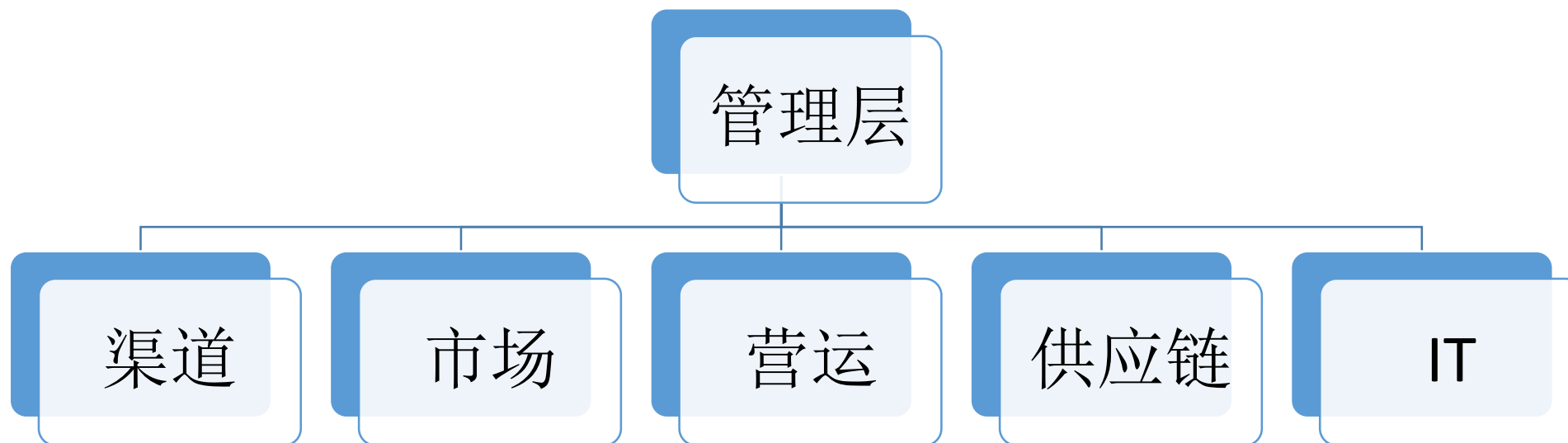


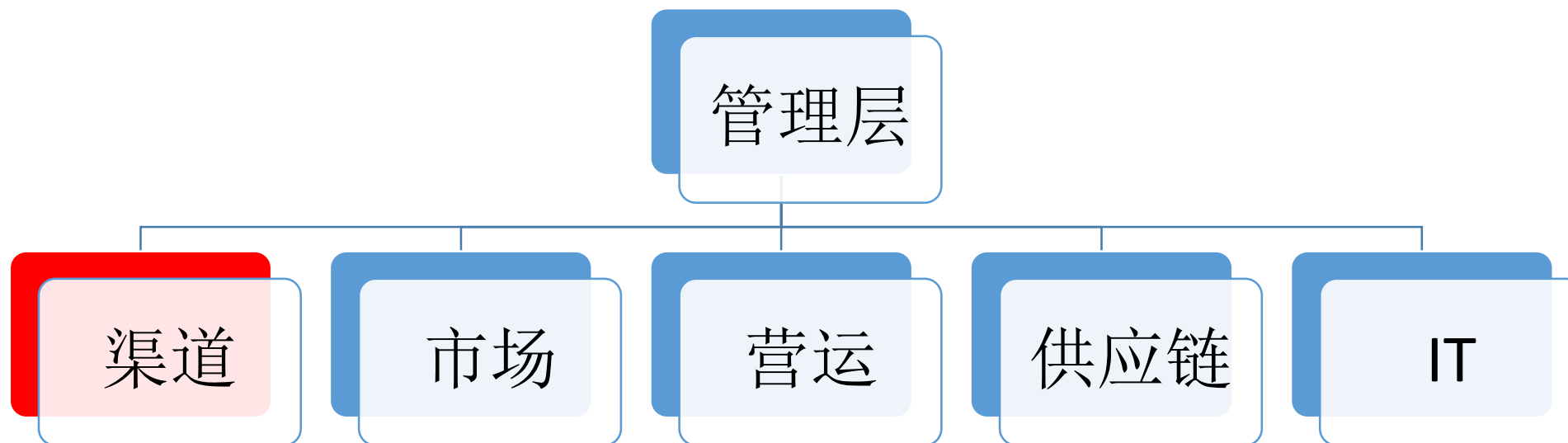
Part7：看透数据分析师地位与价值

7.1：企业组织架构与职能简介

一般实体企业组织架构



从渠道说起



有些公司叫业务部，销售部，总之，大家都是卖货的！

渠道的作用：卖货挣钱，推动业绩！

卖货挣钱

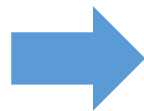


推动业绩

