



SAS® FORUM  
RUSSIA 2015

# Развитие аналитического отдела в компании

**ДМИТРИЙ ЛАРИН**

**Директор по продажам в Retail**

**SAS Russia/ CIS**

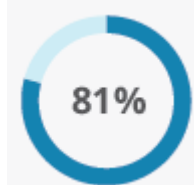
# EKN Analytics in Retail 2014

**Retail – индустрия с очень богатыми данными, но при этом очень слабым пониманием данных.**

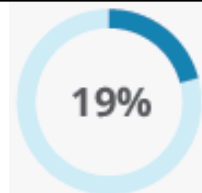


4 из 5 используют промышленное аналитическое решение

Недостаток опытных сотрудников, которые могли бы интерпретировать результаты работы аналитических инструментов является наивысшей проблемой с аналитикой в 2014 году.



Компаний используют решение для оптимизации товарных остатков



компаний дают возможность отслеживать и управлять остатками между каналами через мобильные устройства



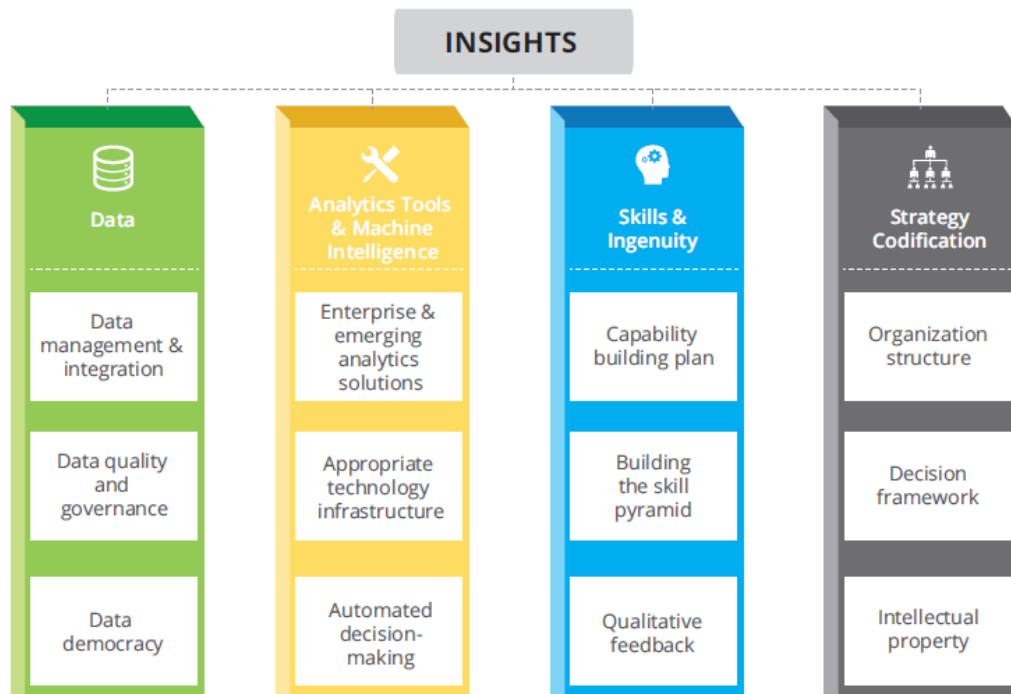
Каждая вторая компания использует аналитическое решения для работы с веб данными и данными из соц сетей.



1 из 10 компаний предоставляет профили для категорийных менеджеров и маркетингу в реальном времени

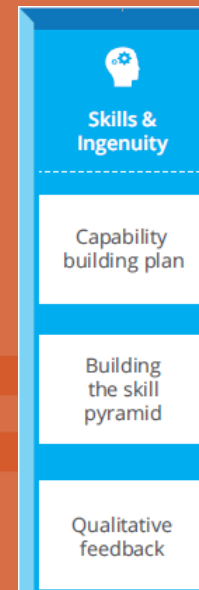
**Результаты опросов 200+ ритейлеров Северной Америки в 2014 году**

