ESTUDO DE CASO · BUSINESS INTELLIGENCE

O que atrasa as entregas da Olist e quanto isso custa em satisfação do cliente

O atraso na entrega derruba a nota de avaliação? Em quais estados, períodos e vendedores o problema é maior, e qual o efeito na recompra?

Gabriel Leonardelli

linkedin.com/in/gabriel-leonardelli

Power Query (M) · Power Pivot · DAX · Excel

96 mil

pedidos entregues analisados
jan/2017 a ago/2018

9

tabelas da base pública da Olist, marketplace brasileiro

17

problemas de qualidade de dados encontrados e tratados

A RESPOSTA EM QUATRO NÚMEROS

Sim: o atraso derruba a satisfação, e o efeito é bem maior do que o volume sugere

4,3 → 2,3

Nota média de quem recebeu **no prazo** contra quem recebeu **com atraso**. A nota cai pela metade.

7% geram 30%

Só 7% dos pedidos atrasam, mas eles respondem por **quase 30% de todas as notas 1 e 2** (cerca de 40% somando os não entregues).

62% vs. 9%

Mais de 6 em cada 10 pedidos atrasados recebem **nota 1 ou 2**. Entre os pontuais, menos de 1 em 10.

−26% na recompra

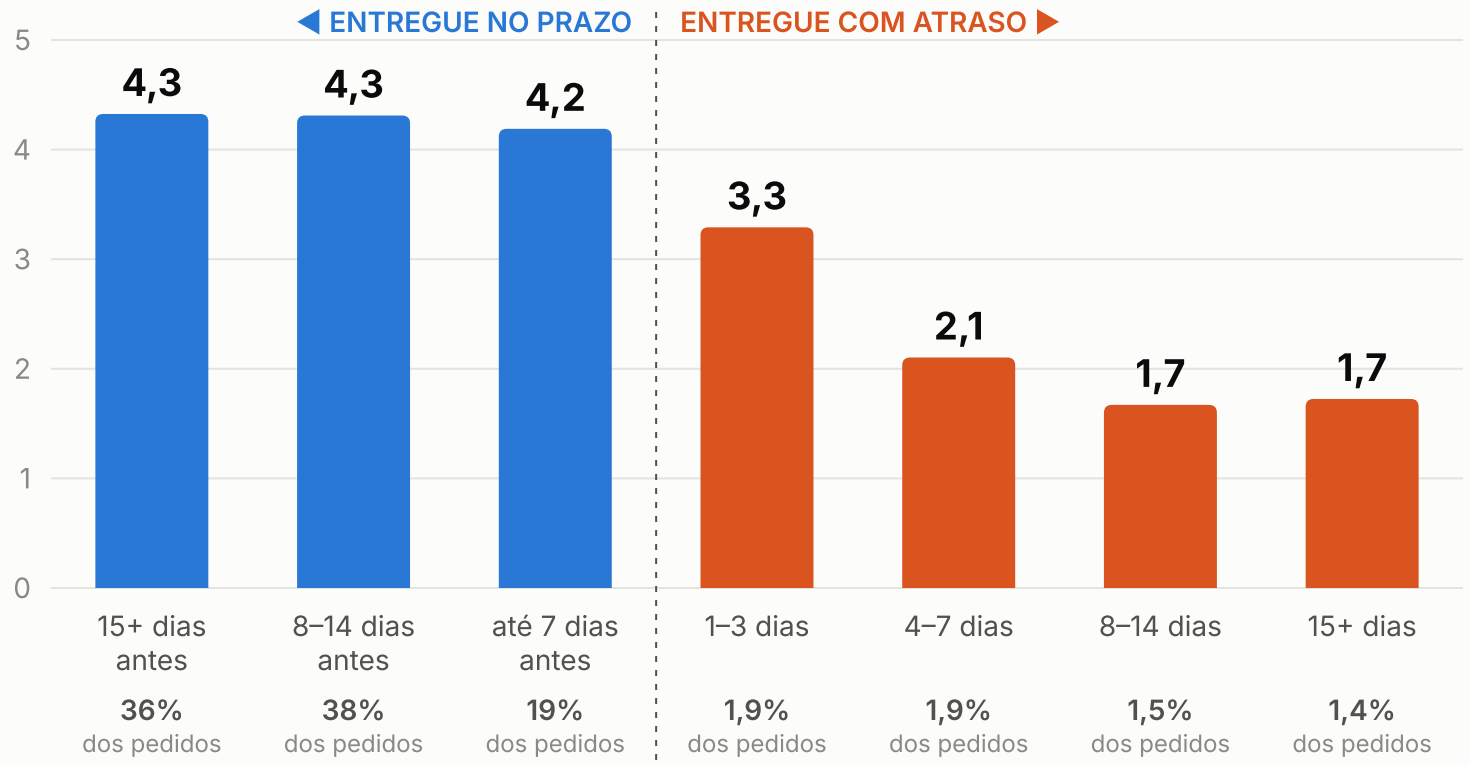
Quem tem a **1ª compra atrasada** volta menos: 1,6% contra 2,2% de quem recebeu no prazo.

