

Business Case - Análise de Vendas

Contexto

O setor comercial de uma rede de lojas de roupas deseja saber o resultado das vendas e desempenho de suas filiais ao longo do ano de 2024. Eles estabeleceram uma meta mensal de R\$7.000,00 de faturamento por loja e desejam, através dessa análise, descobrir se a meta foi atingida ao longo do ano, bem como qual foi o desempenho geral da empresa, e quais lojas e produtos têm dado maior retorno nas vendas.

1. Dicionário da base de dados

Coluna	Descrição
Loja	Nome da filial
Data	Data da venda
Produto	Produto vendido
Valor_Unitario	Valor de uma unidade do produto
Quantidade	Quantidade de produtos vendidos
Valor_Total	Valor total da venda (quantidade comprada * valor unitário)

2. Objetivo da análise

Para responder aos pedidos da empresa, analisaremos o resultado das vendas de 2024 com base em 4 perguntas, descritas abaixo. Com isso, teremos o faturamento geral, por loja, produto e mês, o que vai nos apontar quais unidades, itens e período tiveram melhor desempenho naquele ano.

- Qual o faturamento de 2024?
- Que lojas mais venderam?
- Quais os produtos mais vendidos?
- Nossas lojas atingiram a meta mensal estabelecida?

3. Perguntas e respostas

3.1. Qual o faturamento de 2024?

O faturamento total do ano foi de **R\$461.743,30**. Analisando por unidade, Leblon e Ipanema contaram com os maiores faturamentos, respectivamente 28% e 21,8% do total.

Loja	Faturamento	Porcentagem
Leblon	R\$129.388,30	28%
Ipanema	R\$100.448,60	21,8%
Botafogo	R\$91.200,00	19,8%
Barra	R\$73.385,00	15,9%
Tijuca	R\$67.321,40	14,6%
Total	R\$461.743,30	100%

3.2. Que lojas mais venderam?

Contamos com um **total de 759 vendas, de 2.308 itens**. As unidades que mais venderam foram Leblon e Ipanema.

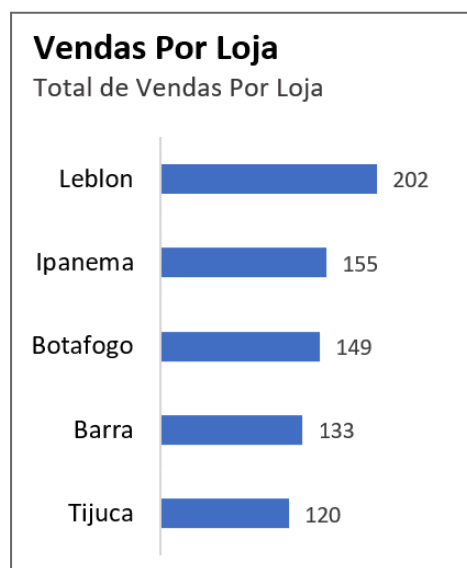


imagem 1. Vendas Por Loja

3.3. Quais os produtos mais vendidos?

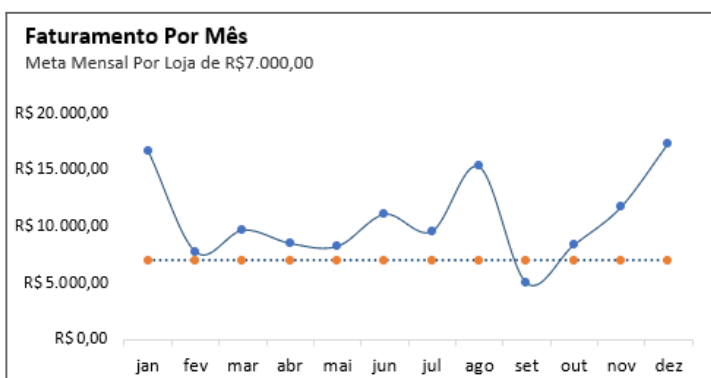
De maneira geral, **os itens tiveram distribuição semelhante em número de vendas e quantidade vendida**. A diferença se deu no faturamento, com **Camisa Linho, Oxford e Joa somando mais de 70% do faturamento total**. A tabela está ordenada pelo número de vendas.

Produto	Nº de Vendas	Quantidade Itens	Faturamento	% Faturamento
Camisa Oxford	158	480	R\$100.464,00	21,75%
Camiseta Navy	157	479	R\$80.136,70	17,36%
Camiseta Joa	151	480	R\$97.104,00	21,03%
Camiseta Pima	149	423	R\$50.506,20	10,94%
Camisa Linho	144	446	R\$133.532,40	28,92%
Total	759	2.308	R\$461.743,30	100%

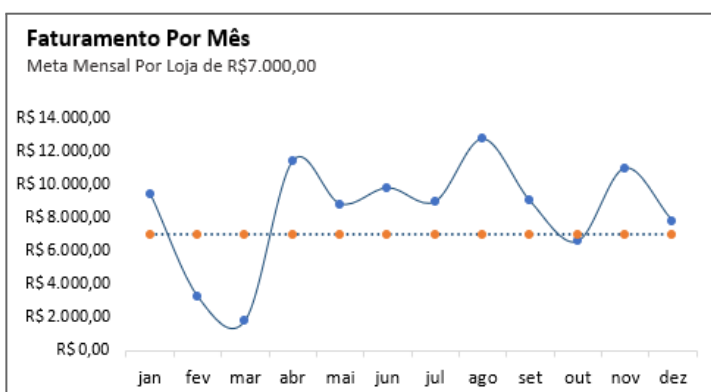
3.3. Nossas lojas atingiram a meta mensal estabelecida?

