

Данные решают. Как бизнесу быть data-driven?

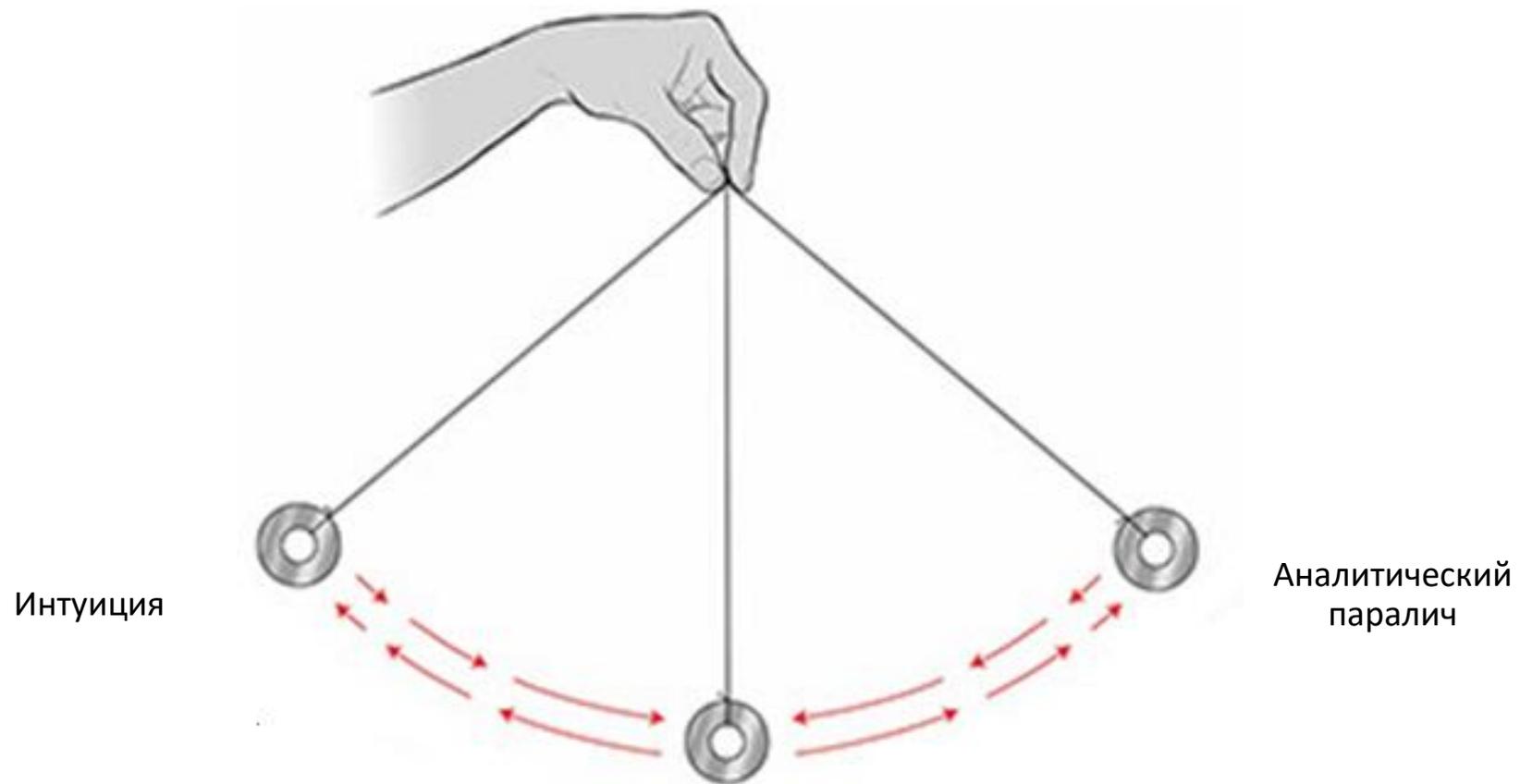
Татьяна Плотникова,
советник департамента развития стратегии Kcell
<https://www.linkedin.com/in/tplotnikova/>



КАК ДЕЛАТЬ НЕЛЬЗЯ



И ВОТ ТАК ТОЖЕ...



