

DATA ANALYTICS

ИСТОРИЯ УСПЕХА

QLIK SENSE В «IPSOS»

Как с помощью аналитики
упростить коммуникации между
менеджерами различных
уровней





“Qlik Sense действительно позволяет интегрировать и визуализировать в единой логике данные, получаемые из наших разных продуктов”

Олег Фельдман, содиректор сервисной линии Healthcare компании Ipsos в России

Ipsos – одна из крупнейших глобальных исследовательских компаний, занимает третье место в мире по объему проводимых маркетинговых исследований.

Продукты Qlik с 2012 года используются для предоставления клиентам доступа к базам данных ряда синдикативных исследовательских продуктов, находящихся в портфеле компании Ipsos в России. В 2019 году компания Ipsos приняла решение о расширении форматов доступа к своим аналитическим данным с помощью Qlik Sense – как проходит внедрение новой опции и что это дает клиентам компании.

Предыстория проекта и выбора решения

Для синдикативных исследований фармацевтического рынка в Ipsos регулярно (ежемесячно, ежеквартально) собирают и обрабатывают миллионы строк записей и стремятся использовать лучшие инструменты для подготовки и визуализации данных, чтобы предоставлять клиентам исследовательские данные в удобном формате. Для решения этих задач в компании многие годы развивалась аналитическая платформа собственной разработки DataFriend Web, а также используется инструмент QlikView.

С расширением бизнеса в Ipsos задумались о новой аналитической платформе, которая поможет развить клиентский сервис и расширить аудиторию пользователей среди фармацевтических компаний: «Бизнес Ipsos – это экспертная работа с данными, их правильный сбор, анализ и представление результатов. На основе данных наших исследований клиенты строят корпоративные стратегии, планы продаж и маркетинговых активностей, поэтому мы всегда стремимся предоставить заказчикам среду для максимально комфортной работы с данными. Исторически

Обзор решения

Название компании

Ipsos в России

Отрасль

Исследования, фармацевтика

География

Россия и СНГ

Функции

Маркетинг

Решение

К ноябрю 2020 года в формате Qlik Sense уже используются данные трех исследований компании.

- PIndex «Мониторинг назначений лекарственных препаратов»
- MEDI-Q «Мнение практикующих врачей»
- Contenta Medical Index

Использование Qlik Sense для визуализации данных исследований обеспечило рост эффективности работы пользователей с информацией, а также повысило удобство работы с результатами исследований компании.

В компании отмечают рост удовлетворенности клиентов, а также вовлеченности сотрудников фармацевтических компаний в работу с аналитикой по исследованиям Ipsos.

В планах Ipsos – перевести в Qlik Sense все исследования сервисной линии Healthcare

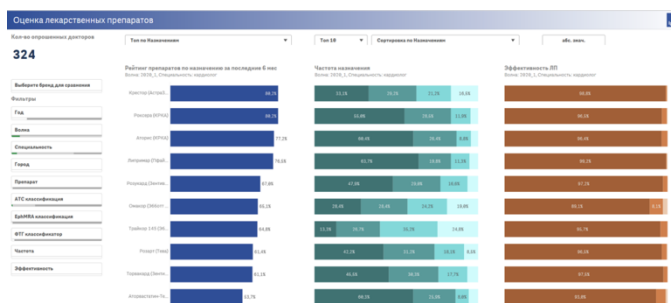
с массивами данных, собираемых в рамках исследований Ipsos, у наших клиентов работали преимущественно аналитики с разными уровнями уровнем квалификации и иерархии в системе менеджмента. Мы давно хотели упростить процесс и сделать данные более доступными, чтобы ими могли в интерактивном формате пользоваться представители высшего и среднего менеджмента. Для этого необходимо было решение с максимально дружелюбным интерфейсом, удобной интеграцией данных из разнородных источников, а также возможностями сторителлинга. Наш выбор пал на Qlik Sense с одной стороны, как продолжение работы в QlikView, а с другой как решение, с которым у многих фармацевтических компаний есть опыт работы как в России, так и глобально», - рассказал Олег Фельдман, содиректор сервисной линии Healthcare компании Ipsos в России.

Ход проекта: все дело в визуализации

Проект по Qlik Sense стартовал в 2020 году, бета-версия была реализована в конце августа, а уже к осени Qlik Sense стал использоваться для визуализации двух синдикативных исследований фармацевтического рынка PrIndex «Мониторинг назначений лекарственных препаратов», и MEDI-Q «Мнение практикующих врачей».



Олег Фельдман, Сопредседатель сервисной линии Healthcare компании Ipsos в России



«Qlik Sense действительно позволяет интегрировать и визуализировать в единой логике данные, получаемые из наших разных продуктов. Наши данные объединяют как информацию от врачей и сотрудников аптек по назначению лекарственных препаратов со всей той детализацией, которая сопутствует назначению, так и результаты измерений промоактивности наших клиентов в разных каналах коммуникаций, в том числе цифровых, и так далее», - поясняет Олег Фельдман, содиректор сервисной линии Healthcare компании Ipsos в России.

В ходе проекта особое внимание в Ipsos уделили разработке визуализаций и развитию клиентского сервиса при работе с данными исследований в Qlik Sense. «Нам было важно, чтобы дашборды были не только красивыми, но и правильно выстроенными с логической точки зрения, - рассказывает Петр Павлов, менеджер проекта по разработке приложений на базе Qlik Sense компании Ipsos. - При разработке дашбордов мы большое внимание уделили опыту взаимодействия с нашими клиентами, решающими множество практических задач, в основу нового приложения на базе Qlik Sense были заложены алгоритмы анализа с его визуализацией в виде дашбордов - встроенная навигация, с помощью которой и должен «двигаться» пользователь для, например, комплексного анализа той или иной категории лекарственных препаратов, включающий в себя набор требуемых KPIs».

