

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

Аналітичний CRM

Мета курсу:

- ✓ Розглянути етапи побудови аналітичного CRM
- ✓ Ознайомитись з методологією та методами клієнтської аналітики
- ✓ Розглянути campaign management

Аудиторія курсу:

- ✓ Власники бізнесу, TOP-менеджери /з метою створити бачення побудови/розвитку CRMу в компанії з точки зору аналітики клієнта/
- ✓ Начальники та менеджери функціональних департаментів: маркетингу, продажів, фінансів, збуту, IT /з метою розуміти можливості та процеси клієнтської аналітики/
- ✓ Аналітики, начальники аналітичних бізнес-підрозділів /з метою розуміти потреби функціональних департаментів в результатах клієнтської аналітики/
- ✓ Менеджери по роботі з клієнтами

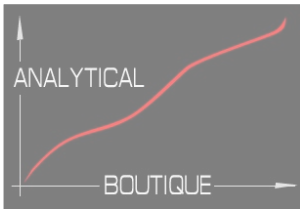
Контент курсу:

- ✓ Етапи побудови аналітичного CRM
- ✓ Методологія опису клієнтської бази
- ✓ Цінність клієнта
- ✓ Технологія Knowledge Discovery in Databases (KDD). Технологія data mining
- ✓ Сегментація клієнтської бази для B2C та B2B. /Визначення та термінологія. Вимоги до даних. Опис методів. Імплементация. Менеджмент сегментації/
- ✓ Моделі прогнозу аналітики: моделі cross-selling'у та up-selling'у, моделі утримання клієнтів, моделі виявлення шахраїв. /Визначення та термінологія. Вимоги до даних. Опис методів. Імплементация. Менеджмент прогнозних моделей/
- ✓ Використання зовнішніх джерел інформації для клієнтської аналітики
- ✓ Campaign management
- ✓ Планування та аналіз маркетингових активностей
- ✓ Аналітичні компетенції менеджера, аналітика, IT

Увага! Курс НЕ націлений на детальний розгляд методів аналізу даних!

Формат навчання:

- ✓ В online-форматі протягом чотирьох днів (09.30-13.00) або в offline-форматі протягом двох днів (09.30-17.30); також можливий корпоративний формат навчання
- ✓ Реальні приклади/кейси компаній та учбові кейси міжнародних бізнес-шкіл
- ✓ Персональні консультації з викладачем



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

Інформація про автора та викладача курсу:

Костянтин Пацера консультує компанії з питань аналітики та цифрової трансформації. До переходу в сферу консалтингу працював в компанії Київстар менеджером з моделювання в департаменті бізнес-аналізу та маркетингового планування. Завдяки його роботі були розроблені та впроваджені моделі сегментації та моделі утримання клієнтів, численні моделі cross- та up-selling'у. До цього працював консультантом-аналітиком в компанії Interpipe, де займався операційним та стратегічним прогнозуванням. В даний момент - голова компанії Analytical Boutique.

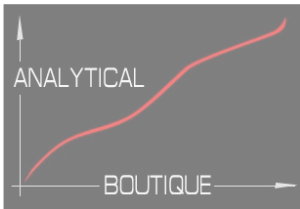
З 2006 по 2012 рік викладав в kmbs [Києво-Могилянській бізнес-школі] курси Бізнес-аналіз /який включав маркетингові дослідження, бізнес-статистику, бізнес-прогнозування, сегментацію, прогнозну аналітику, оптимізацію, якісні методи аналізу/ та CRM. З 2012 року викладає в LvBS [Львівській бізнес-школі УКУ] курси Аналітика для TOP-менеджерів та Аналітика для HR. З 2019 року викладає в МІБ [Міжнародному інституту бізнесу] курси Аналітика для керівника та Цифрова трансформація.