TOLERÂNCIA DO CLIENTE

O cliente tolera até 3 dias. A partir do 4º dia de atraso, a nota despenca para ~2

Nota média de avaliação (1 a 5) por diferença entre a entrega e a data prometida

Pedidos entregues de jan/2017 a ago/2018



Entregar antes do prazo quase não muda a nota: ela fica entre **4,2 e 4,3**, adiantado 2 dias ou 20.

Com **1 a 3 dias** de atraso, a nota cai para **3,3**. Do **4º dia** em diante, para **2,1**, e 68% das avaliações já são 1 ou 2.

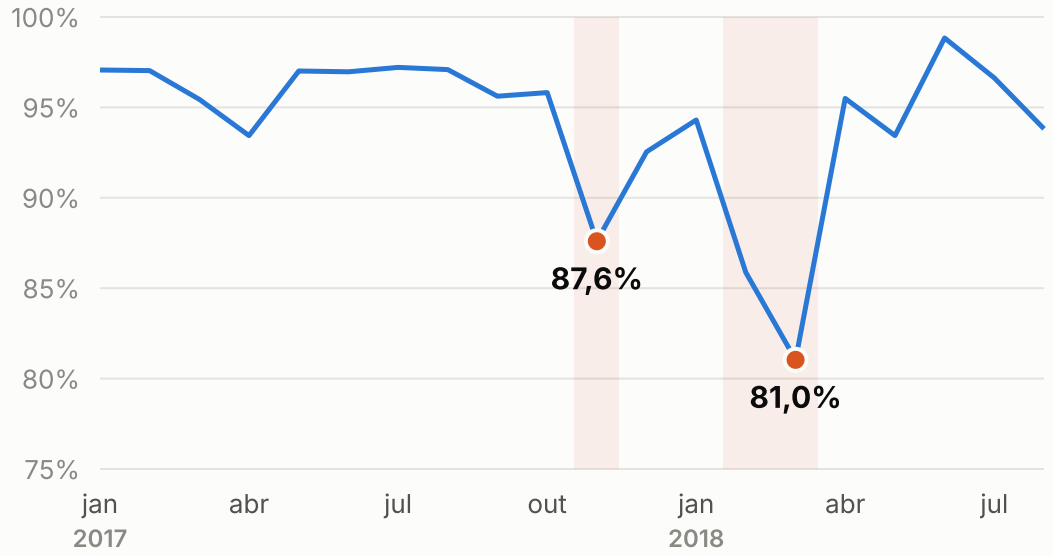
Por isso, a janela para agir é curta: **avisar e compensar o cliente antes do 4º dia**.

QUANDO O PROBLEMA APARECE

Nos picos de demanda a pontualidade cai, e a nota cai junto

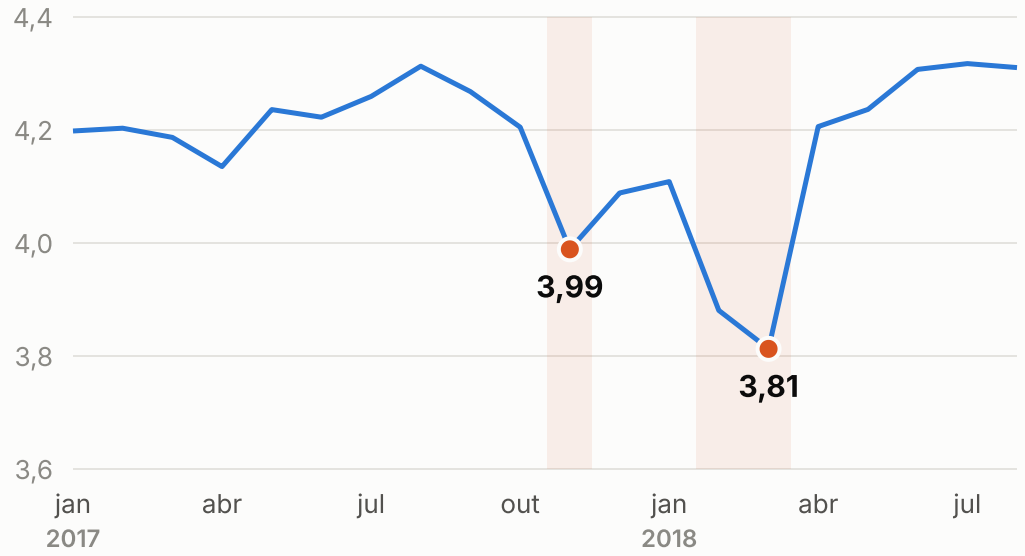
% de pedidos entregues no prazo, por mês

