

Кейс 2

<h3>1. Пользователи и контекст</h3> <p>Наше подразделение занимается анализом клиентского восприятия брендов и эффективности ассортимента на маркетплейсе.</p> <p>Мы продаем товары в сфере красоты — косметику, уходовые средства, аксессуары. Я, как менеджер по работе с маркетплейсом, отслеживаю удовлетворенность покупателей, оптимизирую карточки товаров и поддерживаю рост продаж.</p> <p>Мы фокусируемся на брендах нашей группы компаний, анализируя отзывы, рейтинги и продажи, чтобы привлекать больше доходов.</p>	<h3>2. Понимание задачи</h3> <p><u>Зачем нужен дашборд?</u> Дашборд нужен для единого удобного просмотра ключевых метрик удовлетворенности в динамике — без ручного сбора данных из таблиц Products и Dynamic. Сейчас мы тратим часы на эксель и полуавтоматические выгрузки, что замедляет анализ. Он заменит это, позволив быстро отслеживать индекс удовлетворенности (>80%), рейтинги (>4.3), продажи и отзывы по брендам, категориям и SKU</p> <p><u>Как помогает бизнесу?</u> Он ускорит выявление проблем: слабые бренды (Порог<80%), товары с низким рейтингом или малым числом отзывов, влияние визуала (фото/видео). Это поддержит рост продаж через оптимизацию карточек, акции, исключение неудачных SKU и ввод новинок. В итоге — больше доходов от маркетплейса, выше лояльность покупателей в сфере красоты. Ежемесячные встречи и отчеты CPO станут эффективнее.</p> <p><u>Как работает подразделение?</u> Мы анализируем восприятие брендов и ассортимент: мониторим метрики, оптимизируем карточки (описания, фото >5, видео), поощряем отзывы, запускаем скидки. При падении показателей разбираем отзывы — если вина в презентации, тестируем А/В; если в качестве — лабораторные проверки. Исключаем слабые товары, следуем трендам. Команда: аналитики маркетплейса, категорийные менеджеры.</p> <p><u>Как поймем, что цель достигнута?</u> Дашборд успешен, если:</p> <ul style="list-style-type: none">• Сокращает время на анализ с часов до минут (опросим тестеров).• Индекс удовлетворенности брендов стабильно >80%, продажи растут на 10–15% за квартал.• На встречах выявляем и решаем 80% проблем (слабые SKU, низкие отзывы) быстрее.• CPO и менеджеры подтверждают удобство (NPS >8 от пользователей).• Отслеживаем по использованию: ежемесячные просмотры, снижение ручных отчетов.	<h3>4. Вопросы и бизнес-решения</h3> <p><u>Какие бренды имеют индекс удовлетворенности <80% (процент SKU с рейтингом <4.3) по декабрю, по категориям?</u> Запустить глубокий анализ отзывов и карточек для этих брендов; исключить слабые SKU</p> <p><u>Как изменился средний рейтинг брендов по месяцам за 6 месяцев (из Dynamic)?</u> Если падение — проверить отзывы: А/В-тест карточек (визуал/описание) или лабораторный тест качества</p> <p><u>Какие SKU имеют отзывы <10 в декабре и продажи <50 ед. по брендам и странам?</u> Разработать программу поощрения отзывов (скидки/бонусы); мониторить через неделю</p> <p><u>Как продажи изменились ноябрь-декабрь по категориям и брендам (рост %)?</u> Для падающих — акции/скидки; ввести новинки по трендам; исключить SKU с рейтингом <4.3</p> <p><u>Влияет ли визуал карточек (фото >5 + видео=1) на рейтинг >4.3 и продажи, по предметам?</u> Оптимизировать карточки слабых SKU: добавить фото/видео, А/В-тест до/после</p> <p><u>Какие бренды лидируют по продажам и рейтингу >4.3 за 2 месяца, по странам производителей?</u> Масштабировать ассортимент: добавить похожие SKU, выделить в промо</p> <p><u>Динамика отзывов по брендам за 2 месяцев: рост или стагнация?</u> Если стагнация — запустить кампанию поощрения; связать с продажами</p> <p>Эти вопросы покрывают 80% сценариев ежемесячных встреч. Дашборд с фильтрами (бренд, категория, месяц, страна) и алертами на пороги сделает анализ мгновенным.</p>	<h3>и визуализация</h3> <p>Барчарт (бренды по категориям, горизонтальный) + таблица топ-5 проблемных</p> <p>Линчарт (линии по брендам, с порогом 4.3)</p> <p>Таблица (фильтр по порогам) + барчарт (по брендам/странам)</p> <p>Линчарт (динамика по категориям) + барчарт (сравнение брендов)</p> <p>Scatter plot (рейтинг vs фото, цвет по видео) + барчарт (по предметам)</p> <p>Таблица лидеров + барчарт (продажи по брендам/странам, stacked)</p> <p>Барчарт (отзывы по брендам)</p>
<h3>3. Метрики и срезы</h3> <p><u>Основные метрики</u></p> <ul style="list-style-type: none">– Индекс удовлетворенности продуктом: Процент SKU с рейтингом >4.3 в агрегации. (Количество SKU с рейтингом >4.3)/(Общее количество SKU)×100. Порог: >80%	<ul style="list-style-type: none">– Количество отзывов: Сумма отзывов за SKU или бренд за месяц. Порог: ≥10 на SKU — хорошо.– Объем продаж: Сумма единиц проданных товаров (с учетом отказов). Порог: рост ≥10% м/м — хорошо.– Рост продаж м/м: (Продажи текущий месяц–Продажи предыдущий месяц)/(Продажи предыдущий месяц)×100 <p><u>Срезы (разрезы анализа)</u></p>		