

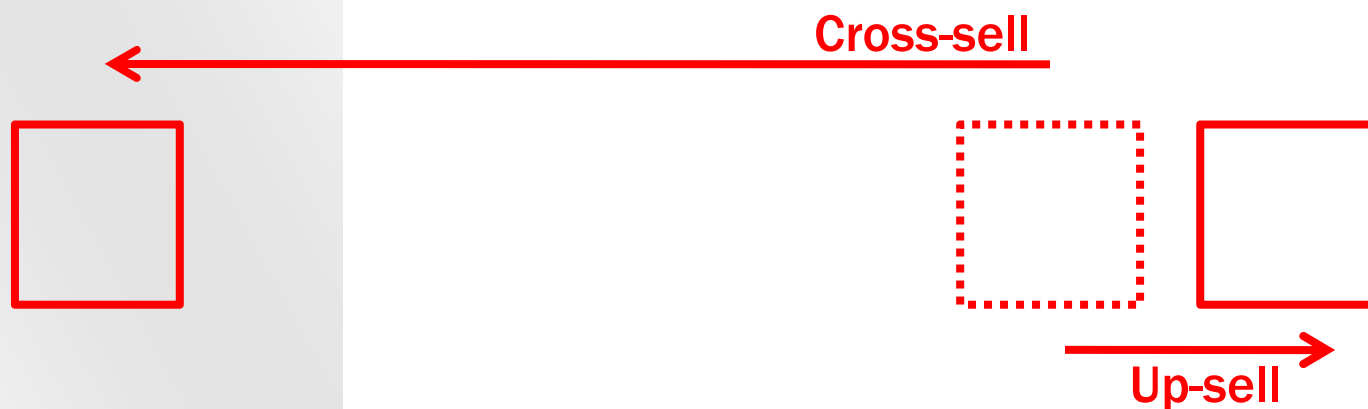


Анализ данных для повышения лояльности клиентов



Как сделать клиентов доходными?

Предложить им то, чего у них нет, но скорее всего нужно!



Пример

Предложение: Каждому клиенту-зарплатнику предлагаем овердрафт на зарплатную карту.

Всего кредитоспособных клиентов: 100 000

Средняя полная стоимость коммуникации с клиентом: 250 руб.

Средняя прибыль с согласившегося клиента: 10 250 руб.

Соглашаются: 2.4%

Прибыль при коммуникации со всеми клиентами:

$$(100\,000 * 0.024) * 10\,000 - (100\,000 * 0.976) * 250 = - 400\,000 \text{ руб.}$$

⇒ **Невыгодно**

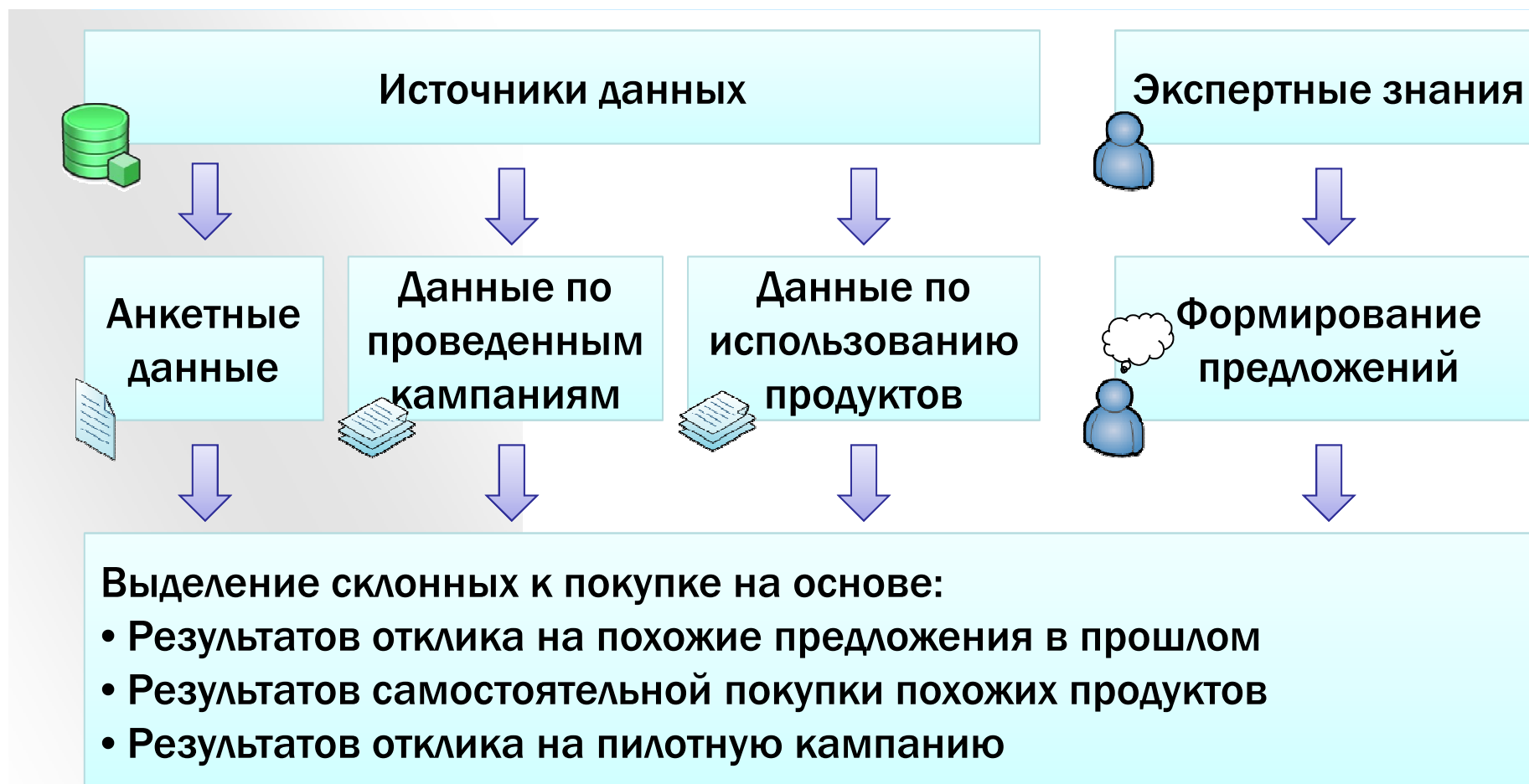
Можем выделить 10% всех клиентов, среди которых 9% соглашаются:

