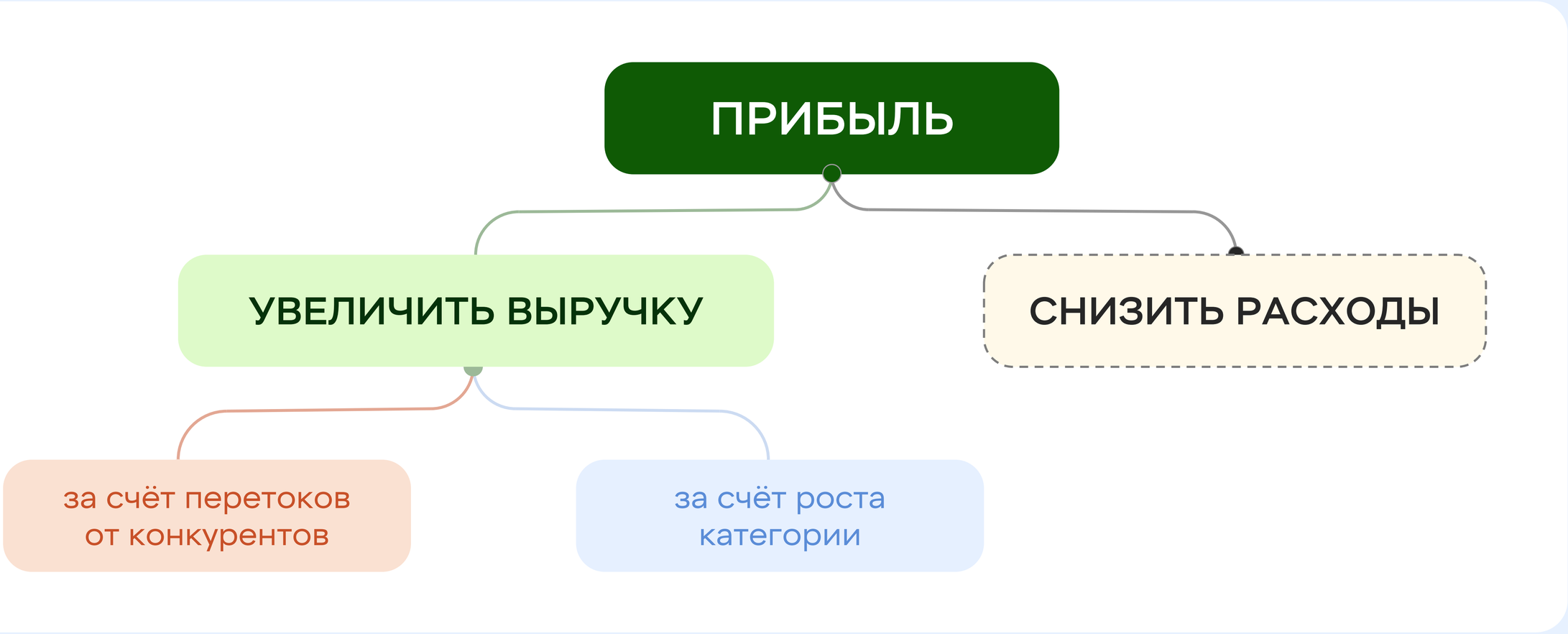
Общие для всех компаний цели

Прибыль растёт за счёт выручки или за счёт сокращения расходов



Одну цель можно достичь разными способами

Пятнадцать сценариев роста связаны с целью по-разному

Четыре типа связи:



Ведут напрямую к цели

Восемь групп — формула дельты выручки

Опосредованное влияние на цели

#2 Выигрывать у конкурентов
#3 Увеличить долю рынка

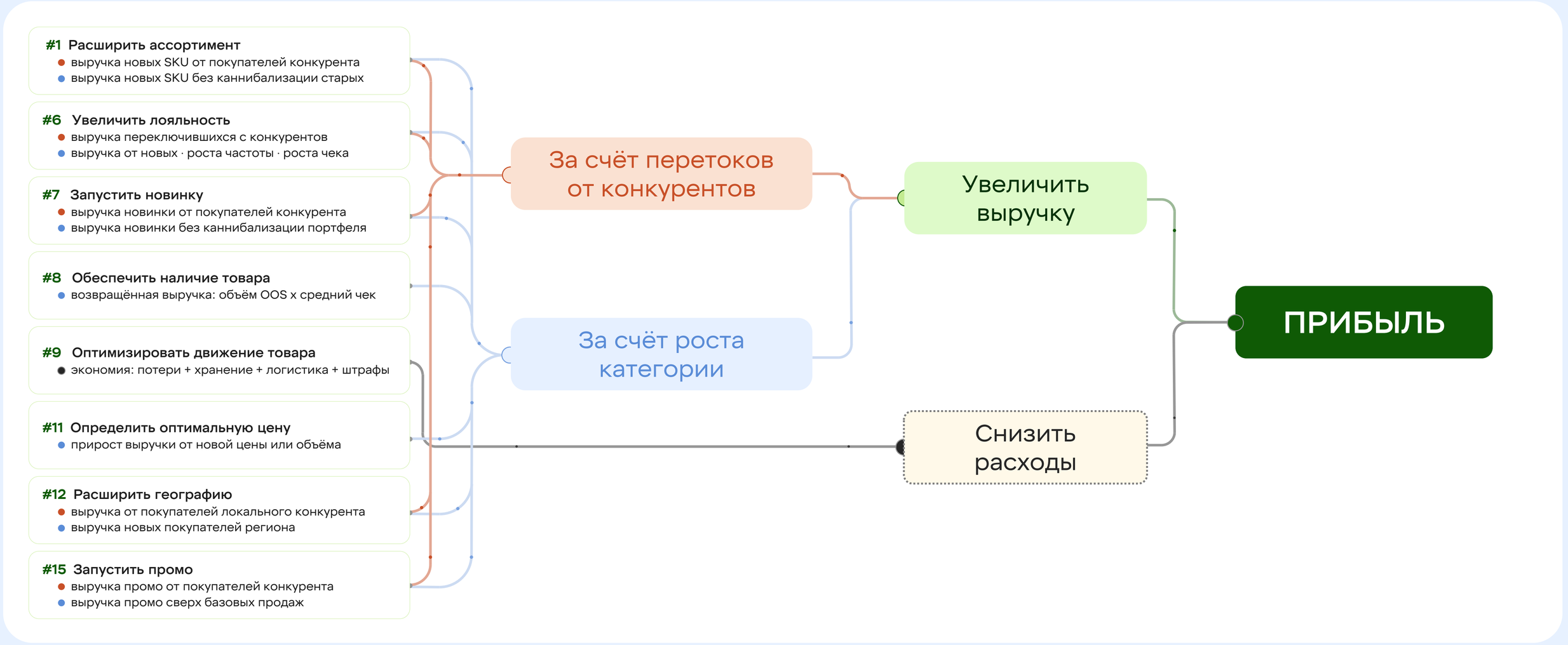
Взаимодействие с сетями

#4 Говорить на одном языке с сетью
#5 Выиграть тендер в X5

Отложенный эффект

#10 Разработать стратегию
#13 Улучшить бренд
#14 Прогнозировать рынок

Блок I: прямой вклад в цели



От данных до цели — восемь уровней

ПРИБЫЛЬ

Увеличить выручку

переток от конкурентов

- #1 Ассортимент
- #6 Лояльность
- #7 Новинка
- #12 География
- #15 Промо

рост категории

- #1 Ассортимент
- #6 Лояльность
- #7 Новинка
- #8 Наличие
- #11 Цена
- #12 География
- #15 Промо

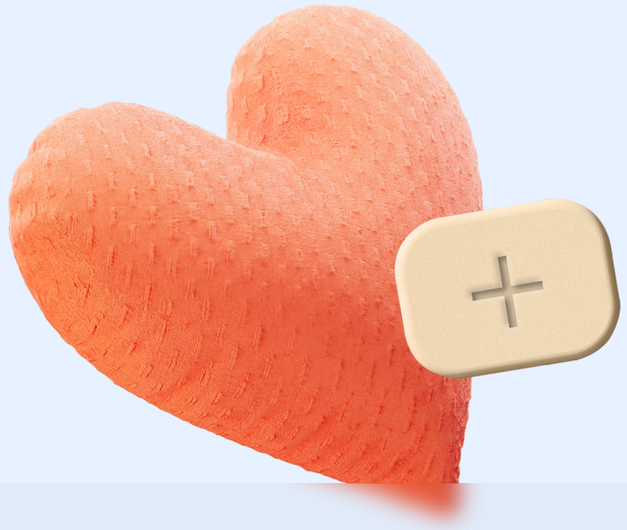
Снизить расходы

- #9 Оптимизировать движение товара

Ведут к цели иначе
(Блоки II–IV)

#2 #3 #4 #5 #10 #13 #14

выбрана для примера



Группа #6	Увеличить лояльность покупателей
Big job	Повысить воспринимаемое качество продукта
Подзадача	Не названа клиентом — ярус пуст, это норма
Core job	Понять, что удерживает покупателя
Small job	Отчёт по факторам возврата — вес фактора, разрез по сегментам, динамика

Цикл работы с данными для достижения цели компании

Данные → Выводы → Решения → Действия → Результаты → новые данные

Задача анализа: понять, что удерживает покупателя

ЗАДАЧА АНАЛИЗА			БИЗНЕС-ПОДЗАДАЧА		
Д	В		Р	Д	Р
Данные	**Выводы**		**Решения**	**Действия**	**Результаты**
своя пара «данные > вывод» у каждого шага анализа	результат конкретного шага, не подзадачи целиком		целевые KPI задаются здесь; расчёт сценариев – Dialog, выбор – клиент	зона клиента: поменять рецептуру, договориться с сетью	Измерение фактических KPI – метрика та же, что и у цели
Dialog выбор данных под бизнес-задачу, проведение анализа	**Dialog** оценка каждого сценария, способа достижения цели		**Поставщик** выбор сценария – способа достижения цели, формирование плана действий	**Поставщик** выполнение действий по плану	**Поставщик + Dialog** оценка эффективности действий с использованием данных

Ценность от данных >> Цены данных

Мы начинаем разговор с поставщиком на языке его целей и бизнес-задач,

а не преимуществ наших продуктов

Покупка данных – это не расход в PL, а инвестпроект с ROI

