Estudo Orientado | Unidade 1

*Lucas Marques de Almeida*

1. Entendimento

Primeiramente é necessário construir um entendimento sobre o negócio e suas regras. Precisamos fazer a análise dos requisitos do problema, criar o escopo do projeto.

Uma indicação é utilizar o método dos 5W:

1. O quê?

Precisamos construir uma análise com o objetivo de descobrir a melhor maneira de expandir os negócios e abrir novas lojas.

1. Por quê?

A partir da análise dos dados do negócio podemos chegar a conclusões e insights que ajudarão a direcionar recursos e esforços da maneira mais eficiente.

1. Quem?

De um lado precisamos compreender o comportamento de compra dos clientes e fazer projeções em cima disso, de outro analisar os recursos humanos necessários ao projeto de expansão.

1. Onde?

Quais são os melhores locais para a abertura das novas lojas? Qual a escala de investimento necessária em cada local?

1. Quando?

Quanto tempo vai levar o desenvolvimento do projeto e sua aplicação?

1. Coleta

*“processo de coleta e medição de informações sobre variáveis ​​de interesse, de maneira sistemática estabelecida, que permite responder a perguntas e testar hipóteses e avaliar resultados”. (Moretin, 2017. Pg 9.).*

A loja já possui um banco de dados a partir do qual é possível analisar o comportamento de compra dos clientes de maneira a auxiliar a elaboração de uma estratégia de marketing. Mas para o projeto de expansão será necessário coletar dados sobre as possíveis localidades de abertura de novas filiais, pensando principalmente os custos de operação e a lucratividade possível.

1. Processamento

Tratamento dos dados coletados na fase anterior do projeto, de maneira a produzir informações significativas.

1. Exploração de dados

Busca de padrões e features nos dados que auxiliem na elaboração do projeto de expansão.

1. Comunicação

Aqui devemos mostrar todo o impacto, benefícios, pontos positivos e negativos da análise de forma a pensar a melhor estratégia para o projeto de expansão. Podemos montar visualizações que nos ajudem a obter os insights necessários, visualizar as tendências de mercado e de comportamento dos clientes, etc.