
--Número de pedidos

--1- Usamos a nossa excelente Subquery + CTE( Porque ajuda Na estruturação da nossa consultas) + Agregações para facilitar os nossos Insights

With RC AS
(
    select R.Receita_total,R.Custo_total
    From
    (
        select
            sum(Receita) as Receita_total,
            Sum(Quantidade * Custounitario) as Custo_total
        from
            BaseVendas
        ) as R
    ),
    LG as
    (
        Select L.Lucro_total, L.Qtds_total
        From
        (
            Select
                Sum(Lucro) as Lucro_total ,
                Count(Quantidade) as Qtds_total from BaseVendas
            ) as L
        )
    Select
        R.Receita_total,
        R.Custo_total,
        L.Lucro_total,
        L.Qtds_total
    From RC R
    CROSS Join LG L
```

	Receita_total	Custo_total	Lucro_total	Qtds_total
1	1002900	762200	240700	120



```
--Objectivo é realizar o nosso Comparativo de Crescimento Anual(YOY)

With Crescimento as
(
    Select
        year(datavenda) As Ano ,
        Sum(Receita) As Faturamento,
        (Sum(Receita)-lag(Sum(receita)) over (order by year(datavenda)))/
        Lag(sum(receita)) over(order by year(datavenda))*100 As crescimentno_ano
    From
        basevendas
    Group by
        year(datavenda)
),
Faturamento As
(
    Select
        R.ANO,
        R.FATURAMENTI
    From
        (
            Select
                YEAR(datavenda) AS ANO,
                SUM(RECEITA) AS FATURAMENTI
            From
                BaseVendas
            group by
                YEAR(datavenda)
        ) AS R
),
TM AS
(
    select
        YEAR(datavenda) as anos,
        Sum(lucro)/SUM(receita)*100 as Ticket_Médio
    From
        BaseVendas
    Group by
        YEAR(datavenda)
)
Select
    C.ANO,
    C.FATURAMENTO,
    C.crescimentno_ano,
