



# Análise de comportamento de consumo em e-commerce

Uma análise aprofundada dos hábitos de consumo online para otimização de vendas e melhoria da experiência do cliente.

# Objetivos



## Analisar Comportamentos

Identificar padrões de consumo e hábitos de compra online.



## Segmentar Público

Reconhecer diferentes segmentos de clientes e seus interesses.



## Otimizar Vendas

Apontar oportunidades para aumentar vendas e aprimorar produtos.



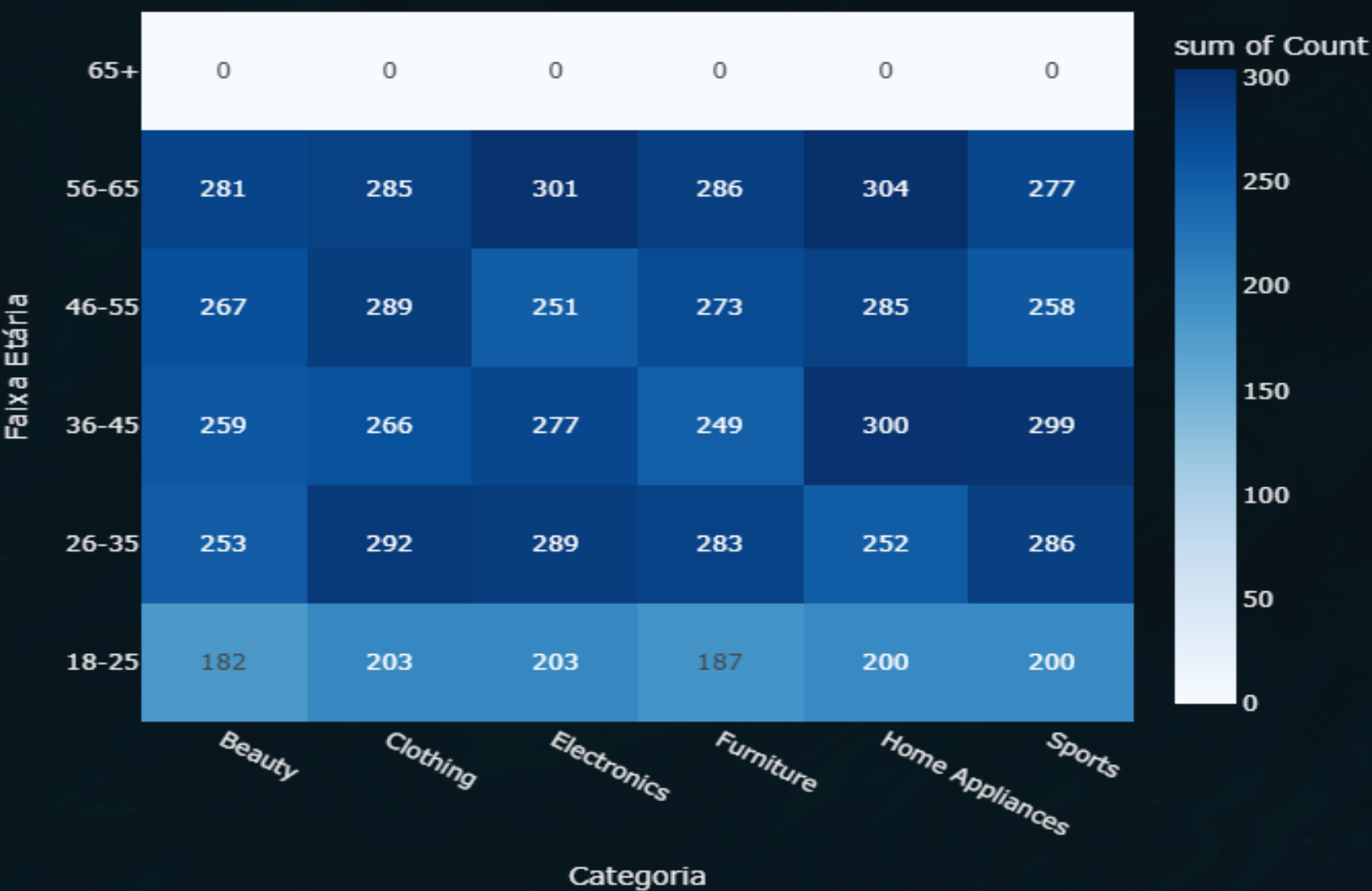
## Melhorar Experiência

Contribuir para uma experiência do cliente mais satisfatória.



