



1. Великі дані в аналізі глобального ринку. Цифрові рішення для малого бізнесу. Поняття відкритих даних та основні джерела бізнес-інформації в ЄС.



- ✓ Які дані можна узяти з відкритих джерел, не витрачаючи кошти на послуги консалтингових компаній?
- ✓ Що корисного можуть розповісти "великі дані" власнику малого бізнесу?
- ✓ Основи статистичного аналізу ринку: як підготувати пропозицію для інвестора / потенційного ділового партнера





Обмеження щодо сприйняття інформації



- ✓ "Перенаповнення" даними з різних джерел
- ✓ Споживач не може сприймати інформації більше за свої когнітивні здібності
- ✓ Оптимальна кількість джерел для щоденного обміну інформацією





Причини вигорання на робочому місці



- ✓ Фізичне навантаження чи інформаційне?
- ✓ Ілюзія вільного часу у роботі з плаваючим графіком
- ✓ 24/7 – вимога доступності





Великі дані – великий безлад



- ✓ аналогія супермаркету –
впорядковані товари і
"невпорядковані"
споживачі





Ієрархія потреб конкретної групи споживачів



- ✓ На якій стадії реалізації потреб знаходиться цільова група споживачів / країна у цілому?
- ✓ Чи буде зацікавленість у віртуальних цифрових послугах?

Maslow's hierarchy of needs





Географічне місцезнаходження розробників та споживачів послуг часто різниться



В США презентували українську "Дію"

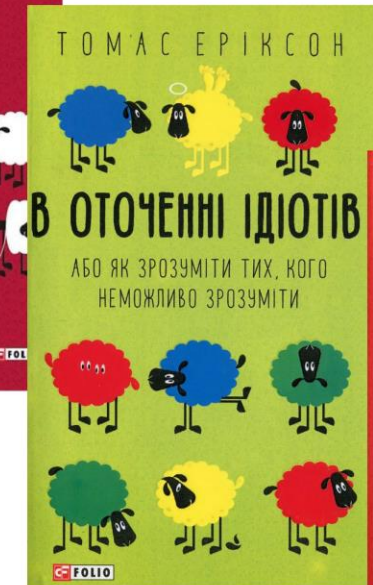
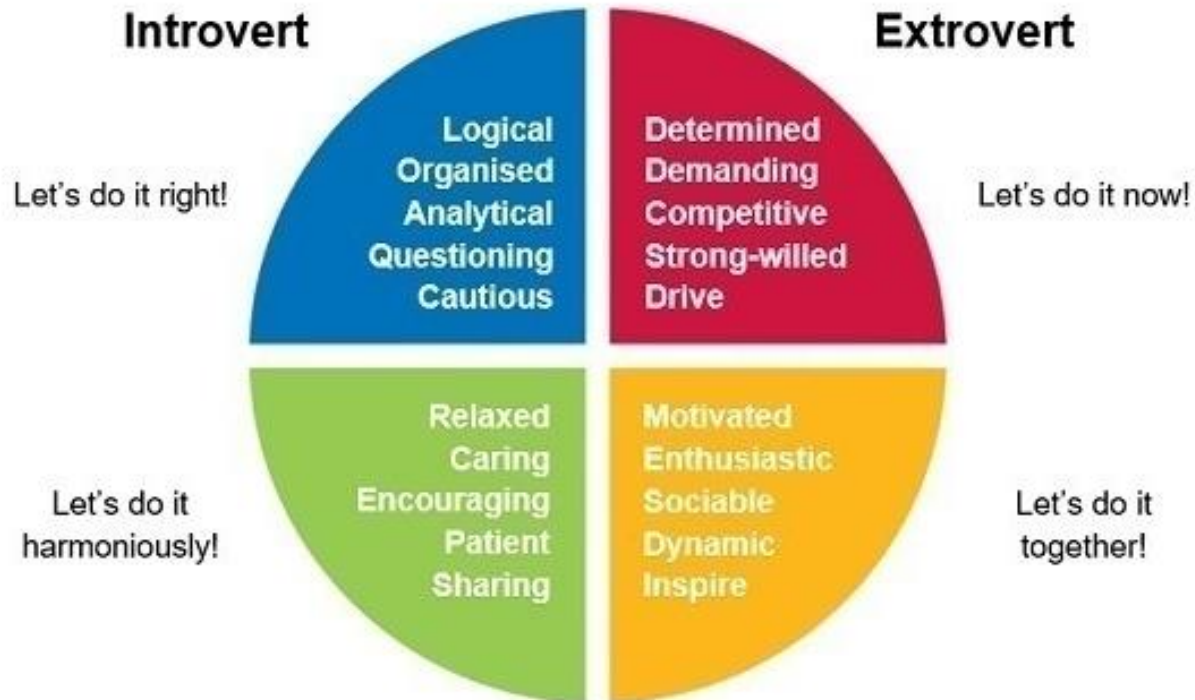
23 травня у Вашингтоні відбувся перший саміт Diiia in DC. Віцепрем'єр-міністр з інновацій, розвитку освіти, науки та технологій – Міністр цифрової трансформації Михайло Федоров презентував досягнення цифрової України та представив бачення подальшого розвитку.

