Tema

O uso da big data para apoiar a decisão em cima de dados estatísticos baseados em georreferenciamento.

Problema:

Justificativa:

Com os conceitos de big data e georreferenciamento será possível demostrar novos senários e oportunidades de negócios ainda não pensadas pois existe uma gama de variáveis possíveis para um único senário que quando cruzadas entre si irá gerar uma nova variedade de possibilidades que irá ajudar no momento da tomada de decisão gerencial.

Com geração dessas novas possibilidades nos irá trazer vários tipos de opções no momento da tomada de decisão e pode variar de acordo com o momento da pesquisa.

Esses cruzamentos também podem gerar uma grande quantidade de novos dados para serem trabalhados.

Problema:

Hoje em dia existem algumas distribuidoras que mantem uma carteira de clientes extensa e assim a mesma não consegue manter um bom relacionamento com os seus clientes. A empresa muita das vezes não consegue gerenciar de forma eficiente a suas tomadas de decisões pelo fato de não terem ferramentais que minere os seus dados e demonstram senários diversificados que dão a chance de tratar os problemas de uma forma eficiente.

Como os gestores dessas empresas não tem disponibilidade de recursos e tempo para realizar estudos e descobrir formas para sanar os problemas de forma mais eficientes, pois o estudo desses dados pode apresentar complexidades exponenciais de acordo com a quantidade de variáveis a serem estudadas.

Hipóteses:

1 Com a cruzamentos de dados obtidos através da geolocalização e dados obtidos através banco de dados será possível realizar analise otimizada.

2 Com base na gestão estratégica desses dados conseguiremos visar e gerir os clientes que não estavam sendo atendidos de forma eficiente.

3 Com o continuo processamento de dados será possível reajustar as zonas dos vendedores de acordo com o nível de compra e assim atender a todos os clientes de uma forma mais eficiente. Pois será possível prever a reação dos clientes e assim planejar quais aas ações serão tomas afim de melhorar o atendimento dos mesmos.

4 Como os estudos dos dados obtidos novos senários que não eram esperados irão aparecer e assim abrira novas visões de mercados que podem ser explorados de acordo com o produto vendido.

Objetivo:

Usar os conceitos e de big data juntamente com a base de dados que a empresa possui para auxiliar na tomada de decisões e assim trazer novos conceitos de vendas e o melhoramento da distribuição dos vendedores em relação aos clientes.