О нас

Услуги

* ***Business Intelligence (Бизнес аналитика) И Визуализация***

Слоган: Ваши данные в новом свете

Ваши данным есть что сказать о вашем бизнесе. Динамические панели и отчеты являются примерами, которые помогают лидерам рынка потреблять и исследовать свои данные с разных точек зрения для большей ясности. При помощи визуализации данных, анализа больших данных и технологической платформы BI, услуги BI от TriSigma Analytica (BI) предоставляют клиентам магистральный доступ к новому пониманию своих данных и принятию более обоснованных решений.

1. **Информационные панели (Dashboards)**

Увидьте ваши данные в новой смелой и красивой форме. Предоставление информации в удобном формате: схемы, широкий спектр текстовых отчетов, геокарт, графиков, дайджестов, виджетов и пр. Принятие управленческих решений, основанных на данных и анализе вашей организации.

* Получите потрясающие информационные панели индикаторов, построенных по вашим спецификациям и желанию.
* Динамическое управление делением, группировкой и сегментированием данных.
* Делитесь полученными данными и графиками с руководством и подразделениями.
* Доступ с мобильных устройств и ноутбуков, в любое время
* Расширение возможностей команды с лучшими в своем классе инструментами анализа и визуализации данных.

1. **Управляемые сервисы отчетности**

Мы предлагаем полный спектр услуг отчетности предприятия с опытом во всех ведущих BI технологий в Microsoft Power BI, QlikView, Tableau, и многое другое. Отчеты могут осуществляться на постоянной основе (из новых наборов данных), по требованию или по расписанию периодически.

* Профессионально разработанные пользовательские отчеты
* Уточнение и обновление устаревшей отчеты
* Преобразование отчетов в процессе принятия решений в динамические информационные панели
* Автоматизировать отчеты по расписанию ежедневно, еженедельно, ежемесячно
* Развертывание облачных решений или решений на ваших серверах.

1. **Визуализация больших данных (BIG DATA)**

Визуализация делает возможным, целостно понять растущий поток данных. Вне зависимости данные Структурированные или неструктурированные, полученные от компаний или Интернета вещей - независимо от источника или типа, решения по визуализации дают ясность и понимание, всех ваших данных и компании в целом.

* Получите четкое визуальное представление разнообразных типов данных
* Подключение BI решения к базам данных на основе SQL, Hadoop, SAP HANA, Red Shift, Big Insights ...
* Моментальный анализ и доступ к информации за счет решений основанных на обработке данных в оперативной памяти.

1. **Мобильный BI**

Информация не останавливается, и лицам, принимающим решения необходимо получать доступ к бизнес-анализу в реальном времени. Мобильный BI приходит со своим видением и дизайном решения данной проблемы. Мы предлагаем услуги по проектированию BI решений для доступа к многоканальным отчетам и панелей управления с разных мобильных устройств.

* ***Маркетинг и аналитика***

Слоган: У каждого маркетингового доллара есть история.

Трудно увидеть всю картину, когда нас наводнили большие массивы данных из разных источников и каналов. Маркетинговая аналитика: способ увидеть влияние многочисленных мероприятий во времени, между каналами и на различные аудитории.

TriSigma Analytica объединяет большие данные, маркет-аналитику и новейшие технологии в мощный набор продуктов и услуг, так что клиенты могут делать экстраординарные маркетинговые инвестиции каждый день.

1. **Анализ затрат и возврат инвестиций (ROI) маркетинговых мероприятий.**

Существует множество инновационных опций для создания онлайн и оффлайн точек соприкосновения с клиентами. Поняв эти варианты, и вы можете разширить возможности вашего бренда, конверсии и улучшить стратегии оптимизации бюджета.

* Оптимизация распределения бюджета путем воздействия на каналы продвижения.
* Понять, какие программы являются ключевыми факторами роста
* Определение отклика мобильных и социальных инициатив
* Сбалансировать портфель торговых марок (брендов) и товаров (SKU) для максимизации прибыли
* Отслеживать эффективность бренда в продвижении продаж
* Определение пробелов и инновационных возможностей
* Оценка влияния макроэкономических показателей

1. **Моделирование воронок продаж и конверсий**

Взаимоотношение, вот что важно в области маркетинга. B2B и B2C компании должны устанавливать прочные отношения с клиентами и связь бренда. Это наука и искусство, одновременно. Получить более глубокое понимание того, какие мероприятия увеличивают продажи и клиентами.

