

# Zadanie - wykład 1

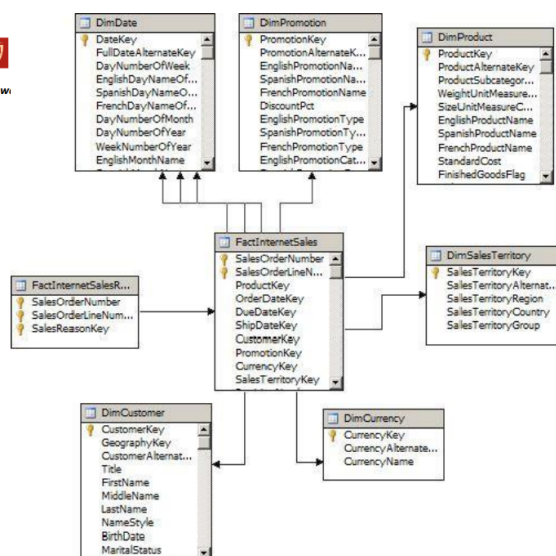
Mikołaj Kubś, 272662

12 marca 2025

## Zadanie

- Na podstawie przedstawionych tabel z AdventureWorksDW określ:

- Jakie cele biznesowe można zrealizować na podstawie danych zebranych w hurtowni o podanym schemacie?
- Jakie analizy można przeprowadzić? Zdefiniuj min. 10 co najmniej dwuwymiarowych zestawień, które będą wspomagały podejmowanie decyzji biznesowych



Rysunek 1: Opis zadania

## 1 Cele biznesowe

Na podstawie danych zawartych w hurtowni AdventureWorksDW można realizować następujące cele biznesowe:

- Analiza sprzedaży** - monitorowanie trendów sprzedaży w różnych okresach i kategoriach produktów.
- Segmentacja klientów** - identyfikacja najważniejszych grup klientów na podstawie geolokalizacji i historii zakupów.

3. **Optymalizacja promocji** - ocena skuteczności różnych promocji na podstawie wyników sprzedaży.
4. **Zarządzanie zapasami** - prognozowanie popytu na podstawie wcześniejszych zamówień i sezonowości.
5. **Analiza regionalna** - badanie wyników sprzedaży w różnych regionach w celu optymalizacji działań marketingowych.
6. **Ocena rentowności produktów** - identyfikacja najbardziej i najmniej dochodowych produktów.
7. **Analiza terminowości dostaw** - ocena terminowości realizacji zamówień i identyfikacja problemów logistycznych.
8. **Wspomaganie decyzji cenowych** - analiza wpływu cen na sprzedaż różnych produktów.
9. **Analiza walutowa** - ocena wpływu kursów walut na wyniki sprzedaży międzynarodowej.
10. **Optymalizacja kanałów sprzedaży** - identyfikacja najlepszych kanałów sprzedaży i optymalizacja strategii marketingowej.

## 2 Możliwe analizy

Na podstawie danych z hurtowni AdventureWorksDW można przeprowadzić następujące analizy:

1. **Sprzedaż produktów w czasie** - analiza sprzedaży w różnych okresach (np. miesiąc, kwartał, rok).
2. **Skuteczność promocji** - porównanie sprzedaży produktów objętych promocją i tych, które nie były promowane.
3. **Sprzedaż w podziale na regiony** - analiza sprzedaży w różnych krajach/terytoriach.
4. **Segmentacja klientów według przychodów** - grupowanie klientów na podstawie wartości ich zamówień.
5. **Wpływ ceny na sprzedaż** - analiza korelacji między ceną produktu a jego sprzedażą.

6. **Czas dostawy a zadowolenie klientów** - badanie zależności między czasem realizacji zamówienia a liczbą zwrotów lub reklamacji.
7. **Najlepiej sprzedające się produkty** - ranking produktów według liczby sprzedanych sztuk i wartości sprzedaży.
8. **Sprzedaż w podziale na kategorie produktów** - porównanie sprzedaży różnych typów produktów.
9. **Wpływ waluty na sprzedaż międzynarodową** - analiza sprzedaży w zależności od kursów walutowych.
10. **Liczba nowych klientów w czasie** - analiza wzrostu bazy klientów w określonych przedziałach czasowych.