

OBI Russia

**Проект «Новоселы».
Результаты.**

31.06.2015

Содержание

3. Этапы и цели проекта
4. Входные данные
5. Первичная обработка данных
6. Пополнение транзакций для поиска паттернов
7. Выявление 2х-, 3х- и 4х-значных покупательских цепочек
8. Анализ выявленных цепочек
9. Выбор конечного набора цепочек
10. Схема взаимодействия
11. Выделение «якорных» категорий
12. Формирование уникальных предложений
13. Выявление «топовых» наборов контента
14. Сегментация получателей по наборам контента
15. Формирование итогового задания для рассылки
16. Рассылка в цифрах
17. Прогноз маркетингового эффекта
18. Первичные итоги рассылки
19. Финансовые итоги
20. Рекомендации на будущее

Этапы и цели проекта

- **Выявить покупательские паттерны на основе предоставленной базы транзакций;**
- **Путем анализа паттернов спрогнозировать наиболее вероятные переходы от покупки А к покупке Б;**
- **На основе базы транзакций последних двух месяцев разбить покупателей на сегменты и сформировать для каждого сегмента свое уникальное предложение по последующим покупкам;**
- **С помощью таргетированных рассылок добиться роста продаж и покупательской вовлеченности в целом.**

Входные данные

От Заказчика были получены следующие данные:

- **БД карт клиентов - участников проекта «Новоселы»;**
- **БД транзакций за 2013-2015 годы (1173 файла в различных форматах);**
- **БД товаров и категорий.**

Первичная обработка данных

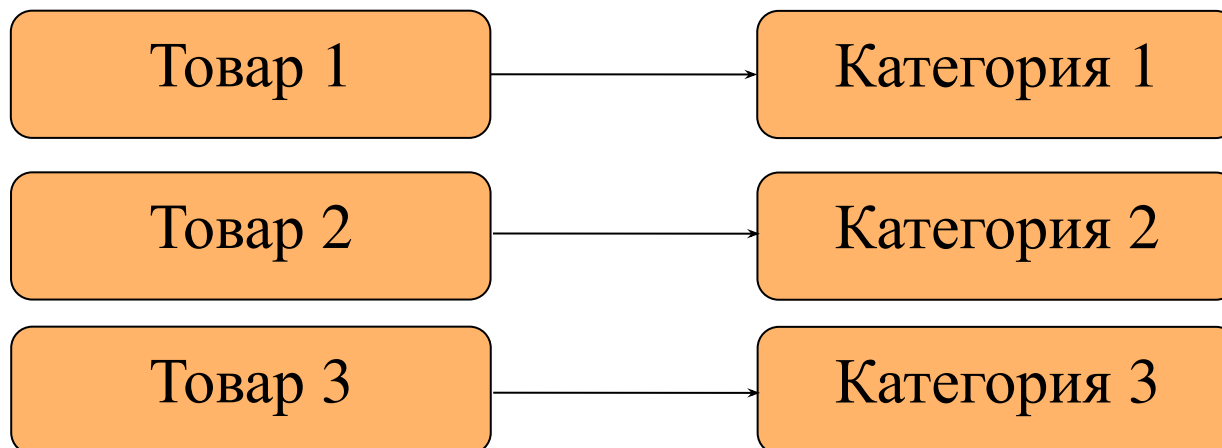
Были проведены следующие этапы обработки предоставленной БД транзакций:

- Отсев незначимых файлов (более 800 шт.);
- Проверка значимых файлов на наличие требуемых данных;
- Приведение значимых файлов с требуемыми данными к единому формату и набору полей;
- Выявление и удаление дублирующихся транзакций (удалено 920 915 дублей).

Наполненность итоговой БД: 6 632 984 транзакции.

