

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

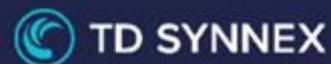
Classificar categoricamente

Poder de síntese

Entender como nós processamos informações

**Agora sim, podemos começar!**

Diamante



Platina



DISCOVER

Ouro



VERTICA  
by opentext

Prata

TRACES



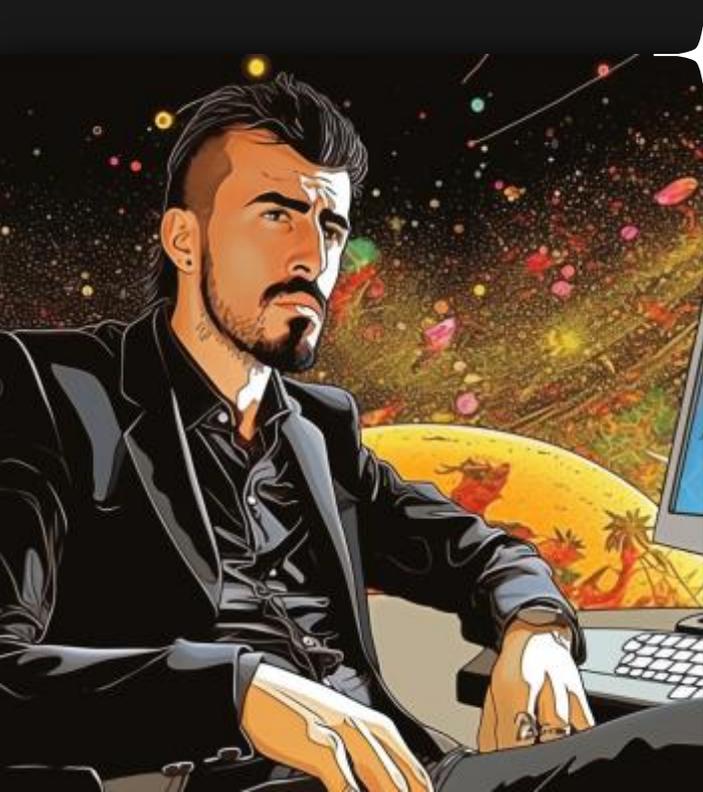
Apoio

FIAP





# 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...





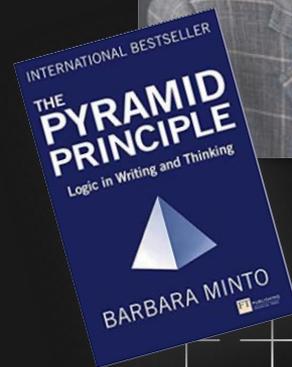
# MINTO FRAMEWORK

## Trajectoria

Ela foi uma das 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

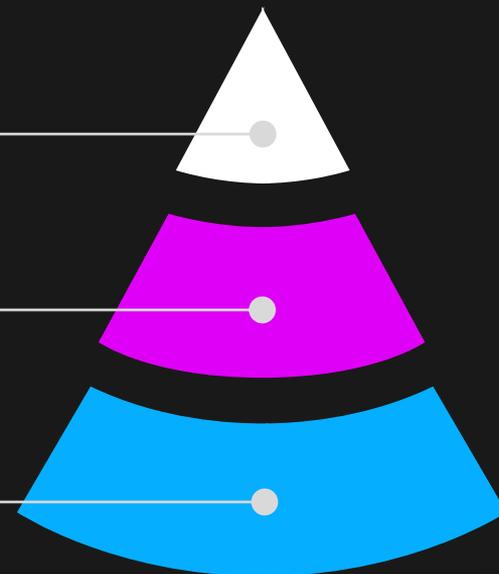
A Resposta!

Argumentos

Principais fatores!

