

Кейс. Овервью: Основные финансовые показатели

<p>1. Пользователи и контекст</p> <p><u>Сфера деятельности компании:</u> продажа товаров в сфере красоты</p> <p><u>Заказчик – руководитель команды продукта:</u></p> <ul style="list-style-type: none">♦ анализирует продажи♦ разрабатывает стратегию компании♦ управляет ассортиментом <p><u>Пользователи – продуктовая команда:</u></p> <ul style="list-style-type: none">♦ руководитель команды♦ менеджеры продукта♦ бренд-менеджеры♦ аналитики♦ маркетологи <p><u>Контекст использования:</u> презентация основных финансовых показателей на ежемесячных встречах с CEO в Zoom</p> <p><u>Устройства:</u> рабочие ноутбуки</p>	<p>2. Понимание задачи</p> <p><u>Зачем нам нужен этот дашборд?</u> Для принятия продуктовой командой управленческих решений, отслеживания основных метрик в динамике без необходимости сбора данных «с нуля» каждый месяц</p> <p><u>Как дашборд поможет бизнесу?</u> Станет инструментом для анализа эффективности и оптимизации ассортимента товаров, позволит выявлять проблемные товары, неэффективные бренды, осуществлять поддержку брендов, привлекать новые бренды</p> <p><u>Как работает подразделение заказчика?</u> Команда следит за основными тенденциями, анализирует ассортимент, формулирует гипотезы, повышает спрос на товары с помощью специальных предложений, оптимизирует ассортимент путем снятия с продажи товаров с низким и добавления трендовых товаров</p> <p><u>Когда нам нужно его разработать?</u> До 21 августа</p> <p><u>Как мы поймем, что достигли цели?</u> Обеспечен рост выручки на 5% и более, по сравнению с прошлым месяцем; процент выкупа достиг 95%</p>	<p>4. Вопросы и бизнес-решения</p> <ul style="list-style-type: none">♦ Выполнили ли мы план по росту выручки (5%)?♦ Достиг ли процент выкупа товаров значения 95%? <i>Если нет, то ищем неэффективные категории товаров и бренды</i>♦ Какие категории товаров и бренды показали лучшую динамику выручки?♦ Какие бренды наиболее эффективны? Какие наименее?♦ С какими странами-производителями выгоднее сотрудничать? <i>Разрабатываем меры для продвижения отдельных брендов/товаров. Отказываемся от сотрудничества со стабильно неэффективными брендами</i>♦ Есть ли зависимость между стоимостью товара и процентом выкупа? <i>Для товаров с высокой ценой и низким процентом выкупа разрабатываем специальные предложения</i>	<p>и визуализация</p> <p>KPI и фактоиды</p> <p>KPI и фактоиды</p> <p>Фильтрация по категориям и брендам</p> <p>Таблица по категориям, товарам и брендам (выручка, темп прироста выручки, продажи, средний процент выкупа) с линейными индикаторами и значками</p> <p>Фильтрация по странам</p> <p>Матрица «Цена - % Выкупа» с фильтрацией по категориям, с раскраской в зависимости от объема продаж</p>
<p>3. Метрики и срезы</p> <p><u>Метрики:</u></p> <ul style="list-style-type: none">♦ общая выручка (руб.)♦ продажи (ед.)♦ средняя цена товара (руб.)♦ средний процент выкупа (%) <p><u>Срезы:</u> по категориям, по типам товаров, по брендам, по странам</p>	<p><u>Данные, структура данных</u></p> <p>Данные содержатся в двух выгрузках:</p> <ul style="list-style-type: none">♦ Products (информация за ноябрь и декабрь): артикул, категория товара, предмет, бренд, цена, продажи, выручка, средний процент выкупа, страна♦ Dynamic (информация за последние полгода): бренд, месяц, продажи, выручка, средний процент выкупа		