$$(10\,000 * 0.09) * 10\,000 - (100\,000 * 0.91) * 250 = 6\,725\,000 \text{ руб.}$$

⇒ **Выгодно**



Как предсказывать желания клиентов?



Стандартный подход



Этап 1: Подготовка к моделированию

1. Получение данных

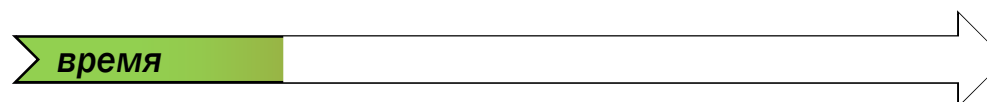
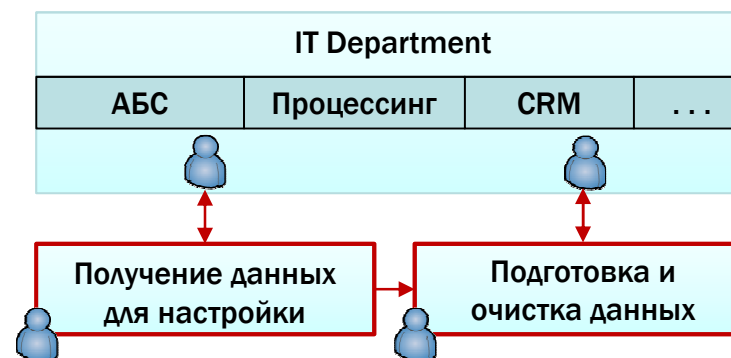
- Какие данные?

Возраст	Доход	...	Купил?
27	50 000	...	1
35	65 000	...	0
...	...	...	...

- Где брать?
- В каком виде?

2. Подготовка и очистка

- Как очистить?
- Как преобразовать?



Этап 2: Моделирование

1. Построение моделей

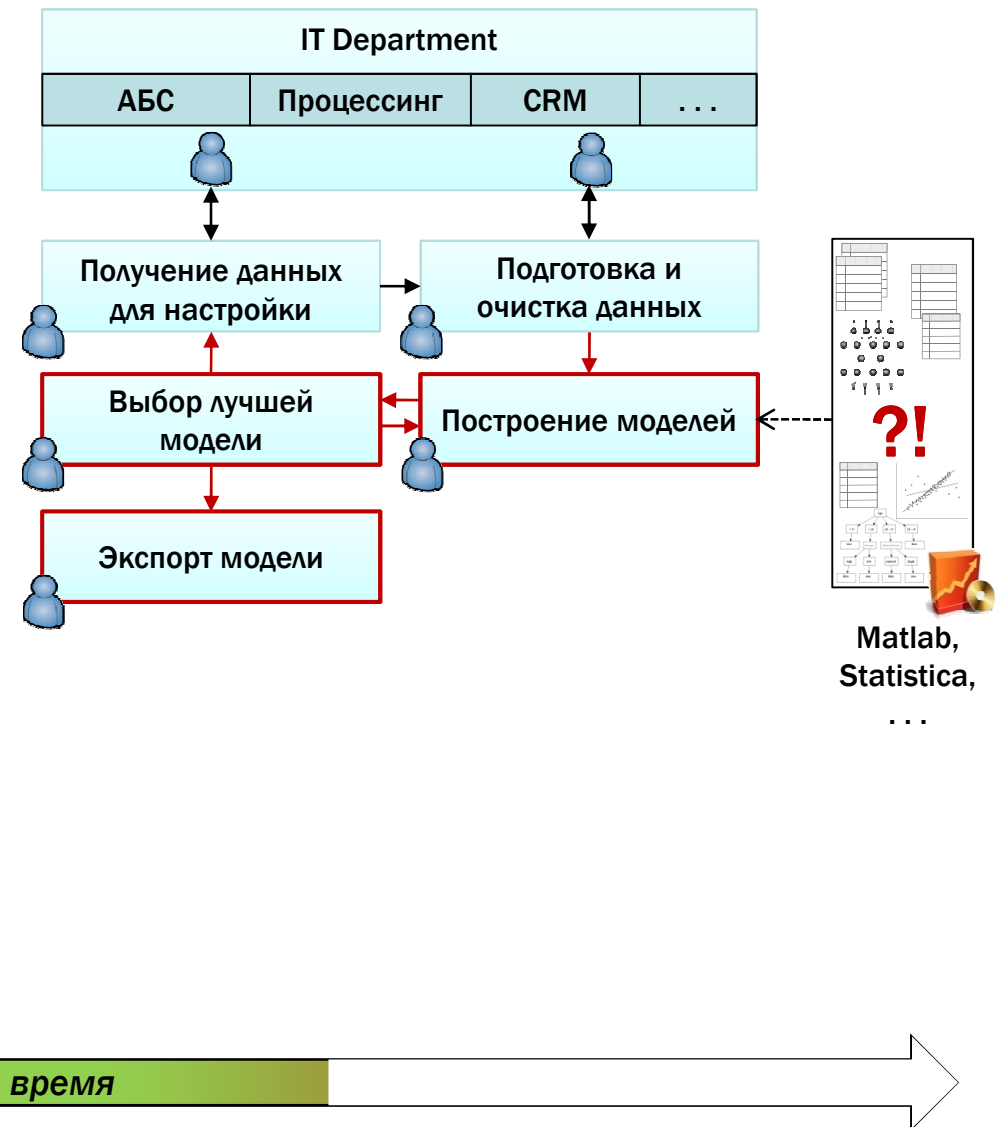
- Как заполнить пропуски?
- Какие факторы учесть?
- Какой алгоритм выбрать?
- Как настраивать?