    F.FATURAMENTI,
    T.Ticket_Médio
From
    Crescimento C
Join Faturamento F on C.Ano= F.ANO
Join TM t on C.Ano= t.anos;

--Gerando Insights
-- Ticket Médio e Margem de Lucro permaneceram constantes, o que indica estabilidade nos preços e na eficiência operacional.
- Faturamento caiu 29,18% em 2025 em relação a 2024, o que é preocupante.
- Crescimento Anual negativo confirma retração no desempenho financeiro.
- Pontos de Atenção
- A queda no faturamento pode indicar perda de clientes, redução de volume de vendas ou fatores externos como mercado ou sazonalidade.
- Apesar da margem estável, o lucro absoluto provavelmente caiu devido à queda no faturamento.
```

64 %

Resultados

Mensagens

	ANO	FATURAMENTO	crescimentno_ano	FATURAMENTI	Ticket_Médio
1	2024	587100	NULL	587100	24,3059104070857
2	2025	415800	-29,1773122125703	415800	23,5690235690236

O Nosso Power BI, Será A Consequência Da Nossa Análise Mais Visual

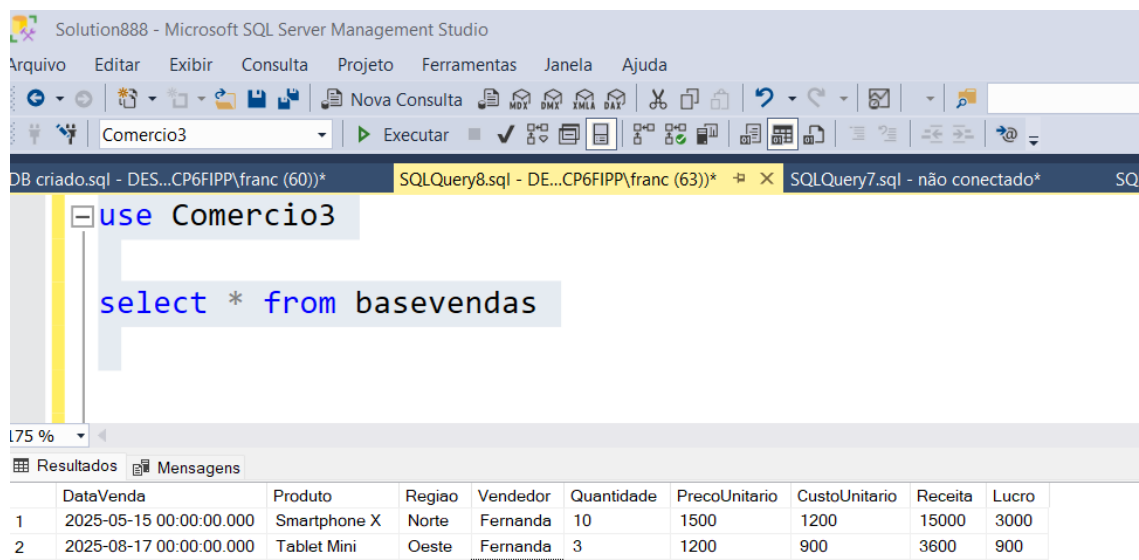
2. Coleta Dos Dados

Fonte dos Dados:

Os dados foram obtidos do Banco comercio 3 onde Compõem:

A Tabela Base Venda:

Data Venda, Produto, Região, Vendedor, Quantidade, Preço Unitário, Custo Unitário, Receita e Lucro



3. Ferramentas Utilizadas

Usei Power Query para:

3.1 Importação, Limpeza e Tratamento (ETL com Power Query)

Tarefas realizadas:

Remoção de linhas em branco e duplicadas

Padronização de datas e nomes

Criação de colunas calculadas:

$$\text{Custo} = \text{Quantidade} \times \text{Custo Unitário}$$

Criação de colunas de Mês e Ano

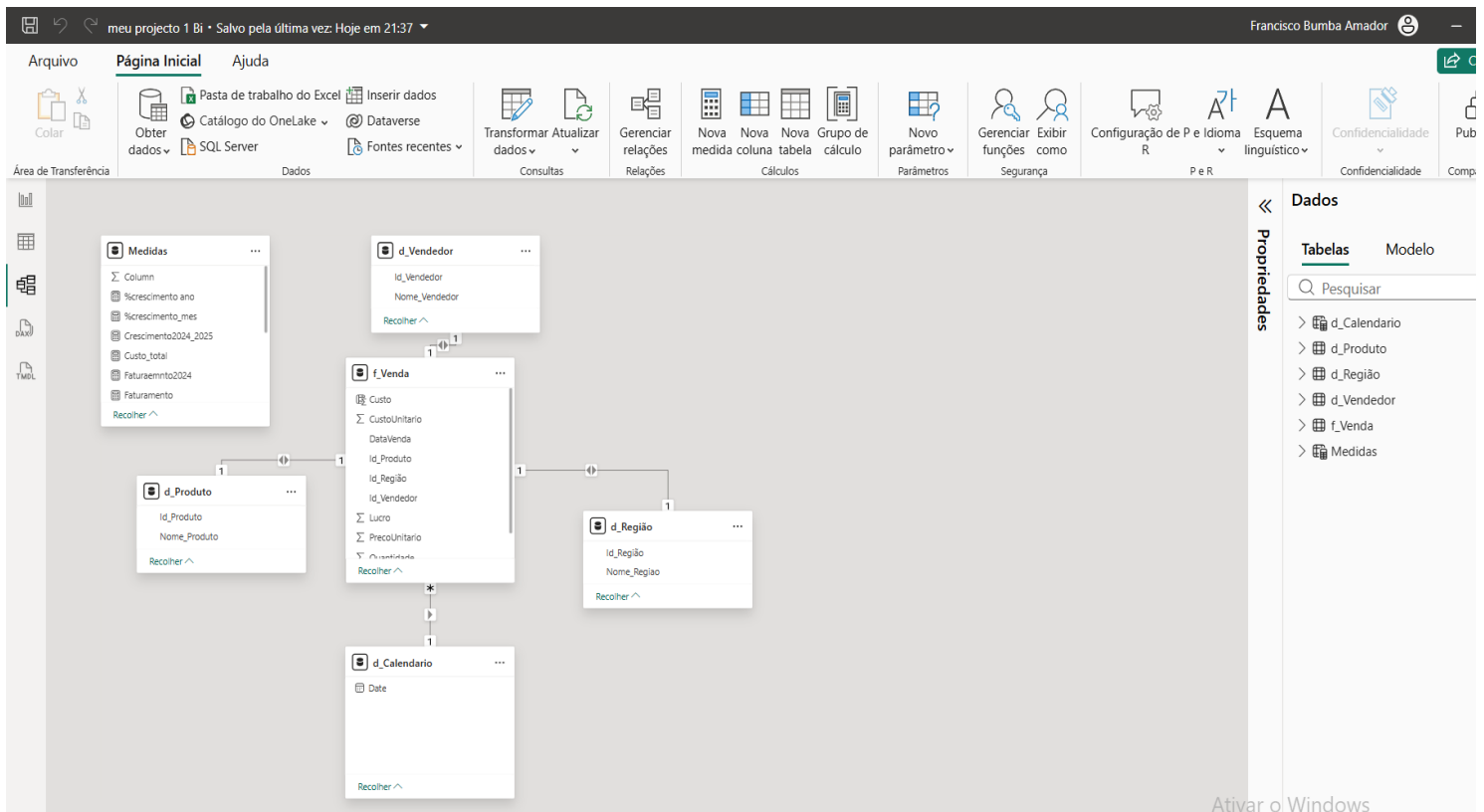
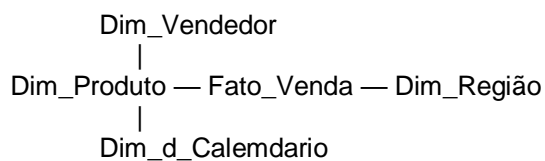
4. Modelagem de Dados: Relacionamentos e estrutura Star Schema.

Explicação Clara:

Usei Modelagem Dimensional, Criando a tabela Fato e Dimensão para facilitar o nosso relacionamento entre as tabelas.

