



Data Mining Techniques: For Marketing, Sales, and Customer Relationship Management, Second Edition

Michael J.A. Berry e Gordon S. Linoff

Con oltre il quaranta per cento di materiale inedito e aggiornato, questa edizione mostra ai manager aziendali, agli analisti di marketing e agli specialisti di data mining come sfruttare i metodi e le tecniche di data mining per risolvere problemi di tipo comune in ambito aziendale. Ogni capitolo illustra una nuova tecnica di data mining e quindi mostra al lettore come applicare tale tecnica per migliorare le attività di marketing, di vendita e di supporto al cliente. Gli autori riescono ad offrire spiegazioni concise, chiare e pratiche di concetti complessi, rendendo questo libro l'introduzione ideale al data mining. Altri capitoli più approfonditi illustrano diversi argomenti, per esempio come preparare i dati per l'analisi e come creare l'infrastruttura necessaria per il data mining. Vengono illustrate le principali tecniche di data mining, compresi gli alberi decisionali, le reti neurali, il collaborative filtering, le regole di associazione, l'analisi dei link, il clustering e l'analisi della sopravvivenza. ©2004. 672 pagine.

ISBN: 978-0-471-47064-9

Prezzo : € 52,00 + IVA 20%