



Classificando problemas de negócios

Vamos praticar a classificação de problemas de negócios em grupos. Classifique cada um dos problemas de acordo com a lista abaixo:

Preditivo
Geoespacial
Segmentação
Agregação
Descritivo

Cenário 1:

O Qwiki Mart quer abrir outra loja em uma área promissora para novos negócios, mas precisa ter a certeza de que não estará dentro de um raio de, pelo menos, quatro milhas de distância de outra loja da marca.

QUESTION 1 OF 4

Que tipo de metodologia de análise de dados seria mais adequada para responder a esta pergunta?

- ☐ Preditiva
- ☒ Geoespacial
- ☐ De segmentação
- ☐ De agregação
- ☐ Descritiva

ENVIAR



Classificando problemas de negócios

equipe quer entender que níveis de tráfego da web podem esperar no futuro, a fim de garantir que tenham capacidade de servidor suficiente para lidar com esse volume.

QUESTION 2 OF 4

Que tipo de metodologia de análise de dados seria mais adequada para responder a esta pergunta?

☒ Preditiva

☐ Geoespacial

☐ De segmentação

☐ De agregação

☐ Descritiva

ENVIAR

Cenário 3:

O ShipYourStuff.com quer saber o quanto eles enviam para cada código postal, estado ou região, já que os diferentes gestores querem resumos em diferentes dimensões.

QUESTION 3 OF 4

Que tipo de metodologia de análise de dados seria mais adequada para responder a esta pergunta?



Classificando problemas de negócios

- ☐ Geoespacial
- ☐ De segmentação
- ☒ De agregação
- ☐ Descritiva

ENVIAR

Cenário 4:

A Pretty Faces Cosméticos quer segmentar suas vendas para os três principais nichos de clientes. Para isso, precisam criar os segmentos, calcular quantos clientes se encaixam em cada um, além de determinar qual desses segmentos é o maior.

QUESTION 4 OF 4

Que tipo(s) de metodologia de análise de dados seria mais adequado para responder a esta pergunta? A resposta pode incluir mais de um tipo.

- ☐ Preditiva
- ☐ Geoespacial
- ☒ De segmentação
- ☒ De agregação
- ☐ Descritiva



Classificando problemas de negócios

Preditivo

A análise preditiva usa os dados existentes para prever um resultado futuro. Uma empresa, por exemplo, pode usar a análise preditiva para prever sua demanda ou se um cliente responderá a uma campanha publicitária.

Geoespacial

Este tipo de análise usa dados baseados em localização para ajudar a conduzir suas conclusões. Alguns exemplos são:

Identificar clientes por uma região geográfica como CEP, estado ou país;

Calcular a distância entre determinados endereços e os seus pontos de venda entre um ponto e outro do mapa;

Criar uma área de comércio com base nas localizações dos clientes para futuras análises.

Alguns tipos de análise geoespacial requerem o uso de software especial - como software que pode converter um endereço para Latitude e Longitude, ou pode calcular o tempo de unidade entre dois pontos geográficos de um mapa.

Segmentação

Segmentação é o processo de agrupar dados. Os grupos podem ser simples, como clientes que compraram itens diferentes, ou podemos ter técnicas de segmentação mais complexas, nas quais você identifica lojas que são semelhantes com base na demografia de seus clientes.

Agregação

Essa metodologia é muito usada na análise de dados e calcula um valor através de um grupo ou dimensão. Você pode, por exemplo, agregar dados de vendas para um vendedor específico em um determinado intervalo de meses, somando todas as vendas fechadas em cada mês. Em seguida, você pode agregar dimensões como vendas mensais por região.

A agregação é feita através de relatórios que esmiuçam os dados e ajudam os gestores a tomarem decisões baseados em análise de desempenho.

Descritivo

A estatística descritiva fornece resumos simples de uma amostra de dados, como: calcular a média das notas dos alunos que estejam se candidatando a um determinado curso ou a média de rebatidas de um jogador de beisebol profissional. Em nosso cenário de fornecimento de energia elétrica, podemos usar estatísticas descritivas para calcular a temperatura média por hora, por dia ou por data.



Classificando problemas de negócios

PRÓXIMO