

Клиентская и маркетинговая аналитика в платформе Power BI

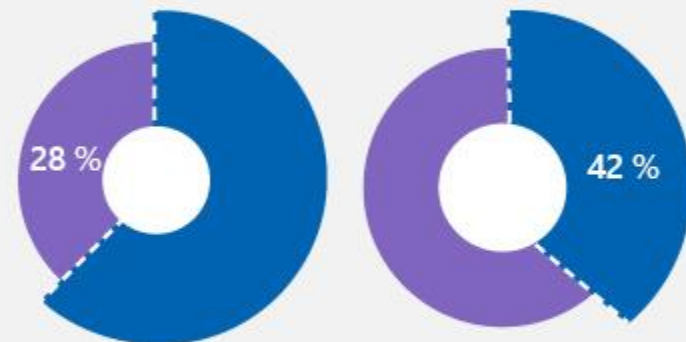
Развитие культуры использования ВІ и ІІ в сфере маркетинга

В современном мире специалисты по маркетингу сталкиваются с уникальными проблемами. Несмотря на значительные успехи в привлечении потенциальных клиентов (ключевой показатель эффективности), коэффициент их конверсии в продажи по-прежнему остается низким. Лишь 28% компаний довольны достигнутым уровнем конверсии, а 42% специалистов в коммерческом сегменте рынка выделяют неэффективное преобразование потенциальных клиентов в реальные продажи как свою основную проблему.

Частично это может быть связано с тем, что продавцы не могут в полной мере доверять качеству потенциальных клиентов, привлеченных маркетинговым отделом. Так, исследование СЕВ демонстрирует, что продавцы лишь в 45 % случаев будут работать с потенциальным клиентом, привлеченным в рамках маркетинговой программы формирования спроса. Как правило, подобное отсутствие доверия связывается с накопленным опытом работы с такими потенциальными клиентами. Если продавец ранее неоднократно сталкивался с ситуациями, когда привлеченные маркетинговым отделом потенциальные клиенты оказывались фиктивными или не демонстрировали никакого интереса к предложениям, в дальнейшем он будет с большей осторожностью относиться к подобным рекомендациям.

Неудивительно, что отсутствие согласованности между отделами продаж и маркетинга достаточно распространено. Лишь 46% организаций заявляют о достигнутой согласованности в этом направлении. Проблемы, препятствующие этому, говорят сами за себя: 43% специалистов в коммерческом сегменте рынка выделяют в качестве основной проблемы, препятствующей сближению отделов маркетинга и продаж, нехватку точных общих данных по целевым учетным записям и потенциальным клиентам⁴. Очевидно, ключевым фактором, определяющим успешное согласование и, в конечном итоге, увеличение коэффициента конверсии и доходности, является создание источника точных детальных данных по качеству потенциальных клиентов, которым могли бы доверять специалисты обоих этих отделов.

Проблемы маркетинговых организаций

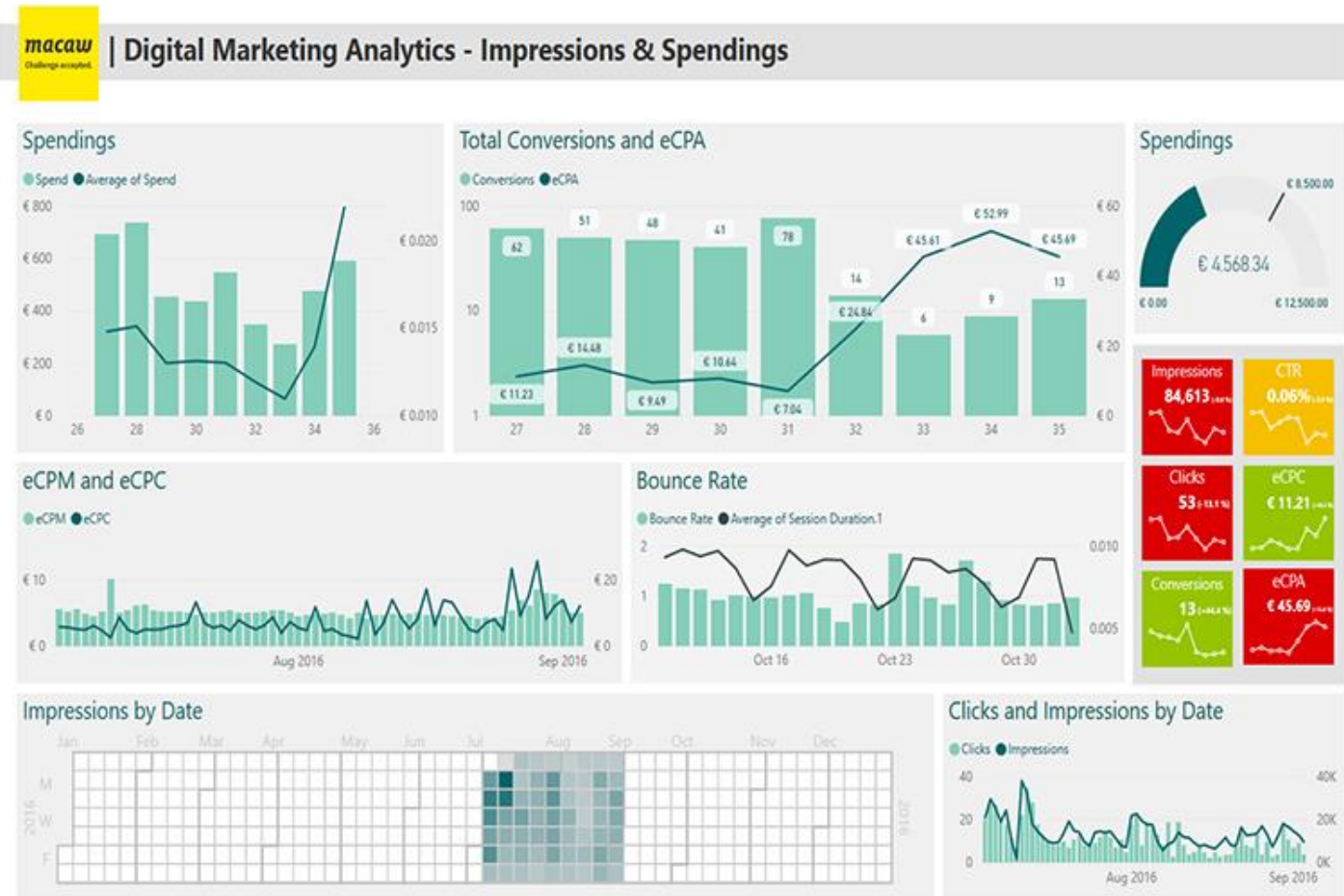


Только 28 % компаний удовлетворены коэффициентом преобразования.

Только 42 % специалистов B2B сообщают о преобразовании интересов в клиентов.

Одним из способов оптимизировать процессы привлечения потенциальных клиентов является создание глобального центра формирования спроса – масштабируемой системы привлечения клиентов и сотрудничества с ними, в рамках которой обрабатываются миллионы возможных сделок ежегодно. Процесс привлечения клиентов в глобальном центре формирования спроса начинается с формирования интереса посредством различных мероприятий и материалов, для получения которых требуется регистрация, таких как электронные книги и технические документы. Потенциальные клиенты включаются в персонализированные программы сотрудничества, в рамках которых производится их оценка. Таким образом, определяем, готов ли потенциальный клиент и общению с продавцом и какой канал продаж будет оптимальным в каждом конкретном случае: дистанционные продажи, партнерское соглашение или продажи управляемых учетных записей.

Сначала требуются определить и исключить потенциальных клиентов с фиктивными именами или неверными контактными данными, доля которых составляет около 12% от общего количества потенциальных клиентов, направляемых в отдел продаж. На этом этапе выявляются возможности для объединения преимуществ BI и AI и опыта наших сотрудников. Создается система для выявления таких потенциальных клиентов на основании правил, определенных сотрудниками, и дополнили их технологиями машинного обучения, которые идеально подходят для распознавания вводимых с клавиатуры неинформативных данных различного вида. По мере ввода новых данных происходит машинное обучение модели, на основании чего алгоритм с высокой точностью прогнозирует фиктивных потенциальных клиентов, что позволяет сэкономить время наших специалистов по продажам и повысить эффективность их работы.



Далее внедряют решение для оценки потенциальных клиентов на основе машинного обучения. Сотрудники маркетингового отдела совместно с группой специалистов по обработке и анализу данных создают модели машинного обучения, в рамках которых взвешиваются тысячи переменных, позволяющих провести оценку потенциальных клиентов. Эта программа позволяет объединить знания наших специалистов по маркетингу в области оценки потенциальных клиентов и желаемые коммерческие результаты с опытом наших специалистов по обработке и анализу данных в сфере машинного обучения. На основании оценки потенциального клиента прогнозируют вероятность его конверсии с использованием одного из возможных каналов продаж, после чего направляем такого потенциального клиента в канал с наибольшей вероятностью. Это позволяет не только повысить коэффициент конверсии, но и обеспечить выбор оптимального способа взаимодействия с клиентами в соответствии с их потребностями.

