

Statistica per non specialisti

Analizzare i dati con un approccio scientifico per ridurre il rischio nella presa di decisioni

 Presenziale



2 giorni (16 Ore)

Open : 1.670,00 € +IVA

WebCode: 1.3.57

Packaged in azienda : 3.680,00 € +IVA +10% di

Project Management (Quota riferita ad un gruppo di 10 pax max)

Customized : Su richiesta

La disponibilità di grandi masse di dati, i **Big Data**, non comporta automaticamente che sia più facile **prendere le decisioni giuste** nel proprio lavoro: se non si applica un rigoroso **approccio scientifico** all'analisi dei dati si rischia solo di rimanere disorientati dalla quantità enorme di informazioni.

Per navigare l'oceano dei dati e approdare alla soluzione del problema occorre stabilire una rotta precisa e rigorosa, che la **statistica applicata** è in grado di fornire con il **processo di analisi strutturato**.

L'obiettivo del corso è fornire una **guida scientifico-pratica costruita su oltre 30 anni di applicazioni pratiche ai problemi lavorativi**, per essere sicuri di avere preso la decisione giusta sulla base delle informazioni disponibili.

A chi è rivolto

- Manager
- Dirigenti/Quadri
- Imprenditori
- Professionisti

Programma

Analisi descrittiva: il primo passo del processo scientifico

- Lavorare con i numeri
 - La materia prima: organizzare i dati di base con Excel
 - La generazione del valore: sintetizzare il database con le tabelle Pivot
- Distillare e comunicare gli insight
 - Il significato dell'informazione: elaborare indici e individuare i casi significativi
 - Dal capire al farsi capire: produrre i grafici giusti e tradurli in presentazioni convincenti

Analisi statistica di base: la certezza scientifica dei risultati

- Osservare e comprendere la realtà con la statistica
 - Dal particolare al generale: espandere le informazioni campionarie alla popolazione
 - Viva la differenza: individuare e validare le differenze tra gruppi
- Dall'osservazione all'azione
 - Tutto è connesso: esplorare e confermare le relazioni tra variabili
 - Il legame tra causa ed effetto: applicare correlazione e regressione al database

Analisi predittiva: dal passato la chiave per prevedere il futuro

- La statistica applicata al marketing moderno
 - Divide et impera: segmentare la clientela e diversificare le strategie
 - Buyer personas: dare un volto ai segmenti
- Pilotare il business nel futuro
 - L'arte della previsione: estrapolare le serie storiche delle vendite
 - Il perché delle cose: applicare la regressione multipla al marketing mix

Analisi prescrittiva: come ridurre il rischio della presa di decisioni

- Usare i dati per decidere
 - Sostituire la testa alla pancia: razionalizzare il processo decisionale con l'AHP
 - Migliorare la soddisfazione dei clienti: sfruttare strategicamente le indagini di Customer Satisfaction
- Le nuove frontiere della Data Science
 - Oltre le capacità umane: utilizzare ChatGPT per potenziare il nostro talento
 - Rimanere al passo coi tempi: esplorare come funziona l'intelligenza artificiale



Obiettivi del corso

- Comprendere e applicare l'analisi statistica dei dati
- Apprendere un approccio strutturato alla risoluzione dei problemi
- Aggiornarsi sui Big Data, l'Intelligenza Artificiale e la Data Science



Esercitazioni

- Analisi delle vendite per agente/territorio/cliente
- Modello di segmentazione RFM
- Previsione delle vendite con smorzamento esponenziale
- Interpretazione dell'attività promozionale con modello di regressione
- Presa delle decisioni con AHP
- Analisi di un'indagine di Customer Satisfaction
- Casi di applicazione di ChatGPT



Date e sedi 2026



Ultimi posti



Edizione garantita

Online

dal 27 apr al 30 apr

- dal 27 apr al 27 apr
- dal 30 apr al 30 apr

dal 26 ott al 29 ott

- dal 26 ott al 26 ott
- dal 29 ott al 29 ott