* Предсказывать процент успешных конверсий клиентов
* Определите скоринг лидов и уровни отношения к бренду
* Установить несколько воронок продаж на основе сегментов
* Ускорьте коэффициент конверсии между уровнями
* Максимизация MQLs (маркетинг лидов)

1. **Гипер-персонализация**

Персонализация используется по всем маркетинговым каналам нашего цифрового мира. Результаты персонализации варьируются от беспроигрышной до ошибочной или даже просто навязчивой стратегии маркетингового продвижения. Убедитесь, что ваша персонализированная стратегия мотивирует, а не отталкивать.

* Персонализируйте сообщения и предложения
* Откройте для себя новые прибыльные микросегменты
* Знайте лучшее действие для достижения наилучших результатов
* Предсказывайте прибыльность маркетинговых кампаний на выбранных сегментах.

1. **Анализ социальных медиа**

Делайте больше, чем просто мониторить свой бренд. Расширенная аналитика социальных медиа объединить текст, речь и анализ настроений клиентов с показателями эффективности бизнеса и прогностического анализа. Существует так много полезной информации, которую можно извлечь из этого информационного потока социальных медиа.

* Оценивайте положительные, отрицательные настроения в соц.сетях
* Оценивайте влияние социальных медиа на свой бренд
* Отслеживание повторяющиеся темы и новые тенденции
* Используйте инновационные идеи, которые касаются потребностей клиентов
* Выявление влиятельных людей и сторонников вашего бренда.
* Улучшение обслуживания клиентов через обратную связи в режиме реального времени

1. **Анализ программ лояльности**

Определение лояльности претерпела огромные изменения за последние пять лет. Лояльные клиенты хотят вместе с компаниями быть вовлеченными в развитие бренда, обеспечивая дополнительные идеи и делясь своим опытом. Компании применяют аналитику для лучшего взаимодействия с потребителем и сделать программы лояльности более актуальными.

* Прогнозируйте намерение о покупке и делайте целенаправленные предложения
* Оценивайте программы лояльности для улучшения потенциала
* Используйте модели поведения, для повышения ROI
* Используйте сценарии «Что-если» для прогнозирования поведения в случае изменения в покупательских способностях клиентов.

1. **CROSS-SELL AND UPSELL Стратегии**

Методы машинного обучения имеют большой опыт по определению прибыльных комбинации продуктов, и какие клиенты могут купить их. Использование прогнозного анализа, кампании могут быть структурированы вокруг наиболее чувствительных клиентов и их наиболее желаемых товаров.

* Определение возможностей кросс-продаж по брендам и категориям
* Распределить, разработанный для ап-селл предложений товаров, одновременно по каналам
* Откройте для себя силу ключевых показателей эффективностью
* Создание сегментов с разными моделями поведения
* Быстро обновлять матрицу предложений в зависимости от предпочтений клиентов.

1. **Знай свое Клиента**

Имейте более глубокое понимание того, что мотивирует клиента покупать, и как в перспективе клиенты хотят взаимодействовать с вами. В наборе анализа клиентов, продуктов и услуг доступны в том числе:

* Изучение клиентов со всех точек зрения.
* Микро- сегментации и поведенческая аналитика
* Сохранение и удержание клиентов
* Удержание клиентов и отвоевать
* Моделирование Продолжительности жизни клиента (Customer Lifetime Value -CLV)
* Анализ удовлетворенности клиентов (Customer Satisfaction Analysis - CSAT)
* ***Анализ продаж***

Слоган: Снижение не вариант, с помощью действенной аналитики продаж .

С TriSigma Analytica, клиенты получают:

Повышение точности прогноза путем выявления эффективных и не эффективных цепочек продаж.

Повышение эффективности путем определения того, что работает, а что нет

1. **Повышение точности прогноза**

Движение бизнеса вперед невозможно без планирования. Наш прогноз и план продаж включает построение прогнозной модели продаж на базе факторов влияния и драйверов роста продаж. Высокая точность прогноза достигается проверенными статистическими методами. Прогнозные значения продаж лягут в план продаж следующего периода.

1. **Действенное понимание рынка для продвижения продаж**

Преобразование статических данных действенные меры для использования в процессе продаж. С надежной аналитикой вы принимаете ключевые бизнес-решения, основанные на данных, а не спекуляции. Измерить влияния вашего маркетинга и инструментов на рост продаж. Найти узкие места в вашем процессе продаж и определить, что работает, а что нет.

1. **Передовые методы анализа продаж**

Узнайте, что ваши топ продавцы делают, чтобы увеличить количество сделок и продаж и вложите данные методы в руки всей вашей команды по продажам.

1. **Повышение эффективности продаж**

Помогите команде по продажам выставить приоритеты по сделкам, позволяя им сосредоточиться на том, что им нужно сделать, чтобы продвинуть и увеличить продажи.