# Preferência de Categorias por Faixa Etária

Preferência de Categorias por Faixa Etária



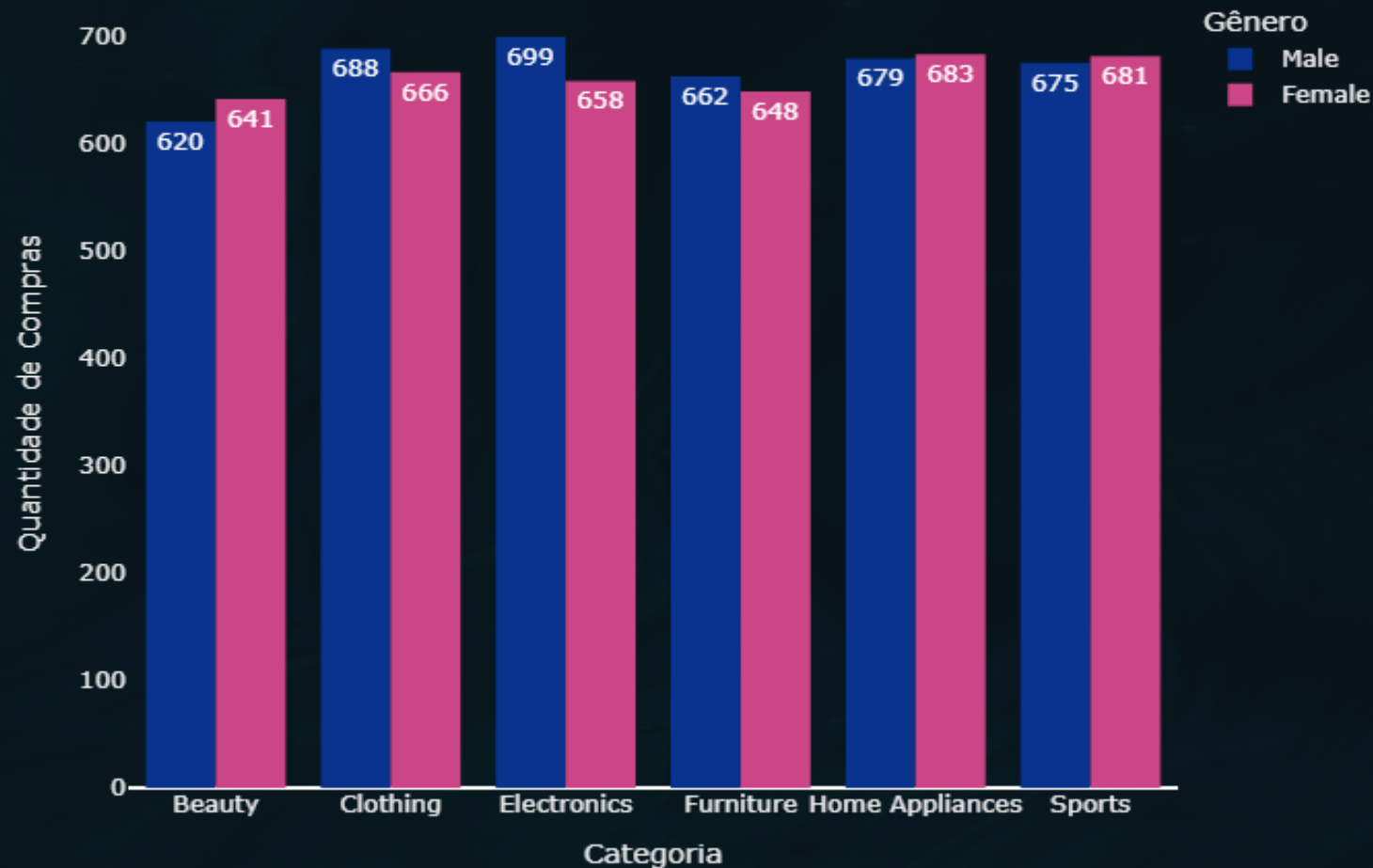
## Insights

- Moda é popular em diversas idades (26-35 e 46-55 anos).
- Eletrônicos surpreendem em 56-65 anos, indicando digitalização.
- Móveis e Eletrodomésticos crescem com estabilidade profissional (26-65 anos).
- Esportes atrai público ativo (26-45 anos).
- Beleza é mais forte entre 26-65 anos, foco no autocuidado.
- Faixa 65+ tem zero registros, sugere exclusão digital ou compras offline.



