

Marketing Digital



Introdução aos dados



GUIA DA AULA 1



Entenda os dados em marketing

- **Introdução**
- **Dados em marketing digital**



Acompanhe aqui
os temas que
serão tratados
na videoaula.



Introdução



O QUE VAMOS APRENDER NESTE MÓDULO:

Teremos uma introdução ao mundo dos dados, iniciando por uma contextualização histórica e técnica que nos levará ao contexto de utilização dos dados no Marketing Digital.

Abordaremos ferramentas, técnicas e casos de uso.

•••



Dados em marketing digital



DADOS EM UMA PERSPECTIVA HISTÓRICA

Dados têm sido utilizados para explorar e compreender o mundo a muitos anos.

A título de exemplo, vamos citar brevemente uma história que envolve Johannes Kepler e Tycho Brahe que viveram entre o século XVI e XVII, ambos astrônomos:



DADOS EM UMA PERSPECTIVA HISTÓRICA

Dados têm sido utilizados para explorar e compreender o mundo a muitos anos.

A título de exemplo, vamos citar brevemente uma história que envolve Johannes Kepler e Tycho Brahe que viveram entre o século XVI e XVII, ambos astrônomos:

"Tycho Brahe trabalhou a serviço de nobres da época estudando e coletando dados sobre os planetas, seu trabalho foi totalmente observational (**coleta de dados**). Passou alguns anos coletados dados sobre o movimento da Lua e de Marte.



DADOS EM UMA PERSPECTIVA HISTÓRICA

Dados têm sido utilizados para explorar e compreender o mundo a muitos anos.

A título de exemplo, vamos citar brevemente uma história que envolve Johannes Kepler e Tycho Brahe que viveram entre o século XVI e XVII, ambos astrônomos:

"Tycho Brahe trabalhou a serviço de nobres da época estudando e coletando dados sobre os planetas, seu trabalho foi totalmente observational (**coleta de dados**). Passou alguns anos coletados dados sobre o movimento da Lua e de Marte.

Ao falecer deixou esses dados para Johannes Kepler, matemático e astrônomo, que a partir deles realizou estudos (**processamento e análise**) e derivou conclusões que mudaram o rumo da humanidade (**relatório e insights**)."



DADOS EM UMA PERSPECTIVA HISTÓRICA

Mais tarde, no início do século XX, em uma intersecção com a história da computação, o processamento dos dados do censo americano passou a ser realizado através de máquinas que eram programadas a partir de cartões perfurados, nascendo a partir daí a International Business Machines (IBM).

Ao longo do século XX as ferramentas para tratar dados ficaram mais complexas e acessíveis possibilitando a coleta, processamento, armazenamento e disponibilização dos dados em diferentes áreas e contextos, o Marketing Digital é uma delas.



DADOS EM UMA PERSPECTIVA TÉCNICA

O avanço dos computadores tem permitido o tratamento de maiores volumes de dados e tem democratizado tanto essa possibilidade quanto o acesso aos resultados.

Existem diferentes ferramentas **Open Source** (código aberto e gratuitas) e proprietárias para coletar, armazenar, processar, analisar, distribuir e reportar dados.

Essas ferramentas vão desde o Excel a sistemas de processamento de dados distribuídos como o Hadoop, passando por ferramentas como Google BigQuery.

Essa parte mais técnica, o tratamento dos dados, geralmente é trabalho dos Engenheiros e Analistas de dados.



DADOS EM UMA PERSPECTIVA ANALÍTICA

A evolução e as tecnologias citadas permitem a aplicação de técnicas e análises cada vez mais sofisticadas, que por sua vez ensejam a obtenção de informações mais relevantes ao contexto de estudo.

Esses resultados são utilizados para auxiliar decisões, otimizar processos e investimento. São consumidos por diferentes níveis dentro de uma organização e auxiliam em diferentes etapas, áreas e processos.

Os profissionais atuam gerando esses estudos costumam ser os Analistas e Cientistas de dados.



DADOS NO MARKETING DIGITAL

O Marketing, principalmente o digital, é guiado e pautado em dados.

Assim como nos exemplos citados anteriormente no Marketing Digital os dados também são coletados, armazenados, processados e analisados. Para isso são envolvidos diferentes profissionais e tecnologias.

São necessários dados de diferentes fontes para entender o público alvo de uma determinada campanha, o perfil do consumidores de uma empresa, gerar sistemas de recomendação para e-commerces, otimizar investimentos, lançar produtos entre outras aplicações dos dados.

Neste curso abordaremos os aspectos técnicos, analíticos e um caso de uso aplicado ao Marketing Digital.



#EXAMPLE

Quais produtos poderiam ser recomendados para determinados grupos de clientes com o objetivo de aumentar as vendas?

Com base em dados coletados durante a navegação dos clientes é possível inferir quais produtos recomendar de forma a aumentar as chances de compras possivelmente incrementando a receita.

...



Bons estudos!

