
Excel 市场营销数据分析高效应用

讲师：马浩志

【课程介绍】

Excel 作为微软 Office 办公套件的一个重要组成部分，它可以进行各种数据的处理、统计分析和辅助决策等操作，被广泛应用于管理、统计、财经、金融等众多领域。Excel 提供了大量可以应用的数据分析工具，使 Excel 可以很方便的执行数据管理、计算、分析、挖掘、图表制作等功能。本课程通过各种实例详尽介绍 Excel 丰富多样的数据分析功能，让学员可以在实践中深刻理解 Excel 对数据分析的支持力度，并充分领会应该在何种情景中应用何种 Excel 功能，简化市场营销数据分析过程，快速得出贴合实际情况的决策支持，适应现代社会市场环境的迅速变化的需求。

【学员收益】

【汇总市场营销数据】掌握数据透视表、图表以及 Excel 统计函数，让数据分析更轻松

【利润最大化定价策略】掌握评估需求曲线并用规划求解计算最优化的定价策略

【销售预测技术】掌握简单线性回归和简单多元回归，让企业准确预测未来的销售情况

【客户需求分析】学习产品属性排序的方法，让销售经理知道产品属性是如何驱动产品销售的。

【客户价值评估】学习如何衡量客户价值，以最佳方式在客户开发和维持客户之间分配资源。

【培训对象】

企业各部门负责人、数据分析高级管理人员

【课程时长】两天（12 学时）

【课程大纲】

1 讲 用 Excel 汇总市场营销数据

计算销售百分比

按月汇总收益

计算各产品收益

帕累托 80-20 原则的计算

报表筛选器和切片器

总结一周内各天销售情况

产品的季节性因素分析

分析销售趋势

分析促销对销售情况的影响

分析消费者年龄、性别结构和收入情况

构建年龄收入的交叉分析

2讲 使用【图表】汇总分析数据

图表创意设计技巧

图片填充图表区背景

图片美化数据点

图片填充形象化

高级图表制作

两轴线柱组合图

在图表中添加标签或表格

用数据透视表汇总市场调研数据

添加新数据时图表自动更新

使用控件创建动态图表展示数据

使用迷你图汇总多个数据系列

3讲 使用【公式函数】汇总分析数据

公式与函数基础知识

单元格引用

名称的应用

普通函数与函数嵌套

使用统计函数汇总市场营销数据

使用 Excel 函数计算数据集的典型值

典型值的哪种度量最佳

使用 COUNTIF、SUMIF 和 AVERAGEIF

使用 COUNTIFS、SUMIFS 和 AVERAGEIFS

日期和时间函数

常用的日期和时间函数

计算合同到期日，跟踪合同 (TODAY、EDATE)

年龄、工龄、固定资产年限的自动更新(DATEDIF)

文本函数

常用的文本函数

计算字符串长度 (LEN)

从字符串中取指定个数字符 (LEFT、RIGHT、MID)

身份证信息的提取实例

财务数据摘要提取实例

查找引用函数

VLOOKUP、LOOKUP 函数应用实例

固定资产查询的制作

其他查找引用函数

4讲【定价策略】

拟合线性需求曲线

拟合乘幂需求曲线

单变量求解关键数据

用规划求解求利润最大化的定价

用主观评估需求曲线进行利润最大化的定价

5讲【预测分析】

5.1 简单线性回归分析

用图表趋势线功能分析销售数据

如何判断最佳拟合线

计算残差和 R2 值

趋势线的预测准确性

SLOPE、INTERCEPT 和 RSQ 函数

5.2 用相关系数来总结线性关系

用数据分析加载项来找出相关系数

CORREL 函数

相关系数和 R2 之间的关系

5.3 多元回归分析

多元回归分析介绍

用数据分析加载项运行回归分析

理解回归分析的结果

5.4 移动平均比例预测法

计算移动平均指标和中心移动平均指标

将趋势线拟合到中心移动平均指标
计算季节性指数
预测季度 21~季度 24 期间的销量
将移动平均比率法应用于月度数据

6讲【客户需求】

6.1 联合分析法

产品、属性和等级
确定产品轮廓
运行回归分析
属性和等级排名
使用联合分析法细分市场
使用演化规划求解生成产品轮廓

6.2 逻辑回归分析

逻辑回归分析模型制作
使用逻辑回归分析来评估概率
阐释逻辑回归分析的回归系数

7讲【客户价值】

7.1 计算客户的生命周期价值

基础客户价值计算
使用双边表格衡量敏感度分析
11.2 使用客户价值对业务估值
使用客户价值对业务估值

8讲【市场细分】

8.1 聚类分析

属性标准化
聚类选取
规划求解找出最优聚类
设置用于聚类分析的规划求解模型
【结束】 课程总结，整体答疑