A normalização para dividir a nossa tabela, evitando assim a redundância nas nossas informações.

Modelo em **estrela (Star Schema)**:



5. DAX: Medidas, indicadores e KPIs.

5.1 Métricas

- Total vendido (Medir tamanho do negócio)
- Total de custo
- Total de lucro (Medir eficiência)
- Quantidade vendida

5.2 Indicadores

- **Ticket Médio** = $\text{Receita} \div \text{N}^\circ \text{ pedidos}$ (Monitorar valor de vendas por transação)
- **Margem de Lucro (%)** = $\text{Lucro} \div \text{Receita} \times 100$ (Objetivo Avaliar saúde financeira)
- **Crescimento Anual (%)** :Objetivo é avaliar o crescimento ano a ano (YOY)

5.3 KPIs Estruturados com os Seguintes Gráficos e Tabelas

- Receita por mês e ano
- Receita por produto
- Custo por produto
- Lucro por produto
- Tabela que ilustra o comparativo anual como: ano, faturamento, crescimento ano, lucro, margem de lucro e ticket médio
- Lucro por região
- Faturamento por região
- Crescimento anual por região
- Tabela que apresenta as seguintes análises dos produtos: Faturamento, lucro, margem de lucro e ticket médio
- Tabela que ilustra a performance por vendedores: Faturamento, lucro, margem de lucro e ticket médio
- Tabela que mostra a margem de lucro por produto em cada região: Nome produtos, regiões e margem de lucro



Compartilhar ▾

dida
ida

Confidencialidade



Confidencialidade



Publicar

Compartilhar

Preparar dados para Copilot
IA

Copilot



Dados



> d_Calendario

> d_Produto

> d_Região

> d_Vendedor

> f_Venda

▼ Medidas

☐ %crescimento ano☐ %crescimento_mes☐ Σ Column☐ Crescimento2024_2025☐ Custo_total☐ Faturaemnto2024☐ Faturamento☐ Faturamento_2025☐ Faturamento_ano_anteriro☐ Faturamento_mes_anteriro☐ Lucro_total☐ Magem_Lucro☐ Quantidades_vendidas☐ Ticket_Médio

