

Challenge

Problema e desafio

Ao fechar o balanço de vendas dos primeiros 4 meses de 2022, o time de Marketing apontou que o mês de Março teve uma queda de aproximadamente 50% nas vendas, e não conseguiu encontrar a causa ou algo que explicasse tal queda.

Você então é convocado para solucionar tal desafio, e **deve entender o porquê da queda de vendas em Março utilizando-se da base de dados de sua empresa.** Para isso, acesse o banco para coletar os dados, e use os recursos ao seu alcance para analisar o problema e apresentar as suas conclusões.

1. Quais as conclusões que se pode tirar para a queda de vendas de março?

Sabe-se que o foco e as propagandas do site giram em torno de resultados para cabelos lisos, por isso, podemos perceber que essas consumidoras são as que mais compram os produtos, em todos os meses, exceto, justamente, em março, onde quem mais comprou foram clientes de cabelos crespo, cacheado e ondulado, nessa ordem. Observamos claramente o impacto no faturamento no gráfico 2. Nesse mês, o número de clientes comprando na loja caiu pela metade em relação aos meses anteriores, como podemos notar no gráfico 3. A média de faturamento se manteve praticamente constante nos quatro meses, como vemos no gráfico 4, porém, como houve menos vendas em março, esse faturamento foi, consequentemente, menor. Somente com os dados disponíveis, não é possível afirmar o motivo da queda de vendas nesse mês, especificamente. Uma possível razão seria, por exemplo, um alcance menor das campanhas publicitárias no mês de março. Isso teria que ser investigado junto ao time de marketing da empresa.

2. Existe algum outro padrão nos dados analisados que pode ser útil para a tomada de decisão nos negócios da empresa?

Podemos concluir, de acordo com o gráfico 5, que as mulheres na faixa de idade entre 20 e 40 anos são as que mais consomem produtos do site. Aproximadamente 70% do volume total de vendas é proveniente das consumidoras nessa faixa etária. Assim, seria interessante que a equipe de marketing da empresa focasse suas campanhas para elas e montasse uma estratégia para atrair as mulheres das demais faixas, para que essas clientes passassem, assim, a consumir mais. Uma possibilidade seria enviar e-mails com cupons e promoções para esses grupos de consumidoras, por exemplo.

