

Formation analyse conjointe (méthodes de trade-off)

Description

Vous voulez comprendre les préférences de vos clients afin de leur proposer le produit le plus adapté à leurs attentes ? L'analyse conjointe vous permet de comprendre et de trouver le produit le plus adapté à vos clients.

Durant ces deux jours, vous apprenez à mener une analyse conjointe (ou un trade-off) avec XLSTAT afin d'identifier les préférences des consommateurs, de simuler un marché et de proposer de nouveaux produits.

L'analyse conjointe se base sur un ensemble d'outils statistiques du plan d'expérience aux méthodes d'analyse de choix en passant par des méthodes de simulation, nous aborderons chacun de ces points afin de maîtriser le processus de choix de vos clients.

PLUS D'INFORMATIONS :

Formation disponible en intra ou en inter-entreprises

Inscription : <https://www.stat4decision.com/fr/formations/formation-analyse-conjointe/>

Durée

2.00 jours (14.00 heures)

Profils des stagiaires et prérequis

Profils :

- Chargé d'étude
- Responsable marketing
- Public intéressé par les applications marketing

Prérequis :

- Aucun pré requis

Objectifs pédagogiques

- Comprendre les principes de l'analyse conjointe
- Savoir mettre en place toute la méthodologie de l'analyse conjointe
- Maîtriser l'utilisation d'XLSTAT pour construire une analyse conjointe
- Comprendre les méthodes utilisées et savoir lire et interpréter les résultats obtenus

Programme détaillé

- Les préférences des consommateurs : principes et notions
- Modéliser les préférences de vos clients. Comment y arriver ?
- Mise en place d'une analyse conjointe
 - Choix du type d'analyse
 - Choix des attributs et des modalités
 - Description de toutes les étapes de l'analyse conjointe

Stat4decision

37-39 avenue Ledru Rollin Paris 75012

Tel. 01.72.25.40.82 | E-mail : info@stat4decision.com | www.stat4decision.com

Numéro SIRET: 81048985600015 | Numéro de déclaration d'activité: 11755352275 (auprès du préfet de région de: 75)

- Présentation de la l'analyse conjointe avec XLSTAT
- Cas pratique : La génération des produits
 - Les plans d'expériences
 - Le cas d'un processus de classement
 - Le cas d'un processus de choix
- Cas pratique : Le recueil des données
- Cas pratique : L'interprétation des préférences
 - La notion d'utilité et d'importance
 - Les modèles
 - L'interprétation
- Cas pratique : Construction et simulation de marché :
 - Principes
 - Méthode de simulation
 - Interprétation des simulations
- Aller plus loin
 - La méthode MaxDiff
 - L'analyse TURF
- Discussions et évaluation de la formation

Organisation de la formation

Moyens pédagogiques et techniques

- Accueil des stagiaires dans une salle dédiée à la formation.
- Documents supports de formation projetés.
- Exposés théoriques
- Etude de cas concrets
- Mise à disposition en ligne de documents supports à la suite de la formation.
- Outils utilisés : Lors de cette formation de nombreux outils seront évoqués avec un accent tout particulier sur le logiciel XLSTAT avec lequel les applications seront effectuées.

Dispositif de suivi de l'exécution de d'évaluation des résultats de la formation

- Feuilles de présence.
- Mises en situation.
- Formulaires d'évaluation de la formation.