

Introdução

Neste desafio, em duas partes, queremos que você enfrente os desafios do dia a dia da área de dados. Para isso, avaliamos o case da seguinte forma:

- Definição e entendimento do problema
- Linha de raciocínio
- Comunicação durante o processo
- Conclusão

Você pode nos apresentar o case no formato que você julgar adequado. Fique à vontade na escolha das ferramentas para a solução do problema. Apenas tenha em mente o período de 40 minutos para a apresentação dos resultados.

Contexto

A Webmotors dispõe de diversos produtos digitais para solucionar problemas durante a compra, utilização e venda de um veículo, sendo um de seus principais e mais conhecidos o classificado. Para o classificado utilizamos o lead model para monetizar nosso produto. Um lead é uma demonstração de interesse de um comprador para um vendedor. Navegue no nosso portal, pesquise um veículo e abra a página de um anúncio para se familiarizar com os conceitos.

[Nesta planilha](#) (auto explicativa, veja a aba de dicionário para entender) você encontra alguns números fictícios dos nossos clientes.

Desafio

A fim de melhorar o desempenho dos anúncios, determine ao menos uma alternativa para potencializar o recebimento de leads dos anúncios. Para tal, elaboramos um roteiro em duas partes para te guiar neste desafio:

Parte 1

- Faça uma exploração dos dados e mostre como a quantidade de leads varia de acordo com as outras variáveis (por exemplo, a marca ou o modelo afetam o recebimento de leads? O comportamento observado é o mesmo em todas as cidades?).

Parte 2

- Proponha um modelo para determinar se um anúncio receberá lead.
- Que outras informações, as quais você não teve acesso, poderiam ajudar a chegar a conclusões melhores?

Desafio Bônus

- Proponha um modelo para determinar a quantidade de leads que um anúncio irá receber.