**Realizado por: Jhenifer Bilhalva dos Santos**

**Cliente: Empresa Atacadista em Eletrônicos**

**Cliente:** Uma rede de varejo regional do setor de mercado de eletrônicos com 11 lojas espalhadas por diferentes estados (RS, SC, SP, AC, AL, PI, DF, ES, MG, PR e RJ). A empresa não conhece seus concorrentes, não sabe onde seus clientes mais estão localizados, não tem estratégias de fidelidade de clientes e usa o CRM, mas não é bem administrado pelos funcionários.

**Desafio:** A empresa enfrentava queda nas vendas e alta rotatividade de clientes, sem entender completamente as causas desses problemas. Eles tinham dados dispersos e não sabiam como usá-los para tomar decisões mais informadas.

#### ****Objetivo da empresa:**** Aumentar as vendas, melhorar a fidelização de clientes e otimizar os processos internos, utilizando dados para embasar as decisões estratégicas.

**Resultado:** Por meio do dashboard foi possível saber a distribuição dos clientes em questão de sexo, tipo e região, bem como o total de clientes por estado e o total de vendas por estado. Além disso, foi possível localizar o meio de pagamento mais utilizado pelos clientes e o total vendido de cada produto segmentado por mês e estado. Informações como o total de desconto aplicado por cliente, total de clientes por ano e o nível de satisfação dos clientes foram mensuradas, acrescentando análises sobre o custo de marketing por campanha e o total de custos por mês. Dessa forma, a empresa conseguiu entender onde está o maior e menor fluxo de suas vendas e onde deve investir nas lojas, aplicar possíveis descontos aos clientes mais recorrentes, verificar o produto mais vendido, analisar como tem sido o nível de satisfação de seus clientes e entender os custos para fazer uma melhor gestão dos custos com o marketing.