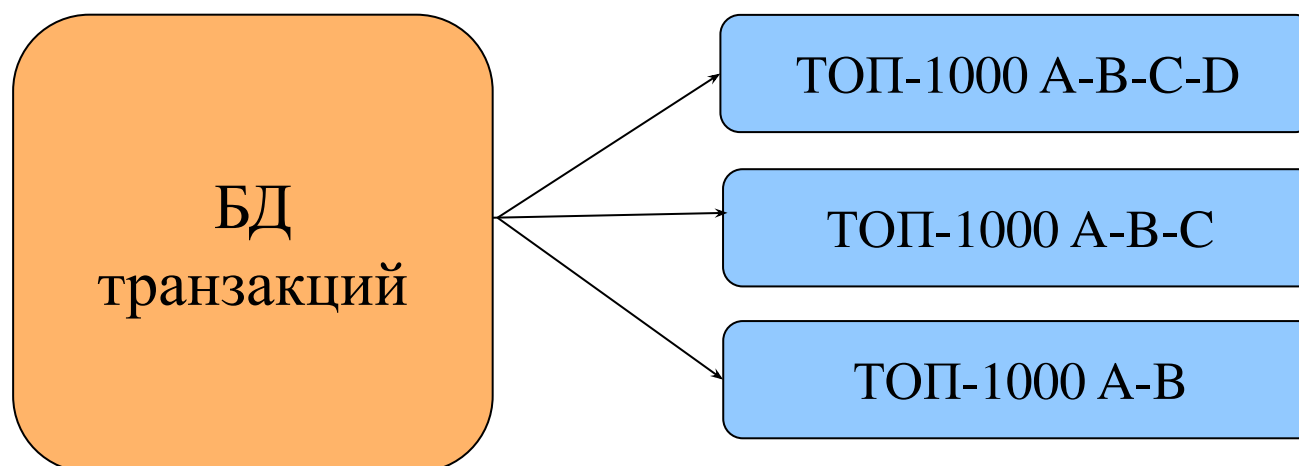
Дополнение БД транзакций для поиска паттернов

Для обеспечения результативного поиска покупательских паттернов каждому товару в БД транзакций была присвоена соответствующая ему трехзначная категория. В дальнейшем поиск проводился в масштабе товарных категорий.



Выявление 2х-, 3х- и 4х-значных покупательских цепочек

На основе анализа итоговых 6,6 млн. транзакций были выявлены ТОП-1000 комбинаций из 2х, 3х и 4х последовательных покупок с «расстоянием» между покупками от 1 до 90 дней.



Анализ выявленных цепочек

Каждый набор выявленных цепочек был подвергнут анализу и обработке, в результате которых устранялись цепочки, не связанные с ремонтными работами и выполнялась проверка значимости популярнейших цепочек в наборе.

Выбор конечного набора цепочек

~~ТОП-1000 A-B-C-D~~

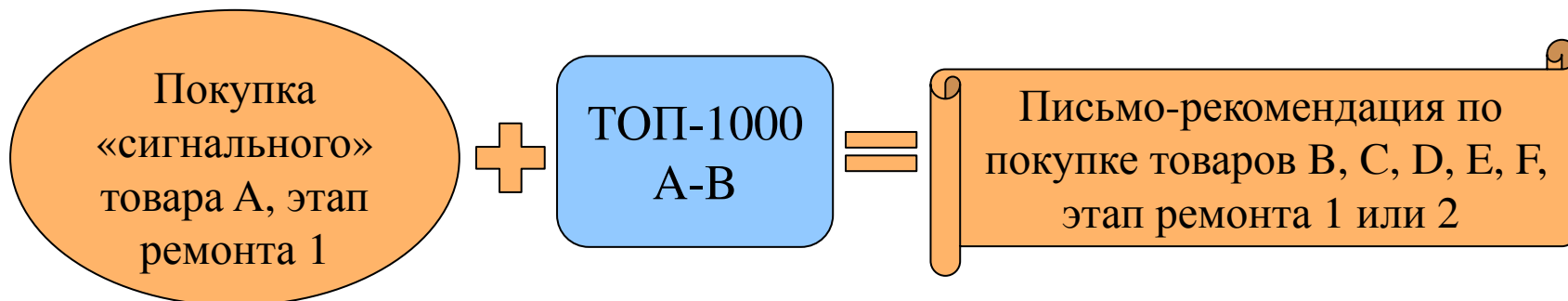
~~ТОП-1000 A-B-C~~

ТОП-1000 A-B

Исходя из возникшего требования дать рекомендацию на основании хотя бы одной покупки, для дальнейшей обработки были оставлены 2х-значные цепочки

Схема взаимодействия

Всем покупателям, совершившим покупку за последние 2 месяца, направляется предложение приобрести ряд сопутствующих товаров. Если был куплен товар, указывающий на определенный этап ремонта («якорный» товар), предлагаются популярные товары, относящиеся к данному или следующему этапу. Если «якорного» товара не было куплено, формируется предложение общего характера.



