**Passaggi esercitazione finale**

**Introduzione al progetto**

Per questa esercitazione finale, ho analizzato il dataset Olist, con l'obiettivo di costruire un report dinamico che raccontasse l'intero percorso d'acquisto, dalla transazione iniziale fino alla customer experience finale.

**Pulizia e preparazione dei dati**

Il primo passo è stato quello della pulizia tramite Power Query: ho rimosso tutte le colonne non rilevanti per il mio studio e ho modificato i tipi di dati per uniformarli correttamente. In fase di esplorazione, ho riscontrato un problema con la colonna degli stati: Power BI identificava alcuni nomi come stati europei o americani. Ho risolto effettuando un controllo incrociato con fonti online e intervenendo manualmente nella correzione.

A questo punto, ho impostato la valuta Brasiliana (R$) e rinominato tutte le intestazioni dei campi in italiano, così da rendere il progetto coerente con la lingua della presentazione.

**Correzione errori e comprensione del dataset**

Analizzando il dataset pubblicato su Kaggle da Olist, ho riscontrato incongruenze nei campi del prezzo e della spedizione. Seguendo le indicazioni presenti nella documentazione, ho modificato quest’ultimi, semplicemente eliminando un passaggio e sostituendo il punto con la virgola ;per ottenere il valore corretto ho sommato i campi riga per riga, creando una nuova colonna che è l’importo totale dell’ordine.

Ho inoltre rilevato un errore nella traccia dell’esercizio, che proponeva il conteggio degli ordini basandosi sugli articoli , il che avrebbe generato duplicazioni. Per questo ho considerato come riferimento l’ID\_Ordine univoco.

**Costruzione del modello e struttura del progetto**

Successivamente ho creato nuove colonne calcolate (come “giorni di risposta” o “fatturato per ordine”) e misure DAX, tra cui:

* Fatturato rispetto all’anno precedente
* Variazioni percentuali
* Indici di incidenza

Inoltre, per il collegamento tra le date ho creato una tabella calendario prendendo il min e max della data dell’ordine che fa parte della tabella d\_f\_ordini\_senza\_articoli\_olist.

Ho inserito anche diversi bottoni, soprattutto nella homepage, mentre nelle pagine successive il logo dell’azienda è il pulsante che ti riporta alla pagina inziale.

Ho inserito un pulsante info che ti riporta ad un segnalibro, in modo da visualizzare lo storytelling per ogni pagina.

Il report è articolato in **6 pagine** interattive contenenti filtri e tooltip :

1. Homepage
2. Ordini
3. Fatturato
4. Quantità e categorie
5. Recensioni e clienti
6. Ordini senza articoli

**Gestione casi particolari: ordini con e senza articoli**

Uno degli aspetti più interessanti ha riguardato gli ordini senza articoli associati, rilevati durante l’analisi. Per approfondire ciò, ho creato, grazie alla tabella dei (d\_f\_ordini\_senza\_articoli\_olist) , una colonna che identifica chiaramente gli ordini con o senza articoli, così da poter filtrare le diverse pagine create. Esempio : l’incidenza sul fatturato della pagina 6 è inerente al fatturato della tabella degli ordini con e senza prodotti e non sulla tabella di ordini con prodotti, poiché, in quest’ultimo caso, risulterebbe falsato.

Le pagine di analisi sono state create esclusivamente sugli ordini contenenti prodotti, fatta eccezione per la sezione dedicata alle anomalie. In merito alle categorie prodotto, ho deciso di lasciare i valori nulli perché un riempimento da parte mia, avrebbe falsato l’analisi.