

Учебный курс Основы бизнес-аналитики

Лекция 7

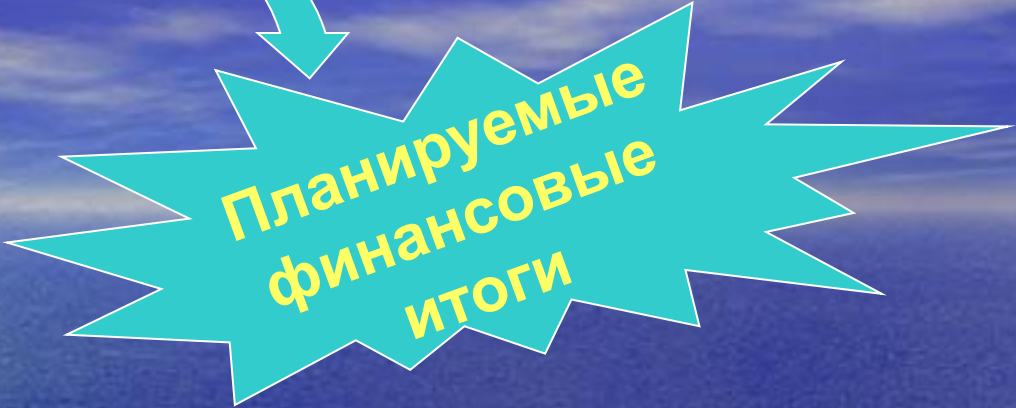
Клиентская составляющая

Кандидат технических наук, доцент

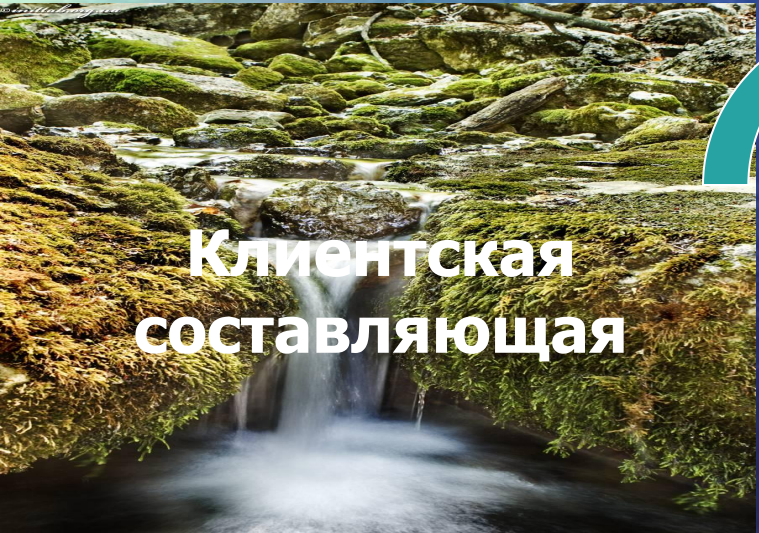
Константин Львович Поляков



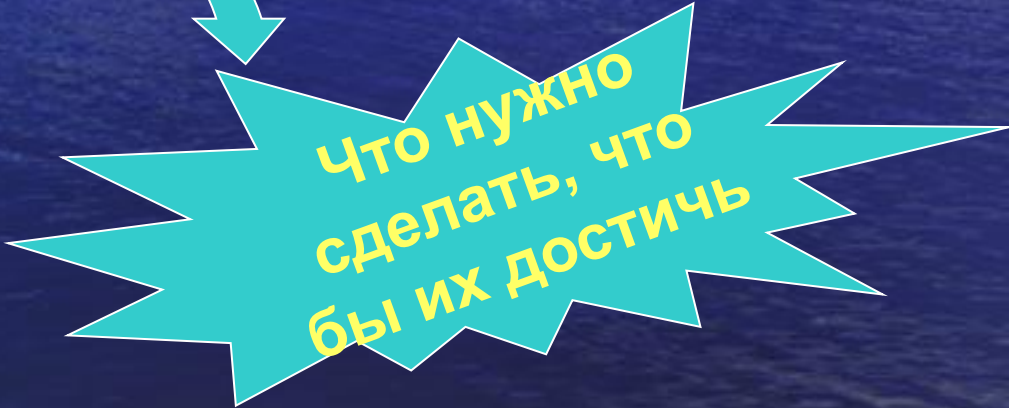
**Финансовая
составляющая**



**Планируемые
финансовые
итоги**



**Клиентская
составляющая**



**Что нужно
сделать, что
бы их достичь**



Задача:

**Определить сегменты
потребительского рынка, в
которых компания
собирается работать.**

**«Компании, которые
хотят быть «всем
для всех»
становятся пустым
местом.»**
Р. Каплан, Д. Нортон



**«Я не знаю ключа к
успеху, но ключ к
провалу – это пытаться
понравиться всем.»**

Билл Косби



Rockwater — от низких цен на услуги к
совместному созданию добавленной
СТОИМОСТИ

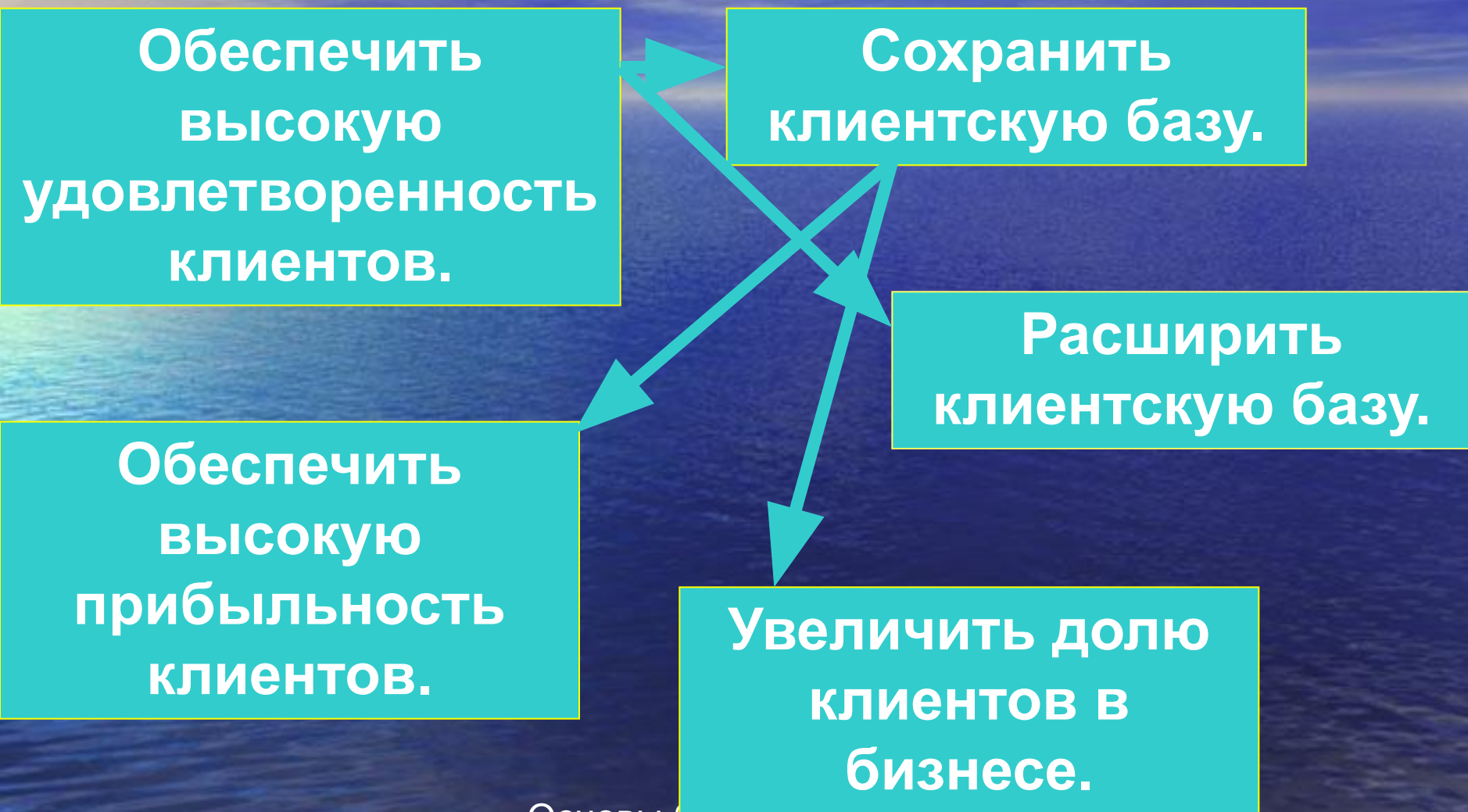


Metro Bank — от низких цен к финансовому
партнерству за разумное вознаграждение



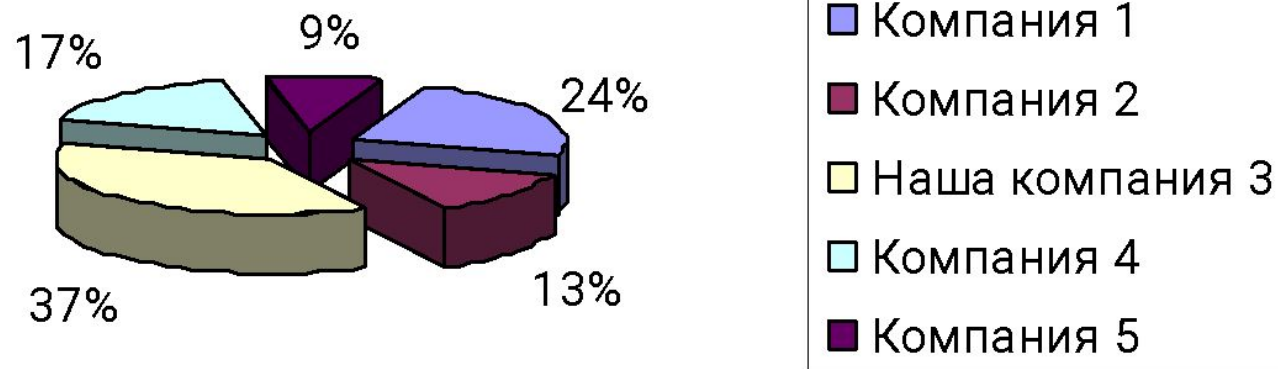
Pioneer Petroleum — от дешевых клиентов к
прибыльным.

Общие критерии успешности (цели и метрики)

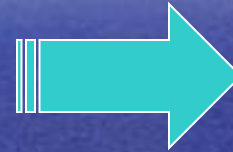
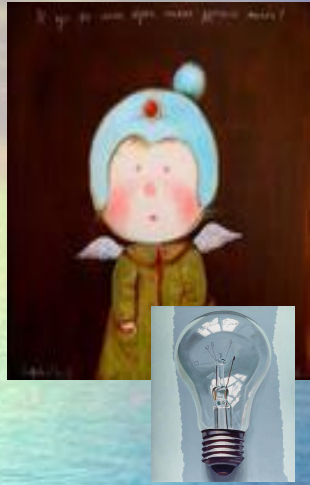