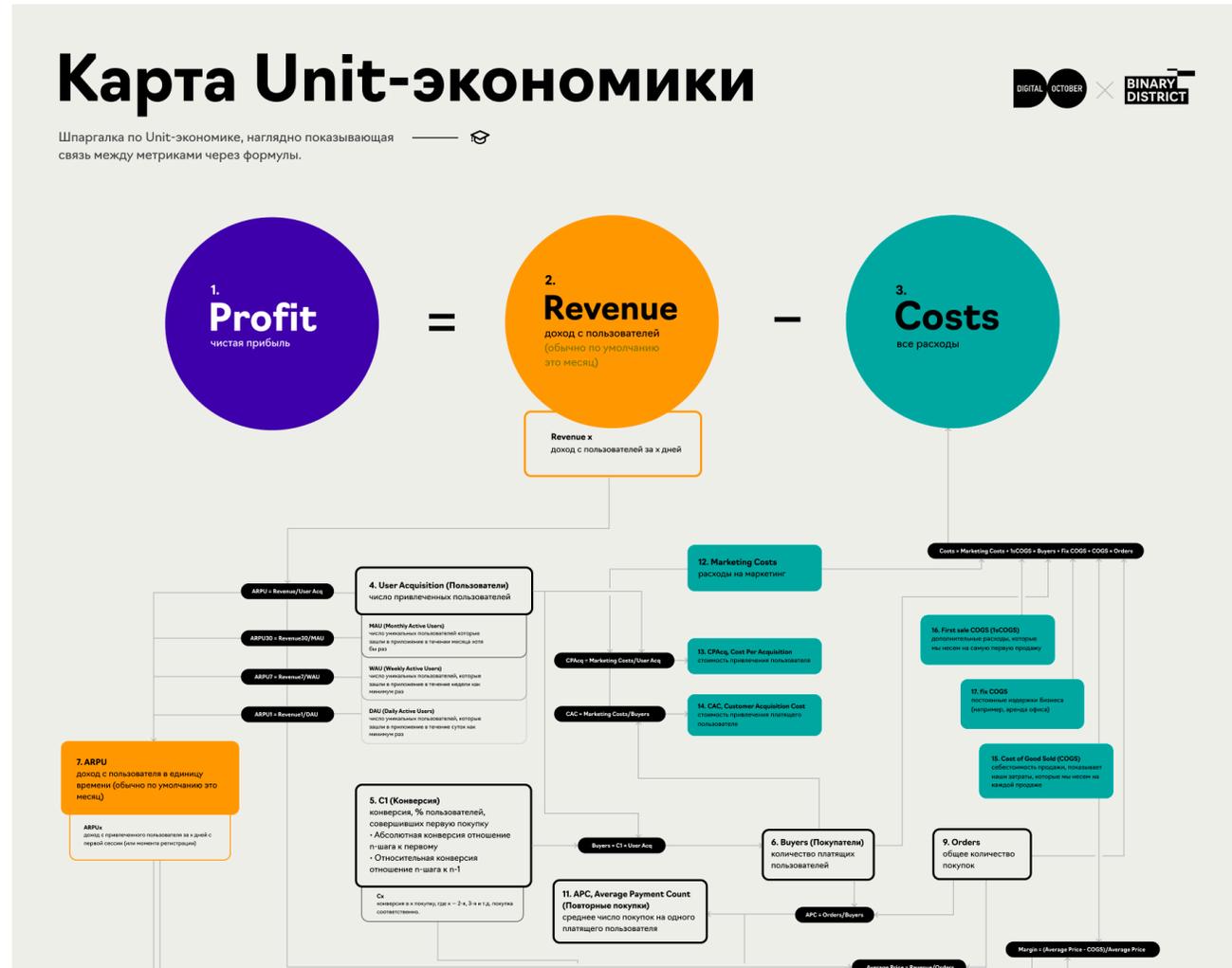
И ДЛЯ ЧЕГО ВООБЩЕ ЧТО-ТО ДЕЛАТЬ?