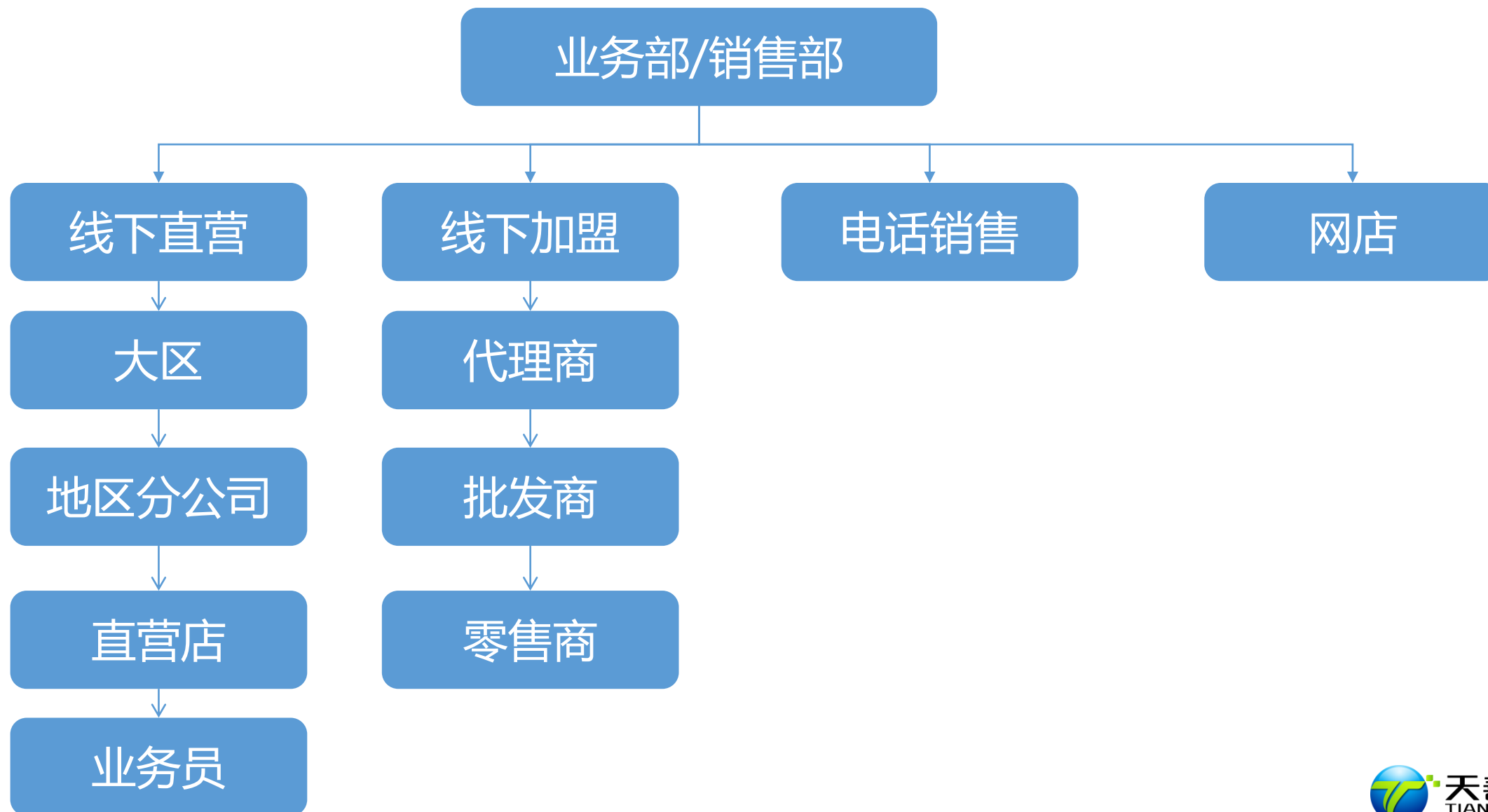


渠道不是单个的业务员，是有体系的组织

我们看到的业务员，只是渠道的一小部分



渠道内部结构



渠道的关注点：业绩，业绩还是业绩

全公司都等着养活呢

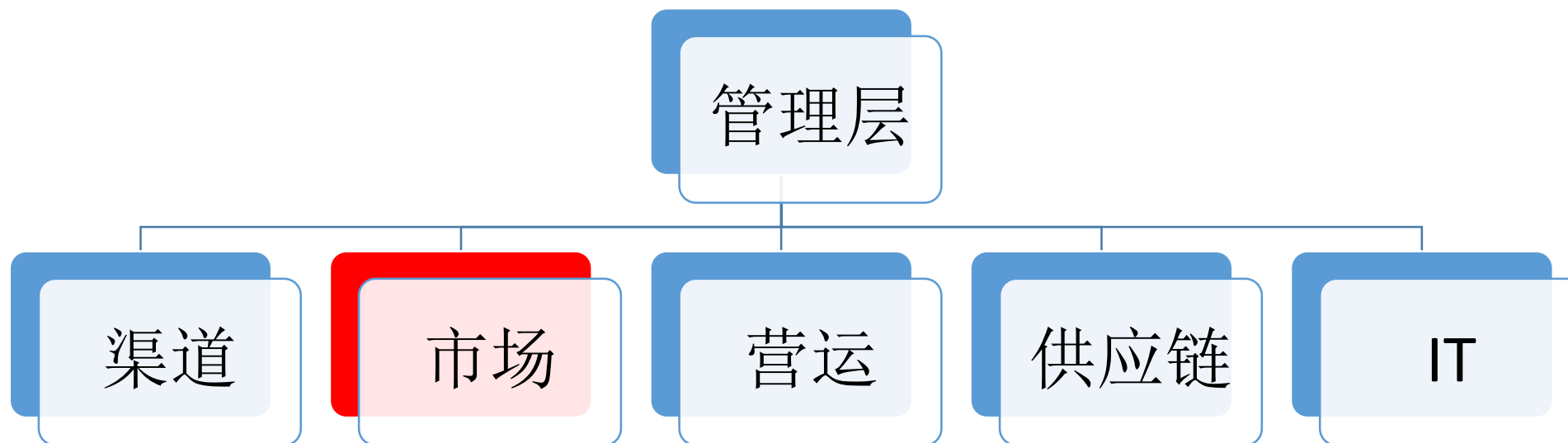
销售渠道

业绩 业绩 业绩 业绩



老板
市场
营运
开发

再说说市场



Marketing , 市场营销 , 策划 , 创意 , 组织活动 , 吹牛上天 (品牌)

