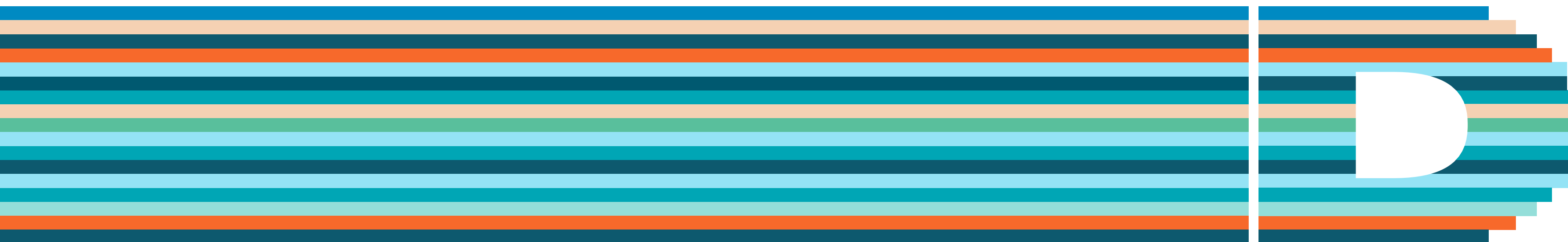


Тема 2. Определение бизнес-цели

Полина Басина
Аналитик Центра анализа
больших данных ТГУ



data-diving

академия аналитики данных
при Томском государственном
университете

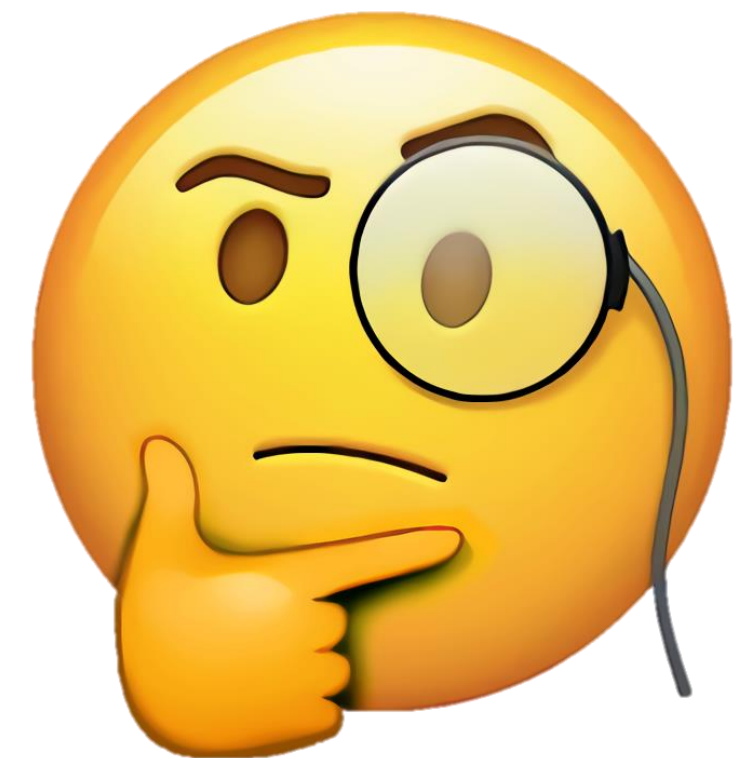


О чем поговорим?

- Почему этап понимания бизнеса и определения бизнес-цели заказчика важен для планирования дизайна исследования
- Какую информацию нужно получить от заказчика или о заказчике
- Как сформулировать бизнес-цель

Почему этап определения бизнес-цели заказчика так важен для планирования дизайна исследования?

- **«Мы развиваем социальные сети и сайт. Подписчики особо не откликаются».**
- «Мои коллеги делали исследование. Я посмотрел их отчет — много интересных графиков. Думаю, мне это тоже было бы полезно»
- «На рынке все так делают, мне тоже надо»
- «Давайте повторим, как они»
- «Я слышал, нейросети сейчас в тренде. Тоже хочу»
- «Мы делаем новый продукт. Не знаем, сработает или нет»
- «А может еще в Тиктоке поищем?»



Что нам необходимо узнать у заказчика или о заказчике?

1. Какова организационная структура?

- Кто участвует в проекте со стороны заказчика? — Люди
- Кто принимает ключевые решения? — ЛПР
- Кто будет основным пользователем? — Пользователи

2. Какова бизнес-цель проекта?

- Как определить бизнес цель?
- Как сформулировать бизнес-цель?

3. Существуют ли какие-то уже разработанные решения?

- Какие?
- Чем они не устраивают?

Система постановки задач SMART

Критерии

- **конкретная**
S — Specific
- **измеримая**
M — Measurable
- **достижимая**
A — Attainable
- **актуальная**
R — Relevant
- **ограниченная**
во времени
T — Time-bound

Плохая цель	Хорошая цель	Критерий
Выйти на новый уровень	Выйти на новый рынок — города N и T — с товарами A и D	Конкретность
Открыть новый магазин	Открыть 2 новых магазина с вегетарианской продукцией в течение 6 месяцев в городе N	Измеримость
Привлечь новых клиентов	Привлечь в фитнес-клуб 100 новых клиентов каждый месяц с помощью таргетированной рекламы	Достижимость *нужно учитывать исходные условия
Работать в новом формате	Перенести занятия репетиторского центра в формат онлайн в период пандемии	Актуальность
Сократить количество уходов клиента	Сократить на 10 % отток клиентов за 1 месяц с 1 марта по 30 мая 2022 года	Ограниченность во времени

Анализ запросов заказчика

1. Организационная структура

- Кто участвует в проекте со стороны заказчика?
- Кто принимает ключевые решения?
- Кто будет основным пользователем?

Собираем необходимые контакты и понимаем всех заинтересованных лиц нашего проекта:

- **Кто принимает решения** — генеральный директор (финансирование проекта) и начальник маркетингового отдела (заинтересованный в аналитике)
- **Кто участвует в проекте** — команда центра
- **Кто использует наши результаты** — маркетинговый отдел



Анализ запросов заказчика

2. Бизнес-цель

- Проведение эффективной маркетинговой кампании — привлечение 50 новых клиентов нового направления в период с мая по август 2022 г.

Анализ запросов заказчика

3. Существующие решения

- Новые решения не разрабатывались. Отдел маркетинга компании изучает основную целевую аудиторию (существующие ниши) — знает ее портрет и интересы

Полученные результаты

- 1. Получили необходимые контакты** — начальника маркетингового отдела, который заинтересован в нашем исследовании и может выступать экспертом
- 2. Определили бизнес-цель заказчика:** проведение эффективной маркетинговой кампании — привлечение 50 новых клиентов нового направления в период с мая по август 2022 г.
- 3. Можем получить аналитику по основной аудитории заказчика** — это позволит сопоставить клиентов заказчика с новой аудиторией, поискать закономерности и, возможно, построить определенные гипотезы

Подведем итоги



Понимание бизнеса является фундаментом дальнейшего анализа данных.

От того, насколько точно вы поняли заказчика зависит ваше дальнейшее исследование.



Для эффективного взаимодействия с бизнесом необходимо понять организационную структуру, бизнес-цель, существующие разработанные решения.



Эффективная система постановки задач SMART:
конкретность, измеримость, достижимость,
актуальность, ограниченность во времени.

О чем поговорим далее?

- Научимся определять цели и задачи анализа данных

