

Marketing Digital



Introdução aos dados



GUIA DA AULA 8



Entenda na prática

Caso de uso



Acompanhe aqui
os temas que
serão tratados
na videoaula.



Caso de uso



Para ilustrar tudo o que discutimos até aqui, vamos falar apresentar **um case**. Para **contextualizar** de uma maneira mais fidedigna ao dia a dia, o case será apresentado na **ordem de execução** e **com direcionais similares aos que poderiam ser passados por clientes**.

O que motiva um estudo ou análise é uma pergunta do negócio, no nosso caso será:

“Qual é a melhor maneira de agrupar/clusterizar meus clientes para me comunicar de forma mais assertiva reduzindo custos e impactos?”



Nosso próximo passo é **entender** qual o **domínio deste estudo**, **quais dados devem ser utilizados** e se eles **já estão disponíveis**.

Aqui utilizaremos os dados das seguintes fontes:

- Dados de navegação do **Google Analytics**
- Dados transacionais do sistema do **ERP** do cliente e da **plataforma de e-commerce**
- Dados cadastrais e demográficos do **ERP** do cliente

Vamos assumir que **temos apenas os dados de Google Analytics** integrados em um ambiente de dados e que esse ambiente é o **BigQuery**.



Por isso, vamos **integrar os dados do ERP ao BigQuery** utilizando o **Cloud Data Fusion**, este trabalho é do time de **Engenharia de Dados**.

Uma vez que os dados estão todos disponíveis os **Cientistas de Dados** podem começar a fazer **análises exploratórias** nos dados utilizando **Python** ou o **BigQuery** mesmo.

Enquanto isso os **Analistas de Dados** podem iniciar o **planejamento** de um **dashboard** contendo estes novos dados.



Após a análise exploratória os **Cientistas de Dados** resolvem utilizar o **algoritmo K-Means** para fazer uma **versão preliminar** do estudo. Aqui não entraremos nos **detalhes técnicos**, mas em linhas gerais esse **algoritmo agrupa dados semelhantes** em um mesmo cluster.

Essa primeira versão é então **transformada em relatório** que é **apresentado** para o cliente, que por sua vez **aprova o modelo** e solicita que os **clusters gerados sejam atualizados semanalmente** e que estejam em um **dashboard para acompanhamento geral**.



Agora o trabalho volta para o time de **Engenharia de Dados** que irá colocar o **algoritmo em produção**, agendar as **atualizações dos dados** e os **disponibilizar** para os Analistas de Dados que construirão o **dashboard**.

Este dashboard pode aproveitar a estrutura que já estava sendo pensada pelos **Analistas de Dados**.

Simplificadamente este é um possível processo de trabalho na **área de dados no contexto de Marketing Digital** dentro de uma **agência**. Este exemplo **foi baseado em entregas e experiências do dia a dia** muito similares a ele.



Bons estudos!

