



Back CRM и миллионные аудитории

Обзор решения

Цели



- 1. Знать всех своих клиентов**
- 2. Применять знания о клиентах на практике**
- 3. Создать персональные каналы коммуникации**
- 4. Реализовать это в простом инструменте**
- 5. Сделать инструмент доступным для любых розничных автоматических продаж**

Задачи



1. Централизация информации о клиентах

- Сбор из различных источников
- Предоставление информации в услуги по запросу
- Хранение персональных настроек

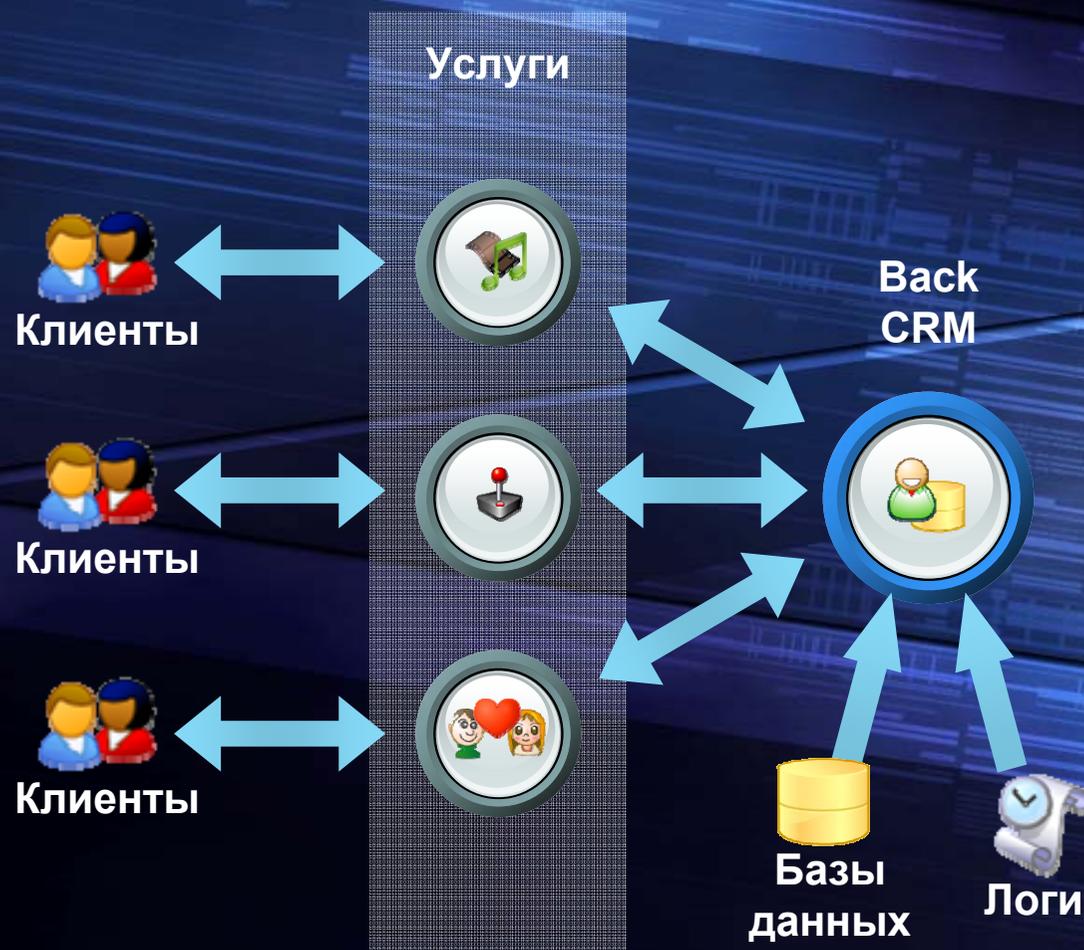
2. Целевое сегментирование аудитории

- Поведенческое – на основе истории отношений
- Контекстное – на основе текущих параметров заказа услуги, обращения за информацией и пр.