Gráficos

Gráfico 1

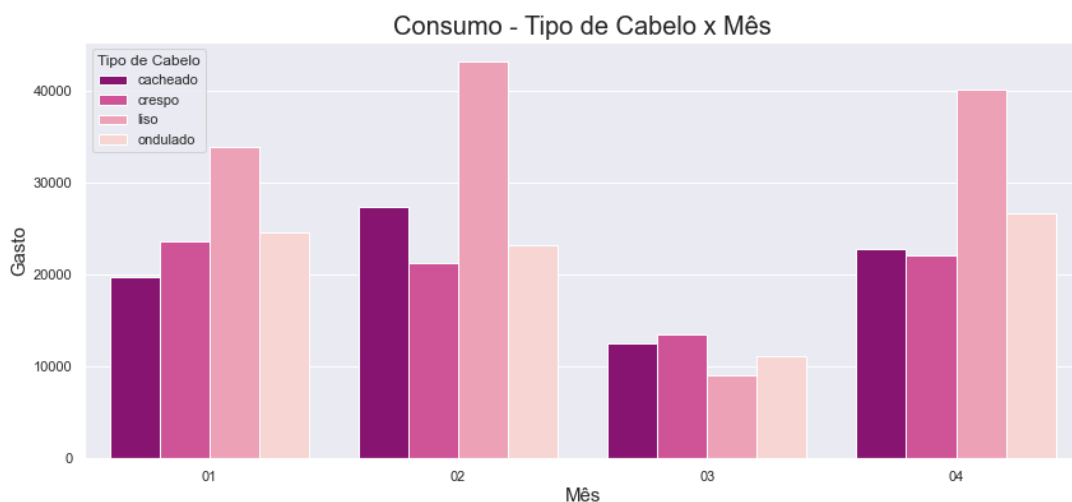


Gráfico 2

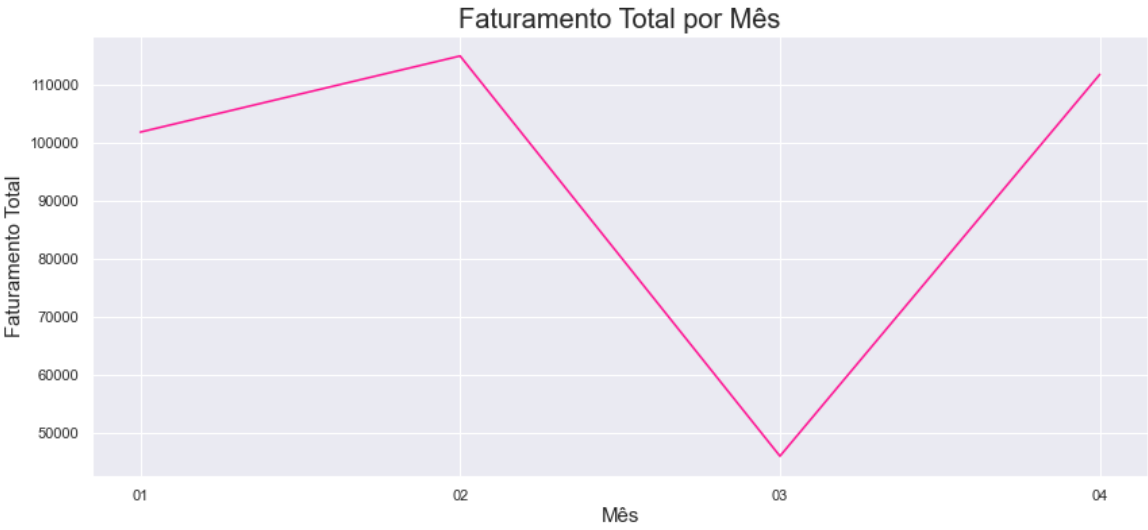


Gráfico 3

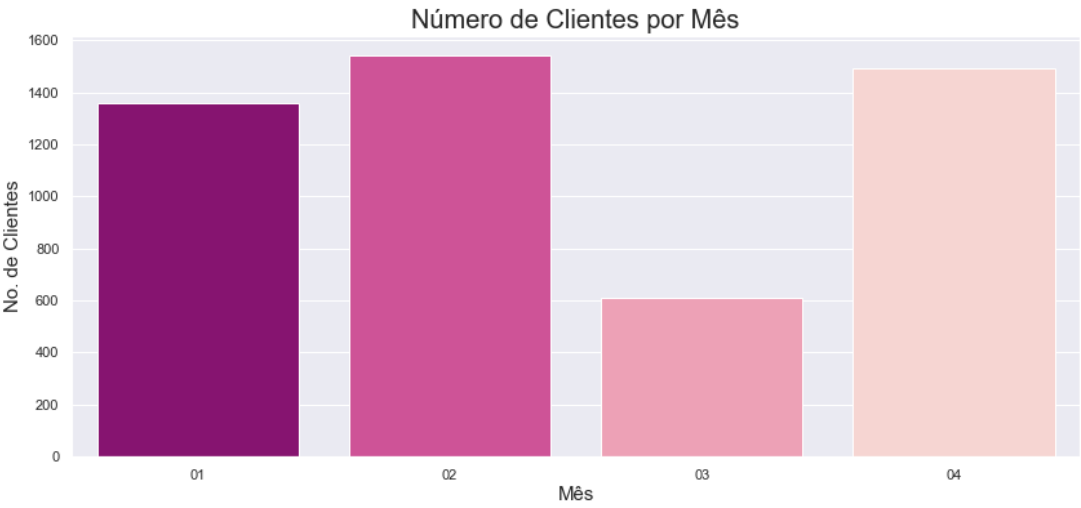


Gráfico 4

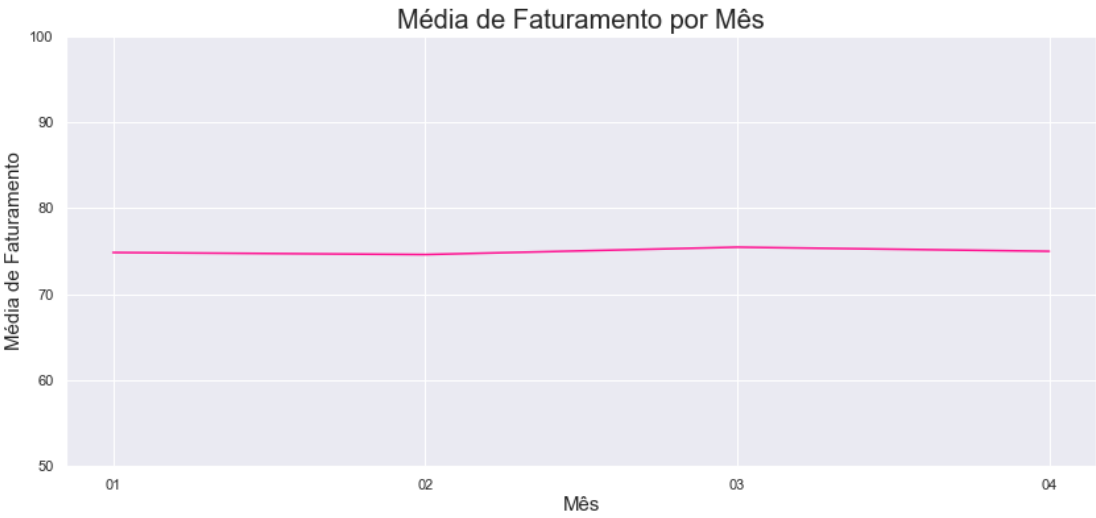


Gráfico 5