Доля рынка (клиенты, объемы, затраты, ...) целевого сегмента

Доля рынка

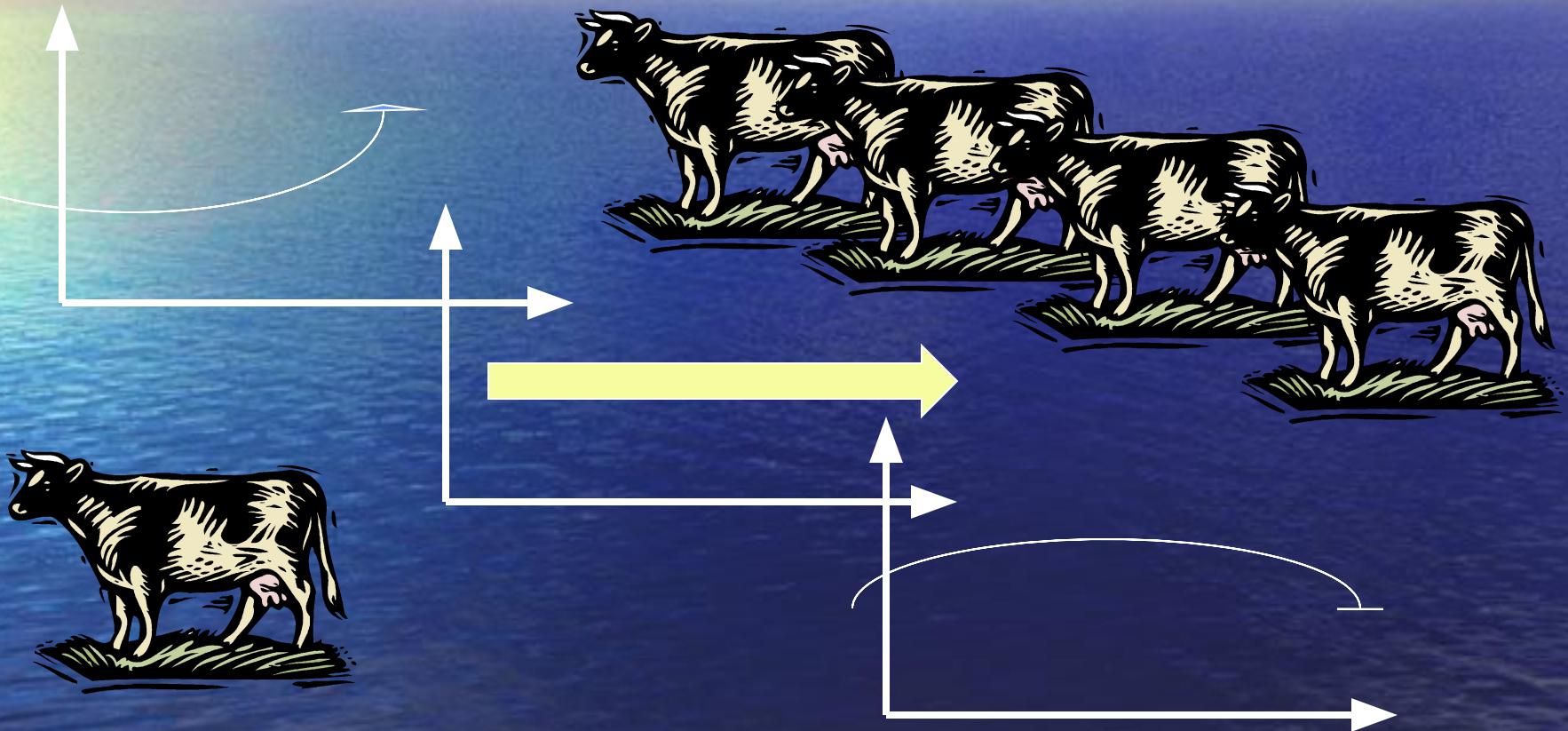


Доля в кошельке



Ос
аналитики

Сохранение и расширение клиентской базы



Удовлетворённость клиентов

Недостаточно простого
одобрения. «Только когда
потребитель **в высшей
степени доволен** купленным
товаром, можно рассчитывать
на повторную сделку.»

