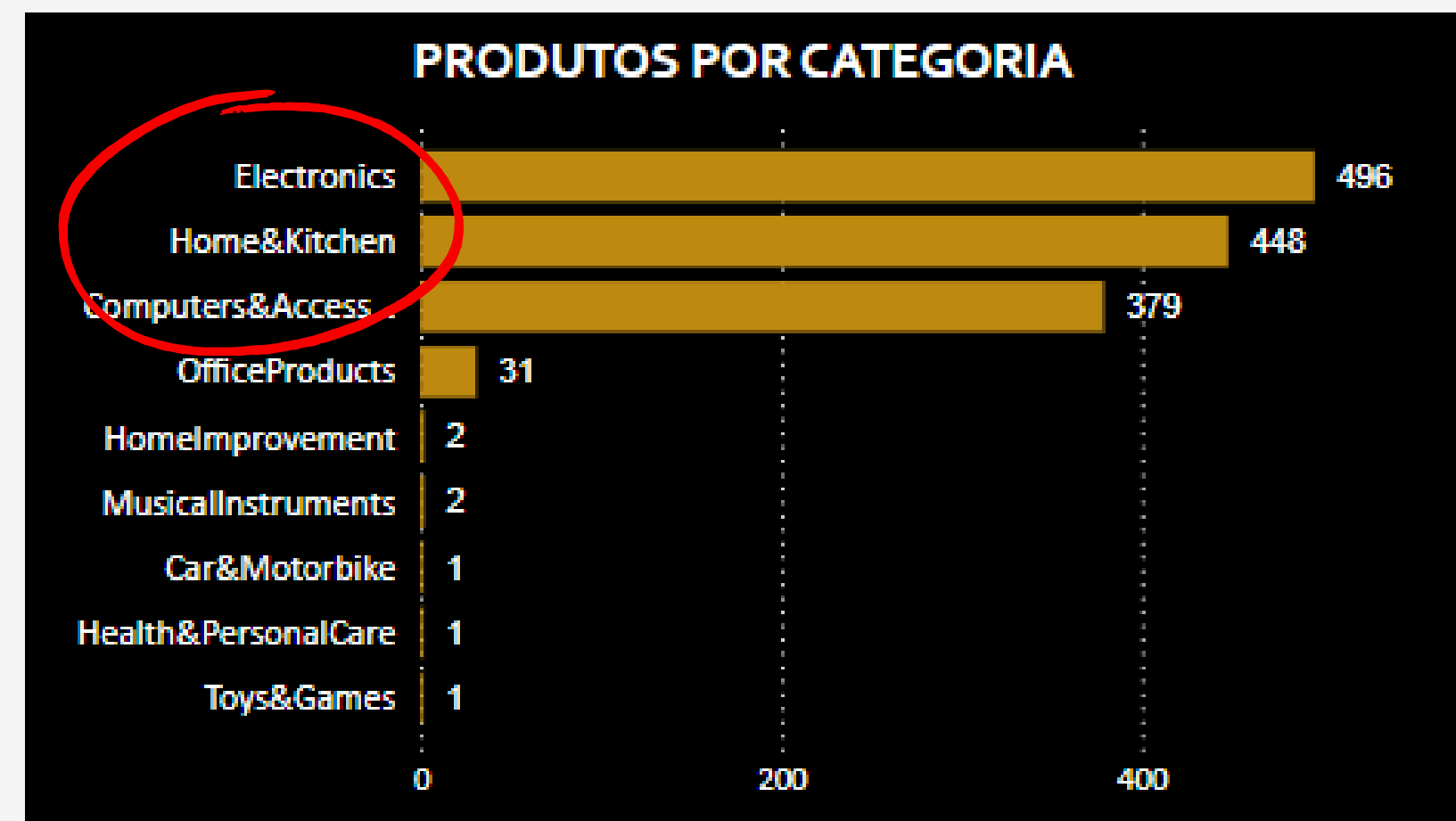


# Introdução ao projeto



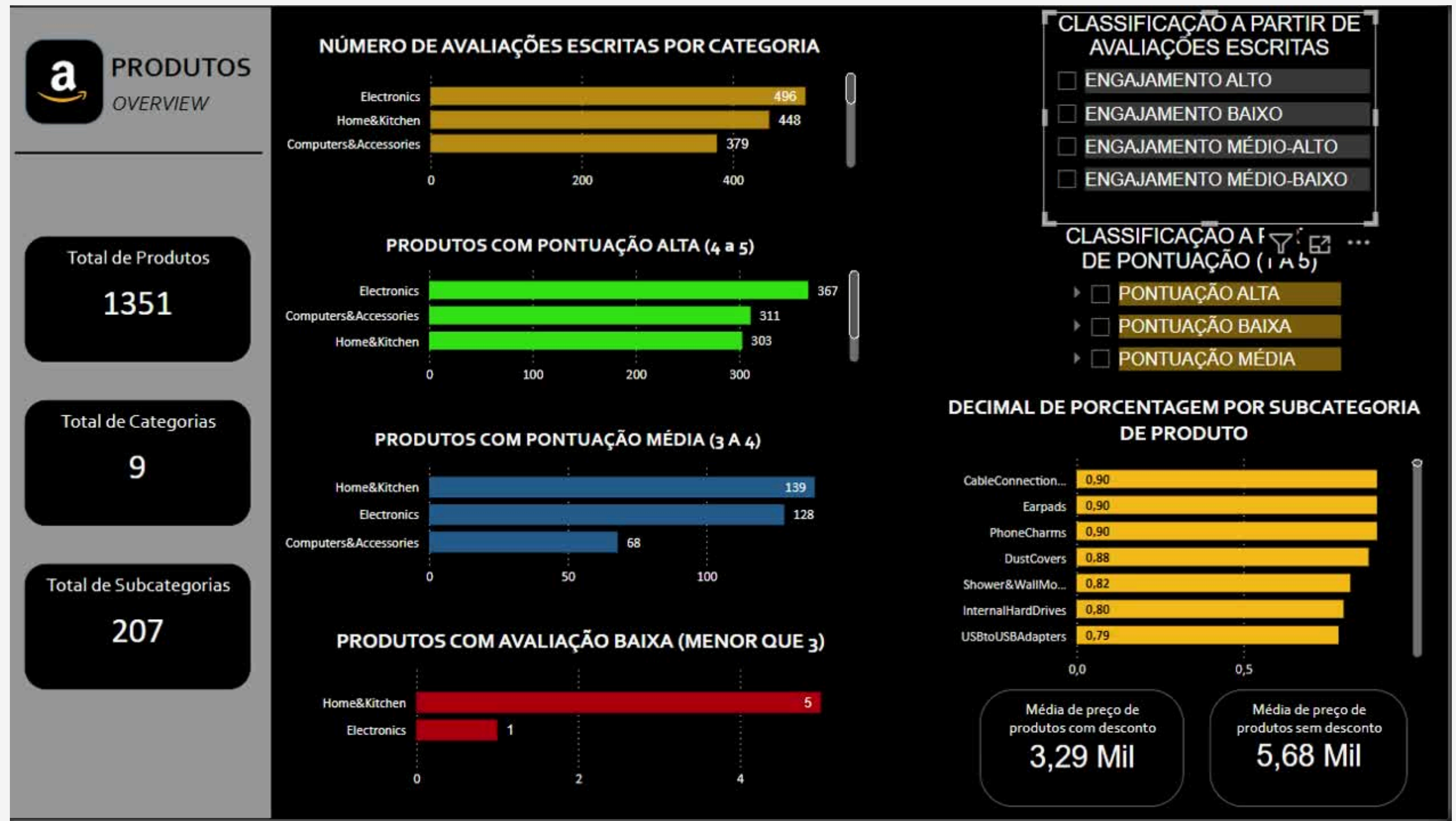
- Conjunto de dados de mais de 1.000 avaliações de produtos da Amazon;  
**Objetivo:** identificar influências na pontuação (1 a 5) dos produtos, como descontos e avaliações;



- Extração e manipulação no BigQuery com SQL;  
Visualização dos dados através do Power BI;  
Processamento de Linguagem Natural - Análise com Python.

