

РАЗНЫЕ РОЛИ И ЗАДАЧИ **АНАЛИТИКА** В БИЗНЕСЕ

KARPOV.COURSES

О ЧЕМ ЗАНЯТИЕ

- Какие бывают аналитики и чем они отличаются.
- Ценность продуктовой аналитики для бизнеса.
- Типовые задачи продуктового аналитика.
- От чего зависит круг задач аналитика.
- Case study: как аналитика драйвит выручку.
- Основные типы бизнес-моделей.

АНАЛИТИКА БЫВАЕТ РАЗНОЙ

- Специализация и задачи.
- Методы исследования.
- Наборы инструментов.

КАКОЙ БЫВАЕТ АНАЛИТИКА

ВИД АНАЛИТИКИ	НАПРАВЛЕНИЕ РАБОТЫ	ПРИМЕРЫ ЗАДАЧ
Бизнес- и системная.	Создание и улучшение бизнес-процессов и систем.	<p>Определить требования к будущей системе учета движения товаров на складе.</p> <p>Определить структуру хранения данных в системе учета денежных транзакций пользователей.</p>
Маркетинговая.	Повышение эффективности маркетинга (продвижения продукта) в компании.	<p>Посчитать метрики успешности привлечения новых клиентов через контекстный таргетинг Гугла и Яндекса.</p> <p>Выделить наиболее эффективные каналы маркетинга.</p>
Продуктовая.	Поиск направлений для улучшения продукта (конверсии на каждом этапе воронки, возвращаемости и удовлетворенности пользователей и тп.).	<p>Изучить ЦА продукта и как пользователи взаимодействуют с продуктом.</p> <p>Определить, как новая функциональность в приложении повлияла на поведение пользователей и основные метрики.</p> <p>Составить и проверить ряд гипотез по увеличению ретеншена.</p>

А еще финансовая, инвестиционная, BI-аналитика, веб-аналитика и т.д.

РАЗНИЦА В НАЗВАНИЯХ ВАКАНСИЙ

- Аналитик данных.
- Data scientist.
- Продуктовый аналитик.

ЗАЧЕМ КОМПАНИЯМ АНАЛИТИКИ?

- Увеличение выручки и/или сокращение издержек:
 - Оптимизация / автоматизация
 - Новые направления для роста
 - Улучшение существующих продуктов / процессов
- Повышение эффективности продукта и компании.
- Принятие взвешенных и наиболее эффективных решений.

ЗАЧЕМ КОМПАНИЯМ ПРОДУКТОВЫЕ АНАЛИТИКИ?

- Помогают находить слабые и сильные места продукта.
- Помогают находить инсайты и точки роста продукта.
- Помогают улучшать пользовательский опыт.
- Помогают удерживать пользователей в продукте.
- Помогают растить и совершенствовать продукт.
- Помогают принимать осознанные решения.

ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАБОТЫ

- Формализация задач заказчиков
- Сбор данных
- Исследование (анализ) данных
- Предварительная обработка данных (очистка от ошибок и повторов, упорядочивание и тп)
- Интерпретация данных (анализ для решения конкретной задачи)
- Формулирование выводов и рекомендаций
- Визуализация
- Отчетность о результатах соответствующим участникам бизнеса.
- Проведение АБ тестов.
- Работа вместе с командами внутри бизнеса или с командой менеджеров для определения потребностей бизнеса.
- Определение новых процессов сбора и анализа данных.
- Обеспечение качества и консистентности данных.
- Ведение документации.

ТИПЫ ЗАДАЧ

- Определить ключевые метрики продукта.
- Сделать выгрузку.
- Провести АБ тест и подвести итоги.
- Провести продуктивное исследование.
- Проанализировать поведения пользователей / эдопшн фич / причины аномалии в метриках и тп.
- Построить дашборд.
- Сделать аналитический отчет.
- Помочь в проведении юнит-анализа.
- Настроить сквозную аналитику.
- Обеспечить логирование необходимых данных.
- Разработать и применить предиктивные алгоритмы для решения задачи X.

