



# Back CRM и миллионные аудитории

Обзор решения



- 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**



## 1. Централизация информации о клиентах

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

## 2. Целевое сегментирование аудитории

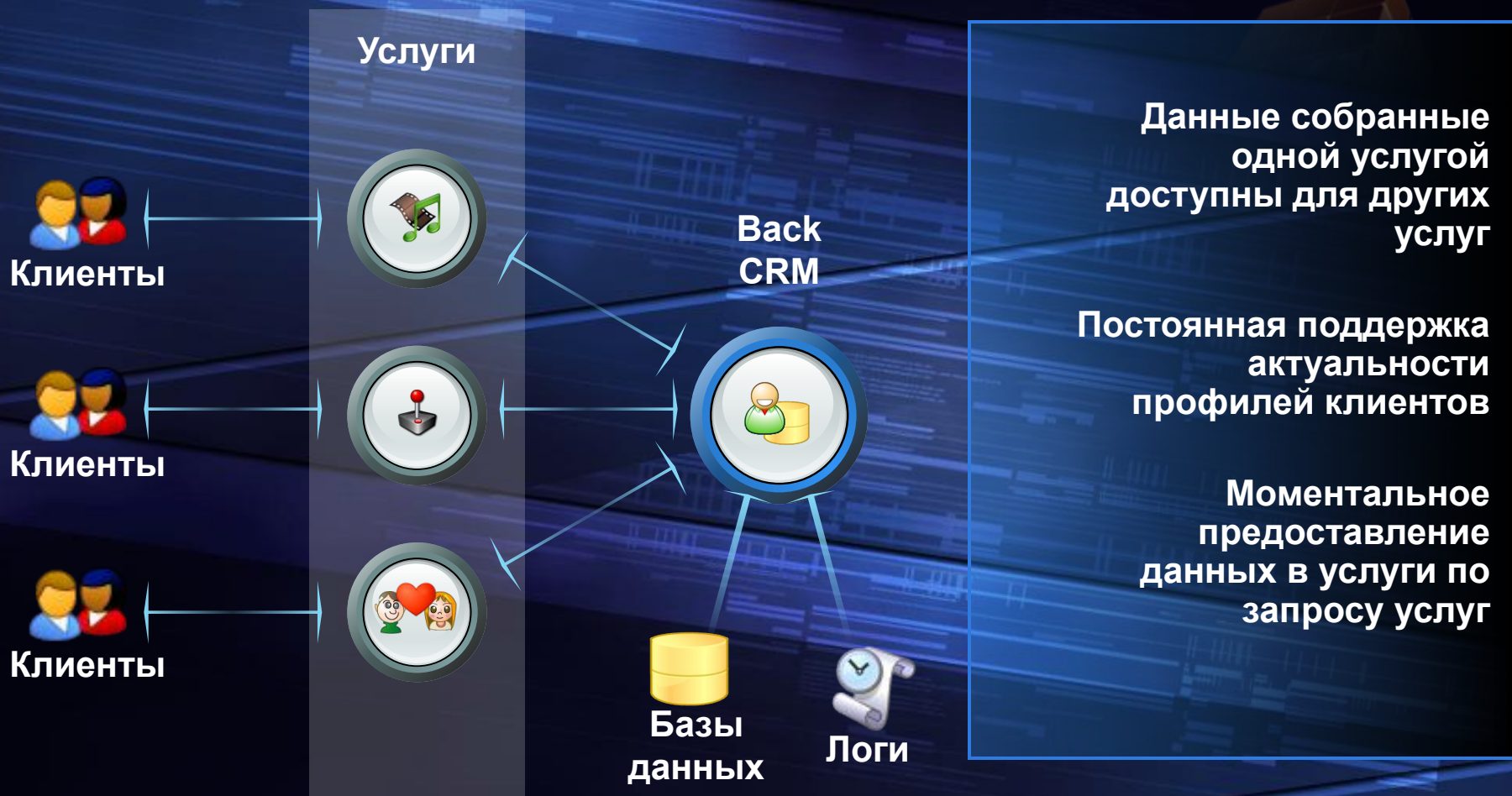
- Поведенческое – на основе истории отношений
- Контекстное – на основе текущих параметров заказа услуги, обращения за информацией и пр.

## 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



# 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**

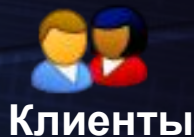
# Многомерная организация данных



Условия отбора  
(целевые группы)

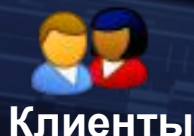
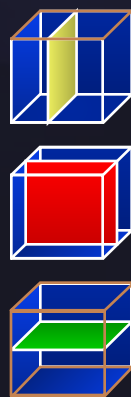
“Back CRM” – OLAP наоборот...

Аналитическая  
система



Клиенты

Back CRM



Клиенты



# Возможности сегментации



**Поведенческая**

**Использование  
накопленных данных  
для поведенческой  
сегментации**

**Комбинированная**

Ранее купили  
более 3-х игр

**Использование  
параметров заказа для  
контекстной  
сегментации**

Сейчас  
загружают  
мелодию

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

**Контекстная**



# 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 подарок.



# 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@sdsgruop.ru](mailto:albert.mavrin@sdsgruop.ru)

+7 921 953 9822