Выделение «якорных» категорий

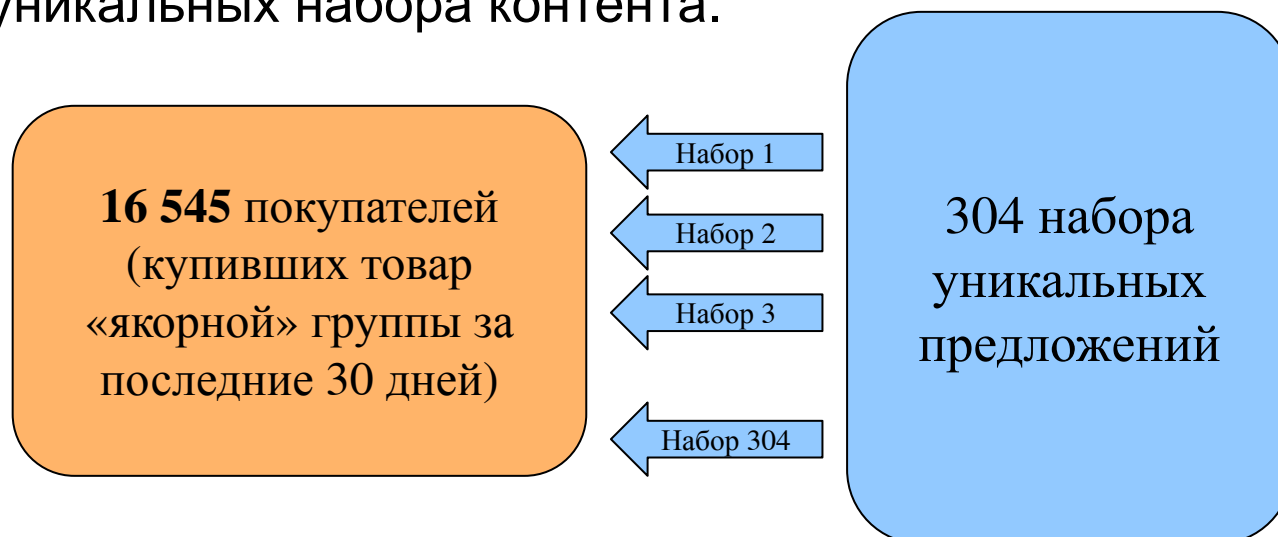
«Якорная» категория – категория товаров, явным образом указывающая на определенный этап ремонта.

Код	Название	Этап ремонта	Якорь / не якорь
113	Дверная фурнитура	Сопутка	Не якорь
115	Дверные ручки и аксессуары	Сопутка	Не якорь
116	Строительные профили	Шаг 1	Якорь
210	Краски, лаки, грунтовки	Шаг 4	Не якорь
212	Краски для внешних и внутренних работ	Шаг 2	Якорь

Было проанализировано 165 товарных категорий, после чего каждой категории назначены признаки «ремонт-не ремонт», «шаг ремонта», «якорь – не якорь»

Формирование уникальных предложений

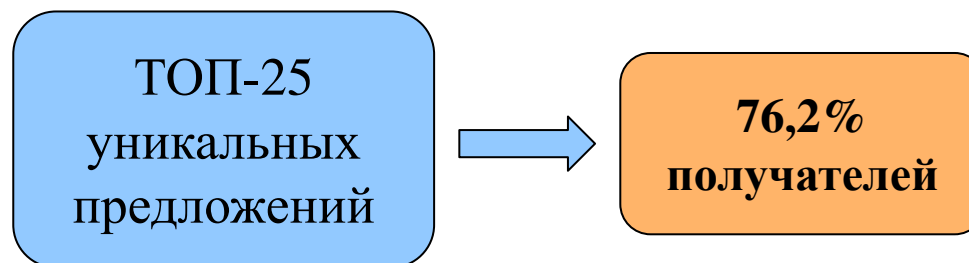
По результатам анализа транзакций 119 014 обладателей карт «Новосел» было отобрано 16 545 покупателей, совершивших покупки товаров «якорных» категорий за последние 30 дней. Для каждого из покупателей, на основании анализа уже произведенных покупок, было сформировано уникальное предложение из одного «главного» и 4х дополнительных товаров. В общей сложности было подготовлено 304 уникальных набора контента.



