

Аналітика продажів

Мета курсу:

- ✓ Розглянути аналітичні задачі відділу продажів
- ✓ Ознайомитись з методами бізнес-аналізу, які застосовуються в аналітиці продажів
- ✓ Надати базовий набір інструментів, які можна використовувати для аналізу та прогнозування продажів

Аудиторія курсу:

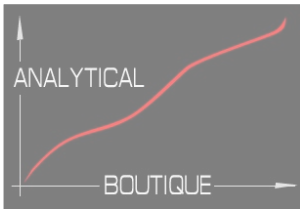
- ✓ Начальники відділів продажів
- ✓ Менеджери з продажів
- ✓ Аналітики продажів

Контент курсу:

- ✓ Аналітичні задачі відділу продажів
- ✓ Задачі аналітики продажів
- ✓ Аналіз продажів
 - Використання внутрішніх даних для аналізу продажів. Мистецтво інтерпретацій або 'статистичний прожитковий мінімум'
 - Використання зовнішніх даних для аналізу продажів. Дослідження по продажам
 - Сегментація та її менеджмент. Аналіз кошика. Сегментація точок. Сегментація клієнтів
 - Планування та аналіз маркетингових активностей
 - Аналіз показників: управління товарним виробництвом та портфелями
- ✓ Прогнозування продажів
 - Класифікація методів прогнозування
 - Оцінка якості прогнозів. Вивчення похибок прогнозів
 - Кількісні методи прогнозування. Метод декомпозиції. Оцінка сезонності. Оцінка тренду
 - Якісні методи прогнозування. Методи прогнозування ємності ринку. Методи прогнозування долі ринку
 - Методи прогнозування асортименту
 - Прогнозування vs. Планування
 - Прогнозна аналітика: визначення факторів, які мають вплив на продажі, та оцінка сили їх впливу
 - Аналітичні методи cross-selling'у та up-selling'у
- ✓ Розвиток аналітичної компетенції

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

Використання програмного забезпечення:

- ✓ Microsoft Excel /з активованим модулем Аналіз даних/

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.

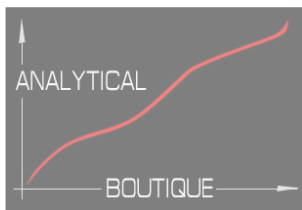
З 2006 по 2012 рік викладав в kmbs [Києво-Могилянській бізнес-школі] курси Бізнес-аналіз /який включав маркетингові дослідження, бізнес-статистику, бізнес-прогнозування, сегментацію, прогнозну аналітику, оптимізацію, якісні методи аналізу/ та CRM. З 2012 року викладає в LvBS [Львівській бізнес-школі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

ВИКЛАДАЧ:

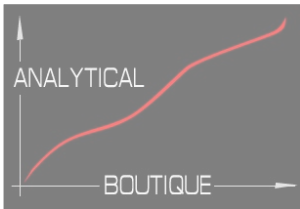
Пацера Костянтин

kostya.patsera@analytical-boutique.com

+38 067 220 77 16

ПРОГРАМА КУРСУ (OFFLINE-ФОРМАТ):

| <i>День перший – Прогнозування продажів</i> | |
|--|--|
| 09.30 – 11.00 | Задачі аналітики продажів Введення в бізнес-прогнозування ✓ Класифікація методів прогнозування ✓ Оцінка якості прогнозів |
| 11.00 – 11.15 | <i>Перерва</i> |
| 11.15 – 12.45 | Кількісні методи прогнозування. Метод декомпозиції ✓ Оцінка сезонності ✓ Методи оцінки декількох сезонностей |
| 12.45 – 13.45 | <i>Обідня перерва</i> |
| 13.45 – 15.15 | ✓ Оцінка тренду Вивчення похибок прогнозів |
| 15.15 – 15.30 | <i>Перерва</i> |
| 15.30 – 17.00 | Прогнозна аналітика та її застосування для: ✓ визначення факторів, які мають вплив на продажі (кількість одиниць продажів) ✓ визначення сили впливу факторів, які мають вплив на продажі (кількість одиниць продажів) ✓ прогнозування продажів (кількість одиниць продажів) Планування та аналіз маркетингових активностей. Аналіз інтервенцій |
| 17.00 – 17.30 | <i>Індивідуальні завдання/консультації</i> |
| <i>День другий – Аналіз продажів</i> | |
| 09.30 – 11.00 | Якісні методи аналізу та прогнозування Методи аналізу та прогнозування ємності ринку Методи аналізу та прогнозування долі ринку Методи аналізу та прогнозування асортименту Прогнозування vs. Планування Аналіз показників: управління товарним виробництвом та портфелями |
| 11.00 – 11.15 | <i>Перерва</i> |
| 11.15 – 12.45 | Використання внутрішніх даних для аналізу продажів ✓ Мистецтво інтерпретацій або 'статистичний прожитковий мінімум'. Описові статистики середнього значення, варіації та форми розподілу. Поняття викидів та аномалій ✓ Вивчення взаємозв'язків |



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

| | |
|---------------|---|
| 12.45 – 13.45 | <i>Обідня перерва</i> |
| 13.45 – 15.15 | Використання зовнішніх даних для аналізу продажів ✓ Дослідження з продажів. Використання фокус-груп, глибинних інтерв'ю, опитувань, спостережень |
| 15.15 – 15.30 | <i>Перерва</i> |
| 15.30 – 17.00 | Сегментація та її менеджмент ✓ Аналіз корзини ✓ Сегментація точок ✓ Сегментація клієнтів Аналітичні методи cross-selling'у та up-selling'у Аналітичні задачі відділу продажів Побудова функції аналітики в компанії Управління бізнес-підрозділом аналітики Розвиток аналітичної компетенції в компанії |
| 17.00 – 17.30 | <i>Індивідуальні завдання/консультації</i> |