3. Организация рекламных компаний

- Для определенных целевых групп
- С учетом персональных особенностей (контроль параметров повтора рекламы и запрет рекламы купленного)
- Подбор рекламного контента в режиме реального времени

“Back-end” поддержка услуг



Данные собранные одной услугой доступны для других услуг

Постоянная поддержка актуальности профилей клиентов

Моментальное предоставление данных в услуги по запросу услуг

Взаимодействие систем



```
<request-promo dt="2007-05-04 14:09:02" sender="MEDIA.long">
  <customer identity="phone">79123456789</customer>
  <service name="MEDIA.long">
    <object code="12813" format="HREF.WAPPushSI" />
  </service>
  <order-params source="sms">
    <param name="data" value="198423" />
    <param name="operator" value="Beeline" />
    <param name="isnn" value="12345" />
    <param name="user_phone" value="79123456789" />
  </order-params>
</request-promo>
```



```
<response-promo receiver="MEDIA.long" ... >
  <order-params source="sms">
    <param name="data" value="198423" />
    <param name="operator" value="Beeline" />
    <param name="isnn" value="12345" />
    <param name="user_phone" value="79123456789" />
  </order-params>
  <messages>
    <message format="text">
      Будь первым - супер хит Димы Билана! Отправь ...
    </message>
  </messages>
</response-promo>
```

**Подбор и
предоставление
рекламного
контента по запросу**

**Предоставление
характеристик
клиента, сведений
из истории покупок
и показов ему
рекламы**

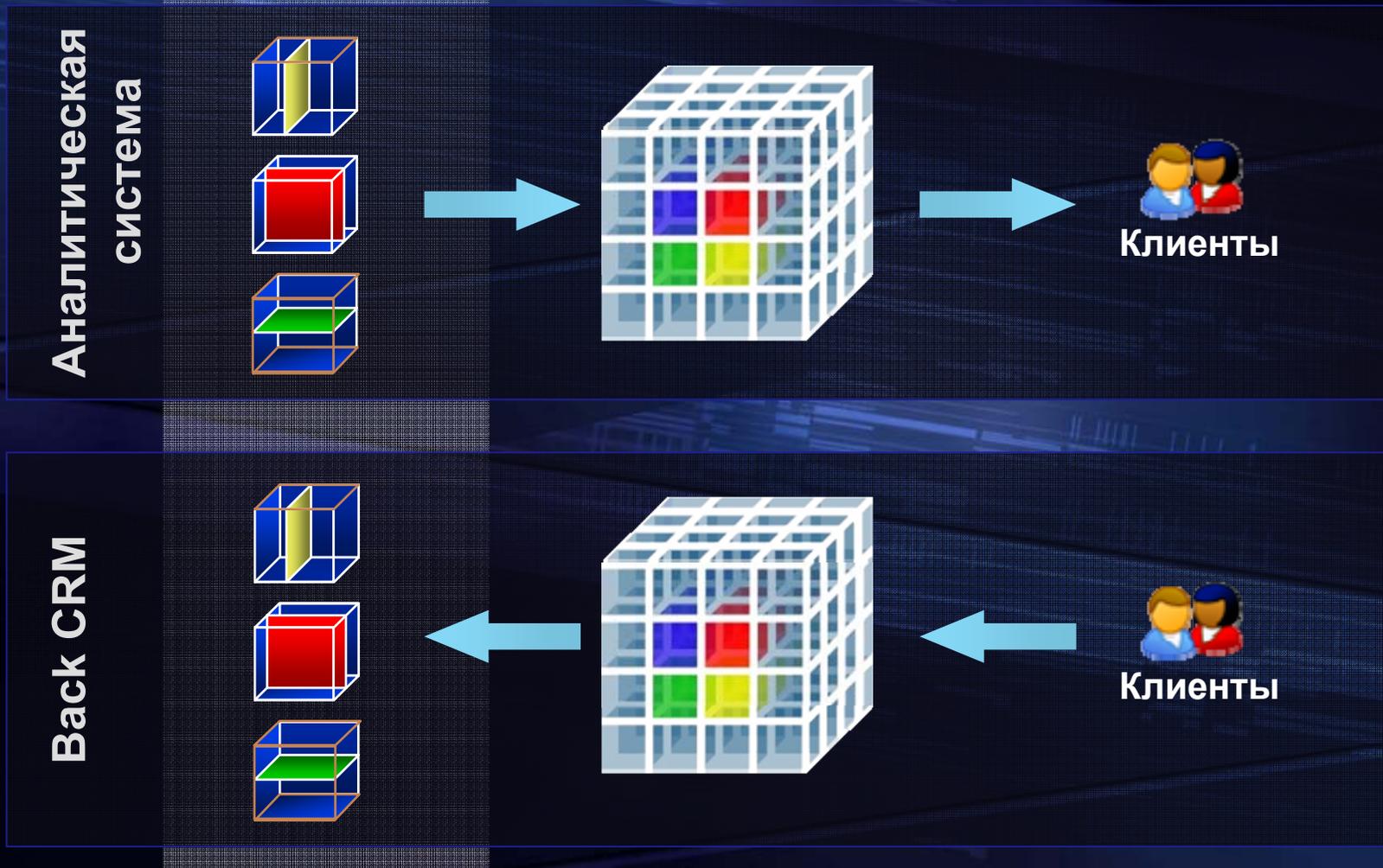
**Предоставление
перечня целевых
групп клиента**

Многомерная организация данных



Условия отбора
(целевые группы)

“Back CRM” – OLAP наоборот...