Выявление «топовых» наборов контента

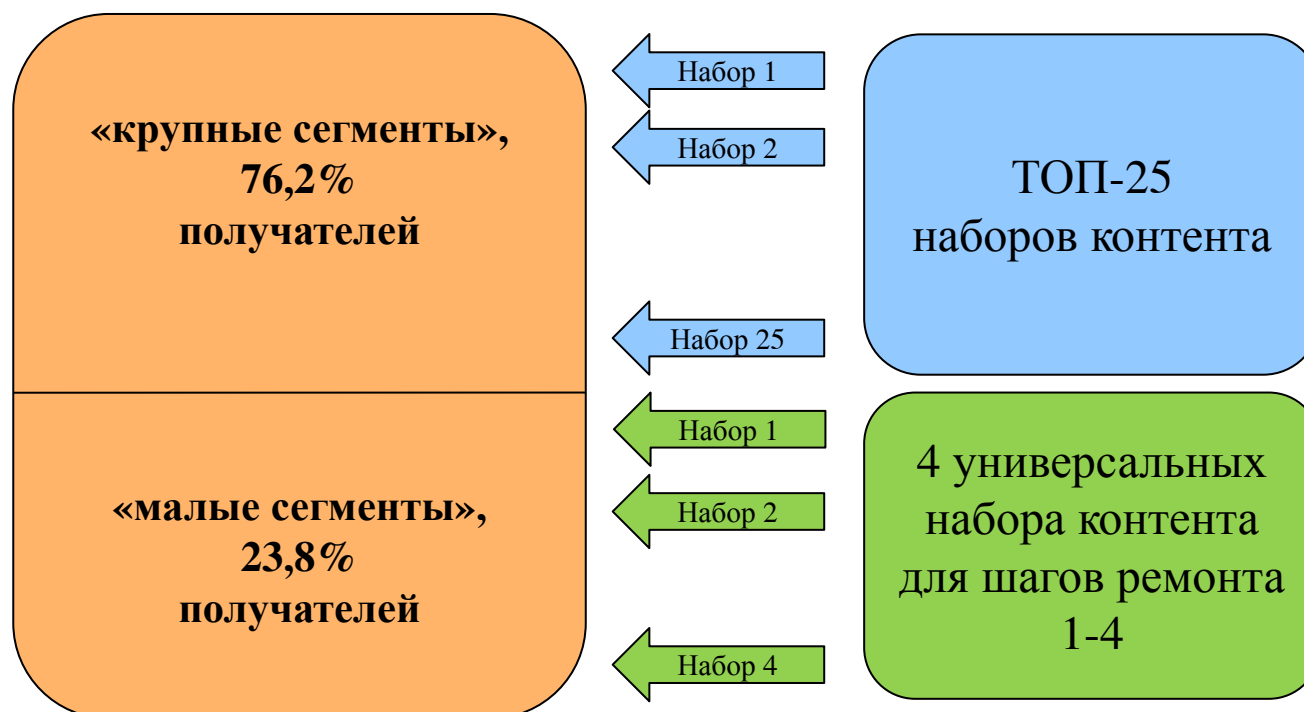
Шаг ремонта	Главное предложение	Доп.предложение 1	Доп.предложение 2	Доп.предложение 3	Доп.предложение 4	Кол-во получателей
1	Строительные смеси	Сухая отделка и сухое строительство	Изоляция	Строительные профили	Радиаторы и вентиляция	1747
4	Люстры, бра	Полки и шкафы для ванных	Настольные лампы, торшеры	Зеркала	Зеркальные шкафы для ванной	1527
1	Трубы, соединители, фильтры для водоснабжения	Сухая отделка и сухое строительство	Изоляция	Строительные профили	Радиаторы и вентиляция	1421
2	Ламинат	Краски для внешних и внутренних работ, колоранты	Двери межкомнатные	Линолеум	Кирпич, пеноблоки	972
2	Плитка	Ламинат	Двери межкомнатные	Линолеум	Кирпич, пеноблоки	866
3	Унитазы, биде, писсуары	Ванны и душевые кабины	Фотообои	Обои под покраску	Потолочная продукция	771

Каждый из 304 наборов контента соответствовал разному количеству получателей. Для оптимизации затрат на подготовку писем было решено оставить ТОП-25 самых популярных наборов контента.



