



Módulo 1

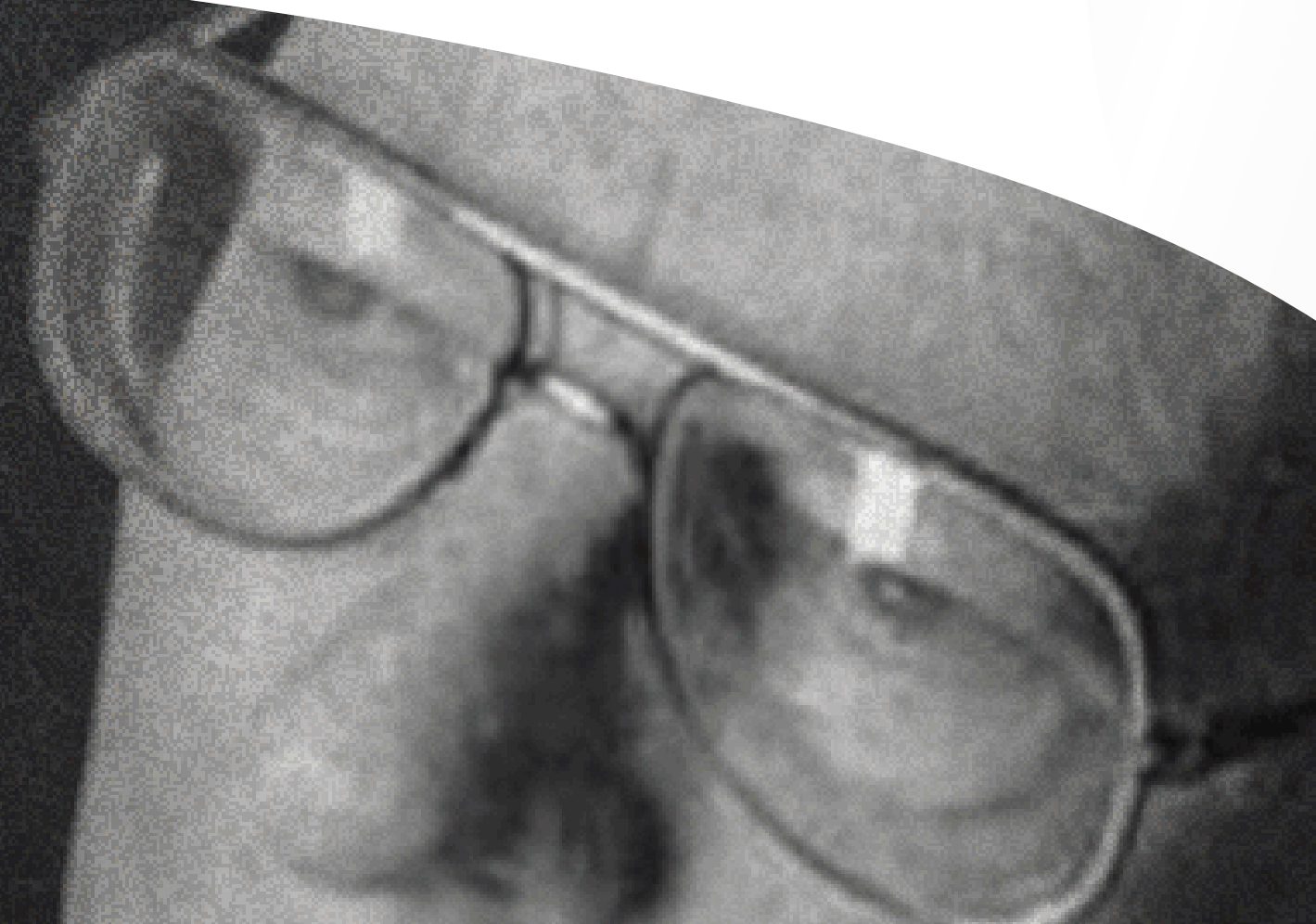
Definição e importância da análise de dados na gestão empresarial



Você conhece a frase a seguir que fez muito sucesso no mercado de tecnologia e negócios?

"Não se gerencia o que não se mede, não se mede o que não se define, não se define o que não se entende, e não há sucesso no que não se gerencia.", segundo William Edwards Deming.

DEMING



Quis começar esse curso trazendo essa reflexão. Ela por si só já define a importância da análise de dados na gestão empresarial. Mas, eu vou dar um passo atrás e explicar os principais conceitos e princípios para ajudar a compreender essa afirmação.

Dados, nada mais é do que o registro de uma informação.

E o que é o registro dessa informação?

Vamos supor que você fez um pedido no aplicativo de delivery. Seu nome, e-mail, telefone, endereço, todas essas informações estão dentro do aplicativo.

Sendo assim, o seu "nome" é um dado, o "e-mail" é outro dado e, assim, sucessivamente, como no exemplo abaixo:

Seu nome *	<input type="text"/>
Número de telefone	+55 <input type="text"/>
Seu e-mail *	<input type="text" value="formacao@estudeempportugal.org"/>
Sua pergunta	<input type="text"/>



Mas nesse caso, estamos falando de você como **cliente**. Agora, pense como se você trabalhasse na estratégia de um aplicativo de delivery, quantas decisões você não poderia tomar tendo diversos dados dos seus clientes?

QUAL A REGIÃO QUE MAIS REALIZA PEDIDOS?

QUAL O TICKET MÉDIO POR PEDIDO?

QUAIS OS RESTAURANTES QUE MAIS VENDEM?

QUAL O TIPO DE COMIDA QUE MAIS VENDE?

ENTRE OUTRAS.



Você é Head de Vendas do aplicativo de delivery XPTO e quer fazer uma ação de vendas para bater a meta de receita do mês. **A partir da análise dos dados dos clientes**, você entendeu que na região de Matosinhos ocorrem mais pedidos de comida japonesa.

Assim, você **promove ações de marketing e comunicação** divulgando os principais restaurantes de comida japonesa daquela região e, **a partir de estratégias de marketing digital**, você direciona esses restaurantes para clientes que têm interesse nesse tipo de culinária em Matosinhos.



Para concluir a ação, realizamos um acompanhamento contínuo dos resultados, avaliando métricas como **taxa de conversão de pedidos, engajamento com as campanhas e o retorno sobre o investimento**. Com os insights obtidos, refinamos ainda mais as estratégias, garantindo uma conexão eficaz entre os restaurantes e os clientes.

Dessa forma, conseguimos maximizar o impacto das ações, **promovendo um aumento na receita do aplicativo**, enquanto fortalecemos a fidelização dos usuários com ofertas relevantes e segmentadas, ajustadas ao perfil de consumo de Matosinhos.





Além de outros conceitos de tecnologia envolvidos nesse exemplo que vamos discorrer ao longo desse curso, essas técnicas e estratégias apenas são possíveis por causa da análise de dados.

Agora, vamos retomar a frase que iniciamos neste módulo e utilizar o caso acima para compreendê-la ainda melhor.



O Head de Vendas só conseguiu realizar essa ação **porque ele tinha a localização dos pedidos**, o tipo de culinária do restaurante e o preço do produto.

Ele sabia exatamente o que ele queria vender, onde ele queria vender e para quem ele queria vender.

Caso ele não tivesse essas informações, **poderia ter investido em uma ação sem sucesso**, o que geraria ainda mais gasto para a empresa.

