

Клиентская аналитика: методы принятия решений

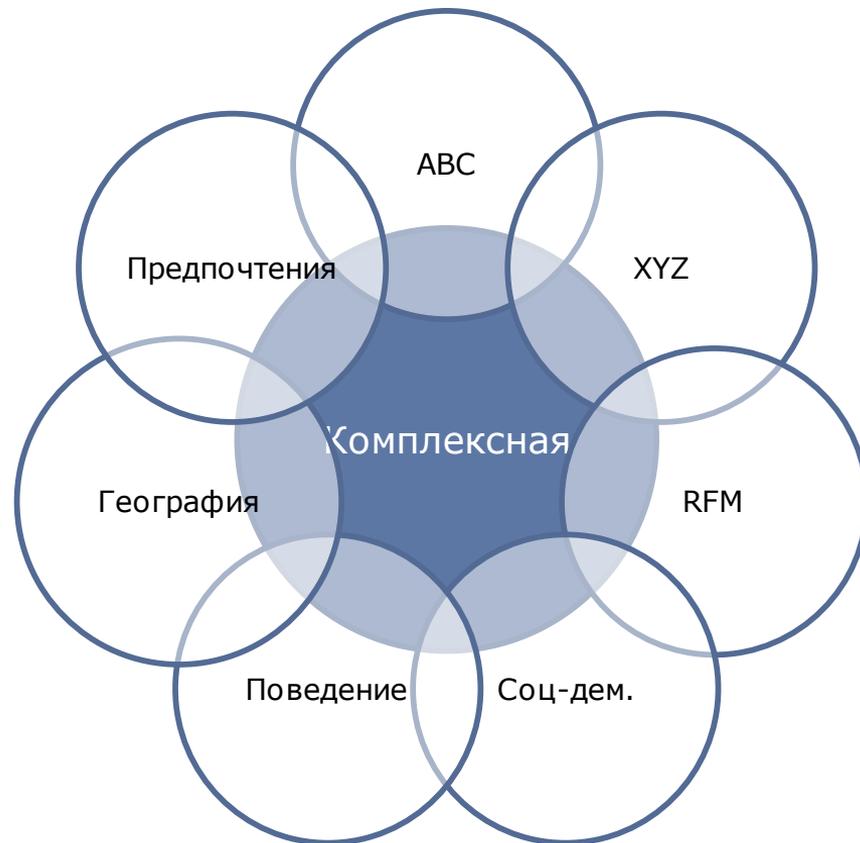


BaseGroup Labs
ТЕХНОЛОГИИ АНАЛИЗА ДАННЫХ

Вопросы к аналитике

- Кого привлекать?
- Как удержать ценных клиентов?
- Как увеличить прибыльность?
- Как сформировать привлекательные адресные предложения?
- Как увеличить отклик на предложения?
- Как минимизировать отток?
- Как минимизировать негатив?
- Как диагностировать проблемы?

