



[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 et la segmentation par arbre.

Durée : 2 jours

Pré-requis :
STAT101

Logiciels possibles : SAS, R

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

3. Description des classes, reclassement

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