



МАКСИМ ЖУКОВ

АНАЛИТИК

✍ Краткая информация

Пять лет развивался как маркетинг/бренд-аналитик в консалтинговых и креативных агентствах.

Мои основные компетенции: маркетинговые исследования (качественные, количественные, кабинетные), анализ потребительского поведения, сегментация аудиторий, формирование стратегий для брендов и продуктов.

Дальнейшее своё развитие рассматриваю в переходе из консалтинга в inhouse команду. В большей степени интересна продуктовая аналитика — работа с данными и метриками, исследование аудиторий, генерация и валидация продуктовых гипотез, работа над улучшением клиентского опыта.



г. Москва



8-916-555-80-84



zhukov.maksim.a@gmail.com



facebook.com/zhukov.analyst



24 года (12.05.1997)



Образование

РАНХиГС 2014 - 2018

Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ, Институт отраслевого менеджмента, бакалавриат (очно)
GPA: 3.9 / 4



Навыки

MC Excel ●●●●○

SPSS ●●●○○

SQL, Python ●○○○○

English upper-intermediate



Хобби / Увлечения



преподаю менеджмент в РАНХиГС



увлекаюсь урбанистикой, исследую город и свой район



занимаюсь боксом, бегаю



Рекомендации

Клепиков Олег
управляющий партнёр PSYCHEA
8-926-999-22-66
oleg@psychea.ru | facebook.com/vevsoe



Опыт работы

Маркетинговый аналитик / Бренд-стратег

OPENCORE (брендинговое агентство) 10.2019 - 06.2020

- Принял участие в полном цикле создания/обновления 3 брендов, выступая в роли аналитика-стратега на этапах от исследований до разработки креативных концепций;
- В качестве соавтора написал 3 статьи на vc.ru о кейсах агентства и современных потребительских тенденциях.

Младший маркетинговый аналитик

PSYCHEA (брендинговое консалт. агентство) 08.2016 - 08.2019

- Оказал аналитическую поддержку креативной команде при создании 4 брендов (платформа бренда, портрет аудитории, ассортиментная и коммуникационная стратегия);
- С командой аналитиков разработал библиотеку визуальных и семантических кодов, распространенных в кондитерской категории FMCG (на основе ~500 изображений упаковок);
- Ассистировал SPSS-аналитику в количественном исследовании на ~2300 респондентов в FMCG сегменте;
- Аналитически и методологически сопровождал около 10 качественных и количественных маркетинговых исследований.

Ассистент аналитика в маркетинговых исследованиях

CNBR (центр поведенческих исследований) 10.2015 - 08.2016

- Принял участие в организации и проведении 8 качественных маркетинговых исследований: 7 проектов с глубинными интервью, 1 проект с дневниковыми панелями;
- Обработал сырые данные 72 глубинных интервью в 3 проектах с последующей простой дескриптивной аналитикой.