Варианты анализа





Простые методы

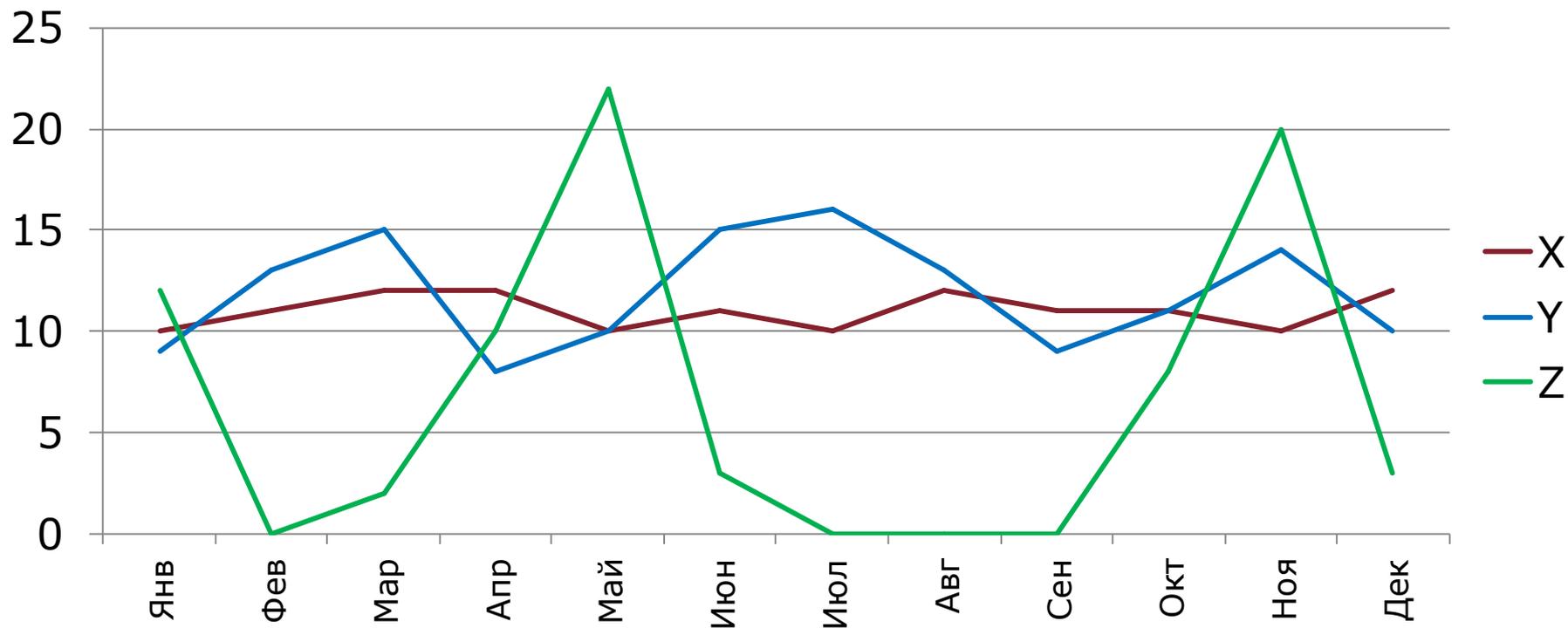
ABC-анализ: алгоритм

1. Выбрать показатель: выручка, маржа...
2. Агрегировать данные по каждому клиенту за последний период
3. Отсортировать по убыванию показателя, рассчитать накопительную сумму:
 - Первые 20% - самые ценные
 - Следующие 30% - промежуточные
 - Последние 50% - наименее ценные

XYZ-анализ: алгоритм

1. Выбрать квант: день, неделя, месяц
2. Агрегировать данные по продажам каждому клиенту и получить временные ряды
3. Рассчитать коэффициент вариации для каждого клиента:
 - 0-10% - стабильное потребление
 - 10-25% - регулярное потребление
 - >25% - хаотическое потребление

XYZ-анализ: пример



RFM-анализ: идея

Оценка лояльности клиента на основе показателей:

- **R**ecency (новизна) – давность последней покупки.
- **F**requency (частота) – частота покупок.
- **M**onetary (деньги) – потраченные суммы

RFM-анализ: алгоритм

Каждый из показателей делится на 5 квантилей, например:

R	Давность покупки
5	<1 мес.
4	2-3 мес.
3	4-8 мес.
2	9-18 мес.
1	>18 мес.

F	Частота покупок
5	>1 в 1 мес.
4	1 в 2-3 мес.
3	1 в 4-8 мес.
2	1 в 9-18 мес.
1	1 в >18 мес.

M	Потраченные суммы
5	>100 000 руб.
4	50-100 000 руб.
3	10-50 000 руб.
2	3-10 000 руб.
1	<3 000 руб.

Считается RFM-код каждого клиента.