"Працюємо над впровадженням Дії ще на двох континентах. Співпрацюватимемо з Колумбією і Замбією. Вивчатимемо можливості, щоб поділитися досвідом цифрової трансформації з цими країнами. Далі — більше. Ведемо перемовини щодо експорту Дії з 10 державами", — написав Федоров.





Психофізіологічні особливості





Матричний підхід – один із найпопулярніших способів візуалізації

Pepsi BCG Matrix



- ✓ Розробити матрицю особливостей сприйняття інформації категоріями споживачів відповідно до їх характеристик (параметри обираєте на власний розсуд)





Роздрібна торгівля та продажі

- збирати якомога більше інформації про життя своїх клієнтів, щоб ефективніше задовольняти їхні мінливі потреби

Виробництво

- намагатися оптимізувати операції. Можна зберегти різні параметри налаштування обладнання, а також контролювати середовище зберігання продукту, щоб визначити оптимальні умови, що призводять до мінімального псування та відходів

Глобальні компанії

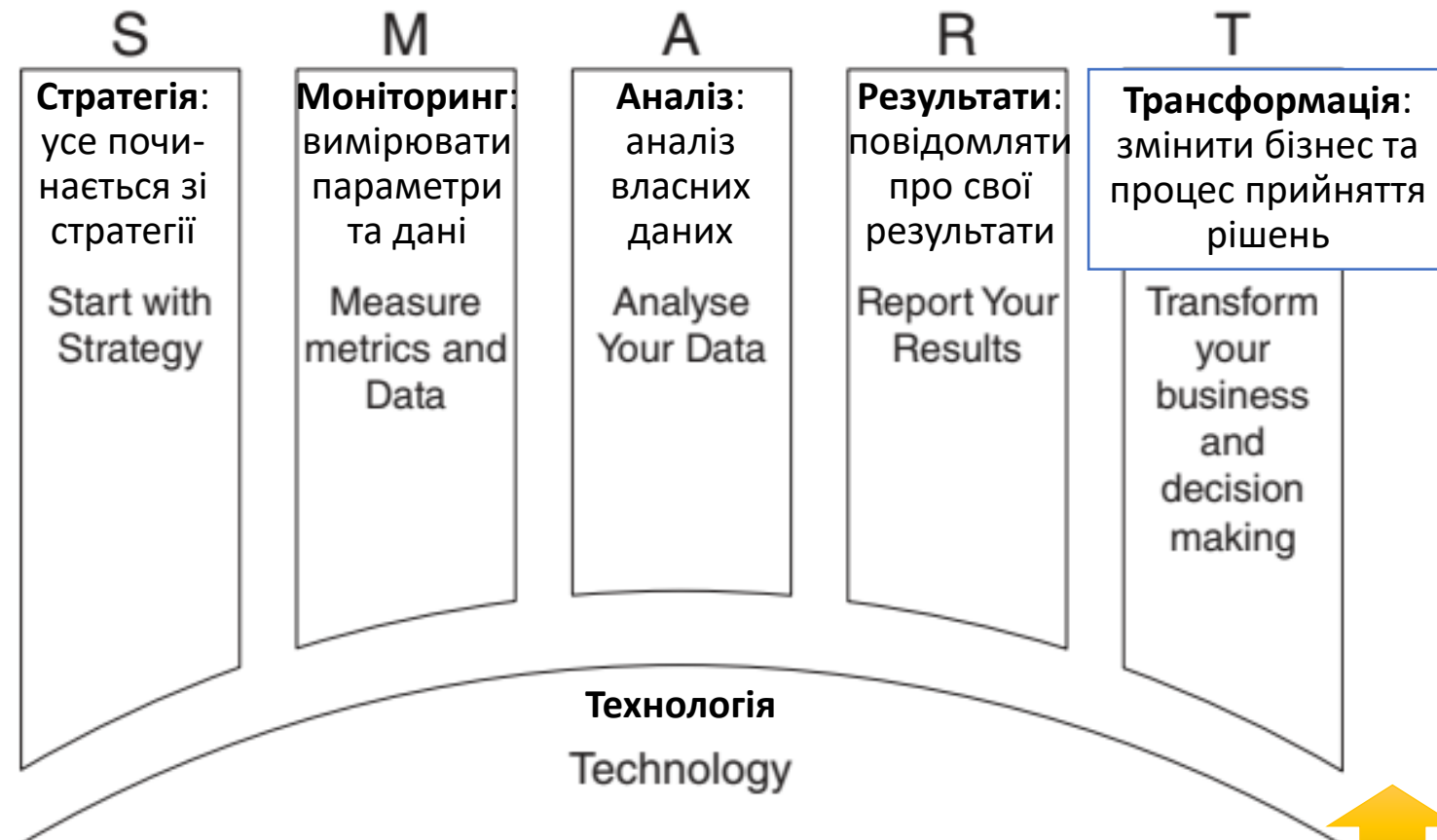
- збирати і аналізувати дані про виробників з усього світу, що дозволяє вивчати незначні відхилення та розуміти їх результати