2. Выбор лучшей модели

- Какой критерий?
- Качество хорошее?

3. Экспорт модели

- В какой формат?
- Как применять модель?



Этап 3: Классификация актуальных данных

1. Получение актуальных данных по клиентам

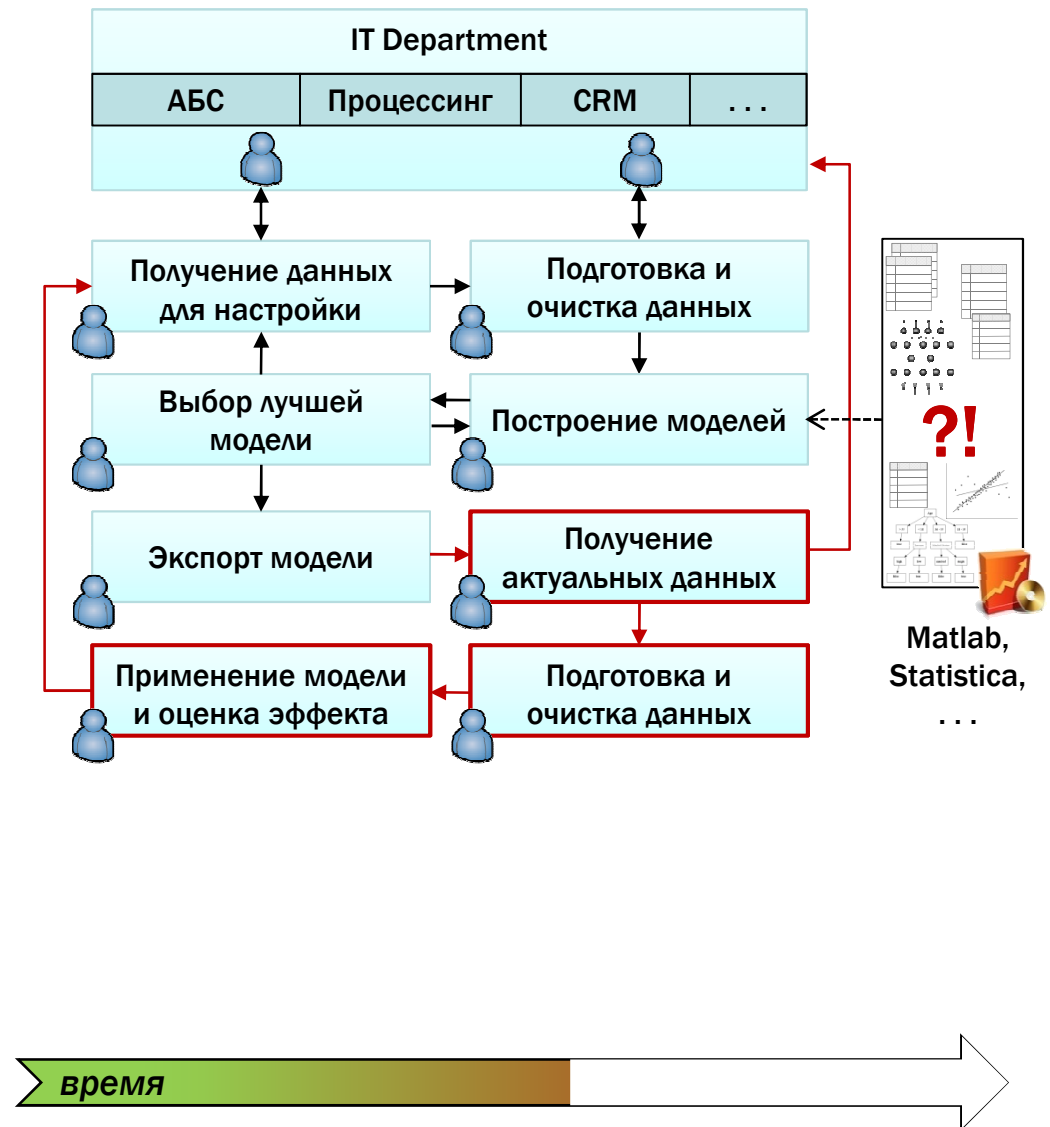
- Где брать?
- В каком виде?

