

Fichamento

Marcelo Passamai Mendes

Outubro de 2021

Características dos métodos de Big Data e novas oportunidades dos sistemas de BI nas campanhas de marketing

Introdução

Em 2017 o mercado mundial de *Big Data and business analytics market* faturou aproximadamente 150 Bilhões de dólares com um crescimento de 12.4% em relação ao ano anterior, enquanto que na Rússia de 2014 até 2018 o crescimento não foi tão expressivo, 2018 \$355 milhões de dólares.

O Processo de *Big Data Analytics*(BDA) inclui a análise de grande quantidade de dados, dados complexos e até dados não estruturados, com objetivo de encontrar alguma informação, encontrar tendências, prever valores e otimizar custos. Em alguns segmentos de mercado pode ajudar a otimizar recursos e melhorar a produtividade.

De acordo com a *American company International Data Corporation* (IDC) os especialistas dividem o mercado de *Big data* (BD) nos seguintes segmentos.

- Gerenciamento de performance e análise de aplicações.
- *business intelligence*(BI) e ferramentas analíticas.
- Controle e integração de dados.

Até 2025 o BDA tende a crescer entrando em várias áreas como setor financeiro, meio ambiente, bens de consumo e comércio, saúde e etc.

Neste artigo será mostrado como usar sistemas baseado em BI para melhorar campanhas de marketing. Os principais problemas ao redor do tema são:

- Quais tipos de dados podem ser usado para criar uma base de dados e entender aspectos do marketing.
- Benefícios do uso de sistemas de BI para campanhas de marketing.

Desenvolvimento

Como dito anteriormente *Big Data*(BD) é o termo destinado para tratamento de muitos dados, os desafios do BD são: coletar os dados, armazenar, analisar, buscar nos dados, visualização e outros. O BD tem sido usado para determinar alguns indicadores de auxílio no marketing como: interesse, audiência, demanda e atividade do consumidor. Exclusivamente para atividade do consumidor é utilizado um conceito de pegada digital que é coletar informações do usuário, sites acessados e ações realizadas durante uso do site, junto de informações de redes sociais como: vídeos curtidos, comentários, páginas seguidas e etc.

O autor cita que a confidencialidade de dados, esses dados não podem ser usados sem a permissão, cita que na Rússia a lei para isso está em construção, fala do clássico caso da gravidez da moça que uma empresa anunciou a gravidez antes da moça estar grávida, de fato era verdade.

O BD pode ser descrito seguindo as seguintes características:

- Volume
Quantidade de dados gerados e armazenados.
- Variedade
Os tipos de dados usados: texto, imagem, vídeo, etc.
- Velocidade
O tempo de processamento dos dados e velocidade da disponibilidade da informação.
- Veracidade
A qualidade dos dados recebidos para processamento, se eles não podem atrapalhar a análise.

Vamos definir *Business Intelligence* (BI) é uma terminologia empregada a métodos e ferramentas para tradução de informação brutas para decisões estratégicas, então sistemas de BI precisam de um sistema de BD, isso é um pré-requisito. O BD é fonte dos dados com dados que estão relacionados aos consumidores para elaborar uma campanha de marketing. Os erros comuns são não ter um objetivo claro ao qual informação se deseja buscar, pois a escolha dos dados de BD podem não estar relacionadas.

Conclusão

O Big Data é importante para o marketing para reunião de dados sobre consumidores possibilitando um direcionamento ao perfil do cliente com a campanha de marketing, porém aspectos de privacidade devem ser levados em consideração na etapa de coleta de dados. Existem várias ferramentas que possibilitam auxílio nesse processo como: redes sociais, Google.trends, Google.AdWords e etc.

Perguntas

- Título do artigo
"Features of Big Data approach and new opportunities of BI-systems in marketing activities"
Pode ser entendido como: *Características dos métodos de Big Data e novas oportunidades dos sistemas de BI nas campanhas de marketing.*
- Autores
*Igor Ilin 1 , Anastasii Klimin 1 , and Anton Shaban 1,**
Esse Artigo é de: Peter the Great St.Petersburg Polytechnic University, Polytechnicheskaya, 29, St. Petersburg, Rússia.
- Apresente as principais ideias discutidas no artigo?
O mercado de Big Data cresce muito mundialmente e na Rússia o seu crescimento é baixo. Existe uma tendência de crescimento no uso de sistemas de BI no setor financeiro, bens de consumo, saúde e etc.
- Quais os principais conceitos apresentados?
 - Big Data: terminologia usada para o tratamento de muitos dados.
 - Business Intelligence: transformação de dados brutos em informações para tomada de decisões estratégicas. o Big Data é um pré-requisito para o BI.
- Quais os pontos positivos?
Um sistema de BI para campanhas de marketing, pode ser muito vantajoso para uma corporação. O cruzamento de várias informações ajuda a direcionar a campanha a um público alvo específico.
- Quais os pontos negativos?
Acredito que o tratamento de informações não estruturada como fotos o autor não deu muita importância. O problema com acesso a informações de pegadas digitais, privacidade dos dados. O problema da localidade do autor e o investimento em BI.

O autor cita que não ter um objetivo claro no começo pode ser um problema e atrapalhar em algum momento do projeto.