1. **Обосновать влияние Маркетинга на доходы**

Совместите маркетинговую деятельность с результатами продаж для расчета ROI инициатив, контента и программ. Получите представление об использованных ресурсов и инструментов, какие из них не эффективные, и какие из них увеличивают продажи.

* ***Клиентская аналитика*** - Создавайте значимый клиентский опыт

Слоган: Знай свое Клиента

В этот самый момент ваши клиенты рисуют яркую картину их поведения, предпочтений и намерений. И они делают это, просто живя своей повседневной жизню, оставляя за собой цифровой след из данных через веб, социальные, приложения, взаимодействия с мобильными устройствами, их автомобилей, использование продуктов и услуг. Для маркетолога эти данные кладезь.

Большие данные, поведенческая аналитика и данные социальных сетей дают новый угол обзора на ваших клиентов. TriSigms Analytica предоставляет комплексные услуги для клиентов, чтобы понять потребительское поведение для маркетинговых акций путем поиска приобретения, роста количества и удержания клиентов .

1. **Изучение клиентов со всех точек зрения**

Нарисуйте более точную картину вашего клиента путем смешивания поведенческой аналитики с традиционными и неструктурированными данными. Моделирование поведение клиентов лучше всего работает вместе с сквозной аналитикой достигая наилучший результатов в понимании поведения клиентов.

* Узнайте своих клиентов со всех точек зрения
* Поймите ключевые факторы удовлетворенности клиента
* Предсказывайте потребительские предпочтение клиента
* Влияние на клиента зная их предпочтение
* Откройте для себя различные новые микро-сегменты

1. **Микро-сегментация и поведенческая аналитика**

Методы машинного обучения имеют возможность идентификации характеристик по мере их появления. Теперь можно выйти за рамки статического снимка при сегментации клиентов к динамической микро-сегментации. Распознавание образов также отображает поведение потребителей, которые могут помочь вам быть более успешными в удовлетворении потребностей клиентов

* Предсказывайте потенциальные действия клиента
* Определить лучшие маркетинговые кампании для отдельных клиентов
* Разработайте поведенческие предпочтения и архетипы клиентов
* Сегментируйте клиентов на основе разных характеристик и их поведения

1. **Стратегии вовлеченности клиента**

Лояльность клиентов является сердцем жизненного цикла клиента. Привлечение клиентов с течением времени требует стратегии и технологий. Маркетинг, продажи и служба поддержки должны работать вместе, чтобы создать эффективный подход к управляемую данными методу вовлечения клиентов и монетизировать лояльность клиента.

* Определите круг чувствительных вопросов, которые важны именно вашим
* Поймите драйверы программ лояльности
* Предвидьте, что ваши клиенты ищут и готовы купить
* Стимулируйте клиентов программами, разработанными именно для них

1. **Аналитика для расширения клиенткой базы**

Уберите догадки из преобразования потенциальных клиентов в потребителей ваших продуктов с помощью продвинутой аналитики и новейших технологий. Узнайте, что потребители покупают, почему они покупают его, и когда. Затем вникайте в способы построения сильной клиентской базы.

* Создайте гипер-персонализированные предложения, чтобы максимизировать количество конверсий
* Анализ прошлых маркетинговых кампаний, чтобы делать более выгодные предложения
* Отслеживайте намерение и желания потенциальных клиентов.

1. **Моделирование Продолжительности жизни клиента (Customer Lifetime Value -CLV)**

Прогнозная и поведенческая аналитика позволяют компаниям количественно оценить и прогнозировать стоимость индивидуальных клиентов по всему жизненному циклу, по всем производственным линиям, сегментам и даже каналам. Способность идентифицировать и отслеживать активных клиентов вносит ясность в маркетинговые стратегии и инициативы.

* Расходуйте средства на рекламу более стратегически
* Разработка маркетинговые программы для увеличения монетизации
* Определяйте самых ценных потенциальных клиентов
* Ранжируйте клиентов по потенциальной полезности
* Оцените возможность улучшения программ лояльности
* Определите намерения клиента повторным покупкам

1. **Сохранение и удержание клиентов**

Отток клиента является нежелательным для бизнеса, поэтому прогнозирование раннего и профилактика оттока стоит инвестиций. Но отток клиентов неизбежен. В случае оттока клиентов, аналитика окажет помощь в стратегии отыгрывания клиентов у конкурентов.

* Прогнозные модели выявить факторы риска для оттока клиентов
* Обнаружение моделей неудовлетворенности для смягчения оттока
* Анализ существующих данных, чтобы предложить новые прибыльные услуги, товары для ваших клиентов
* Ранжируете потерянных клиентов с высоким потенциалом на возвращение.