# Preferência de Categorias por Gênero

Preferência de Categorias por Gênero



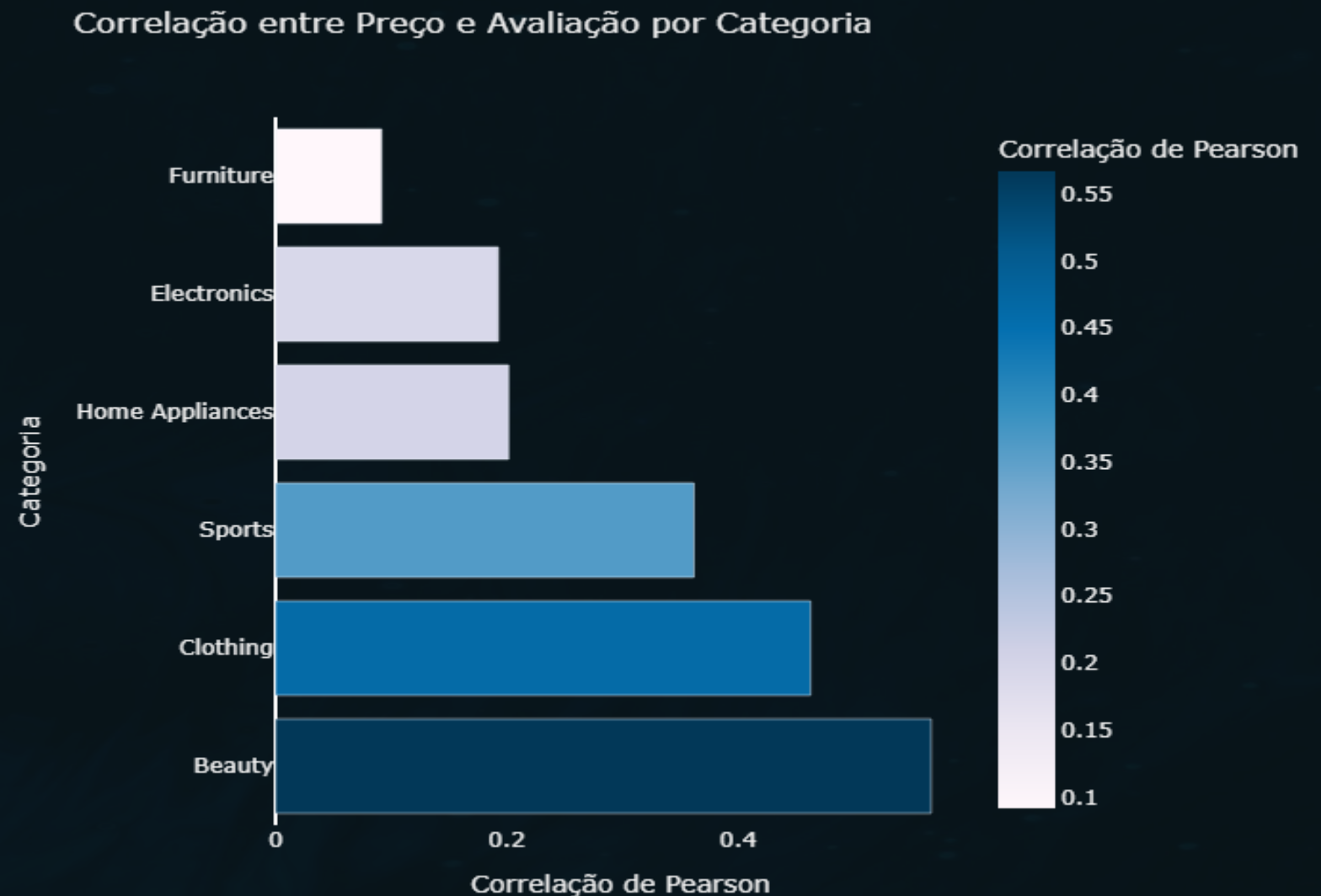
## Insights

- Distribuição equilibrada em gêneros, comportamento diverso.
- Beleza e Eletrodomésticos: leve predominância feminina.
- Esportes: feminino ligeiramente à frente, mais paridade.
- Eletrônicos, Roupas, Móveis: leve predominância masculina, mas consumo feminino expressivo.
- Menos segmentação por estereótipos, mais diversidade nas compras.

