

數據思維打造精準決策(用數據思維做問題分析與解決)

教學目標：

1. 掌握系統化的問題分析與決策技巧：運用數據驅動和邏輯思考提升工作中的決策精準度。
2. 提供教員表單讓學員能運用去有效解決問題並將方案落實到實際工作中。

適合對象

1. **中高階管理層**：需要經常面對多變的業務環境與複雜決策場景，必須掌握系統化的問題分析與解決技巧，以制定準確、高效的決策。
2. **跨部門專案經理**：負責統籌和協調多部門的資源及溝通，適合透過本課程強化數據驅動的問題分析能力及跨部門合作技能
3. **工作內容與策略與數據分析有關者**：在業務決策過程中扮演重要的支援角色，適合培養更深入的數據分析、問題分解與邏輯推理能力。

課程主題	教學手法	時長
1. 數據驅動決策的重要性與產業案例 <ul style="list-style-type: none">● 數據 vs 數字 思維上的定義與建議導入(可討論運用企業相關產業)● PACE 框架：融合麥肯錫與尼爾森	講師講授 問答互動 案例解析	60 mins
2. P - 識別問題 (Pinpoint the Problem) <ul style="list-style-type: none">● 排序問題：優先排序二象限● 定義 5W2H● 描述好問題 <p>※案例實作：可討論運用企業目前真實的商業議題去做拆解設計並討論公司具有或可收集到的數據資料欄目</p>	講師講授 案例解析 小組討論	60 mins
3. A - 分析原因 (Analyze the Causes) <ul style="list-style-type: none">● 情境盤點：MECE 法則(可討論運用企業目前	講師講授 小組討論	150mins

<p>真實的商業議題和產業去做選定 1-2 個適合的商業模型，以下都為舉例)</p> <p>若聚焦在 B2B 客戶轉換歷程，請用：</p> <p>「ARED 行銷漏斗五階段 (Awareness 知道 / Research 研究 / Evaluation 評估 / Decision 決定採購) 」</p> <p>若聚焦在品牌與通路面向，可用：「 4P 模型 (Product / Price / Place / Promotion) 」</p> <p>若在市場評估與策略面向，可用：「 3C 模型 (Customer 市場 / Competitor 競爭者 / Company 公司本身) 」</p> <p>若在新市場策略面，可用 PEST 分析 (Politics 政治/ Economics 經濟/ Society 政治/ Technology 技術)</p> <p>若聚焦在組織內部執行或管理流程，請用：「人 / 流程 / 工具 / 架構」等框架</p> <p>※GPT 協作</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 關鍵數據選擇 <p>※案例實作：關鍵數據選擇與收集方法 (跟客戶討論目前最常使用的數據與收集方式，按照商業難題去思考設計)</p> <p>※GPT 協作</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 解讀分析 	<p>實作演練</p>	
<p>4. C – 設計決策 (Create Solutions)</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 創造方案 	<p>講師講授 小組討論 實作演練</p>	<p>60 分鐘</p>

<ul style="list-style-type: none"> ● 評估解決方案的可行性 <p>※GPT 協作</p>		
5. E - 執行與評估 (Execute & Evaluate) <ul style="list-style-type: none"> ● 執行評估 3P 原則 ● 數據溝通陳述與可視化 	講師講授 問答	60 分鐘
6. 學習與總結	講師講授 QA	30 分鐘

學員回饋：4.72-4.94 分

- ◆ 課程內容設計活潑，且貼近工作需求。講師非常專業，並給予專業建議。
- ◆ 老師貼心準備課後複習小卡片，讓我們在工作中能快速回顧重點，超實用。
老師教學不只清楚，連延伸工具都準備，很周到。
- ◆ 日常工作中也知道要用數據，但都是想到甚麼用甚麼、結構不完整，經過此次課程擁有系統化方法可完備關鍵，非常感謝講師。
- ◆ 課程介紹方法對於工作有助益,老師教學很專業,應用 CHATGPT 收穫良多,謝謝!
- ◆ 講師的表達及引導方式非常淺顯易懂，互動度高，原來數據很有趣。

課程介紹 90 秒影片

<https://youtube.com/shorts/BHt47UarYq8?feature=share>

投影片搶先看

用數據思維做精準決策			數據思維驅動策略制定		
前備 破除盲點 建立心態	PACE 框架 Pinpoint 辨別問題 Analyze 分析原因 Create 創造決策 Execute 執行 + Evaluate 評估	總結 + 行動	前備 破除盲點 建立心態	PACE 框架 Pinpoint 辨別問題 Analyze 分析原因 McKinsey Nielsen Create 創造決策 Execute 執行 + Evaluate 評估	總結 + 行動
	建立數據思維導向的高績效組織			建立數據思維導向的高績效組織	

關鍵數據收集

10分鐘

情境假設	關鍵數據	已有/未有	收集方法	收集來源	如何驗證假設為真
<ol style="list-style-type: none"> 1. 拿桌上的教具-關鍵數據表 2. 選1個情境原因 3. 寫下需要哪些關鍵數據才能判斷此情境假設 4. 一個關鍵數據寫一張小便利貼 5. 再寫出收集數據的相對應方法、來源在小便利貼上 					



課後學習小卡

用數據思維打造高效決策 -PACE法則-

INSIGHT 洞察力 + SENSITIVITY 敏感度 + COMMUNICATION 溝通力

STEP FOUR
EXECUTE / EVALUATE
執行&評估

STEP ONE
PINPOINT
識別問題

STEP TWO
ANALYZE
分析原因

STEP THREE
CREATE
創造決策

BY CYNTHIA 黃馨儀

Acquisition 獲客

Activation 活躍

Retention 留存

Revenue 收益

Referral 推播

吸引注意
內容行銷、搜尋引擎優化 (SEO)、社交媒體宣傳、付費廣告

提高興趣增加參與
個性化的體驗、試用、活動、教育建議引導等

保留、提高忠誠度
優質服務、精準分眾 (結合RFM去思考)

有價值的服務
良好的銷售服務、優惠方案等

高光感
獎勵計劃、社交分享功能或推薦促銷

我可以做甚麼

BY CYNTHIA 黃馨儀

學習心得與行動計畫

BY CYNTHIA 黃馨儀

問題	SW2H		MECE+模型	心得與行動計畫
本月業績比去年同期下滑15%	What: Where: Who:	When: HowMany: • 現況 • 目標		
門市活動效益差	What: Where: Who:	When: HowMany: • 現況 • 目標		
締結率下滑要如何提升	What: Where: Who:	When: HowMany: • 現況 • 目標		
新展店區域規劃	What: Where: Who:	When: HowMany: • 現況 • 目標		
A店來客多但成交率低, B店來客少但客單高	What: Where: Who:	When: HowMany: • 現況 • 目標		

Consumer 市場

地區規模

行為需求

競.業.差

展.營.收

新展店規劃

Competitor 競爭對手

Company 公司內部

購買潛力

地.形.GO

同業密度

顧客選擇差異

展店投資

營運能力

收益回收

我可以做甚麼

BY CYNTHIA 黃馨儀