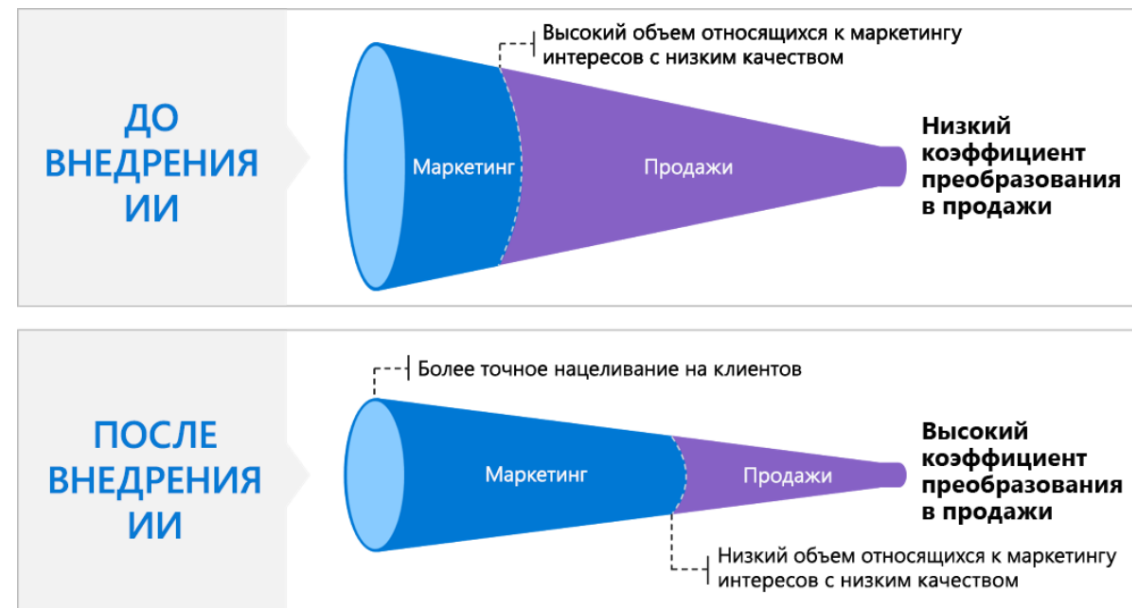


В дальнейшем после каждого нового мероприятия проводится повторная оценка потенциальных клиентов в реальном времени с применением различных моделей, оптимизированных для различных географических регионов и продуктов. При этом важно, чтобы модели были самообучающимися и могли адаптироваться к изменению условий.

Поскольку задачей оценки является прогнозирование вероятности конверсии, нам требовалось определить способ подтверждения интересов каждого клиента, чтобы гарантировать направление в отдел продаж только наилучших потенциальных клиентов. С этой целью мы разработали основанную на ИИ систему содействия в квалификации потенциальных клиентов, которая рассылает сообщения электронной почты для определения сфер интересов клиентов. При получении ответа эта система использует технологии обработки естественного языка для выявления намерений клиента и его отнесения к категории "заинтересованных", "незаинтересованных" или "имеющих высокий потенциал". Эта система содействия может распознавать даже случаи, когда клиенту требуется помощь службы поддержки, и относит его к соответствующей категории.

Эта система особенно полезна для выявления так называемых "неограниченных алмазов", которые изначально не рассматривались как перспективные, но впоследствии выразили заинтересованность в покупке, а также "ошибочных ставок", которые изначально получили высокую оценку, но в дальнейшем не проявили заинтересованность. Эта система содействия также применяется после истечения сроков заинтересованности относящихся к маркетингу потенциальных клиентов. Она направляет потенциальному клиенту сообщение электронной почты для повторной оценки, что позволяет исключить случаи, когда заинтересованный клиент остается без внимания. Например, в этом году результатом обращения системы к потенциальному клиенту, для которого вышел срок сохранения заинтересованности. После квалификации специалист по маркетингу направляет потенциального клиента в соответствующий канал продаж, прилагая всю предшествовавшую этому электронную переписку, которая содержит ценную контекстную информацию. Например, если в ходе общения с программой-роботом клиент запросит дополнительную техническую информацию, продавец может предоставить техническому специалисту содержимое диалога с самого начала, что позволяет ускорить процесс продаж.

доцент Сахнюк П.А.



Azure для розничной торговли

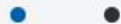
Обеспечьте индивидуальный подход к клиентам, оптимизируйте цепочки поставок и по-новому взгляните на многоканальную розничную торговлю благодаря Microsoft Azure.

Новый взгляд на взаимодействие с клиентом. Розничные продавцы поддерживают гибкость своих цепочек поставок с помощью Microsoft Azure. Они открывают для себя новые возможности работы с данными благодаря ИИ для прогнозирования, машинному обучению и аналитике. Кроме того, розничные продавцы переосмысливают свой бизнес, используя решения смешанной реальности, Интернет вещей, гибридные облака и компьютерное зрение.



Облачная технология Azure для розничной торговли

Персонализируйте взаимодействие, получайте данные по всей цепочке поставок и внедряйте инновационные бизнес-модели с помощью безопасных и масштабируемых облачных технологий.



Трансформация розничной торговли

Создавайте инновационные возможности для клиентов и оптимизируйте работу магазинов. Подкрепите цифровую трансформацию своей компании, открыв инновационные бизнес-модели и добавив новые возможности в существующие системы.

доцент Сахнюк П.А.



Узнайте больше о своих клиентах

Предоставьте клиентам персонализированные возможности многоканальной розничной торговли с использованием облачных технологий, построенных на основе безопасной масштабируемой инфраструктуры.

Способы эффективного применения аналитики



Проверенные технологии аналитики множество раз позволяли организациям динамично реагировать на изменения и открывать новые возможности в трудные времена. Одна из таких технологий — это Microsoft Azure Synapse Analytics. Благодаря многолетнему опыту в области аналитики корпорация Microsoft готова предоставить новый уровень аналитических сведений, скорости и эффективности, когда это необходимо больше всего.

Аналитика позволяет разумно и эффективно реагировать на изменения, адаптироваться к текущей бизнес-среде и сокращать затраты.

доцент Сахнюк П.А.



Отчеты и панели мониторинга

Каждая компания использует ряд отчетов, которые обновляются ежедневно, еженедельно, ежемесячно, ежеквартально и т. д. Многие из них находятся в стандартном табличном формате, как правило, для соответствия нормативным стандартам. Хотя эти традиционные представления о бизнесе создают систему учета, они часто недостаточны для анализа.

Панели мониторинга, такие как те, которые вы создаете с помощью Power BI, могут оказаться гораздо полезнее, особенно если использовать эффективные визуализации ключевых метрик, которые нужно отслеживать вашей компании. Например, увеличение времени обработки заказов, вероятно, будет отражено в ваших отчетах, но руководители могут легко пропустить это. Однако панель мониторинга может привлечь к этому внимание с помощью соответствующей диаграммы, цвета, форматирования или даже всплывающего оповещения или сообщения.

Панели мониторинга могут помочь руководителям отслеживать важные аспекты меняющегося бизнеса, не требуя детального изучения данных.



Бизнес-аналитика

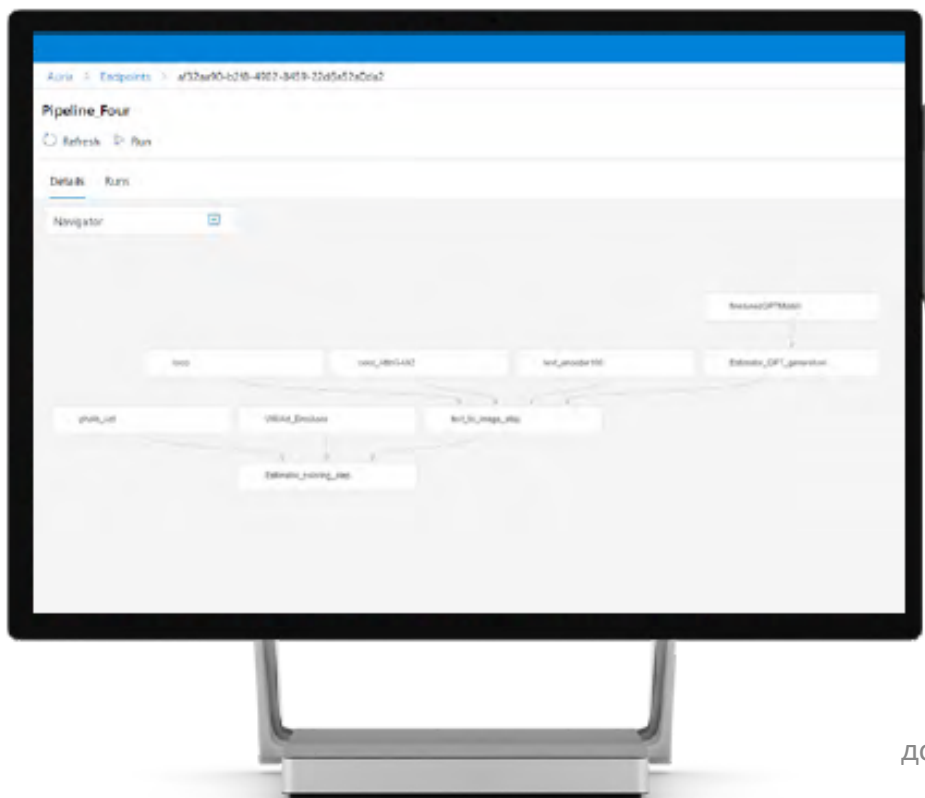
Важная точка данных на панели мониторинга сигнализирует о необходимости дальнейшего изучения данных. Руководителям, возможно, придется углубиться в информацию или расширить представление, чтобы провести сравнение между подразделениями или географическими регионами. Панели мониторинга могут помочь в этом, но они лучше подходят для реагирования на события, которые прогнозируются и могут быть запланированы.

Руководители начали понимать, как редко они напрямую взаимодействовали с данными, на которых основан их бизнес. Инструменты бизнес-аналитики с поддержкой самообслуживания, такие как Power BI, могут дать руководителям возможность выполнить по крайней мере часть анализа самостоятельно.



Дополненный интеллект

Даже с инструментами самообслуживания нельзя ожидать, что руководители станут экспертами-аналитиками в одночасье. Однако существуют способы помочь им набраться опыта. Один из подходов называется дополненным интеллектом. Такой тип аналитики не заменяет личный анализ, но дополненный интеллект может расширить человеческие возможности ваших сотрудников, чтобы они могли делать открытия, исследовать данные и делиться результатами. Power BI — пионер применения дополненного интеллекта в бизнес-аналитике. Пользователи могут анализировать первопричину с помощью интеллектуальных визуализаций или запрашивать данные на естественном языке.



Машинное обучение

Люди и машинный интеллект преуспевают в совершенно разных задачах. Машинное обучение может работать в больших масштабах и на высокой скорости, что делает его мощным инструментом для анализа сложных процессов, в то время как люди живут интуитивно и испытывают эмпатию, развивая способность понимать сложные проблемы. Инструменты анализа данных могут показать, как COVID-19 влияет на цепочки поставок, производство и продажи, но человеческое понимание при работе с теми же данными, позволяет соединить, казалось бы, не связанные друг с другом факторы. Ваша компания может узнать, как настроения рынка, моральный дух сотрудников и проблемы удаленной работы повлияют на вас, что поможет вам адекватно отреагировать.

