

# Análise E-commerce


# Desafio 1

---

Jefferson Junior Siqueira de Moraes

14 de fevereiro de 2024





<b>Introdução.....</b>	<b>2</b>
<b>Desenvolvimento.....</b>	<b>3</b>
<b>Conclusão.....</b>	<b>5</b>



## Introdução


Este documento apresenta uma análise detalhada das vendas de um e-commerce no período de março a abril de 2021. A análise abrange várias categorias de produtos e canais de venda, com foco especial nas áreas de alto desempenho e nas que necessitam de melhorias. O objetivo é identificar oportunidades para aumentar as vendas e expandir a carteira de clientes. As estratégias sugeridas neste documento são baseadas em dados de vendas e comportamento do cliente, e visam otimizar o desempenho em todas as áreas do negócio.

## Desenvolvimento

Com base nos dados fornecidos para os meses de março e abril de 2021, é possível identificar algumas áreas de oportunidade e desenvolver recomendações estratégicas para impulsionar as vendas e expandir a carteira de clientes do seu e-commerce.

Ao observar a baixa nas vendas durante o período analisado, é essencial examinar o desempenho de cada canal de vendas (Internet, Mobile, aplicativo e Mobil) para entender melhor onde estão ocorrendo as quedas.

1. **Foco nas categorias de alto desempenho:** Como a Internet, Mobile e o Aplicativo são as categorias com maior volume de vendas, você pode considerar estratégias para aumentar ainda mais as vendas nessas áreas. Isso pode incluir promoções especiais, descontos ou pacotes promocionais.
2. **Revisão da Categoria Mobil:** Esse é um tópico que precisamos colocar uma atenção, esta categoria tem uma representação em número que elaborei 2 caminhos a serem seguidos.  
**Primeiro:** podemos estabelecer algumas pesquisas do porquê este canal está tendo um número tão abaixo comparando aos outros setores, porém, para que essas pesquisas possam ser realizadas, será necessário compreender o caixa da empresa para saber se podemos explorar esta categoria e entender como está sendo a experiência do cliente, formas de pagamento, navegabilidade e entre outros tópicos.  
**Segundo ponto:** Caso a empresa não obtenha caixa para fazer uma análise exploratória desta categoria, após analisado, sugiro o corte deste canal de venda, o motivo, sua representatividade em carteira é muito abaixo do que os outros setores como, Internet, Mobile e o Aplicativo.
3. **Diversificação do mix de produtos:** Embora a categoria de “Telefone e Celulares” seja a líder em vendas, é importante não negligenciar outras categorias. Explorar a possibilidade de expandir o mix de produtos com potencial de crescimento pode ajudar a diversificar o portfólio e atrair novos clientes para a empresa.
4. **Promoções direcionadas:** Em continuidade, a categoria de “Telefones e Celulares” tem quase o dobro de vendas do departamento de Eletrodomésticos, você pode considerar a realização de promoções direcionadas para aumentar as vendas nessa categoria.
5. **Promoções e descontos estratégicos:** O objetivo é estimular as vendas e atrair clientes em potencial. Isso pode incluir descontos sazonais, promoções por tempo limitado e programas de fidelidade para incentivar o cliente e fazendo assim o aumento do LTV.

- 
6. **Entender o Churn Rate do cliente:** Entender a taxa de perda ou desistência do cliente, é crucial para o sucesso de um e-commerce. Essa métrica revela a porcentagem de clientes que deixam de utilizar os serviços ou produtos da empresa em um determinado período. Ao compreender o churn rate, as empresas podem identificar áreas de melhoria, implementar estratégias de retenção de clientes e calcular o valor intrínseco do cliente, resultando na sustentabilidade e crescimento do negócio a longo prazo.
  7. **Quebra de Objeções do cliente:** Objeções é quando respondemos às preocupações dos clientes de forma clara e convincente para ajudá-los a tomar uma decisão de compra. É mostrar como o produto ou serviço resolve os problemas deles e oferecer garantias para que se sintam seguros ao fazer a compra. Isso ajuda a construir confiança e a fechar mais vendas.
  8. **Aprimoramento da experiência do cliente:** Analisar a melhor experiência do cliente em todas as etapas do processo de compra pode sim, contribuir significativamente para o aumento das vendas e a fidelização. Isso pode envolver melhorias na navegação do site, tempo de carregamento das páginas, processo de checkout simplificado e atendimento ao cliente de alta qualidade.



## Conclusão

O sucesso do e-commerce depende de uma combinação de fatores, incluindo a seleção de produtos, a experiência do cliente e a compreensão das métricas de desempenho. As categorias de alto desempenho, como Internet, Mobile e Aplicativo, são vitais para o negócio e devem ser continuamente otimizadas para maximizar as vendas.

A categoria Mobil, apesar de atualmente não estar performando tão bem, tem potencial para ser melhorada ou, dependendo da situação financeira da empresa, pode ser necessário considerar a descontinuação desta categoria.

A diversificação do mix de produtos e a realização de promoções direcionadas, especialmente na categoria de Telefones e Celulares, podem ajudar a atrair uma gama mais ampla de clientes e aumentar as vendas.

Entender o Churn Rate é crucial para identificar áreas de melhoria e implementar estratégias eficazes de retenção de clientes. Além disso, a quebra de objeções dos clientes e o aprimoramento contínuo da experiência do cliente são fundamentais para construir confiança e fidelidade, resultando em um aumento no valor do tempo de vida do cliente (LTV). Em resumo, a chave para aumentar as vendas e a carteira de clientes é uma compreensão profunda do comportamento do cliente, uma oferta de produtos bem diversificada e uma experiência de cliente excepcional. Com essas estratégias em prática, o e-commerce está bem posicionado para um crescimento sustentável a longo prazo.