

Documentação da Modelagem Relacional

Modelo de Relacionamento entre as Tabelas

O modelo de dados foi construído com base na lógica da jornada de marketing digital, respeitando a origem dos dados e a vinculação entre campanhas, leads e negócios fechados.

Tabelas e Relacionamentos

1. Campanhas ↔ Leads

- **Relacionamento:** Muitos para Muitos (N:N)
 - **Chave de ligação:** ID_Campanha
 - **Descrição:**
 - Uma mesma campanha pode gerar vários leads.
 - Uma campanha pode aparecer várias vezes na base de campanhas por criativo ou por data.
 - O mesmo ID_Campanha também se repete na tabela Leads, pois vários leads podem ter sido originados por ela.
 - **Justificativa para N:N:** Ambos os lados possuem múltiplas ocorrências do mesmo ID_Campanha, o que inviabiliza um relacionamento 1:N tradicional.
 - **Observação técnica:** Por ser um relacionamento N:N, as medidas DAX precisam ser escritas com cuidado para evitar ambiguidade ou duplicidade na contagem.
-

2. Leads ↔ Negócios

- **Relacionamento:** Um para Um (1:1)
- **Chave de ligação:** ID_Lead
- **Descrição:**
 - Cada lead pode originar no máximo **um único negócio**.
 - Cada negócio é vinculado diretamente a um único lead.

- **Cardinalidade adotada no Power BI: 1:1**
 - **Observação:** Esse tipo de relacionamento garante precisão ao vincular status e valores de negócios diretamente a um lead, sem risco de duplicação.
-

Considerações Técnicas

- O modelo foi estruturado para **refletir a jornada completa do lead**, desde a campanha que o gerou até o status final do negócio (ganho ou perdido).
- A ausência de um dicionário de dados exigiu inferências com base na estrutura dos relacionamentos e comportamento das variáveis.
- A escolha por **relacionamentos N:N e 1:1** foi necessária para manter a integridade dos dados sem perder granularidade de análise.
- Filtros e segmentações foram construídos com **controle explícito no DAX** para garantir consistência analítica.