

**Master Universitario in: “ANALISI DATI PER LA BUSINESS INTELLIGENCE”  
A.A. 2016-2017**

**Titolo della tesi:**

DATA WAREHOUSE PER IL MARKETIG:  
IL CASO DELLA VALLEDORO IN COSTA D’AVORIO

**Autore:**

Okon Jeanne Franceline N’GUESSAN

**Abstract**

Il presente lavoro ha come obiettivo di valutare la possibilità per una azienda italiana tra i leader nel campo dei prodotti da forno, la VALLEDORO, di conquistare ulteriori fette di mercato nei paesi cosiddetti emergenti. La scelta della COSTA D’AVORIO è semplicemente dettata dal fatto che è il paese di origine della sottoscritta.

Perché questa valutazione avvenga nei migliori dei modi, sono servite informazioni riguardanti l’azienda stessa, ovvero la Valledoro ma anche il paese ambito, cioè la Costa d’Avorio.

Per quanto riguarda la Valledoro, gli elementi esaminati sono i fatturati dell’Italia e dell’estero tratti dai conti economico su 4 anni e relativi ai vari bilanci dal 2013 al 2016.

Riguardo alla Costa d’Avorio, gli elementi chiamati in causa sono relativi all’economia, alle infrastrutture e alla popolazione.