

## CJ

### IBM SPSS Conjoint

L'obiettivo principale di questo corso è quello di fornire ai partecipanti le nozioni per poter realizzare un progetto Di conjoint analysis tramite il modulo SPSS Conjoint.

La conjoint analysis è una tecnica per misurare le preferenze dei consumatori relativamente ad un insieme selezionato di attributi di un prodotto o servizio. È uno strumento di ricerca di mercato ideato appositamente per sviluppare un progetto efficace del prodotto, che permette di rispondere alle seguenti domande: quali attributi del prodotto sono più importanti per il consumatore e quali lo sono meno; quali livelli degli attributi sono più o meno desiderabili nella mente del consumatore; qual'è la quota di mercato delle preferenze dei prodotti dei principali competitori rispetto al prodotto esistente o progettato?

Verranno illustrati esempi di applicazione della conjoint sia nell'ambito dei prodotti che nell'ambito dei servizi. I partecipanti impareranno a realizzare tutte le fasi del processo di di conjoint, dalla costruzione del piano ortogonale, al deployment delle schede per le interviste, alla stima e validazione del modello di conjoint.

*Durata:* una giornata (circa sette ore)

*Configurazione software utilizzata:*

IBM SPSS Statistics Base

IBM SPSS Conjoint

*Prerequisiti:* è richiesta la frequenza ad un modulo di secondo livello di uno dei percorsi formativi SPSS Training o una conoscenza di IBM SPSS per Windows.

## **INTRODUZIONE ALLA COINJOINT ANALYSIS**

*Un po' storia*

*La raccolta dati*

*Il modello di conjoint*

## **IL MODULO IBM SPSS CONJOINT**

*Realizzazione del piano ortogonale*

*Il comando orthoplan*

*Deployment delle schede*

*Il comando palncards*

*Stima e validazione del modello*

*Il comando conjoint*

## **ESEMPI APPLICATIVI**