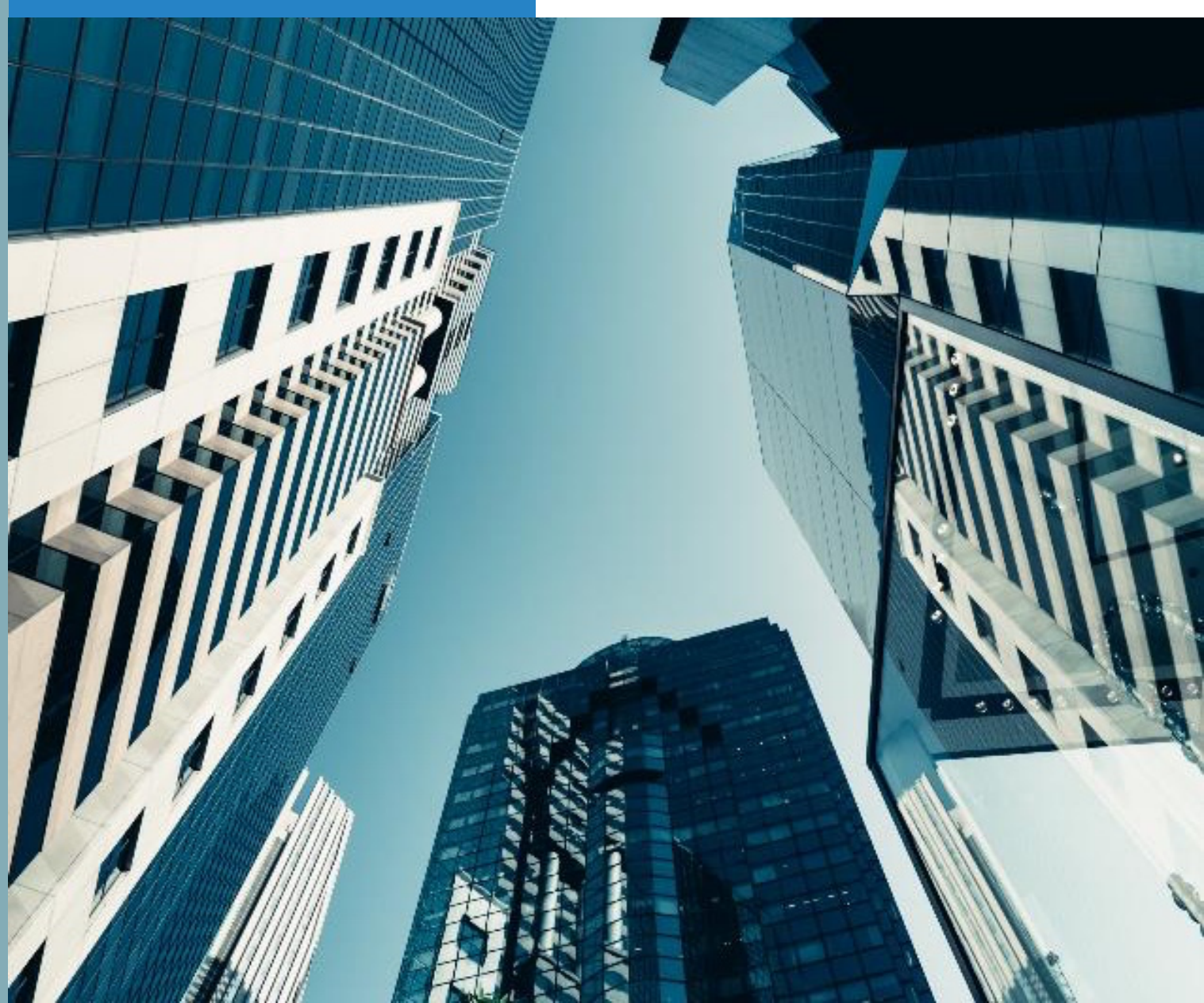


Adatvezérelt vállalkozás előnyei

Adatokkal megalapozott
üzleti döntések

Készítette: NIBADA Kft.

2020. 09. 30.



Adatvezérelt vállalkozások

Az „adatvezérelt vállalkozások” üzleti döntéseiket meghatározóan adatokkal alátámasztva hozzák meg.

Az adatvezéreltség folyamatos: ezek a vállalatok az intézkedések sikerességét rendszeresen visszamérik és finom hangolják.

A nagy hírverés ellenére kevesen folytatnak adatvezérelt működést: a nagy globális vállalatok közül is csak átlagosan 10-ből 4 támaszkodik kellő mértékben az adatok és a digitalizáció által nyújtott információkra. *

Közülük a piacvezetők 60%-a már adatvezérelt döntéshozatalt folytat, míg a leszakadók 70%-a elsősorban intuitív, tapasztalati alapon hozza meg a döntéseket.

