

SEMINARIUM

wiedzieć więcej
integracja danych z wielu źródeł

SPSS®

WARSZAWA
Hotel Kyriad Prestige
ul. Towarowa 2
21 czerwca 2007 r.
godz. 10.00–13.00

Część I ■ godz. 10.00–10.40

Pierwsze kroki w analizie danych. Efektywne korzystanie z danych za pomocą raportowania.

1. Rodzaje analiz i rodzaje danych
2. Środowisko analityczne
3. Analiza wyników sprzedaży
4. Koncentracja sprzedaży – Badania koncentracji sprzedaży z wykorzystaniem wykresu Pareto

prowadzący: **Daniel Bożyk**

Część II ■ godz. 10.40–11.20

Kim są twoi najlepsi klienci. Od inte- gracji danych do segmentacji klien- tów z wykorzystaniem Data Mining

1. Integracja danych, a segmentacja. Charakterystyka podejścia
2. Grupowane czy segmentacja. Dwa podejścia analityczne
3. Przykłady wykorzystania różnych algorytmów segmentacji klientów

prowadzący: **dr Grzegorz Bryda**

przerwa na kawę

Część III ■ godz. 11.50–12.30

Prognozowanie sprzedaży

1. Czym jest prognozowanie
2. Tworzenie modelu prognozy na podstawie analizy zmienności w czasie
3. Uwzględnienie dodatkowych predyktorów w prognozowaniu sprzedaży

prowadzący: **Grzegorz Kamiński**