

W marketingu Excel przychodzi z pomocą w wielu sytuacjach. Podczas lektury tej książki Czytelnik dowie się, jak wykorzystać tabele przestawne do analiz marketingowych. Autor opisuje, jak stworzyć podsumowania dużych ilości danych, przygotować zestawienia lub analiz w dowolnym układzie z interesującym stopniem szczegółowości. Ważnym obszarem działań marketingowych jest analiza profilu potencjalnych klientów, szczególnie w odniesieniu do nowych produktów. W związku z tym przeprowadza się badania ankietowe wśród potencjalnych klientów. Książka wyjaśnia, które z narzędzi Excela zastosować, aby otrzymać najlepszy obraz danych statystycznych.

## Spis treści

Wyznaczanie planów marketingowych  
Struktura danych wykorzystanych do tabeli przestawnej  
Tworzenie tabeli przestawnej  
Modyfikacja pól tabeli przestawnej  
Zastosowanie filtru raportu tabeli przestawnej  
Wyświetlanie stron filtru raportu jako arkuszy  
Obliczanie różnych aspektów rentowności sprzedaży  
Budowa numeru zlecenia  
Określenie rentowności sprzedaży w różnych aspektach  
Rachunek marży zysku na poszczególnych produktach i klientach  
Składniki kalkulacji marży  
Analiza marży I, II i III poziomu  
Rachunek marżowy dla produktów  
Rachunek marżowy dla klientów  
Raport z badania klientów  
Analizy krok po kroku  
Graficzne przedstawienie wyników  
Wykres czytelnie prezentujący wahania wartości  
Graficzna prezentacja liczby klientów  
Manipulowanie linią trendu na wykresach  
Zestawienie kosztów i zamówień  
Dodawanie linii trendu  
Dostosowanie linii trendu  
Tendencja pesymistyczna  
Linia trendu średnia ruchoma  
Osłabianie linii trendów  
Planowanie budżetu i ustalenie warunków bonusów z wykorzystaniem narzędzia Tabela danych  
Model sprzedaży i wyników budżetu  
Zadanie do wykonania  
Tabela danych jako narzędzie analizy symulacji  
Graficzna prezentacja sprzedaży według województw  
Wymiana danych między bazami, połączenia ze źródłami danych

Optymalizacja kosztów

Wizualizacja wyników sprzedażowych za pomocą tabeli przestawnej

Tworzenie tabeli przestawnej z danych sprzedażowych

Wizualizacja wyników sprzedaży firmy

Format wyświetlanych danych w polu Wartości

Układ raportu tabeli przestawnej

Style tabeli przestawnej

Sumy częściowe i końcowe

Wyróżnianie elementu w tabeli przestawnej

Zmiana układu wyświetlania pól w obszarze Wartości tabeli przestawnej

Stworzenie możliwości wyboru miesięcy – filtr tabeli przestawnej

Szybki wybór danych do analizy – funkcje bazodanowe

Odnalezienie identyfikatora klienta na podstawie nazwiska

Liczba zamówień złożonych w Poznaniu – funkcja zliczająca rekordy

Analiza wartości zamówień – obliczenia na rekordach

Wymiana danych między Excelem i Wordem

Dopasowanie raportu sprzedaży do układu strony

Wstawione zestawienie sprzedaży połączone z plikiem źródłowym

Przenoszenie treści raportu do arkusza – z Worda do Excela

Odwołanie do treści dokumentu Worda