

专业统计市场细分(SMS)方法课程（1天）

Statistical Methodology for Market Segmentation (SMS) (1 Day)

注：以下内容每个大项都有案例实战

1. 统计市场细分简介
 - a) 市场细分概述
 - b) 市场细分与客户战略
 - c) 市场细分的标准
 - d) 基于数据分析的市场细分
2. 应用统计基础
 - a) 常用分析软件及基本操作
 - b) 描述性统计
 - c) 用统计图形发现客户群体特征
3. 变差分析的原理及应用
 - a) 假设检验基础
 - b) 单样本均值检验
 - c) 单因素变差分析及应用
 - d) 多因素变差分析简介
4. 回归方法的原理与应用
 - a) 回归方法的原理
 - b) 简单线性回归
 - c) 多元线性回归简介
5. 市场细分中的多元统计分析方法
 - a) 聚类分析与决策树应用
 - b) 因子分析与主成分分析方法
 - c) 卡方分析与对应分析方法
 - d) 判别分析方法及应用
 - e) 联合分析简介
6. 问题与总结
 - a) 市场细分中统计方法与其他方法的结合
 - b) 培训总结

参训对象

- 从事市场研究、销售分析、市场及销售管理、商务分析及策划等相关工作的人员
- 咨询机构、市场调查机构分析员或咨询顾问

参训收益

- 学会用定量分析方法研究客户行为，对市场进行精确细分
- 量化研究客户购买行为，提高促销活动的效率和效果
- 学会用量化分析方法为市场决策提供支持

注：实际授课内容可能略有差异，恕不另行通知