

Аналитика для TOP-менеджеров

Цель курса:

- ✓ Рассмотреть роль аналитики в компании
- ✓ Ознакомиться с методами бизнес-анализа
- ✓ Рассмотреть возможности развития аналитической компетенции в компании

Аудитория курса:

- ✓ Владельцы бизнеса
- ✓ TOP-менеджеры
- ✓ Начальники функциональных бизнес-подразделений

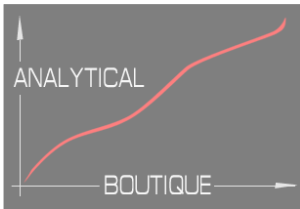
Контент курса:

- ✓ Стратегический блок /Является ли аналитика конкурентным преимуществом компании?/
 - Причины появления направления аналитики в компаниях
 - Этапы развития аналитики
 - Аналитические задачи в функциональных бизнес-подразделениях: маркетинг, продажи, финансы, логистика, IT, HR
 - Аналитика рынка
 - Клиентская аналитика
 - Аналитика продаж
- ✓ Функциональный блок /Методы бизнес-анализа/
 - Клиентская база данных vs. 'Кладбище данных' (проблема качества данных)
 - Маркетинговые исследования: стоит ли проводить?!
 - Искусство интерпретаций или 'статистический прожиточный минимум'
 - Планирование и анализ маркетинговых активностей
 - Тонкости бизнес-прогнозирования
 - Сегментация и её менеджмент
 - Прогнозная аналитика и её применение в аналитике клиента
 - Качественные методы анализа
- ✓ Управленческий блок /Развитие аналитики/
 - Построение функции аналитики в компании
 - Управление бизнес-подразделением аналитики
 - Развитие аналитической компетенции в компании

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.

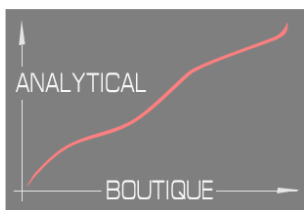
Корпоративные клиенты: сеть АЗС ОККО, Киевстар, компания Imperial Tobacco, сеть супермаркетов Класс, сеть аптек Аптека 03, сеть супермаркетов Comfy, компания Промова, Международный Альянс по ВИЧ/СПИД, компания Nemiroff, компания Грей, Сигарный дом Фортуна, Райффайзен Банк Аваль, Укрсиббанк, сеть АЗС 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

Аналитика TOP-менеджеров

ПРЕПОДАВАТЕЛЬ:

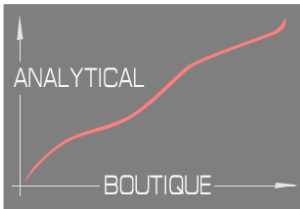
Пацера Константин

kostya.patsera@analytical-boutique.com

+38 067 220 77 16

ПРОГРАММА КУРСА:

<i>День первый</i>	
09.30 – 11.00	Причины появления направления аналитики в компаниях Этапы развития аналитики Аналитические задачи в функциональных бизнес-подразделениях: маркетинг, продажи, финансы, логистика, IT, HR Аналитика рынка. Клиентская аналитика. Аналитика продаж Клиентская база данных vs. 'Кладбище данных' (проблема качества данных)
11.00 – 11.15	<i>Перерыв</i>
11.15 – 12.45	Маркетинговые исследования: стоит ли проводить?! ✓ Этапы маркетинговых исследований ✓ Фокус-группы, глубинные интервью, опросы, наблюдения ✓ Использование результатов маркетинговых исследований Кейс:
12.45 – 13.45	<i>Обеденный перерыв</i>
13.45 – 15.15	Искусство интерпретаций или 'статистический прожиточный минимум'
15.15 – 15.30	<i>Перерыв</i>
15.30 – 17.00	Планирование и анализ маркетинговых активностей
17.00 – 17.30	<i>Индивидуальные задания/консультации</i>
<i>День второй</i>	
09.30 – 11.00	Тонкости бизнес-прогнозирования ✓ Оценка качества прогнозов ✓ Этапы прогнозирования ✓ Прогнозирование vs. Планирование
11.00 – 11.15	<i>Перерыв</i>
11.15 – 12.45	Сегментация и её менеджмент ✓ Анализ корзины ✓ Сегментация точек ✓ Сегментация клиентов и её применение в построении клиентской стратегии Кейс:
12.45 – 13.45	<i>Обеденный перерыв</i>
13.45 – 15.15	Прогнозная аналитика и её применение в аналитике клиента ✓ Аналитические методы cross-selling'a и up-selling'a ✓ Модели удержания клиентов



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

	✓ Методы выявления мошенников
15.15 – 15.30	<i>Перерыв</i>
15.30 – 17.00	Качественные методы анализа Построение функции аналитики в компании Управление бизнес-подразделением аналитики Развитие аналитической компетенции в компании
17.00 – 17.30	<i>Индивидуальные задания/консультации</i>