

Coding e Big Data

2025-2026

Vincenzo Nardelli



vincenzo.nardelli@unicatt.it

Clustering

- ▶ Il **clustering** è una tecnica di analisi dei dati che raggruppa elementi simili in cluster (gruppi)
- ▶ **Obiettivo**: identificare pattern nascosti e strutture nei dati
- ▶ **Applicazioni**:
 - ▶ Segmentazione clienti
 - ▶ Analisi di mercato
 - ▶ Organizzazione di prodotti
 - ▶ Identificazione di comportamenti simili
- ▶ Permette di prendere decisioni strategiche basate su gruppi omogenei
- ▶ Facilita la personalizzazione di strategie marketing e commerciali

Analisi RFM

Il modello RFM è un sistema di classificazione che ordina i clienti sulla base di un punteggio individuale, calcolato sulla base di tre metriche

Recency

Misura il tempo trascorso dall'ultimo acquisto di un certo cliente. Ci aspettiamo che più questo è vicino, maggiore è la probabilità che quel cliente ci scelga di nuovo in futuro.

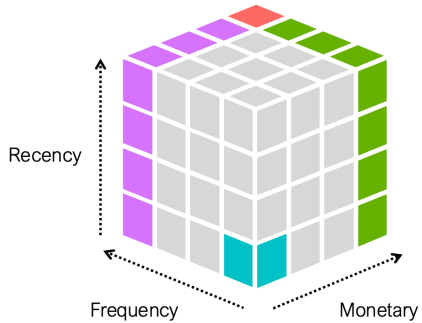
Frequency

Riflette il numero di acquisti ripetuti da un cliente. Anche in questo caso, la probabilità di un eventuale acquisto futuro cresce all'aumentare della frequenza.

Monetary

Indica il totale speso. Clienti che hanno speso di più in passato tendono ad avere un maggiore potenziale di spesa futura e rappresentano un segmento di maggior valore.

Analisi RFM



High spending (X-X-4)

Loyal (X-4-X)

Gold Customer (4-4-4)

Lost Customer (1-1-1)

Analisi RFM

