**Раздел. Разработка аналитического решения**

Поздравляем! Вы закончили изучение раздела :)

Теперь можно приступать к выполнению заданий:

1. **Определите бизнес-цель заказчика и сформулируйте цель анализа данных.**

К вам на встречу пришел клиент — молодой мужчина 30-ти лет, бывший спортсмен. Последние 2 года он занимается организацией спортивных мероприятий для детей в возрасте от 3 до 5 лет. Помимо непосредственной организации мероприятий, он как управленец заинтересован в развитии своего бизнеса. С одной стороны, ему важно привлекать к сотрудничеству спортивные детские учреждения региона для развития компания; с другой — спонсоров и партнеров для рекламных интеграций.

На данном этапе своей работы он уже достаточно успешно заявил о себе на рынке региона-присутствия. Однако клиент понимает, что для эффективного развития компании ему не хватает новых инструментов. Он считает, что одним из таких инструментов может стать аналитика, учитывая «истории успеха» других предпринимателей, которые внедрили аналитику в свои бизнес-процессы и увеличили тем самым свой доход. За 2 года у него не было цели собирать данные, однако что-то да накопилось за время работы.

Он обратился к вам, чтобы вы помогли сделать ему из имеющихся разрозненных данных, аналитическое решение. При этом клиент сам не понимает, какой результат ему нужен, предоставляя право на творчество вам.

1.**Бизнес-цель** развитие компании организации спортивных мероприятий для детей в возрасте от 3 до 5 лет, привлечение новых партнеров и спонсоров для рекламных интеграций и также увеличение дохода.

1.1 **Цель анализа данных** определение наиболее эффективных каналов привлечения новых партнеров и спонсоров, анализ эффективности проводимых мероприятий и определение наиболее популярных среди детей и их родителей, а также выявление потенциальных проблем и узких мест в бизнес-процессах

2. **Определите цель анализа данных в следующей ситуации, ответив на следующие вопросы**.

* Что мы изучаем? (объект анализа)
* Какие свойства и | или характеристики объекта исследования мы хотим изучить? Что хотим найти? (предмет анализа)
* Где мы хотим найти?
* Почему? Зачем нам это нужно?

К вам обратился управляющей крупной сети фитнес-центров региона. В течение последних 5-ти лет в компании активно собирают данные о функционировании бизнес-процессов организации: посетители фитнес-центра, маркетинговые показатели, оценка эффективности работников и удовлетворённости клиентов и др. Однако, управляющий заметил проблему, что в течение последних 6 месяцев снизились выручки, учитывая, что данные по всем остальным показателям остались прежними. Учитывая сложившуюся ситуацию, клиент преследует цель выйти на предыдущий уровень прибыли за 3 месяца.

2.1.Обьект анализа - функционирование бизнеса крупной сети фитнес-центров

2.2. Предмет анализа - Причины снижения выручки за последние 6 месяцев

2.3. Анализ будет проводиться на данных собранных и предоставленных компанией за последние 5 лет.

2.4 Цель анализа данных заключается в выявлении причин снижения выручки.

3. **Определите необходимые источники данных.**

Перед вами стоит задача провести репутационный анализ компании, которая занимается производством региональной фермерской молочной продукции. Определите необходимые источники данных.

3.1. Анализ конкурентов,анализ рынка молочной продукции,фермерские сообщества ,отзывы и комментарии в соц.сетях,рейтинги на сайтах.

<https://egrul.nalog.ru/index.html> - проверка контрагента

<https://svoefermerstvo.ru/svoemedia> - проверка на сайте агробизнеса.

<https://www.akkor.ru/> Ассоциация крестьянских (фермерских) хозяйств.

<https://vk.com/apfca> - группа вк Ассоциация крестьянских (фермерских) хозяйств

4. **Определите необходимые методы для реализации поставленной задачи.**

1. Ваш заказчик — начальник маркетингового отдела, который попросил вас помочь в анализе клиентов, разделив их на группы. У него есть информация о клиентах — пол, возраст, социальный статус, уровень покупательской активности.

Сбор информации о клиентах, включая их пол, возраст, социальный статус и уровень покупательской активности.

Кластерный анализ, который позволяет разделить клиентов на группы на основе сходства их характеристик.

Анализ социально-демографических характеристик клиентов, который позволяет определить наиболее типичные характеристики клиентов каждой группы.

2. В компании сменился руководитель и прежде чем принимать кадровые решения, он хочет проанализировать текущую ситуацию в коллективе.

Методы статистического анализа для выделения групп клиентов на основе имеющихся данных .Методы анализа данных о сотрудниках, такие как опросы, интервью, анализ производительности и т.д., для оценки текущей ситуации в коллективе.