

Программа обучения по направлению «Информационно-аналитическое обеспечение продаж»

Название: Аналитические методы создания и расширения клиентской базы для Вашего бизнеса.

Продолжительность обучения: 1 день, 8 часов

Категория обучаемых: руководители, специалисты и аналитики отделов продаж и маркетинга.

Целевая установка: изучение новых подходов к формированию клиентской базы, основанных на современных аналитических инструментах анализа общедоступных источников сети Интернет.

Краткая аннотация. в процессе обучения слушатели получают практические навыки в работе с общедоступными источниками сети Интернет и аналитическими инструментами, позволяющими консолидировать данные о потенциальных клиентах в конкретном направлении бизнеса.

Содержание программы:

Тема 1. Основные источники получения информации о новых потенциальных клиентах и особенности их использования.

- Внутренние клиентские базы.
- Базы данных регуляторов.
- Электронные торговые площадки.
- Социальные сети и форумы.
- Сайты конкурентов.
- Электронные СМИ.
- Специализированные Интернет-ресурсы.
- Персонал конкурентов.

Тема 2. Информационно-аналитические системы и ресурсы сети Интернет, позволяющие решать задачи формирования и расширения клиентской базы для Вашего бизнеса.

- Системы проверки контрагентов.
- Системы анализа ЭТП.
- Системы анализа социальных сетей.
- Системы анализа публикаций СМИ и сообщений на форумах.
- Системы анализа сайтов.
- Публичные и персональные поисковые системы.
- Системы анализа корпоративных баз данных.

Тема 3. Консолидация данных из различных источников, как основа анализа и расширения клиентской базы.

- Инструментальные средства консолидации данных о потенциальных клиентах, полученных из различных источников.

- Подготовка консолидированной базы о клиентах к проведению анализа.
- Основные направления анализа консолидированной клиентской базы.

Тема 4. Аналитические методы извлечения бизнес-знаний из клиентской базы в интересах удержания старых и привлечения новых клиентов.

- Финансовый анализ.
- Кластерный анализ.
- Ассоциативные правила.
- Профайлинг.
- Geo-mapping.
- Скоринговые модели.

Деловая игра. Формирование клиентской базы для нового бизнеса.