

ERROR



No futuro será que seremos conhecidos como o Planeta Dados?

Quanto mais dados, qual o nosso poder de “Síntese”?






Qual é o momento exato que atingimos o real valor com... OS DADOS?



Qual o limiar do nosso pensamento crítico com a utilização de dados?



```
graph TD; A[Utilizar um método de organização do Pensamento] --> B[Senso crítico do grande volume de dados]; A --> C[Classificar categoricamente]; A --> D[Poder de síntese]; A --> E[Entender como nós processamos informações];
```

Utilizar um método de organização do
Pensamento

Senso crítico do grande
volume de dados

Classificar
categoricamente

Poder de síntese

Entender como nós
processamos informações

Agora sim, podemos começar!

Diamante



Platina



DISCOVER

Ouro



VERTICA
by opentext

Prata

TRACES



ROX
We take care
of your data

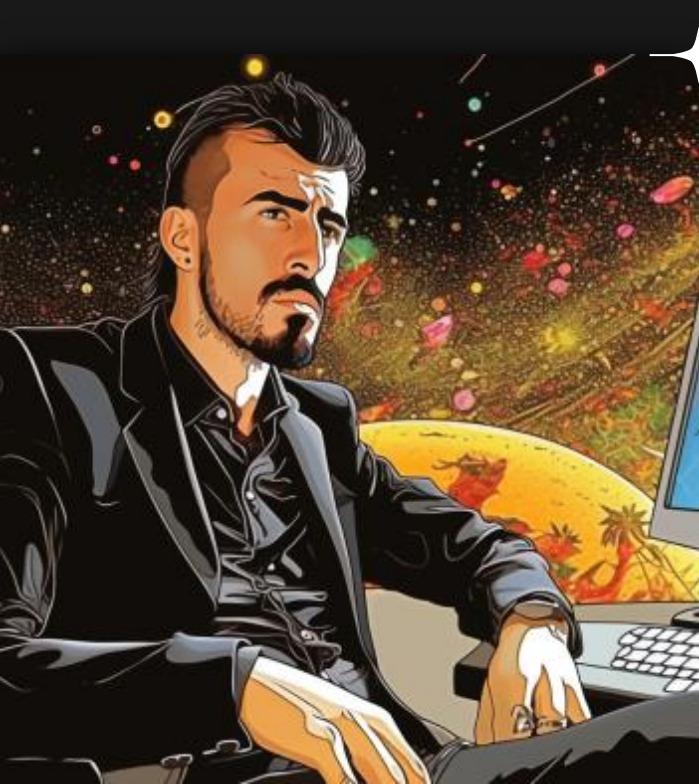
Apoio

FIAP

GRUPO
POSEIDON
DIGITAL



NIKOLAS DUTRA



- Tenho **27 anos**
- **Arquiteto de Dados** na Raizen
- **8 anos** de carreira em Dados e Tecnologia
- Formado em **Ciência da Computação** e MBA em Gestão Estratégica de Negócios
- **Barista** de baixo orçamento nas horas vagas...





