

SPIS TREŚCI

STATISTICA W MARKETINGU I BADANIACH RYNKU	5
ANALIZA PREFERENCJI KONSUMENTÓW Z WYKORZYSTANIEM PROGRAMU STATISTICA – ANALIZA CONJOINT I SKALOWANIE WIELOWYMIAROWE	39
OD KWESTIONARIUSZA DO RAPORTU – SYSTEM ZBIERANIA DANYCH I NARZĘDZIA ANALITYCZNE W BADANIACH ANKIETOWYCH	59
ZASTOSOWANIE TECHNIK ANALIZY SKUPIEŃ I DRZEW DECYZYJNYCH DO SEGMENTACJI RYNKU.....	75
ANALIZA MIGRACJI KLIENTÓW (CHURN ANALYSIS).....	93
WYKORZYSTANIE SKORINGU MARKETINGOWEGO DO OPTYMALIZACJI KAMPANII SPRZEDAŻOWYCH	107
WIZUALIZACJA DANYCH JAKO UZUPEŁNIENIE METOD ANALITYCZNYCH	131
ANALIZA KOSZYKOWA I ANALIZA SEKWENCJI – WIELKI BRAT CZUWA	143

StatSoft Polska 11

StatSoft i opinia klientów 12

StatSoft Polska 13

StatSoft Polska 14

StatSoft Polska