

Analys som grund för verksamhetsutveckling och strategi

Elis Rosén | Analyschef

SAS Xperience

6 oktober 2016



Innehåll

- Kort om 3
- 3s analytiska utvecklingsresa
- Vad vill vi åstadkomma med analys i framtiden?

3 i Sverige

- 2,1 miljoner abonnemang
- 1,7 miljarder EBITDA 2014
- 1 600 anställda
- HQ i Stockholm med lokala kontor i Göteborg och Malmö
- 70 egna butiker and ca 900 återförsäljare
- Prisat 3G- och 4G-nät
- Tillväxt varje kvartal sedan 2007

Kulturen definierar 3

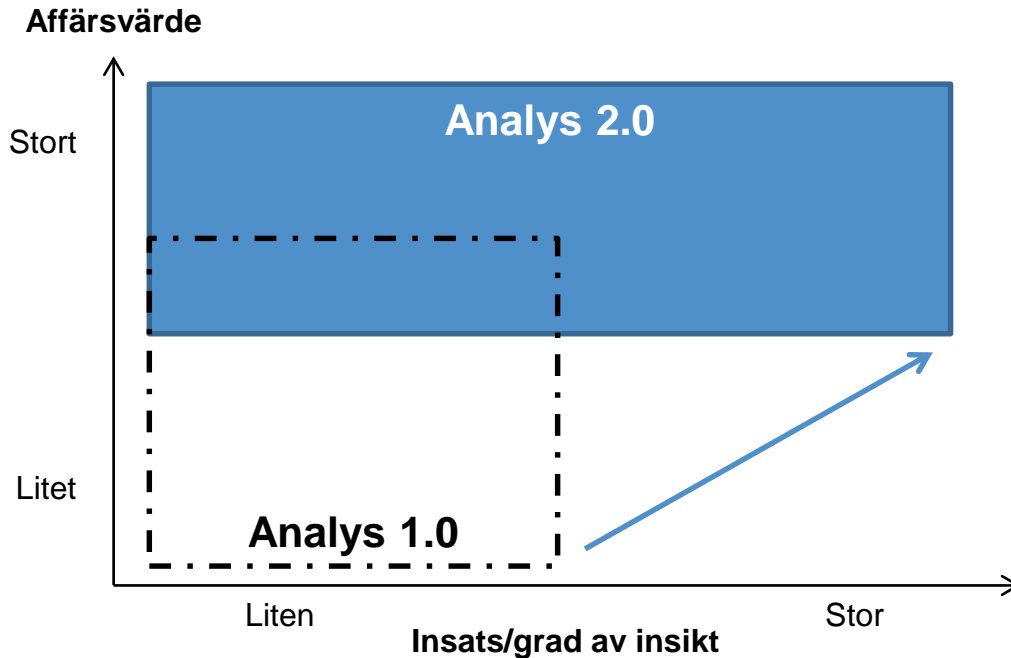
- 2:a Sveriges bästa arbetsplats, Great Place to Work 2015 och 2016
- 5:a Europas bästa arbetsplats, Great Place to Work 2015
- Svenska bidraget till Employer of the Year, European Business Awards (två år i rad)