+33%*

+4/6%

59,5%

АНАЛИТИКА: ЮНИТ-ЭКОНОМИКА



АНАЛИТИКА: АНАЛИЗ ОТКЛОНЕНИЙ



План: $2000 \times 5000 = 10\,000\,000$

Факт: $1836 * 4730 = 8\,684\,280$

$\Delta = -1\,315\,720$

$1836 * 5000 = 9\,180\,000$

$2000 * 4730 = 9\,460\,000$

МАРКЕТИНГ → GROWTH HACKING

Awareness

Acquisition

Activation

Retention

Referral

Revenue

А еще:

- эксперименты вместо кампаний,
- только одна метрика на период,
- командная генерация и оценка идей,
- T-shaped-специалисты,
- вовлеченность руководства,
- дата-дрина-культура.

ГДЕ БРАТЬ ДАННЫЕ?

У малого бизнеса нет больших данных - и это нормально



Телекомы

- Геолокация
- Активность
- Интересы
- Выезды за границу
- Платежи за связь и не только



Банки

- Полный финансовый профиль:
- Уровень доходов
- Частота транзакций
- Покупательский профиль
- Пользование цифровыми сервисами
- Покупки за границей



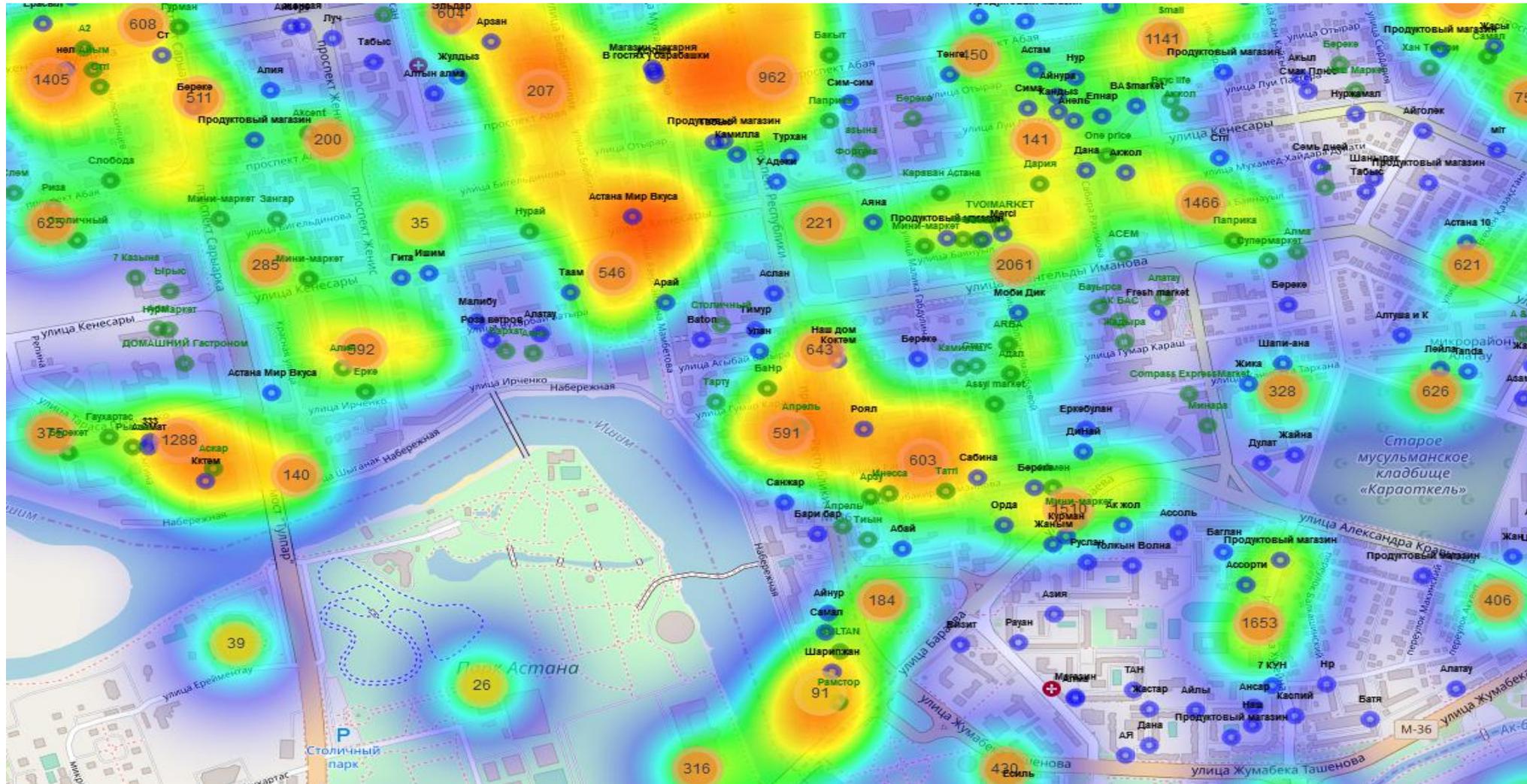
Интернет-гиганты

- Интересы
- Локация
- Пол и возраст

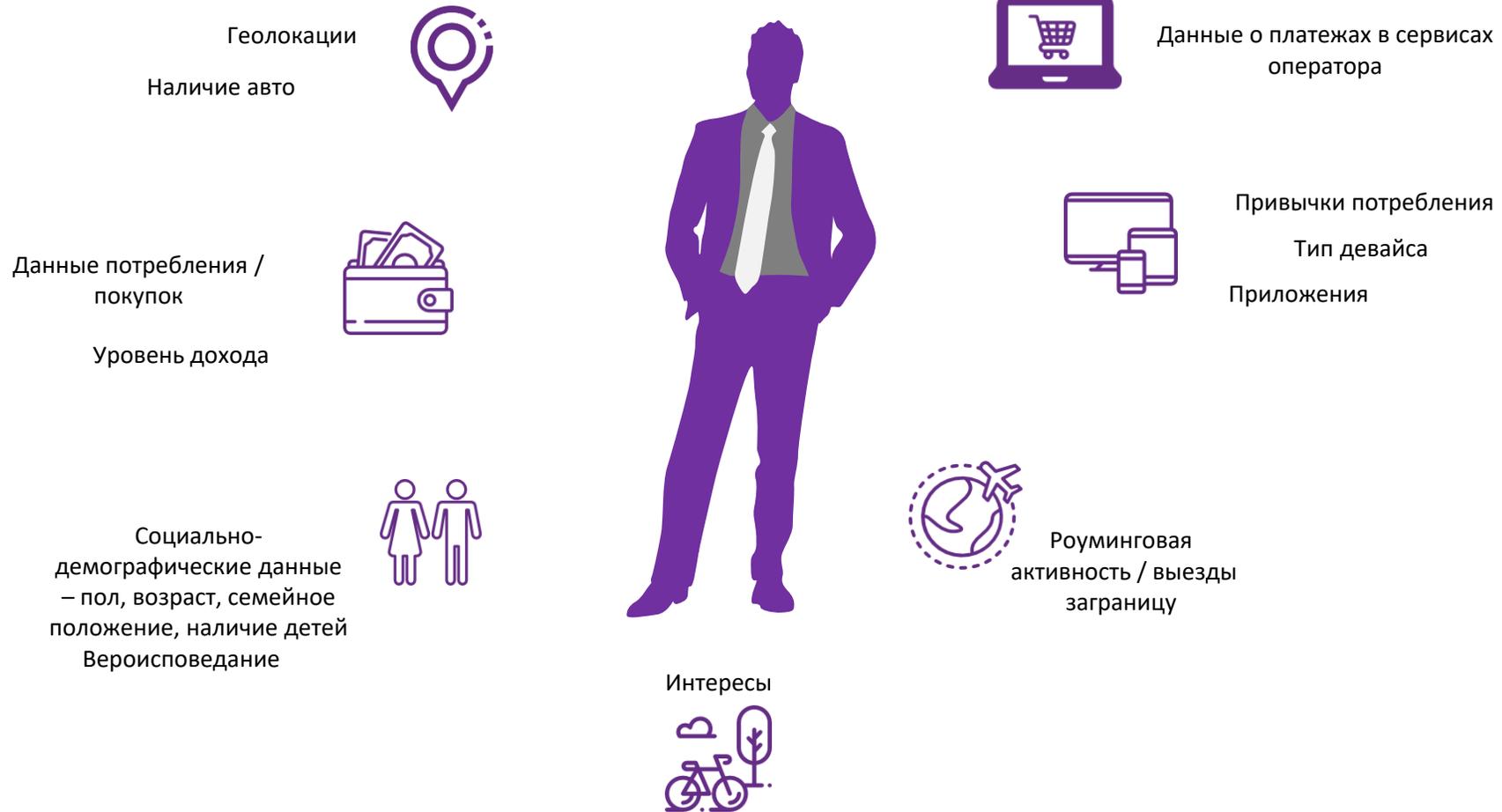
И КАК ИХ ИСПОЛЬЗОВАТЬ?