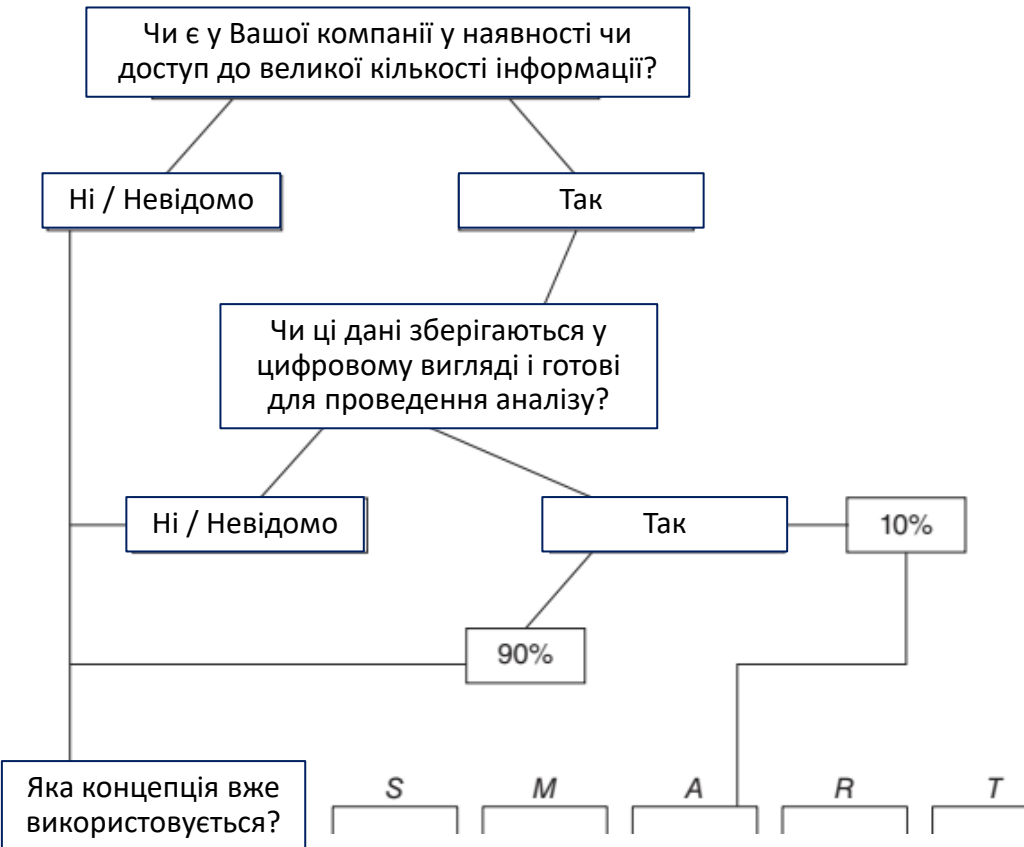




Ефективність кожної машини — і людини — залученої у виробничий процес, можна зафіксувати, щоб компанії знали, **що працює**, і могли **вносити покращення** там, де це необхідно.

SMARTER BUSINESS





Purpose Panel

Purpose: *What is our purpose? (Mission Statement)*

Ambition: *What is our ambition? (Vision Statement)*

Customer Panel

Target Market: *What customer do we target? (Segment, Market, Region, Niche, Channels, etc.)*

Value Proposition: *What do we offer our customers? (Quality, Price, Innovation, Relationship, Service, etc.)*

Operations Panel

Partners: *Who are our key partners we need to maintain a relationship with? (Suppliers, Distributors, Communities, etc.)*

Core Competencies: *What internal processes do we have to excel at? (Develop Products & Services, Generate Demand, Fulfill Demand, Regulatory & Social, etc.)*

Resource Panel

IT Systems and Data: *What are the key IT systems and data deliverables? (Systems, Networks, Data Sources, etc.)*

Infrastructure: *What are the key infrastructure deliverables? (Property, Machinery, Land, etc.)*

People & Talent: *What are they key people and talent deliverables? (Recruit, Develop, Retain, Engage, etc.)*

Culture, Values, Leadership: *What are the key culture and leadership deliverables? (Values, Behaviours, etc.)*

Finance Panel

Finance Objectives: *How will we deliver financial results?*

(Revenue, Profit and Cash Generation, Shareholder Value)

(Cost, Productivity, Efficiency)

Competition and Risk Panel

Competition factors and Risks: *What is threatening our success?*

(Market, competition and customer risks)

(Operations risks)

(Financial Risks)

(IT Risks)

