Mustapha NEZZARI

Dans ce compte rendu, vous trouverez les réponses au TP2.

Compte rendu du TP2

SQL OLAP

Sommaire

[L’entrepôt de données 3](#_Toc467346084)

[La table des faits Vente 3](#_Toc467346085)

[Les mesures 3](#_Toc467346086)

[La dimension Produit 3](#_Toc467346087)

[La dimension Client 3](#_Toc467346088)

[La dimension Lieu 3](#_Toc467346089)

[La dimension Temps 3](#_Toc467346090)

[Les vues matérialisées 3](#_Toc467346091)

[Requêtes 3](#_Toc467346092)

[Mode de rafraichissement 3](#_Toc467346093)

[Les clés 3](#_Toc467346094)

[Tests des vues 3](#_Toc467346095)

[Optimisations 3](#_Toc467346096)

[Les index 3](#_Toc467346097)

[Les hiérarchies 3](#_Toc467346098)

# Modélisation dimensionnelle

Dans le cas présenté, l’entreprise cherche à analyser ses ventes selon des mesures différentes. Elle s’intéresse aux **quantités** vendues, au **prix** de ventes (avec éventuellement des **remises**) et aux **chiffres d’affaire**.

Elle souhaite aussi pouvoir avoir des informations sur les produits vendus comme leur **désignation**, leur **catégorie**, leur **sous-catégorie**.

Elle s’intéresse aussi aux caractéristiques de ses clients. Les questions qu’elle se pose montrent un intérêt pour leur **âge**, leur **tranche d’âge**, leur **sexe**. Afin de cibler ses campagnes promotionnelles, elle s’intéresse à des critères géographiques locaux et internationaux comme le **pays**, la **ville** ou encore le **code postal**.

# L’entrepôt de données

## La table des faits Vente

### Les mesures

La mesure « age »

## La dimension Produit

## La dimension Client

## La dimension Lieu

## La dimension Temps

## Les vues matérialisées

### Requêtes

### Mode de rafraichissement

# Les clés

# Tests des vues

# Optimisations

## Les index

## Les hiérarchies