Еще одна инновационная технология **автоматизированное машинное обучение**, с помощью которого искусственный интеллект может помогать специалистам по обработке данных и бизнес-пользователям, автоматически создавая сложные аналитические модели. Для многих компаний (особенно тех, у которых нет выделенной команды специалистов) эта технология станет важным первым шагом на пути к интеллектуальному анализу данных.

Обработка и анализ данных

Обработка и анализ данных позволяет автоматизировать извлечение аналитических сведений с глубиной и масштабом, недоступным человеку. Раньше продвинутая аналитика была в сфере интереса только крупных предприятий, но сегодня даже малому бизнесу необходимо масштабируемая аналитика присутствия в Интернете, платформ электронной коммерции и взаимодействия в социальных сетях.

Обработка и анализ данных отличаются от бизнес-аналитики несколькими важными аспектами. Например, специалист по обработке данных в основном занимается проведением экспериментов, чтобы узнать, какие открытия можно сделать с помощью данных. Если эксперименты дают интересные результаты — возможно, способ прогнозирования успешных продуктов или выявления мошеннических схем, — специалисты могут просто представить свои выводы. Но чаще они будут размещать экспериментальную модель в производственной среде, в которой правила, выявленные в ходе экспериментов, будут применяться к миллионам новых транзакций, продуктов, клиентов и других источников данных в реальном времени.

Другое существенное отличие заключается в том, что специалисты по обработке данных, как правило, работают с необработанными данными, которые не были очищены и преобразованы для бизнес-потребностей. Например, панель мониторинга продаж, вероятно, содержит данные, которые были интегрированы и консолидированы из нескольких источников, при этом дублирующиеся или потерянные транзакции удалены. Однако специалист по обработке данных может быть заинтересован в необработанных данных, чтобы найти закономерности и создать процессы для повышения эффективности продаж в будущем.

доцент Сахнюк П.А.

Обработка и анализ данных



Озеро данных

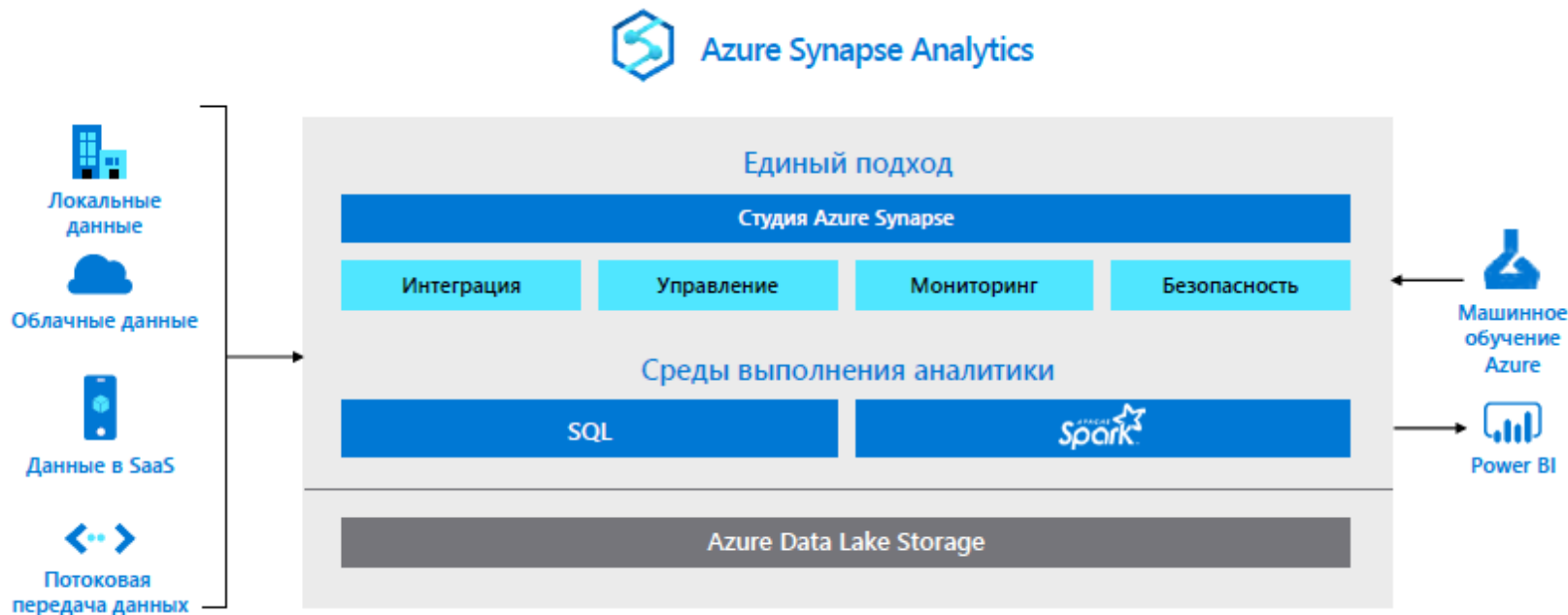
Бизнес-аналитика



Хранилище данных



Объедините разделенные миры с помощью единого аналитического сервиса



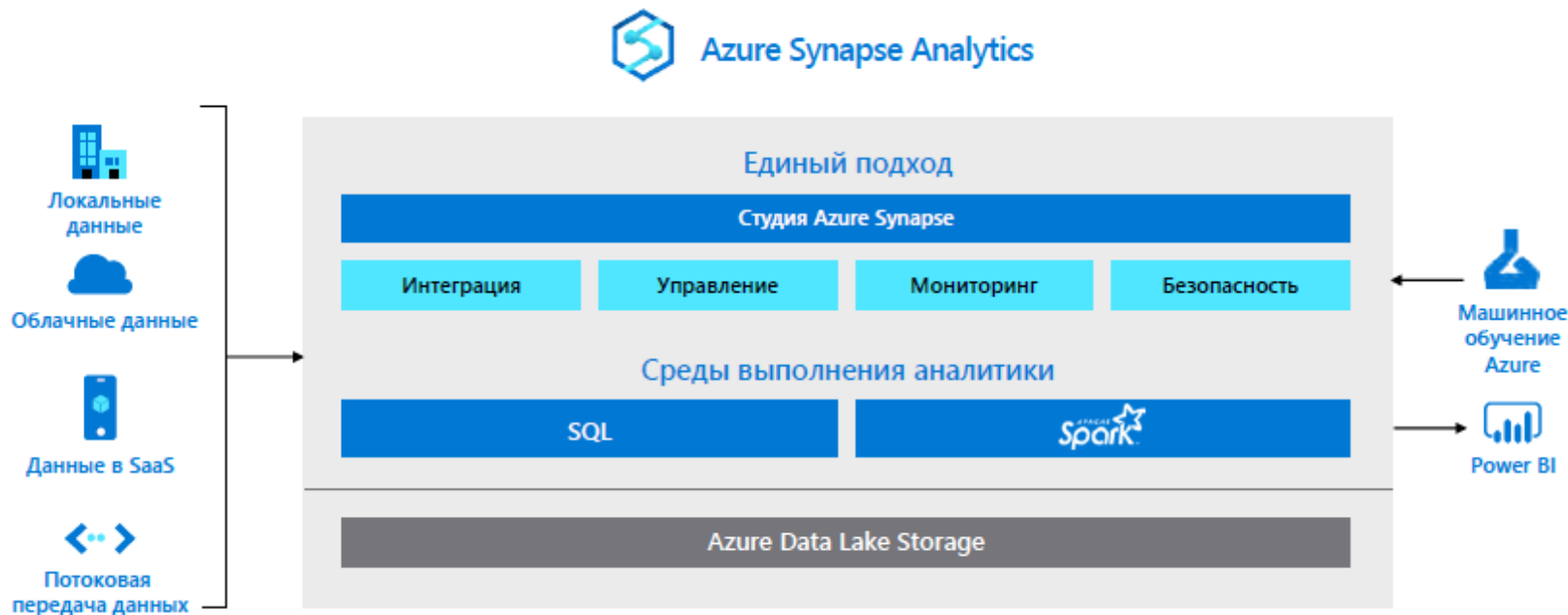
Инновации и аналитика

Одно дело — выполнять анализ лучше, чем раньше, и совсем другое дело — выполнять анализ по-новому.

Независимо от того, используется ли естественный язык, дополненный интеллект или автоматизированное машинное обучение, решения Azure Synapse и Power BI позволяют новому сообществу бизнес-пользователей исследовать данные с высоким уровнем безопасности и надежным управлением.

В современной компании инновации являются, скорее, результатом сотрудничества разнообразной команды, а не работы одинокого гения в лаборатории. Для эффективной совместной работы в разнообразной команде необходимо поддерживать множество различных пользователей и сценариев использования с согласованными, эффективно управляемыми данными. Например, специалисты по обработке данных, как правило, пишут сценарии в Python или Scala, а разработчики баз данных работают в SQL. Пользователи бизнес-аналитики применяют DAX-выражения Power BI и Excel.

Интеграция, защита и доставка всех аналитических ресурсов в облаке при глобальной поддержке позволяет распределенным командам синхронно или асинхронно сотрудничать по сложным и крупномасштабным проблемам. Благодаря интеграции Microsoft Teams все важные разговоры, потоки рабочих групп и трансляции собраний происходят в одном месте на основе ваших данных.



Инновации и аналитика

Одно дело — выполнять анализ лучше, чем раньше, и совсем другое дело — выполнять анализ по-новому.

Независимо от того, используется ли естественный язык, дополненный интеллект или автоматизированное машинное обучение, решения Azure Synapse и Power BI позволяют новому сообществу бизнес-пользователей исследовать данные с высоким уровнем безопасности и надежным управлением.

В современной компании инновации являются, скорее, результатом сотрудничества разнообразной команды, а не работы одинокого гения в лаборатории. Для эффективной совместной работы в разнообразной команде необходимо поддерживать множество различных пользователей и сценариев использования с согласованными, эффективно управляемыми данными. Например, специалисты по обработке данных, как правило, пишут сценарии в Python или Scala, а разработчики баз данных работают в SQL. Пользователи бизнес-аналитики применяют DAX-выражения Power BI и Excel.

