



КУРІVIP: Персонализация на площадке мульти- категорийного

ритейлера

yana.parshutina@kupivip.ru

Директор по маркетингу KUPIVIP GROUP

Альберт Яралиев

albert@stellarlabs.ai

CEO STELLAR LABS

KUPIVIP

основанный в 2008 году российский интернет-магазин, который предлагает широкий ассортимент одежды, обуви и товаров для дома известных мировых брендов.

STELLAR LABS

& DYNAMIC

YIELD

Stellar Labs — консалтинговая IT-компания, специализирующаяся на персонализации и оптимизации конверсии в онлайн-сегменте. Команда опытных экспертов помогает крупным брендам улучшать взаимодействие со своими клиентами и создавать для них уникальный Customer Experience с помощью передовых технологических решений (Dynamic Yield, Algolia и др.).

Dynamic Yield — международный разработчик платформы по персонализации сайта, коммуникации с пользователями и автоматизации маркетинга. Dynamic Yield помогает компаниям по всему миру строить персонализированный клиентский опыт, повышать конверсию и увеличивать прибыль на десятки процентов. Среди клиентов платформы: McDonalds, Sephora, Эльдorado, Перекресток, МТС, Сбербанк, IKEA, Orange Telecom и др.

Третий год подряд платформа Dynamic Yield названа лидером в области систем персонализации в отчете Gartner Magic Quadrant за 2020 год

МУЛЬТИ-КАТЕГОРИЙНЫЙ РИТЕЙЛЕР

В условиях пандемии и сильного падения спроса на одежду, которая является одной из ключевых категорий продаж KUPVIP, было принято ситуативное решение трансформироваться

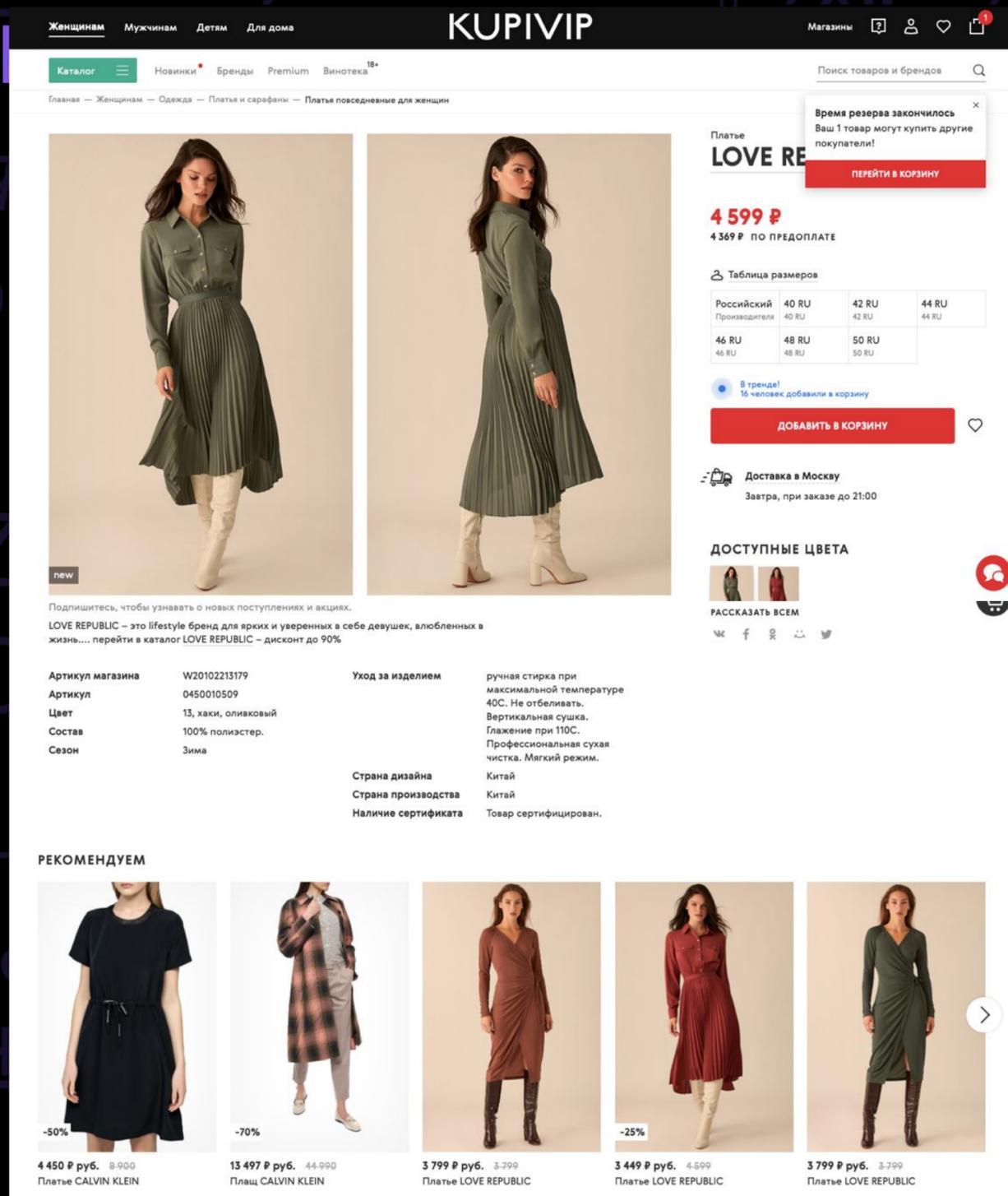
CROSS-SELL

косметика, книги, продукты питания, спортивные товары, игры и др

+33,5%

РОСТ КОНВЕРСИИ ЗА СЧЕТ
ТОВАРНЫХ РЕКОМЕНДАЦИЙ В
КАРТОЧКЕ ТОВАРА

1. ТОВАРНЫЕ РЕКОМЕНДАЦИИ НА СТРАНИЦЕ ТОВАРА С УЧЕТОМ ИХ БРЕНДОВ



Блок рекомендаций с 2 закрепленными слотами бренда Calvin Klein

ИТОГ:

за 27 дней вариация с новой логикой «cross sell» + «смотрят вместе» увеличила конверсию на 33,5% и выручку на 35%, то есть одновременно решила задачу по продвижению фокусного бренда и показала положительный результат в основных бизнес-показателях

MOBILE:

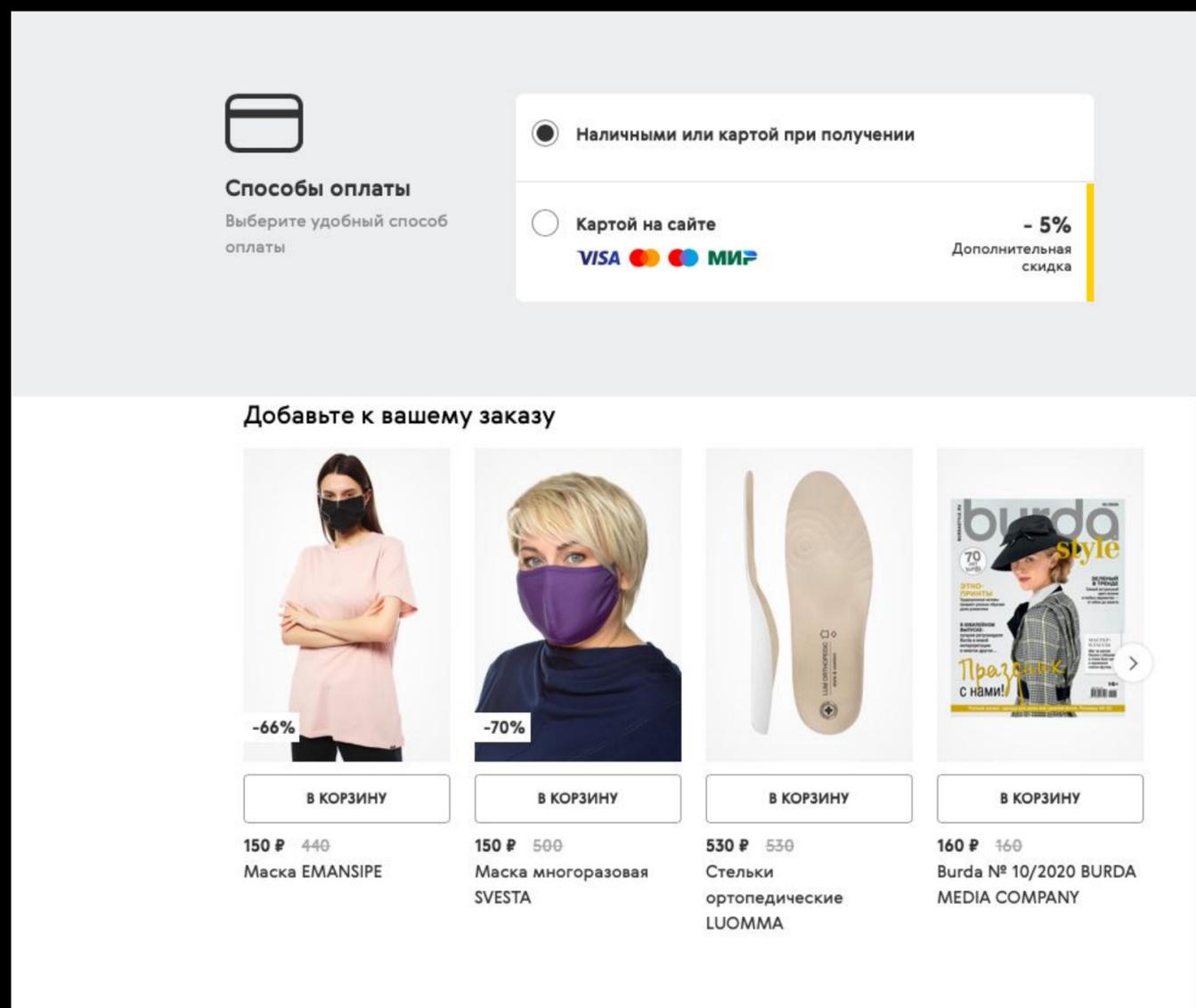
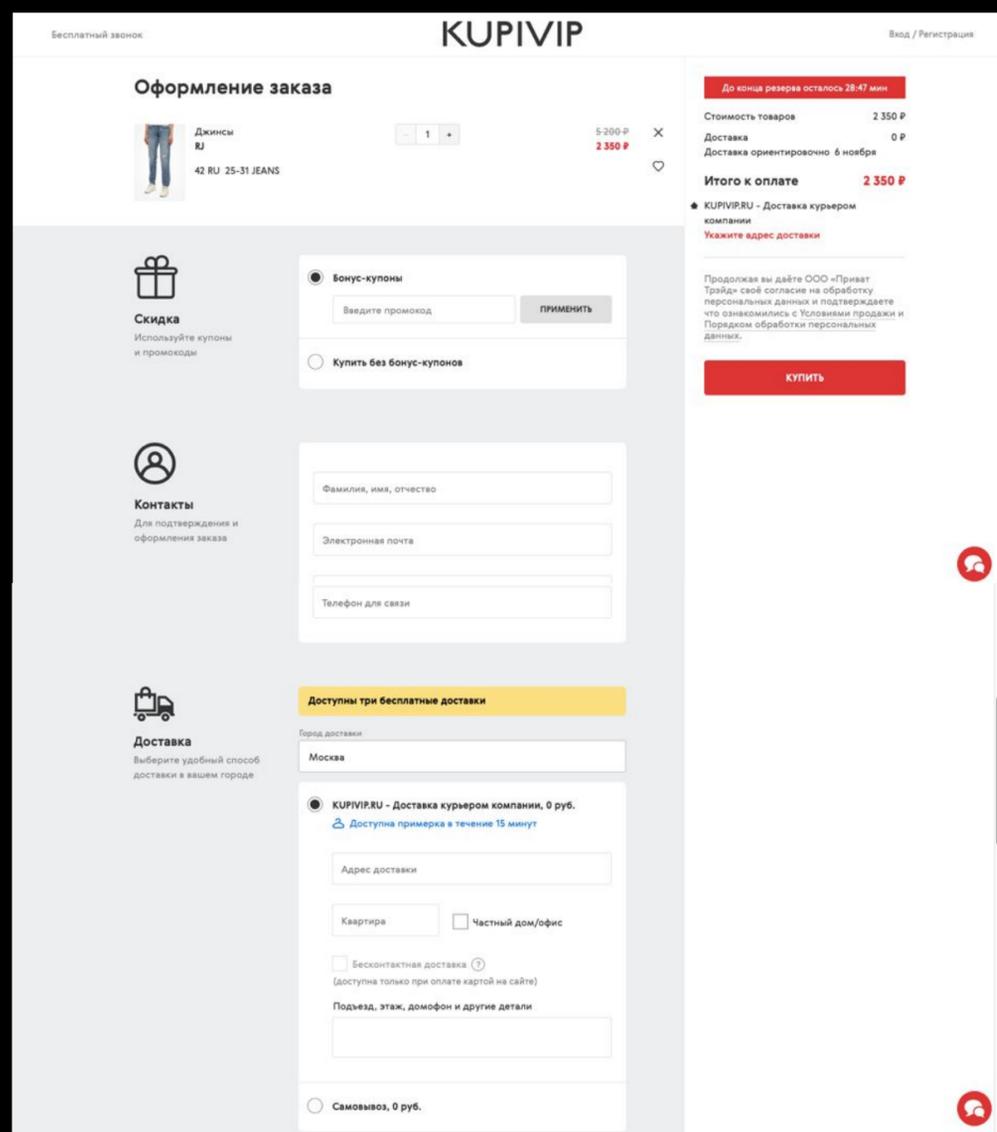
+58% конверсию
+92% выручка
+22% средний чек

