

Projeto do Curso

Você se saiu muito bem no curso do Practicum e recebeu uma oferta de estágio no departamento analítico da Y.Afisha. Sua primeira tarefa é ajudar a empresa a otimizar suas despesas com marketing.

Vamos dar uma olhada no projeto final do curso

Descrição do Projeto

Você se saiu muito bem no curso do Practicum e recebeu uma oferta de estágio no departamento analítico da Y.Afisha. Sua primeira tarefa é ajudar a empresa a otimizar suas despesas com marketing.

Você tem:

- Diários do servidor com dados sobre os acessos a Y.Afisha de janeiro de 2017 até dezembro de 2018
- Arquivo de despejo com todos os pedidos feitos durante o período
- Estatísticas de despesas com marketing

Você vai analisar:

- Como as pessoas usam o produto
- Quando elas começam a comprar
- Quanto dinheiro cada cliente traz para a empresa
- Quando as despesas serão cobertas

Instruções para completar o projeto

Passo 1. Carregue os dados e prepare-os para a análise

Armazene os dados sobre os acessos, pedidos e despesas em variáveis. Otimize os dados para a análise. Certifique-se de que cada coluna contém o tipo correto de dados.

Caminhos de arquivo:

/datasets/visits_log_us.csv

/datasets/orders_log_us.csv

/datasets/costs_us.csv

Passo 2. Faça relatórios e calcule as métricas:

1. Produto

- a. Quantas pessoas usam-no cada dia, semana e mês?
- b. Quantas sessões ocorrem por dia? (um usuário pode realizar várias sessões).
- c. Que comprimento tem cada sessão?
- d. Com que frequência os usuários voltam?

2. Vendas

- a. Quando as pessoas começam a comprar?
- b. Quantos pedidos os clientes fazem durante um determinado período de tempo?
- c. Qual é o volume médio de uma compra?
- d. Quanto dinheiro eles trazem para a empresa (LTV)?

3. Marketing

- a. Quanto dinheiro foi gasto? No total/por origem/ao longo do tempo
- b. Quanto custou a aquisição de clientes para cada origem?
- c. Os investimentos valeram a pena? (ROI)

Construa gráficos para ver como essas métricas diferem para vários dispositivos e diferentes origens de anúncios e como elas mudam com o tempo.

Passo 3. Escreva uma conclusão: recomende aos especialistas de marketing quanto dinheiro e onde seria melhor investir.

Quais origens/plataformas você recomendaria? Fundamente sua escolha: em quais métricas você se concentrou? Por quê? Que conclusões você tirou ao encontrar os valores das métricas?

Formato. Complete a tarefa em um notebook Jupyter. Insira o código nas células *code* e explicações de texto nas células *markdown*. Aplique formatação e cabeçalhos.

Descrição dos dados

A tabela `visits` (os diários do servidor com dados sobre os acessos ao site):

- *Uid* — identificador unívoco do usuário
- *Device* — dispositivo do usuário
- *Start Ts* — data e hora do início da sessão
- *End Ts* — data e hora do final da sessão
- *Source Id* — identificador da origem do anúncio através do qual o usuário chegou

A tabela `orders` (dados sobre os pedidos)

- *Uid* — identificador unívoco do usuário que faz um pedido
- *Buy Ts* — data e hora do pedido
- *Revenue* — a receita de Y.Afisha do pedido

A tabela `costs` (dados sobre as despesas com marketing):

- *source_id* — identificador da origem de anúncio
- *dt* — data
- *costs* — despesas com esta origem de anúncio neste dia

Como meu projeto será avaliado?

Seu projeto será avaliado com base nos seguintes critérios. Leia-os cuidadosamente antes de iniciar o projeto.

Isso é o que os revisores do projeto procuram ao avaliar seu projeto:

- Como você prepara dados para análise
- Quais gráficos você fez para as métricas
- Como você interpreta os gráficos resultantes
- Como você calcula e interpreta cada parâmetro
- Como você fundamenta suas recomendações aos especialistas de marketing e quais métricas usa
- Se você segue a estrutura do projeto e mantém o código organizado
- As conclusões que você tirou
- Se você deixa comentários a cada passo