

КРАТКОЕ
СОДЕРЖАНИЕ

ДИМИТРИ МАЕКС,
ПОЛ БРАУН

КЛЮЧЕВЫЕ

ЦИФРЫ

КАК ЗАРАБОТАТЬ
БОЛЬШЕ, ИСПОЛЬЗУЯ
ДАННЫЕ, КОТОРЫЕ
У ВАС УЖЕ ЕСТЬ



MYBOOK

Краткое содержание

Евгения Чупина

**Краткое содержание «Ключевые
цифры. Как заработать
больше, используя данные,
которые у вас уже есть»**

«MyBook»

Чупина Е.

Краткое содержание «Ключевые цифры. Как заработать больше, используя данные, которые у вас уже есть» / Е. Чупина — «MyBook», — (Краткое содержание)

Этот текст — сокращенная версия книги «Ключевые цифры. Как заработать больше, используя данные, которые у вас уже есть». Только самое главное: идеи, техники, ключевые цитаты. Маркетинг – важная отрасль, необходимая для продвижения бизнеса. Грамотная стратегия позволяет значительно увеличить лояльность клиента, узнаваемость бренда и приумножить объемы продаж. Но рекламная кампания может быть успешной только в одном случае: если она не только вернет потраченные на продвижение товара денежные средства, но и принесет прибыль. Авторы книги «Ключевые цифры» предлагают использовать для оценки и повышения эффективности информацию, которая хранится в базе данных фирмы. Димитри Маекс и Пол Браун отмечают, что главное – умение воспользоваться имеющимися сведениями. Они рассматривают современные инструменты и подходы, помогающие маркетологам и аналитикам в создании адресных сообщений. Материал будет интересен предпринимателям и сотрудникам, чья задача состоит в привлечении новых покупателей, анализе бизнес-модели и увеличении прибыли. Напоминаем, что этот текст — краткое изложение книги «Ключевые цифры. Как заработать больше, используя данные, которые у вас уже есть»

Содержание

Предисловие. Чем так привлекают цифры	5
Каким образом эта книга поможет вам расширить бизнес?	6
Выбор цели – с какими клиентами следует разговаривать	7
Конец ознакомительного фрагмента.	8

Ключевые цифры. Как заработать больше, используя данные, которые у вас уже есть

Предисловие. Чем так привлекают цифры

Как усовершенствовать маркетинг, не потратив деньги? Димитри Маекс и Пол Браун в книге «Ключевые цифры» советуют обратить внимание на научный подход в оценке бюджета, который основывается не на интуиции, а на цифрах. Источником начальных сведений будет служить база данных компании, а способом анализа – методы машинного обучения и математической статистики. Авторы рекомендуют внедрять экометрику и научные способы для выявления взаимосвязи показателей в экономике. Делать это можно самостоятельно или прибегнув к услугам специализированных компаний.

Каждые 15 лет появляются новые технологии. С 1992 по 2008 год был период компьютерных сетей. В наше время ускоренное развитие инноваций получило название эры умных машин.

Книгу «Ключевые цифры» можно сравнить с путеводителем по миру аналитики. Она написана от первого лица, проводит читателя через семь уровней оценки бизнеса. Это семь задач, которые решает любая коммерческая организация. Посмотрим, какие вопросы рассматривают авторы и какие предлагают решения. Сначала обратим внимание на ключевой элемент фирмы – вашего клиента.

Каким образом эта книга поможет вам расширить бизнес?

Если грамотно использовать имеющуюся у вас базу данных клиентов, можно значительно усовершенствовать сбыт, стратегию и тактику управления. С помощью нового подхода можно выстроить регулируемые отношения с потребителями и конкурентами, обозначить перспективные направления. Достаточно лишь научиться анализировать статистические сведения. Вы сможете оценить, кто из клиентов приносит большую прибыль, что они обычно приобретают, отсеять малопродуктивный потребительский сегмент. Тщательное изучение цифр укажет на оптимальный способ общения с покупателями, который увеличивает вероятность приобретения вашего продукта.

Существуют две причины, по которым должны произойти улучшения в вашем бизнесе. Прежде всего, современный уровень развития технологий позволяет нам отсортировать все имеющиеся данные о поведении клиентов, а затем понять (и предсказать), что и как они делают или будут делать. Подобная информация всегда имела в нашем распоряжении. Но до недавних пор компании могли пользоваться лишь незначительной ее частью. Помимо этого, к появлению новых данных приводит практически каждое наше действие. Иными словами, мы можем получить куда более полную картину поведения людей, с которыми имеем дело, – и об этом следующая моя история, в которой рекомендую обратить внимание на данные, позволяющие нам четко оценить сумму недополучаемого компаниями дохода.

Выбор цели – с какими клиентами следует разговаривать

Главное преимущество книги – использование имеющейся у вас информации. Вам не нужно собирать другие сведения, достаточно правильно пользоваться базой данных. Посмотрим, как с помощью удочки (цифр) «поймать» крупную добычу.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.