(People Risks)





Розвивати товари та послуги

- Дослідження ринку, дизайн і розробка нових продуктів і послуг


Створювати попит

- Аналізувати ринкову інформацію, розвивати та керувати відносинами з клієнтами, відстежувати тенденції поведінки споживачів, активно використовувати комплекс маркетингу і брендинг

Задовольняти попит

- Постачання та/або виробництво товарів і послуг, управління ланцюгами поставок, бізнес-процесами, мережею доставки, надання послуг і післяпродажної підтримки

**Регуляторні (нормативні)
та соціальні заходи**

- Перейматися станом здоров'я і безпекою працівників та споживачів, корпоративна соціальна відповідальність, зменшення впливу на навколишнє середовище
- 



Smart Big Data / стратегія аналізу



Purpose Panel

Purpose: What is our purpose? (Mission Statement)

Ambition: What is our ambition? (Vision Statement)

Customer Panel

Target Market: What customer do we target? (Segment, Market Region, Niche, Channels, etc.)

Value Proposition: What do we offer our customers? (Quality, Price, Innovation, Relationship, Service, etc.)

Operations Panel

Partners: Who are our key partners we need to maintain a relationship with? (Suppliers, Distributors, Communities, etc.)

Core Competencies: What internal processes do we have to excel at? (Develop Products & Services, Generate Demand, Fulfil Demand, Regulatory & Social, etc.)

Resource Panel

IT Systems and Data: What are the key IT systems and data deliverables? (Systems, Networks, Data Sources, etc.)

Infrastructure: What are the key infrastructure deliverables? (Property, Machinery, Land, etc.)

People & Talent: What are they key people and talent deliverables? (Recruit, Develop, Retain, Engage, etc.)