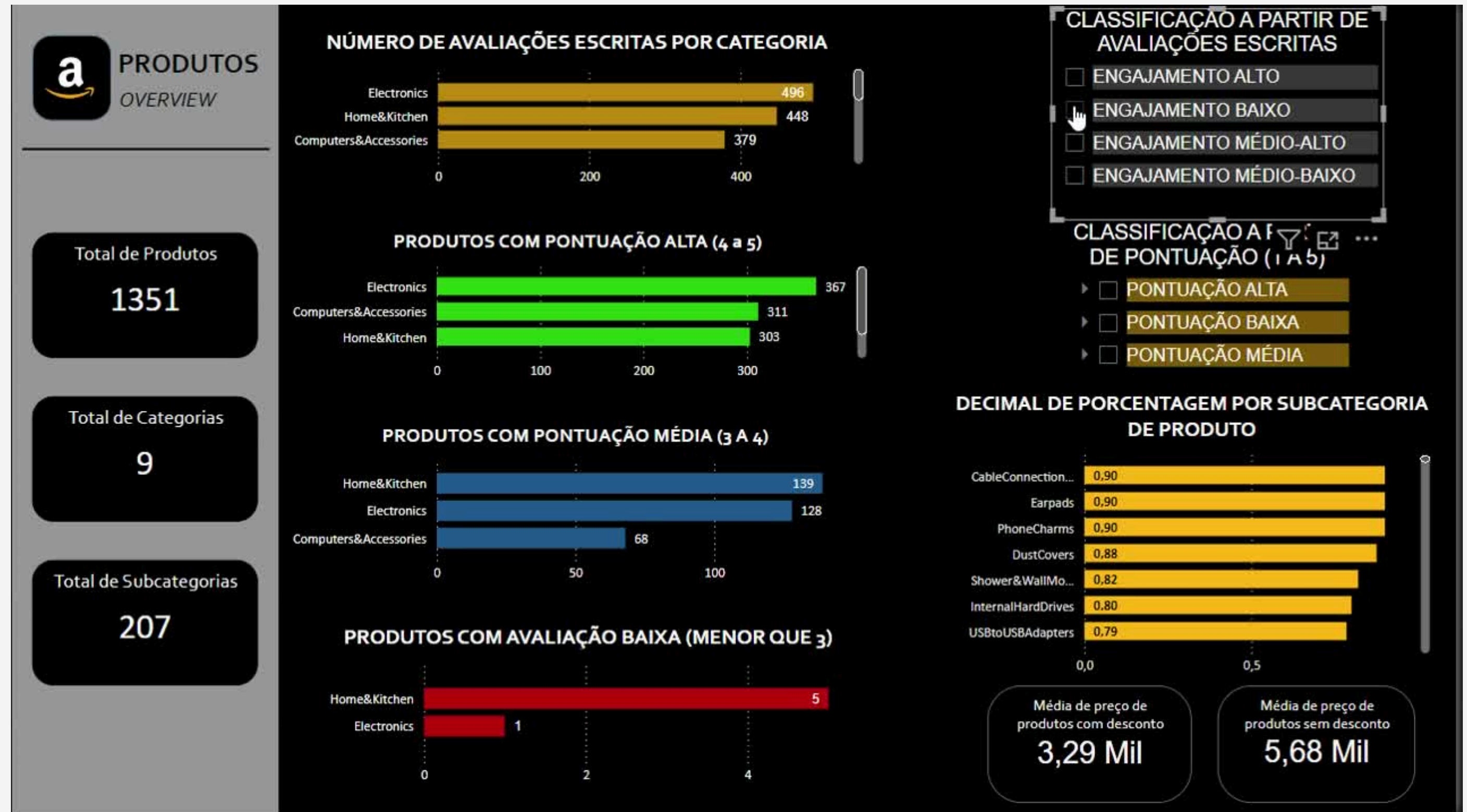
# Dashboard (Power BI)

→ Produtos com engajamento alto (mais avaliações escritas);



# Dashboard (Power BI)

→ Produtos com engajamento baixo (menos avaliações escritas);

