

# RELATÓRIO EXECUTIVO

## BI Supermarket Profitability Strategy

Otimização de Ticket Médio e Rentabilidade

Autor: Tiago Magalhães Santos

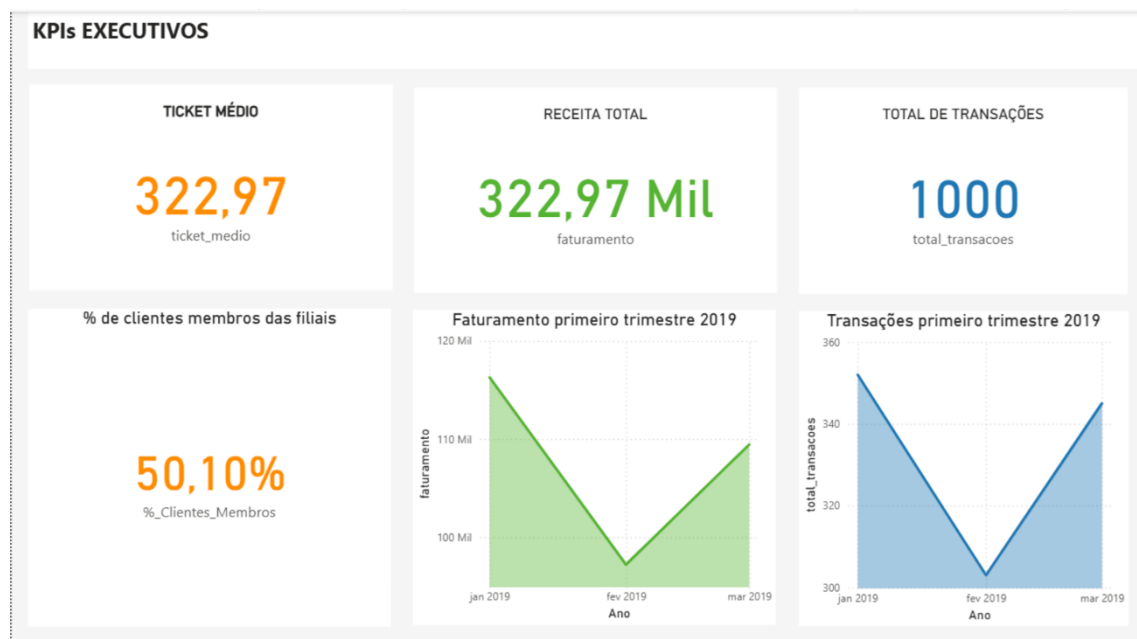
Ferramentas: Power BI | SQL | DAX

Linkedin: [linkedin.com/in/tiago-magalhaes-santos](https://www.linkedin.com/in/tiago-magalhaes-santos)

### 1. Contexto do Negócio

Este relatório apresenta uma análise de dados voltada à otimização do desempenho comercial de uma rede de supermercados, com foco em rentabilidade, Ticket Médio e fidelização de clientes.

O estudo foi realizado a partir de dados transacionais do primeiro trimestre de 2019.



### 2. Desafio Identificado

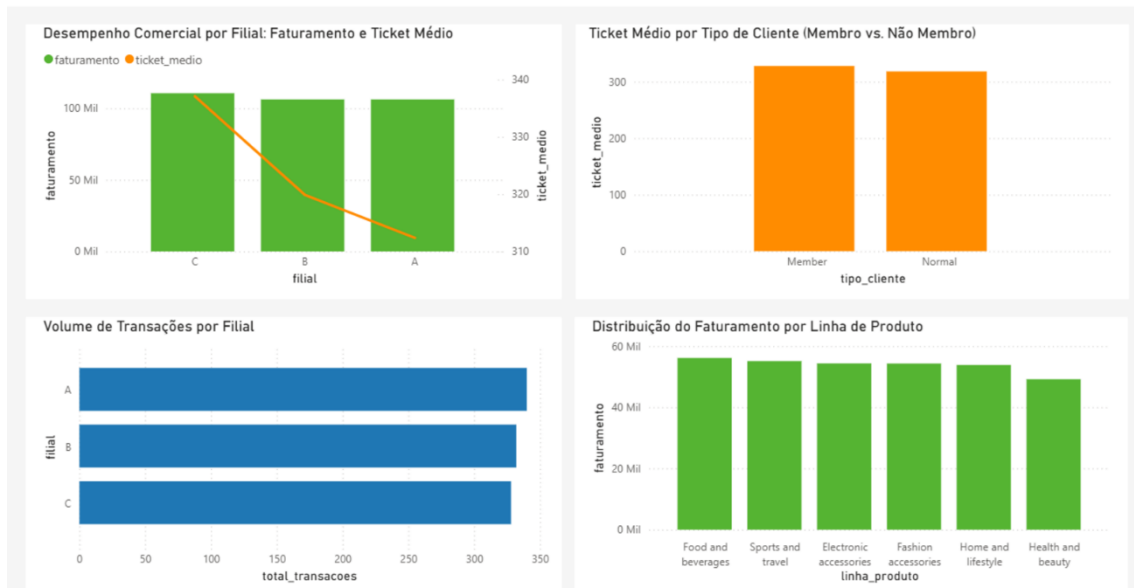
As Filiais A e B apresentavam:

- alto volume de vendas
- baixo Ticket Médio

- menor eficiência operacional

Enquanto isso, a Filial C se destacava consistentemente em rentabilidade.

#### Visão de Performance Comercial



### 3. Abordagem Analítica

A análise foi conduzida em quatro frentes:

- KPIs executivos
- Segmentação por cliente e pagamento
- Desempenho de produtos por filial
- Deep dive estratégico na Filial C

Foram utilizadas métricas DAX customizadas e validações em SQL.