市场的作用：忽悠，使劲忽悠



市场忽悠方式1：爆款产品，投其所好

做产品又不是搞科研，
让顾客high起来就行



市场忽悠方式2：品牌名声，咋吹都行

不怕人骂，就怕没人看！



软包装



硬口号

市场忽悠方式3：特价特价，大特价啦

制造一个让顾客砍手的理由

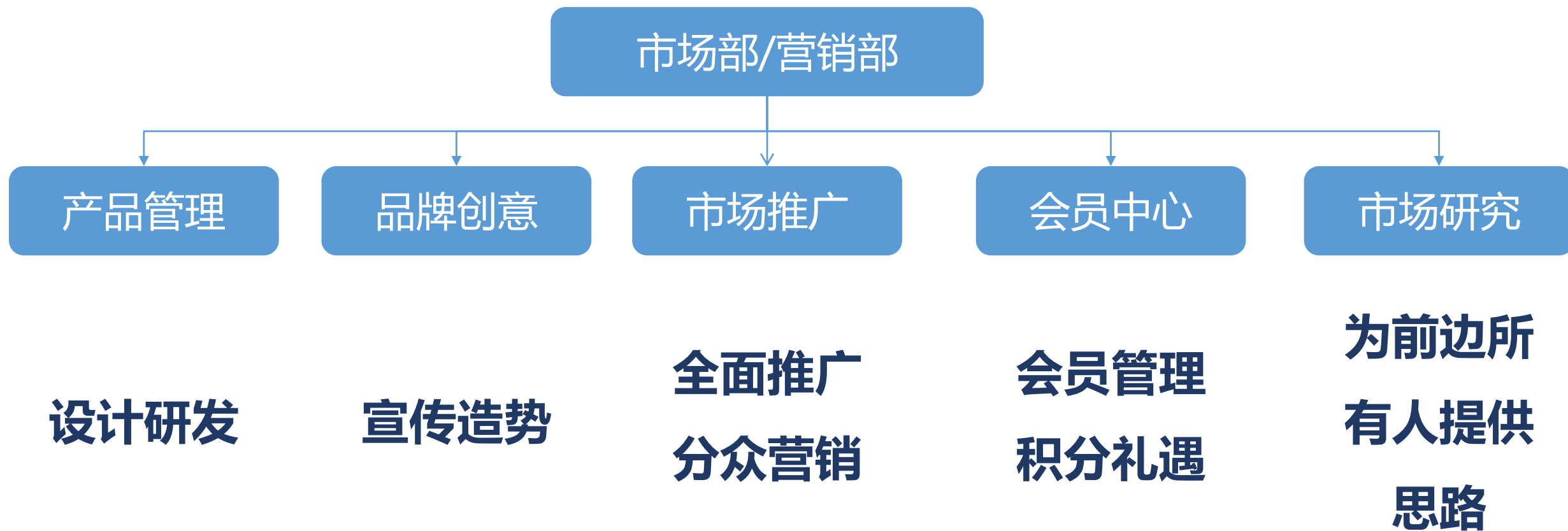


市场忽悠方式4：重点顾客，重点忽悠

可不能放那个狗大户跑了！



市场部内部架构



市场的关注点：灵感，战术，效果

销售重结果，市场重过程，
逻辑性、长期效应与短期业绩同样重要



额外一句：市场研究



填问卷是最直接的获取数据方式