Новые возможности для клиентов

Ipsos стремится быть не просто поставщиком данных, а партнером для клиентов, способным предоставить информацию для принятия решений в удобном формате. Для них Qlik Sense - может стать важным инструментом аналитики и, более того, частью их внутренних BI-систем, поэтому «наши исследования в формате Qlik Sense позволяют клиентам получить максимум пользы для бизнеса:

- детально анализировать результаты своей маркетинговой активности,
- настраивать анализ конкурентного окружения для препаратов и компании в целом,
- подключать внутренние данные по полевым активностям и продажам,
- а также другие внешние данные по динамике фармацевтического рынка, например, данные аудита продаж в аптеках.

Таким образом, менеджеры различного уровня могут на основе единого инструмента Qlik анализировать взаимосвязь между действиями компании по продвижению продуктов и результатом этого продвижения, например, в назначениях врачей, тем самым определяя наиболее эффективные практики взаимодействия с целевыми аудиториями. Не менее важный компонент – это новые возможности в части коммуникации и обмена данными между менеджерами разного уровня. Функционал Data Storytelling позволяет выделять зафиксированные инсайты, графики и создавать на основе них истории для дальнейшего распространения среди внутренних пользователей – для руководства и коллег, по сути это интерактивные презентации, из которых можно по клику «провалиться» в тот уровень детализации, который соответствует потребностям каждого пользователя», - рассказывает Олег Фельдман.

Кроме того, использование Qlik Sense для визуализации результатов некоторых исследований позволяет предоставить пользователям инструментарий, которого раньше не было в арсенале аналитиков. Например, комбинирования результатов исследования Contenta Medical Index с другими базами данных, в ходе которого одновременно анализируются публикации и реклама в медицинских и фармацевтических изданиях, поддержка их продвижения KOLs и многое другое. При анализе данных исследования в Qlik Sense можно выбрать конкурирующие препараты и понять, на каких площадках размещалась по ним реклама, а также непосредственно посмотреть изображения самих рекламных блоков. Именно визуализация размещения рекламы оказалась инструментом, который «приближает» аналитику к пользователям данных.



Петр Павлов, менеджер проекта по разработке приложений на базе Qlik Sense компании Ipsos в России

Развивать культуру работы с аналитикой

По замыслу инициаторов внедрения Qlik Sense, платформа поможет укрепить и даже создать свои стандарты в отношении «культуры» работы с данными в компаниях-клиентах. «Многолетние наблюдения привели нас к мысли, что чем больше топ-менеджмент вовлечен в процесс анализа данных, тем лучше результат компании. Но это всегда происходит на фоне критической нехватки времени у топ-менеджмента для того, чтобы погружаться в данные. Поэтому мы долгие годы бились за то, чтобы система аналитических процедур внутри наших клиентов, которая базируется на наших исследованиях, предполагала как ускорение процессинга самих аналитических данных, так и совершенствование процедур их распространения внутри компаний данных. Ранее используемые инструменты не позволяли этого добиться в полной мере», - рассказывает Олег Фельдман.

С точки зрения философии бизнеса Ipsos важно было найти инструмент, который давал бы топ-менеджменту возможность быстрого и «простого» обращения к данным в ходе работы. Дашборды Qlik Sense смогли стать единицей визуализированной коммуникации между продвинутыми аналитиками и пользователями данных, потому что

содержат не плоскостную информацию, а ту, которая сразу выявляет в единой взаимосвязи определенную проблему и ориентирована на принятие решений.

«Для нас дэшборд не просто комбинация неких данных – это упрощенный вариант мышления аналитика, привязанный к алгоритму, который позволяет быстро делать запрос и быстро визуализировать результат этого запроса. И важно, что в формате визуализации Qlik Sense это может делать и генеральный директор, и аналитик, и менеджер среднего звена», - объясняет Олег Фельдман.



Перспективы

К ноябрю 2020 года в формате Qlik Sense уже используются данные трех исследований компании. Новый инструмент визуализации обеспечил рост эффективности работы пользователей с информацией, а также повысил удобство работы с результатами исследований компании. В компании отмечают рост удовлетворенности клиентов, а также вовлеченности сотрудников фармацевтических компаний в работу с аналитикой по исследованиям Ipsos.

В планах Ipsos – перевести в Qlik Sense все исследования сервисной линии Healthcare. «Мы уже не совсем в начале пути, но многое еще нужно пройти, так что в ближайшее время мы будем сфокусированы на том, чтобы Qlik Sense стал полезен всей вертикали сотрудников наших клиентов – в первую очередь топ-менеджменту. Нам особенно важно, чтобы руководители компаний и подразделений с помощью инструментов визуализации повысили эффективность использования данных наших исследований», - говорит Олег Фельдман.

Qlik 

o Qlik

Видение Qlik — это мир, в котором все владеют грамотностью работы с данными. Мир, в котором каждый может использовать данные, чтобы улучшить процесс принятия решений и решить самые сложные проблемы. Qlik предлагает комплексные решения для анализа данных, интеграции данных в режиме реального времени и облачную платформу аналитики – решения, которые помогают организациям устранить разрывы между данными, открытиями и действиями. Трансформируя данные в Активную Аналитику, организации смогут принимать более качественные решения, повысить доходы и прибыльность, оптимизировать отношения с клиентами. Qlik ведет бизнес более чем в 100 странах и обслуживает более 50 000 клиентов по всему миру.

qlik.com