ВЫБОР МЕСТА ДЛЯ ТОЧКИ ПРОДАЖ

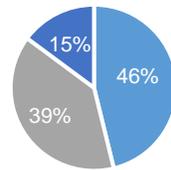


ТАРГЕТИРОВАННАЯ РЕКЛАМА



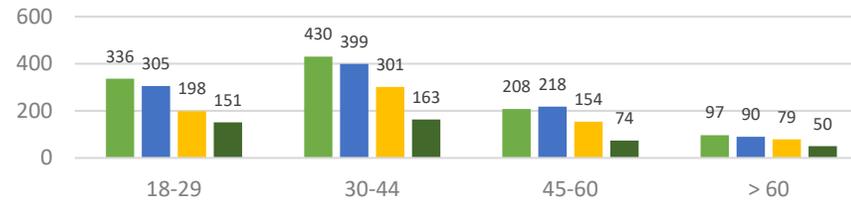
ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКАЯ АНАЛИТИКА

Разбивка по полу



■ муж ■ жен ■ N/A

Разбивка по возрастной группе



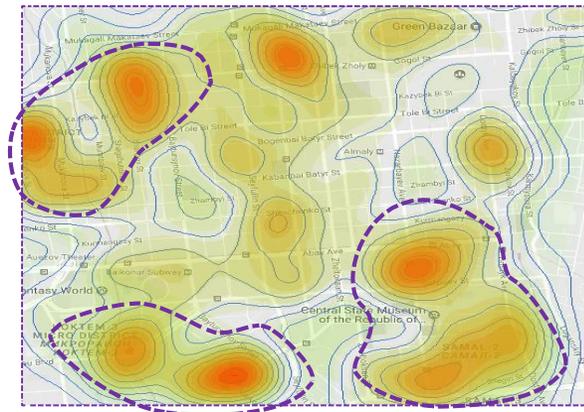
■ Ресторан 1 ■ Ресторан 2 ■ Ресторан 3 ■ Ресторан 4

Разбивка по уровню дохода



■ низкий уровень дохода ■ средний уровень дохода
■ высокий уровень дохода

Выявление зон с наибольшей концентрацией человек по выбранным критериям



ЛОВИСЬ, DATA, БОЛЬШАЯ И МАЛЕНЬКАЯ...

	Small data	Big data
Формат	Обычный документ, CRM, excel	Распределенные данные в промышленных системах
Структура	Структурированы и сведены в таблицы	Не структурированы, сложны в упорядочивании
Воспроизводимость	Сбор можно повторить, данные уточнить и обновить	Повторить ничего нельзя, некорректные данные можно только найти и исключить из обработки
Стоимость	Ограничена, от нуля до нескольких тысяч долларов	Неприлично высока
Анализ	В большинстве случаев можно проанализировать в один подход	Требуется несколько этапов
У кого есть	Даже у овощного киоска	Только у крупного розничного бизнеса
Цель	Инсайты и клиентский опыт. Гипотезы	Поиск закономерностей
Преимущества	Точность, доступность, низкий риск ошибки	Выявление потенциала для оптимизации любых ресурсов

БИЗНЕС-ИНСАЙТЫ

Использование data-инсайтов дает значимый прирост в продуктивности

Чтобы быть data-driven нужно:

- Эффективно использовать аналитику, используя исторические данные для корректировки слабых сторон.
Некоторые методики:
 - анализ отклонений,
 - когортный анализ,
 - юнит-экономика,
- Осваивать потенциал больших данных, сотрудничая с их держателями.
Некоторые сферы применения:
 - выбор локации точки продаж,
 - таргетированная реклама,
 - исследовательская аналитика.
- Собирать малые данные, слушая каждого клиента для понимания «живых» инсайтов и замыкания обратной связи.

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ



5869



business@kcell.kz