在BI体系搭建前，大部分数据分析是被
问卷支撑起来的

额外一句：市场研究与数据分析



调研可以获得第一手信息

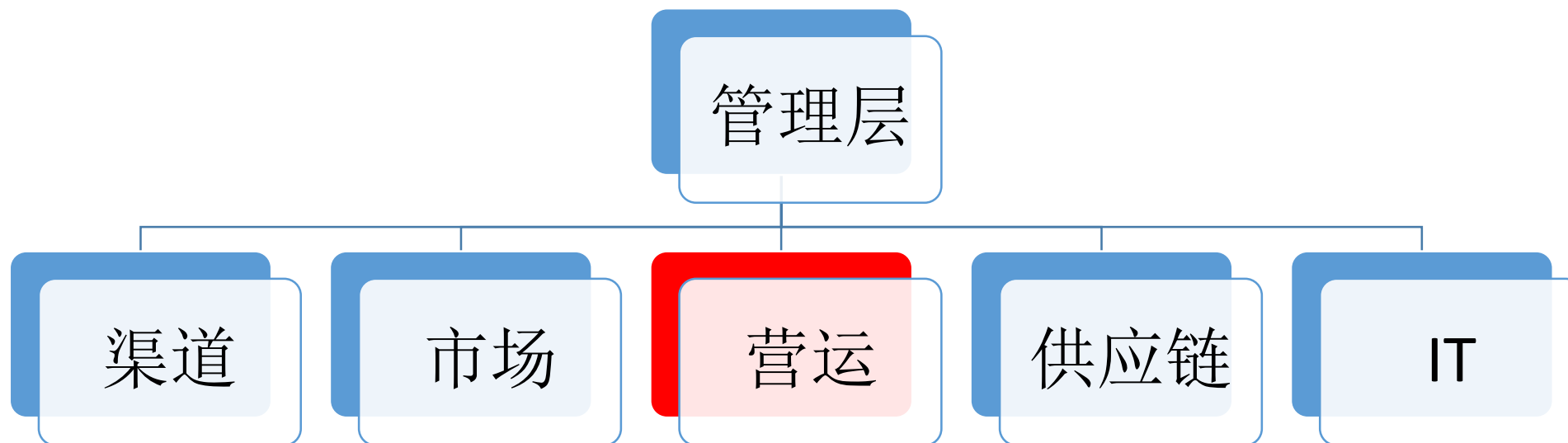
调研可以获得很多细节

调研可以反复推问测试

调研适合产生灵感

数据分析基于事实数据适合验证想法

一般实体企业组织架构



营运的作用：脏活累活重活



营运的作用：为整个公司背黑锅

营运部

客户



营运的目标：减负、增效

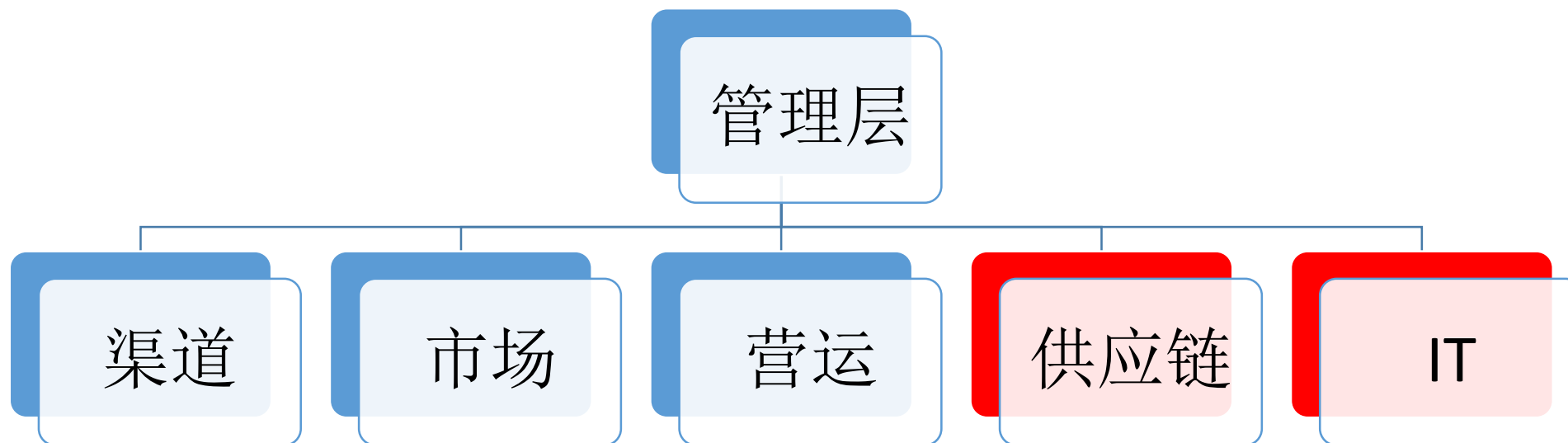
快速响应，高效完成人工服务
分流自助服务，集中人力解决人工问题



