

analytical-boutique.com  
info@analytical-boutique.com  
+38 067 555 10 01

# Аналитический CRM

## Цель курса:

- ✓ Рассмотреть этапы построения аналитического CRM
- ✓ Ознакомиться с методологией и методами клиентской аналитики
- ✓ Рассмотреть campaign management

## Аудитория курса:

- ✓ Владельцы бизнеса, TOP-менеджеры /с целью создать видение построения/развития CRMа в компании с точки зрения аналитики клиента/
- ✓ Начальники и менеджеры функциональных департаментов: маркетинга, продаж, финансов, сбыта, IT /с целью понимать возможности и процессы клиентской аналитики/
- ✓ Аналитики, начальники аналитических бизнес-подразделений /с целью понять потребности функциональных департаментов в результатах клиентской аналитики/
- ✓ Менеджеры по работе с клиентами

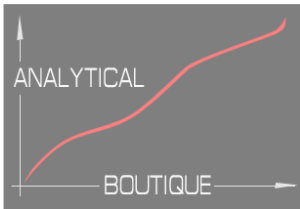
## Контент курса:

- ✓ Этапы построения аналитического CRM
- ✓ Методология описания клиентской базы
- ✓ Ценность клиента
- ✓ Технология Knowledge Discovery in Databases (KDD). Технология data mining
- ✓ Сегментация клиентской базы для B2C и B2B. /Определения и терминология. Требования к данным. Описание методов. Имплементация. Менеджмент сегментации/
- ✓ Модели прогнозной аналитики: модели cross-selling'a и up-selling'a, модели удержания клиентов, модели выявления мошенников. /Определения и терминология. Требования к данным. Описание методов. Имплементация. Менеджмент прогнозных моделей/
- ✓ Использование внешних источников информации для клиентской аналитики
- ✓ Campaign management
- ✓ Планирование и анализ маркетинговых активностей
- ✓ Аналитические компетенции менеджера, аналитика, IT

Внимание!!! Курс НЕ нацелен на детальное рассмотрение методов анализа данных!

## Формат обучения:

- ✓ Аудиторные занятия на протяжении двух дней /пятница-суббота/ в открытом формате; также возможен корпоративный формат обучения
- ✓ Реальные примеры/кейсы украинских компаний и кейсы Harvard Business School
- ✓ Персональные консультации с преподавателем



analytical-boutique.com  
info@analytical-boutique.com  
+38 067 555 10 01

### **Информация об авторе и преподавателе курса:**

Константин Пацера консультирует компании по вопросам бизнес-анализа и аналитического CRM. До перехода в сферу консалтинга работал в компании Киевстар менеджером по моделированию в департаменте бизнес-анализа и маркетингового планирования. Благодаря его работе были разработаны и внедрены модели сегментации и модели удержания клиентов, многочисленные модели cross- и up-selling'a. До этого работал консультантом-аналитиком в компании Interpipe, где занимался операционным и стратегическим прогнозированием. В данный момент - глава компании Analytical Boutique.

С 2006 по 2012 год преподавал в kmbs [Киево-Могилянской бизнес-школе] курсы Бизнес-анализ /который включал в себя маркетинговые исследования, бизнес-статистику, бизнес-прогнозирование, сегментацию, прогнозную аналитику, оптимизацию, качественные методы анализа/ и CRM. Неоднократно получал 'приз' от MBA-участников как самый практический и самый требовательный преподаватель.

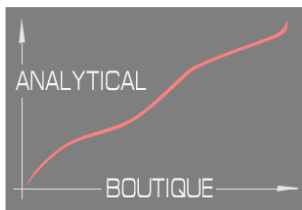
Корпоративные клиенты: сеть АЗС ОККО, Киевстар, компания Imperial Tobacco, сеть супермаркетов Класс, сеть аптек Аптека 03, сеть супермаркетов Comfy, компания Промова, Международный Альянс по ВИЧ/СПИД, компания Nemiroff, компания Грей, Сигарный дом Фортуна, Райффайзен Банк Аваль, Укрсиббанк, сеть АЗС Параллель, агентство ZenithOptimedia, МТС, компания British American Tobacco, компания OS-Direct, компания Kraft Foods, компания Bayer, компания TOP-cosmetics, сеть супермаркетов Linella (Молдавия), Платинум Банк, сеть супермаркетов АТБ, Астелит, ГПЛ, Новая почта, Кондитерская корпорация Рошен, Retail Group, Ernst & Young (Россия), МТС (Россия), Северсталь (Россия), ДТЭК, Murka, Abbott.

### **Информация о компании Analytical Boutique:**

Основные направления деятельности:

- Обучение: курсы по аналитике
  - Аналитика для TOP-менеджеров
  - Аналитика для HR
  - Аналитика продаж
  - Аналитический CRM
  - Бизнес-анализ. Бизнес-прогнозирование
  - Бизнес-анализ. Сегментация
  - Бизнес-анализ. Построение и менеджмент прогнозных моделей
  - Бизнес-анализ. Планирование и анализ маркетинговых активностей
- Консалтинг: прогнозирование, аналитика баз данных и маркетинговые исследования

**По вопросам обращайтесь:** info@analytical-boutique.com, +38 067 555 10 01



analytical-boutique.com  
 info@analytical-boutique.com  
 +38 067 555 10 01

# Аналитический CRM

**ПРЕПОДАВАТЕЛЬ:**

Пацера Константин

[kostya.patsera@analytical-boutique.com](mailto:kostya.patsera@analytical-boutique.com)

+38 067 220 77 16

**ПРОГРАММА КУРСА:**

<b>День первый</b>	
09.30 – 11.00	Этапы построения аналитического CRM Методология описания клиентской базы
11.00 – 11.15	<i>Перерыв</i>
11.15 – 12.45	Ценность клиента Кейс:
12.45 – 13.45	<i>Обеденный перерыв</i>
13.45 – 15.15	Технология Knowledge Discovery in Databases (KDD). Технология data mining Сегментация клиентской базы для B2C и B2B. /Определения и терминология. Требования к данным. Описание методов. Имплементация/
15.15 – 15.30	<i>Перерыв</i>
15.30 – 17.00	Менеджмент сегментации Кейс:
17.00 – 17.30	<i>Индивидуальные задания/консультации</i>
<b>День второй</b>	
09.30 – 11.00	Понятие 'события' Модели прогнозной аналитики: модели cross-selling'a и up-selling'a, модели удержания клиентов, модели выявления мошенников. /Определения и терминология. Требования к данным. Описание методов. Имплементация/ Кейс:
11.00 – 11.15	<i>Перерыв</i>
11.15 – 12.45	Менеджмент прогнозных моделей
12.45 – 13.45	<i>Обеденный перерыв</i>
13.45 – 15.15	Использование внешних источников информации для клиентской аналитики Campaign management Планирование и анализ маркетинговых активностей
15.15 – 15.30	<i>Перерыв</i>
15.30 – 17.00	Аналитические компетенции менеджера, аналитика, IT Программные обеспечения для аналитического CRM
17.00 – 17.30	<i>Индивидуальные задания/консультации</i>