



[TYPOMKT] Typologie pour la segmentation client

Ce stage est destiné aux chargés d'étude marketing qui ont besoin de bâtir des groupes homogènes de clients. Les techniques abordées sont la classification hiérarchique, les K-moyennes, ainsi que la méthode mixte.

En cas d'application sous Spad, la segmentation par arbre est également présentée.

Durée : 1 à 2 jours selon les attentes et le niveau du public

**Pré-requis :
STAT101SAS**

Logiciels possibles : SAS, SAS Enterprise Guide (code), Spad

1. Analyse factorielle

- Analyse exploratoire
- Création de facteurs synthétiques
- Influence du codage sur le résultat
- Sélection du nombre optimal de facteurs

2. Segmentation

- Classification Ascendante Hiérarchique, dendrogramme
- K-moyennes, CCC, formes fortes
- Méthode mixte / de Wong
- Classification explicite par arbres (sous Spad)

3. Description des classes, reclassement

- Description univariée (caractérisation)
- Réaffectation aux classes par arbre
- Réaffectation aux classes par régression logistique
- Réaffectation géométrique (distance aux centres)