

# Аналитика как комплексная система развития франчайзинговой организации



Скаредова-Баис  
Екатерина  
Алексеевна



Филkin  
Виктор  
Алексеевич

## ЭКСПЕРТНЫЙ СЕМИНАР - ПРАКТИКУМ

Конкурентная стратегия и тактика  
г. Москва – 25 ноября 2016 г.



# В ЛУЧАХ АНАЛИТИКИ

[ Image information in product ]

- Title Image - [www.openas.com](http://www.openas.com)
- Note to customers: This image has been licensed to be used within this PowerPoint template only.

You may not extract this image for other use.

# АНАЛИТИКА – комплексная программа развития

❖ Цель программы –  
подготовка профессиональных  
аналитиков, способных решать  
аналитические задачи, нацеленные  
на улучшение ключевых показателей  
деятельности организации

- ❖ Основные формы обучения:  
лекционные слайд-шоу, тренинги, коуч-сессии,  
деловые игры, работа с бизнес-кейсами
- ❖ Закрепление материала – в ходе практических  
занятий и обмена опытом работы с коллегами
- ❖ Экспертный семинар – практикум проходит в виде бизнес-  
диалога с ведущими, с активным включением участников  
в процесс освоения инновационных технологий анализа  
и отработки навыков стратегии и тактики конкурентной борьбы



# СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ

**Тема #1 КЛАССИФИКАТОРЫ**

**Тема #2 МНОГОФАКТОРНЫЙ АНАЛИЗ**

**Тема #3 МНОГОМЕРНЫЙ АНАЛИЗ**

**Тема #4 КЛАСТЕРНЫЙ АНАЛИЗ**

**Тема #5 АНАЛИЗ ЛОЯЛЬНОСТИ КЛИЕНТОВ**

**Тема #6 СОВМЕСТНЫЙ АНАЛИЗ**

**Тема #7 ЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ**

**Тема #8 АНАЛИЗ СТАБИЛЬНОСТИ И КАЧЕСТВА**

**Тема #9 ЭКСПРЕСС-АНКЕТИРОВАНИЕ**

**Тема #10 ПРОГНОЗИРОВАНИЕ**



## Тема #1

# КЛАССИФИКАТОРЫ

❖ Классификация аналитических задач бизнеса. Типология бизнес-информации. Сбор и подготовка данных к анализу. Описательный анализ данных. Верификация

## Тема #1

# КЛАССИФИКАТОРЫ

**ЦЕЛИ  
БИЗНЕСА.**  
Ключевые  
показатели:  
финансовые  
и др.

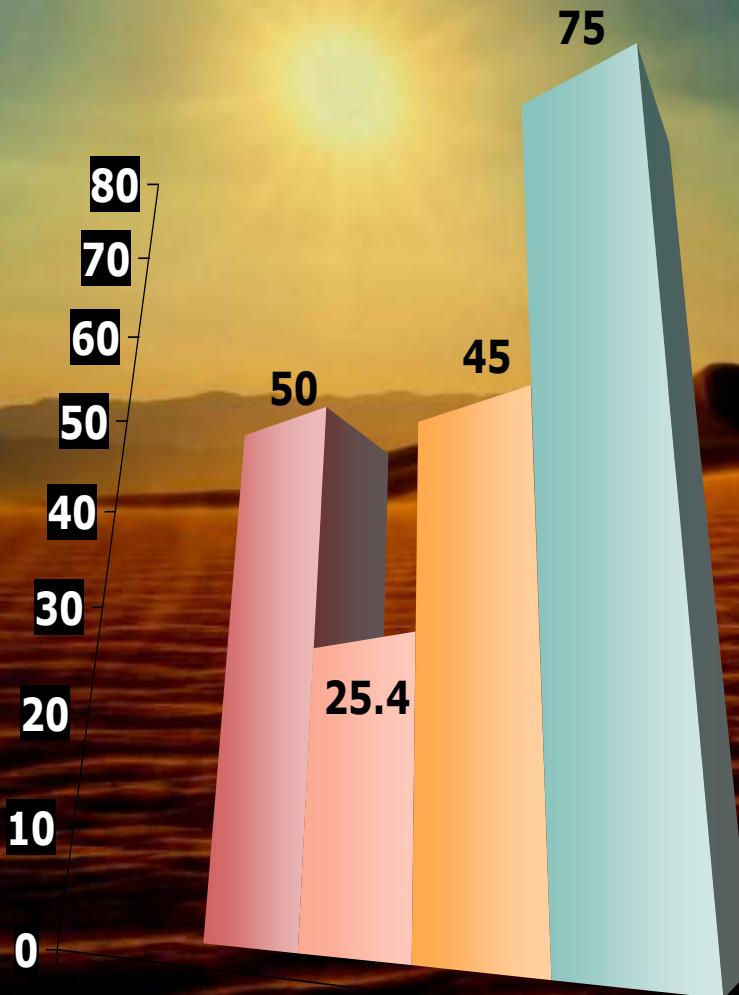
Преобразование  
целей бизнеса  
в аналитические  
задачи и в комплексные  
планы развития  
организации