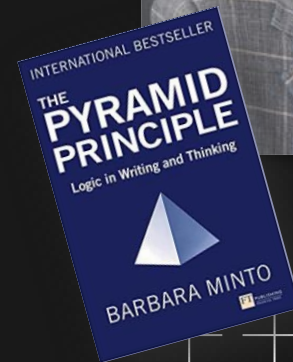
MINTO FRAMEWORK

Trajetória

Ela foi uma 8 mulheres em uma sala de 600 pessoas a se formar em Harvard em 1963

No ano de 1985 publicou a primeira versão do livro

De lá pra cá, aplicou uma série de treinamentos no mundo





A PIRÂMIDE

A Ideia principal

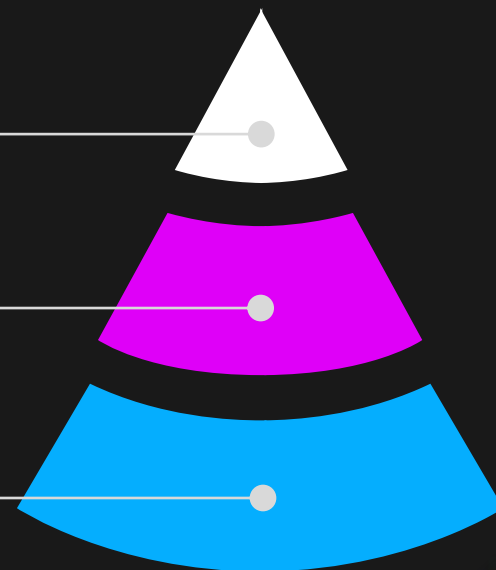
A Resposta!

Argumentos

Principais fatores!

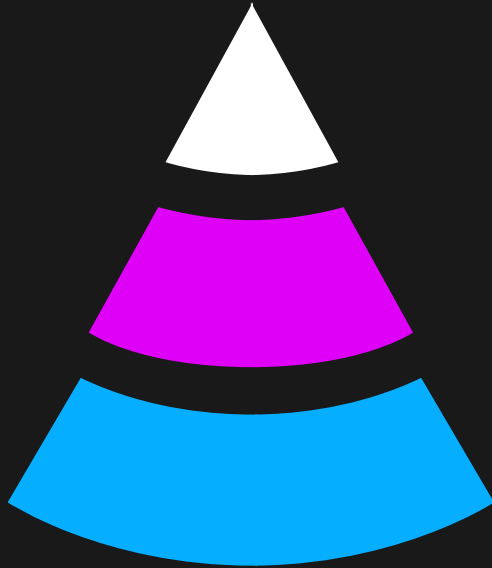
Fatos e... Dados

Principais evidências...





SCQA... O que é isso?



Situação

Verdade estabelecida sobre o assunto

Complicação

O que ocorre para gerar a pergunta

Pergunta

O que deve fazer

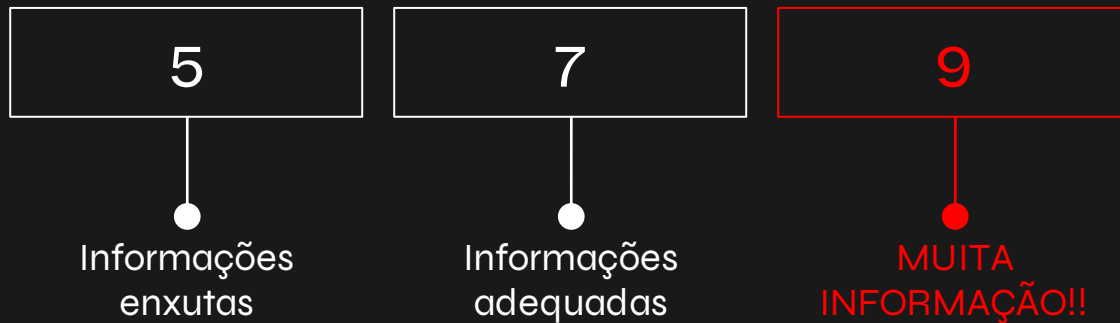
Resposta

A Solução





O MÁGICO NÚMERO 7





COMO ORDENAR IDEIAS?



