

从数据到需求

——灵活使用数据发现工作中根本问题

【课程背景】

不懂数据，就做不好生意；不懂大数据，就做不成大生意！数据是生意经营过程的量化结果，里面蕴含着不为人一眼察觉到的奥秘。通过洞悉数据背后的逻辑、规律、趋势和洞见，可以更好地读懂过去、了解现在、预见未来！无论是传统领域里的企业人，还是基于互联网技术发展起来的电商公司，在实际的业务中，数据能给了企业者更理性化、系统化管理业务的支撑点，但是另一方面数据管理的知识总显得太过严谨生涩而让人难以轻松接受。

何先生通过课程的讲解可以把案例一个个穿插在理论中，整个应用基于办公室最常用的 EXL 为基础，通过学会利用数据的同时避开我们再数据使用中的“坑”，通过数据分析、诊断出的真正的需求结论。

【参训人员】 中小型企业中各级管理者

【课程收益】

- 理解数据分析对于管理的意义
- 学习掌握如何正确收集分析销售中的数据
- 学习掌握通过数据分析发现销售中的问题并提出解决方法
- 学习掌握通过数据解决在库问题
- 学习掌握通过数据发现利润增长点
- 学习权重设置、黄氏曲线以及效果分析
- 掌握 4 项基本 EXL 表中的使用
- 掌握基本的销售报表及数据分析说明

【课程时长】 1-2 天 (6 小时/天)

【课程大纲】

第一讲：什么是数据化管理？

导入：案例分析

一、数据化管理的意义

1. 量化管理
2. 最大化销售业绩、最大化生产效率
3. 有效的节约企业各项成本和费用
4. 组织管理、部门协调的工具
5. 提高企业管理决策的速度和正确性

二、数据化管理流程图

1. 需求分析
2. 数据收集
3. 数据整理
4. 正确理解数据特点
5. 数据可视化

第二讲：寻找零售的密码

一、权重周期的设立

- 1、零售规律
- 2、权重指数的设立
- 3、权重指数计算
- 4、特殊日期处理

二、权重指数的应用

- 1、目标分析
- 2、销售预测
- 3、销售对比

三、黄氏曲线

- 1、权重值的使用
- 2、销售中的数据追踪
- 3、促销效果的评估
- 4、分析报告的表达

第三讲：销售中的数据化管理

一、销售都是追踪出来的

- 1、目标如何制定合理
- 2、如何使用数据进行销售追踪
- 3、销售追踪中的注意事项

二、效用的销售分析指标

- 1、人、货、场的基本思维模式
- 2、零售业态的常用指标
- 3、如何正确确定指标

三、提高的销售的分析图

杜邦图的使用

促销中的数据化管理

第四讲：商品中的数据化管理

一、常用的商品分析指标

- 1、商品分析的基本逻辑
- 2、常用的商品分析指标
- 3、售罄率

二、商品分析方法

- 1、商品的自然分类
- 2、商品的销售分类
- 3、商品的价格分析
- 4、商品的定价策略

三、商品关联性分析

- 1、关联性程度分析
- 2、购物篮分析
- 3、如何提高关联度

四、在库管理中数据分析

- 1、库存分析
- 2、异常在库分析

- 3、如何设置在库预警
- 五、商品的利润管理
 - 1、谁在决定商品的利润
 - 2、商品现值
 - 3、库存现值分析值

第四讲：零售策略中的数据化管理

- 一、渠道策略中数据化管理
 - 1、如何科学的进行渠道划分
 - 2、渠道拓展分析
 - 3、渠道管理指标
- 二、会员策略的数据化管理
 - 1、会员数据分析
 - 2、会员价值分析
 - 3、会员的生命周期管理
 - 4、会员购买行为的研究
- 三、竞争对手分析
 - 1、谁是你的竞争对手
 - 2、如何收集竞争对手数据
 - 3、竞争对手的分析方法
- 四、运营策略的数据化管理
 - 1、如何进行销售预测
 - 2、如何制定年度销售目标

第五讲：数据分析方法

- 一、数据分析的立体化
 - 1、什么是数据分析立体化
 - 2、三维分析法
- 点、线、面；人、货、场；时间、对象、指标；广度、深度、宽度
- 二、数据没有可对比性就没有意义
 - 1、滥用的“同比”与“环比”
 - 2、伤不起的各种“率”
- 三、常用的数据分析法
 - 1、设立指标权重
 - 2、二八法则的应用
 - 3、ABC分析法
 - 4、排行分析法
 - 5、平均值的意义及使用
- 四、会表现也是一种分析
 - 1、EXL 的表格
 - 2、雷达图
 - 3、K线图
 - 4、四象限图