Culture, Values, Leadership: What are the key culture and leadership deliverables? (Values, Behaviours, etc.)

SMART Customer Questions:

- Which customers are most likely to churn, and when?
- How do we best identify target customers?
- What factors drive customer loyalty?
- What perceptions do customer have of our products, services, brands?
- What is the predicted customer lifetime value for each of our customers?
- What service elements do customers value the most?
- Etc.

Finance Panel

Finance Objectives: How will we deliver financial results?

(Revenue, Profit and Cash Generation, Shareholder Value)

(Cost, Productivity, Efficiency)

Competition and Risk Panel

Competition factors and Risks: What is threatening our success?

(Market, competition and customer risks)

(Operations risks)

(Financial Risks)

(IT Risks)

(People Risks)

SMART Operations Questions:

- How do we optimize our supply chain?
- Which marketing campaigns are most successful?
- How do we minimise production waste?
- How do we optimize our delivery routes?
- Which products in our pipeline are most likely to succeed?
- How strong are the relationships with our key suppliers?
- Etc.

SMART Resource Questions:

- From where do we best recruit the talent we require?
- What are the engagement levels of our employees?
- How likely are our top-performers to leave?
- What is our employment-brand image?
- How do we optimize energy usage across our plants?
- What is the optimal location for our distribution centre?
- What are our organisational behaviours?
- What is the perception of our management style?
- Etc.

SMART Competition and Risk Questions:

- What consumer trends are threatening our business model?
- What are our biggest IT security risks?
- Which of our key suppliers is most likely to have delivery difficulties?
- What is the biggest threat to our employment brand?
- What are our key financial risks?
- Etc.



Обсяг – пов'язаний із величезними обсягами згенерованих даних у кожну секунду

Швидкість – з якою нові дані генеруються та переміщуються по всьому світу

Big data anatomy
(анатомія великих даних)

Різноманітність – усе більше генеруються дані різних типів

Правдивість (точність) – оскільки у кожну мить створюється дуже багато даних, інформація може спотворюватися



