

Аналітика для TOP-менеджерів

Мета курсу:

- ✓ Розглянути роль аналітики в компанії
- ✓ Ознайомитись з методами бізнес-аналізу
- ✓ Розглянути можливості розвитку аналітичної компетенції в компанії

Аудиторія курсу:

- ✓ Власники бізнесу
- ✓ TOP-менеджери
- ✓ Начальники функціональних бізнес-підрозділів

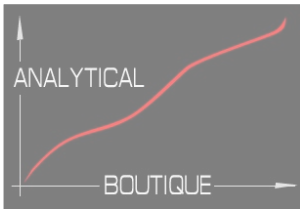
Контент курсу:

- ✓ Стратегічний блок /Чи є аналітика конкурентною перевагою компанії?/
 - Причини появи напрямку аналітики в компаніях
 - Етапи розвитку аналітики
 - Аналітичні задачі в функціональних бізнес-підрозділах: маркетинг, продажі, фінанси, логістика, IT, HR
 - HR-аналітика: аналітика утримання персоналу, аналітика залучення персоналу, аналітика розвитку персоналу
 - Аналітика продажів: прогнозування продажів, аналіз продажів
 - Маркетингова аналітика: продуктова аналітика, клієнтська аналітика, аналітика ринку
- ✓ Функціональний блок /Методи бізнес-аналізу/
 - Клієнтська база даних vs. 'Кладовище даних' (проблема якості даних)
 - Маркетингові дослідження: чи варто проводити?!
 - Мистецтво інтерпретацій або 'статистичний прожитковий мінімум'
 - Планування та аналіз маркетингових активностей
 - Тонкощі бізнес-прогнозування
 - Сегментація та її менеджмент
 - Прогнозна аналітика та її використання в аналітиці клієнта
 - Якісні методи аналізу
- ✓ Управлінський блок /Розвиток аналітики/
 - Побудова функції аналітики в компанії
 - Управління бізнес-підрозділом аналітики
 - Розвиток аналітичної компетенції в компанії

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.

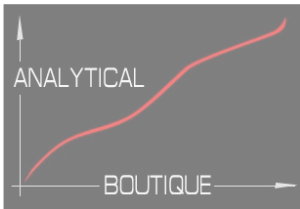
З 2006 по 2012 рік викладав в kmbs [Києво-Могилянській бізнес-школі] курси Бізнес-аналіз /який включав маркетингові дослідження, бізнес-статистику, бізнес-прогнозування, сегментацію, прогнозну аналітику, оптимізацію, якісні методи аналізу/ та CRM. З 2012 року викладає в LvBS [Львівській бізнес-школі 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

Аналітика для TOP-менеджерів

ВИКЛАДАЧ:

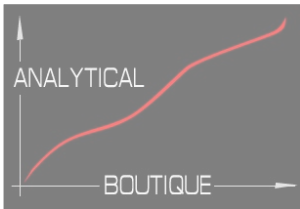
Пацера Костянтин

kostya.patsera@analytical-boutique.com

+38 067 220 77 16

ПРОГРАМА КУРСУ (OFFLINE-ФОРМАТ):

<i>День перший</i>	
09.30 – 11.00	Причини появи напрямку аналітики в компаніях Етапи розвитку аналітики Аналітичні задачі в функціональних бізнес-підрозділах: маркетинг, продажі, фінанси, логістика, IT, HR HR-аналітика: аналітика утримання персоналу, аналітика залучення персоналу, аналітика розвитку персоналу Аналітика продажів: прогнозування продажів, аналіз продажів Маркетингова аналітика: продуктова аналітика, клієнтська аналітика, аналітика ринку Клієнтська база даних vs. 'Кладовище даних' (проблема якості даних)
11.00 – 11.15	<i>Перерва</i>
11.15 – 12.45	Маркетингові дослідження: чи варто проводити?! ✓ Етапи маркетингових досліджень ✓ Фокус-групи, глибини інтерв'ю, опитування, спостереження ✓ Використання результатів маркетингових досліджень Кейс:
12.45 – 13.45	<i>Обідня перерва</i>
13.45 – 15.15	Мистецтво інтерпретацій або 'статистичний прожитковий мінімум'
15.15 – 15.30	<i>Перерва</i>
15.30 – 17.00	Планування та аналіз маркетингових активностей
17.00 – 17.30	<i>Індивідуальні завдання/консультації</i>
<i>День другий</i>	
09.30 – 11.00	Тонкощі бізнес-прогнозування ✓ Оцінка якості прогнозів ✓ Етапи прогнозування ✓ Прогнозування vs. Планування
11.00 – 11.15	<i>Перерва</i>
11.15 – 12.45	Сегментація та її менеджмент ✓ Аналіз кошика ✓ Сегментація точок ✓ Сегментація клієнтів та її використання в побудові клієнтської стратегії Кейс:
12.45 – 13.45	<i>Обідня перерва</i>



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

13.45 – 15.15	Прогнозна аналітика та її використання в аналітиці клієнта ✓ Аналітичні методи cross-selling'у та up-selling'у ✓ Моделі утримання клієнтів ✓ Методи виявлення шахраїв
15.15 – 15.30	<i>Перерва</i>
15.30 – 17.00	Якісні методи аналізу Побудова функції аналітики в компанії Управління бізнес-підрозділом аналітики Розвиток аналітичної компетенції в компанії
17.00 – 17.30	<i>Індивідуальні завдання/консультації</i>