## Perfil do Cliente e Pagamento



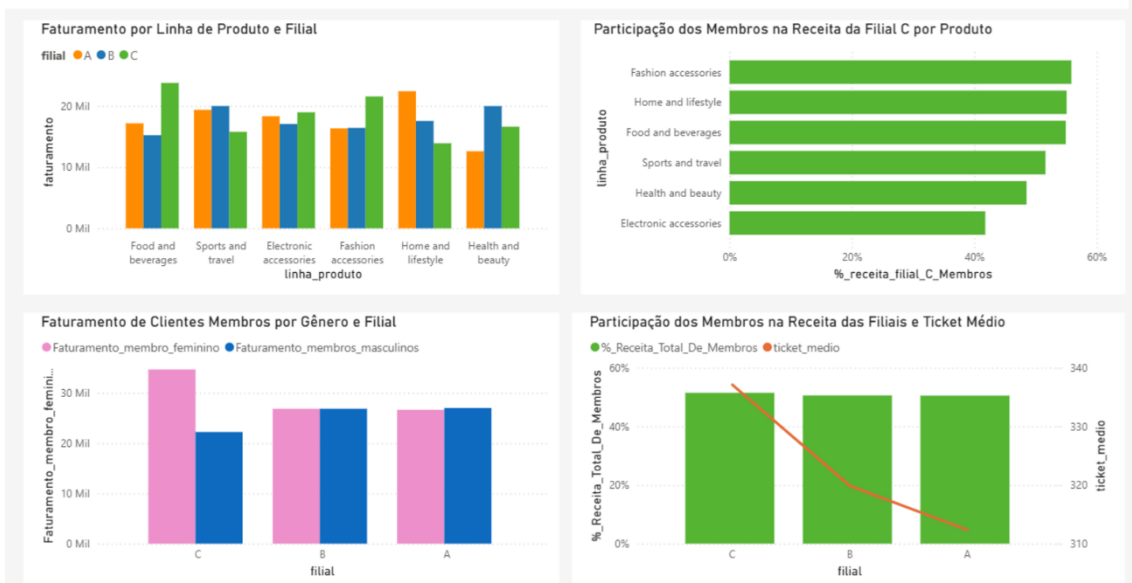
## 4. Principais Insights

### 4.1 Filial C — Benchmark Operacional

A Filial C apresenta:

- maior Ticket Médio
- melhor combinação entre volume e valor
- maior eficiência no mix de produtos

## Desempenho de Produtos por Filial



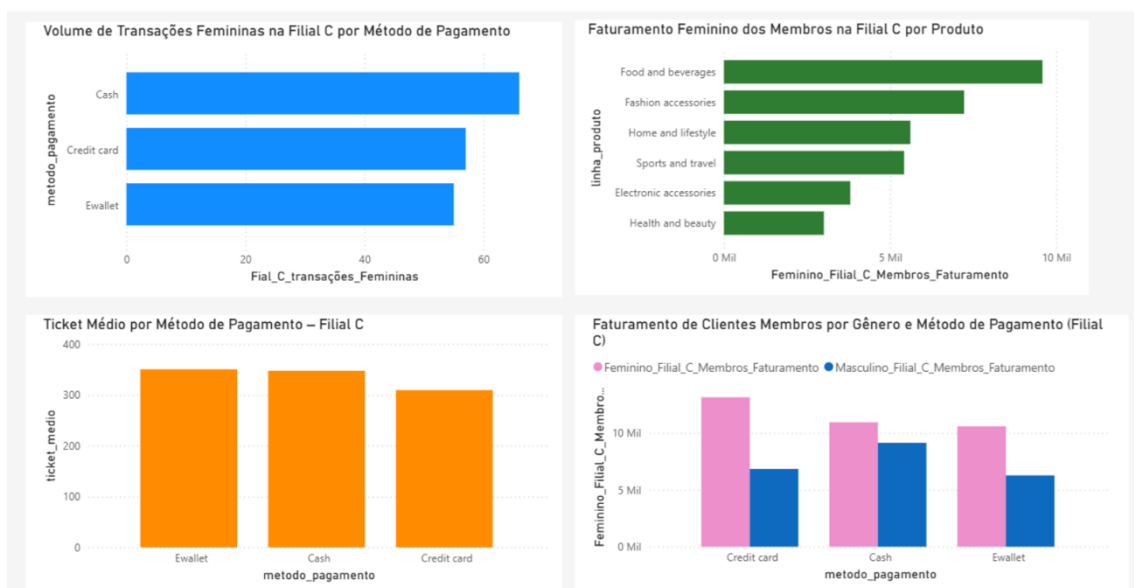
---

## 4.2 Fidelização e Gênero

O público feminino membro:

- gera maior faturamento
- concentra maior uso de crédito
- apresenta ticket médio superior

### Análise Estratégica da Filial C



---

## 4.3 Métodos de Pagamento

Embora o cash concentre volume, o crédito é responsável pelo maior valor financeiro.

---

## 5. Recomendações Estratégicas

- Replicar o mix de produtos da Filial C nas Filiais A e B
  - Incentivar pagamentos via crédito
  - Evoluir o programa de fidelidade para aumentar ticket médio
  - Desenvolver estratégias inclusivas para ampliar engajamento masculino
-

## 6. Próximos Passos Analíticos

- Modelos de churn de membros
  - Análise de cesta de produtos
  - Benchmark contínuo entre filiais
- 

## 7. Considerações Finais

O projeto demonstra como Business Intelligence pode apoiar decisões estratégicas com base em dados, transformando métricas operacionais em ações de negócio.