2. Подготовка и очистка

- Как очистить?
- Как преобразовать?

3. Применение и оценка эффекта от предложения

- Как применить?
- Как оценить эффект?



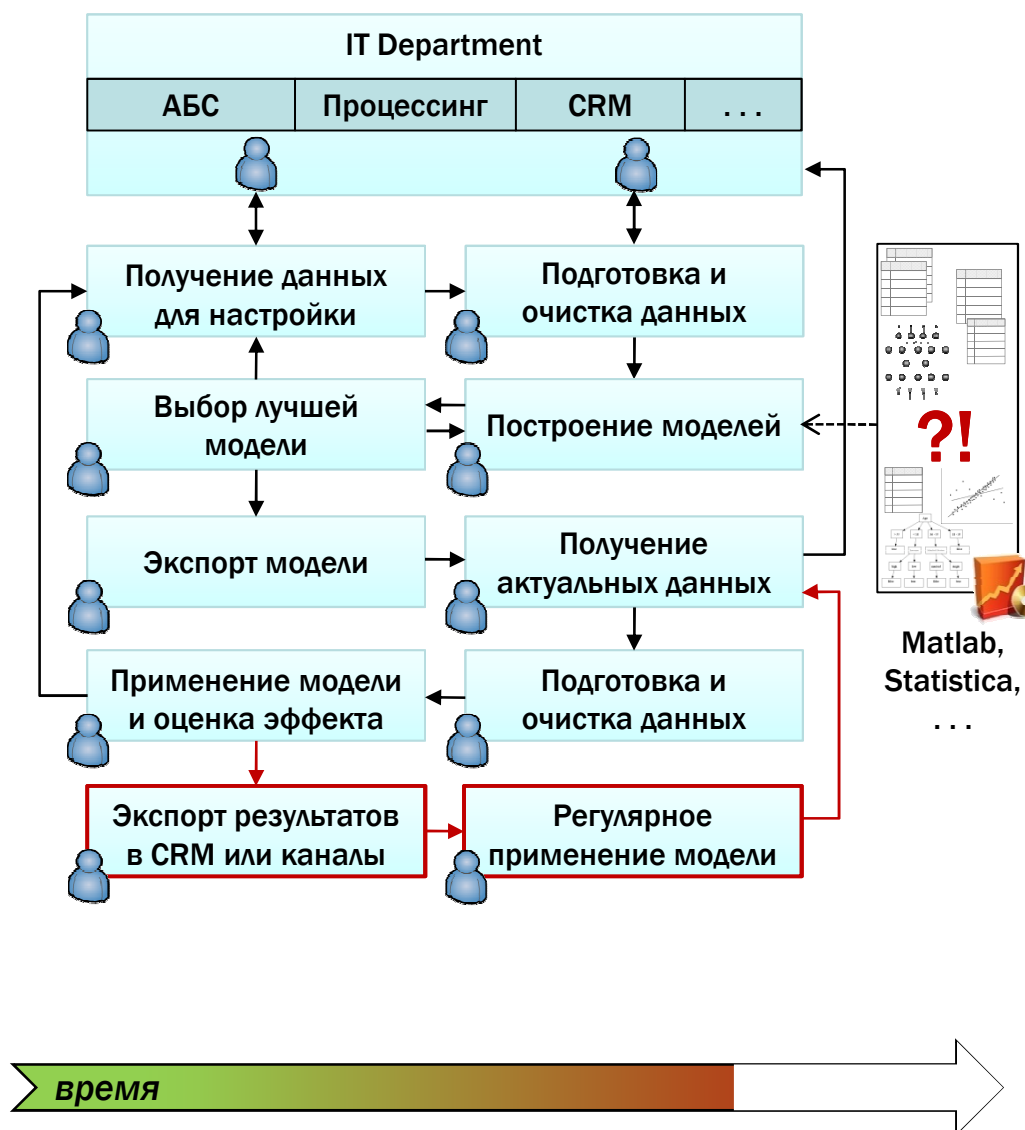
Этап 4: Регулярное применение

1. Экспорт результатов

- Как использовать результаты?
- Куда и как экспортировать?

2. Регулярное применение

- Где брать новые данные?
- Какова периодичность?