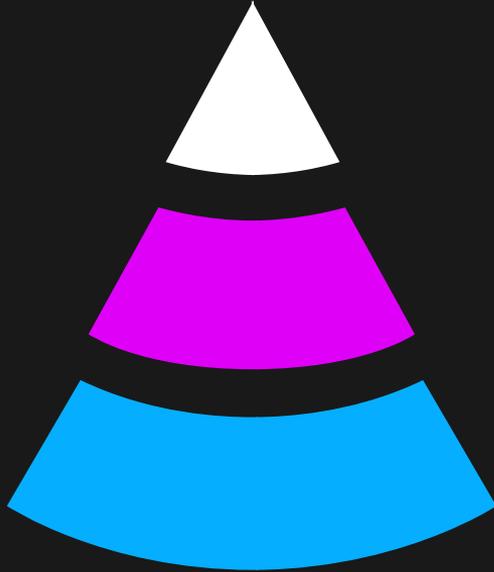
Fatos e... Dados

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

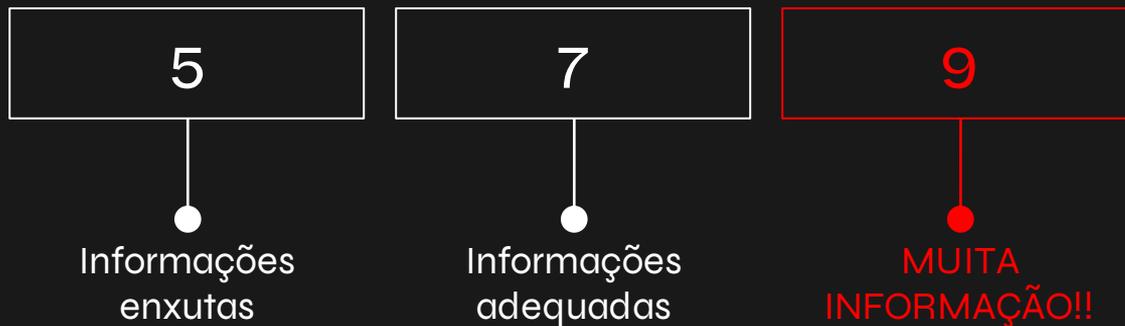
## Resposta

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

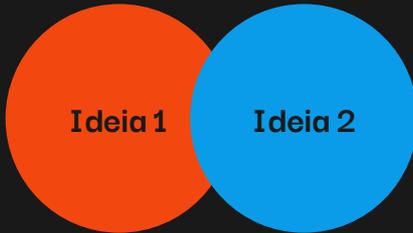




ME

CE

Não Mutuamente Exclusivo



Não Coletivamente Exaustivo





