**MANAGEMENT SUMMARY: Erweiterung des Süßwarensortiments (Eigenmarke)**

By: Ved Ravindra Nerlikar

**Szenario**

Der Einkauf von Lidl möchte das Süßwarensortiment (Eigenmarke) erweitern. Hierzu soll eine neue Süßigkeit kreiert werden. Jedoch besteht innerhalb des betreffenden Projektteams noch Uneinigkeit über die Charakteristika der neuen Süßigkeit.

Während die Einen beispielsweise eine Keks-basierte Süßigkeit bevorzugen, favorisieren Andere eine Fruchtgummivariation. Daher hat der Bereichsvorstand beschlossen ein Marktforschungsunternehmen zu beauftragen, um die Beliebtheit, der am Markt erhältlichen Süßwaren, zu ermitteln.

Die Ergebnisse der Marktforschung liegen nun vor und Sie wurden beauftragt eine Analyse der Daten durchzuführen. Ziel ist es, die Auswirkung der Charakteristika von Süßwaren auf deren Beliebtheit zu analysieren und auf Basis dieser Analyse eine Empfehlung für die neue Süßigkeit abzugeben.

**Interessenvertreter**

1. Lidl Einkauf
2. Management
3. Data and Business Analytics

**Facts**

Dataset source: <https://github.com/fivethirtyeight/data/tree/master/candy-power-ranking>

Dataset facts: **12** columns with **85** Süßwarensortiment

**Tools:**

1. Python – Als die Haupt Programmiersprache
2. Python Notebook – EDA + Modelling
3. Git – Version Control

**Methode:**

1. Data Preparation
2. Statistical Analysis
3. Exploratory Data Analysis + Data Visualization
4. Modelling

**Analyse:**

1. Regression Analysis
2. Clustering Analysis

**Vorschläge**

1. Nach der Analyse, die Charakteristika der neuen Süßigkeit sollte beinhalten:

* Chocolate
* Crisped Rice Wafer
* Peanut-Almond-Peanut Butter
* Es ist besser wenn die neue Süßigkeit ist ein ‚Bar‘.

1. Identifiziereneine Zielgruppe
2. Abzeichnen der neuen Süßigkeit und auch der Süßigkeiten von der Markforschung mit einer kleinen Zielgruppe
3. Sammeln mehr Information über den befragten Personen z.B. Alter, Einkommen/Gehälter, Lebensführung, Ernährungsgewohnheit.
4. Die neue Süßigkeit einführen.