ПРИМЕРЫ ЗАДАЧ

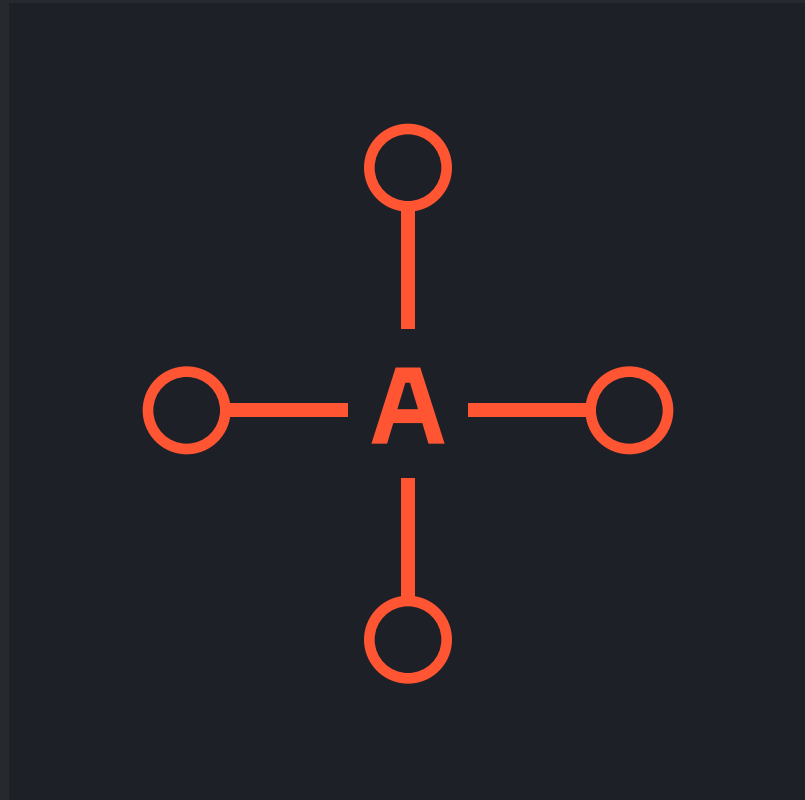
- Расскажи о том, кто наши клиенты (портрет, поведение, сегменты).
- Помоги проверить гипотезу (проведи A/B-тест).
- Хотим понять, из-за чего просели в этом месяце (какое направление оптимизировать).
- Выгрузи отвалившихся клиентов для обзвона / таргетинга.
- Помоги понять, какой маркетинговый канал сработал лучше.
- Что-то случилось с показателем конверсии. Помоги найти проблемное место.
- Мы выпустили новую фичу, помоги с дашбордом.

ОТ ЧЕГО ЗАВИСИТ КРУГ ЗАДАЧ АНАЛИТИКА?

- Зрелость компании / этап развития продукта.
- Организационная структура компании.
- Размер компании / продуктовой команды.

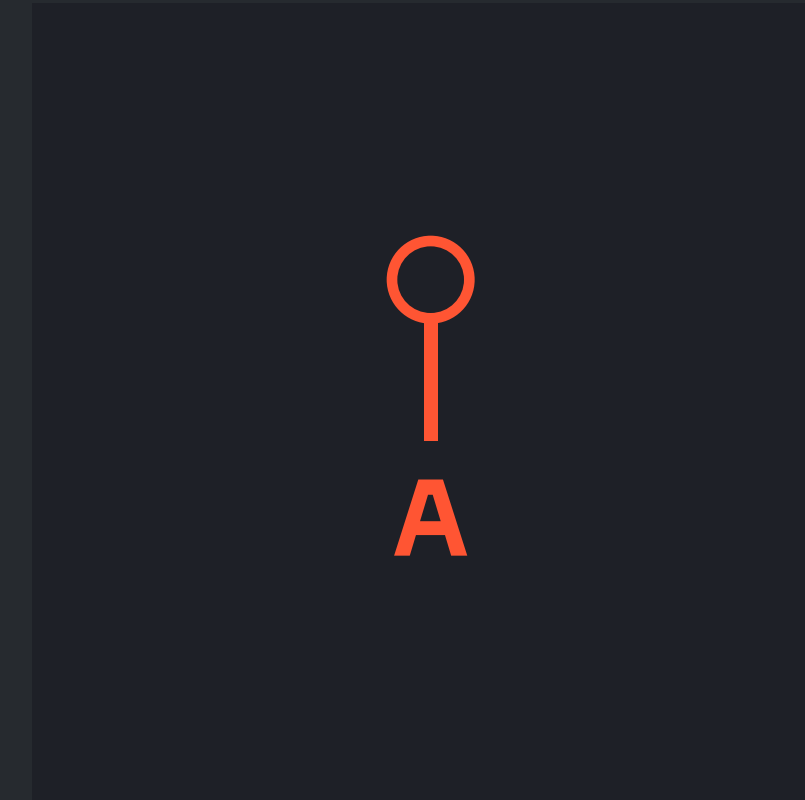


РОЛЬ АНАЛИТИКА В ЗАВИСИМОСТИ ОТ ОРГ. СТРУКТУРЫ



1 ВАРИАНТ

Команда аналитики обслуживает отдел (маркетинга / финансов и т.п.) или всю компанию.

