

Мирошниченко Дарья Вячеславовна

ЦИФРОВАЯ АНАЛИТИКА И ЕЕ ПРИМЕНЕНИЕ

В современном мире недостаточно просто создать продукт или услугу, необходимо также продвигать его, чтобы получить максимальную выгоду. Для это необходимо использовать аналитические инструменты и стратегии для выбора пути развития для успешного бизнеса. Цель данной статьи заключается в рассмотрении понятия «цифровая аналитика», шаги ее формирования, а также роль в формировании бизнес-стратегии.

Аналитический обзор, цифровая аналитика, анализ данных, наука о данных, аналитика продукта.

Miroshnichenko Daria Vyacheslavovna

DIGITAL ANALYTICS AND ITS APPLICATIONS

In today's world, it is not enough to simply create a product or service; you must also promote it to get maximum benefit. To do this, you need to use analytical tools and strategies to choose the development path for a successful business. The purpose of this article is to consider the concept of "digital analytics", the steps of its formation, as well as its role in the formation of business strategy.

Insights, Digital Analytics, Data Analytics, Data Science, Product Analytics.

Введение

Правильные аналитические инструменты и стратегии — ключ к раскрытию потенциала системы и продвижению бизнеса к беспрецедентному цифровому доминированию.

Цифровая аналитика больше, чем просто цифры и графики — это углубленный анализ поведения клиентов, преобразование больших данных в действенные стратегии, соответствующие вашим бизнес-целям.

Цифровая аналитика — лучшая защита от нехватки и перегрузки данных. Она обеспечивает надежную основу для постоянного сбора, измерения, анализа и интерпретации данных, которые вы действительно можете использовать для предоставления и масштабирования реальной персонализации для ваших потенциальных и клиентов.

Основная часть

Термин «цифровая аналитика» используется для обозначения инструментов и методов, использующихся для сбора, измерения, анализа и интерпретации данных.

Цифровая аналитика — это процесс анализа цифровых данных из различных источников, таких как веб-сайты, мобильные приложения и другие. Он дает организации четкое представление о том, как ведут себя пользователи или клиенты. Благодаря цифровой аналитике компании получают представление о тех областях, где им необходимы улучшения. Цифровая аналитика помогает компаниям обеспечить лучший онлайн-опыт для своих клиентов, а также потенциальных клиентов, что постепенно приводит к достижению желаемых целей [1].

Многие люди склонны путать цифровой маркетинг с аналитикой, но между ними есть явная разница.

Цифровой маркетинг — это инновация традиционного маркетинга, которая продвигает продукты и услуги (или бренды) с использованием методов цифрового маркетинга.

То есть компания фокусирует свои услуги на разработке стратегий продаж с помощью технологий (компьютеров, мобильных устройств) и Интернета.

С другой стороны, цифровая аналитика — это консалтинговый или рекомендательный инструмент, необходимый для разработки стратегий цифрового маркетинга.

То есть первая концепция использует вторую для сбора данных и преобразования их в результаты, которые позволяют прогнозировать различные факторы (поведение пользователей, конкурентоспособность товара или бренда).

Фундаментальной целью цифровой аналитики является принятие решений, таким образом, любой владелец будет понимать и знать, как их клиенты или потенциальные клиенты взаимодействуют со всеми инструментами онлайн-взаимодействия [2].

Правильное применение плана цифровой аналитики следует за серией этапов предварительного анализа, анализа и постанализа, каждый из которых основан на определенной методологии.

Далее рассмотрим, каковы основные шаги и результаты, которые будут получены с помощью каждого из них.

При выполнении цифровой аналитики конкретного процесса или явления необходимо начать с определения основной цели процесса или явления на аналитическом уровне.

Интеллектуальный анализ данных следующий преаналитический этап, связанный с поиском наилучшей информации. Данный этап подразумевает, что в среде цифровых исследований данные поступают из самых разных онлайн-источников (блоги, форумы, веб-сайты, социальные сети, мобильные приложения и т. д.) [3].