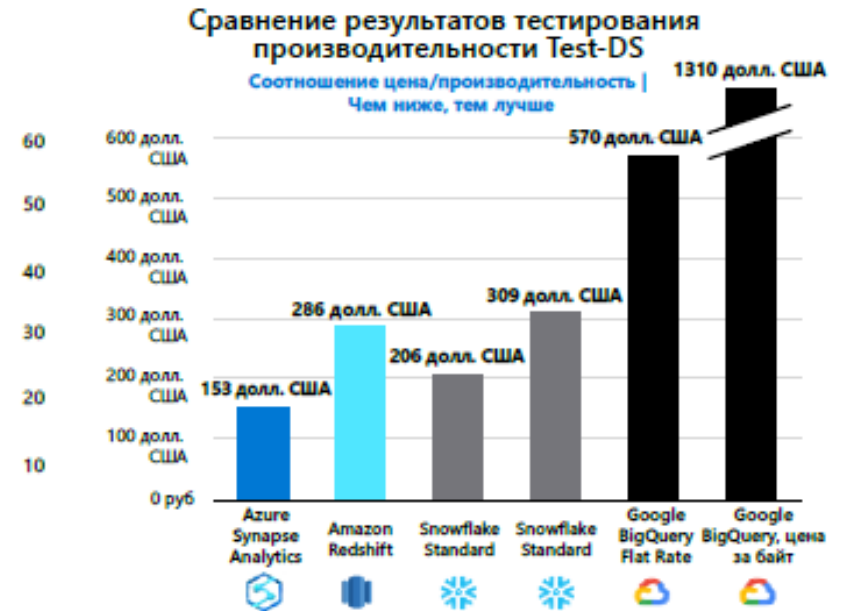
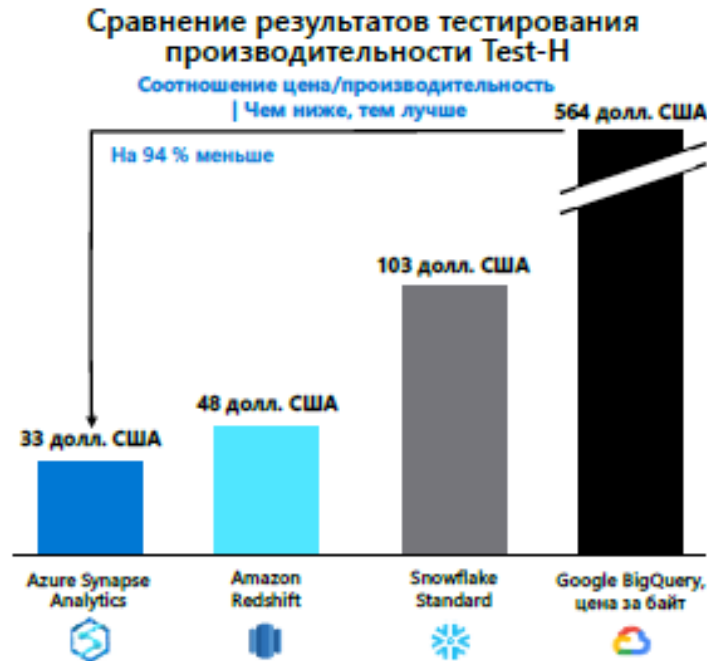
Интеграция, защита и доставка всех аналитических ресурсов в облаке при глобальной поддержке позволяет распределенным командам синхронно или асинхронно сотрудничать по сложным и крупномасштабным проблемам. Благодаря интеграции Microsoft Teams все важные разговоры, потоки рабочих групп и трансляции собраний происходят в одном месте на основе ваших данных.

Экономия

По мере адаптации к новым способам работы затраты могут быть главным приоритетом. Azure Synapse предлагает неограниченную аналитику с ограниченным бюджетом, что позволяет вам экономить. Хранилище, вычислительная мощность и необходимые ресурсы легко доступны при добавлении данных, проведении сложного анализа и создании организации, ориентированной на бизнес-аналитику. Сокращение затрат согласно исследованию GigaOm, Azure Synapse демонстрирует лучшее соотношение цены и производительности на рынке. Возможно, что еще более важно, архитектура не налагает новых затрат, если вам нужно реагировать на неожиданные сценарии, такие как COVID-19. Независимо от того, выполняете ли вы масштабные запросы к хранилищу данных с помощью SQL, проводите эксперименты по анализу данных с Apache Spark или реализуете сложную интеграцию и оркестровку данных, Azure Synapse позволяет отслеживать и контролировать используемые ресурсы. Архитектура масштабирует все эти действия на общих наборах данных, но вы не столкнетесь с финансовыми или операционными издержками из-за добавления новых кластеров.

Преимущества для вашей команды

Эти передовые технологии могут казаться сложными, но на самом деле в вашей организации почти наверняка есть сотрудники, которые уже сейчас могут использовать Azure Synapse. Специалисты по обработке данных найдут среду Apache Spark не только привычной, но невероятно продуктивной. Пользователям бизнес-аналитики придется по вкусу полная интеграция с Power BI. Администраторы SQL оценят по достоинству встроенные функции управления в Azure Synapse. Наконец, система безопасности глубоко интегрирована с Azure Active Directory и функциями управления сетью. Управляйте своими расходами и экономьте деньги благодаря гибкости Azure Synapse.



* GigaOm Analytics Field Test-H Benchmark Report («Отчет об аналитическом полевом тесте производительности Test-H, проведенном компанией GigaOm»), январь 2019 г.; GigaOm Analytics Field Test-DS Benchmark Report («Отчет об аналитическом полевом тесте производительности Test-DS, проведенном компанией GigaOm»), апрель 2019 г.

Маркетинговая аналитика (комплексное представление клиентов)

Представьте крупную международную компанию розничной торговли Contoso, у которой есть магазины по всему миру. Она продает потребительские товары, электронику и предметы личной гигиены в обычных магазинах и в Интернете (через мобильное приложение и веб-сайт). Компания Contoso начала использовать Azure Synapse Analytics для создания комплексного представления о клиентах и стремится применять Azure Synapse в качестве современной платформы данных для повышения качества обслуживания клиентов и увеличения прибыли.

Бизнес-задачи и требования

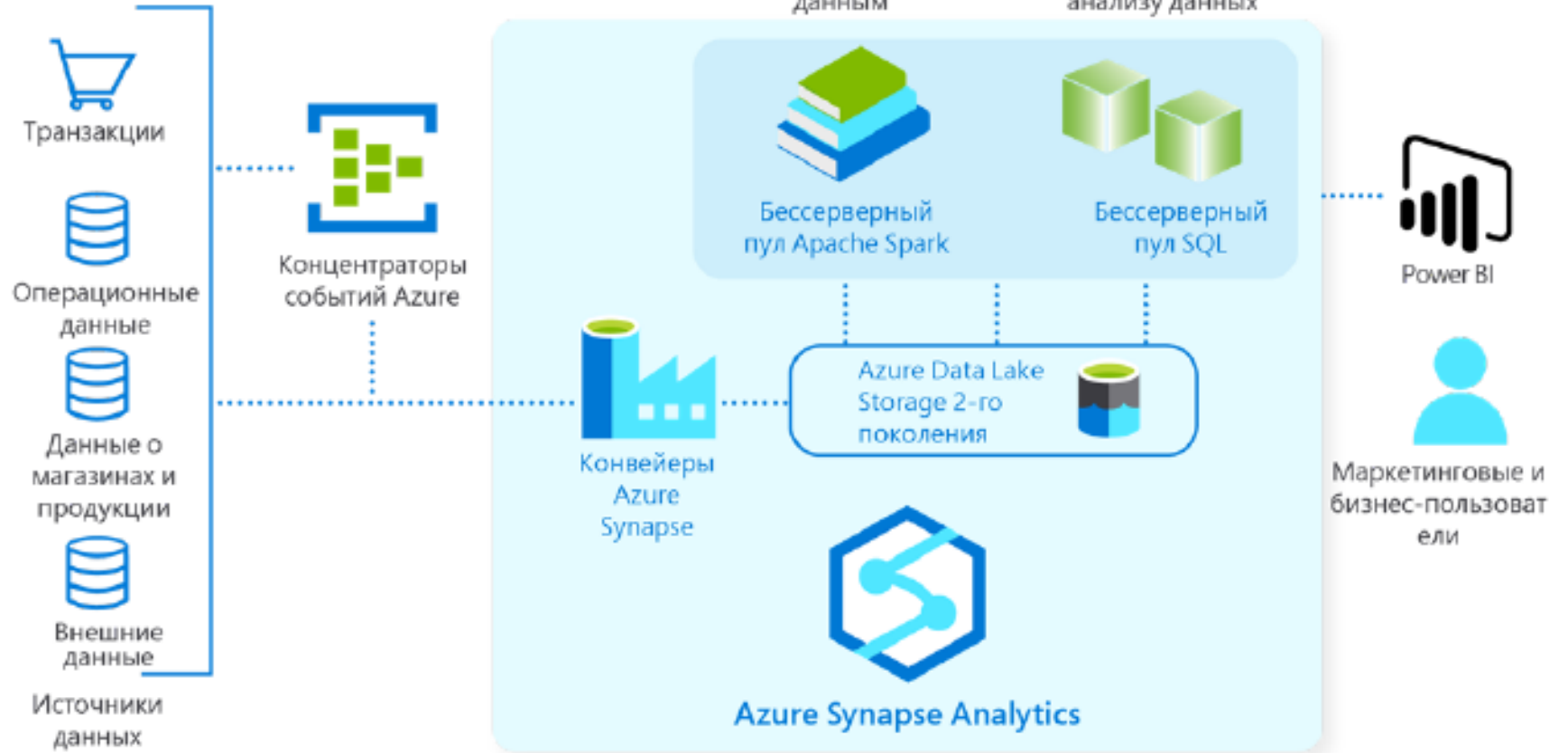
- Contoso хранит множество различных наборов данных в разрозненных системах. Данные о клиентах поступают отовсюду — это звонки в службу поддержки клиентов, посещения веб-сайтов, покупки в интернет- и физических магазинах, а также использование мобильных приложений. Это лишь небольшое количество каналов, которые генерируют большие объемы данных каждую минуту для Contoso.
- Объем данных, а также различные структуры и форматы сделали практически невозможным обработку в предыдущем локальном хранилище данных. Кроме того, данные поступают из многих источников, корреляция которых друг с другом может быть неочевидной. Как сравнить данные об использовании веб-сайта и покупках клиентов со сведениями о погоде и уровнях запасов? Это сложнейшая задача — нужно не только принять эти различные наборы данных, но и очистить их, а также создать корреляции. Это очень трудно — по сути, необходимо создать идентификаторы присоединения там, где их может не быть.
- Компания Contoso внедрила Azure Synapse, чтобы объединить все эти данные, реализовать совместное и своевременное обнаружение данных и обработку данных.