营运内部架构



一般实体企业组织架构

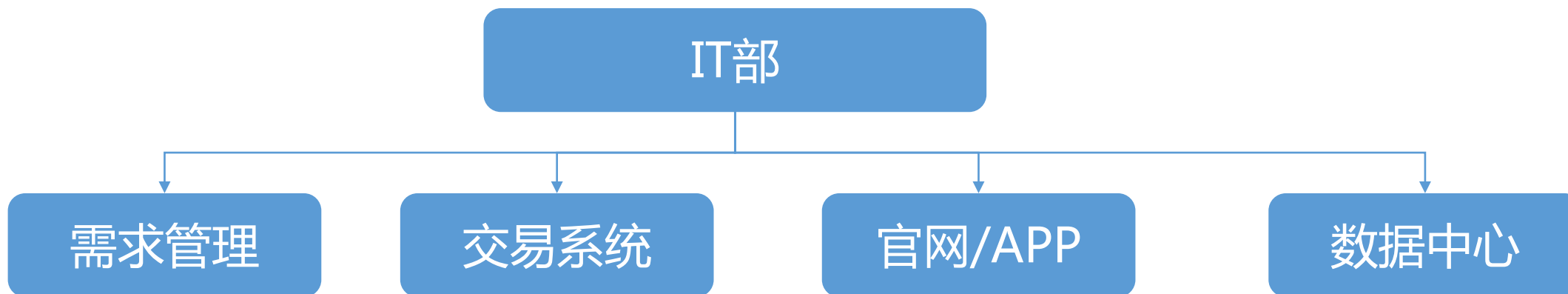


供应链：开发新品，完成生产，交付顾客



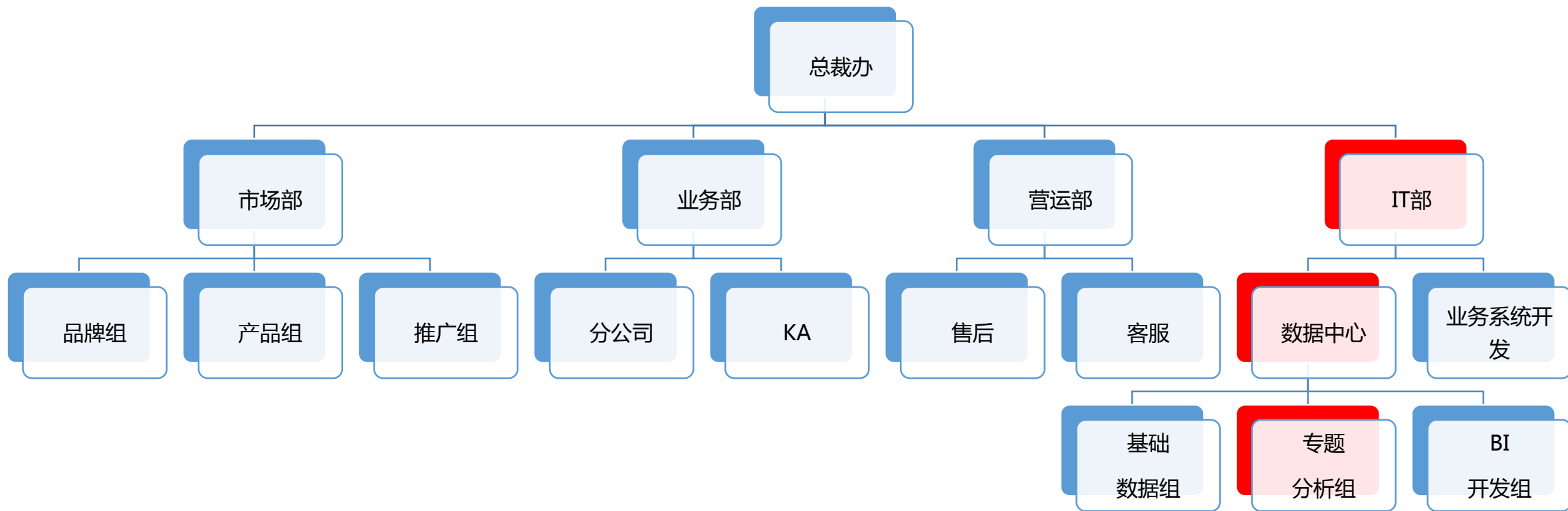
因为陈老师只在营销线做过，并不懂供应链，此处不做过多介绍

IT：实体企业也需要互联网+建设

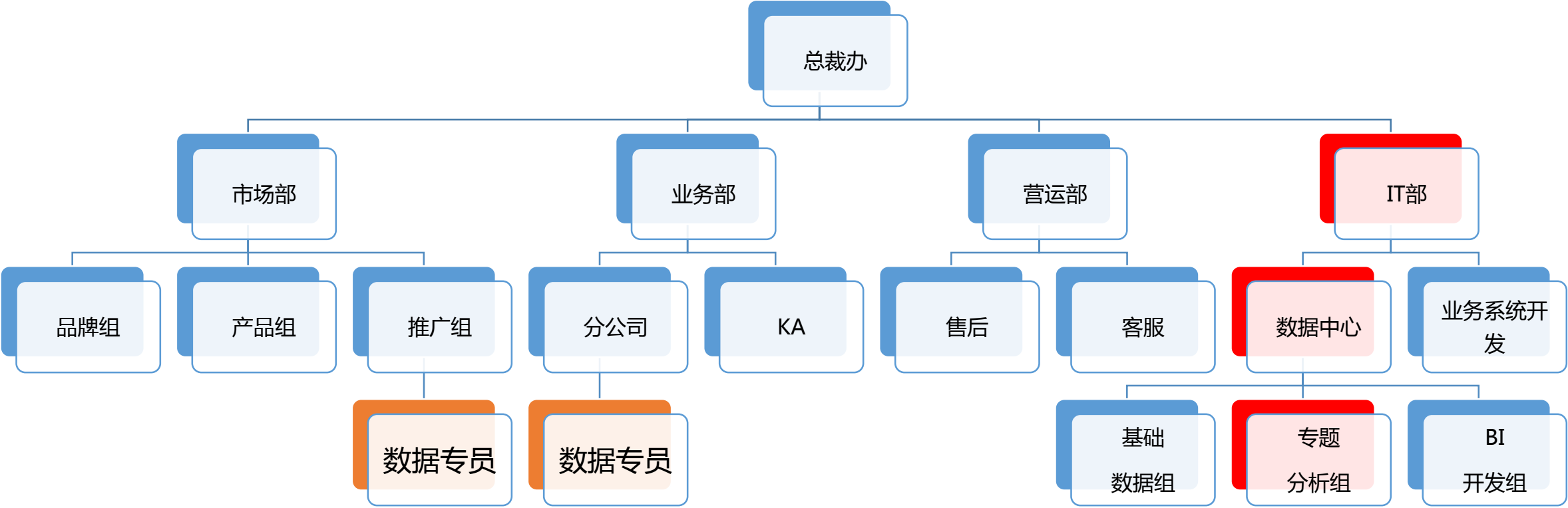


备注：有相当多实体企业，数据中心是放在IT部门架构下边的。

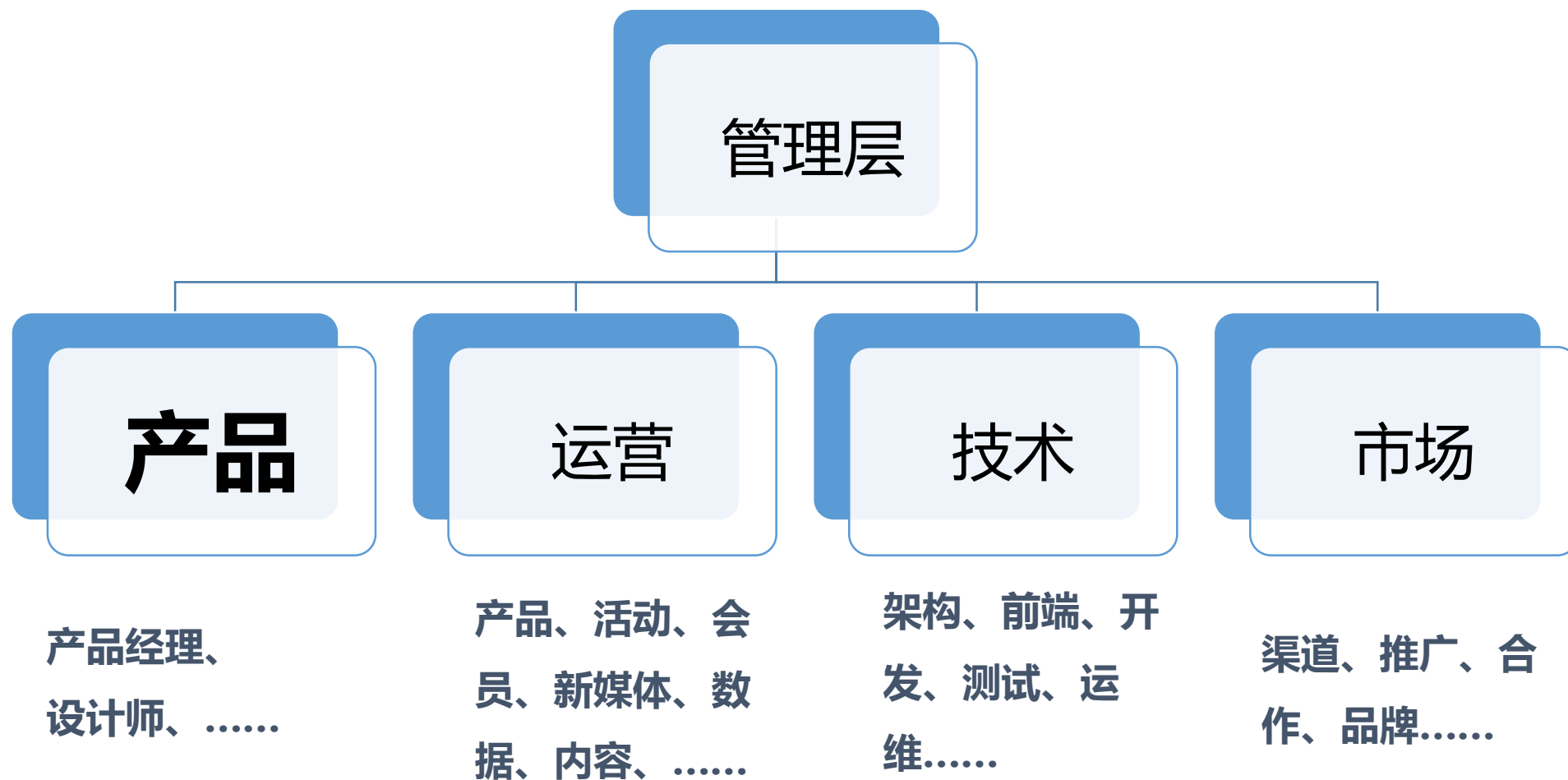
传统企业中数据部门位置-数据中心



传统企业中-业务部门的数据小组



一般互联网企业的分工



7.2：数据分析师在企业定位

如果你是做数据分析的，你的角色是哪个？？？

主公



军师



将军



主簿



小兵



为什么分析师在企业里不是主公？

因为万一被老板知道我想抢他位子，明天就会被炒了。

因为老板（主公）是把控企业方向的人，需要对整个生意负责



子曰：在不是卖数据分析的公司，做数据分析当上老板的可能性很低~~~~

因此，分析师千万不能把自己当老板了.....

老板看过你的报告以后发号施令，不代表你能在报告里发号施令



我们一要加强...二要坚
持...三要执行.....