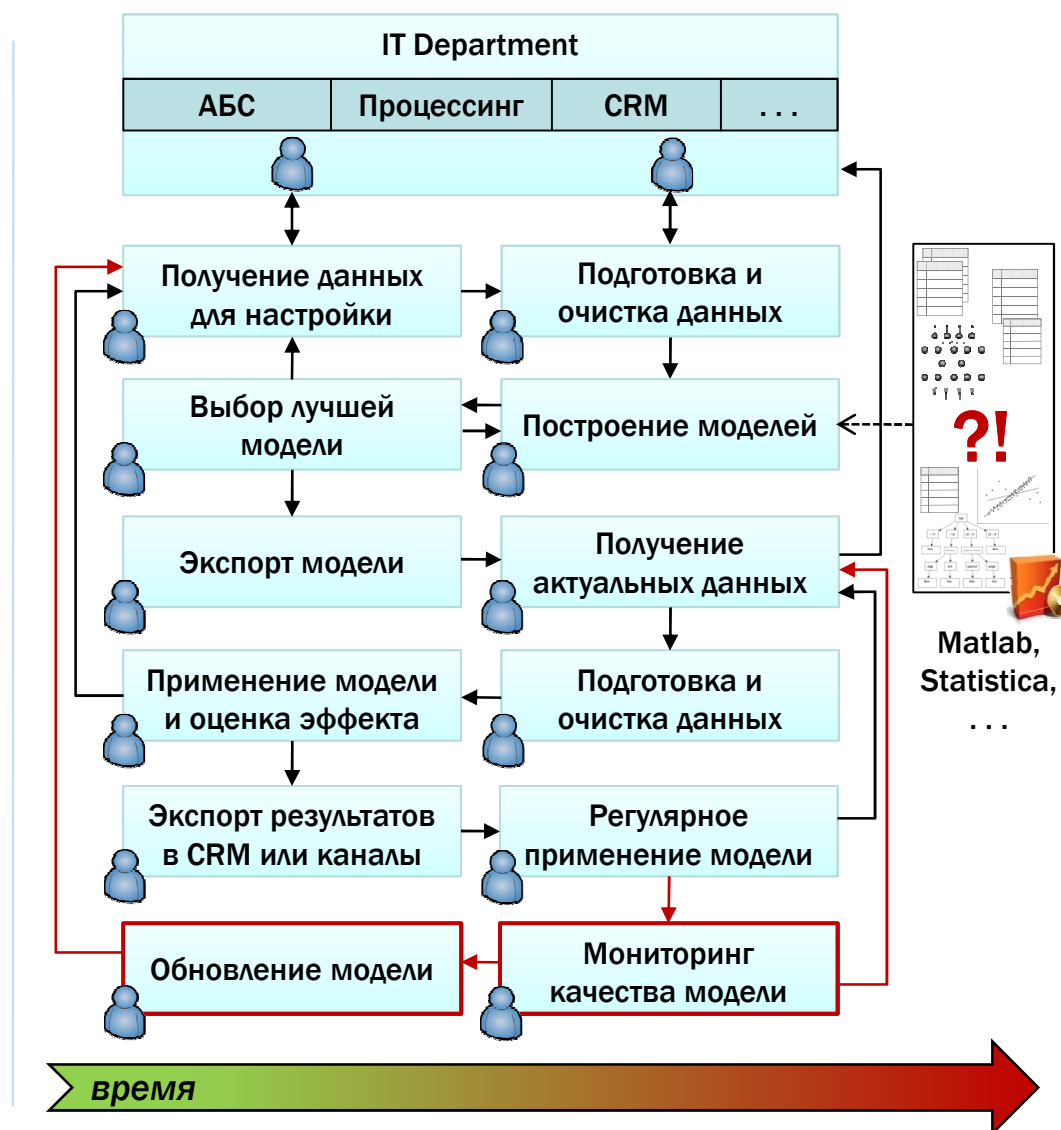
Этап 5: Мониторинг и обновление модели

1. Мониторинг качества

- Модель еще актуальна?
- Какова динамика качества?

