

NUTELLA

```
graph TD; NUTELLA --> 1[1. Il consumatore]; NUTELLA --> 2[2. I prodotti]; NUTELLA --> 3[3. L'innovazione];
```

Il marchio Nutella nasce nel 1964, attraverso il miglioramento della ricetta di una nuova crema a base di nocciole e cacao. Andremo ad analizzare l'importanza che hanno i dati per garantire l'aumento delle vendite e principalmente su cosa si basano i 3 punti chiave che deve tenere in considerazione il data analyst..

1. Il consumatore

- considerazione del cliente
- ottenere ottima reputazione

2. I prodotti

- Nutella vasetti
- Nutella Biscuits

3. L'innovazione

- accurata selezione delle materie prime
- qualità
- cura artigianale
-