# ME

# CE

Mutuamente Exclusivo



Coletivamente Exaustivo



# EXEMPLO MECE





# MINTO DATA STORYTELLING

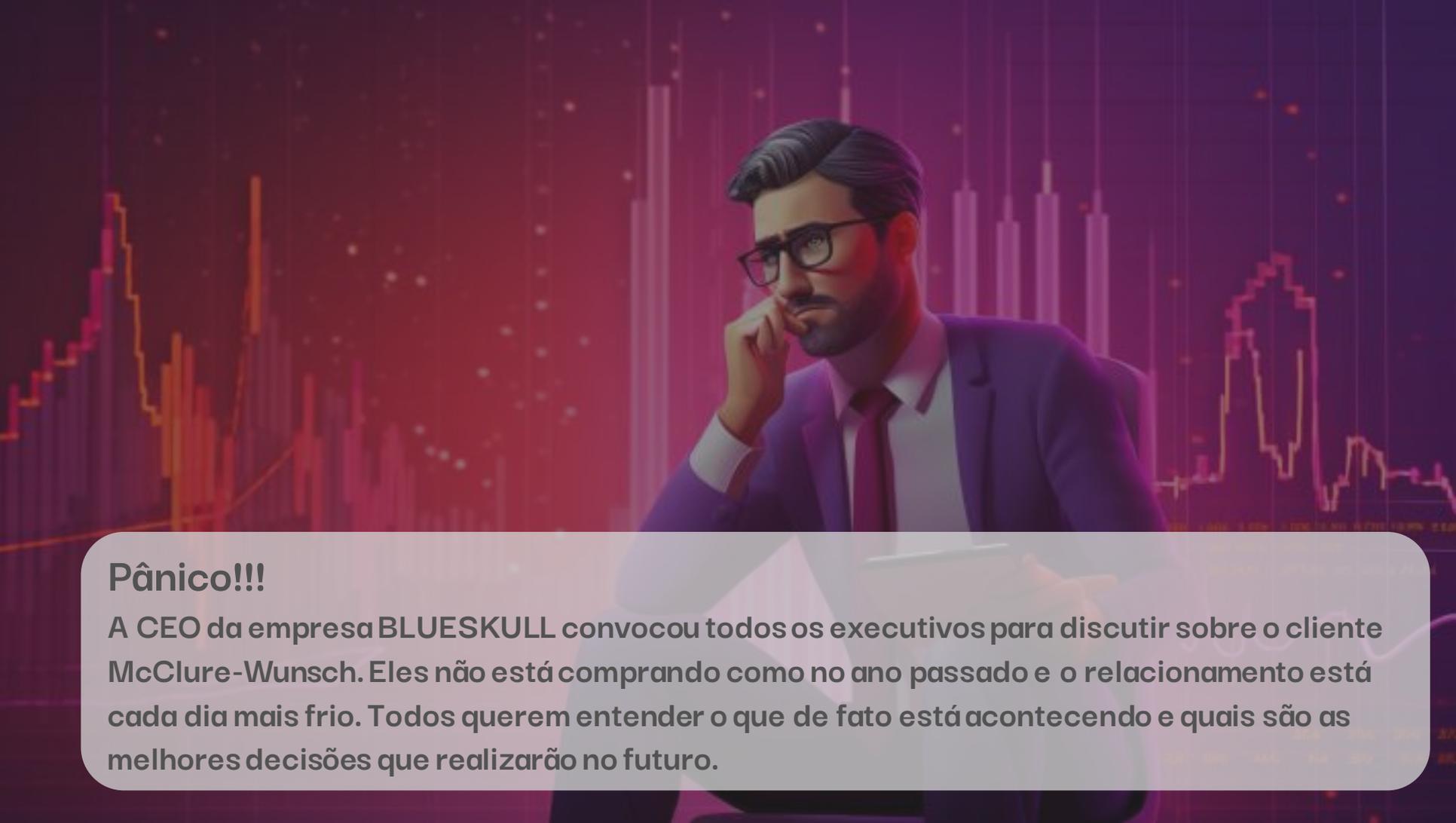


Não seja um **Data Analyst**, seja um **Data Advisor**<sup>1</sup>



(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

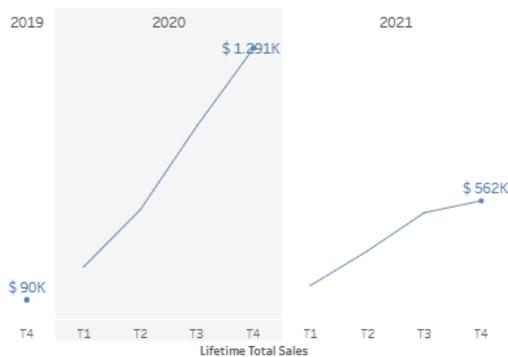
### McClure-Wunsch

Customer for 2 year(s)

