

PROGETTO FINALE

DATA ANALYSIS

di

Salvatore Nizza



Progetto

Lo scopo di questo progetto è quello di esplorare un dataset riguardante dei viaggi organizzati da un'agenzia che progetta esperienze nel metaverso offrendo ai clienti esperienze immersive di turismo sostenibile in destinazioni virtuali

Si vuole

- Individuare i diversi gruppi di utenti per comprendere meglio i loro interessi
- Capire come si comportano gli utenti e quali viaggi preferiscono
- Determinare cosa contribuisce maggiormente al successo del prodotto al fine di ottimizzare le strategie future dell'agenzia

Attraverso l'analisi esplorativa dei dati (EDA) con Python e la creazione di dashboard interattive in Tableau, miriamo a definire delle personas di utenti tipo e a sviluppare una strategia efficace per il prossimo anno

L'obiettivo finale è personalizzare l'offerta e la comunicazione per massimizzare il successo dell'agenzia nel mercato dei viaggi nel metaverso

Struttura progetto

Il progetto è stato strutturato secondo i seguenti step



**1. ANALISI
DATASET**



**2. CREAZIONE
PERSONAS UTENTI**



**3. PROPOSTA
STRATEGIA**

ANALISI DATASET

Analisi Esplorativa dei Dati - EDA

Il dataset utilizzato per questo progetto è "Travel_data.csv" composto da 999 osservazioni e 11 variabili, tra cui la tipologia di viaggio, il paese di provenienza, la piattaforma utilizzata e il pacchetto scelto

Prima di effettuare qualsiasi analisi, ci siamo assicurati che i dati fossero puliti e strutturati nel modo corretto, convertendo le date nel giusto formato e codificando le variabili categoriche per poterle analizzare più facilmente

Da quanto emerge dall'analisi del dataset

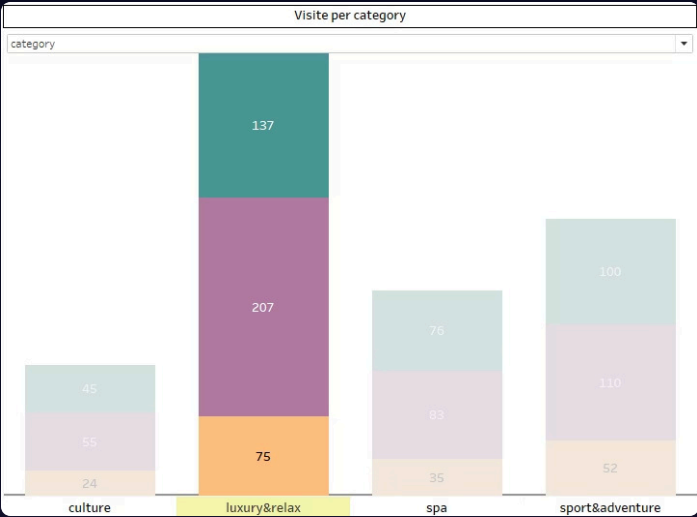
- Sono presenti tre tipologie di dati: numeri interi (int64), stringhe (object) e date (datetime64[ns])
- Non sono stati riscontrati dati mancanti, il che indica una buona qualità del dataset
- Non è stata evidenziata la presenza di valori outlier, confermando ulteriormente la pulizia e l'affidabilità del dataset

Di seguito il [link](#) da cui poter accedere per visionare lo studio del dataset

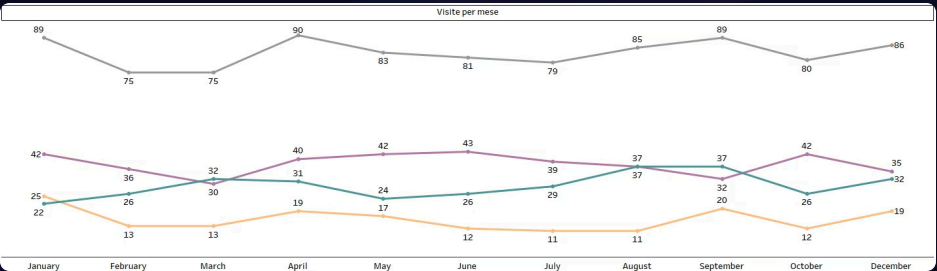
Cosa ci dicono i dati



Categorie vacanza preferenza "Luxury & Relax"



Stagionalità visite picchi a gennaio, aprile e settembre, calo a febbraio e marzo



Per ulteriori interattività si rimanda alla dashboard **Overview** di Tableau al seguente [link](#)

CREAZIONE PERSONAS UTENTI

Chi sono i nostri utenti

Per definire le personas di utenti tipo si è scelto di suddividere gli utenti in 3 cluster (un numero adatto per avere una suddivisione abbastanza variegata e dettagliata) prendendo in considerazione 3 parametri (Dashboard [Clusters](#))

