

VISUAALINEN ASIAKASANALYYSI

LIIKETOIMINTADATA MYYNNIN JA
MARKKINOINNIN KEHITTÄMISEN
APUNA

VISUAL DATA OY

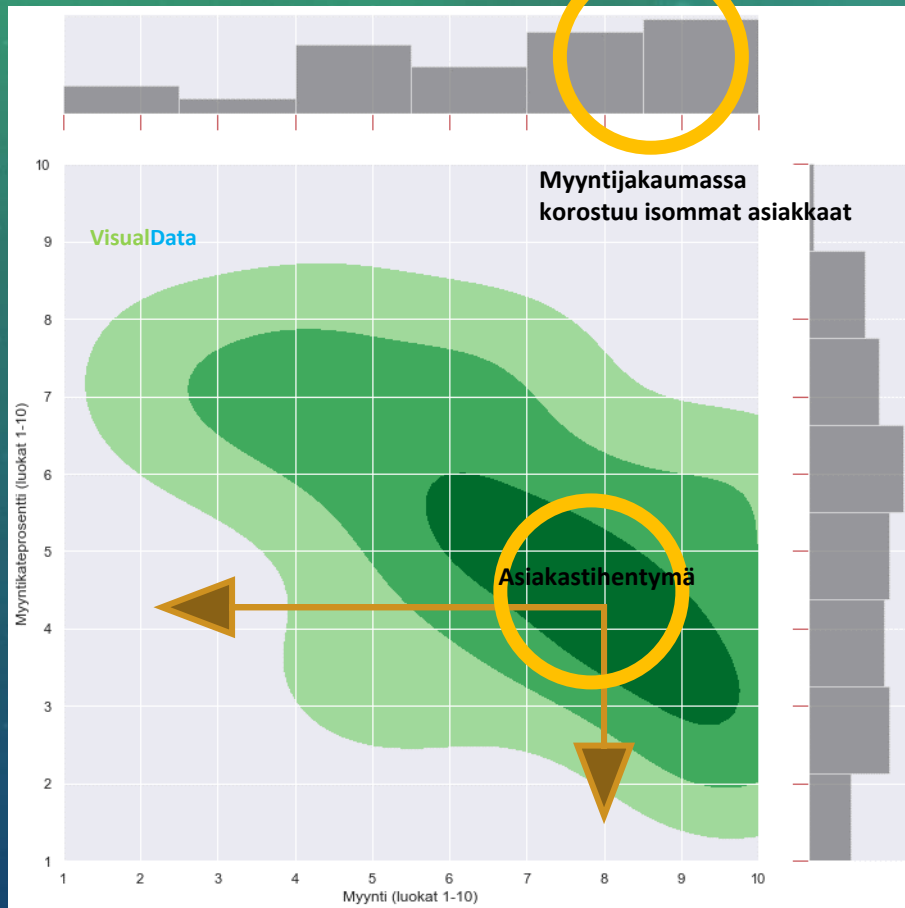
LIIKETOIMINTADATASTA ARVOA MYYNNIN PÄÄTÖKSENTEKOON

- Hallitsemme liiketoiminnan raakadatan käsittelyn, luokittelun ja rikastamisen päätöksentekoon soveltuvaksi, mutta arvoa siitä syntyy vasta kun datan omistaja haluaa nähdä mitä tarinoita datan avulla voi etsiä omasta liiketoiminnasta
- Uskomme vahvasti siihen, että data-analyysissä oleellinen informaatio pitää ensisijaisesti esittää visuaalisesti ja nähdä omin silmin
- Visualisoimalla dataa moniulotteisesti voidaan;
 - luoda nopeasti yleiskuva tilanteesta ja syventyä näkyviin huomiopisteisiin
 - korostaa datan olennaisia piirteitä ja muuttujien keskinäisiä suhteita
 - etsiä poikkeavuuksia sekä näkymättömiä syy ja seuraus -yhteyksiä
 - saada näkyviin asiakasjakaumat ja ryhmät
 - oppia ymmärtämään asiakkaan käyttäytymistä