Acquired in dezembro 2019

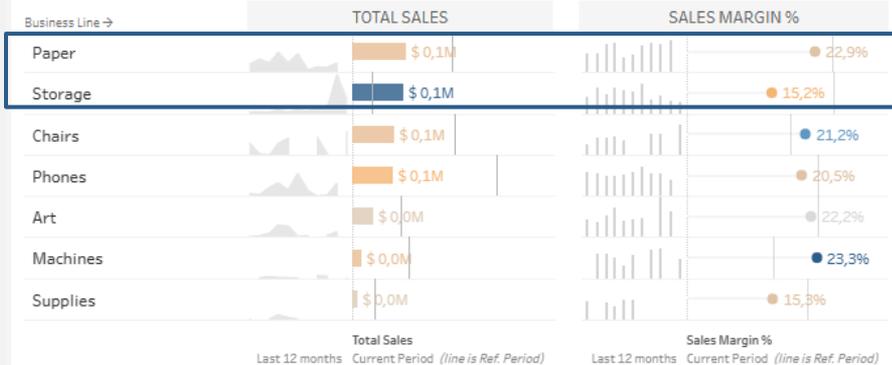
Last sales in outubro 2021

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 da 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 **boa variação** entre os meses

Referência: Dashboard do site Tableau Accelerators

## 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 o preço em 2% a cada 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 vendas 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**. Posivelmente por uma estratégia competitiva de preço em determinados produtos

Referência: Dashboard do site Tableau Accelerators

## 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

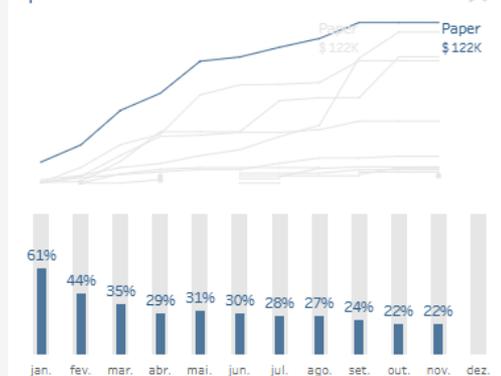
### Paper

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

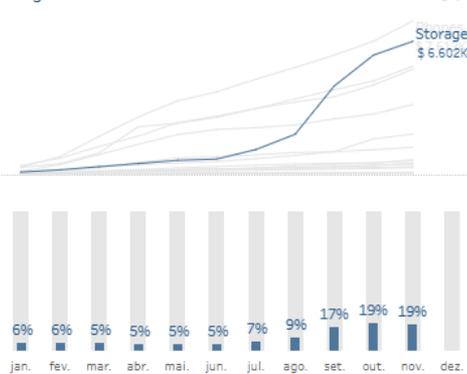
## No ano de 2021, atingiu muitos clientes, incluindo novos

### 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.

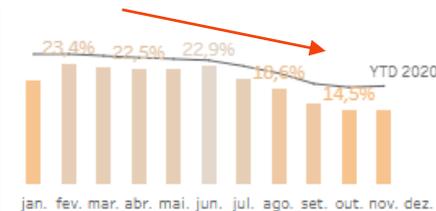
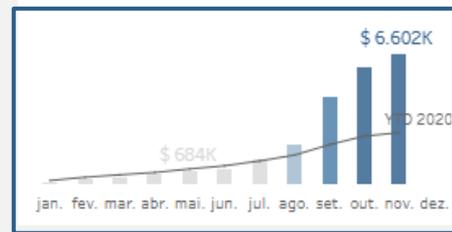
## Vendas e Margem inversamente proporcionais

