

Processo Seletivo - Analista de BI/Dados

Jefferson B. A. Silva



Cenário

- A empresa **Casa Mineira Imóveis** disponibilizou uma base de dados com **5.367** entradas e **10** variáveis para análise como parte do Processo Seletivo para a vaga de **Analista de BI/Dados Jr.**



Objetivos Gerais

- Entender os dados presentes na base fornecida para extrair o máximo de informações relevantes;
- Apresentar as informações obtidas através de um dashboard.

Objetivos Específicos

- Analisar a evolução do volume de ocorrências geradas ao longo do período;
- Calcular a taxa de conversão de ocorrências;
- Identificar as Imobiliárias que geram maior número de ocorrências;
- Avaliar se há diferença na taxa de conversão de clientes novos e recorrentes;
- Avaliar o impacto dos tipos de Canal de Origem na geração de ocorrências;
- Identificar a etapa do processo que acumula maior número de ocorrências perdidas;
- Calcular o tempo médio de duração das ocorrências.

Ferramentas Utilizadas

- **Python:** Utilizado para tratamento da base de dados, definição das variáveis a serem utilizadas e realização de análises preliminares;
- **Microsoft Power BI:** Utilizado para análise mais detalhada dos dados, definição de indicadores a serem acompanhados e criação do dashboard.

Base de Dados

A base de dados é composta das seguintes variáveis:

- Negócio - **Negócio criado em;**
- Negócio - **Organização 2;**
- Negócio - **Novo cliente?;**
- Negócio - **Etapa;**
- Negócio - **Status;**
- Negócio - **Data de ganho;**
- Negócio - **Data de perda;**
- Organização - **Canal de Origem;**
- Negócio - **Data atualizada;**
- Negócio - **Data da Última Atividade.**

Variáveis Utilizadas

Após tratamento da base de dados, foram utilizadas as seguintes variáveis:

- **Data de Criação:** Apresenta a data de criação da ocorrência;
- **Organização:** Identifica a imobiliária que gerou a ocorrência;
- **Novo cliente?:** Identifica se a ocorrência foi gerada por um novo cliente;
- **Etapa:** Apresenta em qual etapa a ocorrência se encontra desde a última atualização;
- **Status:** Identifica o status da ocorrência;
- **Data de ganho:** Indica a data que a ocorrência foi ganha;
- **Data da perda:** Indica a data que a ocorrência foi perdida;
- **Canal de origem:** Indica qual a partir de qual canal a ocorrência foi gerada.

Premissas

- Devido ao baixo índice de ocorrências ganhas, estas não foram utilizadas como parâmetro para análises;
- Os campos **“Data de Atualização”** e **“Data da Última Atividade”** não foram utilizados na análise por não apresentarem informações relevantes;
- Assumimos o campo “Novo Cliente?” independente do campo “Organização”.

Análise Exploratória



Variáveis Utilizadas

- Data de Criação:
 - A base possui ocorrências registradas no período entre **22/03/2021** e **14/10/2021**;
- Organização:
 - As ocorrências registradas partem de **258** imobiliárias distintas.
- Novo cliente?:
 - Destas ocorrências, **1.709 (31,84%)** vieram de novos clientes, **1.689 (31,47%)** de clientes antigos e **1.969 (36,69%)** não possuem descrição;

Variáveis Utilizadas

- Etapa:
 - O processo se desenvolve em **6** etapas, a saber:
 - Contato;
 - Tá quente;
 - Visita agendada;
 - Pós-visita;
 - Acompanhamento;
 - Negociação.

Variáveis Utilizadas

- Status:
 - Das ocorrências, **4.081 (76,04%)** foram perdidas, **1.264 (23,55%)** estão em aberto e **22 (0,41%)** foram ganhas;
- Data de ganho:
 - Todas as **22** conclusões positivas possuem data;
- Data da perda:
 - Todas as **4.081** ocorrências perdidas possuem data de perda.