Классификатор  
аналитических  
задач

Решение  
задач по  
оптимизации  
бизнеса



❖ Многофакторный анализ  
данных. Многофакторная  
регрессия. Многофакторный  
дисперсионный анализ (ANOVA).  
Обобщенная линейная модель



Классы многофакторных методов



Анализ факторов удовлетворенности клиентов



Выявление факторов, оказывающих влияние на качество товаров / услуг



Ранжирование факторов спроса

- ❖ Практика использование многофакторных моделей при анализе поставок
- ❖ Анализ влияния различных факторов на скорость обслуживания клиентов

## Тема #3

# МНОГОМЕРНЫЙ АНАЛИЗ

❖ **Многомерный анализ данных.**  
**Анализ соответствий. Метод**  
**главных компонент (РСА).**  
**Метод частичных наименьших**  
**квадратов (PLS)**

## Тема #3

# МНОГОМЕРНЫЙ АНАЛИЗ

❖ Выявление и группировка взаимосвязанных характеристик товаров / услуг

❖ Выявление потребителей, связанных с товаром / услугой

❖ Определение ключевых стратегий выбора продукта (товаров / услуг) по результатам анализа потребительского поведения



❖ Кластерный анализ. Дерево классификаций. Методы сегментирования. Методы оценки качества кластеризации. Валидация результатов анализа

## Тема #4

# КЛАСТЕРНЫЙ АНАЛИЗ

Валидация  
результатов  
кластерного  
анализа

Анализ  
потребителей,  
поставщиков,  
линейки  
продуктов,  
технологических  
условий