# Correlação de Preço e Avaliação

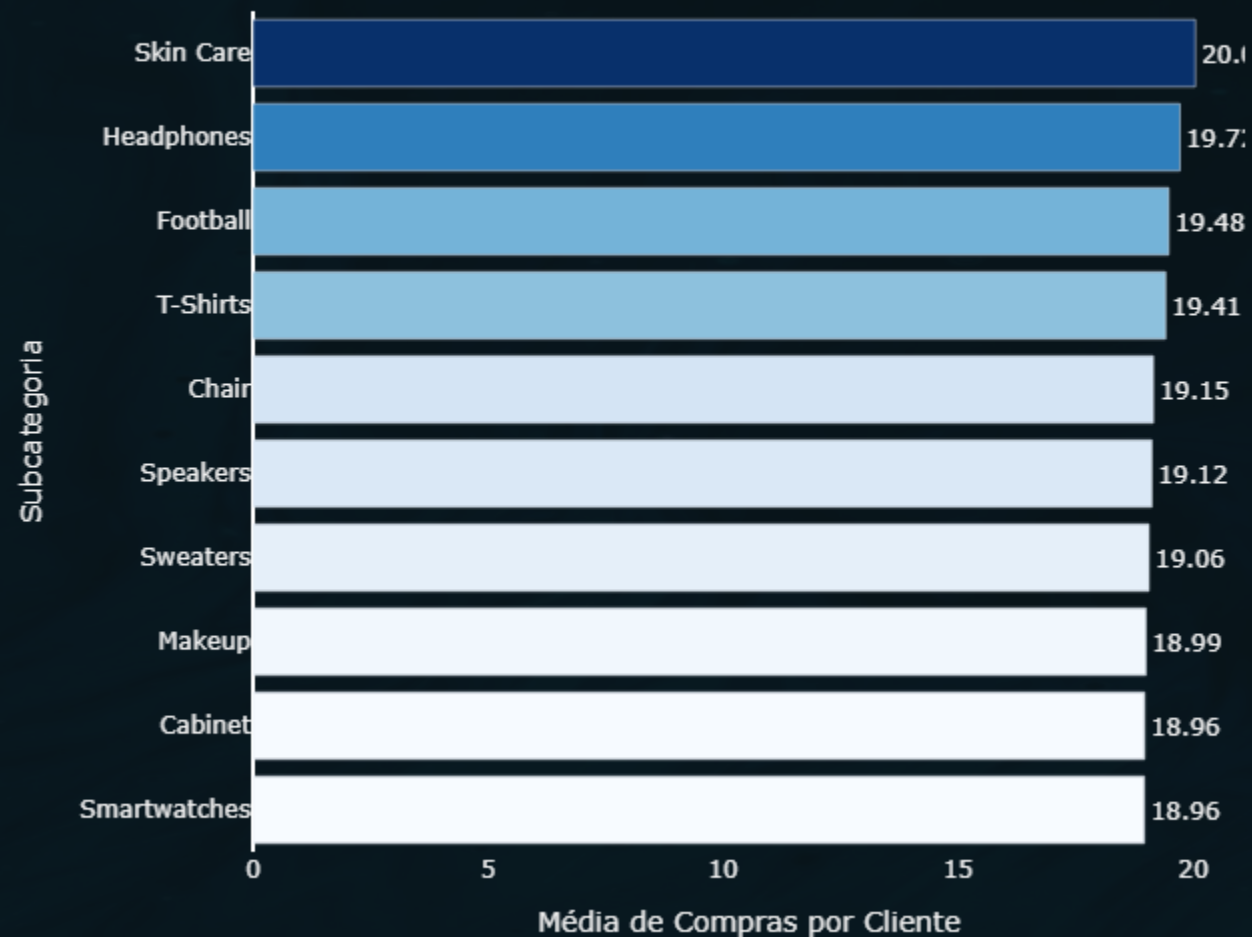
## Insights

- Beleza e Roupas: alta correlação, preço = qualidade.
- Esportes: correlação moderada, preços mais altos tendem a ter melhores avaliações.
- Eletrodomésticos e Eletrônicos: correlação fraca, desempenho e durabilidade importam mais que o preço.
- Móveis: correlação muito baixa, clientes focam em funcionalidade e experiência.