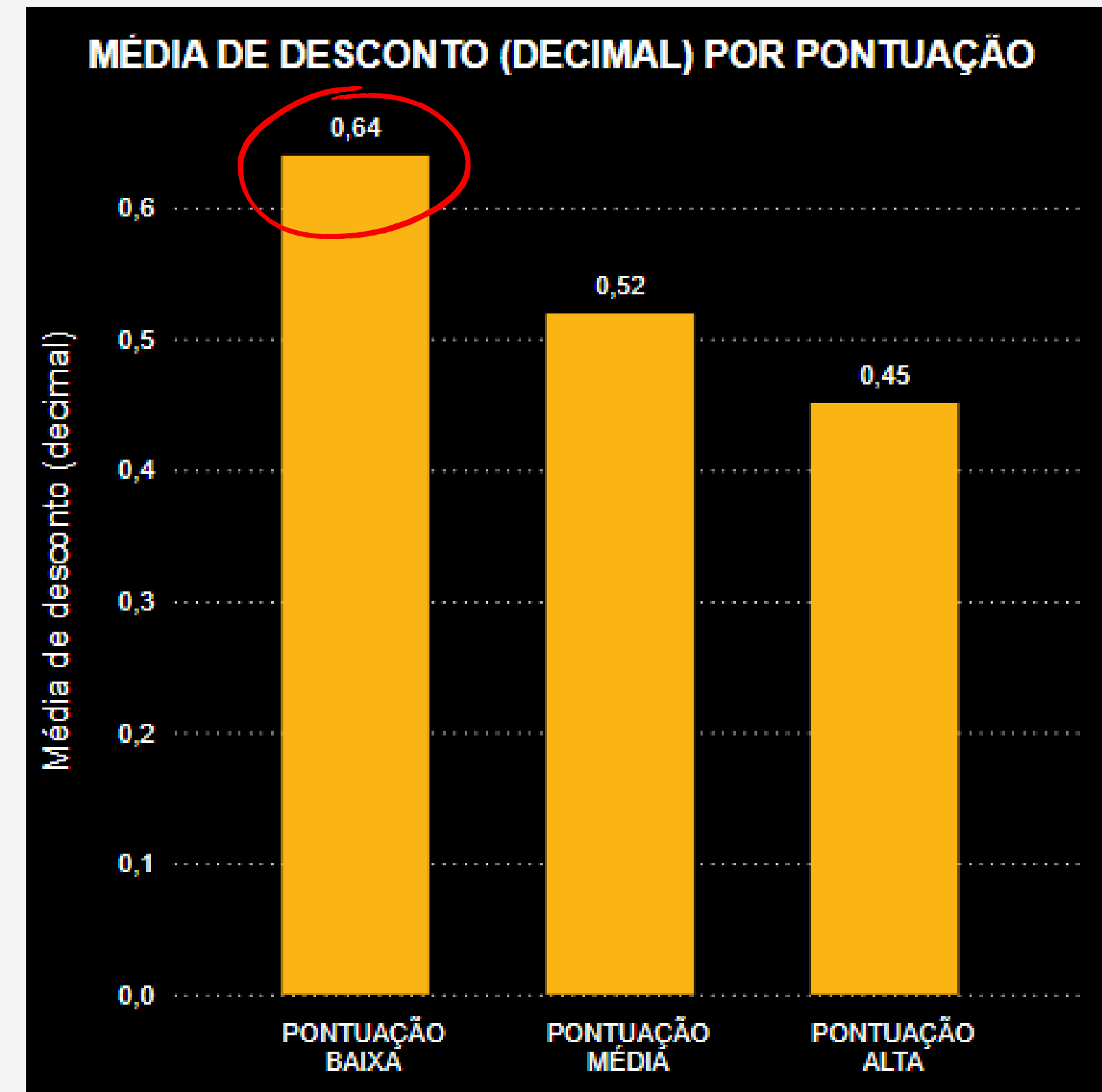




# Hipótese 1: Maiores descontos estão correlacionados positivamente com pontuações mais altas dos produtos.

→ **Pontuação** - métrica obtida a partir das notas dos consumidores (1 a 5);

→ **REFUTADA!** Maiores descontos estão relacionados com produtos classificados com pontuação baixa.