Возможности сегментации



Поведенческая

Ранее купили
более 3-х игр

Комбинированная



Сейчас
загружают
мелодию

Контекстная

**Использование
накопленных данных
для поведенческой
сегментации**

**Использование
параметров заказа для
контекстной
сегментации**

**Комбинирование
поведенческой и
контекстной
сегментации в
рекламных компаниях**

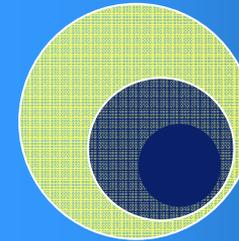
Использование сегментации



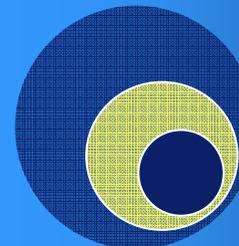
Клиенты, покупающие мелодии
в настоящий момент
(контекстная сегментация)

Клиенты, купившие
за 3 месяца не
менее 1 мелодии
(поведенческая
сегментация)

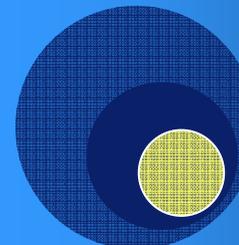
Клиенты, купившие
за 3 месяца более
5 мелодий
(поведенческая
сегментация)



**Подарки
НОВЫМ
клиентам**



**Реклама
с учетом
предпочтений**



**Скидки
ПОСТОЯННЫМ
клиентам**

Сценарий повышения лояльности к рекламе



1-й этап: Обычная покупка услуги и персональный подбор промо-предложения.



2-й этап: Покупка услуги, инициированная промо-предложением и подарком.



Сценарий организации партнерских программ



Партнер – это
владелец канала
продвижения услуг

В “Back CRM” можно организовать рекламную
компанию под торговой маркой партнера для
клиентов, покупающих услуги на его каналах

Сервисы платформы



Система
рекомендации
контента и услуг
(целевые витрины)

CRM: профили и
сегментирование



Бонусные программы
лояльности

Система
управления
целевой рекламой

Функциональные уровни



Сервисы

Реклама, бонусы, рекомендации

Сегментирование

Целевые группы

Клиенты

Предпочтения и настройки



Резюме: CRM



1

Целевая сегментация

поддерживает актуальный состав целевых групп для миллионов клиентов

2

Единое CRM хранилище

делает CRM данные доступными для всех сервисов

3

Персональная история

превратит «усредненного» клиента в живого реального человека

Резюме: реклама



1

Целевая реклама

использует и поведенческую и контекстную сегментацию

2

Персональная история

управляет повторами рекламы и запрещает рекламу уже купленного

3

Сценарии

повышение лояльности, партнерские программы и пр.

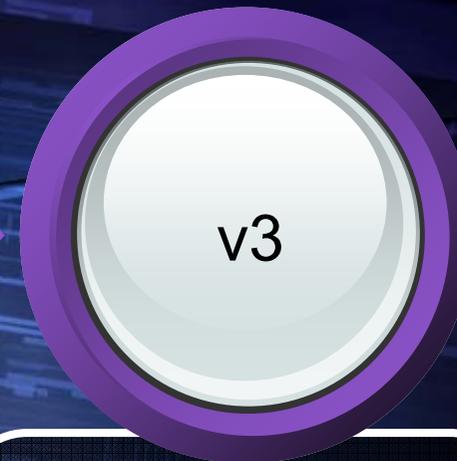
Планы развития



V1.2



v2



v3

Бонусные программы
лояльности

Система рекомендации
(целевые витрины)

Внутренняя аналитика

Распределенная
архитектура

Коллаборативная
фильтрация

Автоматическое
сегментирование

Некоторые детали



- **Производительность**
 - CRM – 20 запросов в секунду
 - Реклама – 10 запросов в секунду

- **Системные требования**
 - Два сервера (БД + Приложения) среднего уровня
 - Oracle 10g Enterprise Edition
 - Microsoft Windows Server 2003 Standard Edition
 - IIS + MSMQ

- **Внедрение**
 - Проведение процесса адаптации данных
 - Согласование пакетов обмена данными
 - Обучение пользователей
 - Проведение тестовой эксплуатации



Спасибо за внимание!

Альберт Маврин

albert.mavrin@sdsgroup.ru

+7 921 953 9822