

Gerência de relacionamento com o cliente

Elaine C. Amendola

Capítulo 06

Introdução

- Dimensões em conformidade para suportar integração entre processos;
- Jargão no setor;
- Valor comercial;
- Tabela de dimensão cliente;

Visão geral do CRM

- Tendências;
- Relacionamento com clientes;
- Retorno significativo;
- Estratégia e planejamento;

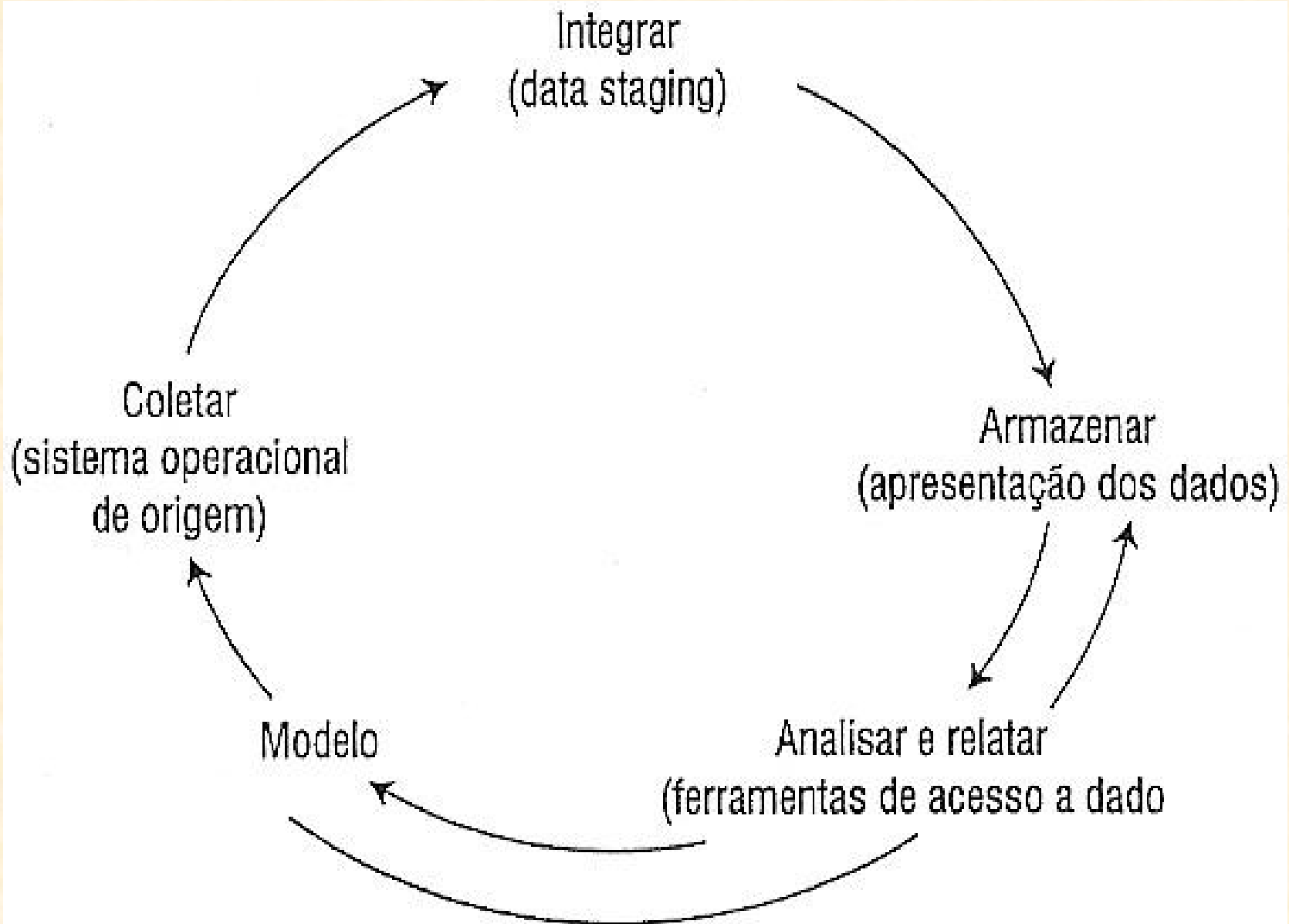
Visão geral do CRM

- Integração com o cliente;
- Crescimento do DW, ETL;
- Comprar ou criar CRM;

