

Marketing Digital



Introdução aos dados



GUIA DA AULA 3



Conheça os consumidores de dados

- Consumidores de dados
- Exemplo de dashboard do Google Data Studio
- Exemplo de relatório



Acompanhe aqui
os temas que
serão tratados
na videoaula.



Consumidores de dados



Afinal de contas, depois de ingerir, armazenar, processar, disponibilizar, fazer relatórios e dashboards, **o que é feito com esses dados? Quem os utiliza? Para que são utilizados?**

No cenário atual do mundo dos dados, eles devem **fluir pela empresa e estar disponíveis** a todo momento para todos os funcionários.

Devem ser **facilmente acessíveis**, daí a importância das ferramentas de Self Service Data/BI e das ferramentas baseadas em Cloud.

E o mais importante eles devem ser **acuradas, atualizadas** e devem **refletir as necessidades analíticas da empresa**.



Os diferentes níveis e setores de uma empresa tem diferentes necessidades e fazem uso dos dados de maneiras distintas, **isso explica a necessidade do conhecimento do negócio** por parte dos **Analistas e Cientistas de Dados**.

Os colaboradores envolvidos com a **operação** tendem a consumir mais **dados sobre a operação, sobre o dia a dia** e os **resultados imediatos**, enquanto os **gestores** e **decisores** precisam de informações mais **estratégicas**.



Contextualizando no Marketing Digital, as pessoas ligadas a operação sejam elas da agência ou do cliente, costumam consumir os dados na forma de **dashboards com KPIs** (Key Performance Indicator) ligados **diretamente a sua atuação**.

Na maioria das vezes estes dashboards tem **comparação** entre períodos **passados e atuais**, alguns possuem indicadores preditivos, mas, de modo geral, **descrevem o que aconteceu de forma sucinta**.

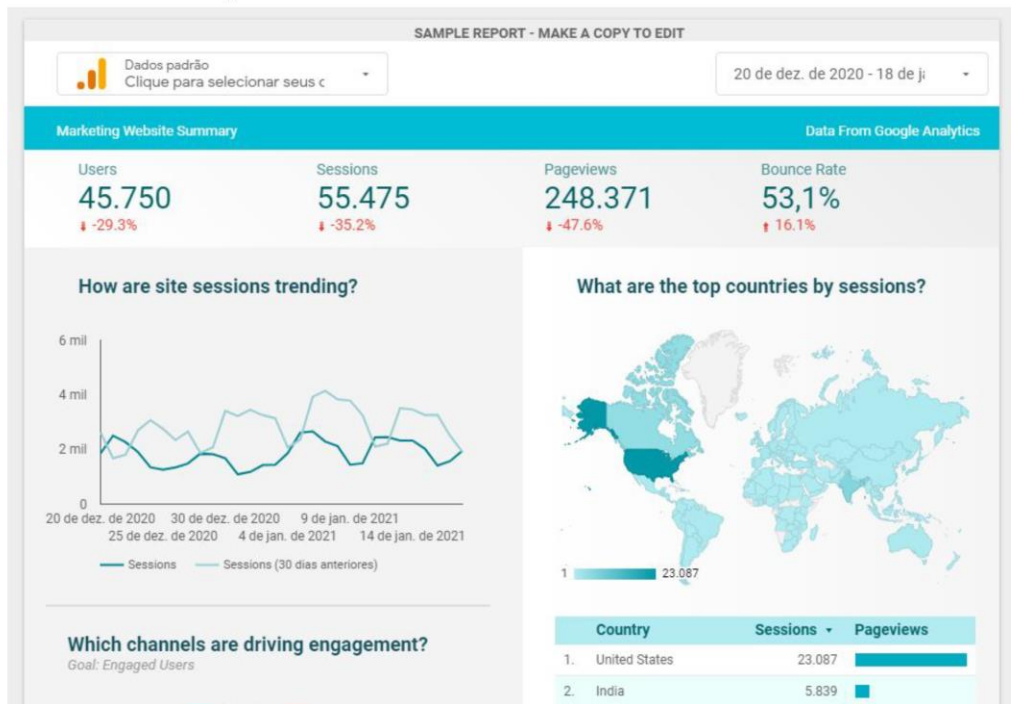
São utilizados para **ajustar campanhas**, para **pensar em estratégias** e, **as vezes**, como fonte de dados para **relatórios destinados a superiores**.



Exemplo de Dashboard no Google Data Studio



Exemplo de dashboard do Google Data Studio.



Existem também outros consumidores de dashboards que são os **gestores** (coordenadores, supervisores e gerentes) que geralmente **acompanham os mesmos indicadores** que a operação, mas com uma “**visão gerencial**”.

Os dados são **sumarizados e resumidos** de forma a trazerem uma **visão panorâmica** da operação, geralmente eles não se aprofundam em detalhes, estes são legados a operação.



Quanto aos relatórios, também **servem aos diferentes níveis da empresa**, mas **diferem** dos dashboards. Nestes o objetivo **não é informar o que aconteceu** e sim **analisar os dados e explicar o que aconteceu**, quais podem ser os próximos passos, quais as possíveis otimizações e trazer visões de futuro (possíveis predições).

Podem ter periodicidade semanal, mensal, trimestral, semestral, ser sobre campanhas específicas ou ainda um estudo ou a resposta a uma pergunta de negócios.

Eles **possuem uma narrativa** para explicar **através dos dados** quais são os **insights** e **conclusões**.

Geralmente os **mesmos relatórios** são consumidos pelos **gestores** e pela **operação**, apenas para o **C-Levels** que os **relatórios costumam ser diferentes**. Para estes são resumidos e geralmente tem **teor menos técnico**.



Exemplo de relatório



Exemplo de relatório

Benchmarking

Veículos mais vendidos em 2016 no Brasil	Unidades Vendidas
Chevrolet Onix	153.372
Hyundai HB20	121.616
Ford Ka (hatch)	76.616
Chevrolet Prisma	66.337
Toyota Corolla	64.740
Fiat Palio	63.996
Renault Sandero	63.228
Fiat Strada	59.449



Bons estudos!