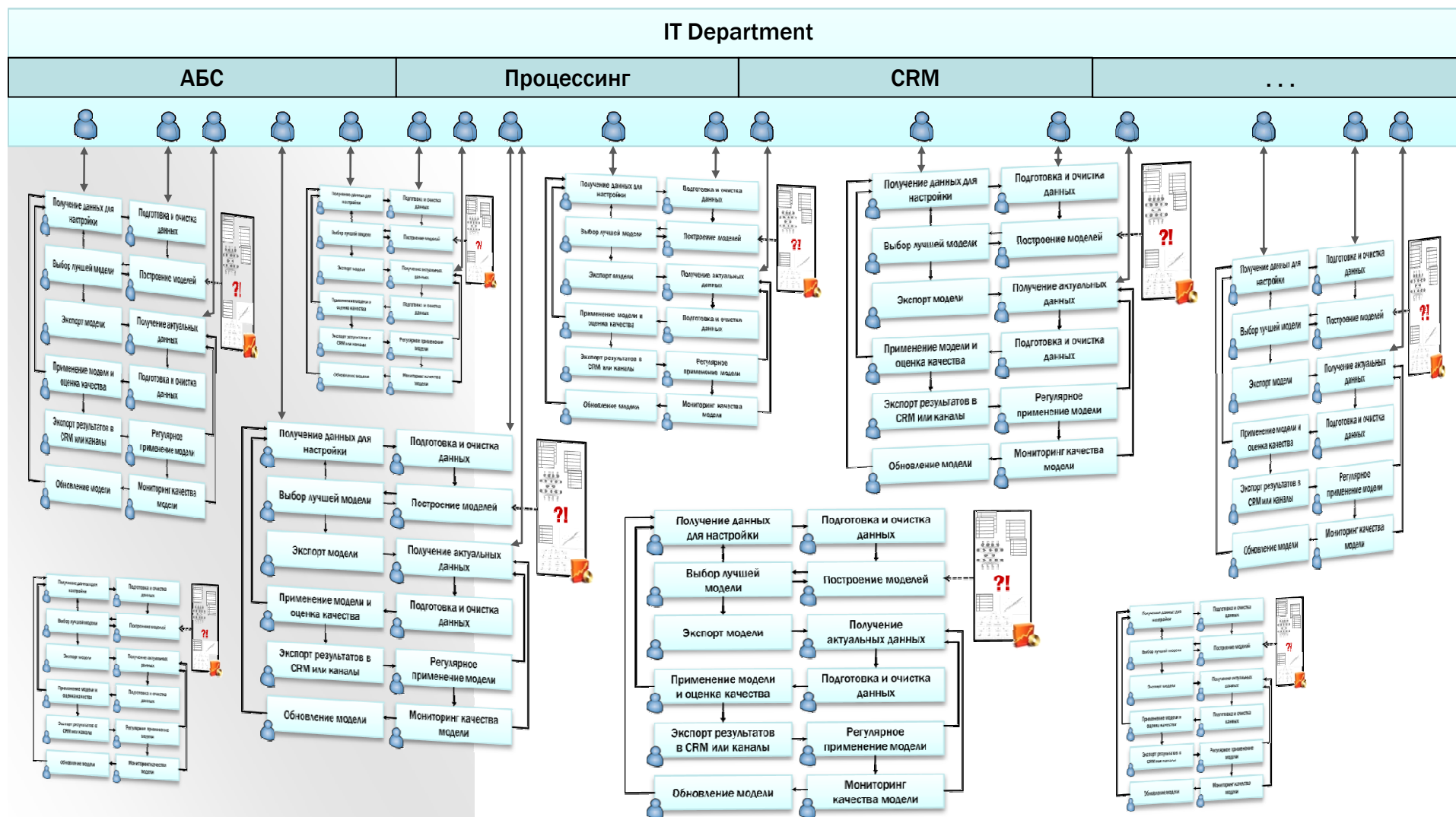
2. Обновление модели

- Где брать данные?