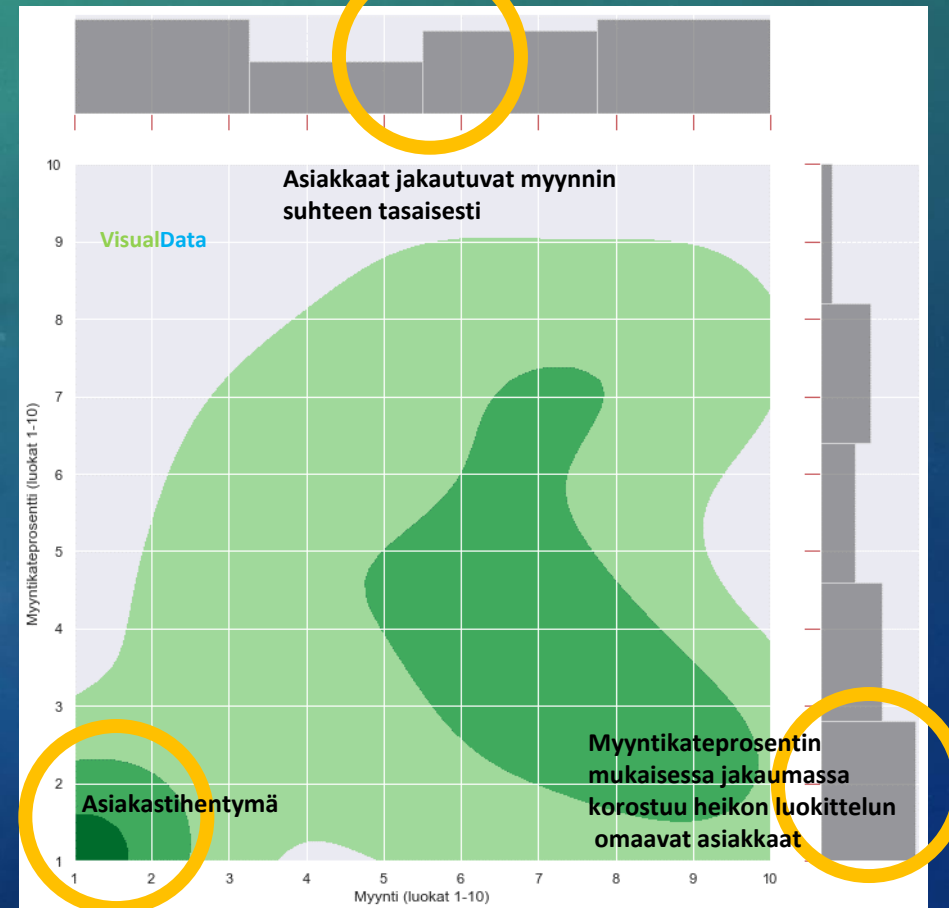
ANALYYSI ALOITETAAN MUODOSTAMALLA ORGANISAATIOSTA ESIM. MYYNTIKANAVITTAIN KUVAAJAT, JOIDEN AVULLA HAHMOTETAAN JA TULKITAAN LIKETOIMINNAN YLEISKUVAA

Kuvioissa visualisointi on tehty myyntikanavittain myynnin ja myyntikateprosentin mukaisesti . Algoritmi luokittelee ja muodostaa aineistosta automaattisesti visualisoinnin kolmesta merkittävimmästä asiakkaiden muodostamasta klusterista (asiakastihentymä)

Verkkokauppa ja jälleenmyynti



Suoramyynti



ANALYYSIA JATKETAAN JAKAMALLA MYYNTIKANAVA ASIAKASRYHMIIN JA SYVENTÄMÄLLÄ TARKASTELUA TUOTEKATEGORIOIHIN SEKÄ TARVITTAESSA AINA YKSITTÄISIIN TUOTTEISIIN SAAKKA

Tarkastelu asiakasryhmien ja tuotekategorioiden mukaisesti. Otettu käyttöön lisäulottuvuus Tuotteet, joka sisältää luokitellun tiedon asiakkaan ostamien tuotteiden määrästä (useampi tuote, suurempi pallon koko)