CRM analítico com o loop fechado

- Relacionamento operacionalmente gerenciado;
- Ex: sites web;
- Dados históricos;

CRM analítico com o loop fechado



Dimensão Cliente:

- CRM eficiente;
- É desafiadora para qualquer DW;

Análise de nomes e dados:

- Colunas genéricas;

Exemplo da dimensão cliente com colunas genéricas

ATRIBUTO DE DIMENSÃO	VALORES DE EXEMPLO
Nome	Ms. R. Jane Smith, Advg
Endereço-1	123 Main Rd, North West, Ste 100A
Endereço-2	Caixa postal 2348
Cidade	Kensington
Estado	Ark.
CEP	88887-2348
Telefone	888-555-3333 ramal 776 principal; 555-4444 fax

Exemplos de atributos do cliente

ATRIBUTO DE DIMENSÃO	VALORES DE EX
Saudação	Ms.
Cumprimento informal	Jane
Primeiro nome e nome do meio	R. Jane

Nomes e endereços internacionais

- Representação universal: *design consistente*;
- Correspondência cultural: *saudação e personalização adequadas*;
- Diferenças em endereços: *formatos, correspondências*;

→ *ETL do país*;

→ *Telefone*;

Datas

Tabela de fatos

Chave da data da transação (FK)
Chave da cliente (FK)
Mais chaves externas...
Fatos...

Dimensão Cliente

Chave do cliente (FK)
ID de cliente (chave natural)
Saudação do cliente
Primeiro nome do cliente
Sobrenome do cliente
Cidade do cliente
Estado do cliente
Atributos do cliente...
Data da primeira compra (FK)

Dimensão Data da primeira compra

Chave da data da primeira compra (PK)
Data da primeira compra
Data da primeira compra do mês
Data da primeira compra do ano
Data do mês fiscal da primeira compra
Data do trimestre fiscal da primeira compra
Data do ano fiscal da primeira compra
Data da estação da primeira compra
...e mais

Atributos e classificações de clientes

- Gênero;
- Etnia;
- Idade;
- Renda ou estilo de vida;
- Status;
- Fonte de referência
- Recentidade, frequência e intensidade;
- Segmento de mercado;
- Pontuações que caracterizam o cliente.