RFM-анализ: визуализация

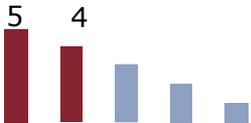
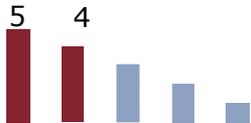
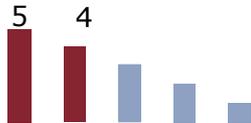
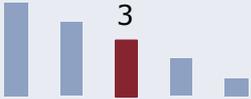
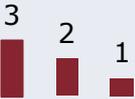
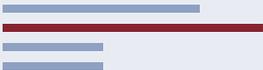
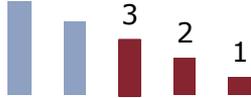
IDчека Номер карты		RFM Score					
		Recency Score					
+ Frequency ...	Recency Monetary	1	2	3	4	5	Итого:
4	4	55	159	330	390	277	1 211
	5	36	103	236	276	209	860
	Итого:	142	456	909	982	679	3 168
5	1					2	2
	2		2	10	11	8	31
	3	6	11	38	74	65	194
	4	4	26	129	305	311	775
	5	10	51	226	766	1 076	2 129
Итого:		20	90	403	1 158	1 460	3 131
Итого:		3 339	3 189	3 498	3 426	2 805	16 257

IDчека	Recency	Frequency	Monetary	Recency Score	Frequency Score
1	270	26	6178,98	5	5
100	269	66	5943,32	5	5
1000	271	33	12066,09	5	5
1100067	269	83	11151,25	5	5
1100087	275	16	8487,33	4	5

RFM-анализ: применение

1. Оценка привлекательности клиента
2. Контроль изменений в поведении
3. Оценка миграции между группами
4. Оценка эффективности программы лояльности
5. Выбор стратегии работы с каждым сегментом

RFM-анализ: выводы

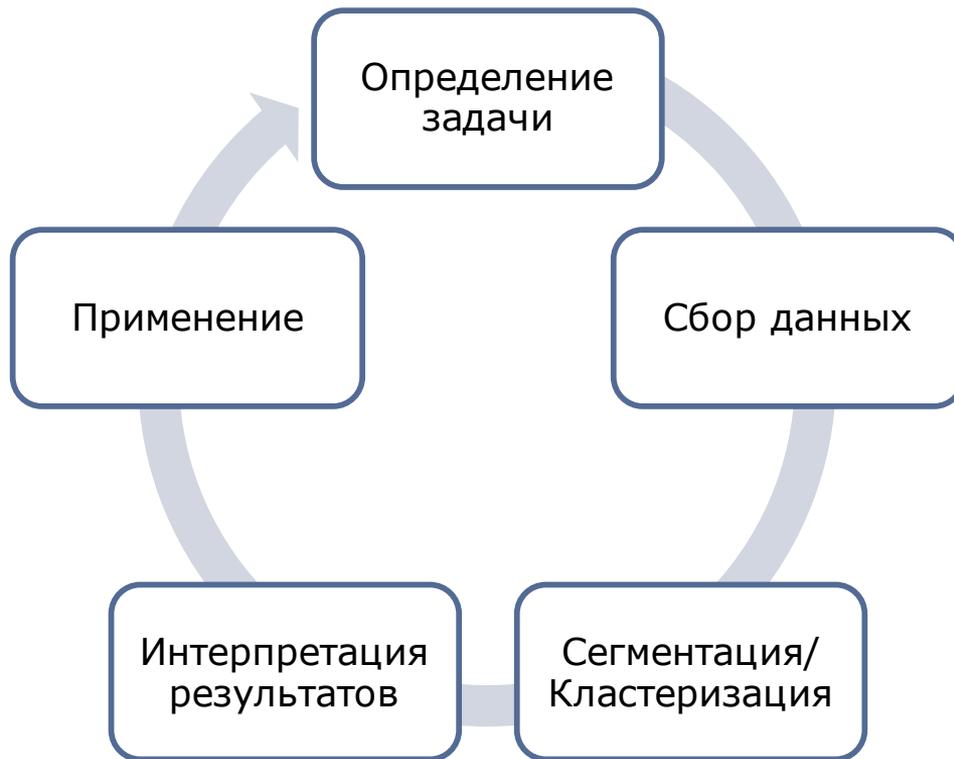
Клиенты	R	F	M	Количество клиентов
Лояльные				
Промежуточные				
Нелояльные				
Потерянные				