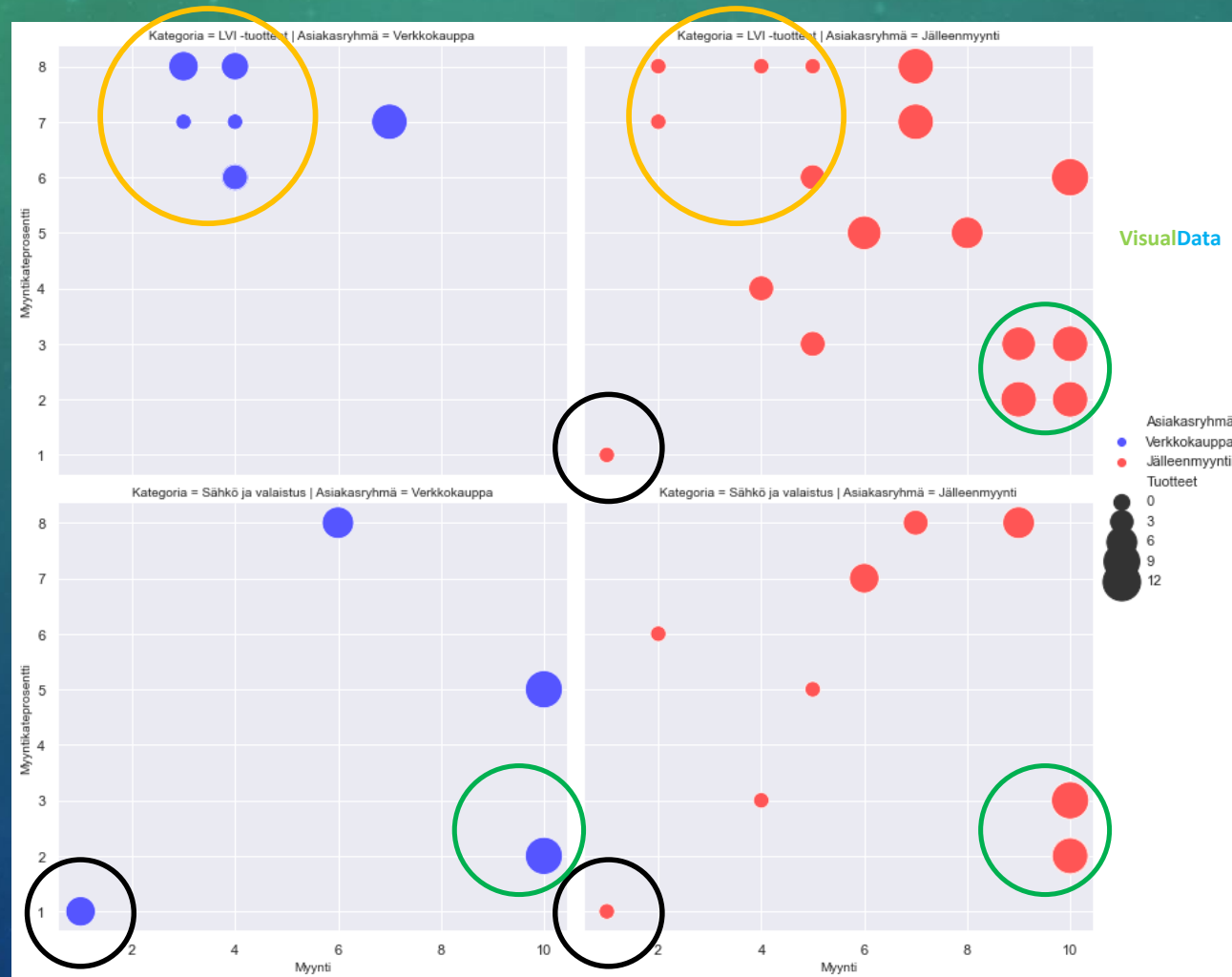
Pieniä kannattamattomia asiakkaita



Pieniä hyvin kannattavia asiakkaita



Isoja heikosti kannattavia asiakkaita



LOPUKSI TUNNISTETUISTA ASIAKASOSIOISTA MUODOSTETAAN KOONTILISTAT, JOIDEN PERUSTEELLA YRITYS KOHDISTAA JA TEKEE TOIMINTASTRATEGIANSA MUKAISET HOITOMALLIT



Pieniä
kannattamattomia
asiakkaita



- Hoitomalli, jossa selvitetään asiakkaiden nykyiset toimitussopimukset ja syyt kannattamattomuuteen

Nimi	Kategoria	Asiakasryhmä	Myynti	Myyntikateprosentti
D AS	Sähkö ja valaistus	Verkkokauppa	1	1
TI OY	Sähkö ja valaistus	Jälleenmyynti	1	1
TA OY	LVI -tuotteet	Jälleenmyynti	1	1



Pieniä hyvin
kannattavia
asiakkaita



- Hoitomalli asiakkuuksien kehittämiseksi ja laajentamiseksi

Nimi	Kategoria	Asiakasryhmä	Myynti	Myyntikateprosentti
KULA	LVI -tuotteet	Verkkokauppa	4	8
M OY	LVI -tuotteet	Verkkokauppa	3	7
INEN	LVI -tuotteet	Verkkokauppa	4	6
OLAG	LVI -tuotteet	Verkkokauppa	4	7
KA KY	LVI -tuotteet	Verkkokauppa	4	6