доцент Сахнюк П.А.



Обзор решения

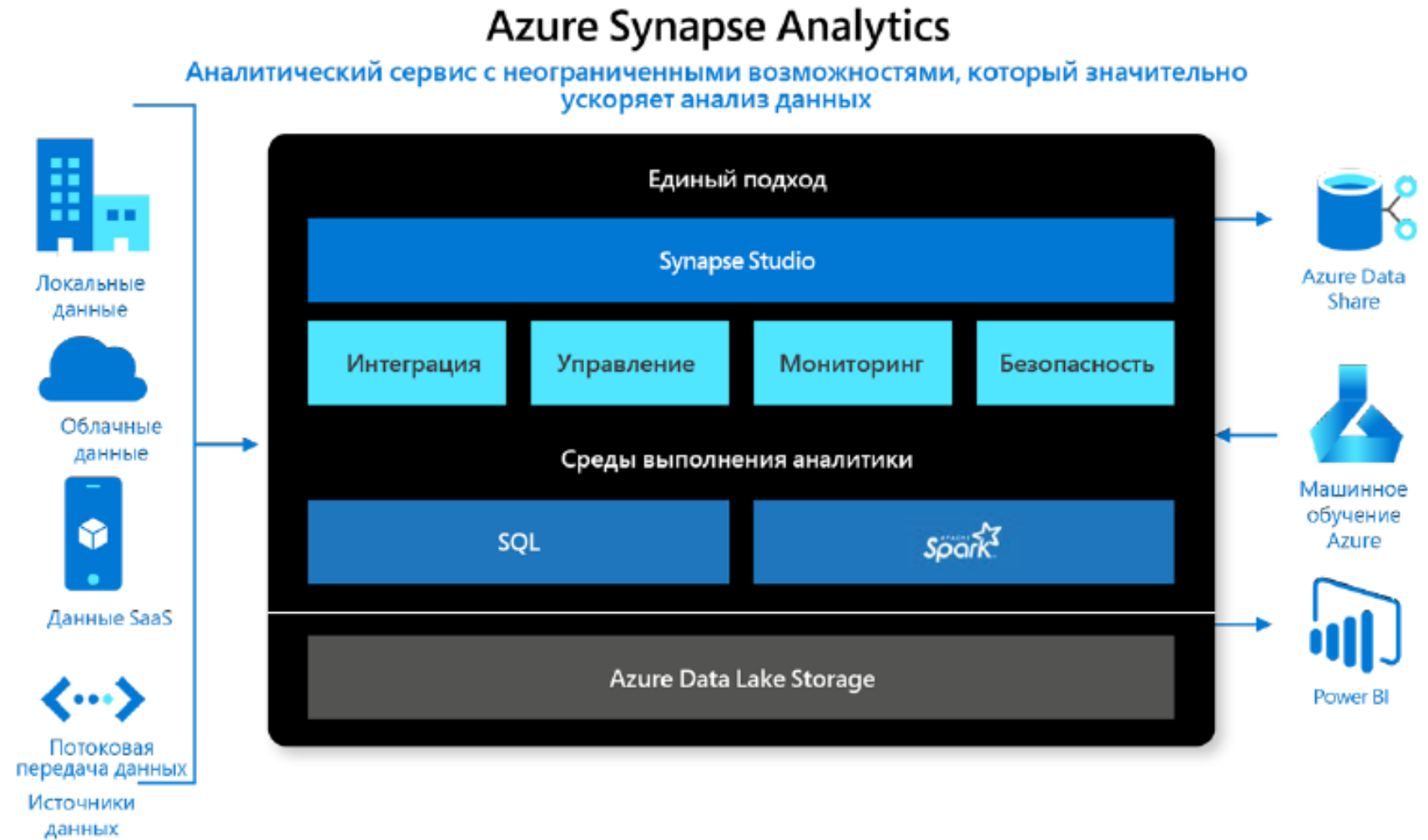
Сервис Azure Synapse лежит в основе архитектуры решения для обработки данных Contoso. На рисунке показан общий проект решения: Contoso использует конвейеры Azure Synapse для простого и быстрого получения данных из различных источников в Azure Data Lake Storage Gen2. Компания также использует концентраторы событий Azure для извлечения неструктурированных данных, таких как каналы социальных сетей, датчики Интернета вещей и потоки данных о кликах. Все эти данные хранятся в Azure Data Lake Storage Gen2.



Используя унифицированную аналитику Azure Synapse, аналитики данных теперь могут начать изучение данных немедленно, не перемещая их и не преобразовывая их в другие форматы. Инженеры по обработке данных Contoso теперь могут использовать конвейеры данных Azure Synapse без кода либо могут писать свой код с помощью блокнотов Jupyter в бессерверных пулах Apache Spark для курирования, корреляции и преобразования данных для создания готовых к потреблению наборов данных. Затем они передаются в Power BI для интерактивной визуализации и создания отчетов.

Результат

С помощью Azure Synapse Analytics компания Contoso объединила данные, разработчиков и бизнес-пользователей ранее невозможным способом. Сервис Azure Synapse упростил прием и обработку данных, а также позволил Contoso использовать централизованное хранилище всех операционных и хронологических данных, которое можно обновлять практически в режиме реального времени.



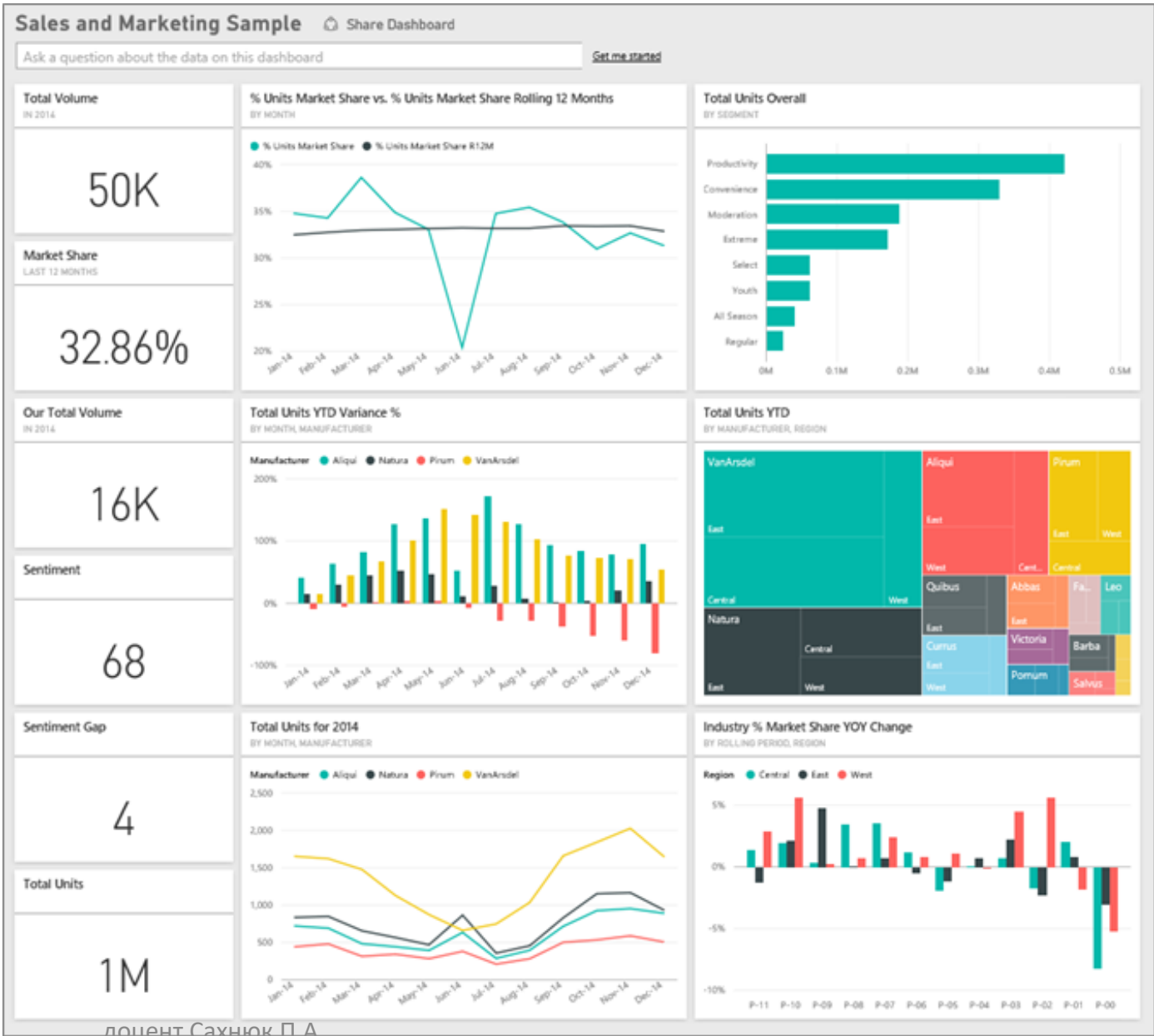
Azure Synapse также упростил изучение и обнаружение данных Contoso без необходимости их преобразования из одного формата в другой и перемещения в другие системы. Это позволяет аналитикам данных экспериментировать с различными наборами данных, сопоставлять и соотносить их для получения тщательно отобранных данных, готовых к использованию.

доцент Сахнюк П.А.

Пример "Продажи и маркетинг" для Power BI: Узнайте о возможностях

Эта панель мониторинга была создана руководителем отдела маркетинга VanArsdel для отслеживания доли рынка, объема продукции, продаж и потребительских мнений.

У VanArsdel много конкурентов, однако компания является лидером рынка в отрасли. Руководитель отдела маркетинга хочет увеличить долю рынка и найти новые возможности для получения прибыли. Но по неизвестным причинам рыночная доля компании начала уменьшаться, существенно сократившись в июне.



Какие данные отображаются на информационной панели?

Начнем обзор с информационной панели и посмотрим на плитки, закрепленные руководителем. Мы видим сведения о доле на рынке, продажах и мнениях. Данные разбиты по региону, времени и конкуренции.