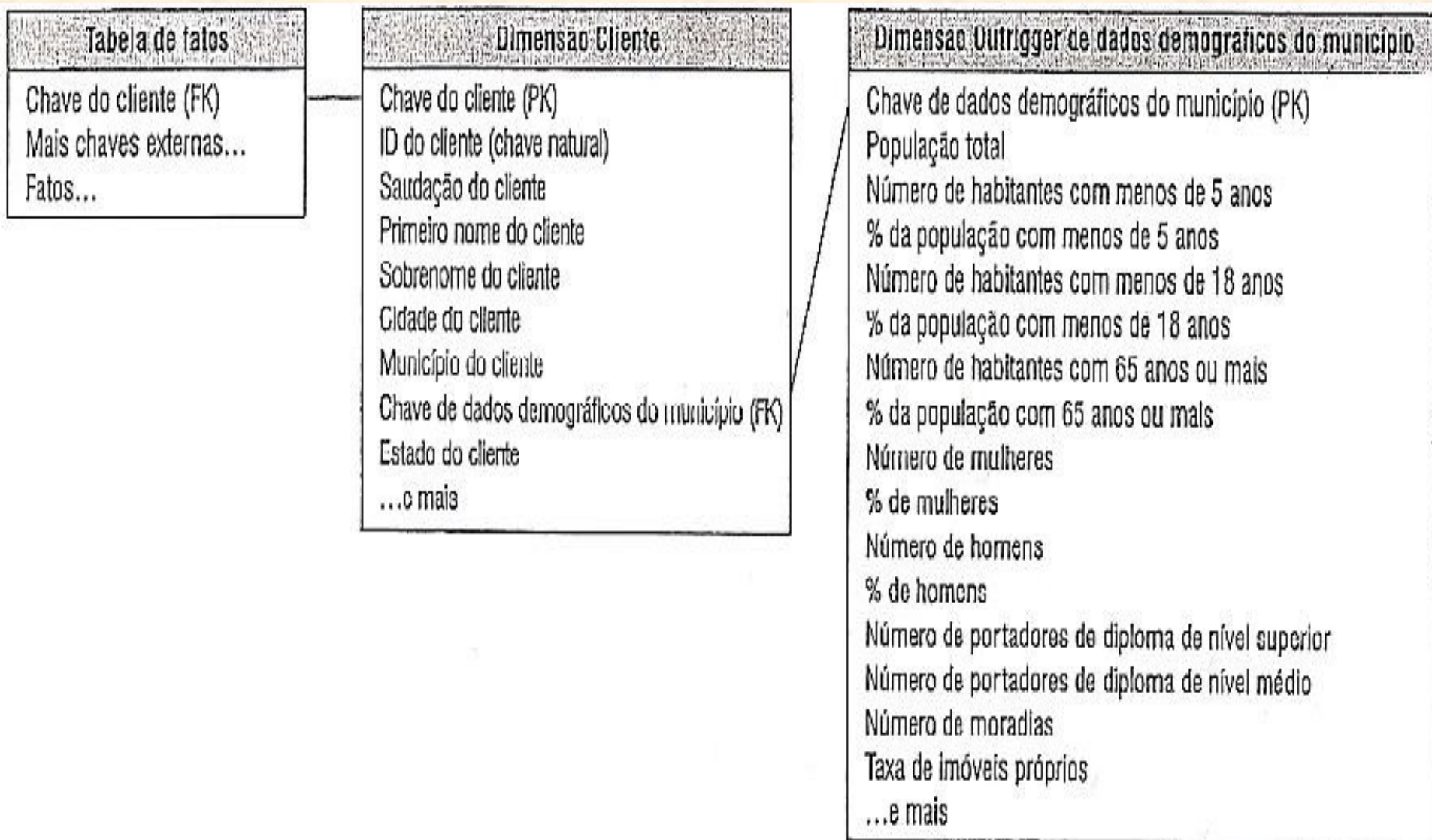
Fatos agregados com atributos

- Restringir a dimensão cliente;
- Exemplo;
- Vantagens e desvantagens;
- “Ótimo comprador”