Разным клиентам интересны разные продукты

Стандартный подход очень плохо масштабируется



Подход Forecsys



Подход к определению потребностей клиентов

1. Создание витрин

- Данные для настройки
- Актуальные данные
- Результаты
- Отчетность по качеству

2. Установка Sell4Cast

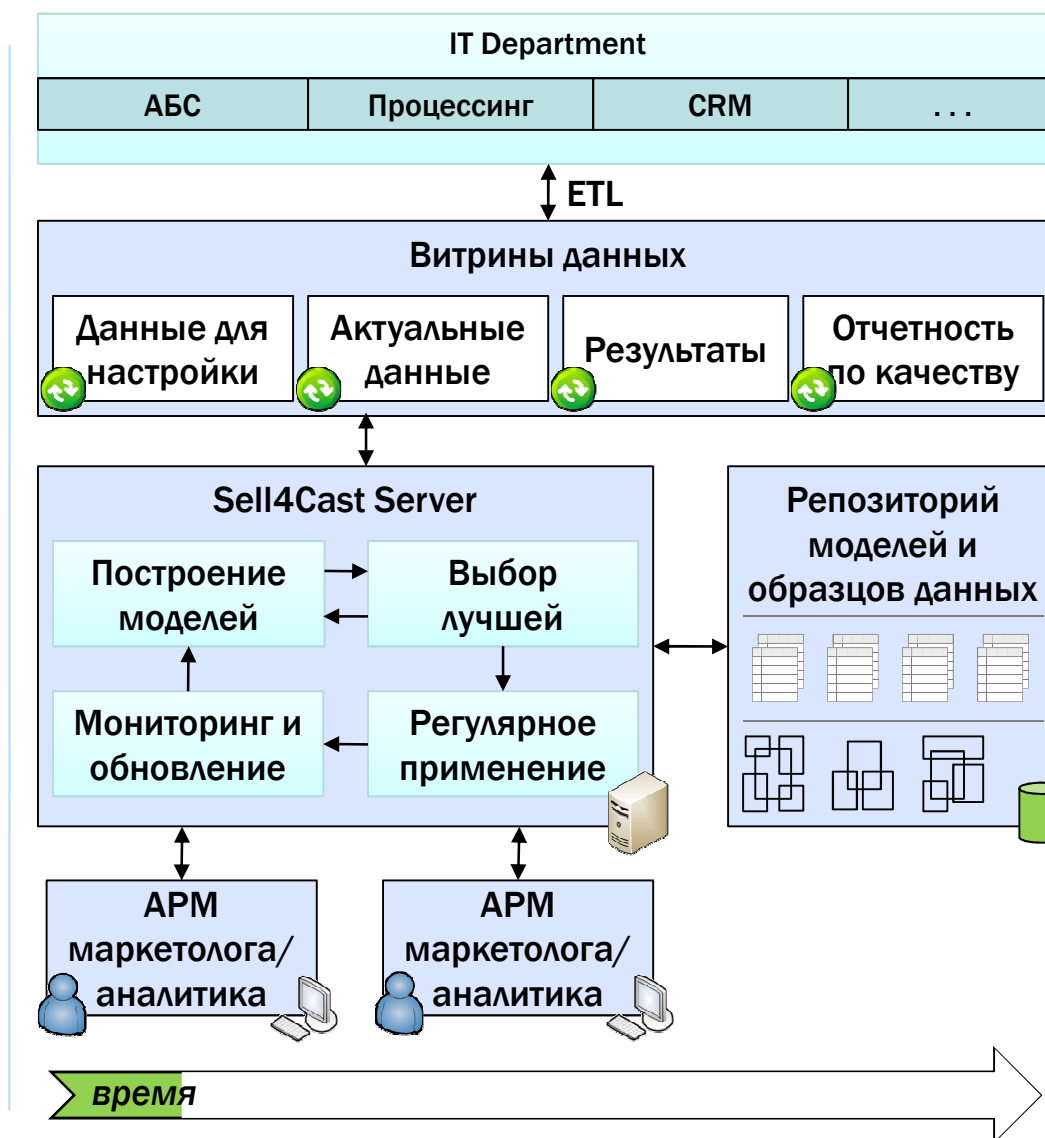
- Sell4Cast Server
- АРМ маркетолога

3. Моделирование

4. Регулярное применение

5. Мониторинг

6. Обновление



Возможности масштабирования



Требования к персоналу

Стандартный подход:

- Знание методологий очистки и преобразования данных.
- Знание конкретных СУБД
- Глубокое понимание статистики, методов Data Mining
- Знание конкретных статистических пакетов
- Понимание бизнес области

Подход Forecsys:

Делается командой Forecsys на этапе создания витрины

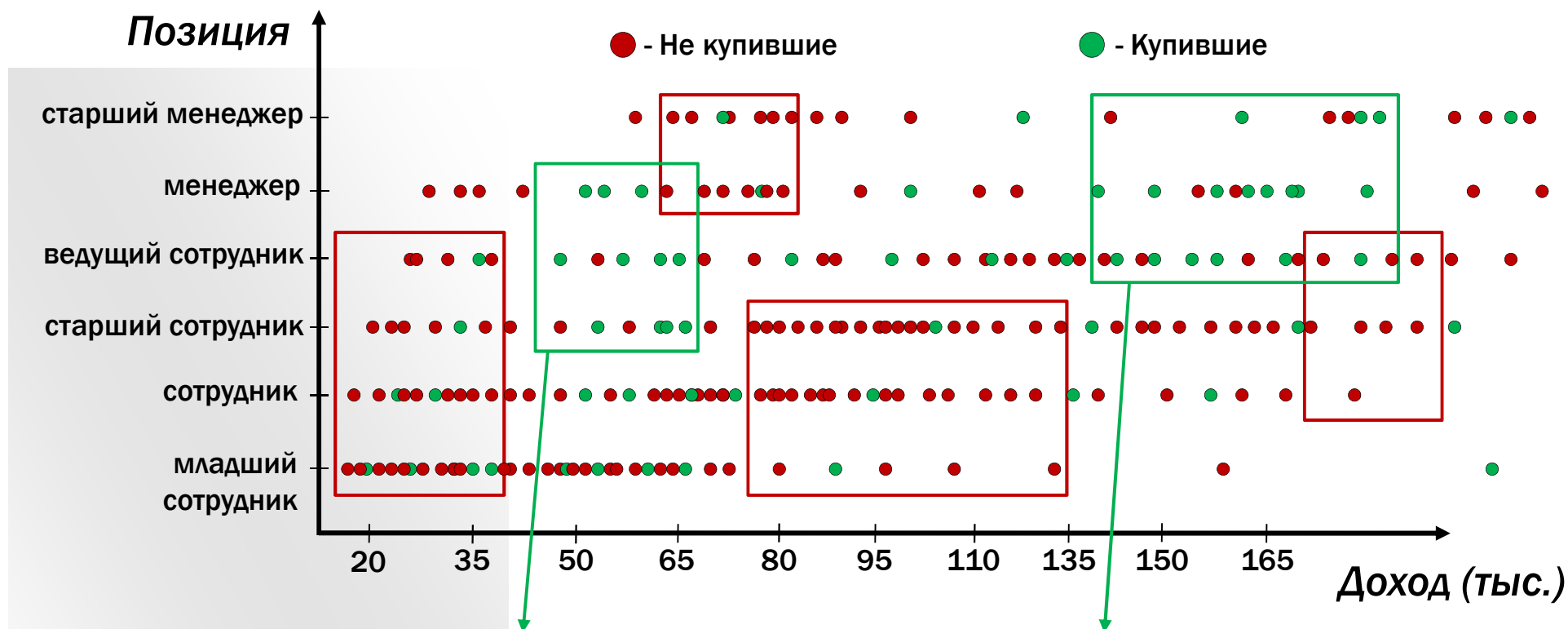
*Продукт тривиален в освоении
Все сложности скрыты от пользователя*

- Понимание бизнес области



Технология:

Алгоритмы на основе логических правил

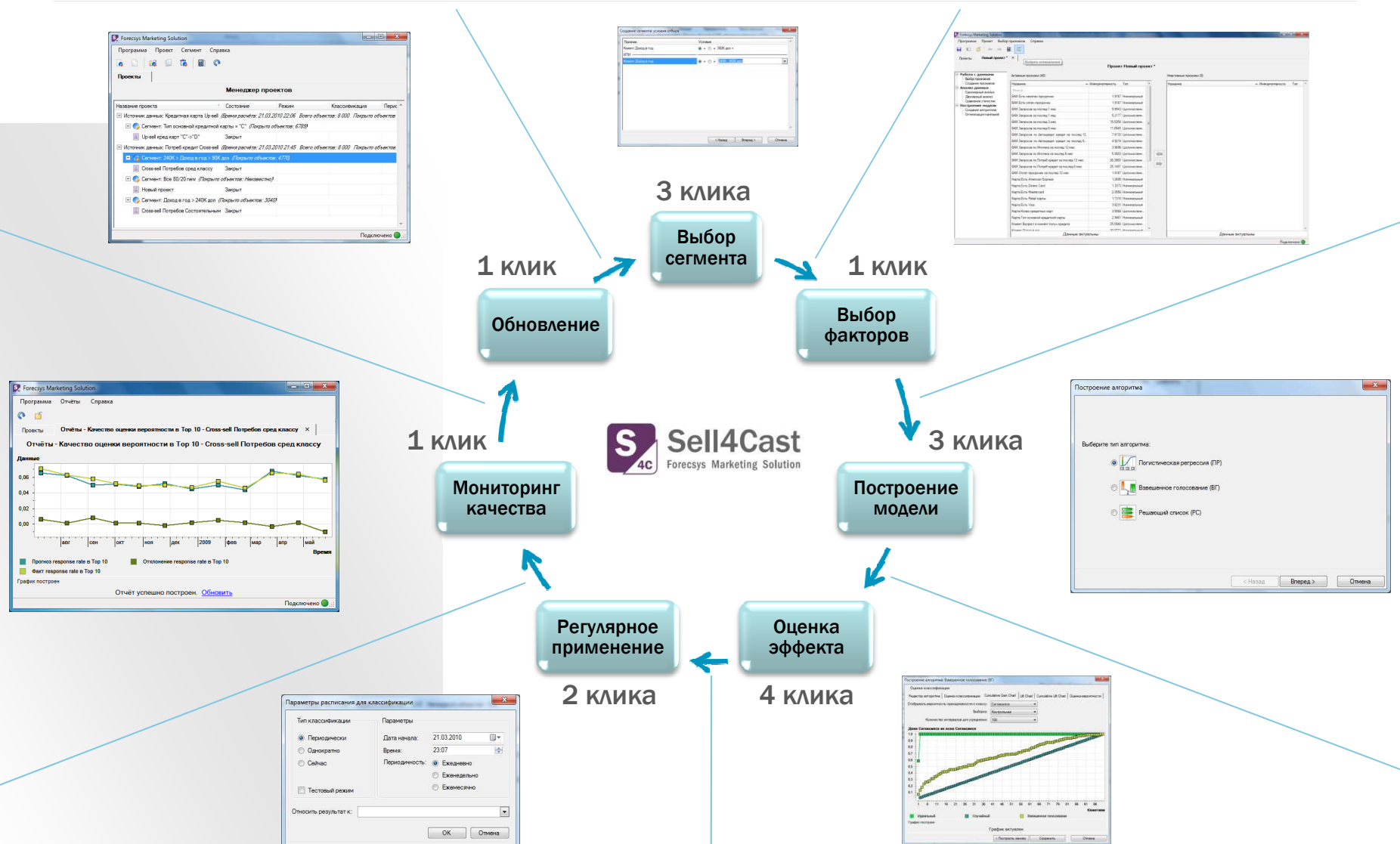


Если
Позиция от 'Старший сотрудник' до 'Менеджер' И
Доход (тыс.) от 46 до 68
То
Купит с вероятностью 0.75

Если
Позиция от 'Ведущий сотрудник' до 'старший менеджер' И
Доход (тыс.) от 137 до 195
То
Купит с вероятностью 0.6



Простота использования и скорость работы



Эффект от оптимизации взаимодействия с клиентами

Параметры среднестатистической маркетинговой кампании:

Размер сегмента клиентов: 50 000

Средняя стоимость контакта с клиентом: 150 руб.

Средняя прибыль с согласившегося клиента: 6 150 руб.

Соглашаются: 3%

Прибыль: $50000 * 0,03 * 6000 - 50000 * 0,97 * 150 = 1\,725\,000$ руб.

Оптимизация кампании:

Можем выделить 10% клиентов, среди которых 15% соглашаются

Прибыль: $5000 * 0,15 * 6000 - 5000 * 0,85 * 150 = 3\,826\,500$ руб.

Подсчет эффекта:

Эффект от оптимизации 30 кампаний в год

$30 * (3\,826\,500 - 1\,725\,000) = 64\,125\,000$ руб. в год



Внедрение системы Sell4Cast

Этап	Длительность
Предпроектное обследование	2 – 3 недели
Построение витрин	3 – 6 месяцев
Развертывание системы и обучение пользователей	1 месяц



О компании Forecsys

Forecsys: общие сведения

- Более 10 лет на рынке
- Более 50 успешно реализованных проектов различного уровня сложности
- Основана на базе
Вычислительного Центра РАН
- Более 25% сотрудников имеют научные степени и звания
- Неоднократный победитель конкурсов точности прогнозирования

Ключевые преимущества сотрудничества с Forecsys

Российская команда
аналитиков

Российская команда
технических
специалистов



✓ Высокая скорость внедрения

✓ Быстрое получение эффекта

Российская команда
разработчиков



✓ Возможность быстрых доработок
системы

✓ Оперативная техническая
поддержка



ФОРЕКСИС
Прогнозирование и анализ данных

Спасибо за внимание!

Иван Гуз

Операционный директор

iguz@forecsys.ru

www.forecsys.ru

Tel: +7 (499) 135 41 63

Fax: +7 (499) 135 90 98