3s analytiska utvecklingsresa

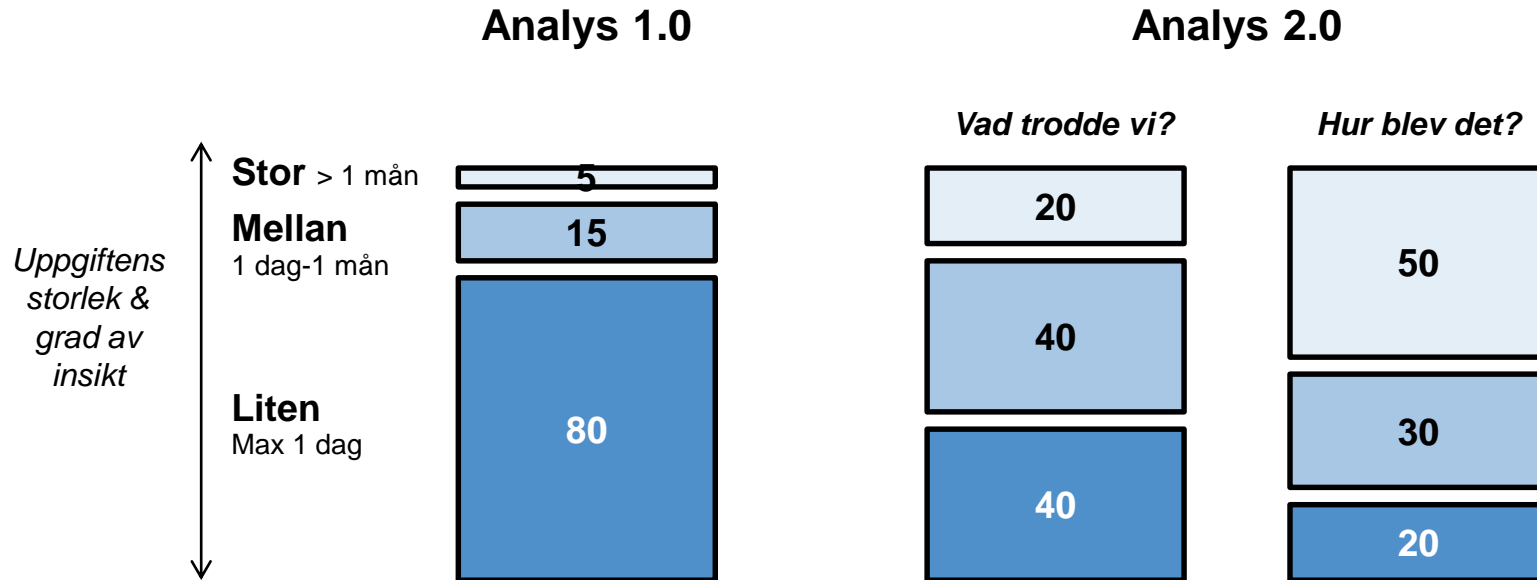


Affärsvärde styr vår prioritering

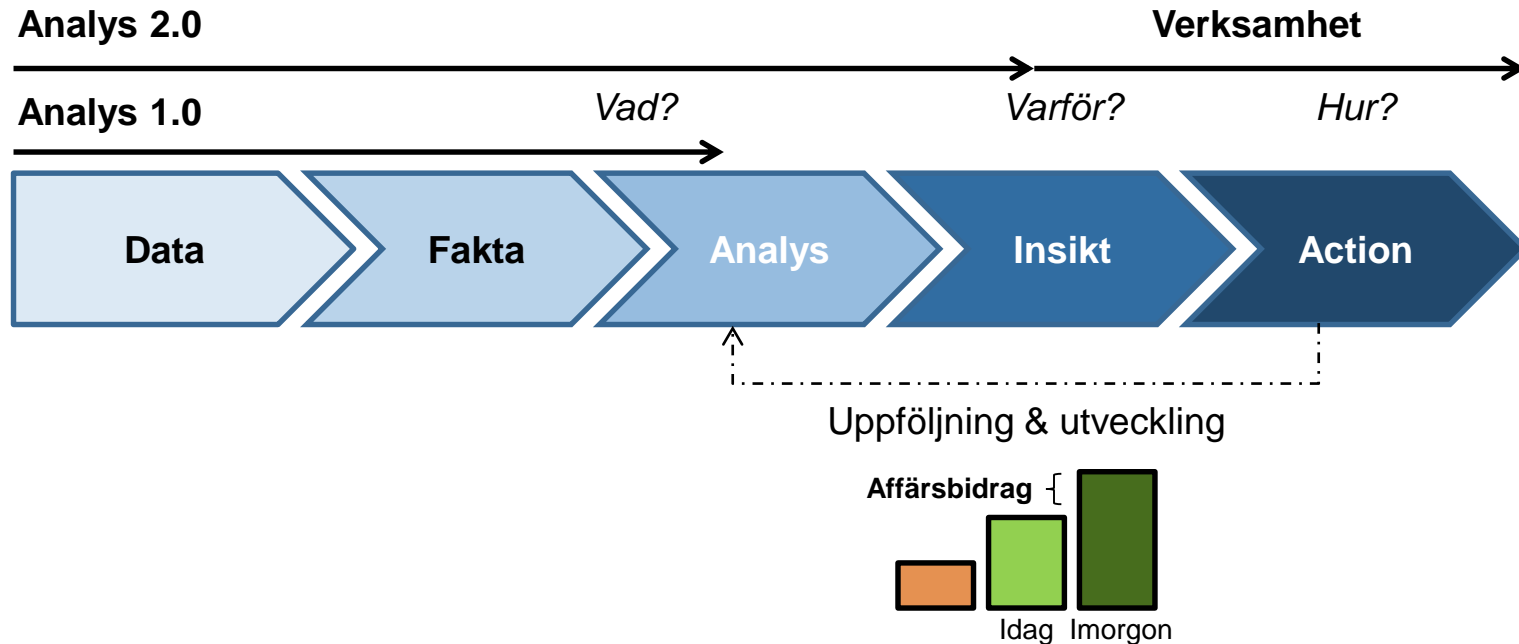


- **Aktiv prioritering**
- Struktur & internt arbetssätt
- Automatisering
- Self-service

Den förändrade prioriteringen resulterade i att vi frigjorde tid för större analyser



Ny arbetsprocess gav oss möjlighet att leverera agerbara insikter



Utmaningar och lärdomar kopplade till vår utvecklingsresa

- Time management
