

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

Аналитика продаж

Цель курса:

- ✓ Рассмотреть аналитические задачи отдела продаж
- ✓ Ознакомиться с методами бизнес-анализа, которые применяются в аналитике продаж
- ✓ Предоставить базовый набор инструментов, которые можно использовать для анализа и прогнозирования продаж

Аудитория курса:

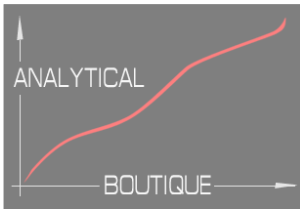
- ✓ Начальники отделов продаж
- ✓ Менеджеры по продажам
- ✓ Аналитики продаж

Контент курса:

- ✓ Аналитические задачи отдела продаж
- ✓ Задачи аналитики продаж
- ✓ Анализ продаж
 - Использование внутренних данных для анализа продаж. Искусство интерпретаций или 'статистический прожиточный минимум'
 - Использование внешних данных для анализа продаж. Исследования по продажам
 - Сегментация и её менеджмент. Анализ корзины. Сегментация точек. Сегментация клиентов
 - Планирование и анализ маркетинговых активностей
 - Анализ показателей: управление товарным производством и портфелями
- ✓ Прогнозирование продаж
 - Классификация методов прогнозирования
 - Оценка качества прогнозов. Изучение ошибок прогнозов
 - Количественные методы прогнозирования. Метод декомпозиции. Оценка сезонности. Оценка тренда
 - Качественные методы прогнозирования. Методы прогнозирования ёмкости рынка. Методы прогнозирования доли рынка
 - Методы прогнозирования ассортимента
 - Прогнозирование vs. Планирование
 - Прогнозная аналитика: определение факторов, которые имеют влияние на продажи, и оценка силы их влияния
 - Аналитические методы cross-selling'a и up-selling'a
- ✓ Развитие аналитической компетенции

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

Использование программного обеспечения:

- ✓ Microsoft Excel /с активированными модулями Анализ данных/

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.

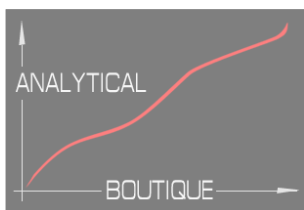
Корпоративные клиенты: сеть АЗС ОККО, Киевстар, компания Imperial Tobacco, сеть супермаркетов Класс, сеть аптек Аптека 03, сеть супермаркетов Comfy, компания Промова, Международный Альянс по ВИЧ/СПИД, компания Nemiroff, компания Грей, Сигарный дом Фортуна, Райффайзен Банк Аваль, Укрсиббанк, сеть АЗС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

ПРЕПОДАВАТЕЛЬ:

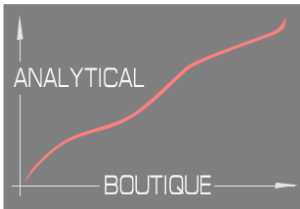
Пацера Константин

kostya.patsera@analytical-boutique.com

+38 067 220 77 16

ПРОГРАММА КУРСА:

<i>День первый – Прогнозирование продаж</i>	
09.30 – 11.00	Задачи аналитики продаж Введение в бизнес-прогнозирование ✓ Классификация методов прогнозирования ✓ Оценка качества прогнозов
11.00 – 11.15	<i>Перерыв</i>
11.15 – 12.45	Количественные методы прогнозирования. Метод декомпозиции ✓ Оценка сезонности ✓ Методы оценки нескольких сезонностей
12.45 – 13.45	<i>Обеденный перерыв</i>
13.45 – 15.15	✓ Оценка тренда Изучение ошибок прогнозов
15.15 – 15.30	<i>Перерыв</i>
15.30 – 17.00	Прогнозная аналитика и её применение для: ✓ определения факторов, которые имеют влияния на продажи (количество единиц продаж) ✓ определение силы влияния факторов, которые имеют влияние на продажи (количество единиц продаж) ✓ прогнозирования продаж (количество единиц продаж) Планирование и анализ маркетинговых активностей. Анализ интервенций
17.00 – 17.30	<i>Индивидуальные задания/консультации</i>
<i>День второй – Анализ продаж</i>	
09.30 – 11.00	Качественные методы анализа и прогнозирования Методы анализа и прогнозирования ёмкости рынка Методы анализа и прогнозирования доли рынка Методы анализа и прогнозирования ассортимента Прогнозирование vs. Планирование Анализ показателей: управление товарным производством и портфелями
11.00 – 11.15	<i>Перерыв</i>
11.15 – 12.45	Использование внутренних данных для анализа продаж ✓ Искусство интерпретаций или `статистический прожиточный минимум`. Описательные статистики среднего значения, вариации и формы распределения. Понятие выбросов и аномалий ✓ Изучение взаимосвязей



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

12.45 – 13.45	<i>Обеденный перерыв</i>
13.45 – 15.15	Использование внешних данных для анализа продаж ✓ Исследования по продажам. Использование фокус-групп, глубинных интервью, опросов, наблюдений
15.15 – 15.30	<i>Перерыв</i>
15.30 – 17.00	Сегментация и её менеджмент ✓ Анализ корзины ✓ Сегментация точек ✓ Сегментация клиентов Аналитические методы cross-selling'a и up-selling'a Аналитические задачи отдела продаж Построение функции аналитики в компании Управление бизнес-подразделением аналитики Развитие аналитической компетенции в компании
17.00 – 17.30	<i>Индивидуальные задания/консультации</i>