+6%

РОСТ ВЫРУЧКИ

**НА МОБИЛЬНЫХ УСТРОЙСТВАХ ЗА СЧЕТ
ТОВАРНЫХ РЕКОМЕНДАЦИЙ НА СТРАНИЦЕ
КОРЗИНЫ**

2. CROSS-SELL НА СТРАНИЦЕ КОРЗИНЫ ДЛЯ ПОВЫШЕНИЯ СРЕДНЕГО ЧЕКА



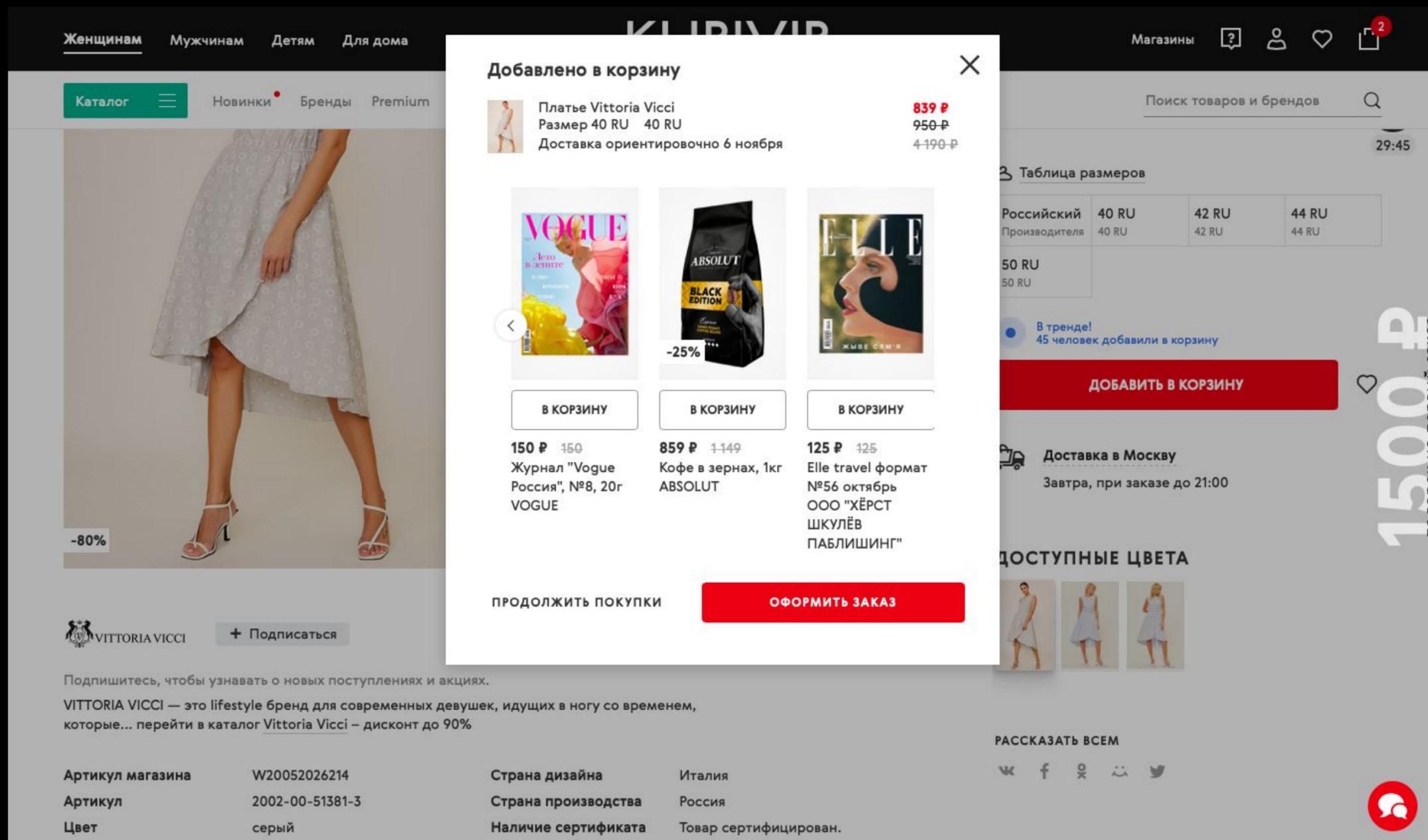
ИТОГ:

благодаря обновленному сценарию и использованию уникального алгоритма affinity от Dynamic Yield, за 20 дней теста удалось обеспечить прирост выручки +1,7%, а для мобильных устройств +6,2%.

+10%

РОСТ СРЕДНЕГО ЧЕКА
ЗА СЧЕТ ТОВАРНЫХ РЕКОМЕНДАЦИЙ В
ОВЕРЛЕЕ ПОСЛЕ ДОБАВЛЕНИЯ ТОВАРА В
КОРЗИНУ

3. ТОВАРНЫЕ РЕКОМЕНДАЦИИ В ОВЕРЛЕЕ ПОСЛЕ ДОБАВЛЕНИЯ ТОВАРА В КОРЗИНУ



Пример формирования рекомендательного виджета для категории «платья» (всё до 5000 р.):

Слот 1 — фокусный закрепленный SKU | Слот 2 — косметика

Слот 3 — журналы | Слот 4 — нижнее белье и колготки.

ИТОГ:

товарные рекомендации в оверлее после добавления в корзину для категории «платья»

за 28 дней дали рост выручки +14%, а средний чек вырос на 10%. В разрезе устройств

на десктопе рост выручки составил +14%, на мобильных +9,3%, на планшетах +18,7%

+63%

РОСТ КОНВЕРСИИ ЗА 2 ДНЯ В ПОКУПКУ
ПО ОТНОШЕНИЮ К КОНТРОЛЬНОЙ ГРУППЕ
ПРИ ДОБАВЛЕНИИ ССЫЛКИ НА КАТЕГОРИЮ
В КАРТОЧКУ ТОВАРА НА МОБАЙЛЕ

4. ДОБАВЛЕНИЕ ССЫЛКИ НА КАТЕГОРИЮ В КАРТОЧКУ ТОВАРА ДЛЯ МОБИЛЬНЫХ УСТРОЙСТВ

Все платья повседневные для женщин

D&M by 1001DRESS
Платье

~~5 900 ₺~~ ~~2 999 ₺~~
2 650 ₺ по предоплате и промокоду **USEMP010**

В тренде!
64 человека добавили в корзину

ДОБАВИТЬ В КОРЗИНУ

Все кроссовки для женщин

New Balance
Кроссовки

~~11 990 ₺~~
5 995 ₺
ЭКОНОМИЯ 5 995 ₺

В тренде!
6 человек добавили в избранное

ТОВАР ОТ ПАРТНЁРА

Таблица размеров

Российский	38 RU	39,5 RU
Производителя	8 US	9 US
40 RU	40,5 RU	42 RU

ДОБАВИТЬ В КОРЗИНУ

Все браслеты для женщин

ORI TAO
Браслет

~~6 210 ₺~~ ~~2 750 ₺~~
2 420 ₺ по предоплате и промокоду **USEMP010**

В тренде!
11 человек добавили в корзину

ПОДАРОК НА ПЕРВЫЙ ЗАКАЗ
1500 ₺

ДОБАВИТЬ В КОРЗИНУ

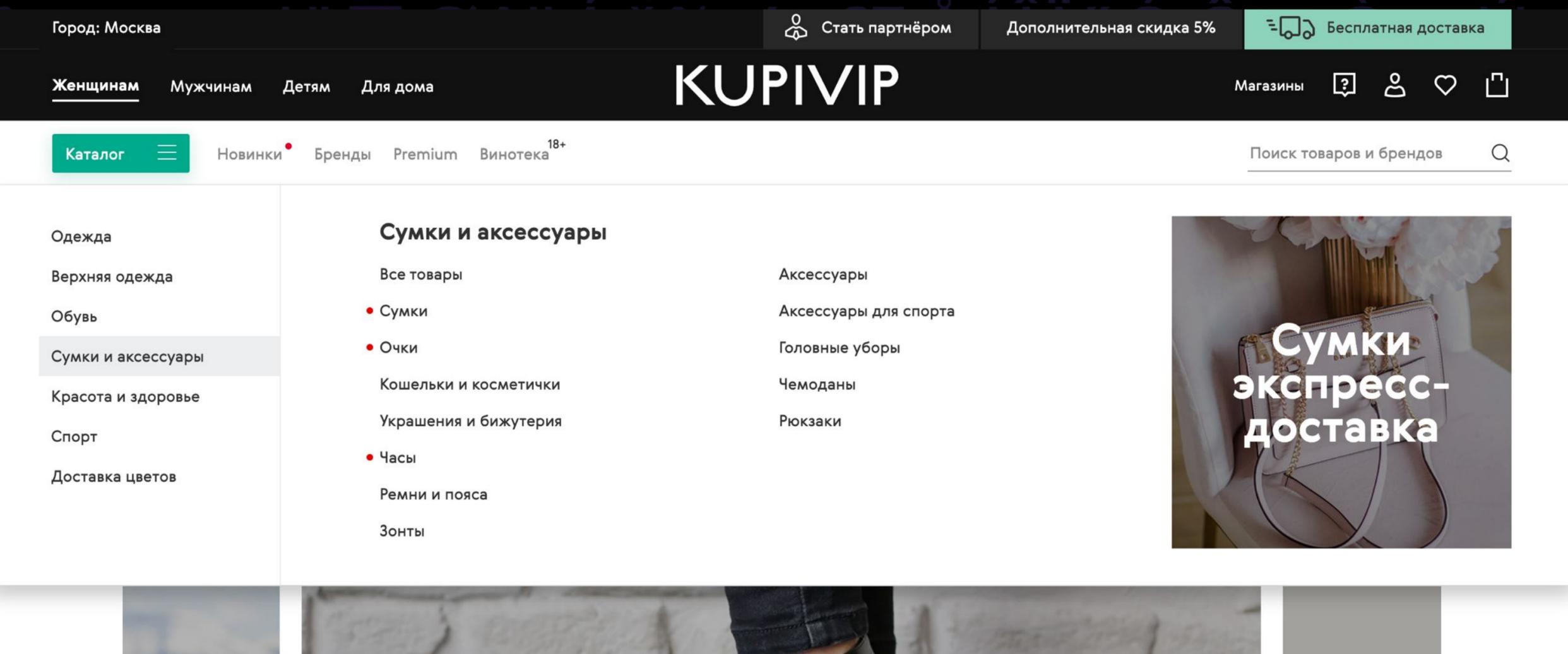
ИТОГ:

за 2 дня +63% рост конверсии в покупку по отношению к контрольной группе.

+8,4%

РОСТ ВЫРУЧКИ
В КАМПАНИИ ПО ПОДСВЕЧИВАНИЮ
ПУНКТОВ ВЫПАДАЮЩЕГО МЕНЮ НА
ОСНОВЕ
ИНТЕРЕСОВ ПОЛЬЗОВАТЕЛЯ

5. ПОДСВЕТКА ПУНКТОВ ВЫПАДАЮЩЕГО МЕНЮ



ИТОГ:

Благодаря такому сценарию за неделю конверсия выросла на 4%, выручка на 8,4%. Важно отметить, что атрибуция запускается только при открытии пользователем выпадающего меню.

ЕЩЕ МЫ УЗНАЛИ:

- на подсвеченные пункты меню люди кликают чаще (+5%)
- пользователи, которые кликали на подсвеченные кнопки меню, чаще просматривали и другие страницы сайта (+5%)
- подсвечивание пунктов меню мотивирует пользователей больше добавлять товаров в корзину (+12%)

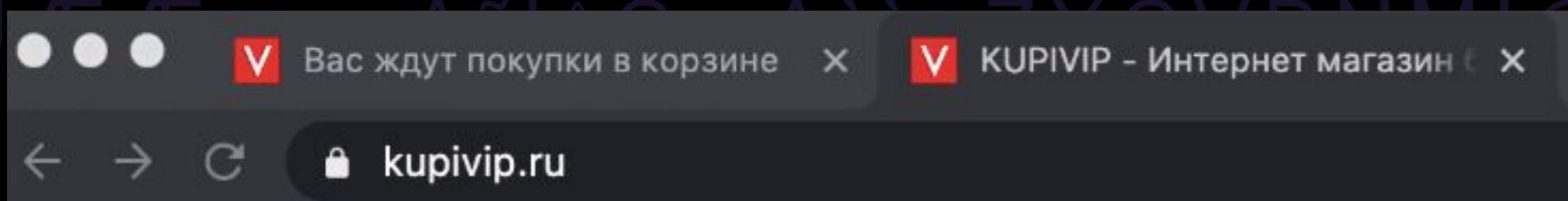
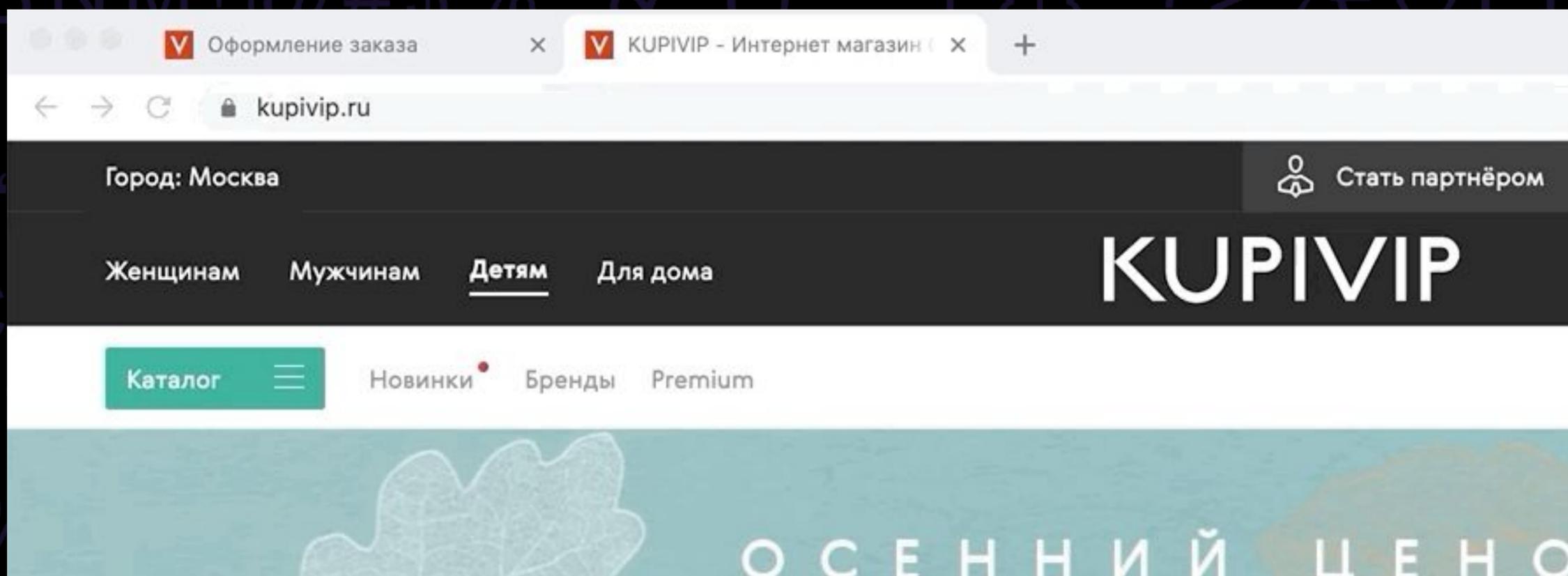
AFFINITY