Корпоративні клієнти: мережа АЗС ОККО, Київстар, Imperial Tobacco, мережа супермаркетів Клас, мережа аптек Аптека 03, мережа супермаркетів Comfy, Промова, Міжнародний Альянс з ВІЛ/СНІД, Nemiroff, Грей, Сигарний дім Фортуна, Райффайзен Банк Аваль, Укрсиббанк, мережа АЗС Паралель, агентство ZenithOptimedia, МТС, British American Tobacco, OS-Direct, Kraft Foods, Bayer, TOP Cosmetics, мережа супермаркетів Linella (Молдавія), Платинум Банк, мережа супермаркетів АТБ, Астеліт, ГПЛ, Нова пошта, Кондитерська корпорація Рошен, Retail Group, Ernst & Young (Росія), МТС (Росія), Северсталь (Росія), ДТЕК, Murka, Abbott, Toyota Ukraine, Перший Український Міжнародний Банк, мережа гіпермаркетів Епіцентр, AbbVie, Danone, Servier, Укрнафта, Luxoft, Jacobs Douwe Egberts, Petcube, Файно Маркет, Sanofi (Казахстан), OTP Bank, Оптімус Агро, Нафтогаз України, VoViOS Farm, Медичні закупівлі України.

Інформація про компанію Analytical Boutique:

Основні напрямки діяльності:

- ✓ **Тренінг для команди:** Аналітичне мислення
- ✓ **Навчання для менеджерів:** Цифрова трансформація, Аналітика для TOP-менеджерів, Аналітика для HR, Аналітика продажів, Маркетингова аналітика, Аналітичний CRM
- ✓ **Навчання для аналітиків:** 'Бізнес-аналіз. Бізнес-прогнозування', 'Бізнес-аналіз. Сегментація', 'Бізнес-аналіз. Побудова та менеджмент прогнозних моделей', 'Бізнес-аналіз. Планування та аналіз маркетингових активностей'
- ✓ **Консалтинг:** прогнозування, аналітика баз даних (сегментація, прогнозні моделі), маркетингові дослідження, HR-дослідження, аналіз результатів медичних досліджень



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

Аналітичний CRM

ВИКЛАДАЧ:

Пацера Костянтин

kostya.patsera@analytical-boutique.com

+38 067 220 77 16

ПРОГРАМА КУРСУ (OFFLINE-ФОРМАТ):

<i>День перший</i>	
09.30 – 11.00	Етапи побудови аналітичного CRM Методологія опису клієнтської бази
11.00 – 11.15	<i>Перерва</i>
11.15 – 12.45	Цінність клієнта Кейс:
12.45 – 13.45	<i>Обідня перерва</i>
13.45 – 15.15	Технологія Knowledge Discovery in Databases (KDD). Технологія data mining Сегментація клієнтської бази для B2C та B2B. /Визначення та термінологія. Вимоги до даних. Опис методів. Імплементация/
15.15 – 15.30	<i>Перерва</i>
15.30 – 17.00	Менеджмент сегментації Кейс:
17.00 – 17.30	<i>Індивідуальні завдання/консультації</i>
<i>День другий</i>	
09.30 – 11.00	Поняття 'події' Моделі прогнозу аналітики: моделі cross-selling'у та up-selling'у, моделі утримання клієнтів, моделі виявлення шахраїв. /Визначення та термінологія. Вимоги до даних. Опис методів. Імплементация/ Кейс:
11.00 – 11.15	<i>Перерва</i>
11.15 – 12.45	Менеджмент прогнозних моделей
12.45 – 13.45	<i>Обідня перерва</i>
13.45 – 15.15	Використання зовнішніх джерел інформації для клієнтської аналітики Campaign management Планування та аналіз маркетингових активностей
15.15 – 15.30	<i>Перерва</i>
15.30 – 17.00	Аналітичні компетенції менеджера, аналітика, IT Програмні забезпечення для аналітичного CRM
17.00 – 17.30	<i>Індивідуальні завдання/консультації</i>