Цифры на плитках в левом столбце демонстрируют объем продаж в отрасли за прошлый год (50 000), долю на рынке (32,86 %), объем продаж (16 000), показатель мнений (68), спад мнений (4) и общее число проданных единиц (1 млн).

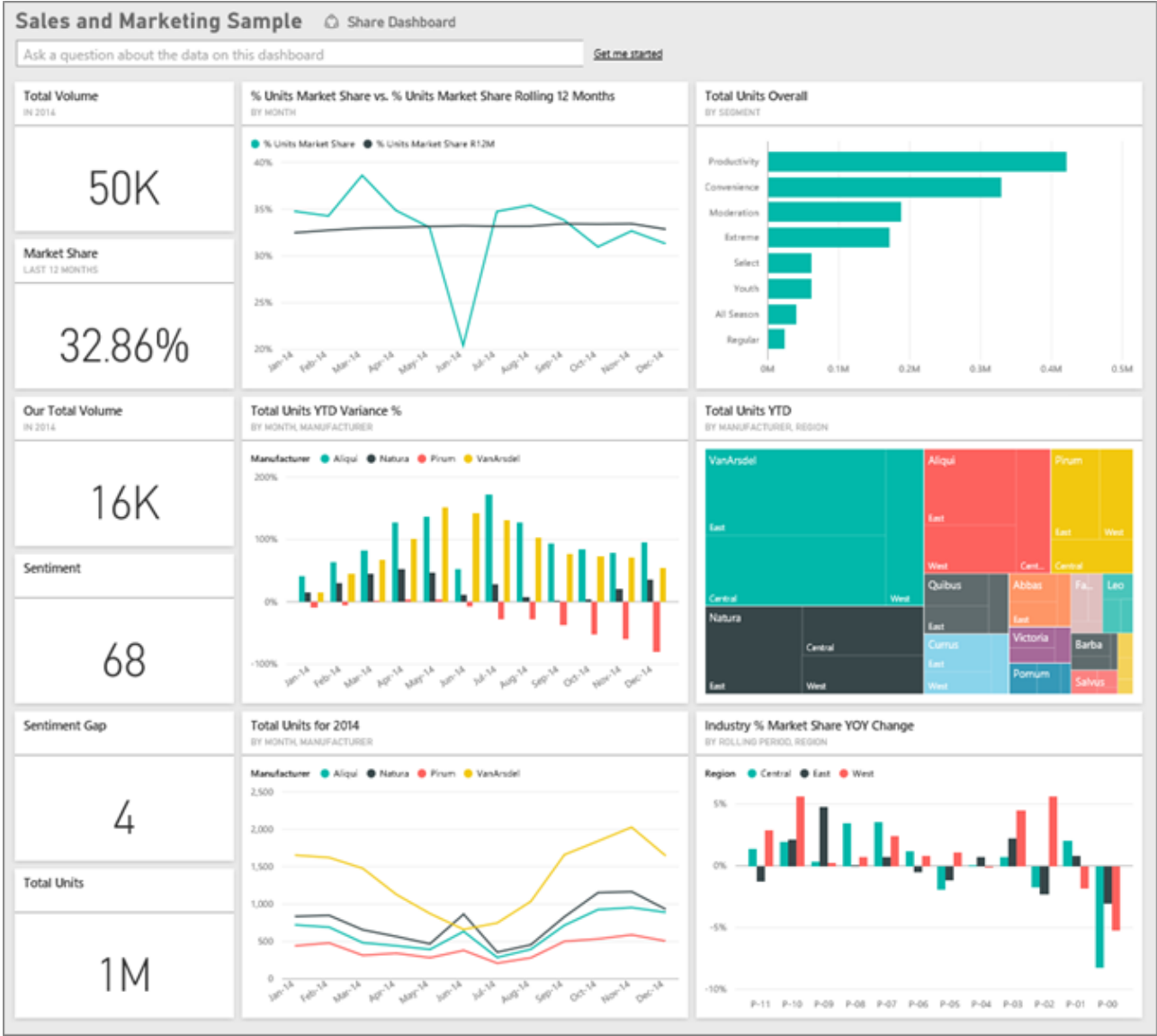
На верхнем графике (доля рынка единиц в процентах против доли рынка единиц в процентах за скользящий год) показано изменение доли рынка с течением времени. Обратите внимание на большой спад в июне. Начинает останавливаться незначительный рост нашей доли рынка за скользящий год (R12M).

Как видно в среднем столбце диаграммы, самым крупным конкурентом компании является Aliqui (Общее отклонение с начала года в %).

Большая часть бизнеса ведется в восточном и центральном регионах.

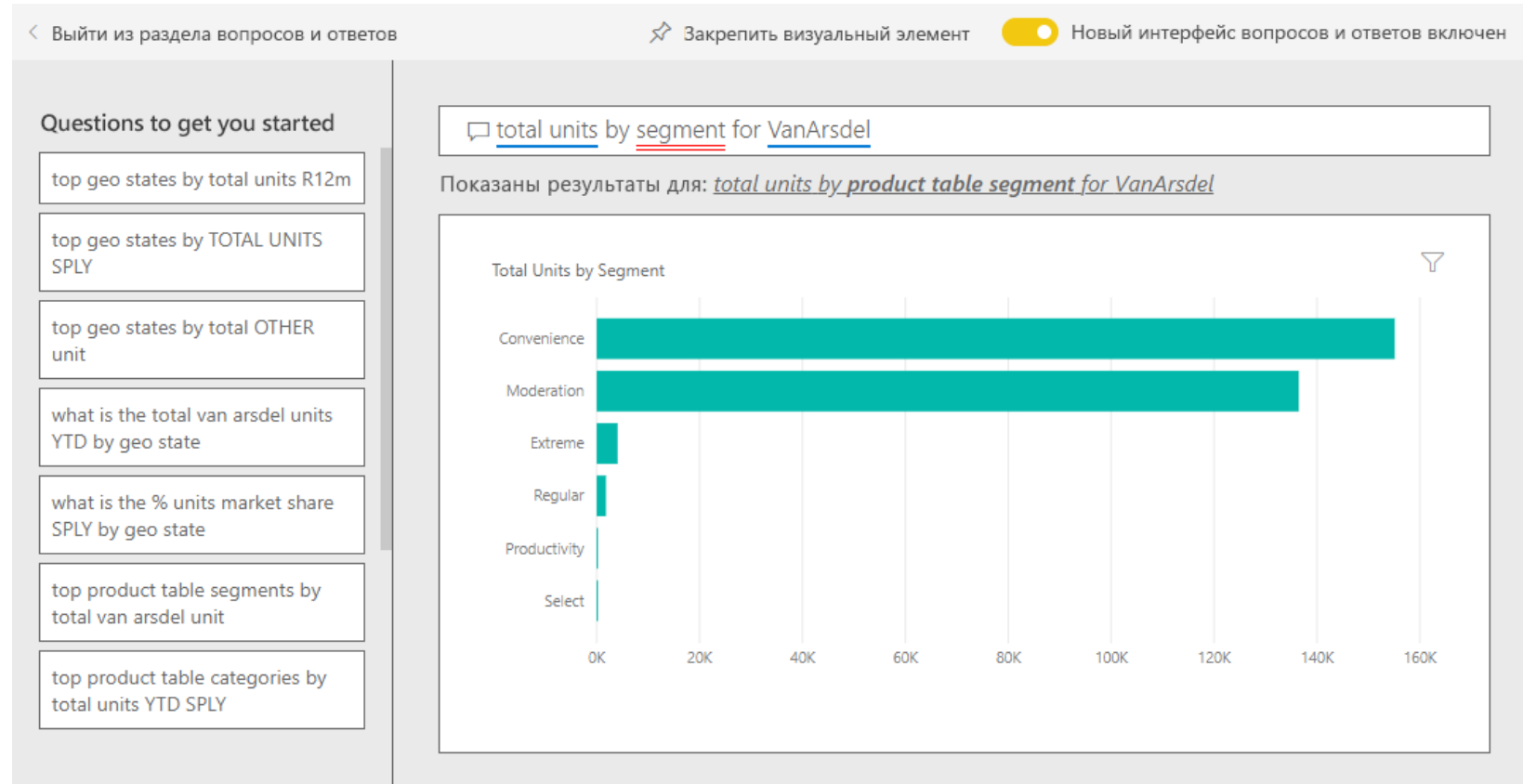
График в нижней части (Всего единиц в 2014) показывает, что снижение в июне не является сезонным, так как подобная тенденция не наблюдается ни у одного из конкурентов.

На плитках Всего единиц и Общее количество единиц с начала года отображается количество проданного товара по сегменту и региону или производителю. Самыми крупными отраслевыми сегментами рынка являются Производительность и Удобства.



Использование вопросов и ответов для более подробного изучения ситуации

С помощью функции вопросов и ответов вы можете получить дополнительные сведения из данных.

