

Viktoria Dmitrievna Lenkova

Analista de datos · Analista de BI

victoria11.ru@gmail.com

WhatsApp: +995557447159

Telegram: @usvica

lenkova-analytics.site



Solo en remoto · Jornada completa, parcial y por proyectos

Vivo en Tiflis, Georgia.

Solo considero colaboraciones en remoto. No tengo disponibilidad para trasladarme.

Trabajo mediante contratos laborales conforme al Código del Trabajo de Rusia, contratos civiles de prestación de servicios (GPH), contratos laborales conforme al Código del Trabajo de Georgia o como empresaria individual registrada en Georgia.

Sobre mí

Analista de producto con experiencia en analítica comercial y de producto desde 2019. Utilizo la economía unitaria, la segmentación, el análisis de embudos y la fijación de precios para identificar oportunidades de crecimiento de los ingresos. Desarrollo e implanto soluciones analíticas que influyen en los indicadores clave del negocio. Trabajo con las áreas de analítica, marketing y comercial para facilitar decisiones fundamentadas. Prefiero un puesto de experta con impacto en el negocio, sin responsabilidad sobre la gestión diaria de equipos.

Formación

Universidad Estatal de Economía y Derecho de Baikal, 2015. Comercio y Logística.

Formación complementaria: Diseño Gráfico, Universidad 21 VEK, 2025.

Idiomas

Ruso — nativo

Competencias y herramientas

Análisis de mercado · Lanzamiento de productos · Análisis del surtido · Fijación de precios · Power BI · Analítica integral · Economía unitaria · SQL · Sistemas de analítica · Análisis de datos · Big Data · DAX · Análisis de indicadores de negocio · Trabajo en equipo · Pruebas A/B · Análisis de los factores que explican los resultados · Análisis de cohortes · Power Query

Herramientas y competencias técnicas

Integro datos de distintos sistemas, desarrollo modelos analíticos e informes y automatizo cálculos recurrentes. Seleccione las herramientas según las necesidades del negocio y la infraestructura existente.

SQL y bases de datos

SQL avanzado: JOIN, CTE, subconsultas, agregaciones, funciones de ventana y optimización de consultas. Trabajo con Microsoft SQL Server / T-SQL, ClickHouse, PostgreSQL y BigQuery, y desarrollo data marts para análisis.

Inteligencia de negocio y modelado de datos

Desarrollo informes y modelos de datos en Power BI con DAX y Power Query. También trabajo con DataLens y Apache Superset. Recopilo requisitos, acuerdo las definiciones de los indicadores, valido los cálculos y formo a los usuarios.

Estoy preparada para trabajar con otras plataformas de BI.

Python y automatización

Utilizo Python 3.12, pandas, NumPy, Matplotlib y openpyxl para procesar, analizar y visualizar datos, automatizar tareas y trabajar con API. Desarrollo bots de Telegram y otras aplicaciones en Python.

Integraciones e ingesta de datos

Trabajo con Apache Airflow, configuro la ingesta de datos desde sistemas externos mediante API y desarrollo integraciones CRM → API → base de datos. Utilizo las API de Yandex Metrica y Yandex Direct.

Hojas de cálculo y preparación de datos

Excel, tablas dinámicas, Power Query, Power Pivot, Google Sheets y Google Apps Script.

Analítica web y de marketing

Yandex Metrica, Yandex Direct, Google Analytics 4 (GA4), Adobe Analytics y Google Tag Manager. Analizo el rendimiento de los canales de captación y los embudos de marketing.

Métodos de análisis

Análisis de los factores que explican los resultados del negocio y de su evolución temporal, comparación de resultados reales con los planificados, previsiones, análisis de cohortes, segmentación RFM, LTV, análisis ABC/XYZ, análisis de embudos, pruebas A/B y contraste de hipótesis, economía unitaria, análisis de ingresos, ventas, márgenes y costes, evaluación de la eficacia de las promociones y las acciones de marketing, analítica de clientes y de producto.

Noviembre de 2019 – actualidad

Grupo X100

Analista sénior · analítica comercial

Responsabilidades y funciones principales

- Análisis de ingresos, márgenes, costes y composición de las ventas para cuatro marcas, más de 65 ciudades y más de 150 puntos de venta.
- Desarrollo e implantación de economía unitaria por transacción para gestionar los canales de venta y la política comercial.
- Gestión integral de precios: definición de la estrategia, establecimiento y cumplimiento de KPI de costes, y desarrollo y gestión de seis listas de precios según las condiciones regionales y competitivas.
- Medición del marketing y desarrollo de analítica integral (CPL, CPO, LTV, ROI), con análisis de la eficacia de los canales de captación.
- Formulación y contraste de hipótesis, e implantación de iniciativas para mejorar los indicadores clave del negocio.
- Desarrollo de informes de BI con Power BI y SQL para las áreas comercial y de marketing, la gestión del surtido, las promociones y las comunicaciones con clientes.
- Automatización de procesos de negocio y transferencia de las soluciones a TI para ampliar su implantación.
- Análisis del comportamiento de los clientes mediante cohortes, RFM, LTV y embudos.
- Colaboración con responsables de marketing, operaciones, producción, compras y RR. HH. para implantar soluciones analíticas.