Внутрішні дані

структуровані

напівструктуровані

неструктуровані

Зовнішні дані

структуровані

неструктуровані





7 способів
збору даних
та
інформації

1 Створені дані

2 Спровоковані дані

3 Транзакції – передана інформація

4 Зведені дані

5 Експериментальні дані

6 Перехоплені дані

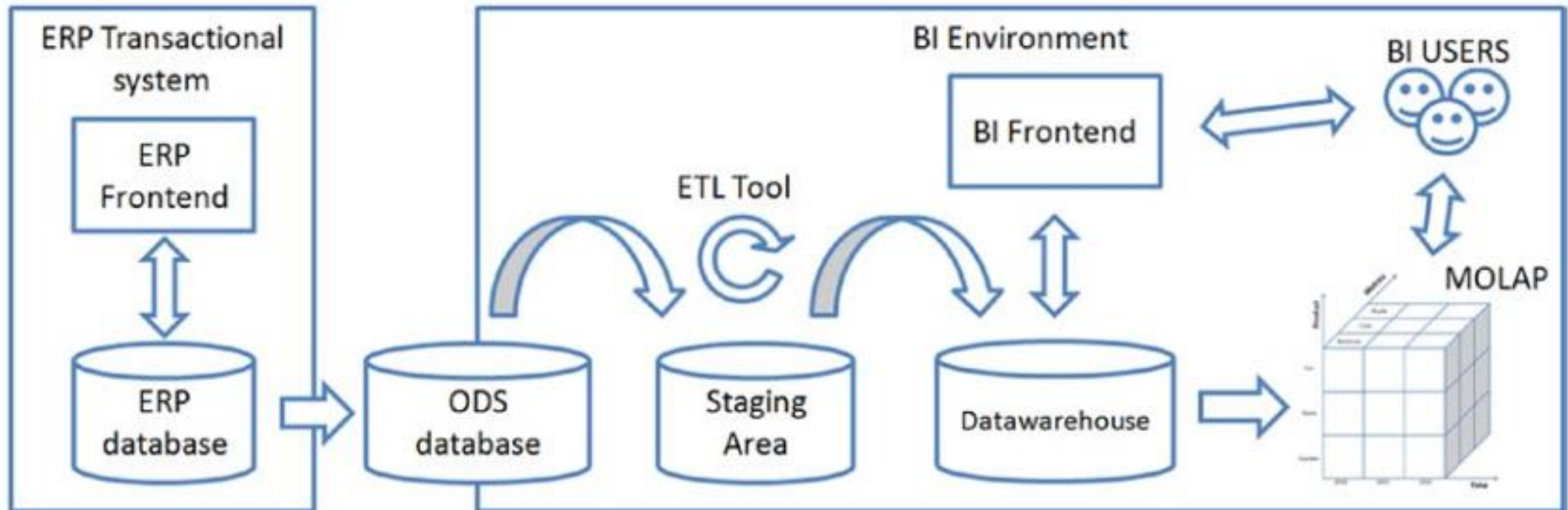
7 Дані, створені користувачем





Business Intelligence system components

Складові системи ділової аналітики





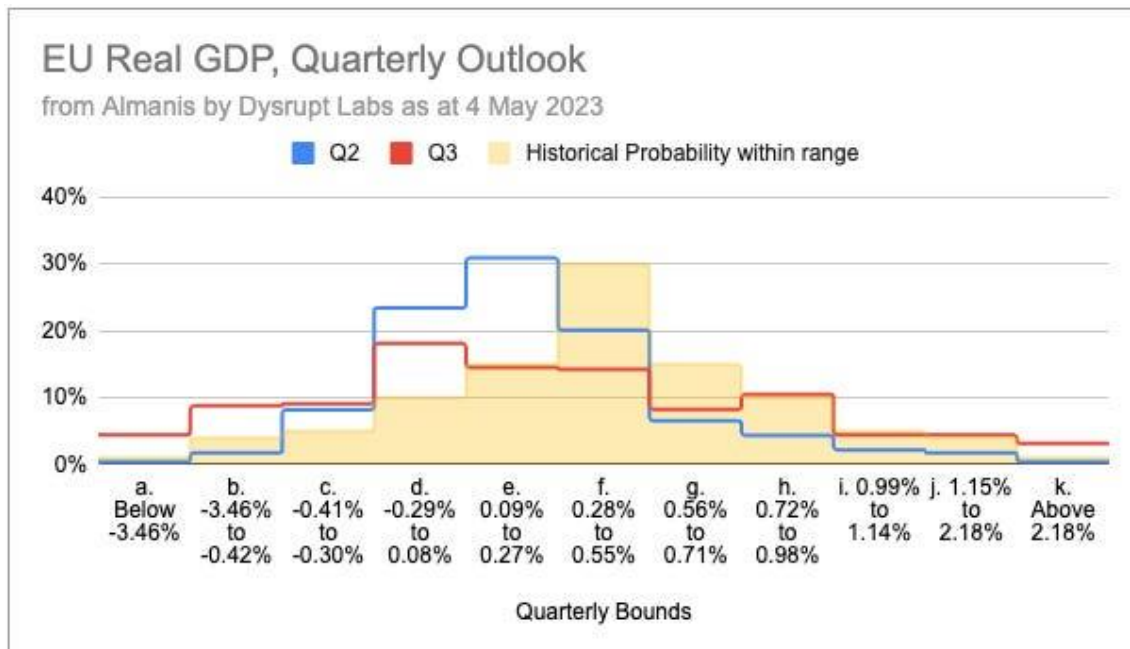
Параметри налаштування бази даних

- Визначте, яка доступність необхідна для користувачів.
- Визначте періодичність завантаження та "вікно" завантаження, доступні для оновлення інформації.
- Спроектуйте архітектуру середовища; можна мати проміжний блок між транзакційною базою даних і сховищем даних, яке можна використовувати як ODS (операційний склад даних).
- Визначте політику резервного копіювання відповідно до періодичності завантаження. Немає сенсу зберігати щоденні резервні копії, якщо ваші дані змінюються раз на місяць.