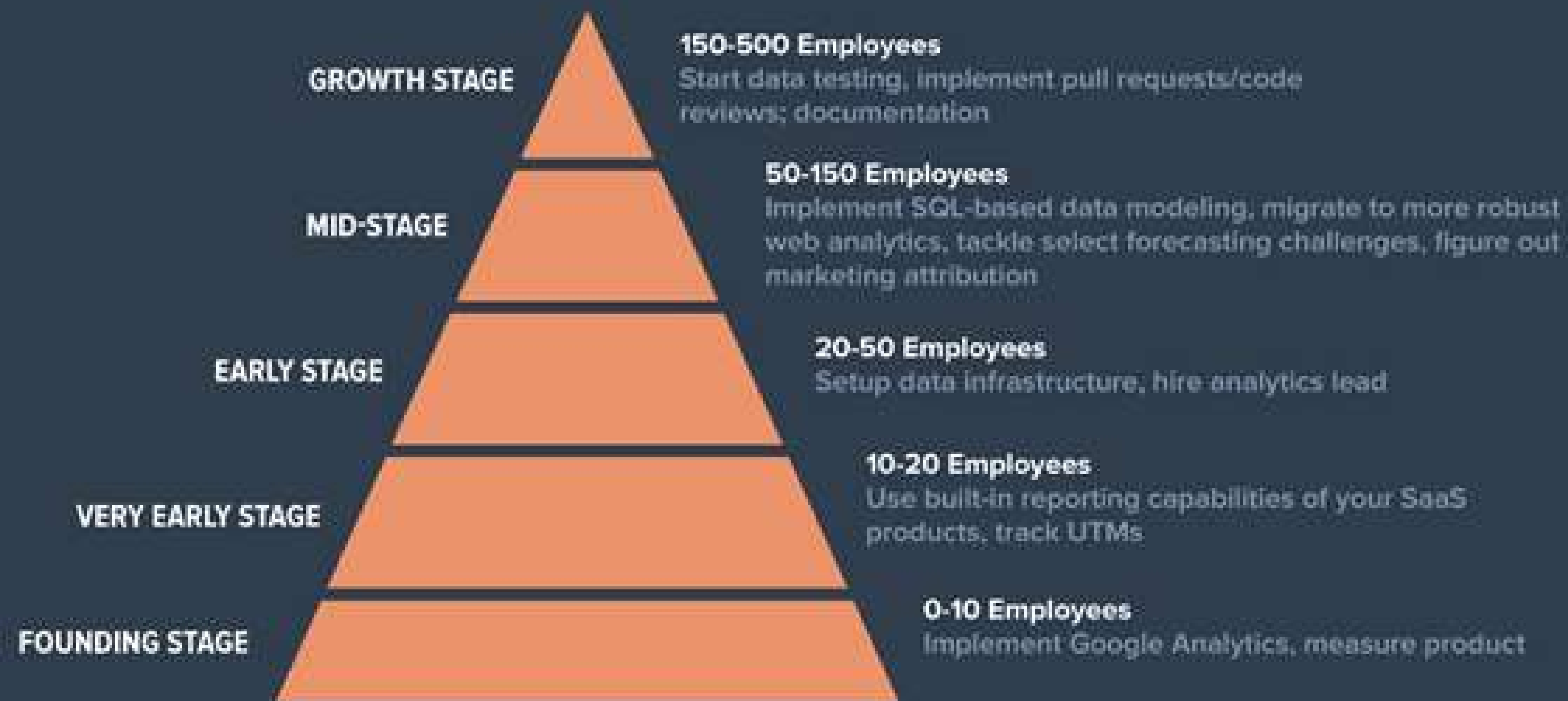


2 ВАРИАНТ

Аналитик работает в связке с продуктовой командой.