- Skapa förankring och stöd från högsta ledning
- Möjliggör "self service-analys" inom organisationen
- Affärs- och verksamhetsförståelse samt proaktivitet som team
- Behålla och attrahera rätt profiler till analysavdelningen
- Insikt som leder till faktisk åtgärd/förändring i organisationen
- Långsiktig innovation eller "här och nu"-fokus?



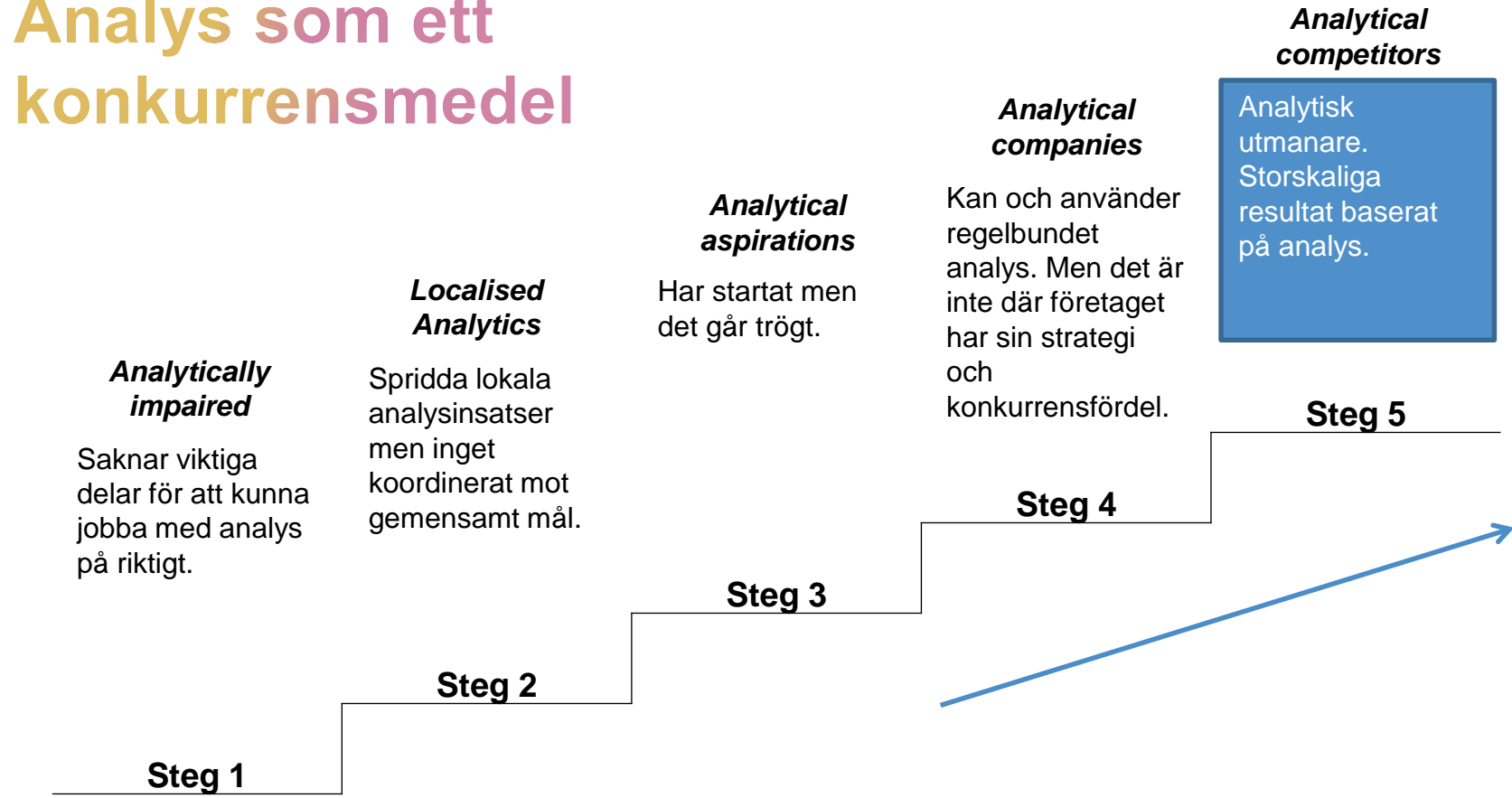
Vi implementerade ett nytt arbetssätt för att säkerställa att insikterna leder till åtgärd



