|  |  |
| --- | --- |
| 参会请填写报名回执表信息并回传，即可完成预留席位！   |  | | --- | | **大数据时代的营销数据分析技能————用数字说话** | |
| **时·间·地·点：**2014年11月14-15深圳、11月20-21北京、11月22-23上海 |
| **参·加·对·象：**市场总监、市场分析人员、销售主管、销售总监及其他对营销数据分析有兴趣的人士 |
| **授·课·方·式：**讲师讲授 + 视频演绎 + 案例研讨 +角色扮演 + 讲师点评 + 落地工具。 |
| **学·习·费·用：**3200元/2天/1人（含课程讲义、午餐、税费、茶点等） |
| **承·办·单·位：**企业学习网 宇杰企业管理咨询有限公司 |
| **垂·询·热·线：0755-61287172 021-51036016 010-51657818** |
| **值·班·手·机：18673690388 （陈经理）** |
| **客·服 · Q·Q：9918065 Email：px2013@szyjqg.com** |
| |  | | --- | |  | |
| **课·程·背·景：** |
| “大数据”的概念出现至今已经11年了，然而，为数不少的的市场部、销售部的相关员工由于缺乏营销 |
| 分析的技能，还在使用原始低效的统计和分析方法，浪费大量的时间不说，老板还经常不满意。 |
| 大数据时代要求市场和销售部门对客户响应、营销过程、行业竞争做深入分析，为决策者提供真正的决 |
| 策支持，特别是为每一个营销动作提供最佳的运作模型。本课程从大数据的宏观知识背景开始，探讨如何将 |
| 数据分析的技能应用于企业日常的销售运营当中。学习本课程您将可以掌握以下内容： |
| 1.了解大数据的概念，大数据包含哪些技术框架和工具 |
| 2.大数据如何跟企业的营销工作相结合 |
| 3.数据挖掘的CRISP循环 |
| 4.数据分析的工具介绍：例如指标分析的方法和统计学算法介绍 |
| |  | | --- | |  | |
| **讲·师·介·绍：[ 陈·剑 ]** |
| 信息化专家、IPMA认证项目经理、MCSE、MCDBA、经济分析师，从业经验丰富，曾主持开发大型政府业 |
| 务系统、银行办公系统、电信业务系统、工业自动化控制系统等，负责过OA、ERP、BI系统的集成与实施。 |
| 历任项目经理，技术总监，副总经理等职务、熟悉整公司营运管理，财务管理、信息化管理、人事行政管理 |
| 工作。 |
|  |
| **擅·长·课·程：** |
| 《实用企业数据统计和分析技术》 |
| 《专业幻灯片和图表制作技术》 |
| 《现代项目管理》 |
| 《新产品研发和客户需求分析》 |
| 《Excel、Access和POWERPOINT在管理中的实战运用》 |
|  |
| **部·分·学·员·评·价：** |
| 课程对教会我很多EXCEL操作技巧，特别是在动画和幻灯常识打开了思路 |
| ————————阳光假期国族，曾小姐 |
|  |
| 对EXCEL表格的功能有了新的认识，今后在工作中将会更加频繁和去运用数字的经营分 |
| 析的内容，并会加旨此方面的学习 |
| ————————邦讯技术股份有限公司樊小姐 |
|  |
| 了解了解工作中可用到的许多工具，老师对于以后的继续学习起到了“领进门“的作 |
| 用，并且教了不少技巧。PPT内部报告的制作技巧很实用，在PPT中使用动画是这此培 |
| 训的亮点。 |
| ————————西安安沃客车有限公司梁小姐 |
|  |
| 重视实际操练，便于记忆。原先似懂非懂的操作疑难得以点拔 |
| ————————惠州市华阳多媒体电子有限公司，翁小姐 |
| |  | | --- | |  | |
| **课·程·大·纲：** |
| **一、大数据时代概述** |
| “大数据”火了，但是大数据的应用已经有十几年的历史了，本节告诉你大数据是什么。 |
| 1.大数据的应用历史 |
| 2.大数据的全景视图 |
| 3.最热门的大数据工具有哪些 |
| 4.企业的市场和营销部门应该具备哪些大数据的技能？ |
| 5.CRISP方法论 |
| 案例演练：空降经理的烦恼，您来亲身体验一下数据分析的过程 |
|  |
| **二、构建企业的分析体系** |
| 本节介绍如何在企业内部实施大数据，利用大数据驱动企业的营销动作 |
| 1.大数据如何与企业的营销结合 |
| a)营销动作和大数据的结合 |
| b)岗位的设置和技能要求 |
| 2.分析模型的设计、实施工具 |
| a)SPSS Clementine简介 |
| b)SAS简介 |
| c)SQL Analysis简介 |
| d)Excel控件简介 |
| 3.数据的收集和准备 |
| a)数据的来源 |
| b)原始数据转换为业务数据 |
|  |
| **三、基于关键指标的分析方法** |
| 指标分析是一种快速的企业绩效分析手段，是衡量企业健康状况的健康指标， 本节介绍如何通过指标构建 |
| 数据分析模型。 |
| 1.案例思考：从一张报表说起 |
| 2.传统的基于绩效考核指标分析的缺陷 |
| 3.把KPI指标和管理理念相结合，搭建分析模型分析营销状况 |
| 4.案例解析： |
| a)竞争力分析模型 |
| b)利润分析模型 |
|  |
| **四、时间序列分析** |
| 时间序列分析的目的是掌握销售过程中出现的趋势、规律，优化产品组合和销售管理。 |
| 1.时间序列规律的三个方面 |
| 2.如何识别周期，认识同比的风险 |
| 3.趋势如何分析 |
| 4.案例解析 |
| a)数据周期分析 |
| b)库存风险预测 |
| 5.一元回归分析 |
| a)案例：行业趋势分析 |
|  |
| **五、竞争的量化分析方法简介** |
| 1.宏观的行业竞争力分析矩阵 |
| 2.数据来源：根据市场竞争的四个层次确定 |
| 3.竞争的敏感性分析 |
| 4.快消品的品牌转换矩阵 |
| 5.媒体影响的量化研究 |
|  |
| **六、常用的统计学分析算法简介** |
| 数据分析不是空洞理论，还需要有科学的技术手段和方法，本节演示常见的数据分析算法。 |
| 1.协助客户分类：聚类分析 |
| 2.识别客户响应 |
| a)类神经网络 |
| b)决策树 |
| c)逻辑斯蒂回归 |
| 3.时间序列预测 |
| a)ARIMA |
| b)指数平滑 |
|  |
| **七、商业预测技术** |
| 预测是企业重要的决策依据，本节演示如何结合统计学算法构造一个成熟的预测模型。 |
| 1.预测责任者与支持者 |
| 2.预测的组织流程 |
| 3.不同的预测模型各自的优缺点 |
| 4.水平和趋势模型 |
| 5.季节模型 |
| 6.如何评估预测的偏差 |
|  |
| **八、数据挖掘** |
| 无差别的大众媒体营销已经无法满足零和的市场环境下的竞争要求。精确营销是现在及未来的发展方向，精 |
| 确营销的基础是精确的客户定位，本节通过案例演示来说明如何进行客户的响应分析。 |
| 1.精确营销与客户细分 |
| 2.客户细分的价值 |
| 3.基于数据驱动的细分 |
| 4.基于决策树的案例解析 |
| 5.结果的应用 |
|  |

