

## **Μοντελοποίηση πωλήσεων με χρήση χωροχρονικής παλινδρόμησης σε δεδομένα χρονοσειρών και βελτιστοποίηση του διαθέσιμου εμπορικού προϋπολογισμού**

Η ομιλία περιγράφει με λεπτομέρεια όλα τα βήματα που συναντώνται στην πράξη (συλλογή, μορφοποίηση και ομογενοποίηση δεδομένων καθώς και μετασχηματισμό αυτών προκειμένου να αντικατοπτρίζουν τη συμπεριφορά των μεταβλητών στην πράξη, επιλογή κατάλληλης μεθόδου μοντελοποίησης, επιλογή μεταβλητών και επιλογή κατάλληλου μοντέλου για εξαγωγή συμπερασμάτων προκειμένου να απαντηθούν τα ερωτήματα εταιρειών για την αποδοτικότητα των προωθητικών ενεργειών τους στην πράξη, καθώς και παροχή συμβουλών για τη βελτιστοποίηση της αποδοτικότητας του διαθέσιμου διαφημιστικού budget.

## **Modeling sales with state space regression applied on time series data and optimization of the marketing budget**

The talk describes in detail all steps necessary (data gathering, harmonization, as well as the appropriate data transformations, selection of the appropriate modeling technique as well as model selection strategies for the modeling of sales in the fast moving consumer goods space. The talk also incorporates the employment of mathematical optimization methods for providing consultation on the best mix of the available marketing budget so as to maximize the return on investment.