Анализ  
конкурентных  
преимуществ

Кластерные  
инициативы

Метод  
сегмен-  
тирования

Кластерные  
инновации

Метод  
группировок

Алгоритм кластерного анализа

КЛАСТЕР

Оценка качества кластеризации

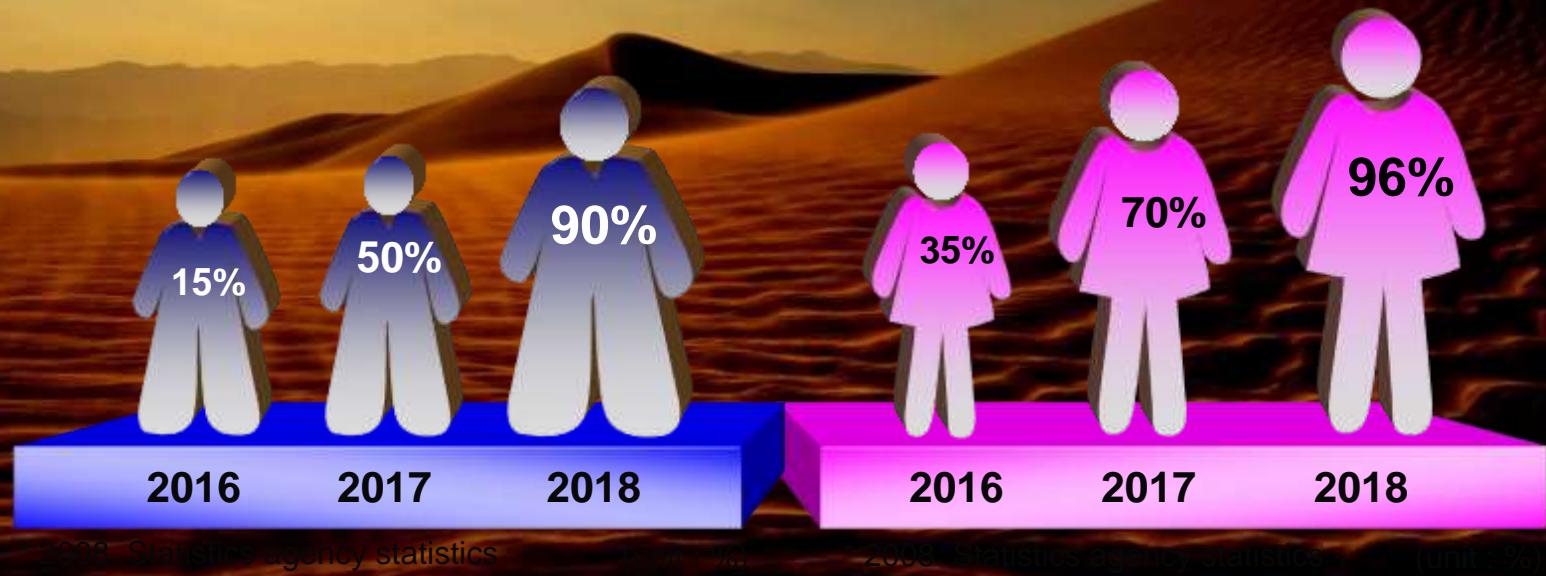
Анализ портфеля  
кластерных  
инициатив

# Тема #5 АНАЛИЗ ЛОЯЛЬНОСТИ КЛИЕНТОВ

- ❖ Требования к виду и количеству исходных данных. Анализ срока взаимодействия с клиентами в различных фокус-группах. Способ проверки адекватности клиентских моделей. Интерпретация результатов

# Тема #5 АНАЛИЗ ЛОЯЛЬНОСТИ КЛИЕНТОВ

❖ Анализ клиентской базы  
и оценка потенциальных возможностей  
увеличения потока клиентов  
на основе собранной статистики



❖ Лояльность клиентов  
всегда анализируется и измеряется в динамике,  
с учетом гендерных, прогнозных и других факторов

## Тема #6

# СОВМЕСТНЫЙ АНАЛИЗ

- ❖ Совместный (conjoint) анализ.  
Измерение степени предпочтения  
потребителем одного из  
конкурирующих продуктов в  
условиях предположения о  
комплексной оценке всех факторов  
продукта

## Тема #6

# СОВМЕСТНЫЙ АНАЛИЗ

- ❖ Совместный анализ позволяет получить точные и полезные результаты, которые можно использовать для разработки и совершенствования товаров / услуг, исследований цены, конкурентного позиционирования и сегментирования рынка
  - ❖ С его помощью можно также оценить ценность бренда

