

Progetti

Campagna Marketing

Introduzione

L'analisi della personalità del cliente è un'analisi dettagliata dei clienti ideali di un'azienda. Aiuta un'azienda a comprendere meglio i propri clienti e facilita loro la modifica dei prodotti in base alle esigenze specifiche, ai comportamenti e alle preoccupazioni dei diversi tipi di clienti.

Obiettivo

Effettuare clustering per individuare i vari segmenti di clientela.

Note

La collezione dei dati è il risultato di una raccolta manuale, perciò è necessario prestare attenzione ad eventuali errori.

Classificazione di fagioli

Introduzione

In questa ricerca sono stati utilizzati sette diversi tipi di fagioli secchi, tenendo conto delle caratteristiche come forma, forma, tipo e struttura. Essendo molto simili tra di loro è necessario sviluppare un sistema per poterli distinguere in maniera più efficace e rapida dell'occhio umano per poter effettuare lo stoccaggio.

Obiettivo

Ottenere un sistema di classificazione della tipologia di fagiolo

Note

Il dataset è piuttosto bilanciato, ma il sistema deve essere efficace per tutte le classi con particolare attenzione a non stoccare tipologie diverse assieme.

Manutenzione predittiva di macchinari

Introduzione

In questo dataset sono stati misurati varie caratteristiche dei macchinari e il loro stato (funzionante o guasto). I dati sono sintetici ma ricalcano la realtà, essendo difficile la loro pubblicazione.

Obiettivo

Classificare quando un certo stato del macchinario porta a un guasto.

Note

Il dataset è piuttosto sbilanciato, avendo pochi casi di guasto. E' importante individuare i casi in cui si potrebbe verificare un guasto.