

Pedidos únicos

99 Mil

Clientes únicos

96 Mil

Clientes recorrentes

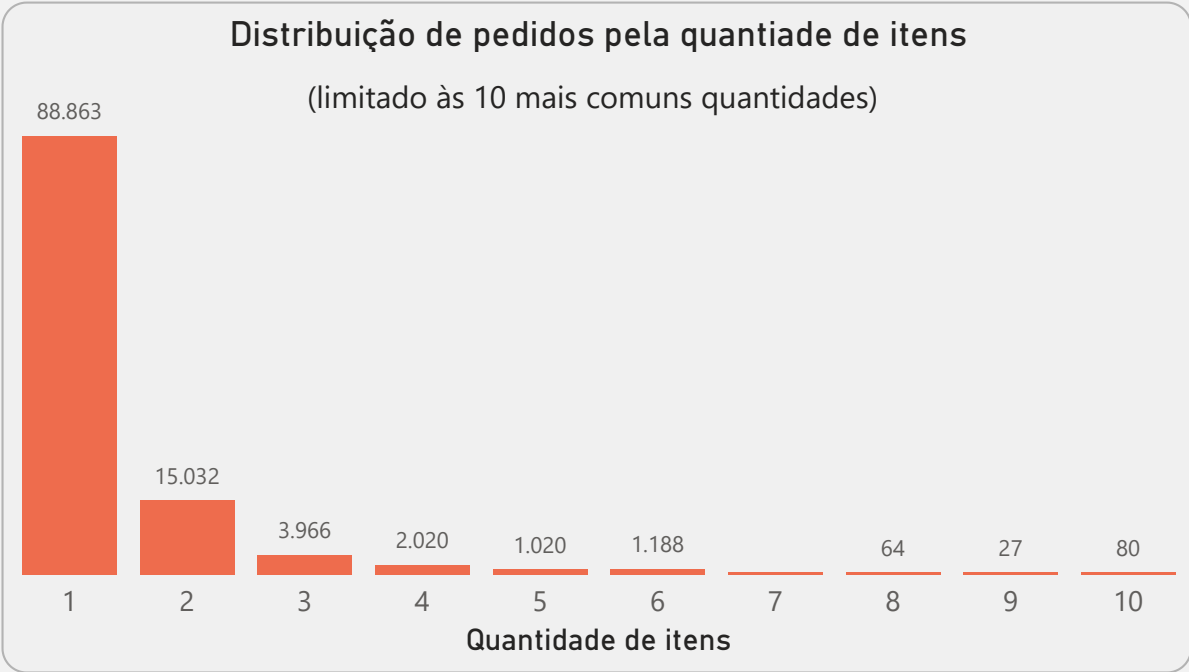
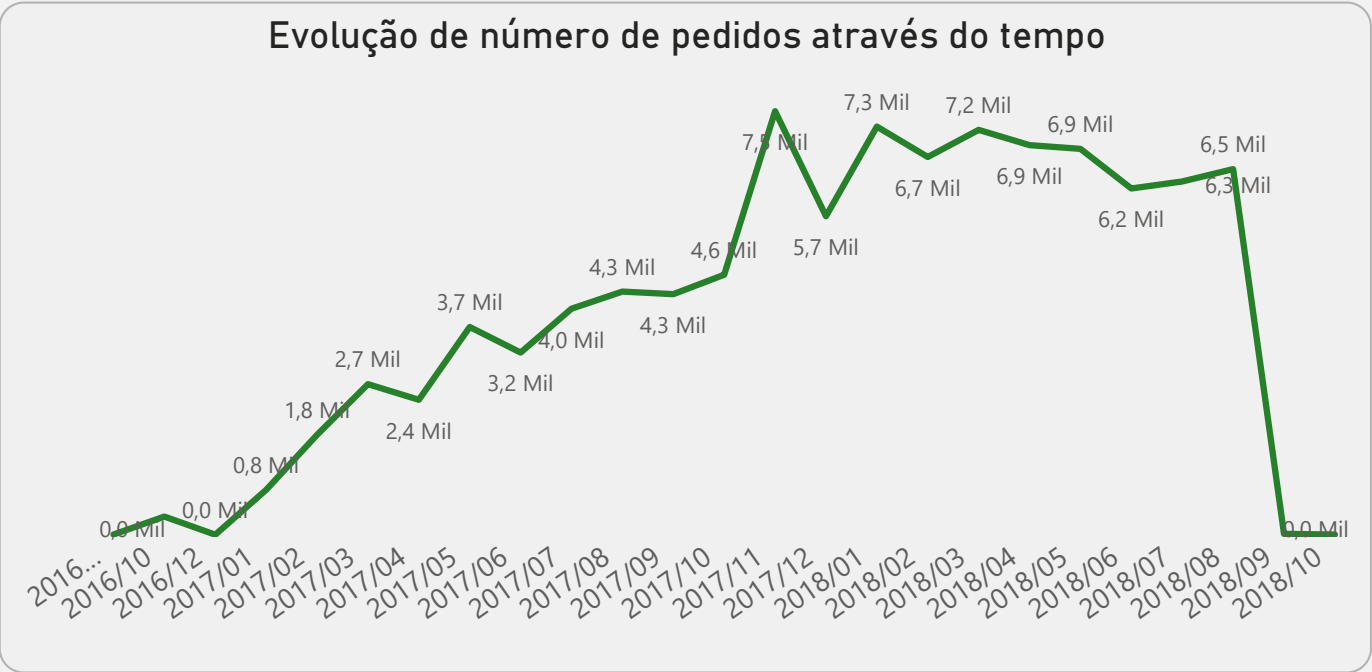
3,11%