Logros principales

- Desarrollé e implanté una nueva mecánica de fidelización: la proporción de usuarios activos pasó de aproximadamente el 12% al 40% de la base de clientes; la solución se extendió a varias marcas.
- Desarrollé una metodología de economía unitaria utilizada para definir los KPI de los canales de venta y orientar las decisiones de política comercial.
- Estructuré el sistema completo de precios para cuatro marcas: seis listas de precios en más de 65 ciudades, con responsabilidad directa sobre los precios y su rendimiento económico.
- Automatice procesos clave, incluida la aprobación de promociones, lo que permitió eliminar casi por completo los errores y los fallos en los lanzamientos.
- Participé en la optimización de procesos operativos, incluido un modelo de eficiencia del personal aplicado en toda la red.

Noviembre de 2020 – septiembre de 2024

Studio Leads

Analista de marketing

Responsabilidades y funciones principales

- Participación en el diseño de una promoción anual de gran alcance para fomentar la participación de afiliados y anunciantes, con apoyo analítico en todas las etapas.
- Apoyo analítico a la implantación de la promoción, incluido el cálculo de KPI y el seguimiento de la eficacia de las acciones de los participantes.
- Segmentación de afiliados para optimizar el trabajo de los gestores de cuentas y mejorar la relación con los socios.
- Diseño e implantación de informes de BI para marketing, gestión de cuentas, finanzas y ventas: recogida de requisitos, formación de usuarios y adaptación de informes a los procesos habituales.
- Desarrollo de analítica integral y de un embudo de marketing que integraba todos los canales publicitarios, con análisis de resultados y recomendaciones para decisiones estratégicas.
- Contraste periódico de hipótesis para mejorar indicadores clave y procesos operativos, y participación en la estrategia de crecimiento del tráfico.
- Uso de analítica web para definir indicadores clave de rendimiento de las campañas digitales.

Logros principales

- Aporté apoyo analítico al equipo que desarrolló y lanzó una promoción de gran alcance: calculé los KPI y evalué la eficacia de las acciones de los participantes. La promoción contribuyó a aumentar la actividad y la fidelidad de los afiliados en un segmento B2B muy competitivo.
- Desarrollé los informes de BI para marketing, gestión de cuentas, finanzas y ventas: recogí requisitos, creé data marts, adapté los informes a cada departamento y formé a los usuarios, ofreciendo una fuente común de datos para las decisiones.
- Creé un modelo analítico integral de las campañas, desde los costes de captación hasta los resultados comerciales, que el director de marketing utilizaba para dirigir el trabajo del equipo.
- Introduje métodos de pruebas A/B y contraste de hipótesis para mejorar de forma sistemática la captación y el desarrollo de socios.

Proyectos con Data solution

Como integrante del equipo de analítica externalizada Data solution, realicé proyectos para una empresa distribuidora de productos de acero, trabajé con datos de marketplaces y desarrollé informes para una red de centros de resonancia magnética.

Distribuidora de productos de acero

- Desarrollé una metodología para evaluar la rotación y la cobertura del inventario según los plazos de suministro. Identifiqué existencias sin salida, excedentes y riesgos de rotura de stock, y preparé recomendaciones de compras y reducción de existencias.
- Creé cuadros de mando y alertas de reposición, e informes sobre comerciales, carteras de clientes y el embudo de pedidos. Las recomendaciones comerciales tenían en cuenta los márgenes y las prioridades de gestión del inventario.

Red de centros de resonancia magnética | BI y analítica

- Integré los datos de 1C y CRM en PostgreSQL y desarrollé data marts y cuadros de mando de BI sobre ventas, ocupación de salas y el embudo de clientes.
- Identifiqué periodos de baja ocupación y motivos de pérdida de clientes, y recomendé cambios en la distribución de citas. Realicé segmentación y análisis de cohortes, y elaboré un enfoque de fidelización para fomentar las visitas recurrentes.

Ventas en Wildberries y Ozon | BI y analítica comercial

- Consolidé datos de Wildberries, Ozon, la contabilidad interna y MoySklad. Desarrollé data marts, un modelo de P&L y economía unitaria, y una metodología de asignación de costes fijos.
- Los cálculos incluían comisiones, logística, almacenamiento, coste de los productos, transporte externo, despacho aduanero, embalaje, gastos de almacén, nóminas, alquiler y servicios básicos. Evalué la rentabilidad por marketplace, grupo de productos y SKU.
- Controlé la rotación y la cobertura del inventario y preparé recomendaciones de reposición. Analicé el efecto de la publicidad, los precios y el surtido sobre las ventas y los resultados financieros.