

## AI 4 Sales & Marketing

|        |            |
|--------|------------|
| CODICE | DT0271     |
| DURATA | 2 gg       |
| PREZZO | 1.350,00 € |
| EXAM   |            |

### DESCRIZIONE

---

Il corso illustra i modelli predittivi di Artificial Intelligence (AI) per le vendite, i clienti, il marketing ed il CRM. Il corso esemplifica con molti casi d'uso le capacità predittive della AI in ambito commerciale e marketing. Il taglio del corso è pratico, tutti i casi d'uso sono illustrati con codice Python (oppure R) riccamente commentato in italiano.

### OBIETTIVI RAGGIUNTI

---

Al termine del corso i partecipanti saranno in grado di:

- applicare le tecniche di AI del mondo commerciale a problemi reali delle aziende
- conoscere i diversi casi d'uso della AI del mondo commerciale
- utilizzare il codice software fornito nel corso come punto di partenza per adattarlo alla propria realtà aziendale.

### TARGET

---

Il corso si rivolge ad Analisti di mercato, Marketer, Responsabili delle vendite, Responsabili di customer Service, Commerciali, Data Scientist e chiunque voglia acquisire una competenza effettiva e pratica sul tema della AI per il mondo commerciale e marketing.

### PREREQUISITI

---

Conoscenze di base effettiva di del linguaggio Python od R

### CONTENUTI

---

Casi d'uso trattati dal corso:

- Analisi di prodotto di base (*product analytics*)
- Scoperta delle associazioni tra prodotti venduti (*cross-selling*)
- Market Basket Analysis di dati retail e demografici

- Analisi del comportamento (on-line) del cliente: comprenderne i pattern di spesa
- Analisi del comportamento del cliente in risposta alle iniziative commerciali
- Segmentazione / clustering dei clienti simili (per marketing mirato) con tecniche avanzate
- Ricerca di clienti redditivi
- Previsione di abbandono del cliente (e motivi dell'abbandono)
- Previsione delle vendite
- Previsione dei comportamenti di acquisto dei clienti
- Modellazione della relazione tra promozione ed acquisto
- Scoring di click, keyword e contenuti dei siti web (cioè assegnare un valore commerciale a keyword, gruppi di keyword, o categorie di contenuti)
- Miglioramento del servizio di Customer Service aziendale (grandi potenzialità)
- Miglioramento delle vendite in base ai gusti dei clienti ed agli ultimi acquisti
- Motori di raccomandazione: raccomandare i prodotti giusti ai clienti giusti
- Previsione della probabilità che un certo cliente risponda ad una certa offerta commerciale
- Previsione della probabilità che un certo cliente sul sito aziendale clicchi un certo tipo di annuncio pubblicitario
- Analisi dei questionari di soddisfazione dei clienti
- Individuazione dei report di vendita alterati
- Stima della percentuale di risposta dei clienti ad una campagna di Direct Marketing per ottimizzare la selezione dei clienti destinatari
- *Click stream analysis* dei siti web
- Marketing virale, spinto dagli influencer
- Grafici interessanti ed utili al Marketer