6. Visualização: Gráficos, tabelas dinâmicas e layout.

Elementos do Dashboard:

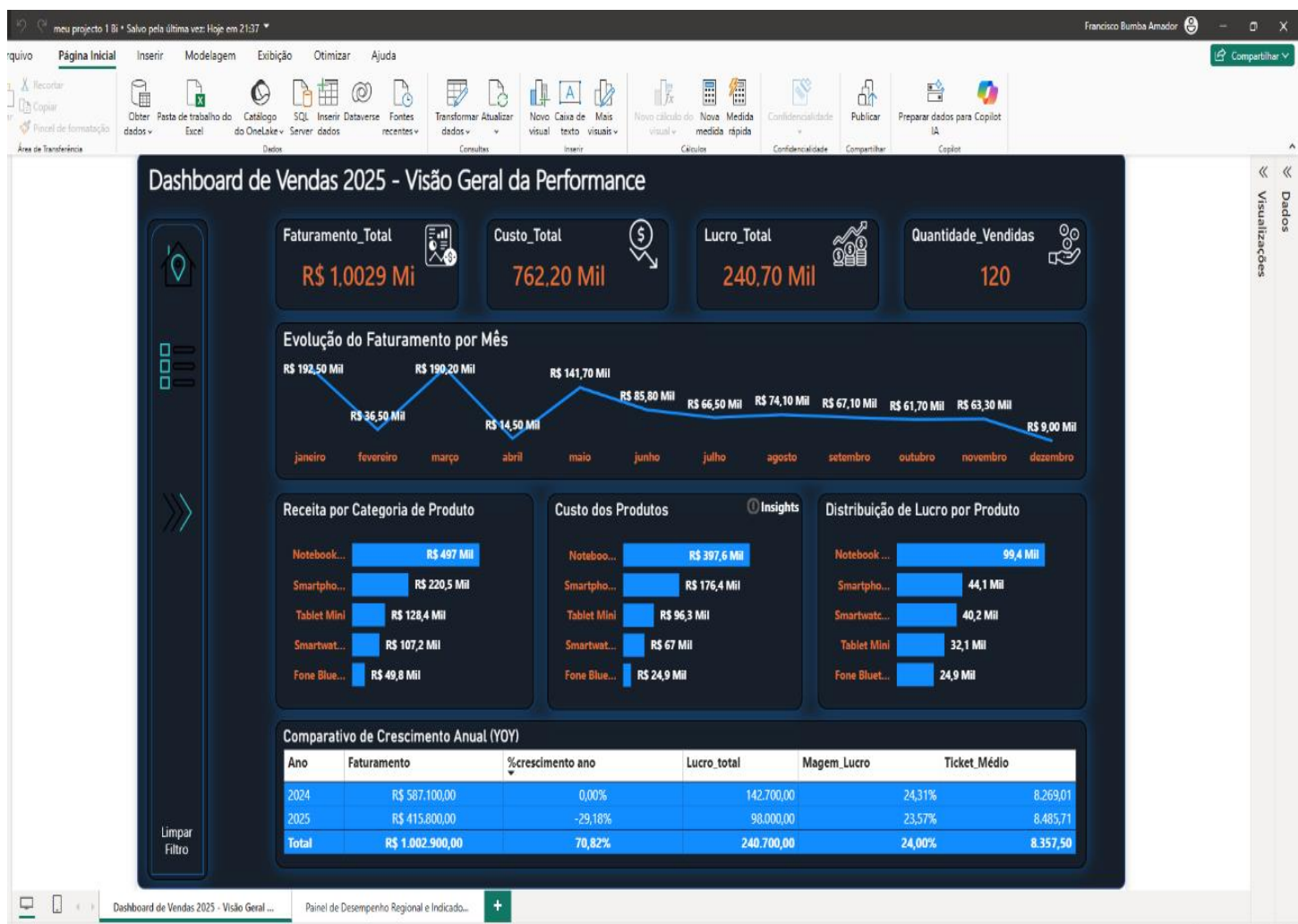
Card: para mostrar um único valor criando assim impacto rápido.

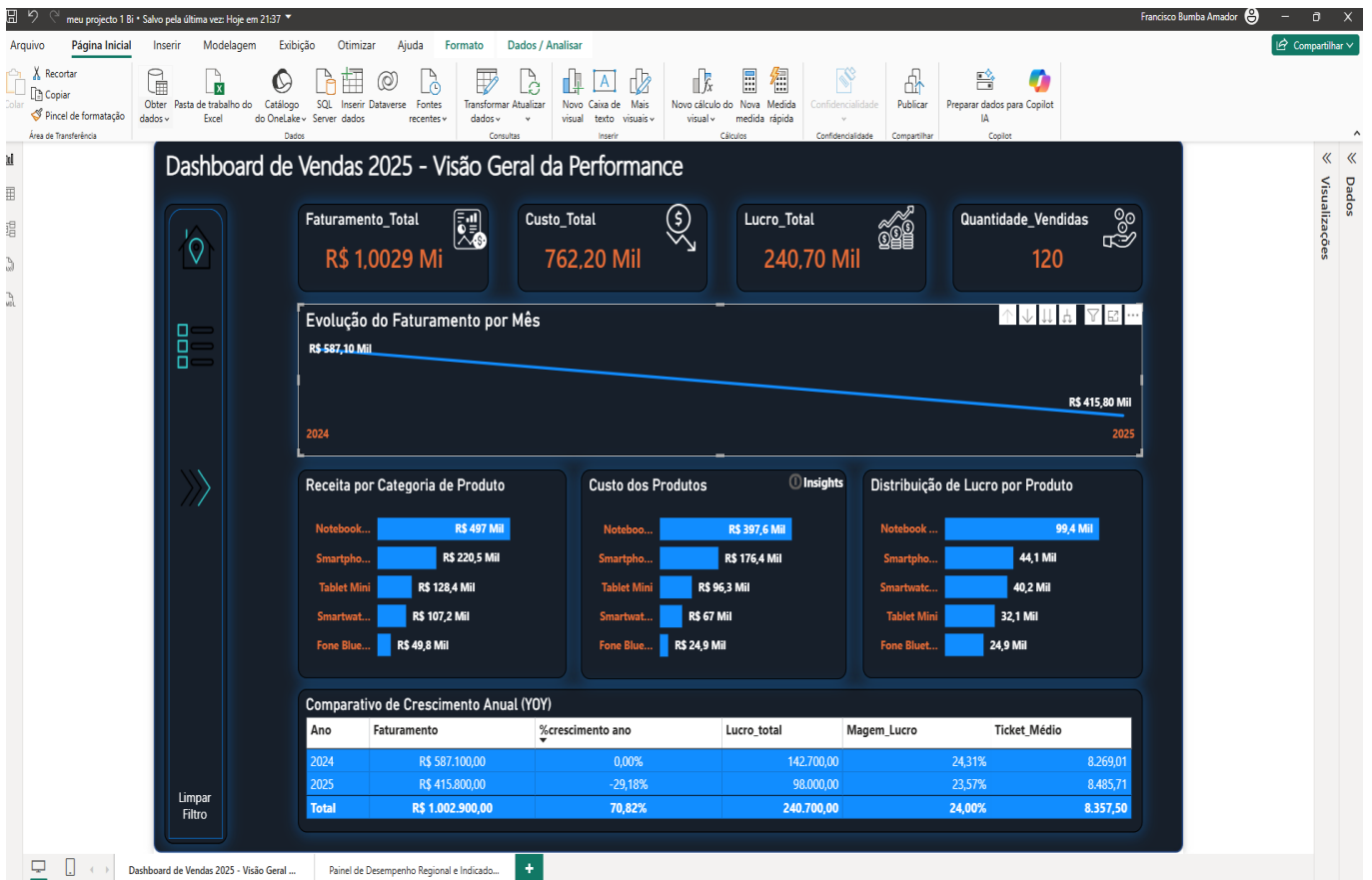
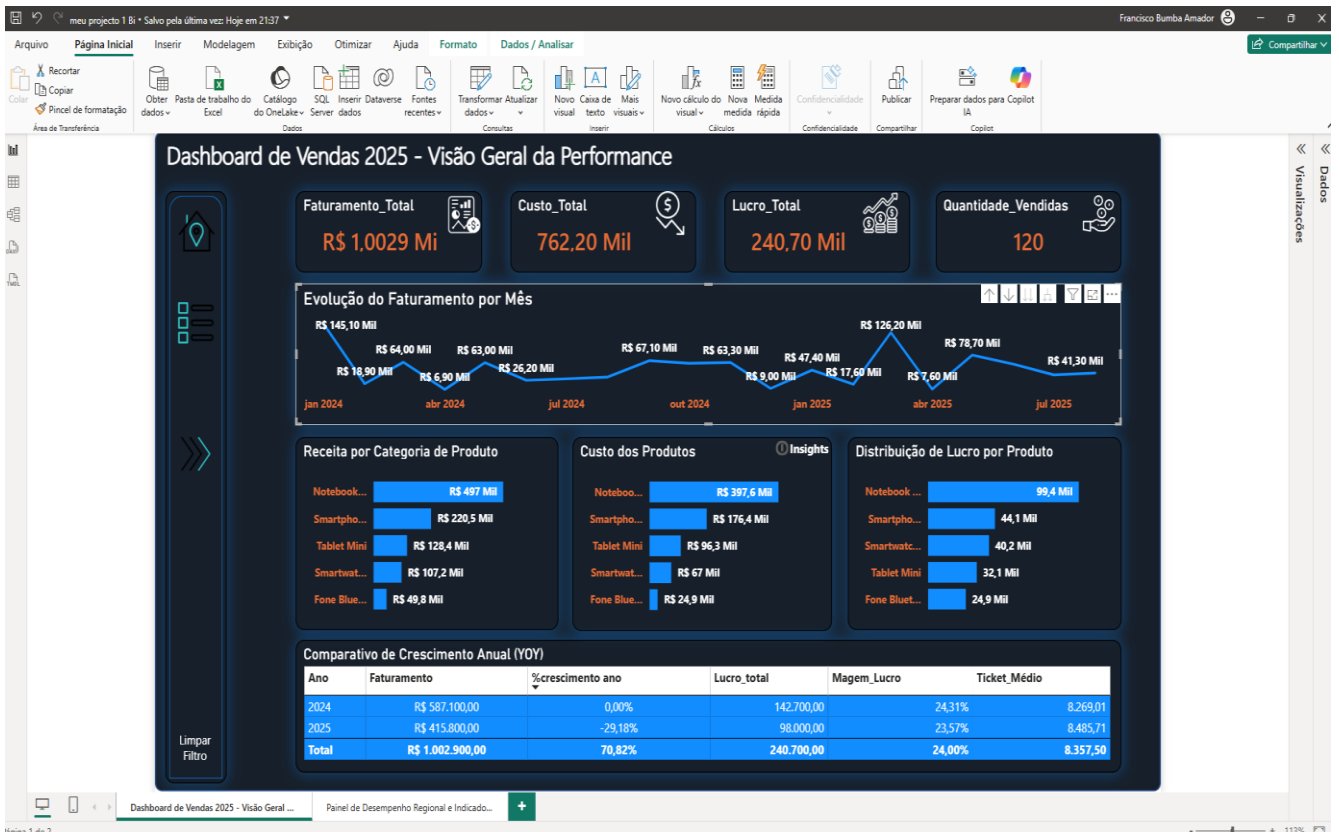
Gráfico de Linha: Ideal para mostrar tendências ao longo do tempo

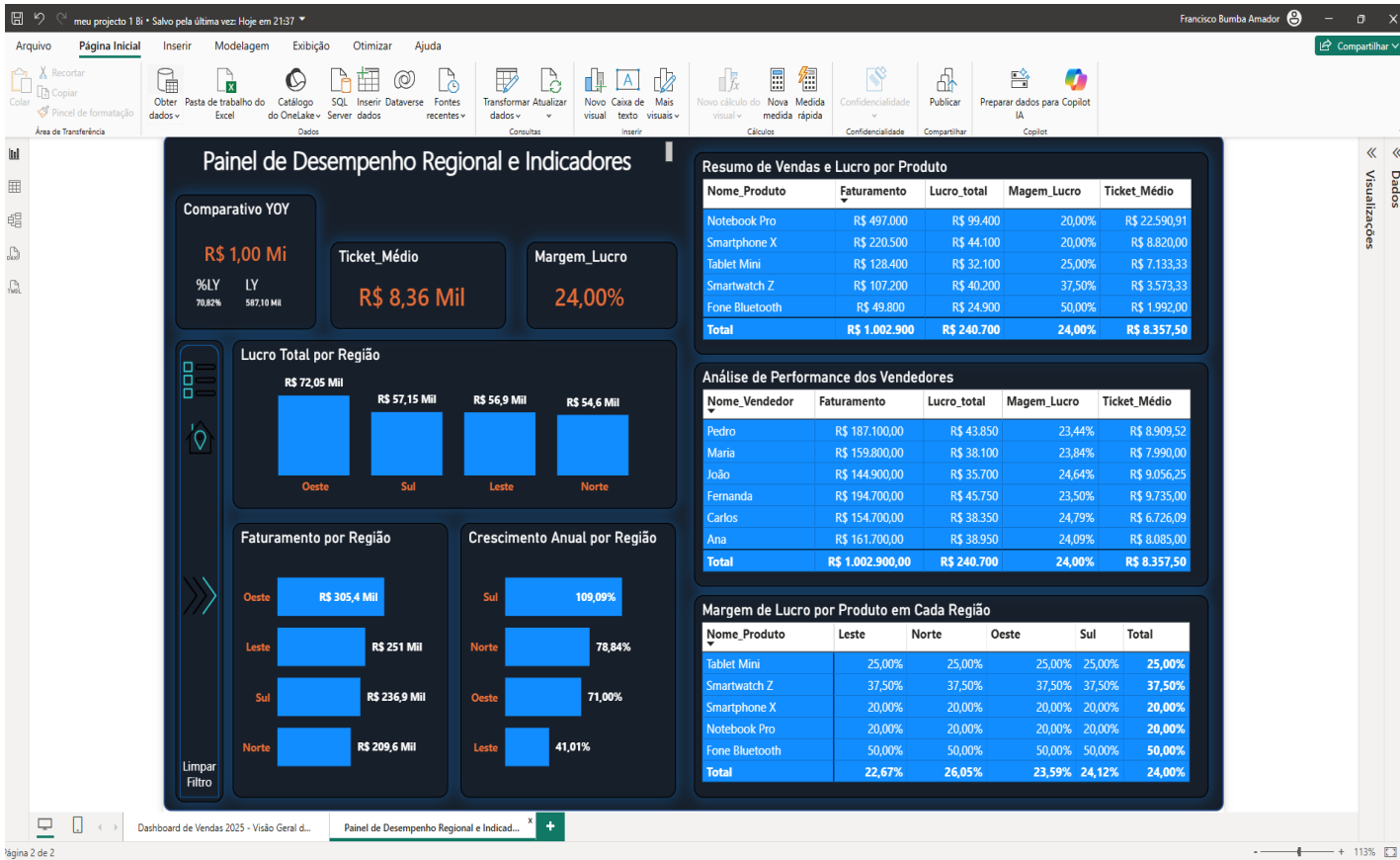
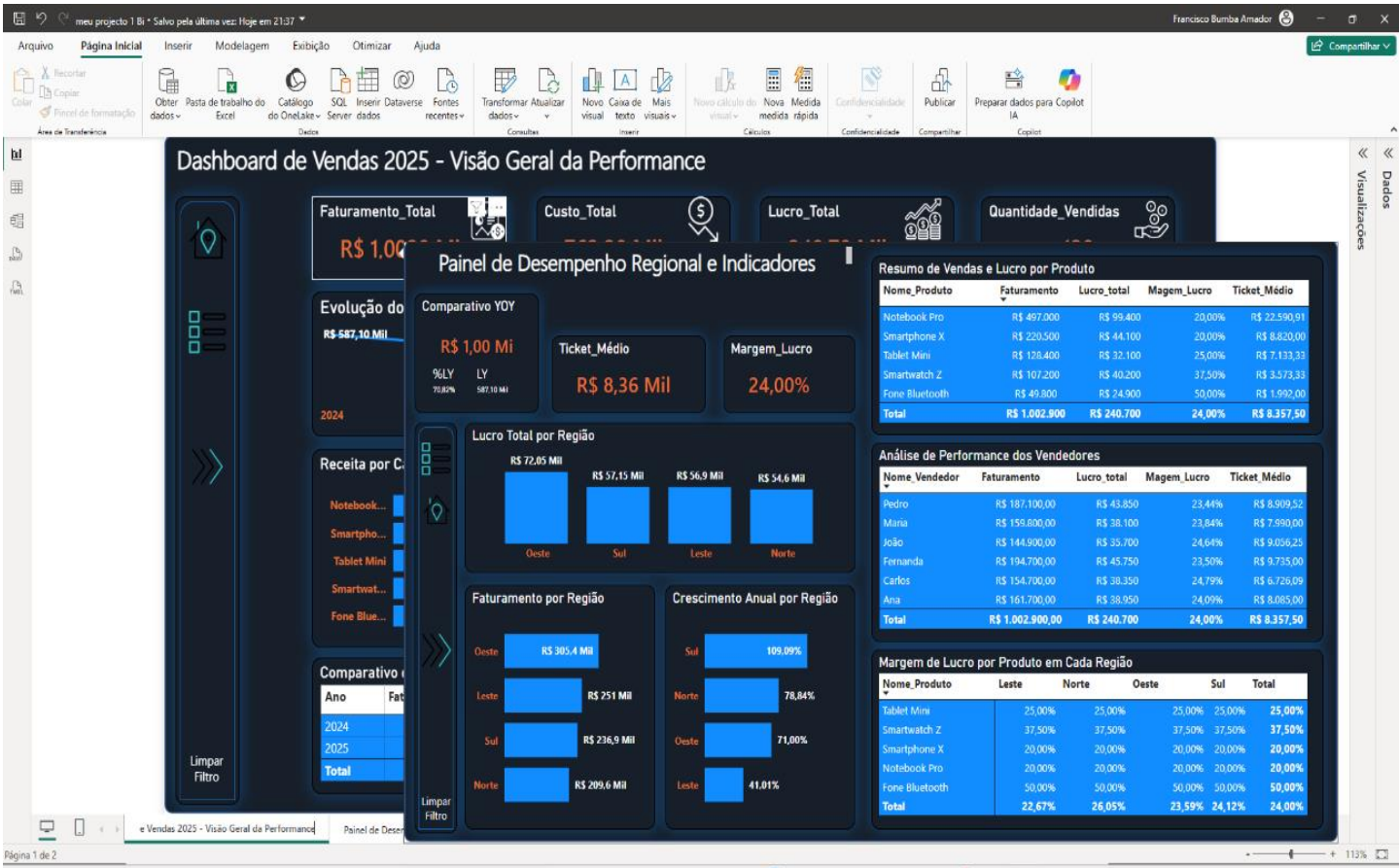
Gráfico de Barra: Usamos para comparar categorias

Gráfico de Coluna: Usamos para comparar categorias

Tabela dinâmica: Usamos porque resume grande volume de dados que permite agrupar com mais eficiência.







7. Interatividade: Segmentadores, Filtros, Drill Down e Bookmarks

Segmentações (Slicers)

