



ДЕНЬ
БРЕНДА

Data Detox

Тонуть в цифрах или начать видеть суть

Сазонов Андрей

Директор по маркетингу и стратегии
MAY BRANDS



Сазонов Андрей

Директор по
маркетингу и стратегии
MAY BRANDS



Мы **тонем** в данных, но жаждем смысла



МАССА ДАШБОРДОВ,
которые зачастую
никто не смотрит



ОТЧЕТЫ,
которые
готовятся «на
полку»



ПАРАЛИЧ АНАЛИЗА,
(«давайте еще
немного
поисследуем»)
вместо действия

Less but **Better**

Принципы осознанной аналитики



Релевантность, а не полнота

Собирать не ВСЕ данные,
а только те, что влияют на
бизнес-решения



Контекст, а не цифры

Одна цифра без
сравнения с целью,
прошлым периодом
или конкурентами –
просто шум. Банчмарк
наше все



Действие, а не отчетность

Цель данных –
спровоцировать
решение, а за ним
действие. Если из
данных не следует
action item – они
бесполезны. Не можете
сами – спросите ИИ

Какие 20% данных дадут 80% результата?

Важное / Влиятельное

LTV, САС, ROMI, Доля рынка

Важное / Не срочное

NPS, Brand Health

Ежедневный CTR/CPC

Менее важное / Срочное

Проведите аудит всех своих отчетов и безжалостно удалите все, что попадает в этот квадрант



Vanity-метрики

Не важное / Не срочное

Не идеальные данные, а **быстрые** решения

Цель data-detox'a – почти идеальная система отчетности, которая в том числе **освобождает время и ресурсы для анализа и действий**

Главный показатель эффективности вашей аналитики в Детоксе – это Time to Decision / Время на принятие решения



НАШ ACTION ПЛАН

Проведите
аудит текущих
метрик и даты

Найдите данные
из самого
«слабого
квадрата»

Удалите XX%
СВОИХ ОТЧЕТОВ
на этой
неделе

Сфокусируйтесь
на
одной/нескольких
метриках из ядра
роста

Спрашивайте
себя «**Какое
решение** я
могу принять
на основе этих
данных?»

И настройте
систему ALERT
предупреждений
когда ваши
показатели
вышли за пороги
разумного



ДЕНЬ
БРЕНДА

Adindex



H:P:A

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!

Сазонов Андрей

Директор по маркетингу и стратегии
MAY BRANDS



MAY