Бренд №1

Для анализа  
доступна  
**ПОЛНАЯ**  
информация

Количественное  
определение  
ценности бренда

Бренд №2

Для анализа  
доступна  
**ПОЛНАЯ**  
информация

Количественное  
определение  
ценности бренда

## Тема #7

# ЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ

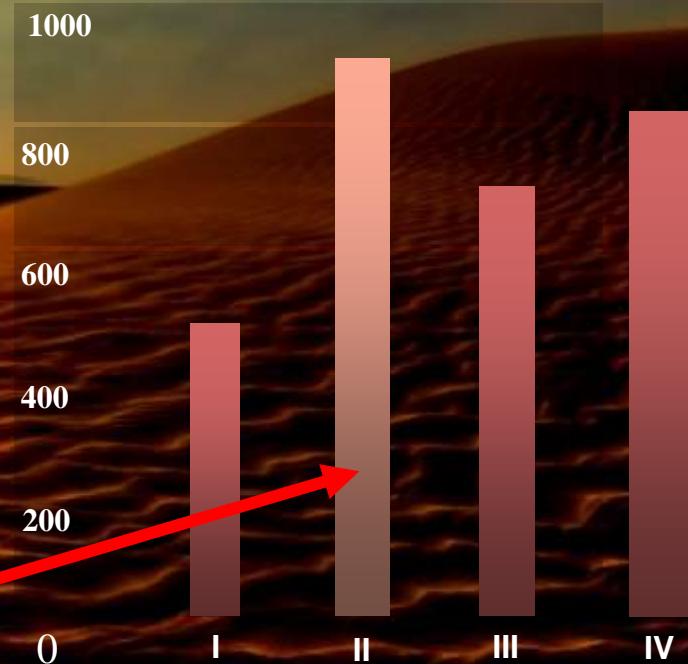
❖ Инструменты логического анализа и построения причинно-следственных диаграмм. Использование изученных приемов для убеждения лиц, принимающих решения

### Диаграмма

Виды диаграмм, гистограмм  
и их преимущества и недостатки



### Гистограмма



- ❖ Использование методов логического анализа при конструировании управленческих решений и продвижения новых продуктов (товаров / услуг)

# Тема #8 АНАЛИЗ СТАБИЛЬНОСТИ И КАЧЕСТВА

- ❖ Анализ стабильности и качества брендов. Понятие стабильности. Контрольные карты. Принципы улучшения качества. Разработка триггеров – эмоциональных стимулов влияния и рекламных рычагов воздействия на клиента

# Тема #8 АНАЛИЗ СТАБИЛЬНОСТИ И КАЧЕСТВА

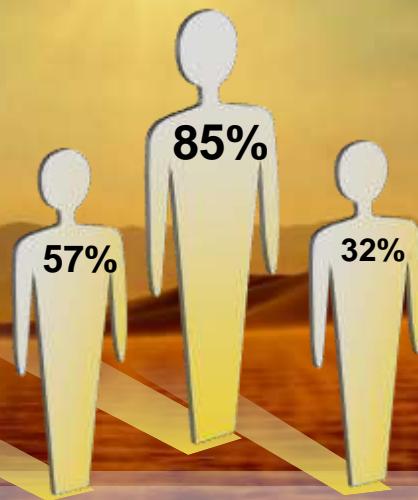


## Тема #9

## ЭКСПРЕСС-АНКЕТИРОВАНИЕ

- ❖ **Виды опросов и социологического инструментария (анкет и пр.). Особенности обработки «открытых» вопросов. Визуализация результатов анализа. Валидация шкалы опроса. Анализ типовых ошибок**

# Тема #9 ЭКСПРЕСС-АНКЕТИРОВАНИЕ



## Программа исследования.

Особенности обработки  
и анализа результатов  
анкетирования и опросов

План анализа

на основе целей исследования

Социологический инструментарий

анкеты, опросные листы и пр.