▲ \$ 6.602K  
Total Sales

+153,1% vs YTD Nov-20

▼ 14,4%  
Sales Margin %

-4,6 pt vs YTD Nov-20



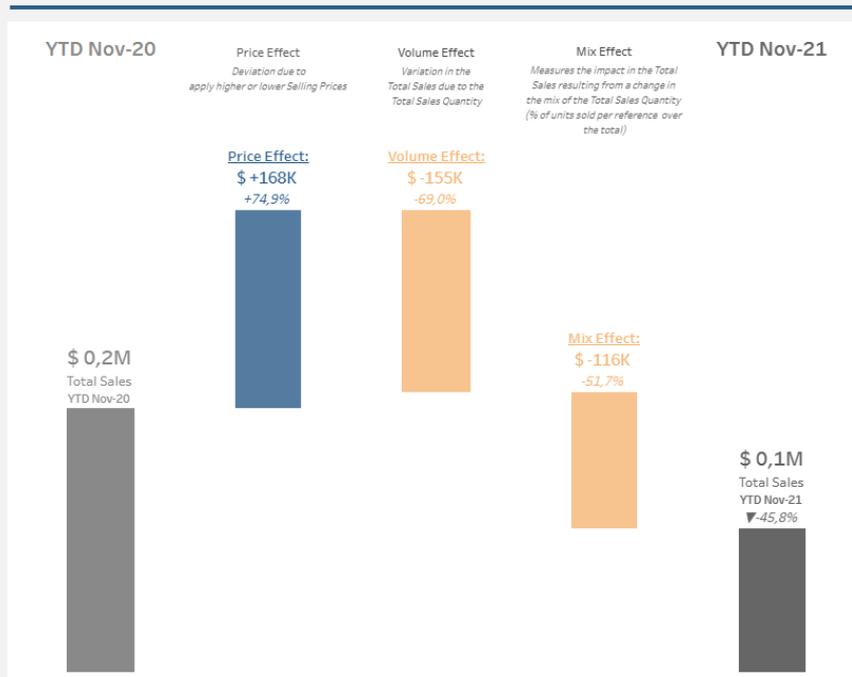
Mesmo com um maior número de venda, **a Margem teve uma queda**. Possivelmente por uma estratégia competitiva de preço em determinados produtos



# 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

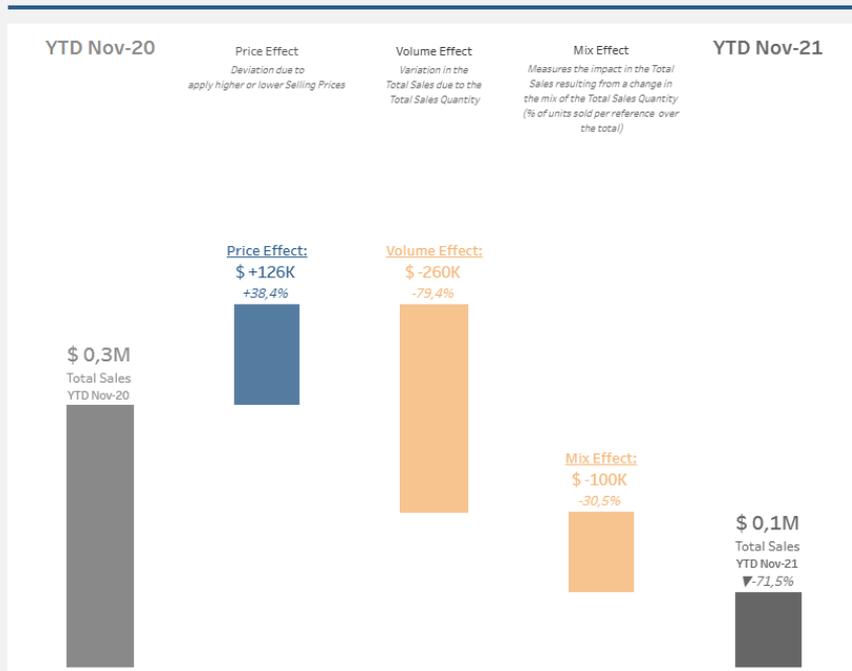
- Faça acordos com o **mínimo de produtos de forma recorrente**. Aumente o preço em 2% a cada trimestre para recuperação da margem.



# 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](http://www.linkedin.com/in/nikolasdutra)

**Referência:**

O Princípio da Pirâmide, Barbara Minto, 1985