Dedutivamente

Premissa maior,
premissa menor e
conclusão



Cronologicamente

Ano, Mês e Dia



Estruturalmente

São Paulo, Rio de
Janeiro e Curitiba



Comparativamente

Mais importante e
menos importante

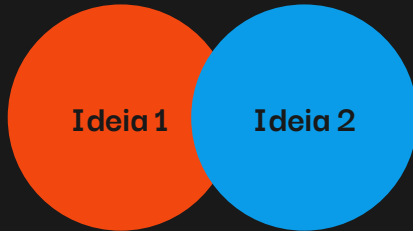




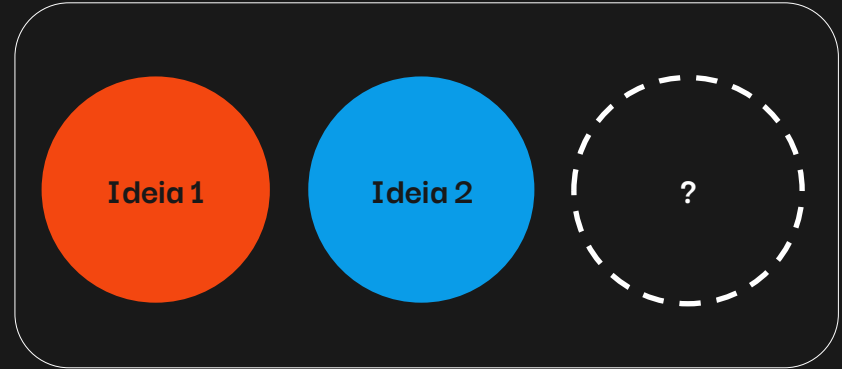
ME

CE

Não Mutuamente Exclusivo



Não Coletivamente Exaustivo





ME

CE

Mutuamente Exclusivo

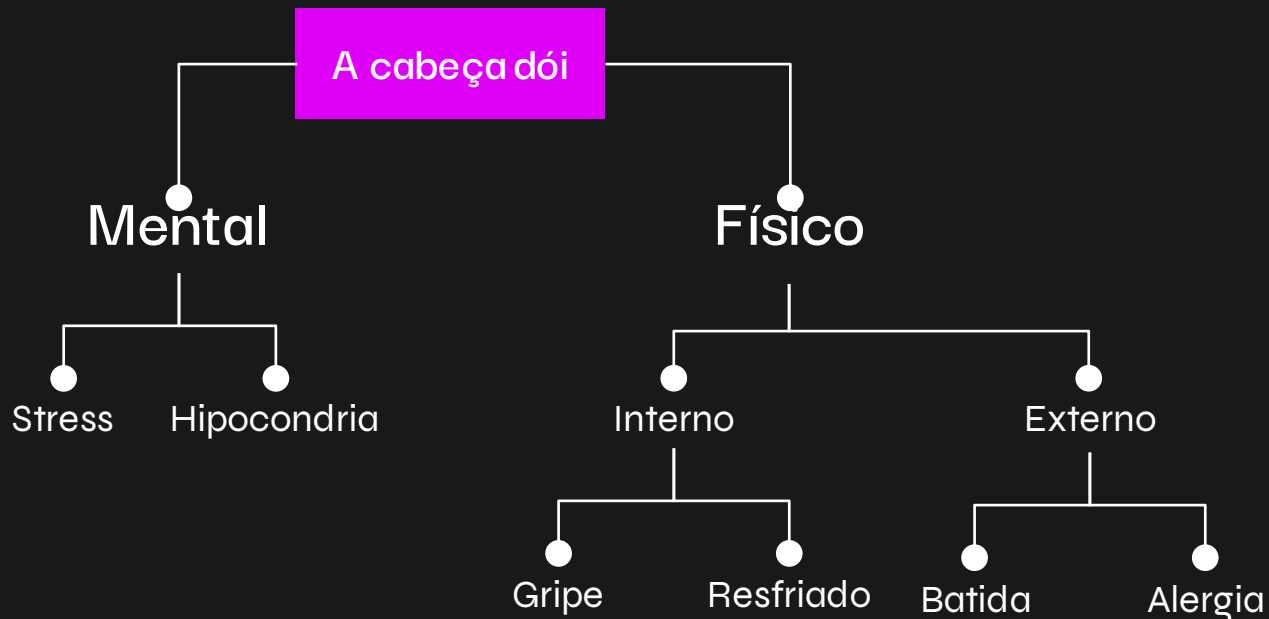


Coletivamente Exaustivo



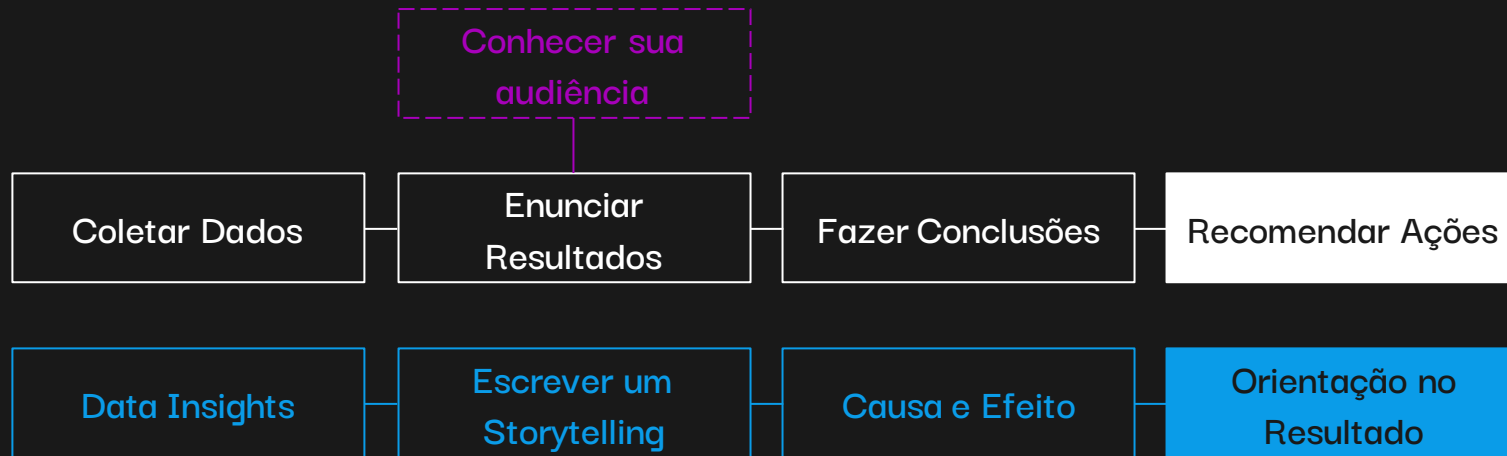


EXEMPLO MECE





MINTO DATASTORYTELLING



Não seja um **Data Analyst**, seja um **Data Advisor**¹



(1) Inspirado na visão da Kat Greenbook





Pânico!!!

A CEO da empresa BLUESKULL convocou todos os executivos para discutir sobre o cliente McClure-Wunsch. Eles não está comprando como no ano passado e o relacionamento está cada dia mais frio. Todos querem entender o que de fato está acontecendo e quais são as melhores decisões que realizarão no futuro.

O Princípio Pirâmide me ajudou!





O cliente McClure- Wunsch teve uma queda de 54,8% de vendas

A queda teve impacto na distribuição de produtos estratégicos

Redução de metade das vendas de 2021 vs.2020

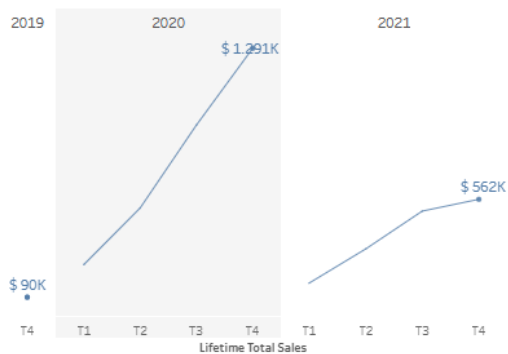
McClure-Wunsch

Customer for 2 year(s)