1. **Анализ удовлетворенности клиентов (Customer Satisfaction Analysis - CSAT)**

В эпоху, когда, мобильные и социальные медиа дали возможность клиентам еще сильнее влиять на поведение бизнеса. Надо активно заниматся повышением удовлетворенности клиентов, используя анализ больших данных, чтобы тщательно подбирать новые инструменты CSAT и развивать здоровые отношения с клиентами.

* Развитие услуг на основе потребностей клиентов
* Анализ поступающих данных о клиентах, чтобы обеспечить положительный опыт
* Найти и устранить основные причины плохой обратной связи с клиентами
* Измерьте влияния каждого взаимодействия с клиентом на удовлетворенность
* Усильте свою программу лояльности, чтобы найти драйверов CSAT
* ***Управление цепочками поставок***

Слоган: То, что не может быть измерено, не может быть улучшено.

Аналитика помогла преобразовать цепочки поставок на современном предприятии. Организации используя аналитику для оптимизации бизнес-процессов и развили практику принятия управленских решений используя данные. В TriSigma, мы помогаем организациям получить лучшее из своих массивов данных для решения ключевых проблем в цепочке поставок.

1. **Диагностика цепочки поставок**

Используя продвинутую аналитику, мы проводим проверенные диагностические тесты на вашей цепочке поставок, чтобы обнаружить и измерить ключевые области для улучшения.

1. **Стратегическое проектирование сетипоставок**

Мы поможем вам в снижении стоимости реализации стратегии по разработке плана оптимизации сети для бизнес-целей*.*

1. **Оптимизация сети поставок**

Наш анализ поможет определить различные сценарии, для того чтоб вы могли оценить и определить оптимальный для вашей организации. Мы используем мощные инструменты моделирования для изучения разных сценариев, которые подробно опишут стоимость влияние различных вариантов на определения местоположения или уровня сервиса доставки.

1. **Информационная панель цепочек поставок**

Информационные панели для управления цепочками поставок является незаменимым инструментом для руководителей организации. Визуализируйте тенденции, отслеживать целевые показатели в режиме реального времени, и следите за наиболее важными аспектами, стоящими перед цепочкой поставок вашей компании.

* ***Big Data и Анализ Данных (Data Mining)***

Big Data является мегатрендом который влияет на каждый аспект бизнес-решений. С нашим опытом в преобразования больших данных в большие идеи, клиент получает большие возможности для развития бизнеса и результатов.

Будь то большие объемы данных (объем), или потоковые данных (скорость) или разные типы данных, таких как неструктурированные данные, у нас традиционные аналитические решения объединены с новыми, такие как Машинное обучения для достижения результатов.

1. **Интеграция данных**

Возможности Больших данных умножается многократно, когда различные источники данных объединяются. У нас есть технические и бизнес-ноу-хау, необходимые для эффективного и продуктивного сочетания различных источников данных.

* Извлечь данные из различных источников
* Комбинировать технологическую и деловую информацию
* Внедрение гибридной архитектуры

1. **Анализ больших данных**

Извлекайте идеи из быстрого меняющихся данных с анализом больших данных. TriSigma Analytica использует машинное обучение, анализ текста, а также многие другие передовые технологии для предоставления информации, которые будут удовлетворят бизнес нуждам наших клиентов для реагирования на изменение рынка и принимать оптимальные решения быстрее, чем когда-либо.

* Повышение эффективности процесса анализа данных
* Применение современных методов, как Наивный байесовский классификатор, Скрытая Марковская модель, Gradient Boosted Models, Контролируемое и неконтролируемое обучение, модели самообучения и т.д.
* Тестирование и использование новых инструментов, как Hadoop, SAP HANA, HIVE и Python для создания более впечатляющих результатов

1. **Визуализация данных и BI (Business Intelligence)**

Визуализация данных придает смысл, а смысл придает понимание большим объемам данных. Business Intelligence с помощью технологий переводит данные в слова делового мира. Вместе эти революционные приложения решать самые сложные вопросы бизнеса.

* Дизайн информационных панелей
* Доступ к результатам моментально в реальном времени
* Предпринимайте действий на основе четко представленных отчетов
* Доступ с мобильных устройствах
* ***Маркетинговые исследования***

Слоган: Информация является более полезным, когда вы проанализируете его.

1. Технология изменила мир маркетинговых исследовательский. С натиском новых инструментов, платформ и методов, фраза "Информация это власть" стала более актуальна, чем когда-либо. С большим опытом в аналитике, TriSigma Analytica, сочетает исследовательские услуги с растущими технологиями, таких как большие данные (big data) и машинного обучения (machine learning) для удовлетворения запросов наших клиетов.
2. Клиент получить более четкое и глубокое понимание потребностей своих клиентов, рыночные возможности, восприятие бренда, инновации, воздействие ценообразование и многое другое.

Отрасли

Клиенты