- Análise Ano
- Análise Vendedor
- Análise Produto
- Análise Região

Informações Extras:

- Botões de Paginação
- Botões para limpar a segmentação de dados
- Tooltip no Card de Faturamento Total
- Drill Down, usei no gráfico de Linha

8. Insights

8.1. Quais Produtos Geram Mais Receita?

1. **Notebook pro** — R\$ 248,5 mil
2. **Smartphone x** — R\$ 61,5 mil
3. **Smartwatch Z** — R\$ 46,4 mil

Esses três estão no topo da lista, com os notebooks liderando disparado.

8.2. Quem São Os Top Vendedores Em Faturamento, Margem De Lucro E Ticket Médio?

Os **top vendedores em faturamento** são:

1. **Fernanda** — R\$ 194.700,00
2. **Pedro** — R\$ 187.100,00
3. **Ana** — R\$ 161.700,00

Esses três lideram em receita gerada, com Fernanda no topo. Ela faturou quase R\$ 8 mil a mais que Pedro, o segundo colocado.

Top 3 em Margem de Lucro

1. **Carlos** — 24,79%
2. **João** — 24,64%
3. **Ana** — 24,09%

Carlos lidera com a maior eficiência na geração de lucro sobre o faturamento.

Top 3 em Ticket Médio

1. **Fernanda** — R\$ 9.735,00
2. **João** — R\$ 9.056,25
3. **Pedro** — R\$ 8.909,52

Fernanda também se destaca aqui, indicando que suas vendas têm maior valor por transação.

8.3. Qual região vende mais e qual tem menor lucro?

A região que **vende mais** é a **Oeste**, com um faturamento de **R\$ 305,4 mil**.

Aqui está o ranking completo:

1. **Oeste** — R\$ 305,4 mil
2. **Leste** — R\$ 251 mil
3. **Sul** — R\$ 236,9 mil
4. **Norte** — R\$ 209,6 mil

A região Oeste lidera com folga, representando a maior contribuição para o faturamento total

A região com **menor lucro** é a **Norte**, com um total de **R\$ 54,6 mil**.