Média de gasto total (custo + frete) por produto

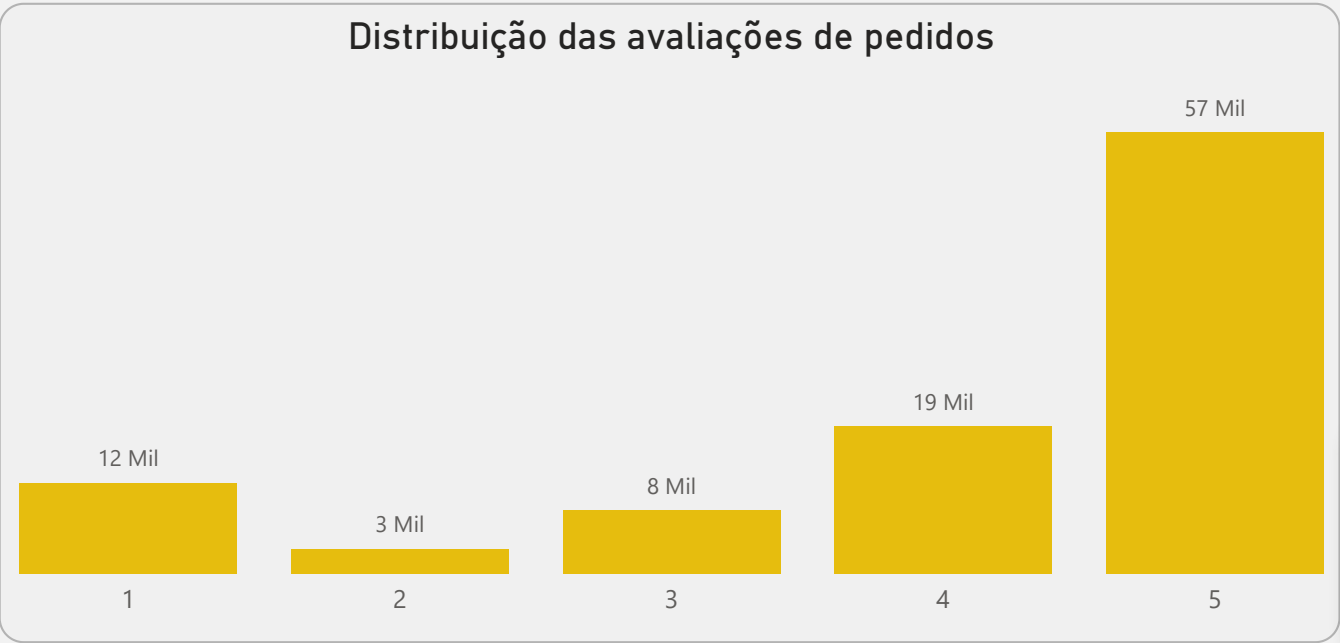
R\$ 140,64

Pedidos com um item

89,36%



• A partir de uma análise geral, os dados são bons: demonstram um crescimento da plataforma desde 2016 e uma média de avaliação de ~4 de 5 pontos. Porém, é importante perceber que a maioria dos pedidos (~89,36%) incluem somente um item, o que poderia ser melhorado. Além disso, somente 3,11% dos clientes voltam a fazer compras na plataforma.