комплексный признак интересов пользователя, учитывающий атрибуты товаров (категория, бренд, пол, характеристики, цвет, материал и т.п.), к которым у пользователя есть интерес (просматривал, добавлял в корзину, покупал и др.)

+30%

**РОСТ ВЫРУЧКИ
В КАМПАНИИ С МИГАЮЩЕЙ ВКЛАДКОЙ
БРАУЗЕРА НА СТРАНИЦЕ КОРЗИН**

6. МИГАЮЩАЯ ВКЛАДКА В БРАУЗЕРЕ НА СТРАНИЦЕ КОРЗИНЫ



ИТОГ:

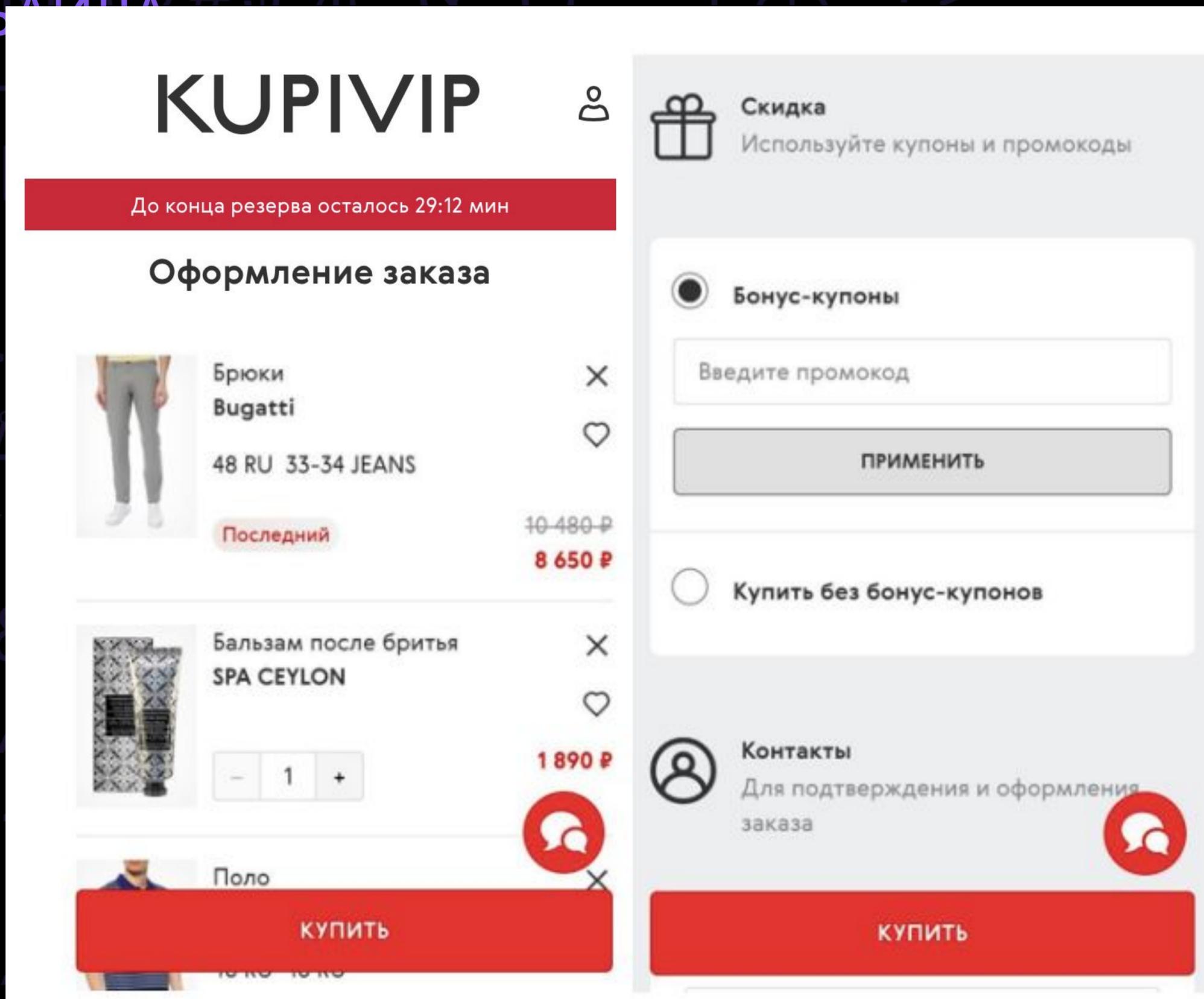
За неделю рост конверсии KUPIVIP по отношению к контрольной группе достиг 21%, а выручка увеличилась на 30%.

