

《透过数据看本质：商业洞察与市场大数据深度分析》

主讲：黄辰 教授

【课程背景】

企业数字化转型是大势所趋，新的商业模式、新的渠道、新的方法，不断将数字化技术与业务充分融合，在创新中求变，为消费者创造多、快、好、省的价值。在这一过程中充分利用优秀的数据分析模型和工具，通过交互可视化实现针对企业数据进行专业分析，支撑决策人员做出更加符合公司策略和利益的决策，使企业的战略及战术切实落地。其中最重要的三个法则是：结合业务场景、提升业务指标、构建企业组织能力。随着商业环境的发展愈加快速，客户的需求变化更不容易被捕获，这也让企业重新审视数据商业智能的价值所在。越来越多的企业下定决心打通企业的数据孤岛，打开“商业智能化”的大门。

本课程指导企业核心团队转变思维，从授人以鱼到授人以渔，致力提升业务用户的数据素养和数据分析能力，从数据中发现新的问题和商业机会点。本课程涵盖商业数据分析中常用方法，重点探讨了大数据营销的意义和数据应用体系，注重深度理解数字商业的本质，支撑企业管理者根据市场变化，动态地设计出高盈利的商业模式，从客户思维、利益共赢、数字化、平台模式、指数思维、循环商业六大要点出发，围绕商业元素的重要性进行排列组合，指导企业不断革新自己的商业模式，对外关注客户导向和营销增长，对内强调数字化组织构建与人才能力提升，动态地、便捷地满足客户需求，不断为客户创造新的价值，使企业在当下激烈的市场竞争中胜出！

【课程收益】

- 提炼商业数据分析模板及其背后的思维逻辑，展示最佳实践内容，为实战提供“模板化”的公式及思维
- 不论从事 IT 工作、财务工作，还是企业的高管，都可以像商业分析师一样思考，挖掘商业数据背后的价值
- 深入浅出，从理论到实践，既给初学者提供学习的路径，也给进阶者带来思维的碰撞
- 逐个解疑，层层剖析，让商业智能数据分析实战变得生动、深刻，具有挑战性
- 贴近业务，以商业价值和商业数据为导向，快速迭代更新，推动企业实现“IT 业务化，业务 IT 化”
- 深入分析构建数字营销策略和建立高效的数字化组织，助力企业实现数字化营销的全面转型，以及数字化战略和组织的升级
- 系统性地提炼出的关于数字营销的创新理论和实战攻略，为理解前沿数字营销实战知识与经验提供扎实的指导

【课程特色】

- **【视野广阔独到】**：既有前瞻视野，又有丰富工具，更有翔实案例，为企业管理者提供极富借鉴价值的路线图和方法论
- **【道与术并存】**：既有理论高度，又有实践经验；既有顶层设计思路，又有清晰的实施路线和实用的工具，让企业转型有路径可循、有方法可用
- **【行业背景深厚】**从行业一线中提炼出深刻且有生命力的洞见，引导将先进的理念付诸实践，推动核心业务的全方位进化
- **【逻辑缜密、化繁为简】**视角客观扎实、高屋建瓴、逻辑清晰、深入浅出、发人深思
- **【技术及管理经验丰富】**具有明确的目标、创新的方式和清晰的执行路径，避免空谈，

实操性强

- **【严谨生动、大局观强】** 大局与细节兼顾，方法与案例互补，理论与实务结合，内部与外部并重

【课程对象】

- 企业高层管理者：董事长、总裁、总经理、分管副总等
- 战略高层、战略规划、顶层设计负责人（CEO、CTO、CIO、CMO 等）
- 各个条线的业务负责人和技术专家
- 产品开发与创新人员、服务方案制定者
- 市场营销策划、客户经理、产品经理等
- 创新业务的负责人，创新创业导师及实践者

【课程时间】 6-12 小时

【课程大纲】

第一部分、商业数据深度分析：数理模型与市场洞察方法

一、商业分析概述

1、商业数据分析的概念

- 什么是商业数据分析
- 商业数据分析需要具备的能力

2、商业数据分析的特点

3、商业数据分析的价值

4、商业数据分析的业务流程

- 商业数据分析的三个阶段六个步骤
- 阶段一：构建问题
- 阶段二：分析问题、解决问题
- 阶段三：传达结构并行动

5、商业数据分析的核心技能模型

- 数据分析能力
- 逻辑思维能力
- 赢得结果能力

6、商业数据分析场景

二、面向商业分析的数理模型

1、数理模型的核心分析方法

- 假设法
- 对比分析
- 分组分析
- 趋势分析
- 结构分析
- 矩阵分析
- 多维分析
- 公式分析
- 路径分析

- 交叉分析
- 2、数理模型的数据分析思维模式**
 - 分类思维模式
 - 对比思维模式
 - 时间序列思维模式
 - 逻辑树思维模式
 - 指数化思维模式
 - 下钻思维模式
 - 经营思维模式
- 3、数理模型中的五大数据分析模型**
 - AARRR 模型
 - RFM 模型
 - CLV 用户生命周期模型
 - 事件分析模型
 - 用户旅程模型
- 4、数理模型的业务分析框架**
 - 商业发展不同阶段的分析框架
- 5、数理模型的业务指标体系**
 - 搭建目的
 - 搭建步骤

三、数理模型的可视化呈现及分析

- 1、数据信息分析—如何有条理地整理数据信息**
 - 信息分析的目的和对象
 - 信息分析流程
- 2、数据信息分析—常用数据分析应用**
- 3、定性信息分析—如何呈现更直观易读**