Faixas em laranja: Black Friday/2017 e fev–mar/2018



Nota média de avaliação, por mês

Escala de 1 a 5



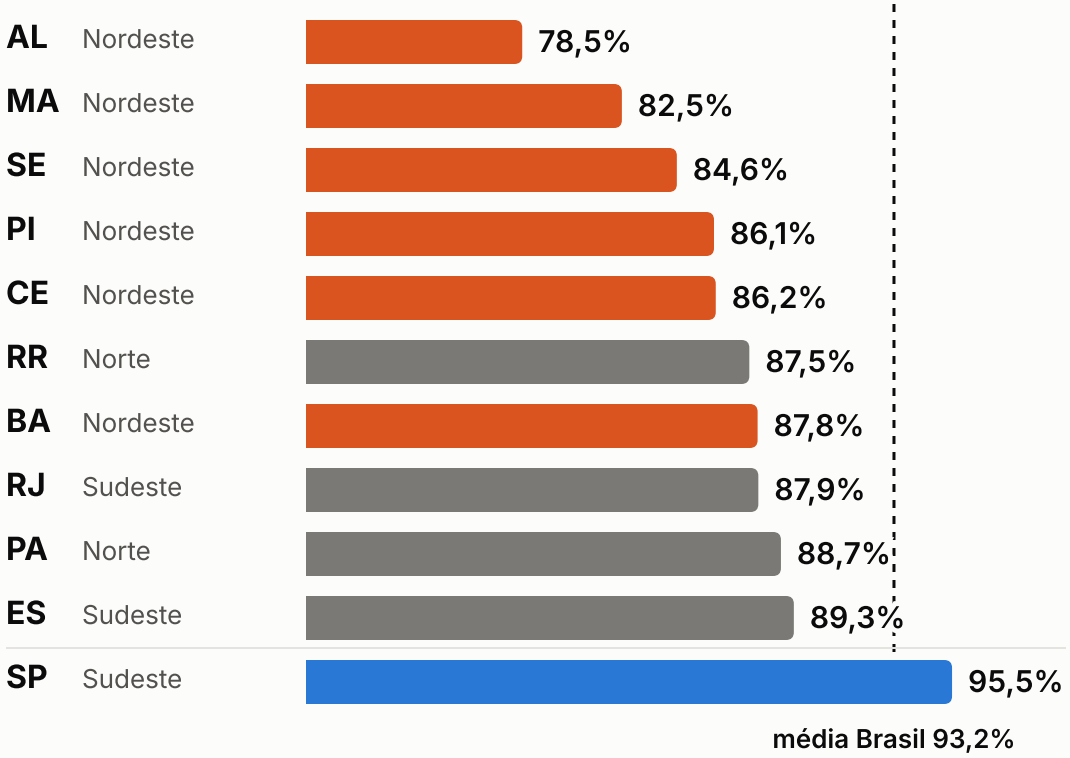
Em **nov/2017** (Black Friday), o volume subiu 63% em relação a outubro e a pontualidade caiu para 87,6%. Em **mar/2018**, chegou ao pior nível do período, 81,0%, e a nota média foi a **3,81**, a mais baixa da série. Quando a operação se normalizou, a nota voltou a ~4,3.

ONDE O PROBLEMA É MAIOR

Nordeste e RJ concentram os piores índices de pontualidade

% de pedidos entregues no prazo: os 10 piores estados

Em laranja, estados do Nordeste · SP como referência



Nordeste

6 dos 7 piores estados. Pontualidade de **87,2%** e nota média de **3,91**, a mais baixa entre as regiões.