Aplicando o faturamento médio das lojas (faturamento total / 12 meses), apenas 3 das 5 lojas atingiram ou ultrapassaram a **meta estabelecida de R\$7.000,00, sendo elas Leblon, Ipanema e Botafogo**. Todas as lojas contaram com oscilações, ou seja, ao longo do ano, houveram meses em que estavam acima ou abaixo da meta. Analisemos abaixo o desempenho mês a mês de todas as lojas:

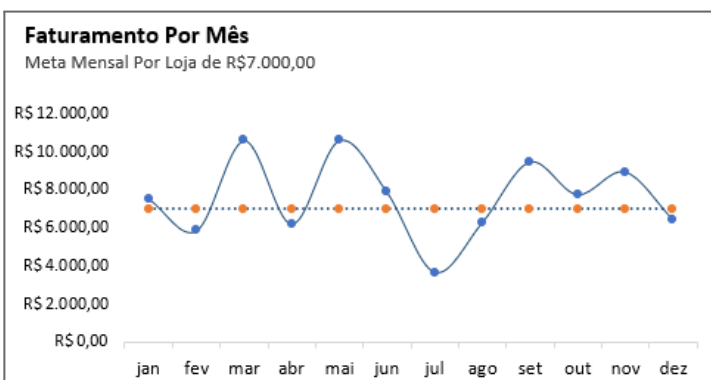
Análise mês a mês do faturamento, por loja



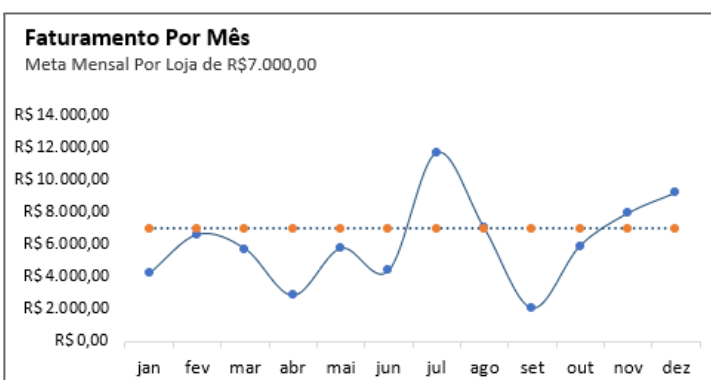
Loja do Leblon - Faturamento médio de **R\$10.388,30**. Com o melhor desempenho, ficou um pouco abaixo da meta apenas em setembro. Contou com picos no faturamento entre julho e agosto e tendência de crescimento a partir de outubro.



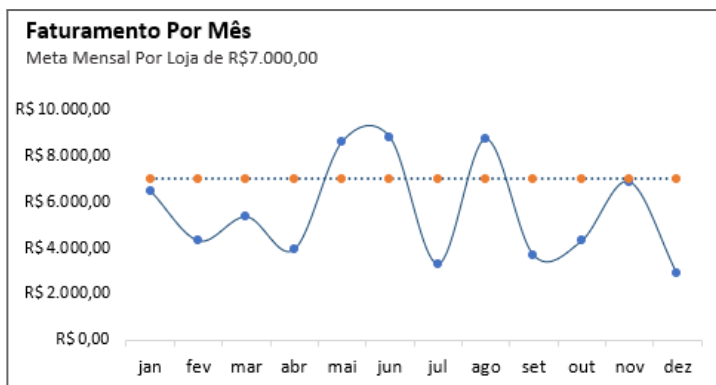
Loja de Ipanema: Faturamento médio de **R\$8.370,72**. Apresentou queda nas vendas no começo de 2024, passando a crescer entre março e abril. Após isso teve bom desempenho, estando acima ou muito próxima da meta no restante do ano.



Loja de Botafogo: Faturamento médio de **R\$7.600,00**. Ficou acima ou bem próximo da meta a maior parte do ano, estando muito abaixo apenas em julho.



Loja da Barra: Faturamento médio de **R\$6.115,42**. Ficou acima da meta apenas nos meses de julho, novembro e dezembro, contando com péssimo desempenho em setembro.



Loja da Tijuca - Faturamento médio de **R\$5.610,17**. Com o pior desempenho, esteve acima ou próximo da meta apenas em 5 meses do ano. Começou e encerrou o ano com queda no faturamento.

4. Como melhorar nossos resultados

- **Aumentar promoções nas lojas com menor faturamento:** Para as lojas com pior desempenho podemos aumentar as campanhas de promoções e descontos, a fim de incentivar o aumento das vendas nessas filiais. Ambas contaram com baixo faturamento no começo do ano (janeiro - abril), podemos voltar campanhas para datas comemorativas que ocorrem neste período. Devemos explorar também o que causou pico nas vendas nessas lojas e buscar fidelizar os clientes que compram nesse período, a fim de trazê-los também em outras épocas do ano.
- **Fidelizar clientes:** Para nossas lojas com melhor desempenho, podemos lançar programas de indicação, para obter mais clientes de perfil semelhante aos nossos de maior valor, assim como programas de fidelidade e premiações para esses clientes, aumentando seu engajamento com nossas lojas.
- **Focar em nossos produtos de maior faturamento:** Observamos que os produtos tiveram desempenho semelhante em número de vendas e quantidades vendidas, a diferença se deu no faturamento, devido, obviamente, ao preço dos produtos. Podemos realizar campanhas de marketing para estes produtos de maior valor, destacando suas qualidades e diferencial, e direcionando as campanhas para pessoas de perfil semelhante aos nossos clientes que adquirem essas camisas.