**报名回执表**

回执请发到邮箱：px2013@szyjqg.com

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 我单位共 \_\_\_\_ 人确定报名参加 2014年\_\_\_ 月\_\_\_\_\_\_日在 \_\_\_\_\_\_ 举办的**《**\_大数据时代的营销数据分析技能————用数字说话**》**培训班。 | | | | | | |
| 单位名称 |  | | | | | |
| 联系人 |  | | 电 话 |  | 手 机 |  |
| 地 址 |  | | 传 真 |  | E-mail |  |
| 序号 | 参会人员 | 性 别 | 部门/职务 | 联络手机 | 金 额 | 合 计 |
| 1 |  |  |  |  |  |  |
| 2 |  |  |  |  |  |
| 3 |  |  |  |  |  |
| 4 |  |  |  |  |  |
| 缴费方式 | □ 转帐 □ 现金 （请选择 在□前打√） | | | |  |  |
| 住宿要求 | 预定：双人房\_\_\_间；单人房\_\_\_间，住宿时间：\_\_ 月 \_\_ 至 \_\_ 日 (不用预定请留空) | | | | | |

此表所填信息仅用于招生工作，如需参加请填写回传给我们，以便及时为您安排会务并发确认函，谢谢支持！

联系电话：0755-61287172——市场开发部

请您把报名回执认真填好后回传我司，为确保您报名无误,请您再次电话确认!