+27%

РОСТ ВЫРУЧКИ

**В КАМПАНИИ С «ПРИКЛЕЕННОЙ» КНОПКОЙ
«КУПИТЬ» НА СТРАНИЦЕ КОРЗИНЫ ДЛЯ
МОБАЙЛА**

7. ПРИКЛЕЕННАЯ КНОПКА «КУПИТЬ» ДЛЯ МОБИЛЬНЫХ



ИТОГ:

конверсия увеличивается на 28,6%, выручка +27%, добавления в корзину +28,63%.

ЧТО ДАЛЬШЕ?

1. Расширение рекомендаций и кампаний персонализации на сайте (главная страница, выпадающий каталог, поисковая выдача, Social Proof)
2. Запуск кампаний к Черной пятнице
3. Персонализация приложения (IOS, Android), запуск новых рекомендательных виджетов

О ПРОЕКТНОМ ПОДХОДЕ

ОБЩИЙ ПОДХОД К ПЕРСОНАЛИЗАЦИИ И ТЕСТИРОВАНИЮ

ШАГ 1. ГИПОТЕЗА

Показываем рекомендательный виджет

ПОЛУЧАЕМ
КАКОЙ-ТО РЕЗУЛЬТАТ

60%

Компании, которые останавливаются на этом этапе ~

5%

ШАГ 2. А/В ТЕСТИРОВАНИЕ

Тестируем разные гипотезы, меняя виджет:

Персональные Популярные Новинки

ЗАПУСТИЛИ ТЕСТ:
РАБОТАЕТ ХОРОШО/ПЛОХО.

35%

Эффект от инвестиций в этот этап

30%

ШАГ 3. АУДИТОРИИ

Смотрим тест в разрезе разных аудиторий — для каждой лучше работают разные стратегии. Каждая таргетруется на свой сегмент

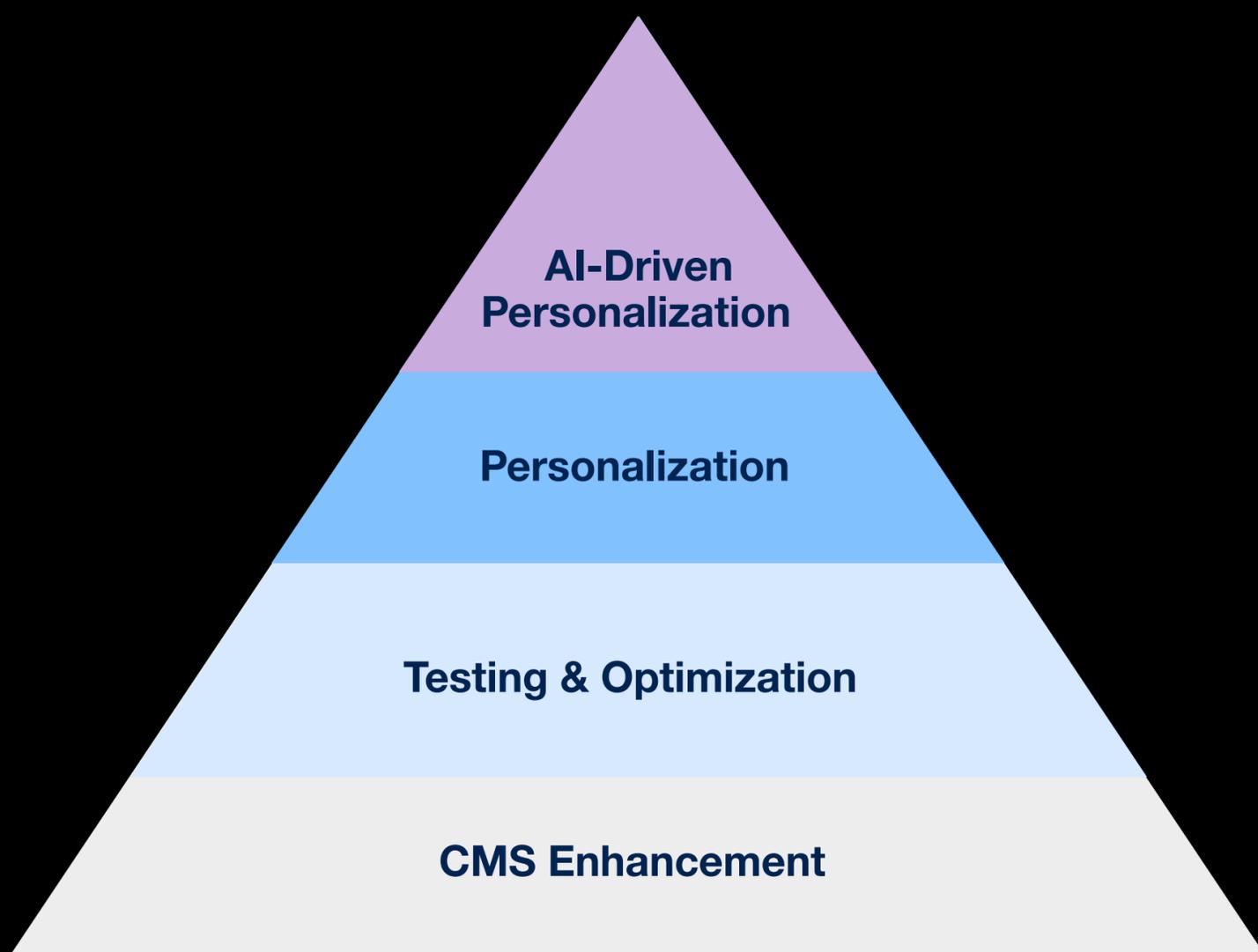
РАЗНЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ
РАЗНЫЕ КАМПАНИИ
РАЗНЫЙ ЭФФЕКТ