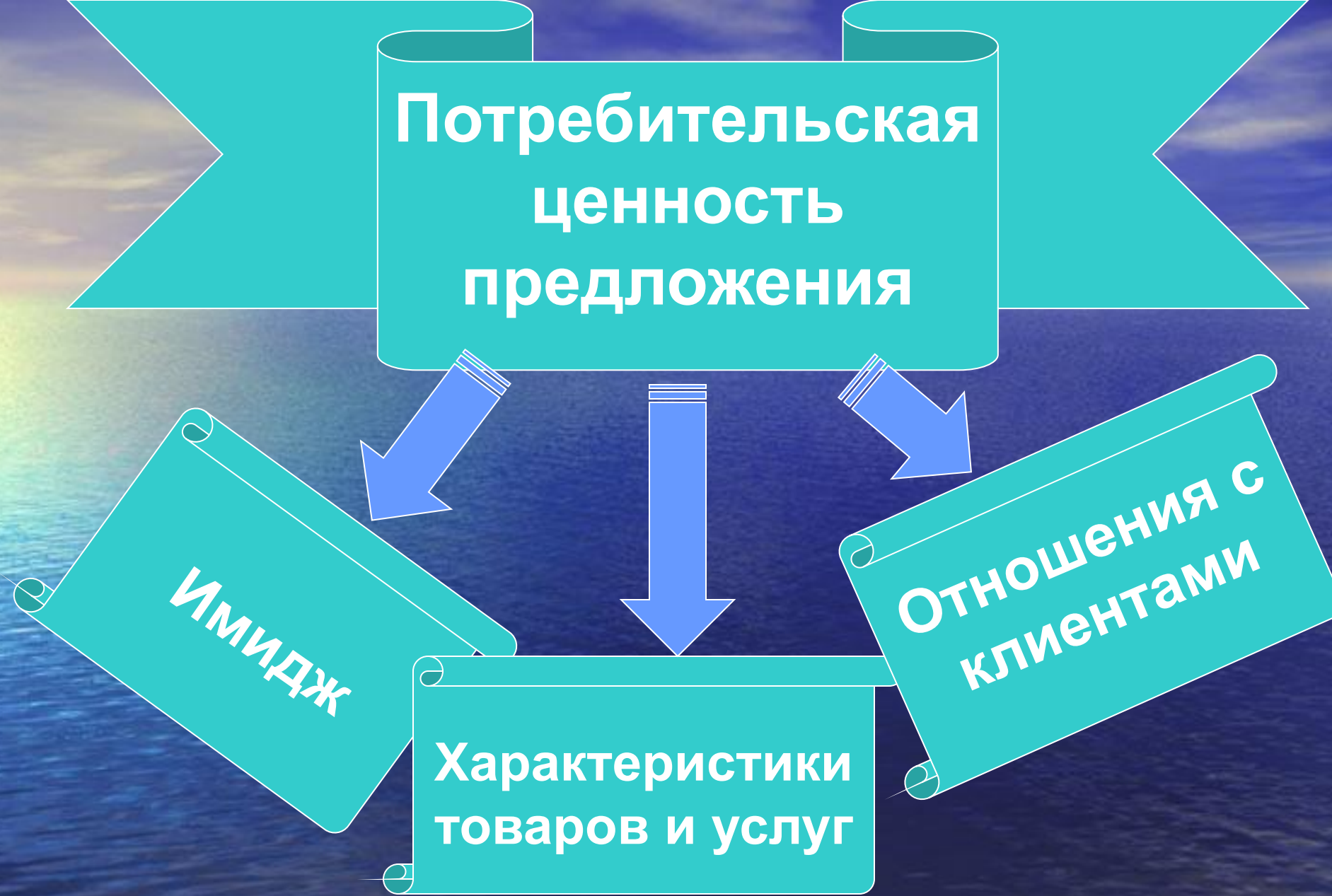
Р. Каплан, Д. Нортон

Прибыльность клиента

Для компании нужен не
просто довольный, а
довольный и
прибыльный клиент.

	ПРИБЫЛЬНЫЕ	НЕПРИБЫЛЬНЫЕ
Целевой сегмент	Сохранить	Трансформировать
Нецелевой сегмент	Контролировать	Прекратить сотрудничество

**Потребительская
ценность
предложения**



```
graph TD; A[Потребительская ценность предложения] --> B[Имидж]; A --> C[Характеристики товаров и услуг]; A --> D[Отношения с клиентами];
```

Имидж

**Характеристики
товаров и услуг**

**Отношения с
клиентами**

Характеристики товаров и услуг

функциональность

Качество

Цена

Наличие и выбор

Отношения с клиентами

Качество обслуживания

Соблюдение сроков доставки товаров и услуг

Партнерские отношения

Субъективная оценка результатов

Metro Bank

- **Квалификация персонала**

- **Доступность**

Основы бизнес-аналитики

- **Быстрота реакции**

Имидж

Metro Bank –
компетентный
доброжелательный
финансовый
консультант

Rockwater – высокие
технологии и
долговременные
отношения

Pioneer Petroleum –
чистый бензин

Лучшая общая цена

Предоставить
самую низкую
цену.

Обеспечить
постоянное
высокое
качество.