Frequenza viaggi

Valutazione media hotel

Categorie viaggi preferite

Siamo così riusciti a definire tre **profili di viaggiatori** nel metaverso



Giramondo Virtuali



Nomadi Digitali



Turisti Occasionali



Giramondo Virtuali

Numero utenti: **105**

"Voglio esplorare ogni angolo del metaverso, senza limiti e con la migliore tecnologia"



Nomadi Digitali

Numero utenti: **75**

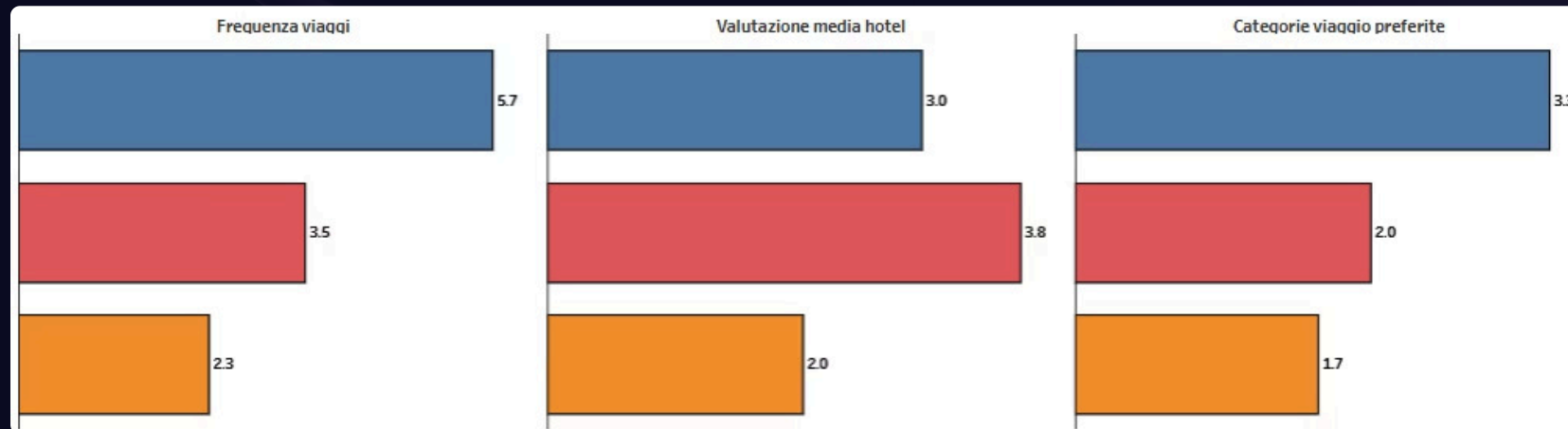
"Cerco un'esperienza che mi permetta di essere produttivo ma anche di staccare e divertirmi in un ambiente stimolante"



Turisti Occasionali

Numero utenti: **59**

"Non ho molto tempo, cerco una fuga veloce dalla realtà che sia economica e rilassante"



Nota: la suddivisione in cluster è stata anche effettuata utilizzando il metodo K-Means: sono stati riscontrati dei risultati analoghi, visionabili a questo [link](#) nella sezione "Clustering"

PROPOSTA STRATEGIA

Giramondo Virtuali



Obiettivo

👑 Mantenere l'engagement ★ Migliorare le valutazioni



Offerta

📺 Abbonamenti per accesso illimitato

✨ Eventi speciali e anteprime

🤝 Community online per condivisione



Comunicazione

💬 Forum e gruppi online

📝 Sondaggi regolari sulla qualità

Nomadi Digitali





Obiettivo


 Fidelizzazione



Offerta


 Pacchetti "Work & Relax"


 Bonus per recensioni dettagliate

 Sistema di raccomandazione avanzato



Comunicazione

 Instagram e LinkedIn

 Collaborazioni con influencer

Turisti Occasionali



Obiettivo



Aumentare la frequenza



Stimolare l'esplorazione



Offerta



Pacchetti brevi ed economici



Gamification (punti, badge)



Promo "porta un amico"



Comunicazione



Campagne email personalizzate



Brevi video tutorial

Conclusioni e aspetti futuri

In sintesi, capire a fondo i nostri utenti e raggrupparli per preferenze è essenziale

Abbiamo visto come l'analisi dei dati ci abbia permesso di segmentare gli utenti e proporre strategie mirate per ogni tipologia di viaggiatore

Questo ci permette di creare viaggi virtuali su misura e più interessanti, ottimizzando le nostre offerte e fidelizzando i clienti in questo nuovo mondo dei viaggi

Il prossimo passo sarà testare queste strategie e monitorare l'efficacia delle soluzioni proposte

Si potrebbe integrare l'uso di intelligenza artificiale per offrire esperienze personalizzate e sfruttare la realtà aumentata per rendere il viaggio nel metaverso ancora più realistico e coinvolgente

Risorse utili

A questo [link](#) è possibile visionare il lavoro svolto su Tableau

A questo [link](#) è possibile visionare la cartella drive all'interno della quale sono presenti le seguenti risorse

- il dataset "Travel_data.csv" utilizzato per questo progetto
- il notebook EDA
- le linee guida per navigare tra le Dashboard su Tableau