Formation Communication - Skype Entreprise à Genève, Lausanne, Nyon, Gland, Monthey, Fribourg, Bienne, Montreux, Vevey, Neuchâtel, Sion, La Chaux-de-Fonds, Aigle, Sierre, Yverdon, Bulle, Delémont et partout en Suisse Romande et France voisine.

ID : 1043

But : Souvent on imagine que le marketing c'est du feeling et de la communication, ce qui fait plutôt rêver: Faux! C'est surtout du travail et de la rigueur avec une très forte dose de chiffres. Sans analyses, il est très difficile de comprendre le marché et de prendre de bonnes décisions. L'objectif de cette formation est alors d'apprendre les techniques scientifiques de base (non bayésiennes) de manipulations de données et d'argumentations pour analyser des campagnes marketing ou développer de nouveaux produits/services avec l'aide de logiciels comme SPSS, SAS Enterprise

Guide ou R.

Public : Webmaster, e-marketeur/chargé de référencement, responsable e-business, responsable marketing et communication, responsable de projet Internet, ingénieurs, développeurs.

Prérequis : Être à l'aise avec des concepts abstraits et être dans la nécessité d'utiliser la rigueur (méthode scientifique) dans le cadre de son travail.

Objectifs :

- Introduction
- Principe du "peer-review" en sciences pures et exactes
- Logiciels d'analyses statistiques avancés courants dans le marketing
- Illusions des statistiques/Sophisme de Simpson
- Étapes de la réalisation d'une étude et le protocole scientifique
- Fact-Checking
- Règles scientifiques de rédaction d'une analyse
- Méta-analyses
- Métriques analytiques (indicateurs différentiels, différentiels relatifs, ratios, ratios relatifs: élasticité)
- L'importance des processus pour le REX et la Reproductibilité
- Indicateurs de position et de dispersion robustes ou non robustes
- Moyenne arithmétique vs Moyenne Géométrique
- Statistiques inférentielles vs Statistiques bayésiennes
- Les différentes types d'intervalles (confiance en % ou en sigma, tolérance, fluctuation)
- Échantillonnages balancés
- Calculs de retours sur investissements
- Manipulation de taux de reconversions
- Test de la différence de proportions (test A/B)
- Vérification de conformité des contraintes des modèles (AD, KS, SW etc.)
- L'analyse de Pareto avancée et indicateurs associés
- ...

Méthode pédagogique : Cette formation est uniquement théorique.

Durée suggérée pour la formation en présentiel (jours) : 5
Durée suggérée pour la formation en distanciel (jours) : 6

Prix par jour en présentiel : 725 CHF
Prix par jour en distanciel : 348 CHF
Prix par jour en distanciel pour étudiants : nous contacter (uniquement si carte étudiant!)
Prix par jour en distanciel (avec enregistrement) : 3625 CHF
Les prix sont par jour et par participant sans support de cours, sans évaluation, sans certification, sans examen (test), sans salle de formation ni ordinateur (ces derniers sont chacun en option et doivent être demandés en sus dans le formulaire de contact pour l'établissement du devis).

Livre

- **Titre :** *Éléments de Mathématiques appliquées*
- **Auteur(s) :** *Vincent Isoz*
- **Pages :** *4800*
- **ISBN :**

Tags : formation marketing, cours marketing, statistiques pour marketing, statistiques pour marketeurs, clustering, regroupement.

Please enable JavaScript to view the comments powered by Disqus.