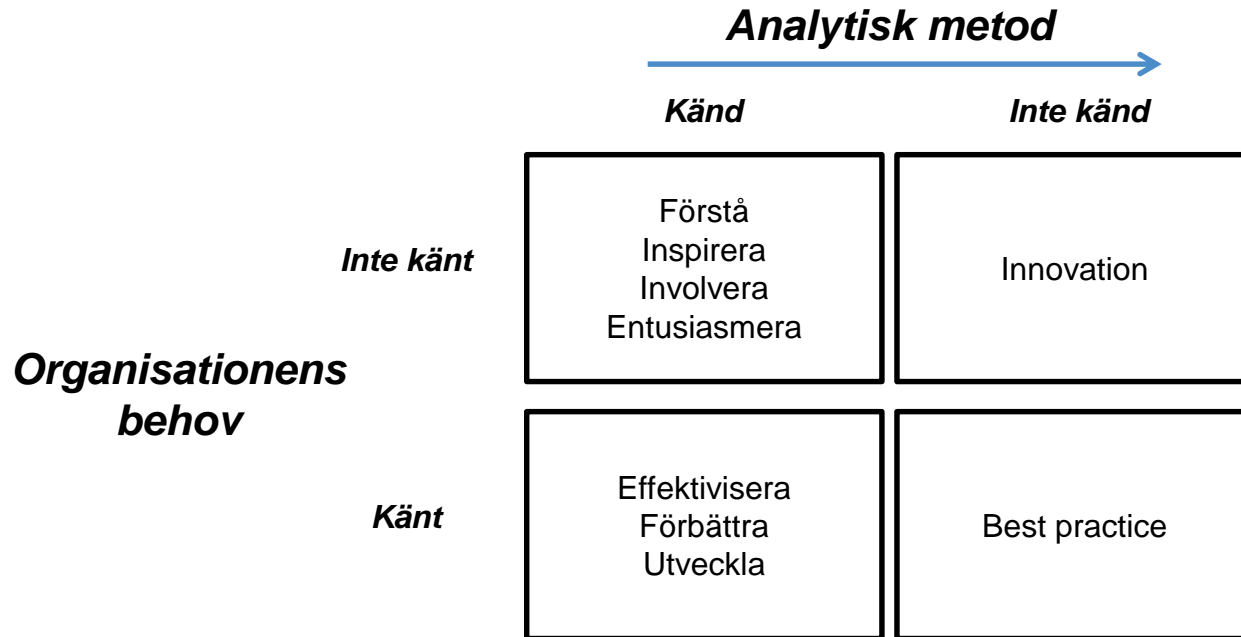
Vad vill vi åstadkomma med analys i framtiden?



Analys som ett konkurrensmedel



Fokus på att genom innovation utforska nya metoder för att lösa våra behov och utmaningar



Elis Rosén
Analyschef
elis.rosen@tre.se