呀呵！还有抢饭碗的！
拖出去砍了！



为什么分析师在企业里不是将军？

因为将军是带着队伍打仗的人，不是坐而论道的人。

企业里，销售，市场，运营部门的经理才是将军，他们才是创造业绩，赢得收入，处理善后的人。



子曰：你做的分析报告能成公司利润来源的时候，你也能当将军了

因此，分析师应该注意自己分析问题的出发点

帮业务部分解决问题，而不是自己空想做什么。



看数据，我们在XX地区的
销售策略得这样改！

连单都没开过一张的人瞎
BB啥！呵呵你一脸！



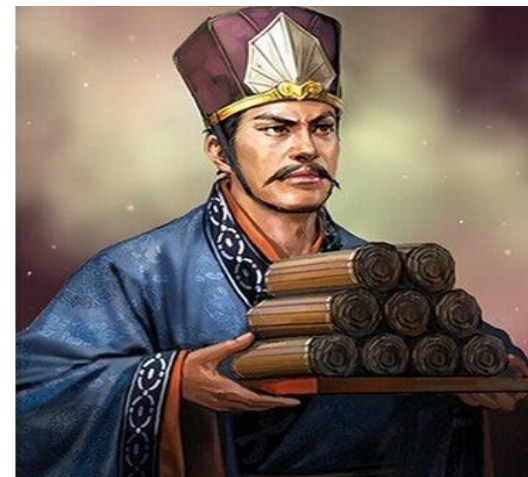
分析师的工作看起来和主簿很像

主簿是记录信息，整理数据，反馈情况的人

分析师的工作可能包含一部分基础整理工作，但不应仅是整理



陈老师，越看我越觉得自己像他了，我每天也要写代码，跑很多数据，整理原始数据啊！



从职责上说，分析师和跑数据的有明显区别

分析师不仅要知道数据从哪里来，更得知道**用到哪里去**

分析师在跑数前已经规划好了**解决什么问题，输出什么结论**



从产出上说，分析师需要对数据应用有更高层次的认识

跑数的输出的是：数据，你要什么口径，我做什么数据

分析师输出的是：结论，你在怀疑什么问题，我输出结果



不能提升分析能力的分析员早晚会被取代

不是被更智能的BI系统取代，就是干了n年升不了职



老板，我为公司跑了那么多年数，做了那么多ppt，为啥不升我

今年新上了分析系统不用你跑数了！做ppt就知道堆数，也没结论，我还是从外边招一个水平高的



因此，分析师应该成长为军师，不应停留在主簿上



数据分析师作用：

聆听问题，选择方法

组织数据，提出建议



数据统计专员的作用：

统计数据，搭建报表

啥？你问为什么分析师不能做小兵？



你愿意一辈子做小
兵被人呼来喝去啊！

所以，集中精力，做该做的事

主公



军师



将军



主簿

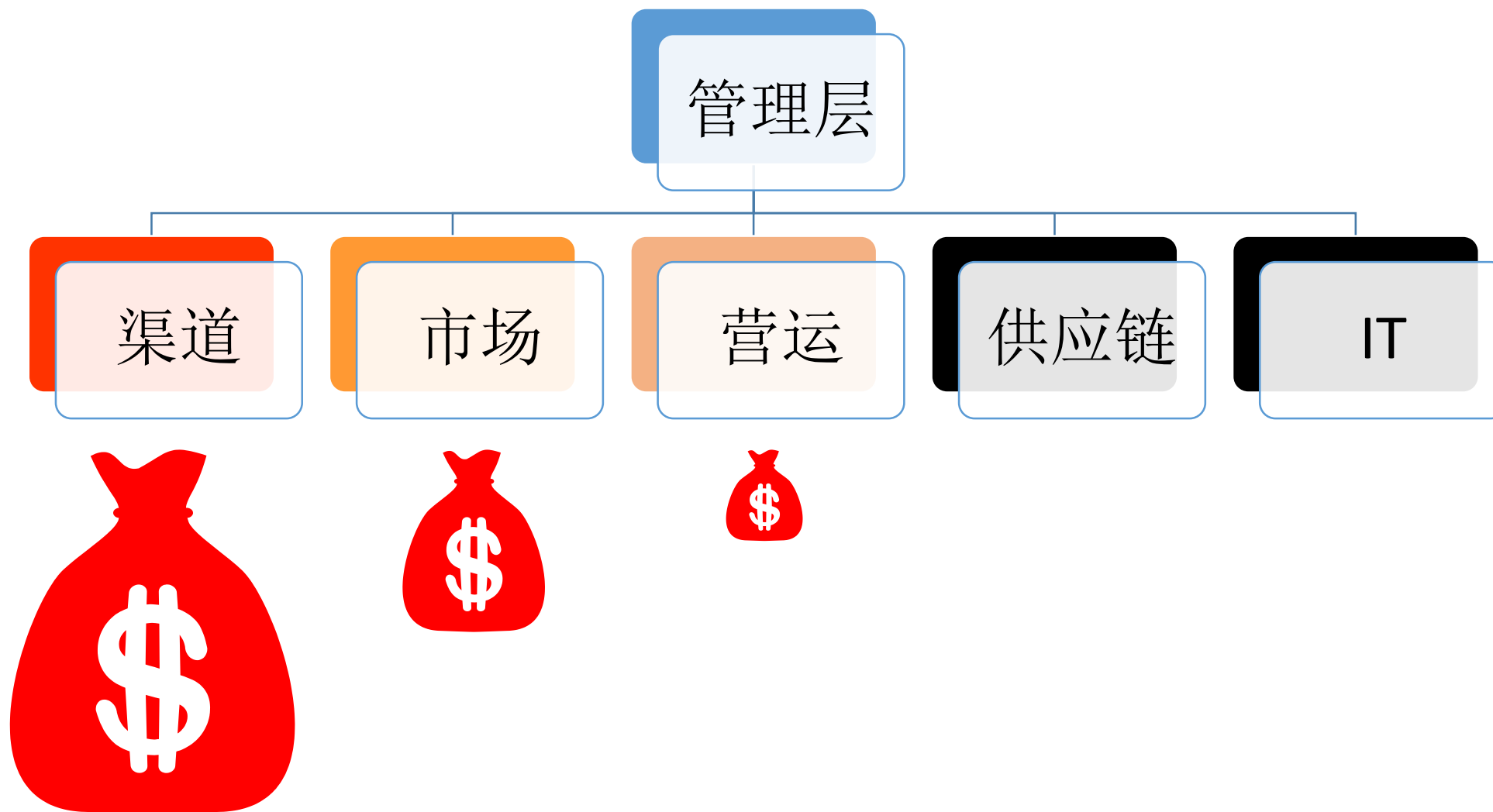


小兵



7.3：数据分析师发展思路

哪个业务线最能为公司创造价值？



所有的老板，在市场投入上都很大方

业务部需要5000万拓展经费

市场部需要3000万活动经费

.....