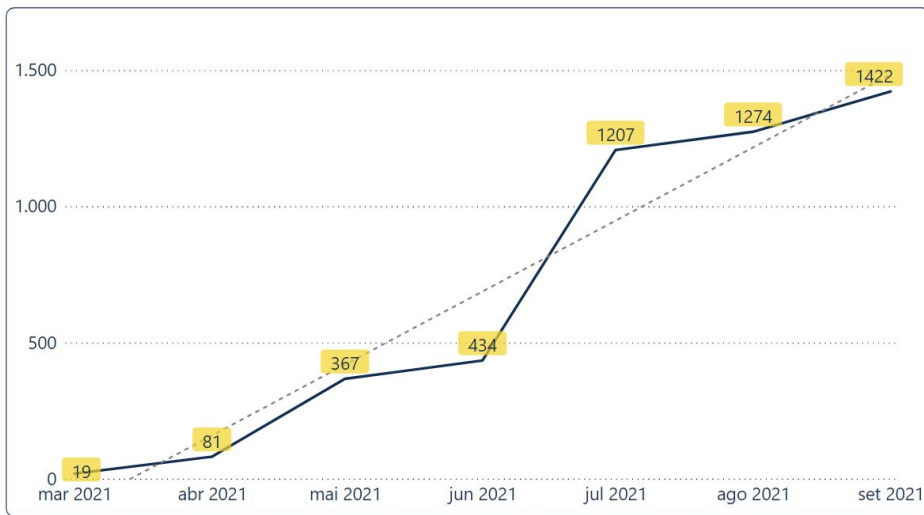
Variáveis Utilizadas

- Canal de origem:
 - Existem **4** tipos de origem para a ocorrência, a saber:
 - **Tipo A**, com **546 (10,17%)** ocorrências;
 - **Tipo B**, com **1.906 (35,51%)** ocorrências;
 - **Tipo C**, com **1.368 (25,49%)** ocorrências;
 - **Tipo D**, com **1.547 (28,82%)** ocorrências.

Análises



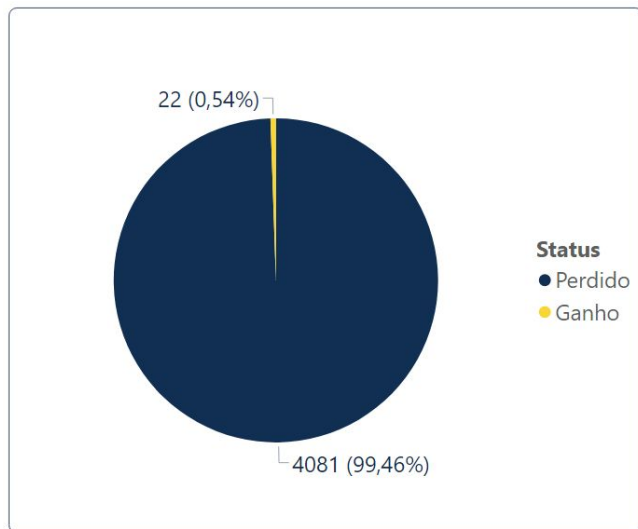
Evolução do Volume de Ocorrências Geradas por mês



- O número de ocorrências têm **crescido** ao longo dos meses registrados e tem tendência de crescimento para os próximos meses;
- Podemos observar, em especial, um **crescimento maior** entre os meses de **junho** e **julho** de 2021;

Obs.: Foram desconsiderados os dados do mês de outubro, uma vez que este não possui dados de todo mês.