* Forrás: BI Survey, Economist Intelligence Unit, and MIT Sloan School of Management felmérésében 476 felsővezetőt (kb. felük C-szintű vezető) kérdeztek meg globálisan. A válaszadók 31%-a Észak-Amerikában, 30%-a Európában, 29%-a Délkelet-Ázsia és a Csendes-óceán térségéből, 5%-a Latin-Amerikában és 4%-a a Közel-Keleten tevékenykedett. A válaszadók több mint 60%-a 1 milliárd USD, míg 37%-a 0,5-1,0 milliárd USD árbevételű cégnél tevékenykedett.

Hogyan támogathatják az adatok a döntéseket?

- A digitalizáció lehetővé teszi tranzakció szintű információk (pl. egyedi foglalási adatok) hatékony gyűjtését, valamint
- Az adatok statisztikai és adatvizualizációs eszközökkel támogatott feldolgozását, és a vállalkozás teljesítményének naprakész nyomon követését is.
- A naprakész riportok lehetővé teszik a gyors reagálást.
- Célrányos elemzések segítik a várható eredmények előrejelzését, a döntések megalapozását
- Az intézkedések hatékonyságának visszamérésével a döntések finomhangolása is elvégezhető.

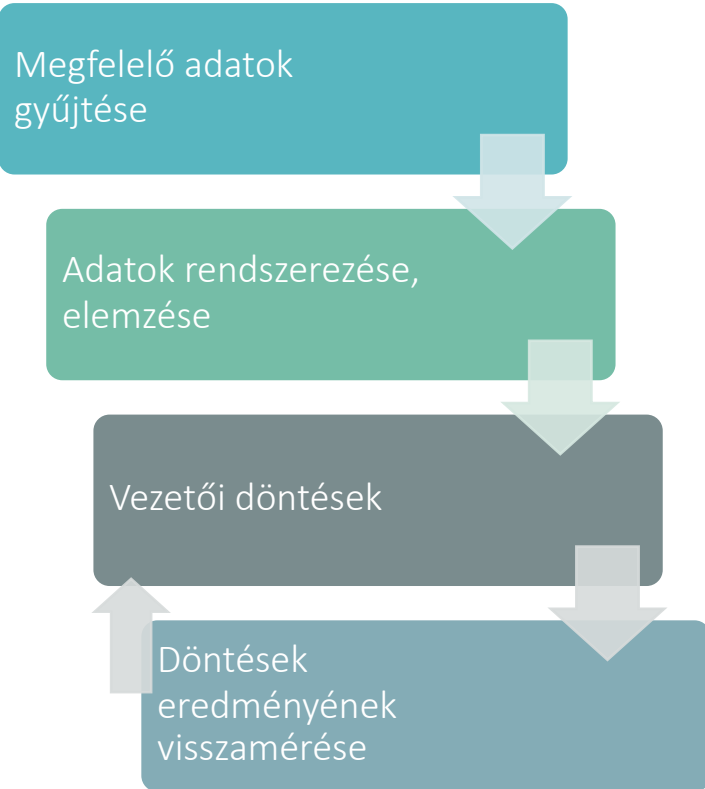
Megfelelő adatok gyűjtése

Adatok rendszerezése,
elemzése

Vezetői döntések

Döntések eredményének
visszamérése

Adatvezérelt döntéshozatal egy panzió példáján



A panziómban például gyűjtöm a napi bontásban szobátípusonként a foglaltsági adatokat egységárrakkal. Gyűjtöm a vendégek adatait (küldő ország, életkor, nem, e-mail cím, látogatás dátuma, időtartama, honnan érkezett a foglalás stb.)

Például a foglaltsági adatokból heti bontású szezonális vizsgálatot lehet készíteni 12 hónapos áttekintéssel, az elmúlt évek azonos időszakának adataival összehasonlítva. Az elemzést kiegészíthetem a heti átlagos szobaár adatokkal, belföldi-külföldi vendégek bontásával. Megvizsgálhatom a hétvége, hétköznap, iskolaszünetek foglaltsági és árazási eltéréseit.

Az alacsony foglaltságú időszakban **megtesztelek a kuponos értékesítést: 3 éjszaka foglалásakor X% árengedményt adunk a listaárból**. A korábbi vendégek adatbázisából kikeresem azokat a vendégeket, akik tipikusan ilyenkor szoktak szállást foglalni és e-mail hírlevélben és/vagy a facebook oldalon értesítem a potenciális vendégeket az akcióról.

A kuponos értékesítés teszt eredményét visszamérem, azaz ellenőrzöm az intézkedés sikerét. Ha a korábbi időszakhoz képest nőtt a foglalás, akkor a későbbiekben is alkalmazom ezt a technikát, ha a kedvezményes áron még mindig pozitív az árrésünk. (Ehhez persze tudnunk kell az árrésünket. Lásd "Hol keresem a pénzt" tananyag)

Tipp: Az árréssel kapcsolatban a *Hol keresem a pénzt?* tananyagban olvashat!

