

SEMINARIUM

*zobacz więcej
niż dane* **SPSS** standard
analizy danych

SPSS[®]

Warszawa, Polskie
Centrum Kompetencji
ul. Kopernika 30
25 czerwca 2008 r.
godz. 10.00–13.00

CZĘŚĆ I ■ godz.10.00–10.45

prowadzący: **Daniel Bożyk**

Wydobywanie wiedzy z danych sprzedażowych

1. Eliminowanie ograniczeń – łatwe i szybkie pobieranie danych z różnych źródeł.
2. Wykorzystanie potencjału ukrytego w danych – wyliczanie użytecznych wskaźników sprzedażowych.
3. Tworzenie raportów na okrągło – wykonywanie raportów okresowych za pomocą jednego kliknięcia myszką.

CZĘŚĆ II ■ godz.10.45–11.30

prowadzący: **Marta Osucha**

Podnoszenie skuteczności działań w oparciu o badania ankietowe – na przykładzie danych dotyczących badania satysfakcji i skłonności do zakupu

1. Zadowolenie klienta kluczem do sukcesu – wykorzystanie potencjału raportów tabelarycznych w analizach ad hoc.
2. Czynniki wpływające na skorzystanie z oferty firmy – poprawa percepcji wyników analiz dzięki nowoczesnym technikom wizualizacji.

przerwa na kawę

CZĘŚĆ III ■ godz.12.00–12.45

prowadzący: **Piotr Miernik**

Optymalizacja działań i budowanie kampanii marketingowych

1. Segmentacja rynku i pozycjonowanie produktów jako podstawowe narzędzia strategicznego planowania marketingowego.
2. Właściwa oferta dla właściwych klientów – wykorzystanie segmentacji i profilowania jako narzędzia do budowy skutecznych kampanii marketingowych.
3. Jeden obraz to więcej niż 10 liczb – odkrywanie pozycji produktów względem konkurencji oraz poszukiwanie nisz rynkowych przy użyciu map percepcyjnych.