Aqui está o ranking completo do lucro por região:

1. **Oeste** — R\$ 72,05 mil
2. **Sul** — R\$ 57,15 mil
3. **Leste** — R\$ 56,9 mil
4. **Norte** — R\$ 54,6 mil

Apesar de não estar muito distante das demais, a região Norte apresenta o menor desempenho em termos de lucro total.

8.4. Em que meses as vendas aumentam ou diminuem?

Meses com aumento de vendas

- **Fevereiro** → **Março**: salto de R\$ 17,60 mil para R\$ 126,20 mil (maior crescimento do período)
- **Abril** → **Maior**: recuperação de R\$ 7,60 mil para R\$ 78,70 mil
- **Junho** → **Agosto**: crescimento gradual de R\$ 59,60 mil → R\$ 41,30 mil (com leve queda em julho)

Meses com queda de vendas

- **Janeiro** → **Fevereiro**: queda de R\$ 47,40 mil para R\$ 17,60 mil
- **Março** → **Abril**: queda brusca de R\$ 126,20 mil para R\$ 7,60 mil (maior queda do período)

- **Maio** → **Junho** → **Julho**: queda contínua de R\$ 78,70 mil → R\$ 59,60 mil → R\$ 37,40 mil

Destaque: Março foi o pico de faturamento, enquanto Abril foi o fundo do poço. Isso pode indicar sazonalidade, problemas operacionais ou falta de campanhas nesse mês.

8.5. Qual vendedor tem melhor conversão ou maior lucro?

Melhor Conversão (Maior Margem de Lucro)

A margem de lucro indica a eficiência na conversão de faturamento em lucro. Os líderes são:

1. **Carlos** — 24,79%
2. **João** — 24,64%
3. **Ana** — 24,09%

Carlos é o mais eficiente em transformar vendas em lucro.

Maior Lucro Total

Aqui vemos quem gerou mais dinheiro líquido:

1. **Fernanda** — R\$ 45.750
2. **Pedro** — R\$ 43.850
3. **Ana** — R\$ 38.950

Fernanda lidera em lucro absoluto, mesmo com uma margem um pouco menor que Carlos.

8.6. Quais produtos têm melhor margem de lucro?

Os produtos com **melhor margem de lucro** são:

1. **Fone Bluetooth** — 50,00%
2. **Smartwatch Z** — 37,50%
3. **Tablet Mini** — 25,00%

Esses três se destacam por gerar mais lucro proporcionalmente ao faturamento. O **Fone Bluetooth**, apesar de ter o menor faturamento, é o mais lucrativo em termos percentuais.

9. Recomendação (o que fazer agora?)

9.1. Foco nos Produtos com Alta Margem de Lucro

- **Fone Bluetooth** (50%) e **Smartwatch Z** (37,5%) têm margens muito superiores à média.
- Apesar do faturamento menor, eles são extremamente rentáveis.

Recomendação: Invista em campanhas de marketing e volume para esses produtos. Aumentar vendas pode escalar o lucro rapidamente.

9.2. Potencial de Escala com Produtos de Alto Faturamento

- **Notebook Pro** lidera em faturamento (R\$ 497 mil) e lucro absoluto (R\$ 99.400), mesmo com margem de 20%.

Recomendação: Mantenha esse produto como carro-chefe, mas avalie formas de reduzir custos ou agregar valor para melhorar a margem.

9.3. Vendedores com Maior Eficiência

- **Carlos** tem a melhor margem de lucro (24,79%), enquanto **Fernanda** lidera em faturamento e lucro total.

Recomendação: Use Carlos como referência em treinamento para conversão eficiente e Fernanda como modelo de volume de vendas.

9.4. Regiões com Maior Potencial

- **Oeste** lidera tanto em faturamento (R\$ 305,4 mil) quanto em lucro (R\$ 72,05 mil).

Recomendação: Priorize investimentos logísticos, estoque e ações comerciais nessa região para maximizar retorno.

9.5. Equilíbrio Estratégico

- Produtos como **Tablet Mini** têm boa margem (25%) e faturamento intermediário — são ideais para manter equilíbrio entre volume e rentabilidade.

Recomendação: Use esses produtos como apoio em combos ou promoções para sustentar o mix de vendas.

Obs: vamos Precisar montar um plano de ação com metas por vendedor, produto e região para facilitar a execução

10. Publicação e Compartilhamento

Link do meu Dashboard

<https://app.powerbi.com/view?r=eyJrIjoiaMDU2MDA5NzAtNjY2Ny00OGUzLTk5ODgtNDEwYmU2NjZhYzY0IiwidCI6IjJmMDIyNDJjLTgzZWUtNGU1NC1hNTUxLTc3YjI5OWFhMDMwNyJ9>