РОЛЬ АНАЛИТИКА В ЗАВИСИМОСТИ ЗРЕЛОСТИ И РАЗМЕРА КОМПАНИИ

The Startup Founder's Guide to Analytics



ЧЕКЛИСТ РАЗВИТОЙ АНАЛИТИКИ В КОМПАНИИ

- ✓ Все в команде понимают кто является основными пользователями продукта, какие у них потребности и как они взаимодействуют с продуктом.
- ✓ Все в команде могут назвать значения всех ключевых продуктовых метрик и знают, где / на каком дашборде их посмотреть.
- ✓ Всегда исследуются альтернативные варианты достижения целей. Есть понимание драйверов роста продукта и взаимосвязи метрик. Решения принимаются на основе данных.
- ✓ Происходит постоянная генерация и проверка гипотез (проводятся АБ тесты и активно идет общение с пользователями).
- ✓ Нет проблем неконсистентности или недостатка данных. В компании доверяют данным.
- ✓ В компании можно быстро получить ответ на любой вопрос.
- ✓ Аналитика является драйвером продукта.

CASE STUDY: КАК АНАЛИТИКА ПОМОГАЕТ БИЗНЕСУ

ДЕЙСТВИЯ

АБ-тестирование цветов call-to-action кнопок.

РЕЗУЛЬТАТ

+\$80 к годовой выручке.



CASE STUDY: КАК АНАЛИТИКА ПОМОГАЕТ БИЗНЕСУ



ЗАДАЧА

Увеличить конверсию онлайн-продаж дебетовой карты.

РЕШЕНИЕ

Провели 30 А/В-тестов с тремя абсолютно разными веб-страницами через выбранный инструмент тестирования и определили оптимальную по сочетанию контента и дизайна продуктовую упаковку (веб-страницу).

РЕЗУЛЬТАТ

Конверсия из визита в заявку выросла в три раза.

CASE STUDY: КАК АНАЛИТИКА ПОМОГАЕТ БИЗНЕСУ

ПРОБЛЕМА

Закономерность, которую удалось увидеть с помощью данных: арендодатели долго не могли сдать квартиру, потому что не знали, как сделать привлекательные фото.

ДЕЙСТВИЯ

Новый продукт — услуги фотосъемки жилья.

РЕЗУЛЬТАТ

Рост удержания пользователей = рост выручки
(+ доп. доход)



Фотосъемка, которая сама себя окупает

[Подробнее](#)

40%

повышение заработка

Хозяева с профессиональными фото, как правило, зарабатывают больше других хозяев в регионе.

24%

больше бронирований

Фото — одна из главных причин, по которой гости принимают решение забронировать жилье.

26%

выше цена за ночь

Многие хозяева повышают цену за ночь, загрузив фото лучшего качества.

ОСНОВНЫЕ ТИПЫ БИЗНЕС-МОДЕЛЕЙ: **FREEMIUM**

Бизнес-модель, при которой сервис предоставляется бесплатно, но с ограничениями. Полная версия предоставляется за определенную плату.



ОСНОВНЫЕ ТИПЫ БИЗНЕС-МОДЕЛЕЙ: E-COMMERCE

Бизнес, связанный с распространением / продажей услуг или товаров через Интернет.



ОСНОВНЫЕ ТИПЫ БИЗНЕС-МОДЕЛЕЙ:

MARKETPLACE

Платформа, которая соединяет две и более сторон. Например, товары или услуги выставляются на продажу сторонними продавцами. Прибыль получается за счет комиссионных сборов.



ОСНОВНЫЕ ТИПЫ БИЗНЕС-МОДЕЛЕЙ: **SUBSCRIPTION**

Бизнес-модель, в которой клиент получает доступ к некой услуге или продукту, совершая в пользу фирмы регулярные (ежемесячные или ежегодные) платежи.



ОСНОВНЫЕ ТИПЫ БИЗНЕС-МОДЕЛЕЙ: IAAS/PAAS/SAAS

IaaS – Infrastructure as a Service – инфраструктура как услуга, например, виртуальные серверы и виртуальная сеть; клиент может устанавливать любое программное обеспечение и приложения.

PaaS – Platform as a Service – платформа как услуга, например, веб-сервер или база данных; клиент управляет приложениями, операционной системой управляет провайдер.

SaaS – Software as a Service – программное обеспечение как услуга, например, электронная почта или иное офисное приложение; клиент пользуется приложением, базовыми настройками приложения управляет провайдер.