Isoja heikosti
kannattavia
asiakkaita



- Hoitomalli asiakkuuksien vahvistamiseksi ja kannattavuuden parantamiseksi

Nimi	Kategoria	Asiakasryhmä	Myynti	Myyntikateprosentti
IT OY	Sähkö ja valaistus	Verkkokauppa	10	2
L OY	Sähkö ja valaistus	Jälleenmyynti	10	2
MI OY	Sähkö ja valaistus	Jälleenmyynti	10	3
N OY	Sähkö ja valaistus	Jälleenmyynti	10	3
L OY	LVI -tuotteet	Jälleenmyynti	9	3
M OY	LVI -tuotteet	Jälleenmyynti	9	2

YRITYKSEN MYYNNIN JA MARKKINOINNIN KEHITTÄMINEN VISUAALINEN ASIAKASANALYYSI

Projekti käynnistetään orientaatiotilaisuudella, jossa selvitetään asiakkaalla käytettävissä olevaa liiketoimintadataa ja sen saatavuutta, asiakasyrityksen toimintaa, asiakkaita ja toiminta-alueita sekä käsitellään projektin toteuttamisvaiheet.

Orientaatiotilaisuuden jälkeen projekti voidaan aloittaa VAIHE 1:n mukaisena.

Orientaatiotilaisuus

VAIHE 1:

**Kehittämistavoitteen
tarkempi rajaaminen ja
tavoitteen määrittely**

VAIHE 2:

**Luokittelumallin
suunnittelu ja
toteuttaminen**

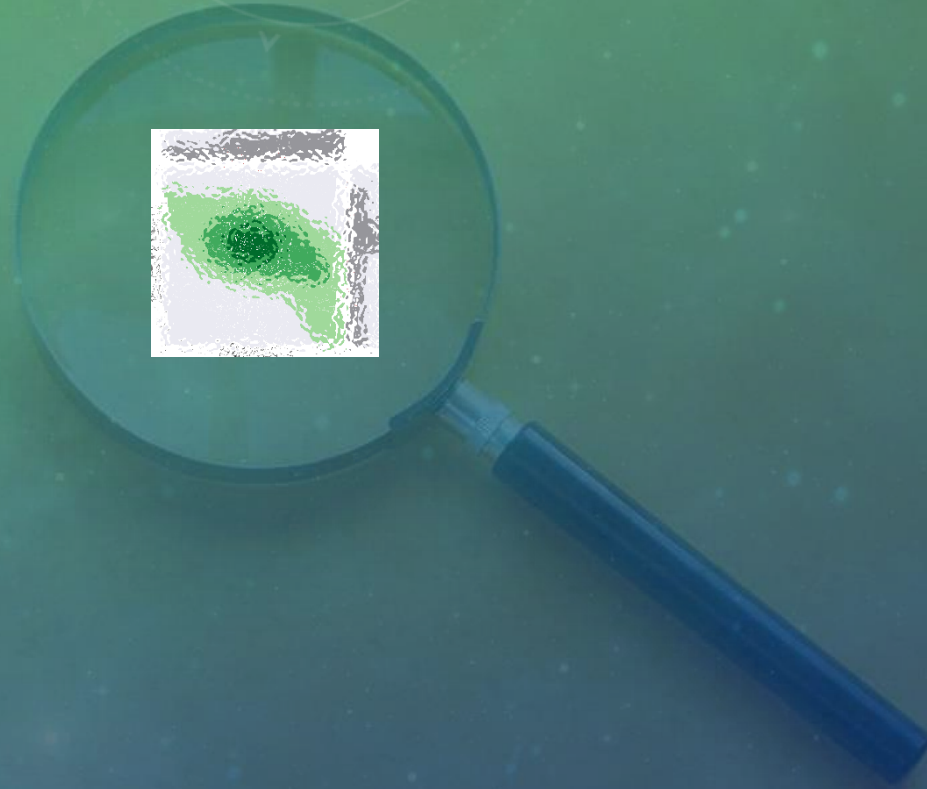
VAIHE 3:

**Asiakasryhmien ja
toimintamallien
visualisointi**

VAIHE 4:

**Loppuraportti ja
tulosten
kommunikointi**

ETSI OMA DATATARINASI



Visual Data Oy

Matti Juhonen

0400 – 710 637

visual.data@kolumbus.fi