审批的爽快着呢，因为**有收入！**



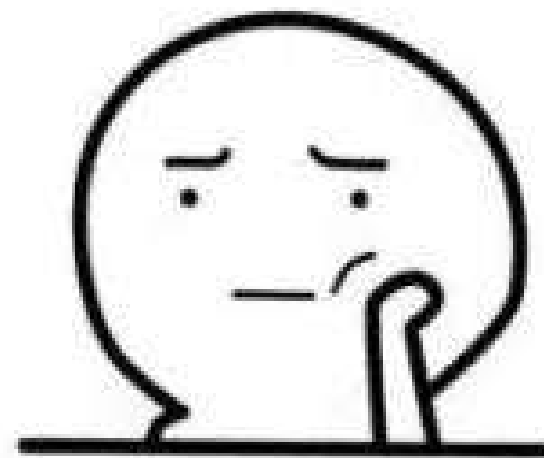
然而一到数据建设上吗.....

哦，做大数据啊，我们是很重视的！

那今年就给500万吧！

要对得起投入哦！

**技术方案要有前瞻性，要适合公司现状，
要综合考虑各方面需求，要.....**

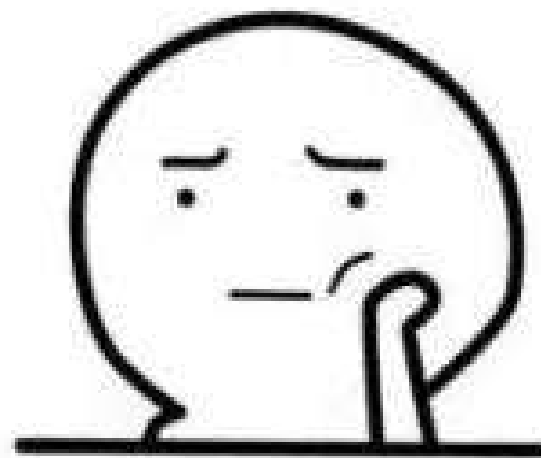


特别是二期投入，就更纠结了

啊？还要投入啊？去年500万花哪里了？

今年又要多少钱？为啥要这么多？

做了一年有什么产出？啥时候有啊？



一开始不说什么，一年两年就开始抱怨.....



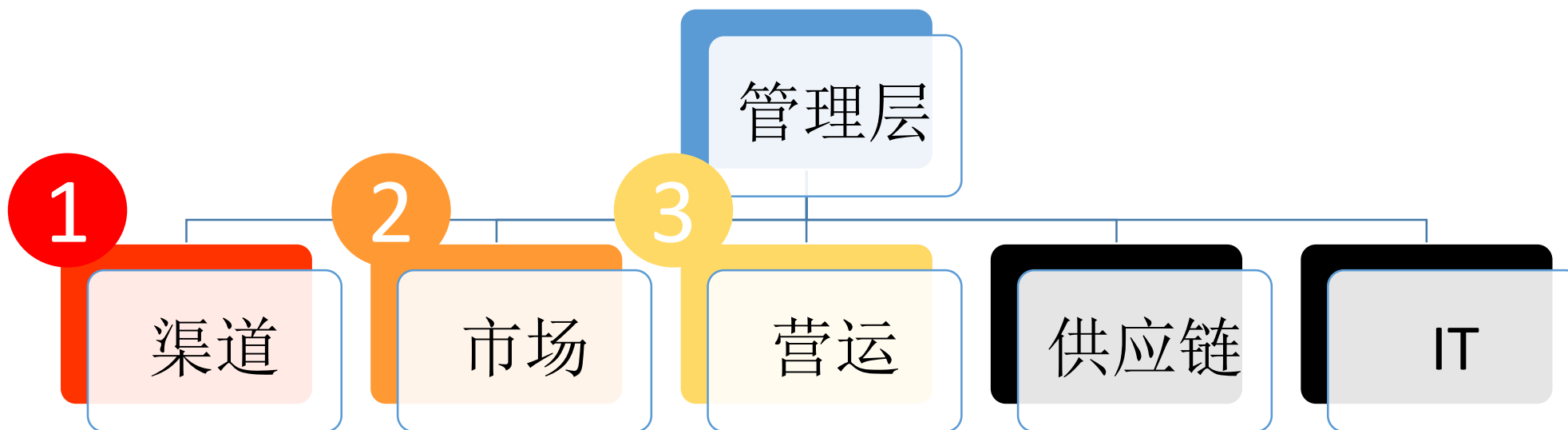
业绩下降，缩减成本

先炒了那几个10K以上月薪的数据分析师吧

也没见他们分析出来啥

留着几个表哥跑报表，也能将就

所以，为了我们自己的切身利益，如果想做成绩的话.....



往前端做，往深度做，往业绩做
数据也是生产力，分析直接拉效益

一个好的分析师，应当主动了解业务问题

及时了解最新业务动向，聆听业务的问题
多收集背景信息，不要急于下结论。



最近曹兵行动甚为蹊跷，军师你咋看？

不要着急，当时详情，慢慢道来！



一个好的分析师，应当围绕问题组织数据，选择合适方法

数据围绕问题收集，既要了解全面系统的验证方法，也得了解短平快，甚至拍脑袋应该怎么拍。特别是针对需要快速决策的问题，**正确的分析思路与关键数据**远比大而全的收集数据有意义。



子曰：你什么时候见诸葛亮说：不好意思，今天没带算盘，所以出不了主意了……

一个好的分析师，应当提出建议，让领导决策

好的建议，是提出1,2,3,4.....种可能，请业务部门决策如何选



当前情况，核心问题是.....

上上策是.....

上中策是.....

上下策是.....

请主公定夺！

总结：“三要三不”要记牢，清晰定位发展好

三要：

要积极聆听业务部门问题

要围绕问题组织数据

要结合假设提出多项建议

三不要：

不要自己臆测问题是什么

不要只顾拿数，不管应用

不要直接命令业务部门做事情