

Maja Karlsson

Dataanalytiker

Stockholm, Sverige
maja.karlsson@gmail.com
+46 70 890 12 34
linkedin.com/in/majakarlsson



Profil

Analytisk och noggrann dataanalytiker med fem års erfarenhet av att omvandla komplexa datamängder till affärsinsikter inom techsektorn och e-handel. Bred teknisk kompetens i SQL, Python och moderna BI-verktyg, med dokumenterade bidrag till ökad konvertering, reducerat kundbortfall och effektivare marknadsföring. Van att kommunicera analytiska fynd till icke-tekniska beslutsfattare och att äga hela pipeline från insamling och rensning till visualisering och rekommendation. Drivs av att sätta data i rörelse för att göra organisationer mer datadrivna.

Erfarenhet

Dataanalytiker – Growth & Product, Klarna, Stockholm

Jan 2022 – Nuvarande

Dataanalys och insiktsarbete för produktteam inom Klarnas konsumentapp och B2B-betalningslösningar i Norden.

- Byggde dashboards i Looker som ger produktchefer realtidsinsyn i **konvertering, ARPU och churn** för 4,2 miljoner aktiva nordiska användare
- Genomförde A/B-testanalys av ny onboardingflöde som ökade aktiveringsgraden med **19 procentenheter**
- Identifierade ett kundsegment med 3,4 gånger högre LTV via cohortanalys – segment användes som grund för nytt kampanjmålgruppsurval
- Automatiserade veckovisa rapporter via Python och dbt, vilket friggorde **ca 12 timmar per vecka** för teamet
- Presenterar månatligen analysfynd direkt för Head of Product och tre produktchefer

Analytiker – E-handel och marknadsföring, H&M Group, Digital Analytics, Stockholm

Aug 2019 – Dec 2021

Webbanalys, kampanjmätning och kunddata för H&M:s digitala kanaler i Sverige och Norden.

- Analyserade beteendedata i Google Analytics 4 och Mixpanel för att identifiera konverteringshinder i checkout-flödet – bidrog till redesign som ökade checkout-konverteringen med **11 %**
- Ansvarade för sökordsrapportering och SEO-performancedashboard i Google Data Studio för marknader i **8 länder**
- Byggde prediktivt segmenteringsmodell i Python för e-postmarknadsföring – **CTR ökade med 23 % YoY**

Utbildning

MSc Statistics and datavetenskap i Statistisk analys och maskininläring, Stockholms universitet – Statistiska institutionen, Stockholm

Aug 2017 – Jun 2019

Tvåårigt masterprogram med inriktning mot tillämpad statistik, maskininläring och datahantering. **Exjobb betygsatt till A** om kundsegmentering med klustringsalgoritmer i retail.

BSc Matematik och statistik i Matematisk statistik, Uppsala universitet, Uppsala

Aug 2014 – May 2017

Kompetenser

SQL (BigQuery, PostgreSQL), Python (pandas, scikit-learn, matplotlib), Looker och Looker Studio, dbt (data build tool), A/B-testning och statistisk hypotesprövning, Google Analytics 4 och Mixpanel, Cohort- och churnanalys, ETL-pipelines och datamodellering, Excel och Google Sheets (avancerat), Kommunikation av analytiska insikter

Certifieringar

Google Analytics 4 Certification, Google

Mar 2022 – Mar 2022

dbt Analytics Engineering Certification, dbt Labs

May 2023 – May 2023

Språk

Svenska (modersmål), Engelska (flytande)

Projekt

Byggde en maskininlärningsbaserad churnmodell i Python som identifierade riskbärande kunder med **89 % precision**. Modellen implementerades i produktionsmiljö och används av produktteamet för proaktiva åtgärder.

Referenser

Maria Larsson, Head of Product Analytics, Klarna, maria.larsson@klarna.com, +46 70 890 12 34

Fritidsaktivitet

Föreläsare, PyData Stockholm Meetup

Jan 2023

Föreläser regelbundet om tillämpad dataanalys och dbt-workflows för en lokal community med **ca 800 medlemmar**.