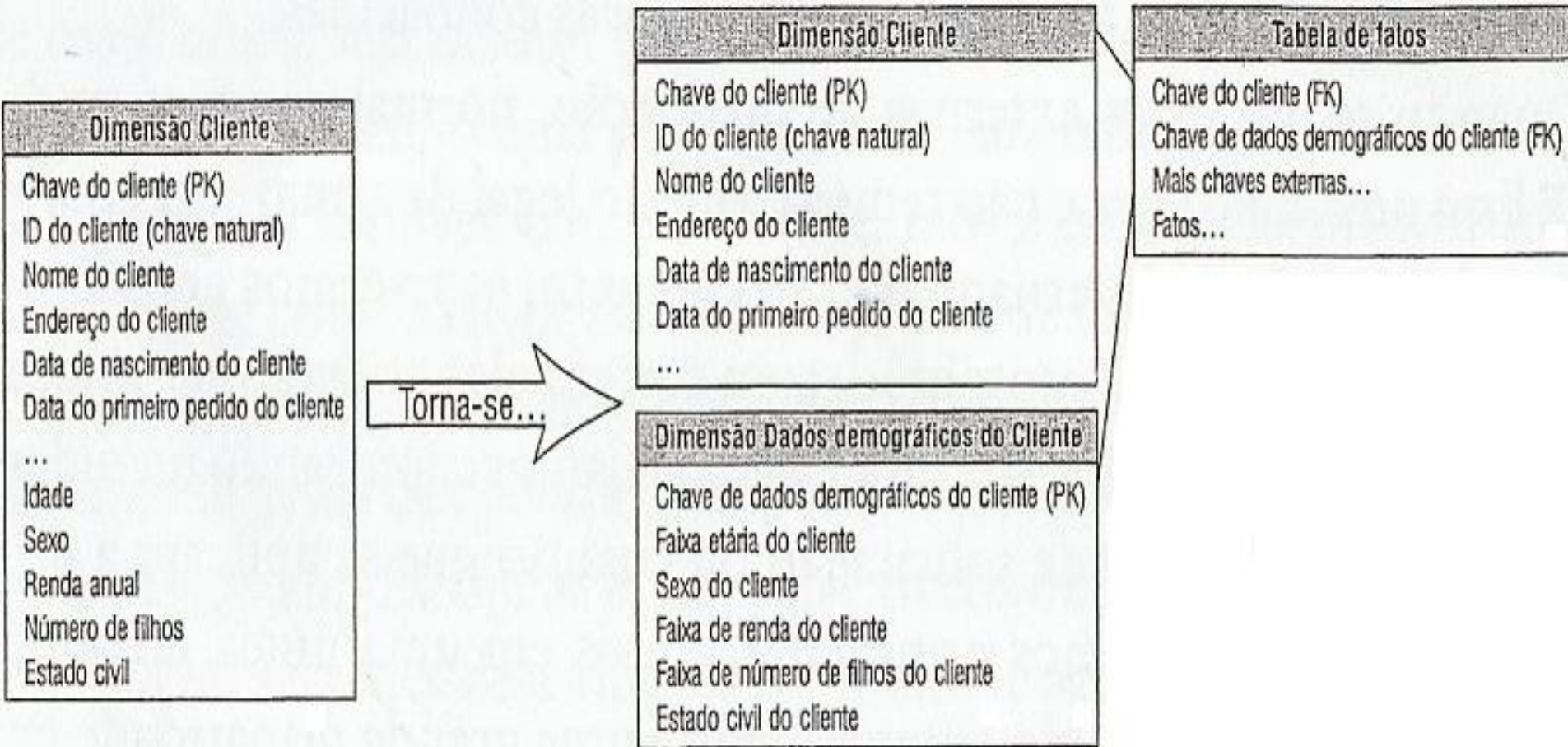
Outriggers de dimensão para um conjunto de atributos de baixa cardinalidade

- Definição Snowflaked;
- Não recomendado;
- Outriggers;
- Ocultar outriggers;
- Outrigger são exceção;

Outriggers de dimensão para um conjunto de atributos de baixa cardinalidade



Dimensões cliente que mudam rapidamente



- Exemplo: seguro, imóveis;
- Minidimensão;
- Chaves;

Exemplo de linhas de minidimensão com faixas

CHAVE DE DADOS DEMOGRÁFICOS	IDADE	SEXO	RENDA FAMILIAR
1	20-24	Masculino	<US\$20.000
2	20-24	Masculino	US\$20.000-US\$24.999
3	20-24	Masculino	US\$25.000-US\$29.999
18	25-29	Masculino	US\$20.000-US\$24.999
19	25-29	Masculino	US\$25.000-US\$29.999

Atributos de largura variável

Dimensão Cliente

Chave do cliente (PK)
Atributos relativamente constantes...

