

# 6

6 klausimai, kuriuos būtina  
užduoti renkantis

**analitikos sprendimą  
rinkodarai**



**Rinkodaros skyriai** iš išlaidas generuojančių centrų tapo analitikos centrais. Rinkodara nebėra vertinama tik kaip priedas prie svarbesnių sričių: jai patikėtos pardavimų skatinimo funkcijos, atsakomybė už augančias pajamas.



Baigėsi aklių investicijų į rinkodarą laikai, - **kiekviena rinkodaros komanda turi pagrįsti išlaidas ir garantuoti ROI (investicijų grąžą)**. Tai reiškia, kad technologiniai sprendimai šiems skyriams tampa svarbūs kaip niekada anksčiau.

**Kaip pasirinkti geriausiai poreikius atitinkantį analitikos sprendimą?** Prieš apsispręsdami, atsakykite į šiuos šešis klausimus.



1

Kokio sudėtingumo analizė ir įžvalgos Jums  
reikalingos?



A group of business professionals in a meeting, looking at documents and a laptop. The image is partially obscured by a white text box on the right side. In the bottom left corner, there is a decorative green circular graphic.

## Ir Jums, ir vadovams duomenys turi atsakyti į įvairiausius klausimus.

Tokius, kaip rinkodaros akcijos efektyvumas, rinkodaros išlaidų efektyvumas, klientų elgsena ir kt. Kai kuriems naudotojams reikalinga tik esminė informacija, kiti analizuos giliau, apjungdami duomenis iš skirtingų duomenų šaltinių. Apgalvokite, kokius uždavinius spręsite ir kokius klausimus duomenims užduosite, o tada rinkitės tą platformą, kuri pajėgs pateikti būtinus atsakymus.

# 2

Koks Jūsu klientu/pirkēju skaicius?





Jei turite ir/arba siekiate  
identifikuoti didesnį pirkėjų  
skaičių, ieškokite įrankio,  
turinčio daugiau  
**šiuolaikiškesnių klientų  
segmentavimo galimybių.**

**Pažangesni analitikos  
įrankiai** leis identifikuoti  
pelningiausias tikslines rinkas,  
nustatyti konkrečius klientus,  
pasiekiamus tiesioginiais ir  
alternatyviais pardavimų  
kanalais, kiekybiškai įvertinti  
kiekvienos auditorijos KPI  
(pagrindinius veiklos rodiklius)  
(pvz., Kliento viso gyvenimo  
pasirinkimus, įtraukimo  
potencialą, pasipriešinimą).




# 3

Kokio sudėtingumo yra Jūsų rinkodaros veiksmų rinkinys?







Jei jūsų rinkodaros veiksmų rinkinys yra sudėtingas, klientų duomenų integravimas jums bus esminis. Platforma, kuri teikia integruotų klientų duomenų analizę, padės **identifikuoti ir įtraukti reikiamus klientus.**

leškokite funkcionalumo, galinčio **sugrupuoti tiek struktūrizuotus duomenis (pvz., kasos kvitų duomenys), tiek nestruktūrizuotus duomenis** (pvz., informaciją, gaunamą iš socialinių tinklų). Jums svarbu analizuoti duomenis iš skirtingų šaltinių, tiksliai priskirti rezultatus ir pamatyti klientų elgseną, perkamų produktų tendencijas, nepriklausomai nuo duomenų šaltinio.

# 4

## Duomenų raštingumo lygis įmonėje?





**Įvertinkite savo komandos analitikos įgūdžius.** Taip pat apgalvokite, kiek laiko skirtumėte duomenų analizei ir įžvalgų pateikimui įmonės vadovams.

Jei jūsų komanda yra tokia, kaip ir dauguma, **efektyviai panaudoti turimus išteklius yra svarbiausia.** Pagrindinė taisyklė - vengti įrankių, kurie reikalauja žymių pastangų duomenims gauti, tvarkyti, suprasti ir dalintis. Geriau šį laiką išnaudoti analizuojant duomenis, atskleidžiant juose esančius faktus ir kuriant strategijas geresniems rezultatams pasiekti.

# 5

## Kaip turite pateikti ataskaitas vadovams?







**Jei vadovams svarbu, kad sprendimai būtų priimami remiantis duomenimis,** suraskite platformą, kuri reikiamus rodiklius atvaizduotų greitai, vizualiai ir interaktyviai. Jei veikiate skirtingų funkcijų komandose, ieškokite įrankio, turinčio bendradarbiavimo bei komentarų funkcijas, - pagerinsite komandinių sprendimų priėmimą.

Dažniausiai vadovai neturi laiko analizuoti sudėtingas ir itin išsamias ataskaitas. Raskite platformą, kuri leis sukurti labai **vizualias informacijos suvestines ir aiškiai atvaizduoti pagrindinių veiklos rodiklių santraukas.**

6

Ar Jūsu komandai analitika reikalinga,  
kur ji bebūtų, čia ir dabar?





Jei Jūsų komanda dažnai dirba ne biure arba siekiate suteikti žmonėms **galimybę analizuoti duomenis mobiliuosiuose įrenginiuose**, ieškokite tokio analitikos įrankio, kuris turės visą funkcionalumą ir mobiliojoje versijoje.

Mobilioji versija turi būti tokia pat intuityvi ir aiški - Jūsų pasirinkta platforma turi **vienodai gerai veikti bet kokiame įrenginyje.**



## Dar 3 žingsniai, padėsiantys lengviau apsispręsti

Kai jau būsite sau atsakę į aukščiau išvardintus klausimus ir susidėliosite trumpą galimų analitikos įrankių sąrašą, prieš priimdami galutinį sprendimą, atlikite šiuos žingsnius:



**1.** Susikurkite tris realias situacijas, kada tikrai naudotumėte marketingo akcijų analitiką. Pagalvokite, kuris įrankis geriausiai padės atsakyti į klausimus ir priimti faktais paremtus sprendimus.



**2.** Paprašykite tiekėjų, kad jie pasidalintų klientų patirties istorijomis. Susisiekiate su tais klientais ir klauskite, kas jums labiausiai rūpi.



**3.** Išbandykite nemokamas versijas, jei tokias tiekėjas siūlo. Dokumentuokite savo patirtį ir palyginkite skirtingas platformas.

**qlik.com** rasite daugiau informacijos, kaip pasirinkti Jūsų verslo lūkesčius atitinkančią analitikos platformą.

Ten galite atsisiųsti ir su savo duomenimis išbandyti nemokamą versiją. Daugiau informacijos, kaip marketingo specialistai naudoja Qlik, rasite mūsų tinklaraštyje. Qlik atstovas Baltijos šalyse - Day Q ([www.dayq.eu](http://www.dayq.eu)).





[qlik.com](http://qlik.com)

