



CEPS - UNI

INTELIGENCIA DE NEGOCIOS – SQL IV

Laboratorio I

Docente:

Gustavo Coronel

Alumnos:

Guevara Puente, Favio Jesús

Lazo Santoyo, Carlos Caleb

Escobar Aristizabal, Ricardo Dante

7 de mayo de 2021

1. EMPRESA ADVENTURE WORKS

ADVENTURE WORKS es una gran empresa de fabricación multinacional. La empresa fabrica y vende bicicletas de metal y de metal compuesto en los mercados de Norteamérica, Europa y Asia. Si bien su sede central de operaciones se encuentra en Bothell, Washington, con 290 empleados, en toda su base de mercado tiene distribuidos varios equipos regionales de ventas.



2. PROBLEMÁTICA

ADVENTURE WORKS ha crecido en estos últimos años de manera preponderante. Tras estos buenos resultados obtenidos ADVENTURE WORKS está intentando ampliar su cuota de mercado dirigiendo sus ventas a sus mejores clientes a través de un nuevo plan de marketing.

En ese sentido, la implementación de la inteligencia de negocios se desarrollará en el área de ventas ya que es la encargada de generar el mayor beneficio.

La empresa cuenta con 10 razones de ventas esenciales:

- Precio
- Promoción
- Anuncios de revista
- Anuncios de televisión
- Manufactura
- Revisión
- Demostración evento
- Patrocinio
- Calidad
- Otros

Estas razones permiten que la empresa cuente con una amplia cartera de clientes y alta demanda.

3. MODELO TRANSACCIONAL



4. OBJETIVO

Implementar un modelo de marketing para conocer nuestras ventas trazadas, donde podamos identificar cuál es la razón de venta con más demanda y la razón de venta en cada país

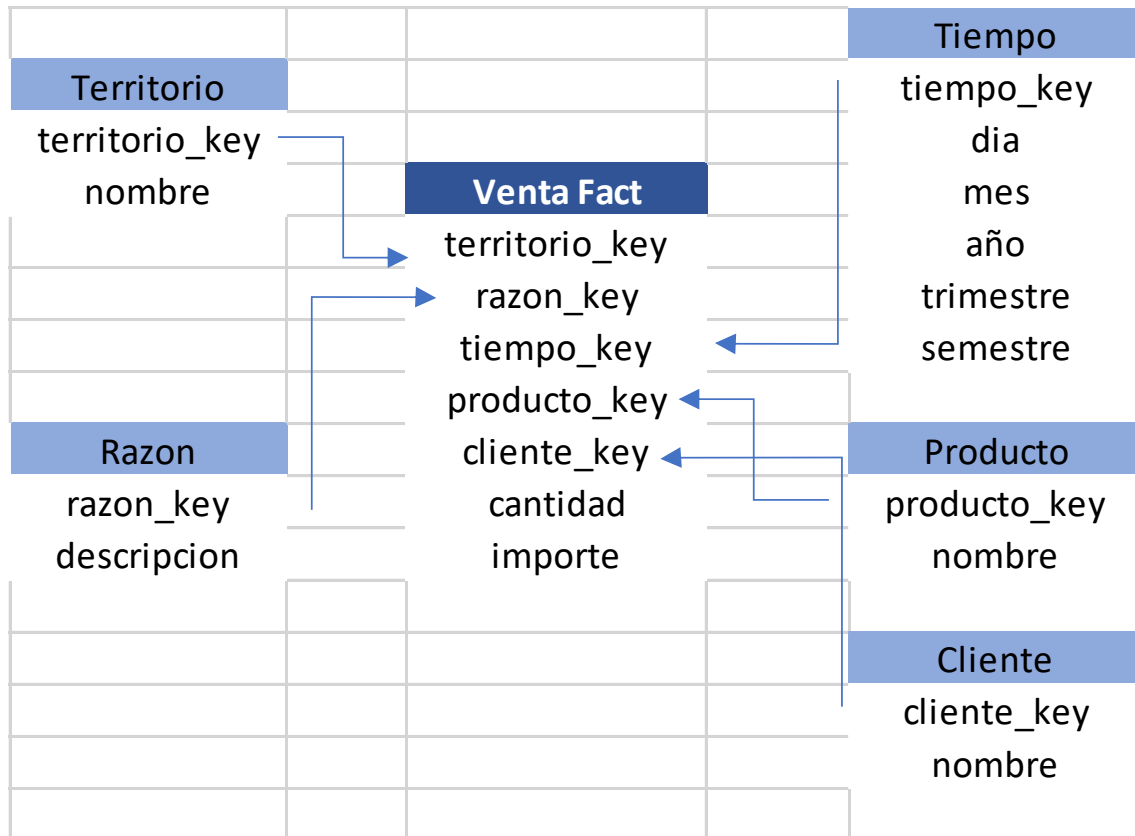
INDICADORES

% venta más demandada= (ventas por razón de venta/ venta total) %

% país con más demanda de ventas= (ventas por país/ venta total) %

% crecimiento de ventas por semana= (venta total de la semana/ venta de la semana anterior) %

5. DISEÑO DIMENSIONAL



<https://www.youtube.com/watch?v=pM3o8MJ0VbM>