Taxa de Conversão para Negócios Ganhos



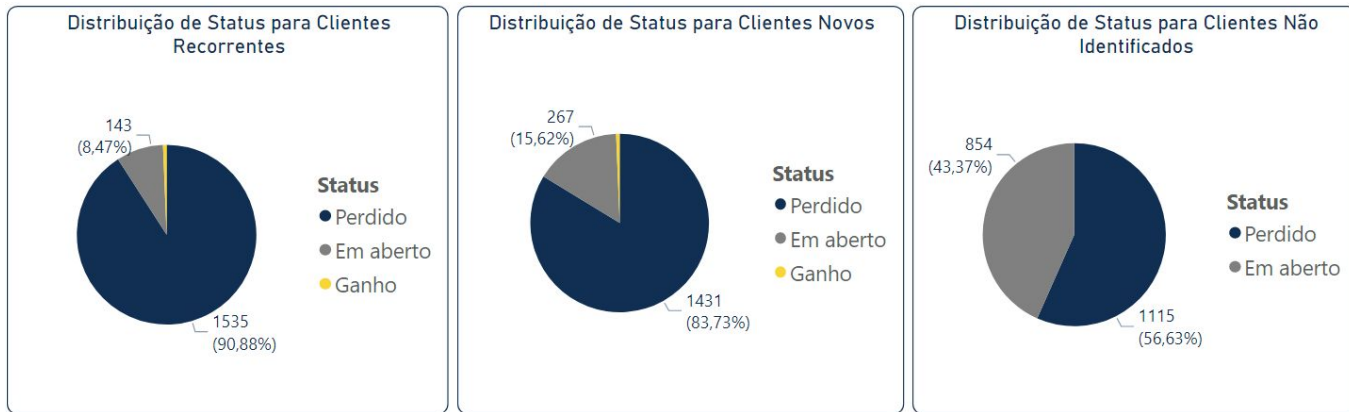
- As ocorrências **ganhas** representam **0,54% (22)** de todas as ocorrências concluídas.

Análise de Pareto da Quantidade de Ocorrências Geradas

Ranking ▲	Organização	Quantidade de Ocorrências Geradas	Quantidade de Ocorrências Geradas Percentual (Acumulado)
1	Imobiliária 31	207	3,86%
2	Imobiliária 74	186	7,32%
3	Imobiliária 3	168	10,45%
4	Imobiliária 76	129	12,86%
5	Imobiliária 105	128	15,24%
6	Imobiliária 50	91	16,94%
7	Imobiliária 22	90	18,61%
8	Imobiliária 149	87	20,23%
9	Imobiliária 92	77	21,67%
10	Imobiliária 231	76	23,09%
11	Imobiliária 49	75	24,48%
12	Imobiliária 26	69	25,77%

- Apenas **12 (4,74%)** de todas as imobiliárias representam **25%** das ocorrências geradas.

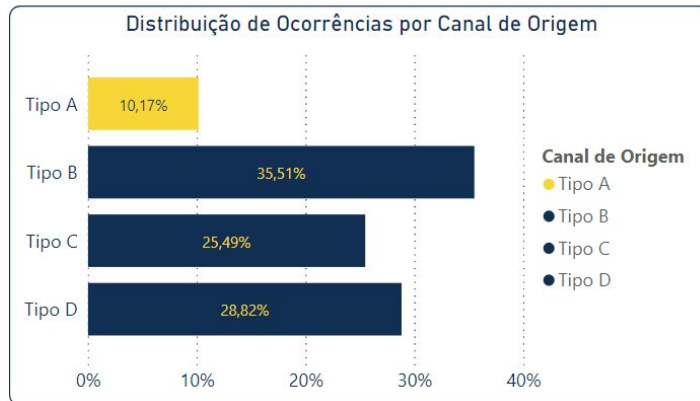
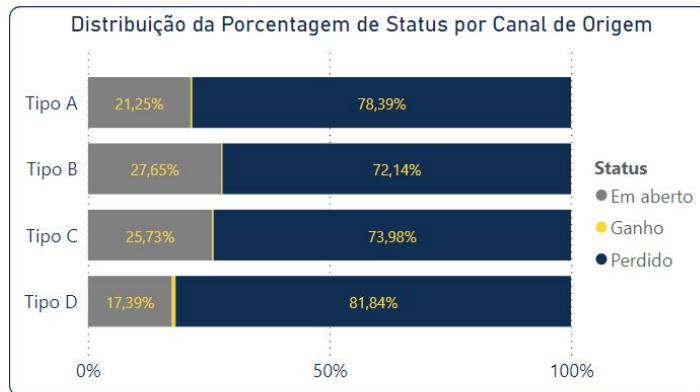
Proporção de Ocorrências com Respeito ao Tipo de Cliente



