**Teste – Raciocínio lógico**

**Objetivo do teste**: Avaliação da capacidade lógica, criativa e do raciocínio estruturado em cima de 3 projetos contento informações de riqueza diferentes.

O candidato precisa descrever uma estratégia de execução, sem precisar entrar nos mínimos detalhes, contemplando o raciocínio logico de como ele vai resolver o problema do cliente, nos dizendo o que será feito, como será feito e qual o resultado esperado das ações.

Nessa avaliação não será considerado se a resolução está certa ou errada, mas a construção do caminho e as soluções sugeridas para o atingimento do objetivo.

**Dica**: prestar bastante atenção nas informações e, principalmente, na falta delas. A descrição da solução deve passar a o caminho técnico para chegar ao resultado esperado no enunciado, e fica a critério do candidato se é possível ou não desenhar a solução com as informações passadas.

**Projeto 1 – Plano de Dash e Reports para projeto de e-commerce**

Nosso novo cliente possui um e-commerce e contratou nosso serviço porque precisa construir uma forma de estrutura e leitura de informações e resultados de forma eficiente para tomada de decisões de negócio. Para isso ele precisa ter um dashboard com informações relevantes e uma rotina de relatórios que o auxilie no processo de negócio e mídia.

**O cliente precisa conseguir avaliar as seguintes tomadas de decisão:**

Quais produtos ele deve focar em promoções;

Como está o retorno sobre investimento em Mídia (ROAS)

Como está o retorno sobre investimento total (ROI)

Como está a eficiência do e-commerce em todas as dimensões (conversão, experiência, retenção, fidelidade)

Com base nessas informações, descreva de forma resumida:

1. Quais fontes de dados o cliente precisa disponibilizar para a implementação do projeto
2. Quais telas de Dash seriam disponibilizadas e quais KPI´s e Métricas poderiam disponibilizadas para responder às necessidades do cliente; (ex. Tela com resultados de mídia com investimento, qde vendas etc)
3. Que tipo de relatório de análise pode ser feito e com qual frequência?

**Obs.:** não precisa definir ferramentas, apenas descrever o que precisa de imput e quais os outputs de informações)

**Projeto 2 – Dashboard de resultados**

Um dos nossos clientes contratou o trabalho de elaboração e manutenção de um dashboard de resultados para colocar em uma TV na sala de operações dele, tanto da mídia quanto da ferramenta de analytics. No nosso escopo, ficamos com a missão de levar para ele as seguintes respostas:

1- Qual ferramenta de visualização de dados podemos utilizar, pensando que ele precisa acessar de qualquer lugar?

2- Quais métricas e informações vamos compilar para ele no dashboard (podendo pensar em até 3 telas rotativas de resultados)?

3- Como faríamos para colocar todas as informações de maneira integrada (pré-click e pós-click) no dashboard, sendo que na mídia temos informações diferentes da ferramenta de analytics?

4- Qual seria a solução para colocar os dados de vendas dele (CRM) junto nesse dashboard?

**Projeto 3 – Análise de cenários**

Nosso cliente que possui um aplicativo de contratação de empréstimos e precisa tomar a decisão se aumenta ou não o investimento em suas campanhas. Atualmente ele vem investindo cerca de 5 mil reais por dia e está tendo um retorno médio sobre investimento de 2,6x, ou seja, a cada um real investido ele tem 2,60 de retorno. O cliente nos deu acesso aos últimos 3 meses de dados (que é o período total até o momento de campanha ativa), considerando investimento, informações de comportamento dos usuários e resultados.

Segundo ele, o orçamento incremental aprovado é de 100 mil reais/mês por mais 3 meses.

Com base nessas informações, responda as seguintes questões:

1. Quais técnicas/logicas podemos usar para projetar cenários para o cliente ter a visão hipotética de resultados futuros?
2. Em relação ao canal de comunicação atualmente a estratégia está alocada em 60% Google e 40% Meta e o Google tem um resultado 5% pior em relação ao ROAS. Nas audiências utilizadas chegamos a 50% de alcance na Meta e 30% no Google. Levando em consideração esse cenário, qual seria nosso direcionamento de divisão de investimento para o cliente.