Acquired in dezembro 2019

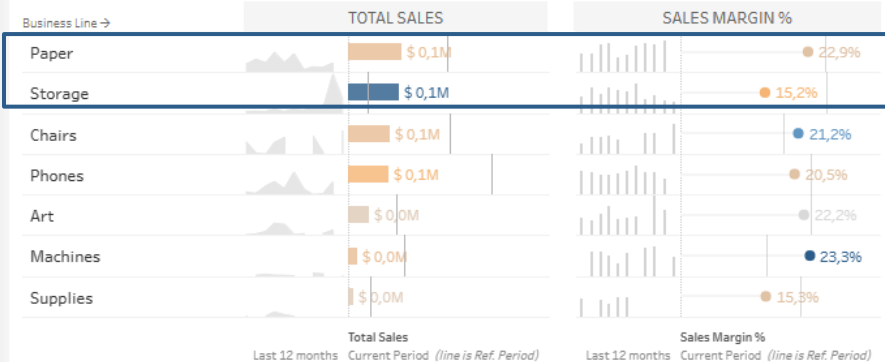
Last sales in outubro 2021

Lifetime Total Sales \$ 1,9M



Baixa constância de compra durante o ano

Which Business Lines generate the most sales?



Apenas **um produto está acima** da meta de vendas, mas está muito **penalizado em margem**, é necessário entender o **impacto individual do top 2** para medidas de novas vendas



Complicação e Resultado

A análise e compilação de resultados

Complicação

PAPER

Mesmo com 22% de share, tivemos uma queda de -46% nas Vendas
A participação mensal reduziu mês a mês

Paper é um dos produtos mais estratégicos do Carteira



O produto paper teve um protagonismo maior na distribuição de vendas no início do ano

Referência: Dashboard do site Tableau Accelerators

Tanto Vendas e Margem tiveram um impacto negativo



A margem em comparação com o último ano teve uma **baixa variação** entre os meses

Resultado

A variedade em 'Paper' vendidos afetou negativamente a venda
Porém o preço teve um impacto competitivo no histórico

Efeitos de preço, volume e mix



Direcionamentos

- Histórico**
- A variedade de SKUs vendidos resultou em uma má distribuição e diminuição de pedidos
- Recomendações**
- Faça acordos com o **mínimo de produtos de forma recorrente** para evitar o preço em 2x o custo trimestre para recuperação da margem.

Referência: Dashboard do site Tableau Accelerators

Complicação

STORAGE

Para Storage, de um ano para o outro teve um salto de 153%
Porém a margem obteve -4,6 p.p a menos

No ano de 2021, atingiu muitos clientes, incluindo novos



O produto Storage teve um salto de vender a partir de Julho

Referência: Dashboard do site Tableau Accelerators

Vendas e Margem inversamente proporcionais



Mesmo com um maior número de vendas, a **Margem** teve uma **queda**. Possivelmente por uma estratégia competitiva de preço em determinados produtos

Resultado

O volume inconstante de 'Storage' afetou negativamente a venda
Já a variedade se mostrou indiferente no YTD

Efeitos de preço, volume e mix



Direcionamentos

- Histórico**
- A queda de vendas está totalmente atribuída a quantidade vendida. A falta de recorrência não impulsionou boas negociações no longo prazo
- Recomendações**
- Faça acordos com **quantidade mínima vendida** por mês, com o intuito de fidelizar o cliente e garantir um planejamento de volume anual

Referência: Dashboard do site Tableau Accelerators



Mesmo com 22% de share, tivemos uma queda de ~46% nas Vendas

A participação mensal reduziu mês a mês

Paper é um dos produtos mais estratégicos da Carteira

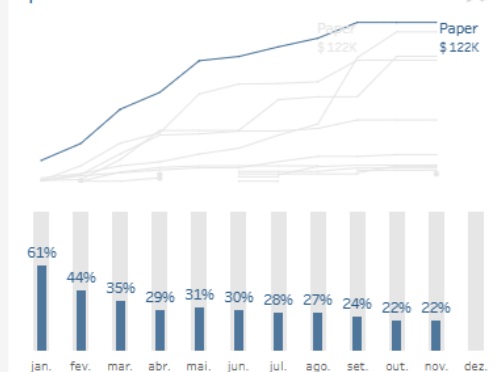
Paper

25 Product(s)
sold to 1 Customers
(incl. 0 new Customers)

22%

Share of Paper
on Total Sales

Paper vs other Business Lines



O produto *paper* teve um protagonismo maior na distribuição de vendas no início do ano

