

Упреждающий анализ (Proactive analysis)

Синонимы: Проактивный анализ

Разделы: [Бизнес-задачи](#)

В маркетинге упреждающим, или проактивным, называют анализ данных, направленный на прогнозирование ситуации на рынках и поведения потребителей в определенных условиях, на основе результатов которого аналитик разрабатывает бизнес-стратегию компании на случай появления этих условий в будущем.

Проактивный анализ является противоположностью **реактивному**, когда сначала маркетинговая стратегия разрабатывается и реализуется на основе анализа ретроспективных данных, а затем ее результаты анализируются с целью оценки эффективности. И только потом вносятся улучшающие коррективы.

Именно на реактивный подход может быть распространена расхожая фраза, что «генералы всегда готовятся к прошедшей войне». Аналогично, компании, использующие реактивный подход, готовятся не к будущим событиям на рынке, а к тем, которые уже имели место, предпочитая реагировать, а не действовать с упреждением.

При реактивном подходе, пока идет анализ результатов прошедшей маркетинговой кампании, а новая кампания уже действует, возникает «слепое пятно» — интервал времени, в который маркетингологи не понимают что происходит.

В то же время, упреждающая аналитика позволяет компаниям вносить изменения в бизнес-стратегию, наблюдая за развитием событий в реальном времени. Это может позволить в максимальной степени благоприятно использовать внезапные события на рынке: всплеск популярности определенных продуктов или сокращение производства у конкурентов, и действовать до того как это происходит, а не после.

Недостаточная эффективность маркетинговых кампаний зачастую обусловлена ретроспективным подходом к отслеживанию показателей бизнес-окружения. С помощью упреждающей аналитики фирмы могут максимально использовать собираемые данные для прогнозирования тенденций на рынке и адаптации бизнеса к изменению потребительского поведения целевой аудитории.

Результаты проактивного анализа могут быть представлены в виде системы баллов, при помощи которых оцениваются потенциальные риски и новые возможности, перспективы переориентации на новую целевую аудиторию и т.д.

Эффективным инструментом упреждающего анализа являются аналитические технологии Data Mining, которые позволяют выделять группы клиентов с похожим поведением, обнаруживать типичные поведенческие шаблоны, строить прогностические модели и много другое.