Сегментация получателей по наборам контента

Для охвата 100% получателей были сформированы дополнительные 4 набора самых популярных товаров, соответствующих каждому из 4х шагов ремонта. Для каждого из 29 итоговых наборов контента подготовлен свой сегмент получателей – итого 29 сегментов.



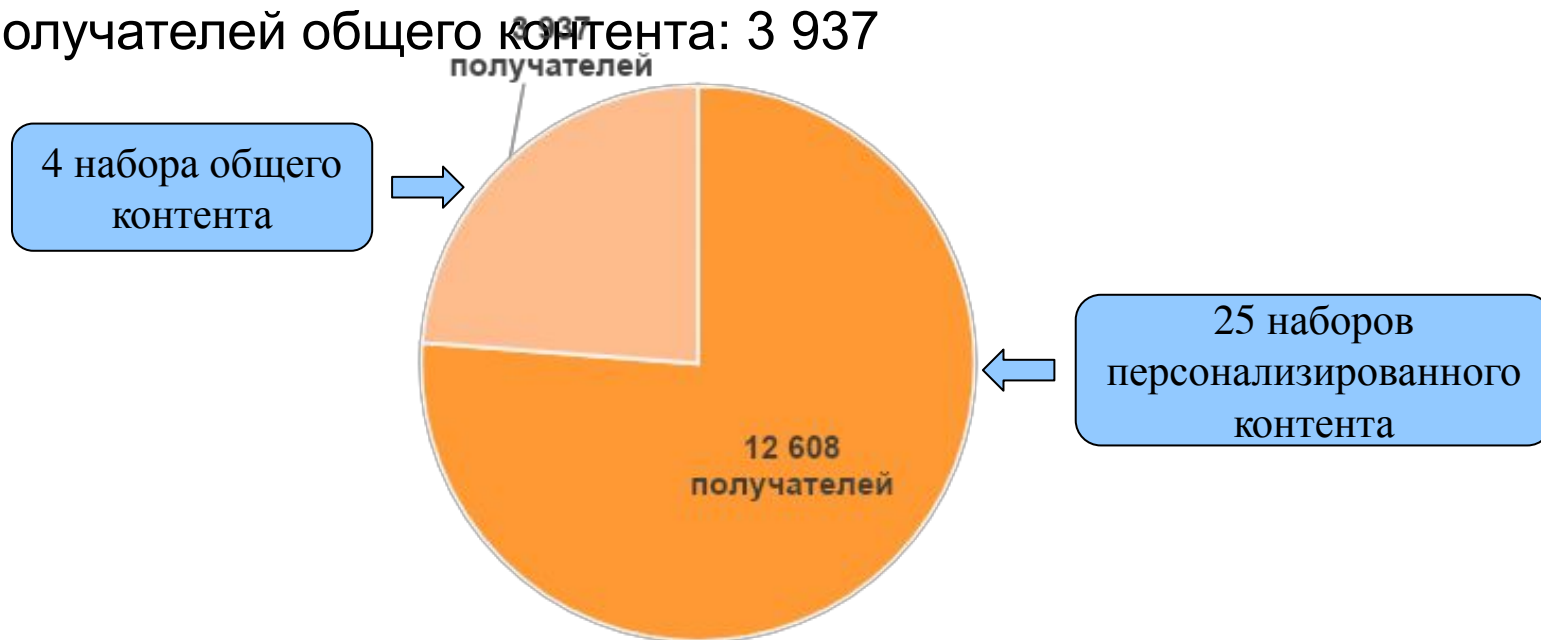
Формирование итогового задания для рассылки

Итоговое задание для подготовки рассылки включало в себя:

- Список из 29 наборов контента. Каждый набор состоит из 1 товарной категории для главного предложения и 4 товарных категорий для дополнительного предложения;
- 29 наборов карт получателей.

Рассылка в цифрах

- Сегментов получателей: 29
- Количество получателей: 16 545
- Наборов контента для рассылки: 29
- Получателей персонализированного контента: 12 608
- Получателей общего контента: 3 937



Прогноз маркетингового эффекта

Первичные итоги рассылки

- Отправлено:
- Доставлено:
- Открыто:
- Переходов:

Финансовые итоги

Рекомендации на будущее