



Universidade Presbiteriana Mackenzie

CURSO: Ciência de Dados

SEMESTRE: 1º Semestre 2023

COMPONENTE CURRICULAR / TEMA: Projeto Aplicado I – Aula 03 Aplicando Conhecimento

Grupo 1 – Nome dos Integrantes:

Antônio Alcivan da Silva TIA: 22501355

Ítalo Pedro dos Santos Pereira TIA: 22502440

Joyce Rhaellem Alves Costa TIA: 22514287

Priscila Gabrielly Mendes TIA: 22504370

Rafael Kazuo Kondo TIA: 22009183

Nome do Professor: LEONARDO MASSAYUKI TAKUNO

Nome do projeto: Utilização de clusterização e recomendação de produtos para impulsionar vendas em comércio eletrônico.

Empresa/Organização de estudo: Amazon.com, Inc.

Área do problema: Comércio eletrônico.

Descrição do problema / gap: A empresa Amazon.com, Inc. busca aumentar suas vendas por meio de técnicas de clusterização e recomendação de produtos. A análise dos dados de vendas permitiu identificar padrões de comportamento dos clientes e suas preferências, mas a empresa precisava aprimorar a eficiência da aplicação dessas técnicas para melhorar a experiência do usuário e impulsionar as vendas.

Proposta analítica: Utilizar técnicas de clusterização para agrupar produtos em categorias semelhantes, permitindo uma melhor compreensão do perfil dos clientes e suas necessidades. Além disso, implementar sistemas de recomendação de produtos, que coletam informações sobre as preferências de um usuário e usam essas informações para fazer sugestões personalizadas de produtos que ele pode gostar.

Dados disponíveis: Base de dados de vendas da empresa.

Análise exploratória: Analisar os dados de vendas para identificar padrões de comportamento dos clientes e suas preferências. Utilizar técnicas de clusterização para agrupar produtos em categorias semelhantes, permitindo uma melhor compreensão do perfil dos clientes e suas necessidades. Implementar sistemas de recomendação de produtos, que coletam informações sobre as preferências de um usuário e usam essas informações para fazer sugestões personalizadas de produtos que ele pode gostar.

Resultados pretendidos: Aumento da eficiência do comércio eletrônico, melhorando a experiência do usuário e impulsionando as vendas. Identificação de produtos com maior potencial de crescimento, permitindo que a empresa ajuste sua estratégia de vendas para atender às demandas dos clientes de forma mais eficaz. Melhoria na organização, categorização e busca de produtos em seus sites, levando a um aumento nas vendas e na fidelidade do cliente.



Universidade Presbiteriana Mackenzie

Link da etapa no Github:

https://github.com/italospereira/PROJE_APLIC_I/tree/main/3%20-%20Etapa