BaseGroup Labs
ТЕХНОЛОГИИ АНАЛИЗА ДАННЫХ

Продвинутые методы

Цикл работ



Математический аппарат

Разработано множество алгоритмов кластеризации. Некоторые наиболее популярные:

- Карты Кохонена
- К-средних
- EM-кластеризация
- Иерархическая

Требования к данным

1. Оцифрованы и систематизированы
2. Содержат значимые факторы
3. Очищены от ошибок
4. Рассчитаны агрегаты
5. Сведены в одну таблицу

Анализируемые данные

Соц-дем

- Пол
- Возраст
- Семья
- Образование
- Собственность

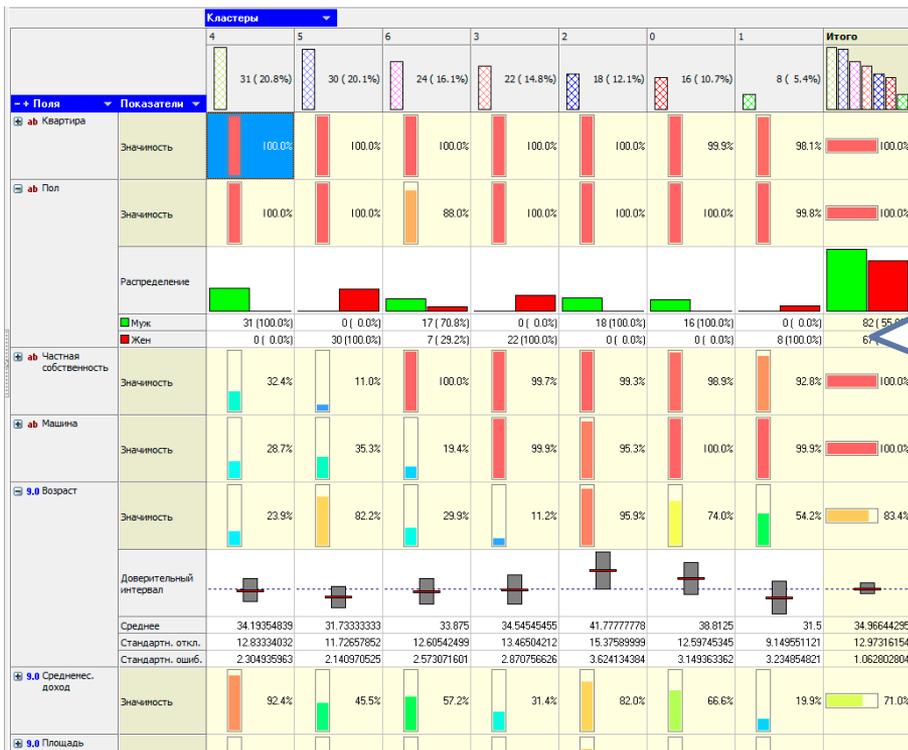
Поведение

- Частота покупок
- Средний чек
- Последняя покупка
- Покупки товаров по акциям

География

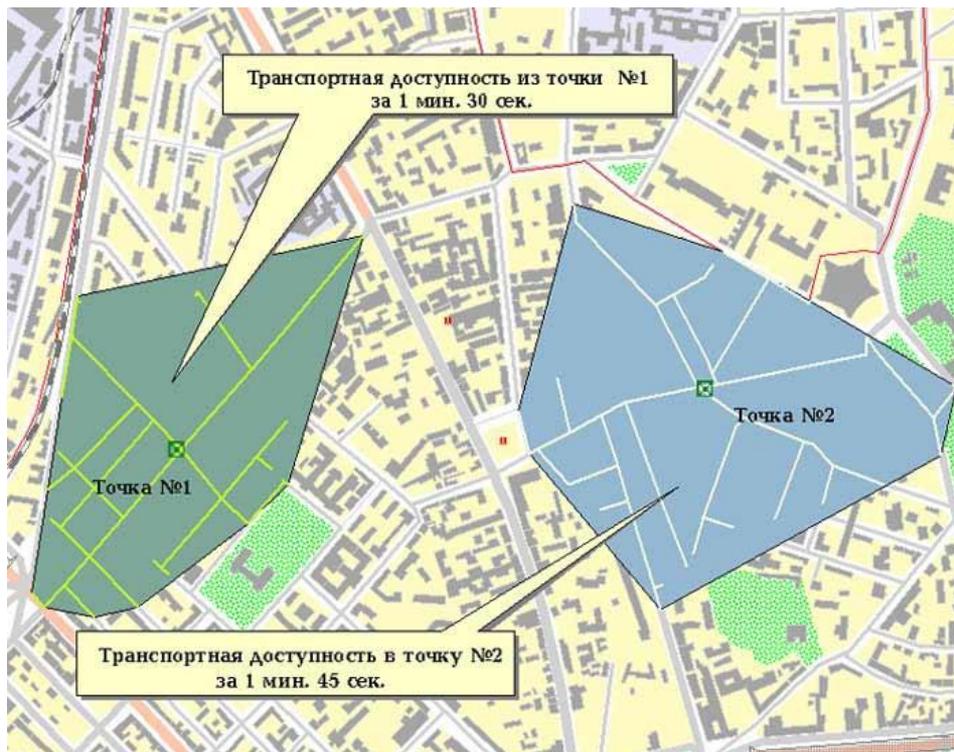
- Место жительства
- Место работы
- Место покупки
- Перемещения