Média de avaliações

★

★

★

★

★

81.42%

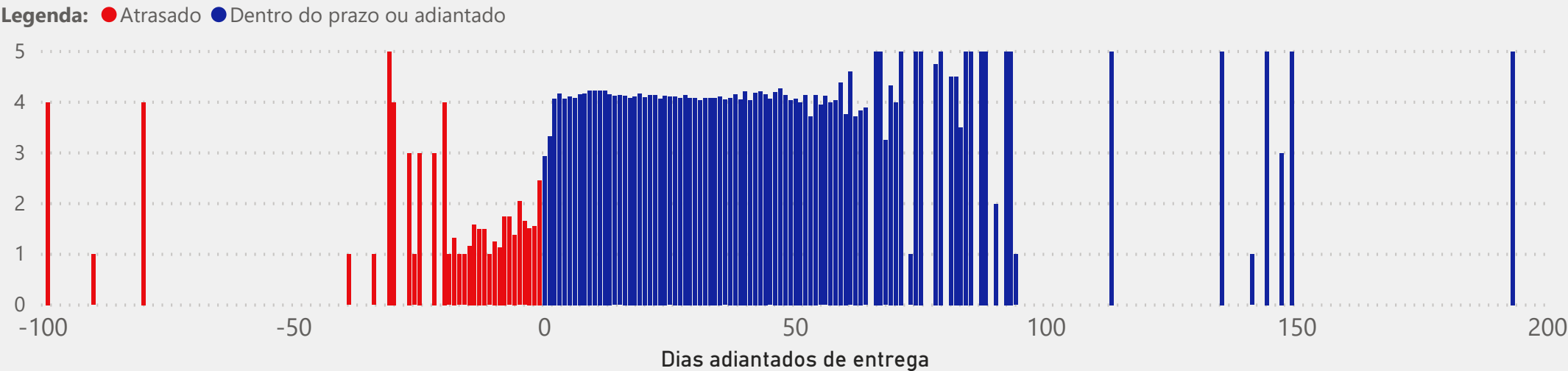
★

4.07/5

A partir dos dados de avaliações dos consumidores, podemos entender melhor qual o principal fator que afeta a satisfação do cliente. Apesar de termos uma média de aproximadamente 4 pontos de 5, é possível melhorar. Como será visto na próxima página.



Relação entre média de satisfação e adiantamento/atraso na entrega



Entregas com mais de 19 dias de atraso

14

Entregas com mais de 100 dias de adiantamento

7

Distribuição da quantidade de pedidos em relação aos dias de adiantamento/atraso na entrega



CONCLUSÃO

A partir do exposto, podemos concluir que as estatísticas da empresa são otimistas: a empresa tende a crescer e segue com uma boa avaliação média de seus clientes. Porém, é importante focar na satisfação do consumidor e como a mesma pode ser aumentada durante esse crescimento, que pode ser um período crítico para manter seu público. Também deve-se focar em como fidelizar o cliente, pois apesar de satisfeito, soemente 3,11% voltam a comprar na plataforma.

Para alguns desses pontos, seguem sugestões possíveis de serem implementadas:

- Tomar medidas com seus parceiros de logística (ver imagem 1 ao lado), com intenção de melhorar as entregas e garantir a satisfação do consumidor - seguindo a tendência vista.
- Criar uma função que seja capaz de sugerir compras combinadas, como já existente em alguns e-commerce concorrentes (ver imagem 2 ao lado).

• Pode-se dizer que manter a entrega no prazo, e se possível, adiantar, garante uma maior satisfação do cliente. Em caso de atraso, que seja o mínimo possível - uma vez que ele é inversamente proporcional a satisfação, fazendo com que a mesma diminuia com o aumento do atraso.

• Observação: os dados têm consistência entre -20 (20 dias de atraso) e ~50 dias de adiantamento. Nos extremos à esses valores, a quantidade de dados é muito pequena para garantir uma estabilidade analítica a partir dos gráficos.

Imagem 1: Texto retirado da página do Kaggle que apresenta os dados

Context

This dataset was generously provided by Olist, the largest department store in Brazilian marketplaces. Olist connects small businesses from all over Brazil to channels without hassle and with a single contract. Those merchants are able to sell their products through the Olist Store and **ship them directly to the customers using Olist logistics partners**. See more on our website: www.olist.com

Imagem 2: Função exemplo retirada de site de empresa concorrente.