Wall-Mart

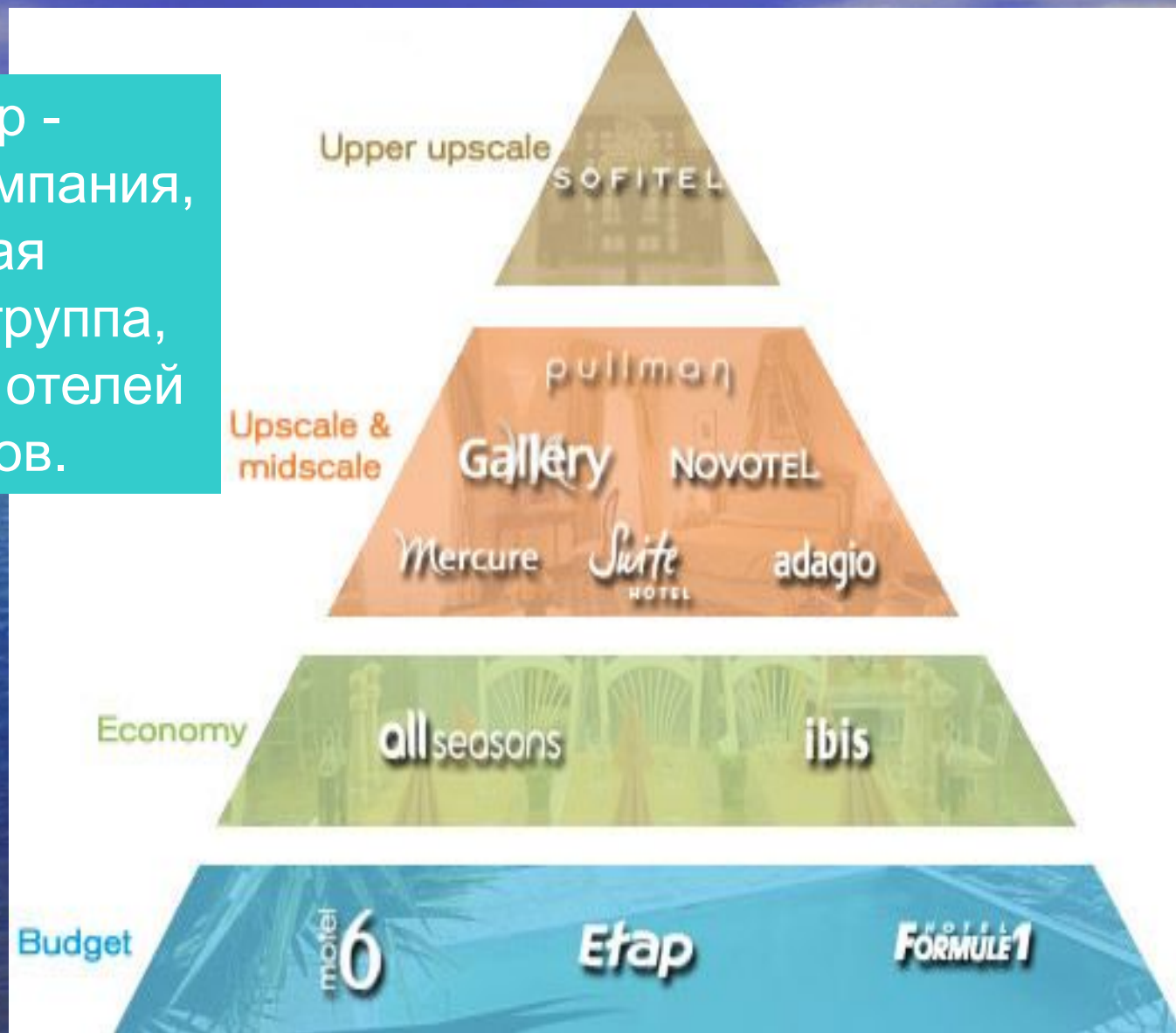
Обеспечить
высокую
скорость
покупки.

McDonald's

Обеспечить
подходящий
выбор.

Accor Group – Formula 1

Accor Group -
французская компания,
гостиничная
управляющая группа,
оператор сетей отелей
и ресторанов.





Formule 1

Более 374 бюджетных гостиниц в 14 странах предлагают простые и функциональные удобства

Хорошо выспаться ночью за умеренную плату.

*
80 – 100
FRF

**
200 FRF

Качество
спального места.

Гигиена.

Звукоизоляция.

Вы бизнес-

Инновации и лидерство

Обеспечить
постоянное
высокое
качество

Intel

Первым
вывести
предложение
на рынок.

Sony

Проникнуть в
новые
сегменты
рынка.

Полное клиентское решение

**Обеспечить
высокое качество
предоставляемых
решений.**

**Добиться
максимального
количества
продуктов/услуг
на одного
клиента.**

IBM

**Сохранить
клиентскую базу.**

**Обеспечить
прибыльность
клиента в течение
совместной
деятельности.**

Система замкнутости

Предложить
широкий выбор и
удобный доступ.

Предоставить
широко
используемые
стандарты.

Microsoft

Предоставить
большую
ментскую базу.

Предоставить
инновации на
устойчивой
платформе

Swift

eBay

оставить
остые в
использовании
платформы и
стандарты.