Отчеты

визуализация результатов анализа

## Тема #10

# ПРОГНОЗИРОВАНИЕ

- ❖ Практические аспекты и технология прогнозирования. Особенности стратегического прогнозирования. Дискриминантный анализ. Формирование на основе прогноза продаж плана сбыта, минимизирующего затраты и снижающие риски

## Тема #10

# ПРОГНОЗИРОВАНИЕ



# СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ

**Тема #1 КЛАССИФИКАТОРЫ**

**Тема #2 МНОГОФАКТОРНЫЙ АНАЛИЗ**

**Тема #3 МНОГОМЕРНЫЙ АНАЛИЗ**

**Тема #4 КЛАСТЕРНЫЙ АНАЛИЗ**

**Тема #5 АНАЛИЗ ЛОЯЛЬНОСТИ КЛИЕНТОВ**

**Тема #6 СОВМЕСТНЫЙ АНАЛИЗ**

**Тема #7 ЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ**

**Тема #8 АНАЛИЗ СТАБИЛЬНОСТИ И КАЧЕСТВА**

**Тема #9 ЭКСПРЕСС-АНКЕТИРОВАНИЕ**

**Тема #10 ПРОГНОЗИРОВАНИЕ**



# В результате участия в программе каждый участник приобретет следующие знания, умения, навыки

- ❖ **Освоит более 100 аналитических методов и приемов**
- ❖ **Научится трансформировать цели бизнеса в аналитические задачи**
- ❖ **Сможет понимать, какие данные нужно собирать для решения аналитических задач**
- ❖ **Овладеет необходимым и достаточным набором методов анализа и уметь оперативно проводить анализ с помощью программного обеспечения**
- ❖ **Освоит методику выбора метода анализа, адекватного поставленной задаче**
- ❖ **Научится трансформировать результаты методов анализа в рекомендации и управленческие решения**
- ❖ **Овладеет навыками эффективной визуализации анализа**
- ❖ **Освоит инструменты и приемы логического анализа, выстраивания доказательств и аргументации**
  
- ❖ **Экспертный семинар - практикум ориентирован на руководителей организаций – лиц, принимающих решения, на исполнителей этих решений – финансовых директоров, топ-менеджеров, руководителей и работников маркетинговых подразделений, отделов продаж, рекламных служб, отделов по связям с общественностью, департаментов по работе с клиентами, директоров по информационным технологиям и бенчмаркингу**