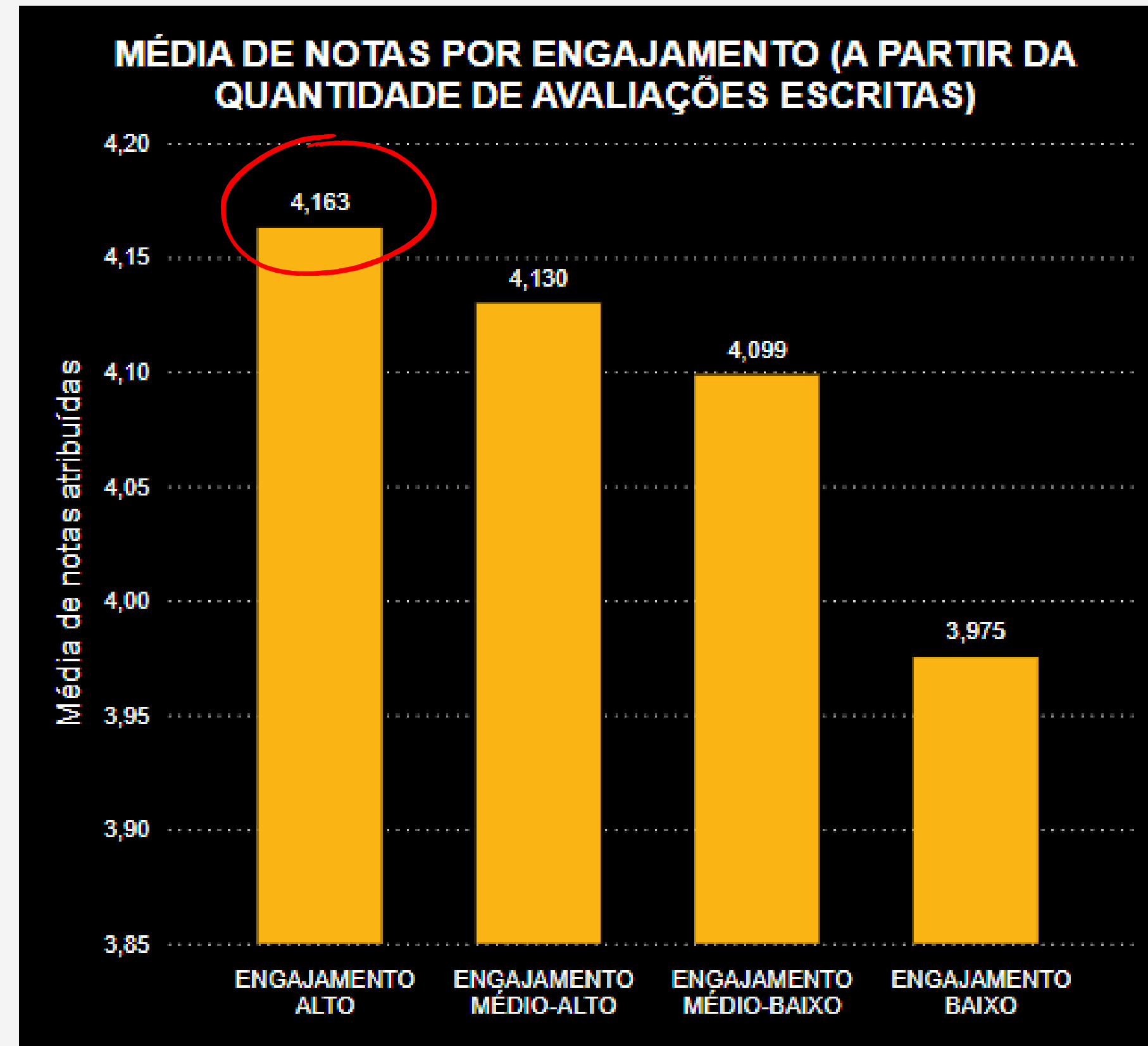


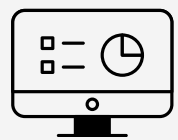


## Hipótese 2: Um maior número de avaliações está associado a classificações melhores dos produtos.

→ **Engajamento** - métrica obtida a partir da quantidade de avaliações escritas feitas pelos consumidores;

→ **VALIDADA!** Melhores notas de produtos estão relacionadas a produtos com maior número de avaliações (engajamento alto).





# Conclusões



- É crucial considerar estratégias além de simplesmente oferecer grandes descontos;
- O engajamento dos consumidores é fundamental para construir uma reputação sólida;
- A percepção de valor agregado ao produto é importante ao consumidor (investir em incentivos para que os clientes deixem avaliações pode ser benéfico).

# Documentação

**Introdução:** Este projeto foi realizado em dupla com o objetivo de aplicar os conhecimentos adquiridos no bootcamp para analisar dados de vendas da Amazon. Optamos por focar na análise de vendas da Amazon devido à sua relevância global e à disponibilidade de um conjunto de dados robusto.

**Descrição do Projeto:** Escolhemos analisar dados de vendas da Amazon, utilizando a base fornecida para explorar padrões de desempenho de produtos e comportamento do consumidor. O objetivo é extrair insights que possam otimizar estratégias de marketing e vendas da empresa.

## Planejamento e Organização:

- Reuniões semanais foram agendadas às segundas, terças e quartas-feiras, com sessões adicionais às sextas-feiras à tarde para discutir progresso e estratégias.
- A abordagem foi flexível, permitindo ajustes conforme avançávamos na análise e na limpeza de dados.

## Processo de Limpeza de Dados:

### 1. União de Tabelas:

```
CREATE OR REPLACE TABLE projeto4-tb.projeto4.amazon_product_reviews AS
SELECT
  p.*,
  r.user_id,
  r.review_title,
  r.review_content,
  r.rating,
  r.rating_count
FROM
  `projeto4-tb.projeto4.amazon_product` AS p
LEFT JOIN
```



@thaina-akegawa