实例：

进口品牌 SUV 销量数据分析

四、数理模型的应用方法论——透过数据看本质

- 1、方法论：如何深度进行数据挖掘，得出有价值的观点**
 - 管理项目中，客户提出的问题
 - 透过现象看本质-方法论和应用技巧
 - 透过现象看本质-以公司为例
- 2、方法论应用举例**
 - 第一步：确定数据分解的框架
 - 第二步：基于该框架对目标公司进行分析
 - 第三步：与历史数据、与可比竞争者进行对比
 - 第四步：对重点领域进行细化分析
 - 第五步：定性分析，分析背后的原因
 - 第六步：汇总报表，并给出建议

3、商业分析中常见问题

实例：

如何拆解分析各大白酒上市公司的财务指标

五、蛋糕到底有多大？通过市场规模分析观测行业发展情况

1、市场规模计算：现有规模&未来规模预测

- 市场规模测算方法
- 测算当前市场和未来市场的异同

2、市场规模预测框架搭建

- Step1. 列出行业分析框架
- Step2. 按照分析框架，列出历史数据
- Step3. 进行未来 3 - 5 年相关变量的预测
- Step4. 对市场预测模型进行归纳、总结

案例：

中国天然气行业

健身房行业

六、蛋糕可以分多少？看懂细分市场和产业链，准确判断行业态势

1、摸清产业链构成及各环节的基本态势

- 产业链梳理步骤
- 如何从零开始研究产业链构成

2、细分环节，分析重点

- 各环节的切分及相互影响
- 如何确定产业链的重点环节？
- 确定重点环节之后，从哪些角度进行分析？

案例：

快递行业

3、摸清细分行业的构成和基本情况

- 快速摸清细分行业的构成
- 确定重点环节之后的分析角度
- 政策分析：不同机构的适用政策与规定
- 细分行业发展的驱动因素

案例：

物流行业细分

4、竞争者分析

- 行业竞争格局如何分析
- 竞争者分析的方法

案例：

快递行业竞争态势概览

以健身房行业投资项目为例

七、如何看懂新兴企业的商业模式和前景

1、从经典商业模式出发，看懂复杂多变的创新模式

- 如何定义商业模式
- 从公司层面解读商业模式
- 资源驱动的商业模式
- 产品驱动的商业模式

- 客户驱动的商业模式
- 2、系统分析创新商业模式的核心要点**
- 核心要点 1-用户价值
- 核心要点 2-收入来源
- 核心要点 3-市场规模
- 核心要点 4-竞争格局

第二部分、企业数字化经营：统计决策与大数据价值挖掘

一、数字化经营的难点分析

- 1、难点分析：为什么企业数字化经营无法带来价值？
- 2、价值视角：需求各异，众口难调
- 3、数据视角：纷繁复杂，负重前行
- 4、数据团队的关键价值：数据和价值之间的桥梁

二、面向统计决策的战略分析模型

- 1、BCG 矩阵
- 2、PESTLE 分析
- 3、SWOT 分析
- 4、价值链模型
- 5、生命周期模型
- 6、行业集中度模型

三、统计决策的价值视角

- 1、如何创造数据价值？
- 2、数据价值的场景连接
 - 决策层
 - IT 层
 - 业务层
 - 场景
- 3、场景出发点：决策者如何改善经营？
- 4、价值视角的典型场景
 - 帮决策者提升信息收集的效率体验
 - 帮决策者加强业务过程的精细化管理
 - 用价值衡量驱动执行的不断改进

案例：

某医疗机构的自动化报表体系

中建钢构

5、决策层的价值衡量

- 基于“人”的视角
- 基于“事”的视角

四、统计决策的数据视角

- 1、如何改善数据的质量？

2、当前企业数据质量存在的问题

案例：

某证券公司的数据质量案例

3、数据视角的成功经验：加强底层数据处理

4、数据视角的成功经验：加强中间模型的建立，提升数据深度

- 数据模型建立
- 业务模型建立

五、缩短数据和价值的距离

1、数据团队带领企业打赢数字化经营之战

- 定战术：IT部门的定位
- 建能力：培养链路上最重要的人（数据运营官的平台）
- 给武器：FineBI+FineReport（行业方案和企业管理平台）
- 多实战：思想碰撞+实际经验互换（面向“人术器”的完整服务体系）

案例：

某大型药企的数据人才蜕变

2、“人术器”完整的服务体系

- 器（工具）
- 器（方案）
- 人（服务）
- 术（交流平台）

六、如何像咨询顾问一样解决企业内部的问题

1、如何对一个新的产品定价

- 举例：如何对一个新的产品定价？
- 方法论：在讨论定价时，通常我们讨论的是两方面
- 基准定价策略
- 定价调整策略

2、基准定价策略的操作方法

- 基于成本的定价方法
- 基于竞争/需求的定价方法

3、基准定价策略的适用行业

- 基于成本的定价方法的适用行业
- 基于竞争/需求的定价方法的适用行业

4、基准定价策略的使用

- 基于成本的定价方法的使用
- 基于竞争/需求的定价方法的使用

5、如何解决盈利率下降的问题

- 举例：如何解决盈利率下降的问题？
- 方法论：沿着四部曲，解决盈利率下降的问题
- 第一步：定量寻找原因
- 第二步：明确分析重点
- 第三步：定性刨根问底
- 第四步：提出改善建议

6、企业内部问题的总结

- 新产品定价及定价调整策略
 - 解决盈利性问题
- 7、能源化工企业的数据化经营 (BI) 解决方案**

七、综合案例：

- 1、电力业数据化经营 (BI) 解决方案**
- 2、建筑业数据化经营 (BI) 解决方案**
- 3、零售业数据化经营 (BI) 解决方案**
- 4、物流业数据化经营 (BI) 解决方案**
- 5、医疗行业数据化经营 (BI) 解决方案**
- 6、医药行业数据化经营 (BI) 解决方案**
- 7、银行数据化经营 (BI) 解决方案**