Прогнозування у мінливому середовищі



Public Dashboard - Good Judgment

<https://goodjudgment.com/publicdashboard/>

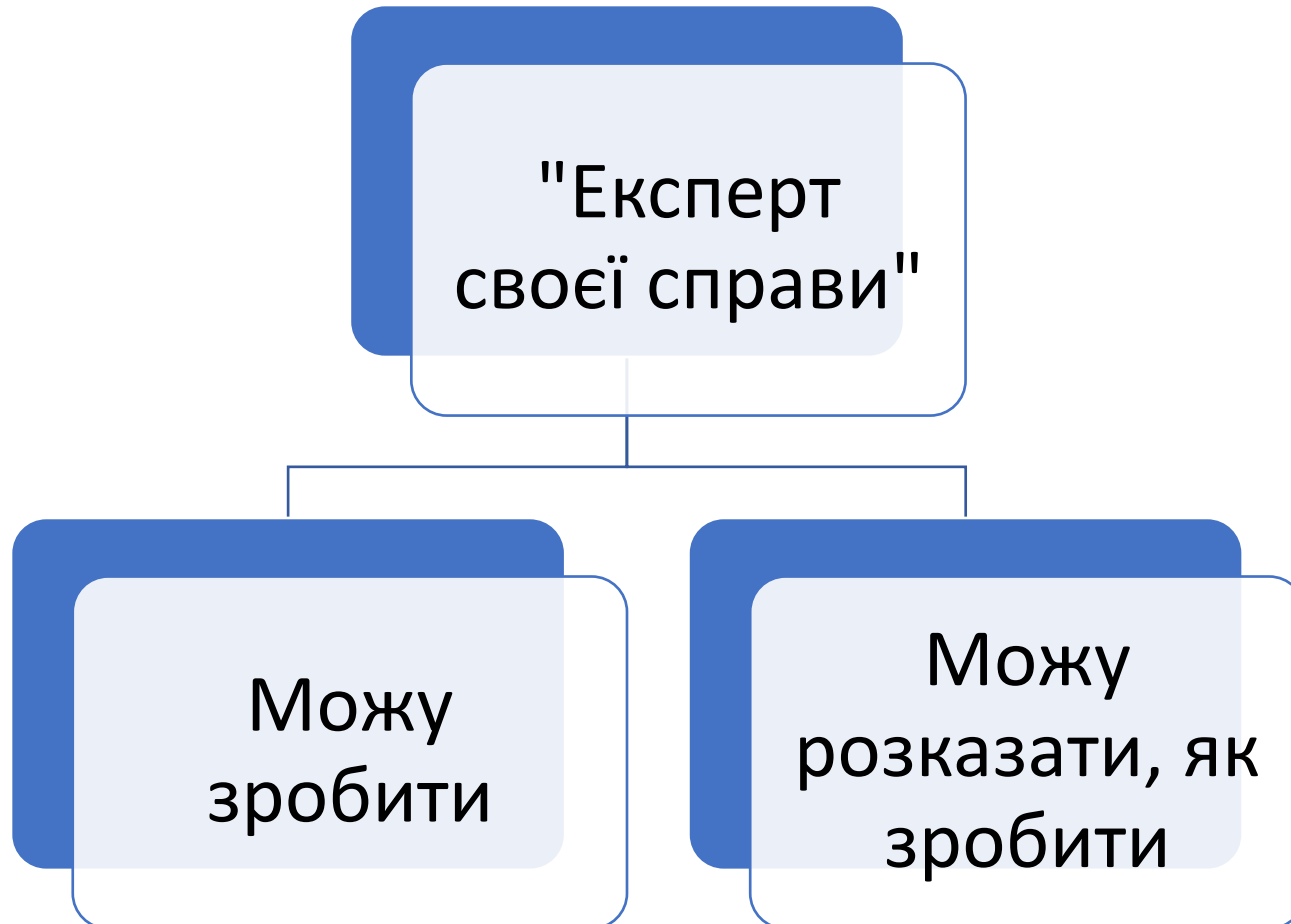
Real-time probability forecasts

<https://dysruptlabs.substack.com/p/real-time-probability-forecasts-on-b41>





Генератор ідей



- ✓ "Найбільше прибутку ми отримуємо, коли хобі стає роботою"

