



Big Data Anwendungen

Praxisübung - Bonusblatt 1 (Apriori Algorithmus)

Egal ob wir mit einer akribisch geplanten Einkaufsliste oder einfach nur vom Impuls geleitet durch ein Geschäft laufen, unsere Einkaufsgewohnheiten bestimmen wer wir sind. Instacart, eine Gemüse-Bestell-und-Liefer-App, zielt darauf ab, den Kühlschrank mit der persönlichen Lieblingsware genau dann wieder aufzufüllen, wenn der Kunde sie benötigt. Nach der Auswahl von Produkten durch die Instacart App, bestätigen die Käufer ihre Bestellung und Instacart kümmert sich um den Einkauf vor Ort und die Lieferung.

Das Analytischen-Team von Instacart spielt eine große Rolle bei der Realisierung der angenehmen Einkaufserfahrung. Zurzeit nutzt das Team transaktionale Daten um Modelle zu entwickeln, die vorhersagen können welche Produkte ein Nutzer wiederkaufen wird, zum ersten Mal versuchen wird oder beim nächsten Einkauf in seinen Einkaufswagen legen wird. Instacart veröffentlichte seine gesamten Daten (3 Millionen Instacart Bestellungen).

Wir konzentrieren uns hier auf eine konkrete Fragestellung: Welche Artikel werden häufig zusammengekauft.

Download: <https://www.kaggle.com/c/instacart-market-basket-analysis>