Для этого необходимо извлечь, обработать и смоделировать данные по запросу, который соответствует целям изучаемого явления. Эти шаги также должны быть дополнены правильным выбором доступных источников.

Цифровой анализ приведет к получению большого объема данных, и не все из них можно будет принять за достоверные.

Преобразование этих данных происходит за счет применения соответствующих методологий, которые фокусируют изучение явления на наиболее актуальной или связанной информации. Для этого можно применить один из наиболее широко используемых методов до заключительного этапа: визуальное мышление, что позволяет подготовить информацию, синтезируя результаты и упрощая их интерпретацию [4].

После того как информация отобрана, очищена и преобразована, необходимо перейти к интерпретирующей визуализации результатов. Этот шаг также известен как «эксплуатация информации» и, безусловно, занимает почти всю концепцию, потому что его результаты используются для реализации корректирующих или конкретных действий. Отсюда данные

преобразуются в знания и опыт с конкретными действиями, которые облегчают принятие решений.

В этом анализе сопоставляются модели и тенденции, изучается влияние цифр, и все это делается стратегически, охватывая цели каждого прогнозируемого явления.

Постаналитическим шагом является поддержание актуальности данных и основан на динамизме времени; поэтому данные, учтенные для действий в прошлом, могут быть недействительны или не адаптированы к нынешним требованиям [5].

Поэтому необходимо, чтобы данные для изучения явления постоянно обновлялись и проверялись, чтобы прогнозы и принятие решений всегда были точными.

Цифровая аналитика данных из стратегий онлайн-коммуникаций имеет значительные преимущества, когда дело доходит до улучшения стратегий, предлагающих пользователям аутентичный и персонализированный опыт.

Именно поэтому среди наиболее важных можно назвать такие преимущества как повышение производительности, совершенствование организации, расширение многоканальной среды, лучшее понимание потребностей потребителей, повышение безопасности среды, а также выявление тенденций и изучение их применения.

Этот процесс может применяться в самых разных цифровых областях, поскольку новые времена полны технологических инноваций, а также массификации информации с помощью технологий.

Цифровая аналитика дает полное представление обо всей аудитории, поэтому его можно применять в таких областях (связанных с любым бизнесом или проектом) как пользовательская аналитика, веб-разработка, социальные сети и т.п.

Выводы

Подводя итог, можно сделать вывод о том, что цифровая аналитика позволяет собирать и управлять поведенческими данными, как хорошо смазанным механизмом, чтобы была возможность быть в курсе этих изменений и постоянно генерировать полезную и действенную информацию для предоставления персонализированного обслуживания клиентов в больших масштабах.

Цифровая аналитика может уловить множество нюансов в поведении пользователей, но только посредством прямого взаимодействия с брендом

и продуктом. Это дает возможность глубокого понимания ситуации с использованием правильных данных и правильным способом.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Цифровая аналитика – инструмент современного лидера URL: <https://big-i.ru/innovatsii/trendy/tsifrovaya-analitika-instrument-sovremennogo-lidera/> (дата обращения: 20.04.2024).
2. Цифровая аналитика: задачи и методы URL: <https://www.adventum.ru/article/skvoznaya-analitika/cifrovaya-analitika/> (дата обращения: 25.04.2024).
3. Цифровая бизнес-аналитика URL: <https://roistat.com/rublog/tsifrovaya-business-analitika/> (дата обращения: 10.05.2024).
4. Цифровая аналитика URL: <https://abiturient.tpu.ru/program/2106719171> (дата обращения: 16.05.2024).
5. Цифровой аналитик данных URL: <https://krit.pro/products/tsifrovoy-analitik-dannykh/> (дата обращения: 20.05.2024).

Мирошниченко Дарья Вячеславовна, студентка Донского государственного технического университета, Россия, город Ростов-на-Дону, площадь Гагарина 1, 344018, телефон: +7(988)552-45-61, email: my_sun_md@mail.ru.

Miroshnichenko Daria Vyacheslavovna, student of the Don State Technical University, Russia, Rostov-on-Don, Gagarin Square 1, 344018, phone: +7(988)552-45-61, email: my_sun_md@mail.ru.