

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Клиентская аналитика»

Цель дисциплины: формирование у студентов понимания точного портрета клиента, что в свою очередь позволяет разработать меры по привлечению и удержанию покупателей, сегментировать аудиторию; выявлять клиентов, готовых платить больше, и активно работать с ними. Умение спрогнозировать поведение клиентов и выстраивание карты пути клиента.

Краткое содержание дисциплины: Определение отношения к бренду и уровня удовлетворенности клиентов. Сегментация аудитории и персонализация рекламных предложений на основе данных о предпочтениях клиентов. Привлечение покупателей с использованием эффективных каналов взаимодействия. Прогнозирование снижений спроса и принятие мер по увеличению жизненного цикла клиента. Выявление текущих трендов при помощи анализа больших данных и выстраивание новых моделей поведения с клиентами в целях роста продаж. Изучение различных методов анализа: ABC-анализ, XYZ-анализ, RFM-анализ, социально-демографический анализ, географический анализ, поведенческий анализ, анализ предпочтений, комплексный анализ.