Dimensão Dados demográficos do cliente

Chave de dados demográficos do cliente (PK)
Atributos demográficos...

Dimensão Crédito de compra do cliente

Chave de crédito de compra do cliente (PK)
Atributos comportamentais de pagamento e crédito

Tabela de fatos

Chave do cliente (FK)
Chave de dados demográficos do cliente (FK)
Chave de crédito de compra do cliente (FK)
Mais chaves externas...
Fatos...

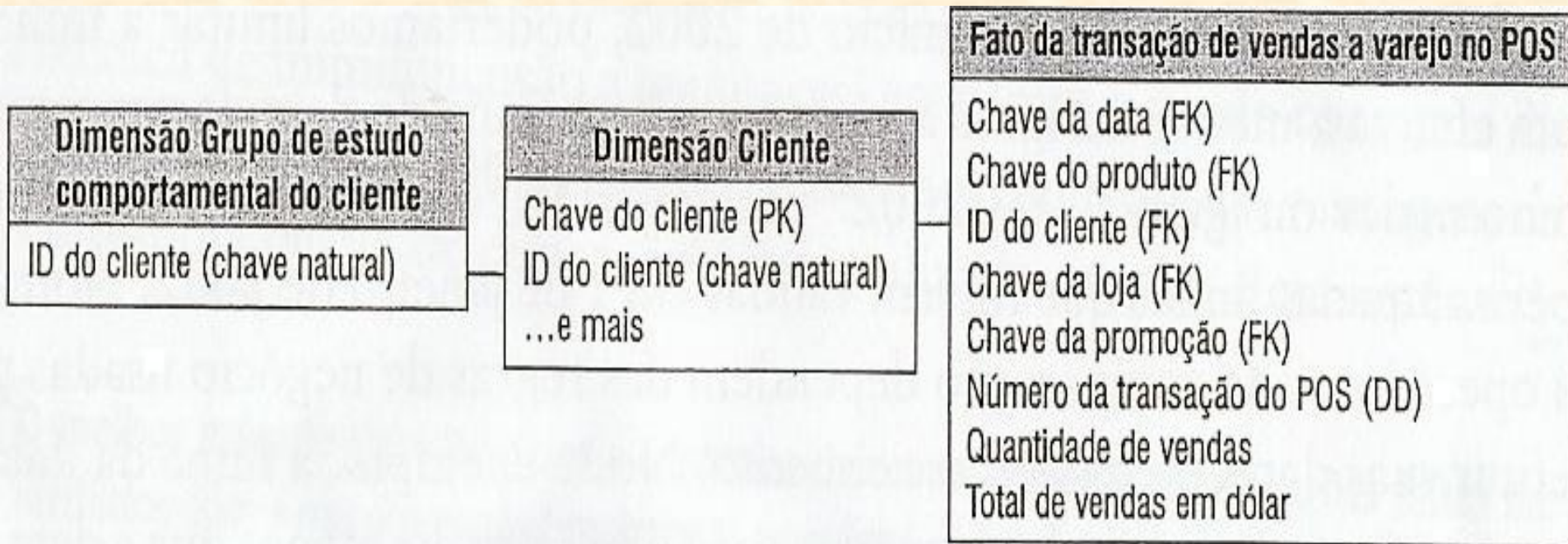
Mudanças na dimensão Cliente do tipo 2

- Outra linha é adicionada a tabela dimensão;
- Atributos que mudam lentamente;
- COUNT DISTINCT;

Grupos de estudo comportamental dos clientes

- Chaves capturadas de comportamento controlado;

Mudanças na dimensão Cliente do tipo 2



Hierarquias de clientes corporativos

Dois métodos:

- 1) Hierarquias com profundidade fixa:
 - *Dimensão cliente com número fixo de níveis;*
 - *Complexidade do mundo real;*
- 5) Hierarquias com profundidade variável:
 - *Ponteiro, CONNECT BY, SQL;*
 - *Tabela ponte;*