Vendas e Margem tiveram um impacto negativo

▼ \$ 122K

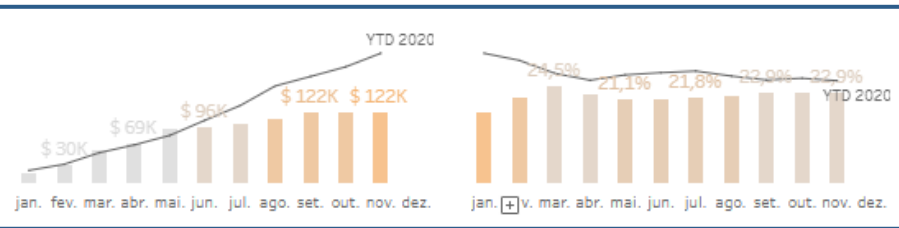
Total Sales

-45,8% vs YTD Nov-20

▼ 22,9%

Sales Margin %

-3,1 pt vs YTD Nov-20



A margem em comparação com o último ano teve **uma baixa variação entre os meses**



Para Storage, de um ano para o outro teve um salto de 153%

Porém a margem obteve -4,6 p.p a menos

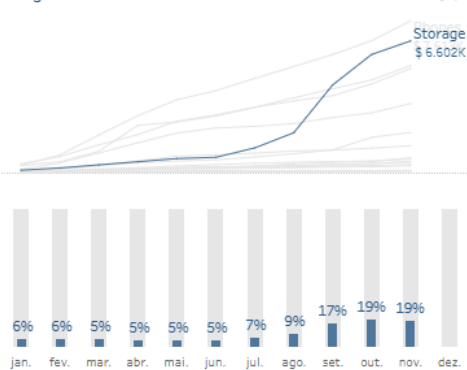
No ano de 2021, atingiu muitos clientes, incluindo novos

Storage

10 Product(s)
sold to 135 Customers
(incl. 7 new Customers)

19%
Share of Storage
on Total Sales

Storage vs other Business Lines



O produto *Storage*, teve um salto de vender a partir de Julho.

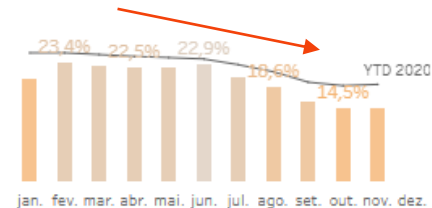
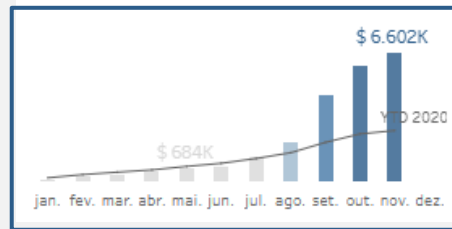
Vendas e Margem inversamente proporcionais