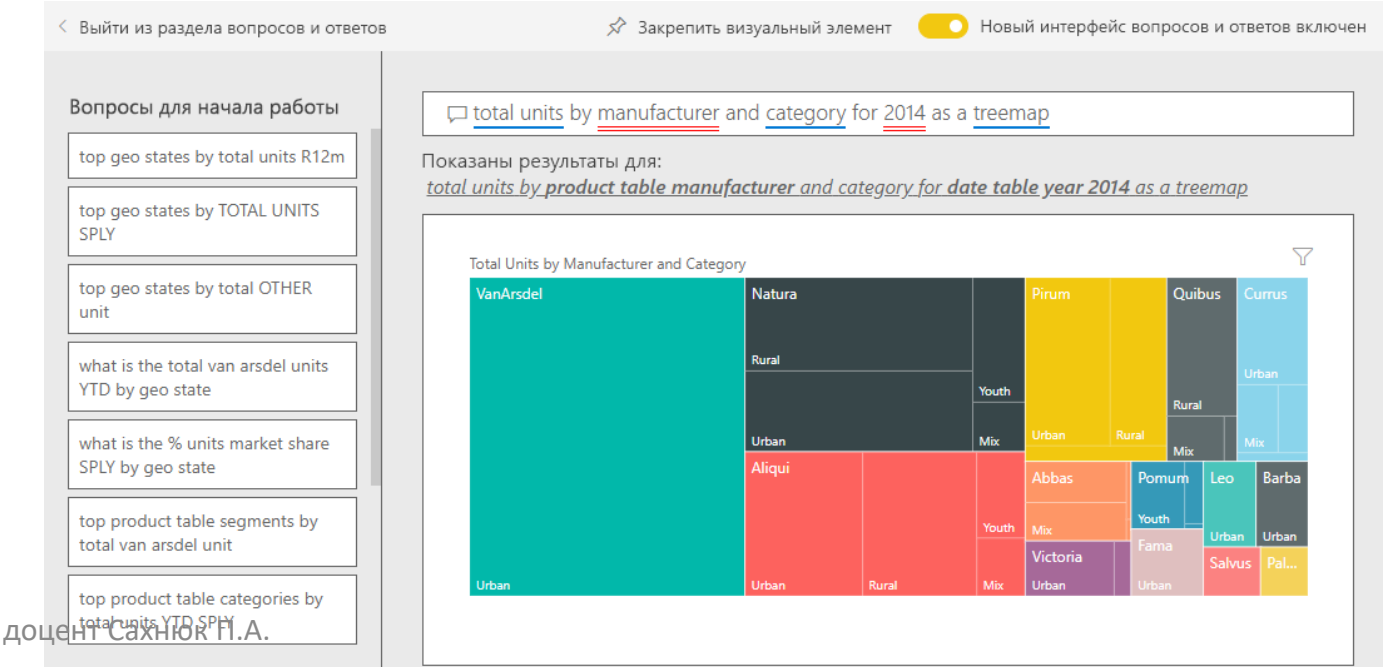
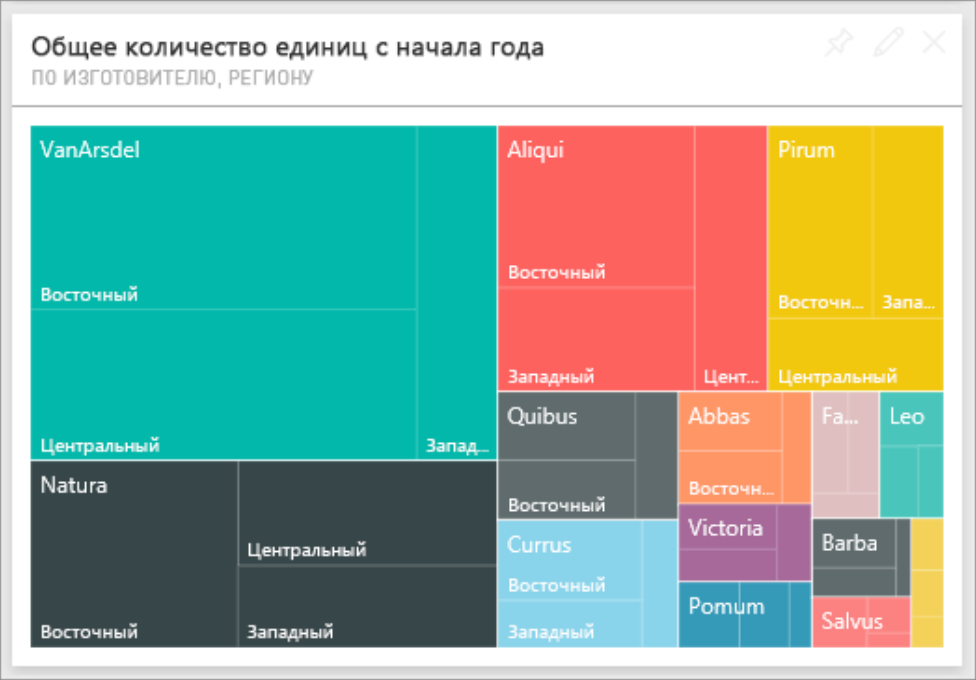


Какие сегменты способствуют увеличению продаж? Соответствуют ли они отраслевой тенденции?

1. Выберите плитку Общее количество единиц по сегментам, после чего откроется поле вопросов и ответов, где указан запрос общее количество единиц по сегментам.
2. В конце существующего запроса добавьте для VanArsdel. Вопрос будет интерпретирован и будет отображена диаграмма, обновленная согласно ответу.
3. Доля в категориях Умеренность и Удобство высока — это сегменты, в которых мы конкурируем.
4. Вернитесь на панель мониторинга, выбрав пример Продажи и маркетинг — пример в области навигации сверху.

Что собой представляет доля общего количества единиц на рынке для категории (по сравнению с регионом)?

- 1. Посмотрите на плитку Общее количество единиц с начала года по производителю, региону. Какова доля общего числа единиц на рынке по категории?
- 2. В поле вопроса сверху панели мониторинга введите запрос на вывод общего числа единиц по производителю и категории в 2014 году в виде диаграммы "дерево". Обратите внимание на обновление визуализации по мере ввода вопроса.
- 3. Чтобы сравнить результаты, закрепите диаграмму на информационной панели. Обратите внимание на этот интересный факт: в 2014 году компания VanArsdel продавала только продукцию в категории Городской стиль.
- 4. Вернитесь на панель мониторинга.

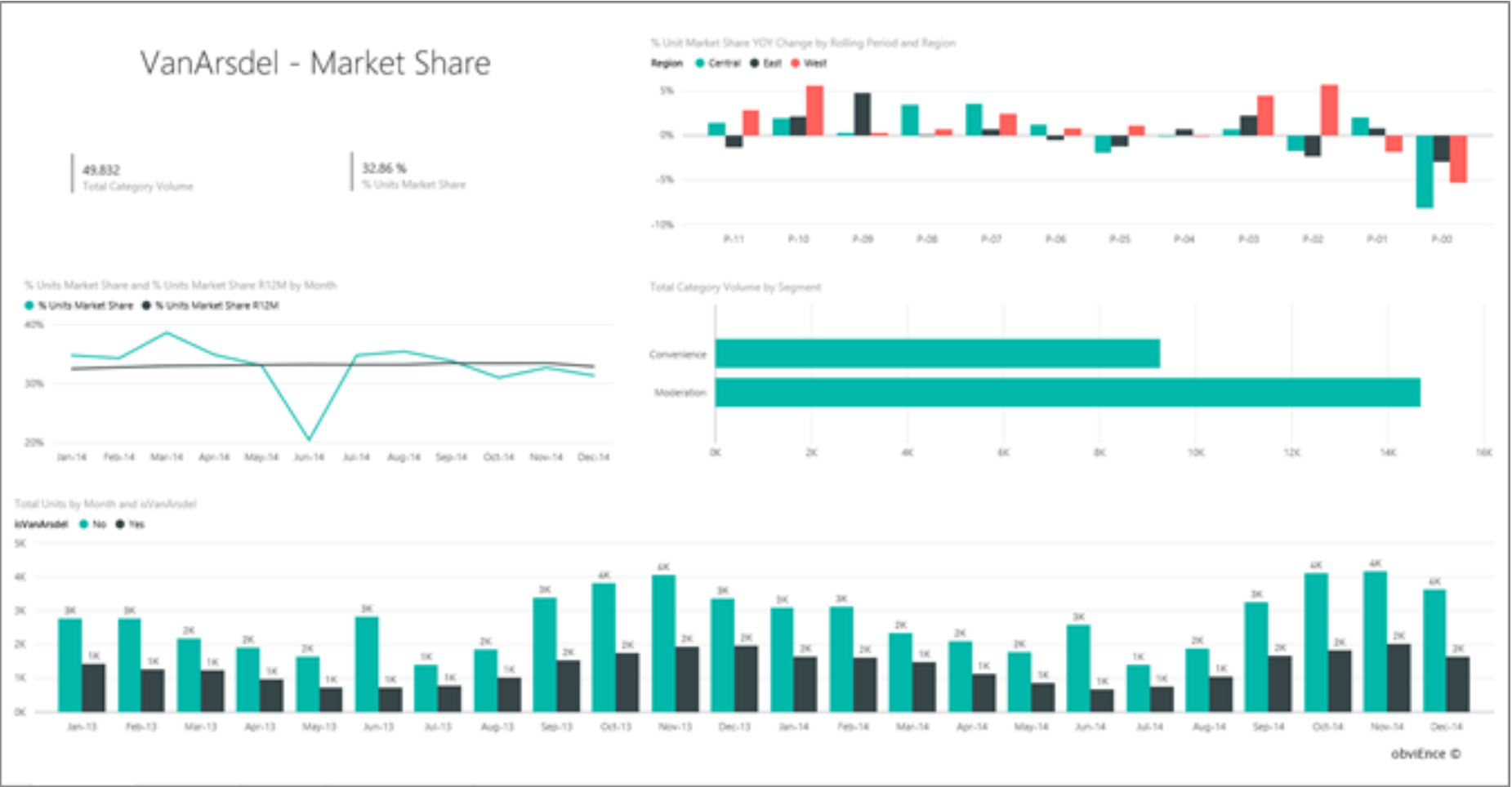


Отчет "Продажи и маркетинг – пример"

Панели мониторинга также являются точками входа в отчеты. Если плитка была создана из базового отчета, после ее выбора открывается отчет.

На панели мониторинга в строке доли рынка единиц в процентах за скользящий год диаграммы с долей рынка единиц в процентах против доли рынка единиц в процентах за скользящий год указано, что доля рынка больше не увеличивается с течением времени. Она даже немного снижается. С чем связано значительное сокращение доли рынка в июне?