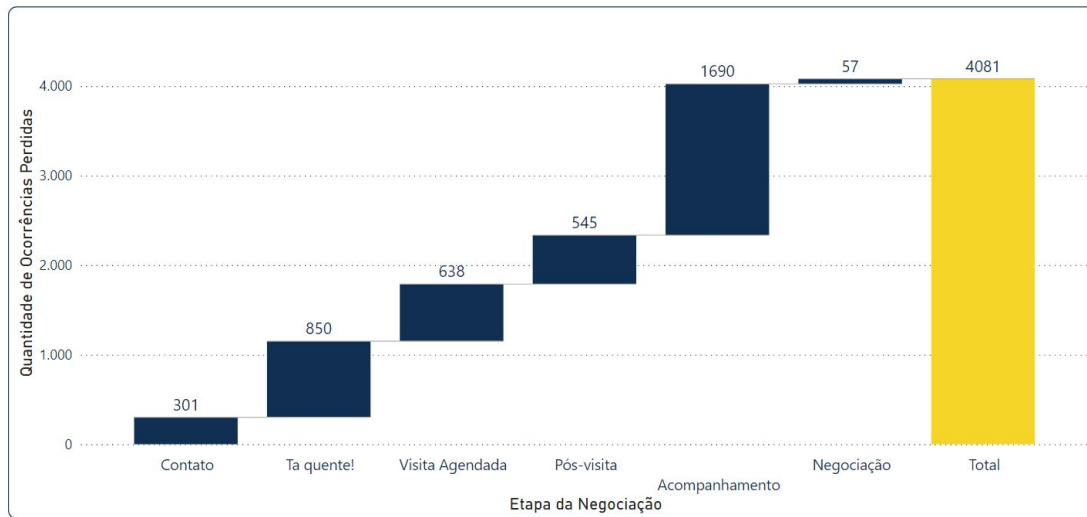
- **1.969 (36,69%)** das ocorrências não possuem informação sobre o status do cliente;
- As ocorrências **ganhas** são divididas igualmente entre clientes novos e recorrentes, **11** para cada;
- Com respeito às ocorrências perdidas, não é possível obter mais informações devido ao número elevado de clientes não identificados.

Análise do Desempenho dos Canais de Origem

- O Canal **Tipo B** gerou o **maior** número de ocorrências, seguido pelo Tipo D, C e A respectivamente;
- O Canal **Tipo D** obteve a **maior** taxa de conversão e **maior** quantidade de ocorrências ganhas, **0,94%** e **12**, respectivamente.
- O Canal **Tipo A** gerou um número consideravelmente **menor** de ocorrências quando comparado com os outros canais.



Distribuição dos Negócios Perdidos com Respeito às Etapas



- Dos negócios perdidos, **41,41% (1.690)** foram perdidos na etapa **Acompanhamento (Etapa 5)**.

Duração Média da Ocorrência

20,40

DURACAO MEDIA (GANHOS)

20,80

DURACAO MEDIA (PERDIDOS)

20,60

DURACAO MEDIA

- A **duração média** das ocorrências é de **20,60 dias**, sendo **20,40** para ocorrências ganhas e **20,80** para ocorrências perdidas.

Conclusão



Ações Sugeridas

Baseado na análise dos dados fornecidos, pode-se sugerir as seguintes ações:

- Trabalhar juntamente com a equipe responsável pela **Etapa 5 – Acompanhamento** do processo, pois das ocorrências perdidas **41,41%** delas ocorreram nesta etapa;
- Alinhar com os colaboradores sobre a necessidade de preenchimento do campo "**Novo Cliente?**" corretamente, uma vez que este pode auxiliar no melhor direcionamento de ações a serem tomadas;
- Análise das **ações** realizadas durante o mês de **Junho/2021** para possível aplicação em meses futuros;
- Analisar mais a fundo o **desempenho** do canal **Tipo A**, uma vez que este gerou menos ocorrências quando comparado aos outros.

Próximos Passos

Caminhos para a continuação destas análises são:

- Trabalhar com informações relacionadas à receita gerada pelos negócios fechados e investimento necessário em cada Canal de Origem para avaliar a retorno sobre o investimento;
- Estudo da organização do preenchimento dos campos “Data de Atualização” e “Data da Última Atividade” para avaliar a viabilidade de um possível retrabalho das ocorrências perdidas após determinado tempo.
- Trabalhar com informações geográficas para análise de desempenho separado por região;
- Trabalhar com informações de Analytics para analisar desempenho por faixa etária, sexo, renda e etc.

Obrigado!

Dúvidas e sugestões?

Estou disponível em:

- jeffauh@gmail.com
- [Linkedin](#)
-  (31) - 9 8819-0639