Tabela ponte (opcional)

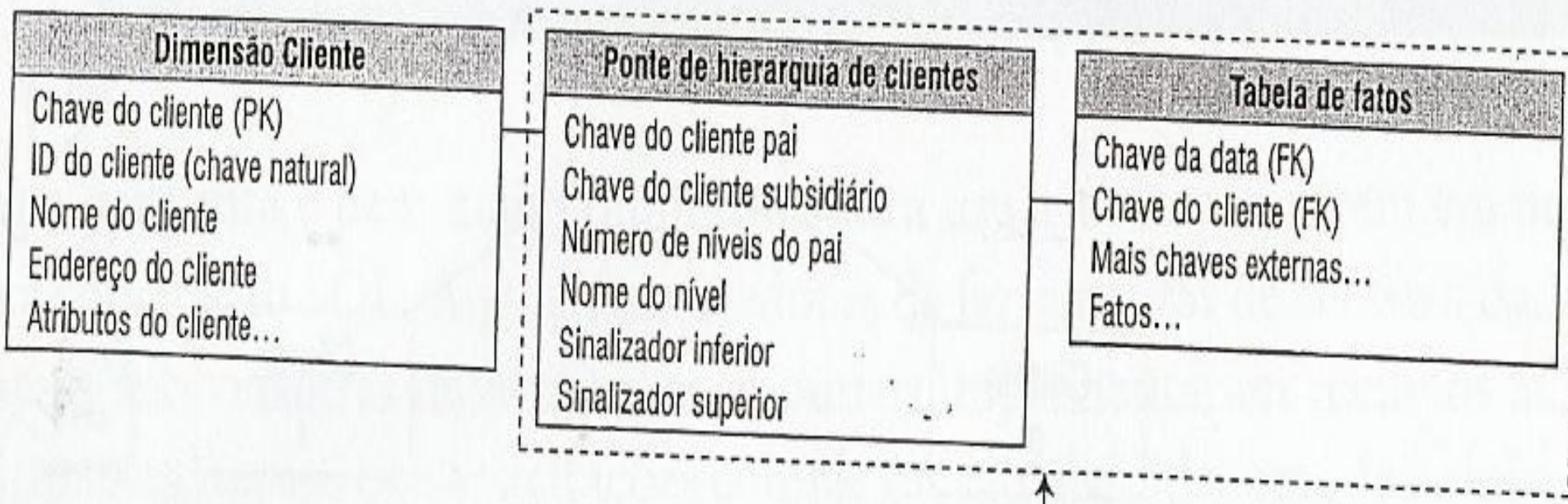


Tabela ponte correspondendo à hierarquia

CHAVE DO CLIENTE PAI	CHAVE DO CLIENTE SUBSIDIÁRIO	Nº DE NÍVEIS DO PAI	SINALIZADOR INFERIOR	SINALIZADOR SUPERIOR
1	1	0	N	Y
1	2	1	N	N
1	3	2	Y	N
1	4	2	N	N
1	5	3	Y	N
1	6	3	Y	N
1	7	1	N	N
1	8	2	Y	N
2	2	0	N	N
2	3	1	Y	N
2	4	1	N	N
2	5	2	Y	N
2	6	2	Y	N
3	3	0	Y	N
4	4	0	N	N
4	5	1	Y	N
4	6	1	Y	N
5	5	0	Y	N

Combinação de várias fontes de dados de clientes

- Software de correspondência;
- Recursos de organização que agrupam clientes com as mesmas informações;
- Custos elevados, ponto estratégico;
- Capturar dados precisos;

Conclusão

Em muitos casos será **realmente** necessário colocar tabelas adicionais, para auxiliar o uso da dimensão cliente. Cada uma com motivo (s) diferentes.