



1. Команда

Александр Григорьев
аналитик данных: управление проектом, сбор требований к дашборду и его разработка

Нателла Отеллова
заказчик



7. Вопрос → Формат

Текущее значение выручки, количества бронирований, средней ст-ти номера и средней прод-ти проживания => *фактоиды с приростом*

Динамика этих же метрик => *лайн- и бар-чарт около фактоидов с подсветкой 10% изменений*

Трафик в динамике => *stacked barchart по отелям и каналам*

Текущее состояние отелей по показателям => *Отель | кол-во брон | ср чек | ср срок проживания | число по статусам и типам комнтa*

Текущее состояние каналов по показателям => *Канал | кол-во брон | ср чек | ср срок проживания*

Наиболее прибыльные резервации => *таблица снизу*



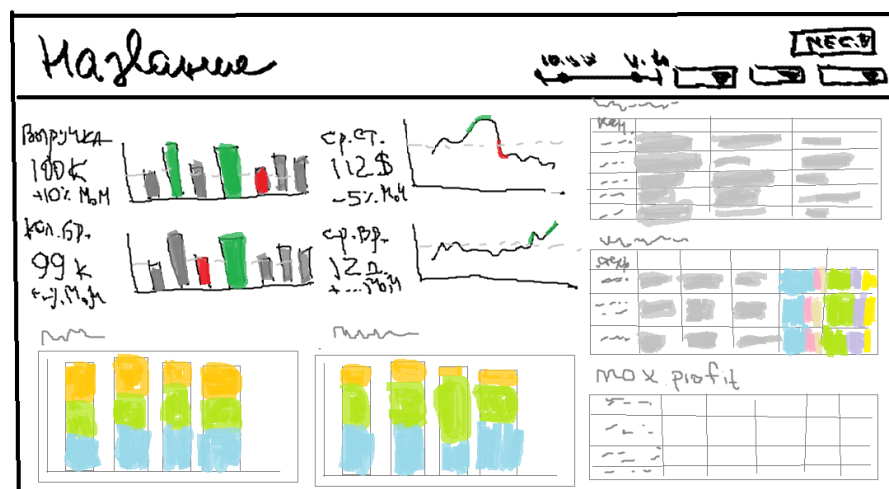
6. Данные

Есть данные о бронированиях со всеми нужными характеристиками.



8. Макет

[Ссылка](#) на готовый дашборд



2. Понимание задачи

Компания сдает номера в отелях. Отдел заказчика работает с отелями: ищет наиболее перспективные из них для принятия решений об улучшении или закрытии/открытии отелей, а также изыскивает пути оптимизации их бронирования.

Цель создания дашборда – быстро и удобно отображать текущее положение дел (еженедельно и ежемесячно) для оценки ситуации в целом, по отелям и каналам продаж, а также отдельно выводить наиболее прибыльные бронирования.

В настоящее время все это делалось вручную.

Срок разработки – до 20 июня.



9. Тестирование и поддержка

Дашборд сделан успешно, если им пользуются на всех еженедельных встречах и при стратегическом планировании.



4. Контекст и формат взаимодействия

Будет использоваться на мониторах и презентациях, в основном на еженедельных собраниях по пн для текущей оценки, а также ежемесячно руководителем для стратегического планирования.



3. Пользователи

Руководитель отдела

видеть как общее положение метрик и их динамику, так и стратегически оценивать привлекательность направлений для инвестиций: комнат, отелей и каналов бронирования; и возможные слабые места в них

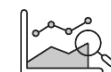
Менеджеры каналов бронирования

видеть выручку и трафик по каналам, своевременно их закрывать/расширять, видеть наиболее прибыльные бронирования

Менеджеры отелей

оценивать трафик и удовлетворенность клиентов в отеле, видеть наиболее прибыльные бронирования

В тестовую группу войдут по 1 представителю от каждой группы.



5. Вопросы и Бизнес-решения

Какова динамика выручки от бронирований и их количества (в целом, по отелям, по каналам)?
Какая средняя стоимость номера?
Какое среднее время пребывания в наших отелях?

Как выглядят метрики в разрезе конкретных дат, отелей, типов комнаты и каналов бронирования?
→ Принимать решения об оптимизации качества работы отелей/каналов и их структуры, о рекламе отелей

Как эти метрики изменились относительно прошлых недели/месяца? → При отклонении в +/-10% принимать меры

Какие конкретно бронирования принесли больше выручки?
→ Их можно далее детально изучить в CRM