

# LAB INDUSTRIES

БОЛЬШИЕ ДАННЫЕ И БИЗНЕС-АНАЛИТИКА 2023

ЕВГЕНИЯ КОРОБКИНА, 16 ФЕВРАЛЯ 2023

# AGENDA, ПЕРЕОСМЫСЛЕНИЕ ПРОШЛОГО И ПЛАНЫ НА БУДУЩЕЕ

- 01 Введение
- 02 Назад в будущее
- 03 Бизнес всегда делают люди
- 04 Анализ недостающих данных
- 05 Выбор на основе прошлого - ошибка
- 06 Будем играть!

# LAB INDUSTRIES (РАНЕЕ HENKEL)

**Промышленная компания, производитель чистящих и моющих средств, косметики и средств личной гигиены, клеевых материалов.**

“МОМЕНТ” – основной бренд в производстве клеев, завод в г. Тосно, Ленинградская область.

**Коробкина Евгения – руководитель аналитического отдела бизнес подразделения “Бытовые Клеи”**

- Основная задача отдела продаж – это продвижение товаров от производителя к потребителю через посредников (дистрибьюторов)
- Основная задача аналитического отдела – использование стратегии данных и аналитики для оптимизации принятия решений бизнеса в разных условиях. И главный фокус сегодня – это ускорение стимулирования культурных изменений к данным в рамках имеющихся естественно ресурсов и технологий, создание новых стратегий использования данных и аналитики влияния на бизнес



# НАЗАД В БУДУЩЕЕ

## Бизнес-задачи

- Консолидация данных о продажах, остатках продукции и качестве присутствия на уровне торговой точки
- Гарантия достоверности и качества данных
- Динамическое формирование и оптимизация маршрутов на основе потребностей точек, объема задач и наличия ресурсов
- Управление трейд-маркетинговыми активностями
- Разработка планов и контроль их выполнения в режиме реального времени.

*? Мы стали считать, но считать не научились, и практически каждый менеджер считает, что “бумажный менеджмент” это тупик, также как и сбор данных ради самих данных*

*? Соревнование цифра не приводит к эффективному результату и принятие решений бизнеса по-прежнему зависит от доверия и взаимной заинтересованности*

*? Алгоритмы умеют уже многое, но не умеют продавать вместо менеджера. И это вовсе не означает, что нет смысла автоматизировать бизнес. Просто надо научиться использовать большие данные в бизнесе, а это есть самое сложное сегодня.*



# БИЗНЕС ДЕЛАЮТ ЛЮДИ

Цифровая трансформация неизбежна

**Управление продажами в режиме реального времени может создать фантастическое конкурентное преимущество для FMCG бизнеса.**

- Технологии - это лишь часть пазла, где связующим звеном остаются люди. И именно люди делают бизнес. Каждый сотрудник должен быть вовлечен в процесс внедрения технологий и это тренд текущей ситуации/времени
- Проектный подход к бизнесу проникая в простые рутинные рабочие процессы, меняет нашу реальность, создавая тесную связь между технологиями и людьми, что неизбежно приводит к вопросам о темных данных.

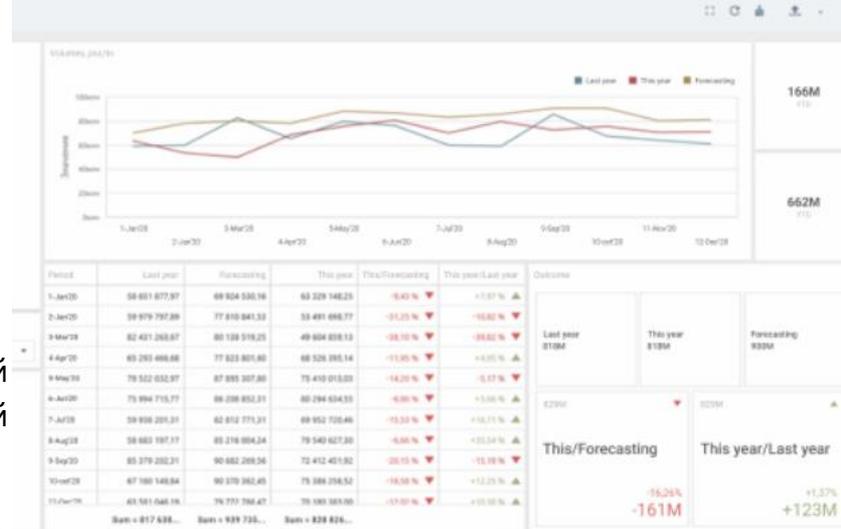


# АНАЛИЗ НЕДОСТАЮЩИХ ДАННЫХ

## Темные данные

Развитие технологий пренебрегло природой данных и информации.

- Ни одна сфера не застрахована от рисков, которые несут за собой темные данные. Особенно это стало понятно в контексте событий последних 3-х лет.
- Разработчики it-продуктов, фокусируясь на имеющихся данных, недооценивают то, что недоступно, и это неведение становится причиной ошибок.
- Системы поддержки мастер-данных предлагают сервисы, приводящие мусорные клиентские базы точек в эталонные. Стремление к эталону – ошибка! В результате производитель не знает, как действительно выглядит потребитель.
- Искусственный интеллект не может ответить на вопрос, что именно влияет на конечный выбор потребителя, особенно промо-продуктов. В итоге рынок, переполненный ненужными продуктами и неудовлетворенными потребителями.



# ВЫБОР НА ОСНОВЕ ПРОШЛОГО - ОШИБКА

- Анализ показателей деятельности компании в разрезе территорий, команд, ключевых клиентов
- Мониторинг ключевых показателей эффективности: продажи, запасы, дистрибуция
- Операционная деятельность: промоактивности, запуск новых продуктов

! Все это анализируется по истории данных. А прошлое может быть не надежным путеводителем по будущему, учитывая экономические потрясения последних лет.

! Все меняется настолько резко и непредсказуемо, что прогнозирование и планирование продаж будущего переходит в плоскость экспертного мнения



# ГЕЙМИФИКАЦИЯ

## Люди играют много

Опыт нашей компании говорит о том, что НАДО ИГРАТЬ!

Наша игра “Звездные воины” смоделирована с учетом потребностей бизнеса и формирования позитивных эмоций сотрудников с учетом мотивации и вовлеченности их в работу

- Мы учимся через игру работать с данными и находим способы делать это интересно
- Мы успешно применяем на практике мотивацию сотрудников (нематериальную и материальную), фокусируем персонал на приоритетных целях, обеспечивая прозрачность и оперативность результатов (в выявлении лидеров и не лидеров), предоставляя возможность прямой коммуникации между всеми сотрудниками отдела продаж в реальном времени
- Мы вовлеченные в процесс, выполняем сверхзадачу по формированию культуры продаж, которая сочетает в себе элементы дисциплины, и творческий, игровой подход, позволяющий каждому играть в свою игру и получать истинное удовольствие от своих результатов.



СПАСИБО.