

Lett

Case Técnico – Consultor BI Jr.

Rodrigo Arruda Carneiro 11/05/2021

Ao analisar a base de dados do e-commerce no Brasil, dentre vários fatores sobre a satisfação do cliente, pode-se levantar o seguinte problema de negócio:

O tempo de entrega causa influencia na satisfação do cliente?

O estudo foi conduzido de forma a estudar a influência do tempo de entrega do produto ao cliente e os dias de atraso para medir a satisfação e o impacto nas avaliações da experiência do cliente.

Foram criados dois fatores para modelar a análise e criar as medidas de impacto:

- O **Fator de Concretização** pode ser definido como a diferença entre a Data de Compra e a Data de Entrega, definindo os dias corridos e quão longo pode ser a experiência de entrega do produto. Essa diferença foi encontrada através das colunas `order_purchased_timestamp` e `order_delivered_customer_date`.
- O **Fator de Atraso** pode ser definido como a diferença entre a Data de Entrega e a Data Estimada, definindo assim os dias de atraso da compra. Essa diferença foi encontrada através das colunas `order_estimated_delivery_date` e `order_delivered_customer_date`, onde os valores negativos denotam adiantamento da entrega do produto, em relação à data estimada e os valores positivos denotam efetivo atraso em relação à data estimada.

Foi conduzido o estudo com os dados iniciais para suportar a resposta do problema de negócio e podemos concluir na **pg05 – Delay Rate - Delay Factor** quando pode-se ver, claramente, a influência do tempo corrido e dias de atraso sobre a média de score, onde são consideradas as ordens exclusivamente em atraso.

A média de Score cai a medida em que aumenta os dias corridos de entrega e os dias efetivos de atraso, validando a hipótese da influência do tempo na entrega ao cliente, definindo um ponto de partida para comunicação e atuação dos setores responsáveis.

Portanto, respondendo ao problema de negócio levantando no começo da análise de dados:

O tempo de entrega causa influencia na satisfação do cliente?

Sim, o tempo e atraso pode ser um fator que exerce forte influência na satisfação do cliente.

O relatório pode ser interpretado de forma estática e pode ser colocado online para máximo aproveitamento dos filtros e interações.