

Marketing investment model (MIM)

Famiglia Zippone

UWr

20 października 2024

Wyobraź sobie że jesteś przedstawicielem firmy Coca-Cola...

Wyobraź sobie że jesteś przedstawicielem firmy Coca-Cola...

- Czy wydasz 50 000 zł na reklamę w Warszawie?
- Czy lepiej wydać 10 000 zł na reklamę w Radomiu?

Wyobraź sobie że jesteś przedstawicielem firmy Coca-Cola...

- Czy wydasz 50 000 zł na reklamę w Warszawie?
- Czy lepiej wydać 10 000 zł na reklamę w Radomiu?

Pomysł: Narzędzie, które oszacuje zwrot z inwestycji w danej lokacji.

Jak to działa?

Wybrane miasto: Warszawa

Budżet: 130 000

Oblicz szacowany zysk

Szacowany przychód: 214 906,812 PLN

Szacowany zysk: 84 906,812 PLN

Ratio: 1.65

Nazwa	Kord. X	Kord. Y	Populacja	Powierzchnia	Dzieci (%)	Młodzież (%)	Dorośli (%)	Emeryci (%)	Mężczyźni (%)	Wykształcenie wyższe (%)	Akcja
Warszawa	52.23	21.01	1793579.00	517.24	15.30	12.60	55.10	17.00	47.80	46.00	Wybrano
Krakow	50.06	19.95	779115.00	327.00	14.80	13.10	55.40	16.70	48.20	43.50	Wybierz
Lodz	51.76	19.46	682679.00	293.25	13.70	12.20	56.20	17.90	46.90	38.40	Wybierz
Wroclaw	51.11	17.04	642869.00	292.92	14.20	13.00	55.80	17.00	48.00	44.10	Wybierz
Poznan	52.41	16.93	532048.00	261.85	14.60	12.50	55.60	17.30	47.90	43.00	Wybierz
Gdansk	54.35	18.65	470907.00	262.00	14.90	13.20	55.10	16.80	48.10	41.50	Wybierz
Szczecin	53.43	14.55	398255.00	300.55	14.30	12.70	56.40	16.60	47.60	39.00	Wybierz

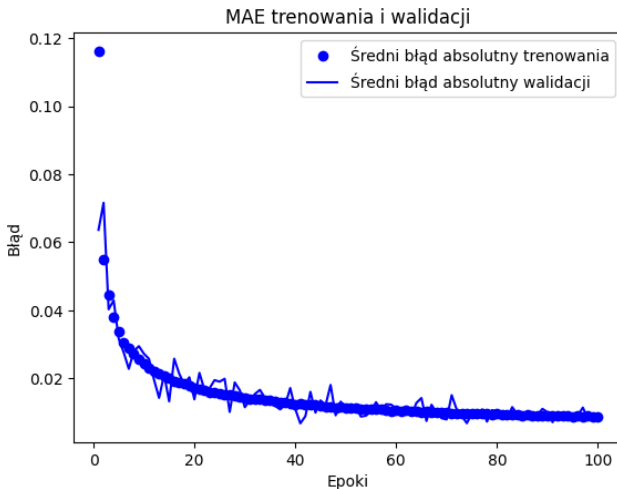
Jak wygląda nasz model?

Model oparty jest na sekwencyjnej sieci neuronowej.

Specyfikacja:

- Biblioteka Keras do obliczeń
- Biblioteka Pandas do manipulacji danych
- Parametrami charakterystyka miasta

Średni błąd absolutny



Jak to działa?

Zalety:

- Personalizacja - danymi są poprzednie kampanie reklamowe
- Elastyczność - producent sam dobiera wartość oraz miejsce inwestycji
- Uniwersalność - narzędzie działa dla dowolnego produktu

Jak to działa?

Zalety:

- Personalizacja - danymi są poprzednie kampanie reklamowe
- Elastyczność - producent sam dobiera wartość oraz miejsce inwestycji
- Uniwersalność - narzędzie działa dla dowolnego produktu

Wady:

- Mało rozbudowane (jeszcze ;))))
- Wymaga danych nt. historii inwestycji

Uważamy, że jest to prototyp pomysłu, który można rozwijać w wielu kierunkach. Przykładowo:

- Doskonalenie danych dotyczących profilu psychologicznego mieszkańców
- Integracja z dane.gov
- Wyszczególnienie typu strategii marketingowej (bilbordy, filmy, plakaty, etc.)

Wykres satysfakcji od czasu