# Recorrência por Subcategoria

Top 10 Subcategorias com Maior Recorrência de Compras



## Principais Destaques

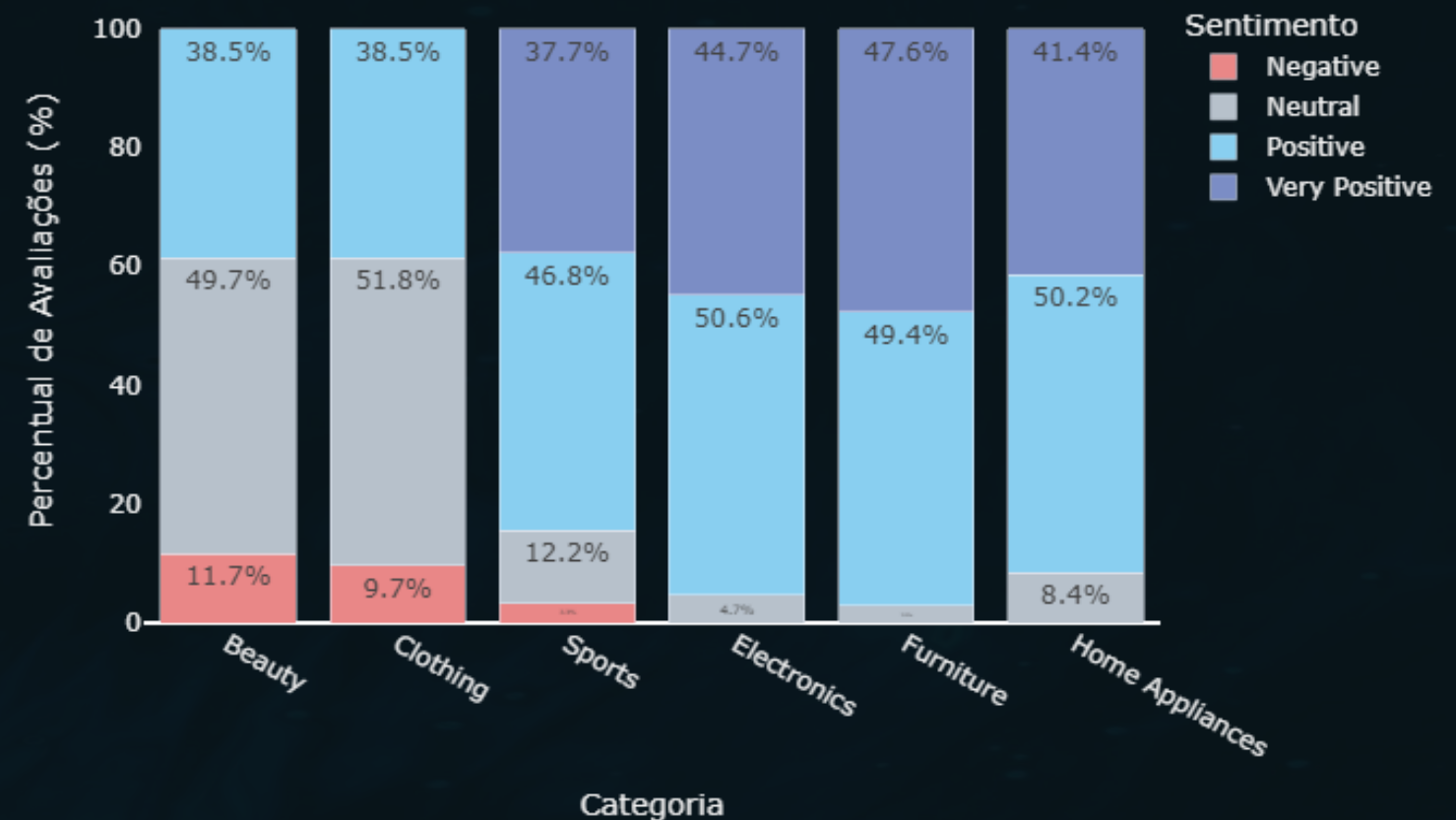
- Skin Care lidera recorrência (20.04 compras/cliente).
- Headphones, Football e T-Shirts também são altamente recorrentes.
- Cadeiras, Auto falantes e Suéteres mantêm boa performance.
- Maquiagem e Smartwatches têm potencial de frequência.