Rio de Janeiro

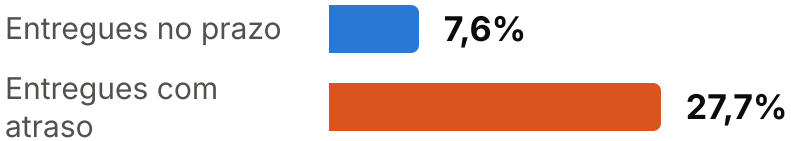
1.495 pedidos atrasados, quase tantos quanto SP (1.817) com um terço do volume. É a prioridade em número absoluto de clientes afetados.

DE QUEM É O ATRASO E QUANTO ELE CUSTA

A maior parte do atraso é do transporte, mas os vendedores também pesam

Vendedor postou fora do prazo-limite

% dos pedidos



Nos atrasados, a postagem tardia é **3,7× mais frequente**. Ainda assim, em ~72% dos atrasos o vendedor postou em dia: o gargalo principal é o transporte.

Classificação de 625 vendedores

Vendedores com 30+ pedidos entregues · critério: nota ≥ 4,0 e prazo ≥ 90%

Ação imediata	**69**
Atenção: prazo	**53**
Atenção: nota	**86**
Saudável	**417**

Os 69 de "ação imediata" respondem por **16% dos atrasos** do ranking com só 7% dos pedidos.

O custo do atraso

R$ 986 mil

em vendas entregues com atraso, receita exposta a cliente insatisfeito

4,16 → 4,29

nota média geral se nenhum pedido atrasasse

RECOMENDAÇÕES

Seis ações para reduzir o atraso e o seu efeito na satisfação

01

SLA de postagem para vendedores

Acompanhar mensalmente o % de postagem dentro do prazo e abrir plano de ação com os 69 vendedores de "ação imediata", começando pelos de maior volume.

02

Revisar a malha logística do Nordeste e do RJ

Negociar SLA e transportadora por rota nas UFs com pior pontualidade. O RJ é prioridade pelo volume absoluto de atrasos.

03

Plano de capacidade para os picos

Black Friday e o 1º trimestre pedem reforço de capacidade e prazos prometidos ajustados para a época: foi quando a nota mais caiu.

04

Comunicação proativa antes do 4º dia

Avisar o cliente e oferecer compensação (cupom, frete grátis) enquanto o atraso ainda é curto. A nota despenca a partir do 4º dia.

05

Calibrar o prazo prometido por rota

A Olist promete ~24 dias e entrega em ~12. Prazos mais realistas por rota podem aumentar a conversão sem elevar o risco de atraso.

06

Retenção depois da 1ª compra

98% dos clientes compram uma única vez. Priorizar a experiência da 1ª entrega e reativar com cupom 30 a 90 dias após a compra.

COMO FOI FEITO

BI de ponta a ponta, com a qualidade dos dados documentada

Dados brutos
9 tabelas CSV da base pública da Olist (Kaggle): pedidos, itens, pagamentos, avaliações, clientes, vendedores, produtos, geolocalização e tradução de categorias

→

ETL · Power Query (M)
Limpeza, padronização e agregações. Recorte de jan/2017 a ago/2018 para evitar meses incompletos

→

Modelo · Power Pivot
Modelo estrela: 1 fato de itens (112 mil linhas) + 5 dimensões, incluindo calendário

→

KPIs · DAX
20 KPIs documentados com suas medidas: % no prazo, nota média, faturamento em risco, taxa de recompra, YTD, MoM

→

Análise · Excel
Dashboard executivo com filtros, abas de logística, vendedores, clientes e qualidade de dados

Alguns dos 17 problemas de qualidade encontrados e tratados

O ID do cliente muda a cada pedido (99.441 IDs para 96.096 pessoas). Contar por ele zeraria a recompra; a dimensão de clientes usa o ID único.

Pedidos divididos no checkout pareciam recompra. 893 "segundas compras" eram do mesmo dia; sem tratar, a recompra iria de 2,2% para 3,0%.

Pagamentos parcelados têm várias linhas por pedido. Juntar direto com os itens inflaria o faturamento em 4,5%; os pagamentos são agregados antes.

Nota e prazo são do pedido, mas a fato é por item. Medidas DAX com DISTINCTCOUNT e SUMMARIZE evitam contar a mesma nota várias vezes.

Totais de controle do ETL (linhas, pedidos, faturamento, frete e clientes) conferidos: **7 de 7 batem**. Planilha completa no GitHub: **github.com/GabrielLeo12/olist-atrasos-satisfacao**