

Master Universitario in: "ANALISI DATI PER LA BUSINESS INTELLIGENCE"

A.A. 2019-2020

Titolo della tesi: "Cluster Analysis: applicazione su un caso di Marketing Consulting"

Autore: Luca Marchiori

Abstract

Il presente lavoro ha come obiettivo la descrizione e l'applicazione di una delle tecniche statistiche più conosciute, diffuse ed utilizzate, tanto da trovare applicazione in svariati ambiti, come quello scientifico, quello economico e, più in generale, nell'ambito della ricerca, ossia la *Cluster Analysis*.

Questa metodologia trasversale ed estremamente efficace verrà descritta nel Capitolo 1 fornendo una panoramica iniziale sulla sua definizione e sugli elementi statistici sui quali si basa per condurre al risultato che si propone di ottenere, cioè la suddivisione delle unità statistiche presenti in un database e, di conseguenza, la creazione di gruppi (cluster) omogenei al loro interno ed eterogenei tra loro.

Successivamente, verranno analizzate le differenti tipologie di tecniche che compongono la *cluster analysis*, differenziando tra quelle gerarchiche e quelle partizionali, andando così a descrivere le differenti sotto-metodologie di funzionamento di queste tecniche.

In seguito a questa descrizione generale, nel Capitolo 2 verrà illustrata un'applicazione pratica della metodologia statistica presa in considerazione, precisamente nell'ambito di una valutazione sugli effetti di una campagna di marketing.

Specificatamente verrà descritta la sua utilità in merito al lancio di un nuovo prodotto sul mercato da parte di un'azienda che si occupa della produzione e della vendita di prodotti "da fumo". Grazie a questa tecnica, infatti, è stato possibile comprendere in dettaglio e in maniera rigorosa la riuscita della campagna di vendita, potendo differenziare i risultati in base ai cluster emersi proprio grazie alle analisi svolte.

L'importanza di poter segmentare i risultati ottenuti in base alle caratteristiche peculiari dei consumatori, ha permesso all'azienda di valutare sia in termini qualitativi che quantitativi la riuscita del proprio processo commerciale, dando importanti indicazioni su come questo dovrebbe svilupparsi in futuro per poter permettere all'azienda in questione di mantenere ed incrementare la propria quota di mercato.

Progetto di Data Analysis.