▲ \$ 6.602K
Total Sales

+153,1% vs YTD Nov-20

▼ 14,4%
Sales Margin %

-4,6 pt vs YTD Nov-20



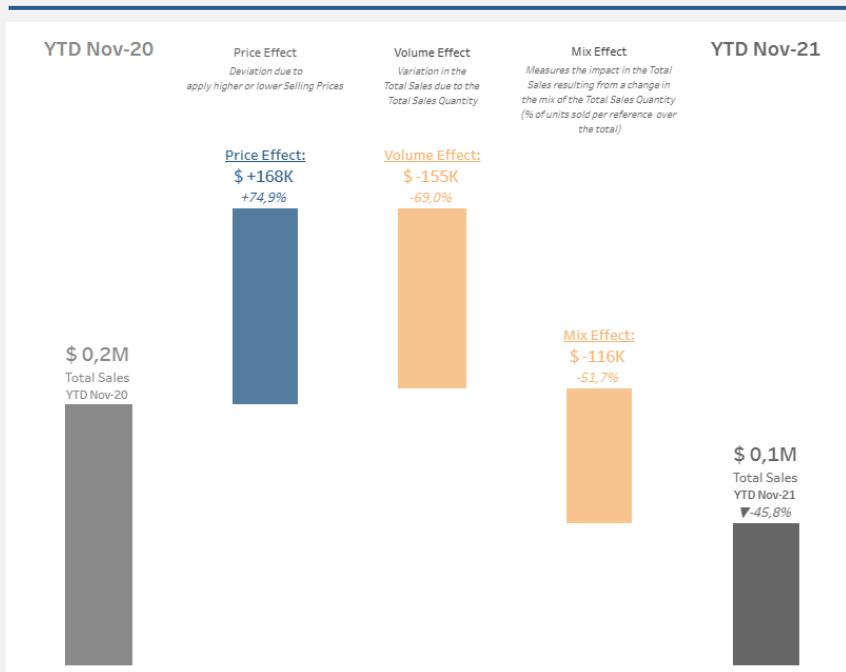
Mesmo com um maior número de venda, **a Margem teve uma queda**. Possivelmente por uma estratégia competitiva de preço em determinados produtos



A variedade em 'Paper' vendidos afetou negativamente a venda

Porém o preço teve um impacto competitivo no histórico

Efeitos de preço, volume e mix



Direcionamentos

Histórico

- A variedade de SKUs vendidas resultou em uma má distribuição e diminuição de pedidos.

Recomendações

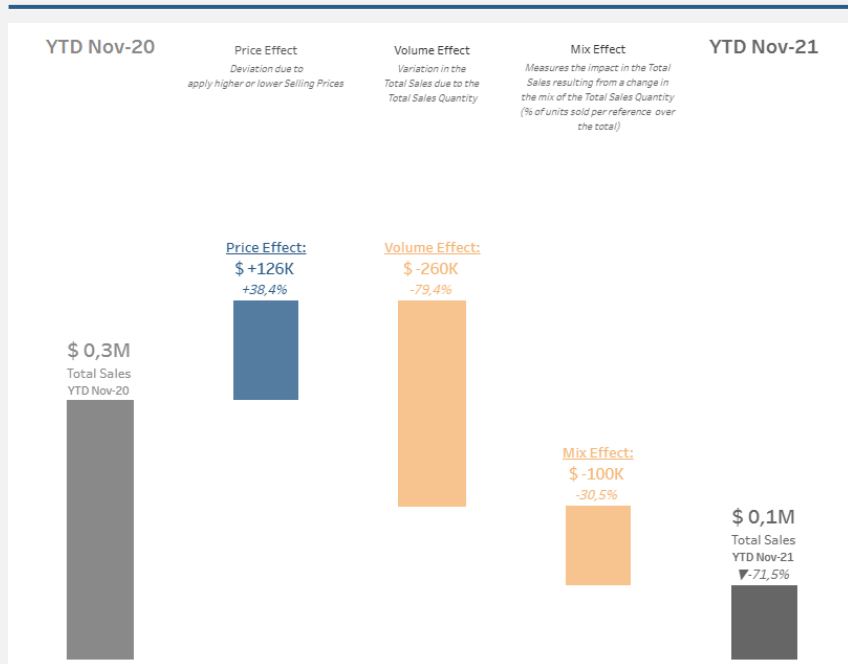
- Faça acordos com o **mínimo de produtos de forma recorrente**. Aumente o preço em 2% a cada trimestre para recuperação da margem.



O volume inconstante de 'Storage' afetou negativamente a venda

Já a variedade se mostrou indiferente no YTD

Efeitos de preço, volume e mix



Direcionamentos

Histórico

- A queda de vendas está totalmente atrelada a quantidade vendida. A falta de recorrência não impulsionou boas negociações no longo prazo

Recomendações

- Faça acordos com **quantidade mínima vendida** por mês, com o intuito de fidelizar o cliente e garantir um planejamento de volume anual



Obrigado!

Nikolas Dutra

www.linkedin.com/in/nikolasdutra

Referência:

O Princípio da Pirâmide, Barbara Minto, 1985