# Sentimento do Cliente por Categoria

## Análise de Sentimento

- Móveis e Eletrônicos: maior satisfação (47.6% e 44.7% Muito Positivas).
- Roupas e Beleza: muitas avaliações neutras (~50%), necessitam de melhoria.
- Beleza teve o maior % de avaliações negativas.
- Esportes e Eletrodomésticos: ótimo desempenho emocional (mais de 80% positivas).

Distribuição de Sentimentos por Categoria





# Recomendações Estratégicas

1

## Produto

- Aprimorar portfólio em Roupas e Beleza.
- Preservar qualidade em Móveis, Eletrônicos, Esportes.
- Replicar sucesso de Skin Care em outras linhas.

2

## Marketing

- Segmentar campanhas por faixa etária e gênero.
- Explorar reviews positivos em Eletrônicos e Móveis.
- Desenvolver campanhas de fidelização para subcategorias de alta recorrência.



# Ferramentas Utilizadas



## Python

Linguagem de programação versátil, fundamental para a coleta, manipulação e análise de dados.



## Pandas

Biblioteca Python para manipulação e análise de dados tabulares, essencial para estruturar o conjunto de dados.



## Plotly

Biblioteca para criação de gráficos interativos e visualizações de dados dinâmicas, crucial para a representação dos insights.

A combinação dessas ferramentas permitiu uma análise robusta e a criação de visualizações claras para este projeto, transformando dados brutos em insights acionáveis para o e-commerce.

A large, stylized Python logo and the word 'Python' in white, set against a dark blue background with wavy patterns and faint code snippets.

*"Analisar dados é mais do que processar informações. É conectar lógica com propósito."*

# Obrigada!

- Wilma Silva de Souza
- LinkedIn: [linkedin.com/in/wilmasdesouza](https://www.linkedin.com/in/wilmasdesouza)
- GitHub: <https://github.com/wilmassouza>