# 4 СТОЛПА ПОНИМАНИЯ ДАННЫХ

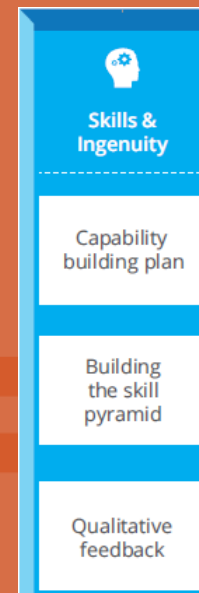
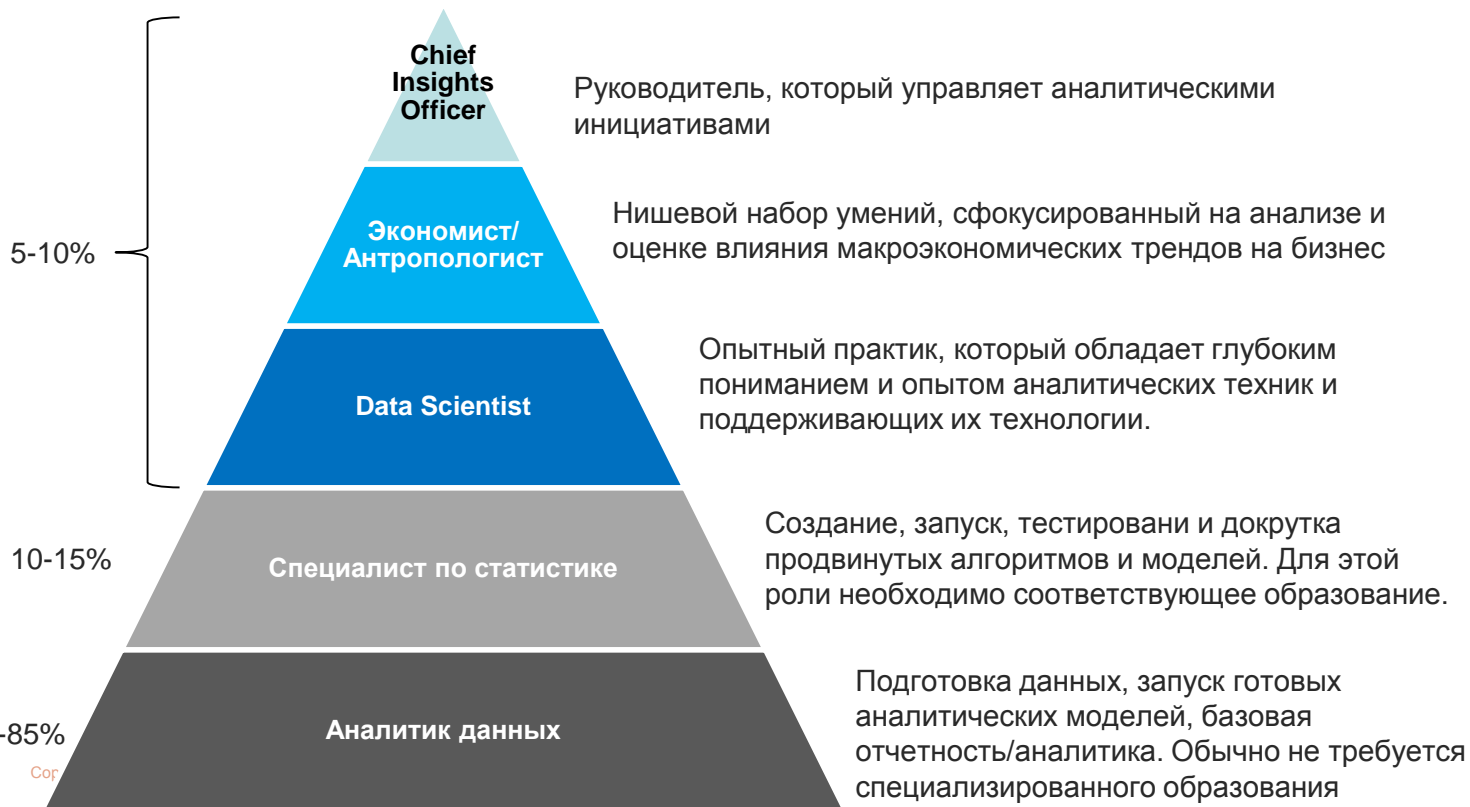


# Навыки и изобретательность

- Инвестиции в технологии визуализации данных (проще и мобильнее)
- Обучение навыкам аналитики и создание возможностей применения
- Карьерная лестница аналитика



# Пирамида умений аналитика



# Стратегия применения аналитики

- Переориентация организационной структуры
- Создание механизма принятия решений на основе понимания данных
- Построение уникальных интеллектуальных активов



# Организационная структура



# Механизм принятия решений

Каждая компания должна создавать стратегию по аналитике в соответствии со своей бизнес моделью

Фокус на зоны с наибольшей отдачей:

- Профилирование клиентов
- Ценообразование
- Промо





# Интеллектуальная собственность

- Создание уникальных оптимизационных алгоритмов
- Интеграция понимания клиента в бизнес процессы
- Создание проприетарных алгоритмов и аналитических методов



# Amazon & Ebay



- Кросс-функциональные бизнес команды по каждому направлению, с выделенным аналитиком в каждой команде
- Отдельная команда для аналитики на больших данных
- Отдельная команда для симуляций изменений сайта



- Отдельная лаборатория по работе с экспериментальной платформой по изменению сайта

# Tesco & Walmart



Клиентская аналитика на аутсорсе  
Supply chain – 50 аналитиков и уникальная система доступа к данным для магазинов



Увеличение EQ клиента и IQ сотрудников:

- Поведение внутри
- Поведение снаружи
- Отдельное поведение и взаимосвязь
- Влияние онлайн поведения на офлайн и наоборот

Ежегодные аналитические конференции для 400-500 аналитиков

# Первые шаги

## Организационная структура и мотивация

- Создайте отдельный аналитический отдел и четко определите его взаимодействие с остальной организацией. Сделайте аналитику – общим сервисом для всей организации.

## Разработайте культуру принятия решений, основанную на данных

- Сфокусируйте стратегию по аналитике на 1-2 наиболее приоритетные задачи:
  - Микро-сегментация/персонализация
  - Аналитика ценообразования
  - Промо
- Обучите и натренируйте лиц принимающих решения использовать данные и их понимание для принятия решения
- Четко определите KPI для измерения влияния от этих решений.
- Для больших организаций – VP по аналитике

## Планируйте создание интеллектуальной собственности по аналитике



SAS® FORUM  
RUSSIA 2015

Полный отчет EKN Retail 2014:

[http://www.sas.com/en\\_us/offers/14q1/EKN-Report-Big-Data-in-Retail/register.html](http://www.sas.com/en_us/offers/14q1/EKN-Report-Big-Data-in-Retail/register.html)

Спасибо!

Дмитрий Ларин

[Dmitry.Larin@sas.com](mailto:Dmitry.Larin@sas.com)

+7 (906) 756-72-98