Érdekes területek, ahol már használnak a cégek adatelemzést

- Hol keresem a pénzt? Melyik vendég(ek) / üzletág / értékesítési csatornák / rendezvények termelik az eredményt és melyek veszteségesek?
- Mi az egyes tranzakciók jövedelmezősége? Hogyan javítsuk az árazást például a rugalmas árazás bevezetésével?
- Mennyibe kerül egy új ügyfél megszerzése?
- Kik az árérzékeny vevőim? Vevő szegmentáció
- Legalább hány vendéget kell kiszolgálnom esténként, hogy megérje növelni a pincérek számát?
- Hogyan mérjük és ösztönözzük a munkatársak egyéni teljesítményét?
- Vannak-e visszaélések a cégemben?
- Hatékonyan használok-e az erőforrásokat?
- Melyik erőforrás korlátozza leginkább a növekedésem / rugalmasságom?

Tipp: Az adatelemzés gyakorlati alkalmazásáról a *Mit tanulhatok az értékesítési adatkból?* és a *Hol keresem a pénzt?* tananyagban olvashat! Az árazási praktikákról bővebben lásd az *Árazási fortélyok* tananyagot!

Adatvezérelt vállalat irányítás stratégiai előnyei

Növekedési pálya
új üzleti lehetőségek
gyors felismerése és
kiaknázása

Marketing stratégia
folyamatos javítása
marketing kiadások
megtérülésének
mérésével

Költséghatékonyság
az üzleti folyamatok
folyamatos javítása
révén

Magabiztos, gyorsan
reagáló döntéshozatal

Növekvő vevői
elégedettség
nagy a hangsúly a
felhasználói élmény
mérésén, javításán

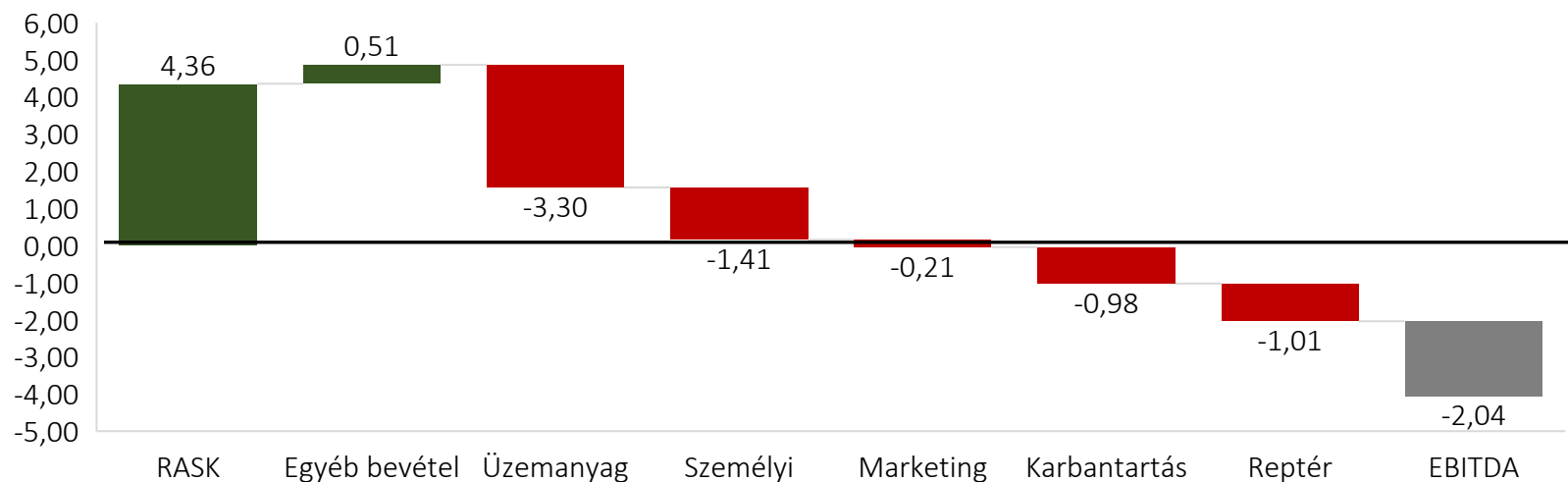
Termékfejlesztés
vevői visszajelzések,
értékesítési csatornák
elemzésével feltárt
javítási lehetőségek

6%-kal magasabb
profit
az EIU felmérése
szerint

83%-kal
jövedelmezőbb
üggyfélajánlatok
az EIU felmérése
szerint

A Wizzair mindent mér és adatvezérelt döntéseket hoz

Wizzair egy ülés-kilométerre jutó bevétele és költsége
2020. 04-06 hó (EURcent)



Forrás: Wizzair.com

A döntéshozatalt segítik a mutatószámok, amik „tömörített” összehasonlítható információk:

ASK available seat kilometre = ülés-kilométer (ülés kapacitás szorozva a repülés hosszával)

RASK revenues per ASK = árbevétel ülés-kilométerre osztva

CASK operating expenses per ASK = működési költségek ülés-kilométerre osztva

EBITDA Earnings Before Interest, Taxes, Depreciation & Amortization = üzemi eredmény + értékcsökkenés és amortizáció





Köszönöm a figyelmet