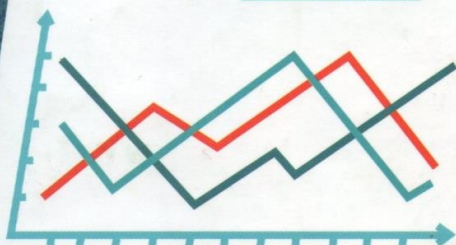


МАРКЕТИНГОВА АНАЛІТИКА

Як підкріпити інтуїцію даними



Адель Світвуд



НАШ
формат

УДК 658.8:004](0.062)

C24

Світвуд Адель

C24 Маркетингова аналітика. Як підкріпити інтуїцію даними / пер. з англ.

Олександра Асташова. — К. : Наш формат, 2019. — 152 с.

ISBN 978-617-7730-13-1 (паперове видання)

ISBN 978-617-7730-14-8 (електронне видання)

Великі дані кардинально трансформували сферу маркетингу. Вони дали змогу аналізувати й точно прогнозувати поведінку клієнтів і завдяки цьому змінювати клієнтський досвід. Але й покупці та користувачі стали вибагливішими, адже мільйони товарів і послуг та все, що вони прагнуть дізнатися про бренд, тепер не треба довго шукати. Усе це вплинуло на те, як компанії взаємодіють із зовнішнім світом і вибудовують відносини із клієнтами. У цій книжці експертка з маркетингу Адель Світвуд показує, як ефективно організувати роботу маркетингового відділу в цифрову епоху, які знання та вміння в цій сфері виходять на перший план і які люди точно знадобляться вашій компанії.

УДК 658.8:004](0.062)

Перекладено за виданням: Adele Sweetwood. *The Analytical Marketer: How to Transform Your Marketing Organization* (Boston, Harvard Business Review Press, 2016, ISBN 9781625278456).

Головна редакторка *Ольга Дубчак*. Літературна редакторка *Анна Весній*. Коректорка *Алла Кравченко*. Технічна редакторка *Ірина Щепіна*. Верстальниця *Олена Білохвост*. Випускова редакторка *Вікторія Шелест*. Художня редакторка *Оксана Гаджій*. Дизайнерка обкладинки *Маріанна Ванькевич*. Відповідальна за випуск *Ілона Замочна*.

Надруковано в Україні видавництвом «Наш формат» у типографії «Фактор-Друк», вул. Саратовська, 51, м. Харків, Україна, 61030. Замовлення № 4712. Підписано до друку 11.06.2019. Тираж 2000 прим. Термін придатності необмежений. ТОВ «НФ», пров. Алли Горської, 5, м. Київ, Україна, 01032, тел. (044) 222-53-49, pub@nashformat.ua. Свідоцтво ДК № 4722 від 19.05.2014. Висновок Держ. сан.-епідем. експертизи № 05.03.02-04/51017 від 16.11.2015.

Науково-популярне видання

Усі права застережено. All rights reserved

© 2016 SAS Institute Inc.

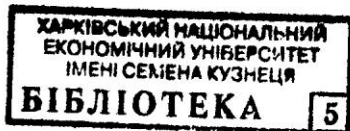
ISBN 978-617-7730-13-1 (паперове видання)

© ТОВ «НФ», виключна ліцензія на видання,

ISBN 978-617-7730-14-8 (електронне видання)

оригінал-макет, 2019

484961



ЗМІСТ

Передмова Томаса Девенпорта	9
Вступ	
<i>Переосмислення маркетингу в еру аналітики</i>	12
Розділ 1. Новий шлях клієнта до рішення	20
Розділ 2. Нове аналітичне мислення	
<i>Від реакційного до проактивного</i>	34
Розділ 3. Нова структура	
<i>Від ізоляції до зближення</i>	62
Розділ 4. Нові кадри та навички	
<i>Від традиційних до сучасних</i>	92
Розділ 5. Новий аналітичний стиль керівництва	
<i>Від реакційного до гнучкого</i>	114
Висновки	
<i>Що далі? Заклик до дії</i>	137
<i>Нові посади</i>	140
<i>Подяки</i>	150
<i>Про автора</i>	152