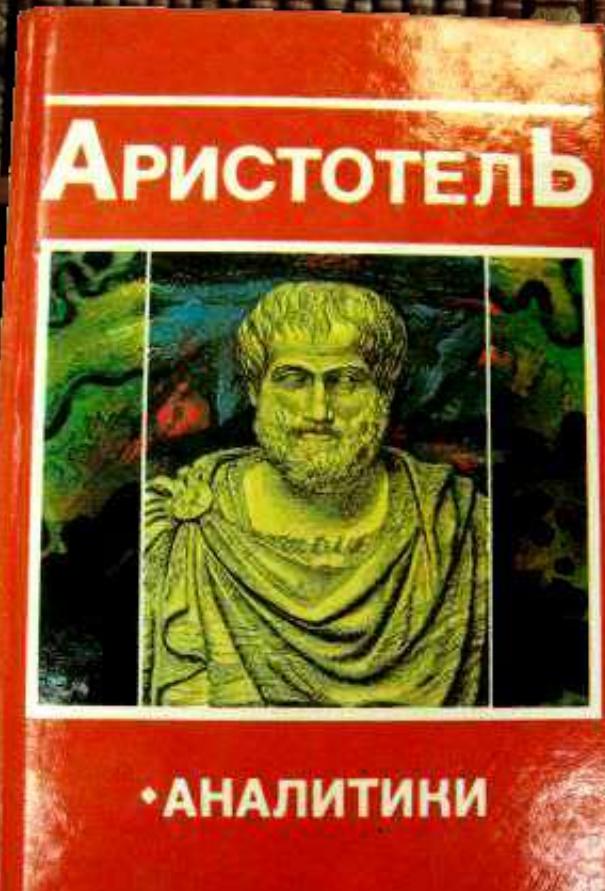


# Аристотель (384-322 до н.э.)

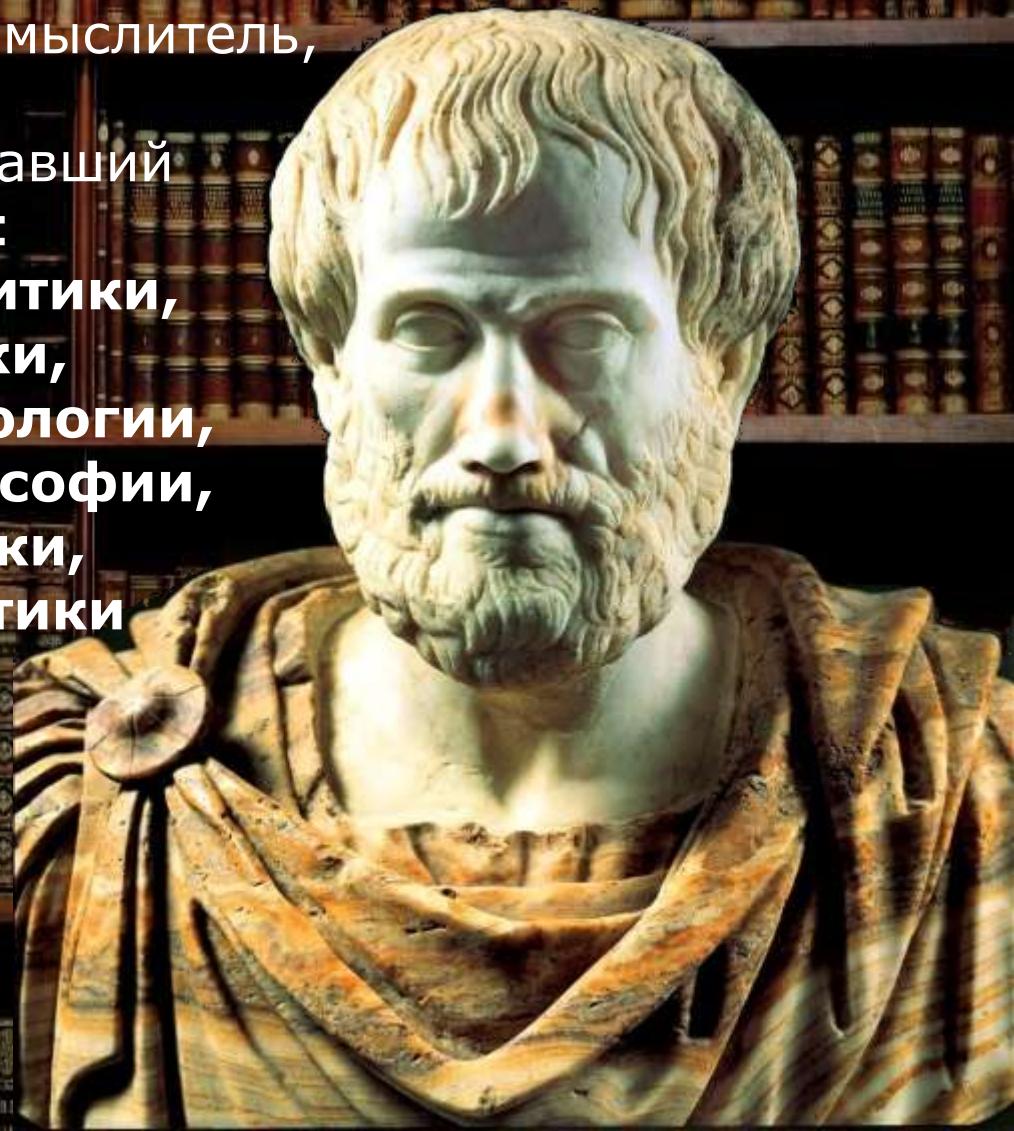
древнегреческий философ, ученик Платона,  
воспитатель Александра Македонского

Первый мыслитель,  
научно  
обосновавший  
систему:

- аналитики,
- логики,
- социологии,
- философии,
- физики,
- политики



• АНАЛИТИКИ





❖ **Благодарим за внимание!**