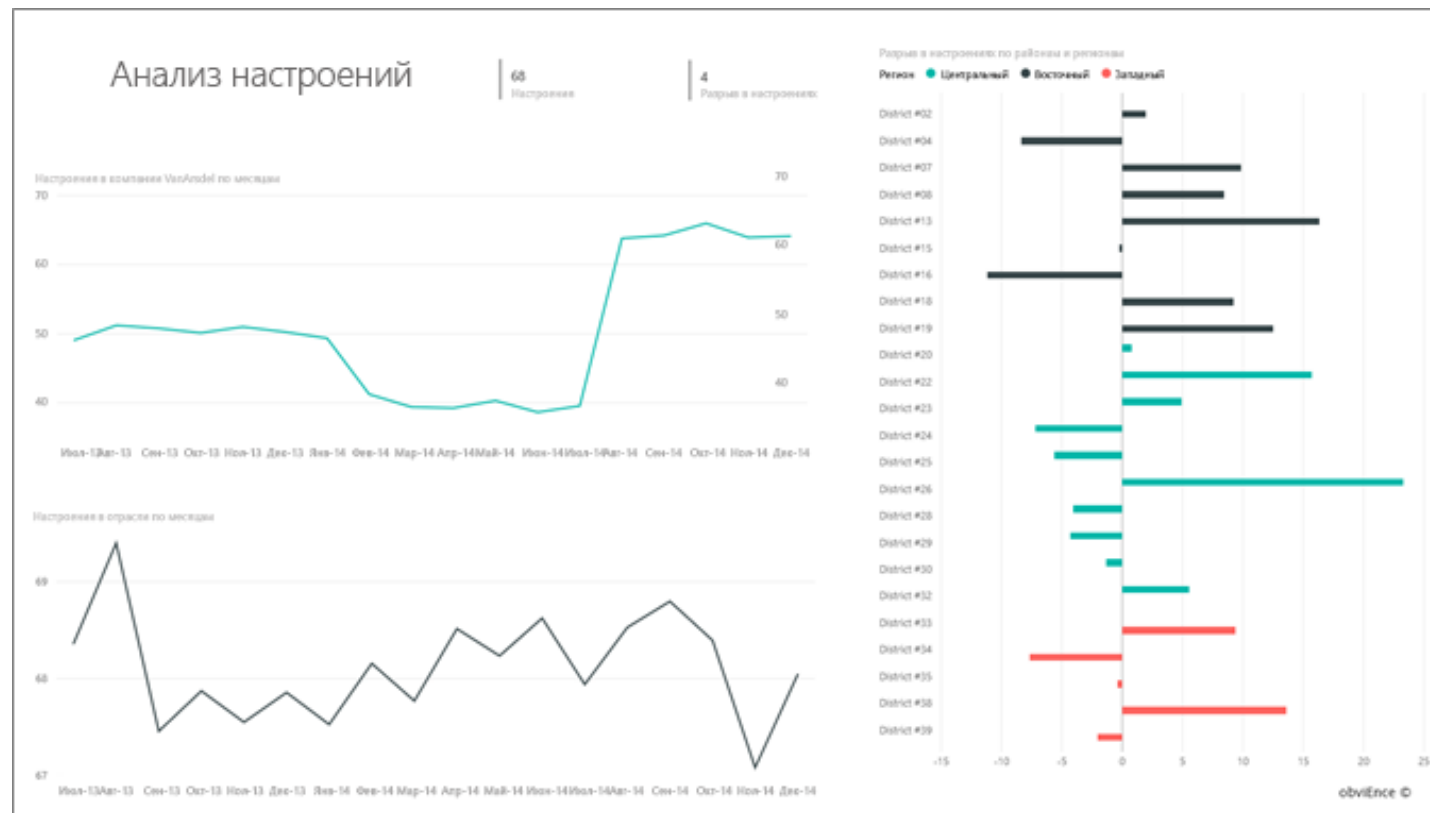
Отчет "Продажи и маркетинг – пример" содержит четыре страницы.



Страница “Анализ тональности”

На этой странице отчета рассматриваются мнения потребителей.

Твиты, сообщения в Facebook, блоги и статьи оказывают влияние на формирование мнений у потребителей, как показано на двух графиках в левой части страницы. На графике Настроения в компании VanArsdel по месяцам в левом верхнем углу видно, что мнения по нашим продуктам были в основном нейтральными вплоть до февраля. С февраля началось значительное снижение, которое длилось до июня. Что послужило причиной спада положительных отзывов?



Давайте обратимся к внешним источникам. В феврале появилось несколько статей и записей блогов, в которых качество обслуживания клиентов в VanArsdel характеризовалось как худшее в отрасли. Эти негативные отзывы в прессе были напрямую связаны с мнениями клиентов и объемом продаж. Компания VanArsdel приложила максимум усилий, чтобы улучшить обслуживание клиентов, и отрасль учла это. В июле количество положительных отзывов стало расти и достигло рекордно высокого уровня в 60. Этот всплеск отражен на диаграммах. Общее количество единиц по месяцам на первой и второй страницах отчета. Возможно, это частично объясняет сокращение доли на рынке в июне?

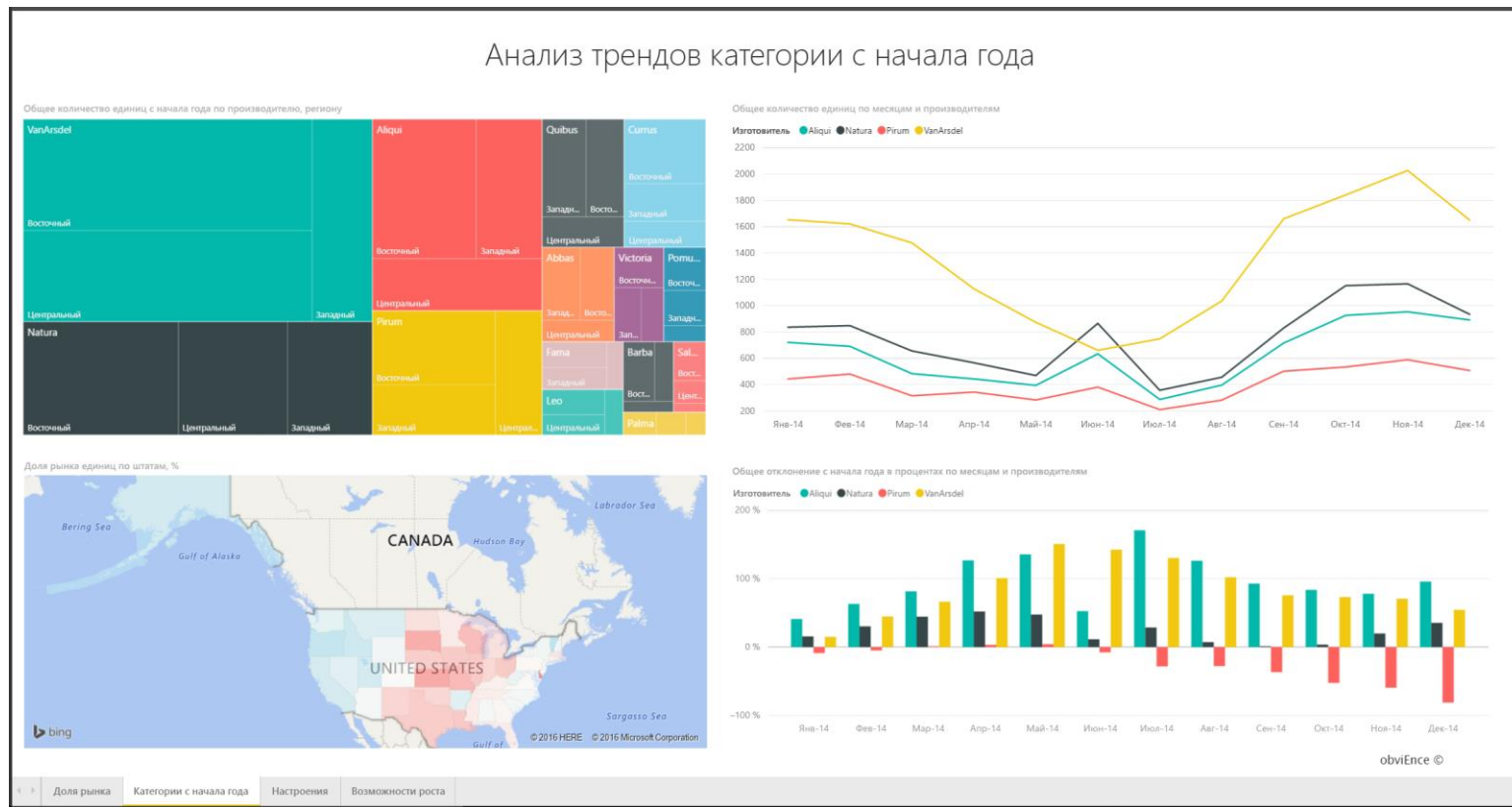
Следующим направлением для изучения будет разрыв или спад во мнениях. В каких районах наблюдается наибольший спад, каким образом из этого можно извлечь выгоду и как воспроизвести это в других районах?

Страница "Анализ трендов категории с начала года"

Эта страница отчета посвящена тенденции по категории с начала года.

VanArsdel является самой крупной из всех компаний в этой категории. Ее основными конкурентами выступают Natura, Aliqui и Pirium. Рассмотрим их подробнее.

Компания Aliqui увеличивает рост прибыли, но показатель объема продуктов по сравнению с нашим по-прежнему остается низким.



На диаграмме-дереве компания VanArsdel показана зеленым цветом. В восточном регионе клиенты предпочитают наших конкурентов, а вот в центральном регионе дела у нас идут хорошо. В восточном регионе наша доля минимальна.

География оказывает влияние на количество проданных единиц. Восточный регион является основным для большинства производителей, и VanArsdel также прочно присутствует в центральном регионе.

На диаграмме Общее отклонение с начала года в процентах по месяцам и производителям в правой нижней части присутствует положительное отклонение, и это хороший знак. В этом году дела идут лучше, чем в прошлом, однако то же самое можно сказать и о нашем конкуренте Aliqui

Страница "Возможности роста"

Четвертая страница отчета посвящена конкурентному анализу продуктов.

Обратите внимание на следующие сведения:

- ❑ В левой нижней части на диаграмме Общее количество единиц по сегментам показаны все сегменты категории, за исключением двух самых сильных сегментов VanArsdel. По очереди выберите каждый из сегментов, чтобы определить потенциальные направления расширения для VanArsdel.

- ❑ Обратите внимание, что сегменты Экстремальный стиль и Производительность растут быстрее других. Но мы не конкурируем в этих сегментах. Чтобы охватить их, с помощью имеющихся данных можно узнать, какие сегменты популярны в определенных регионах. Мы можем продолжить изучение вопросов, касающихся самого быстро развивающегося региона и основного конкурента в этом сегменте.

- ❑ Помните сокращение доли рынка в июне? Июнь является значимым месяцем для сегмента Производительность, в котором мы не конкурируем. Это может объяснить сокращение доли рынка в июне.

С помощью фильтрации визуализаций по VanArsdel, по сегменту, по месяцу и по региону можно выявить возможности роста для VanArsdel.