Сегментация: профили кластеров



Социально-демографические данные + поведение

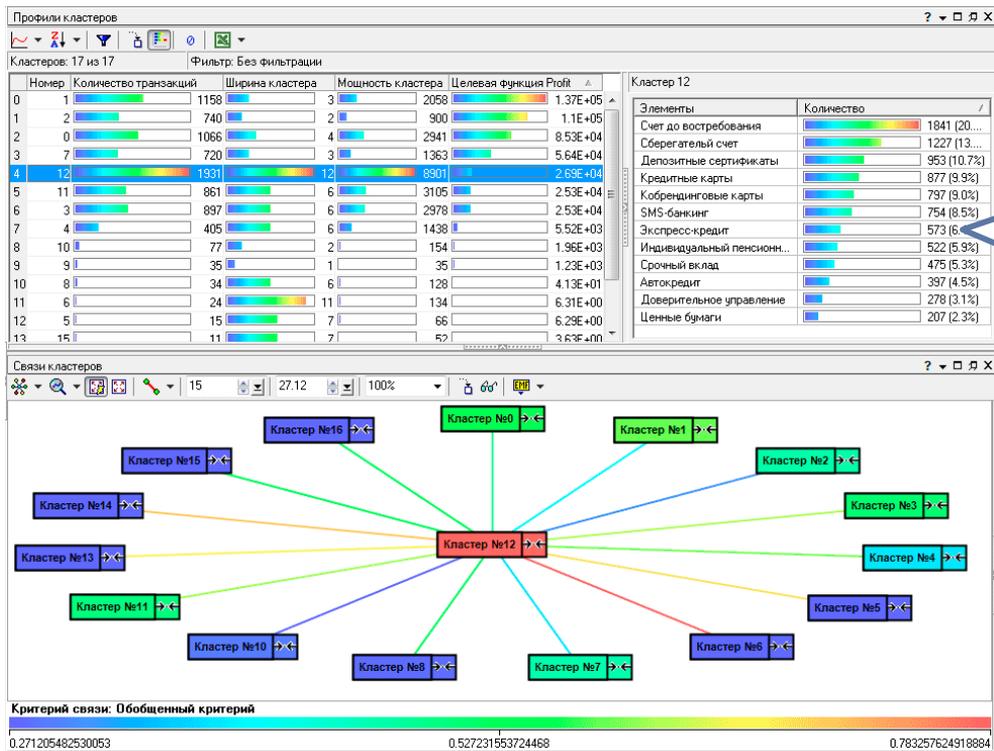
Сегментация: география



Предпочтения: алгоритм

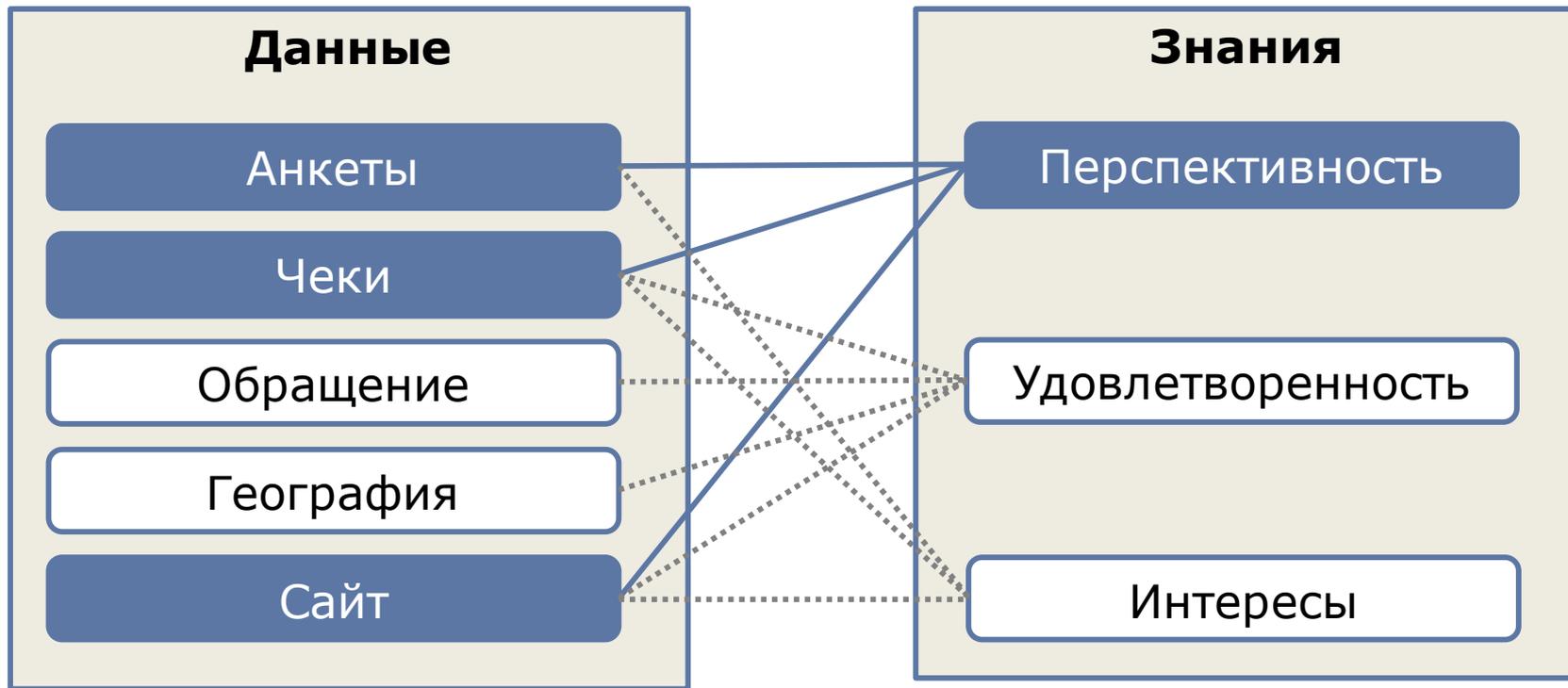
1. Консолидировать данные о транзакциях (чеках)
2. Определить товары-маркеры
3. Кластеризовать транзакции
4. Рассчитать предпочтения по товарам-маркерам

Предпочтения: визуализация



Типичная
потребительская
корзина

Комплексная аналитика



Оценка сложности

Метод	Сложность	Специалист
ABC	Простой	Маркетолог
XYZ	Простой	Маркетолог
RFM	Простой	Маркетолог
Соц-дем.	Средний	Аналитик
География	Средний	Аналитик
Поведение	Сложный	Data Mining аналитик
Предпочтения	Сложный	Data Mining аналитик
Комплексная	Сложный	Команда аналитиков

Технологии анализа





BaseGroup Labs
ТЕХНОЛОГИИ АНАЛИЗА ДАННЫХ

basegroup.ru