5%

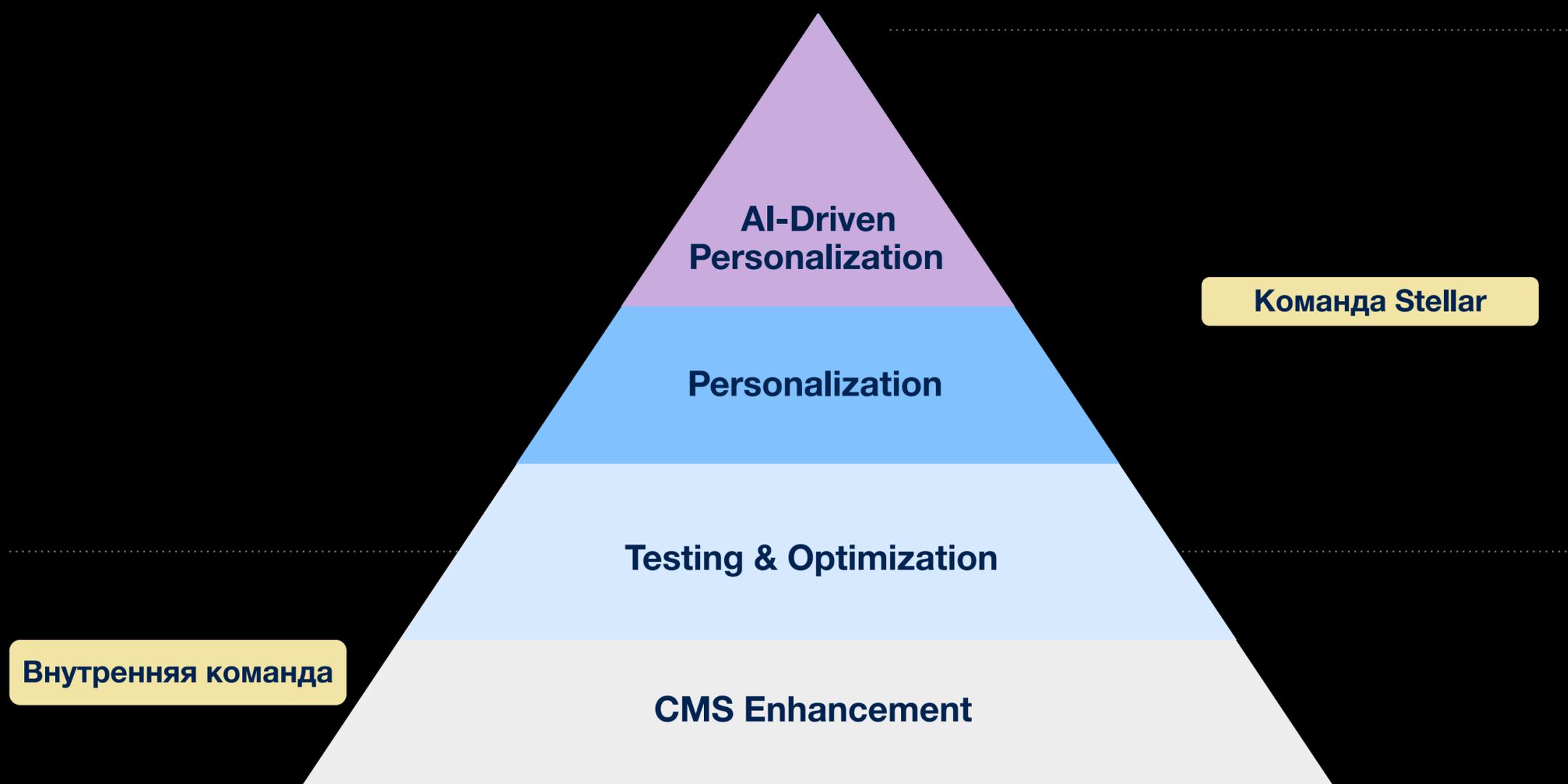
Компании, которые доходят до этого этапа

65%

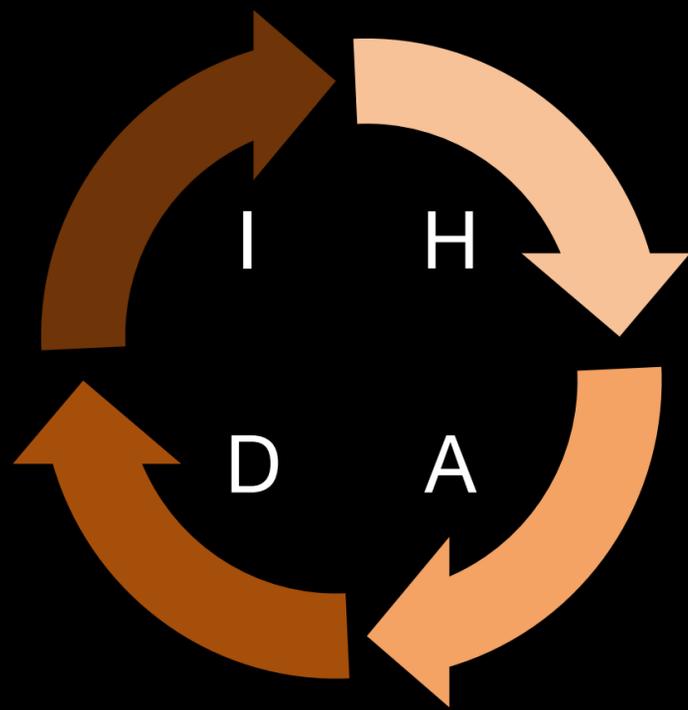
4 УРОВНЯ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ DYNAMIC YIELD



4 УРОВНЯ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ DYNAMIC YIELD



МЫ ПОМОГАЕМ СОЗДАВАТЬ DATA-DRIVEN КУЛЬТУРУ В МАРКЕТИНГОВЫХ КОМАНДАХ



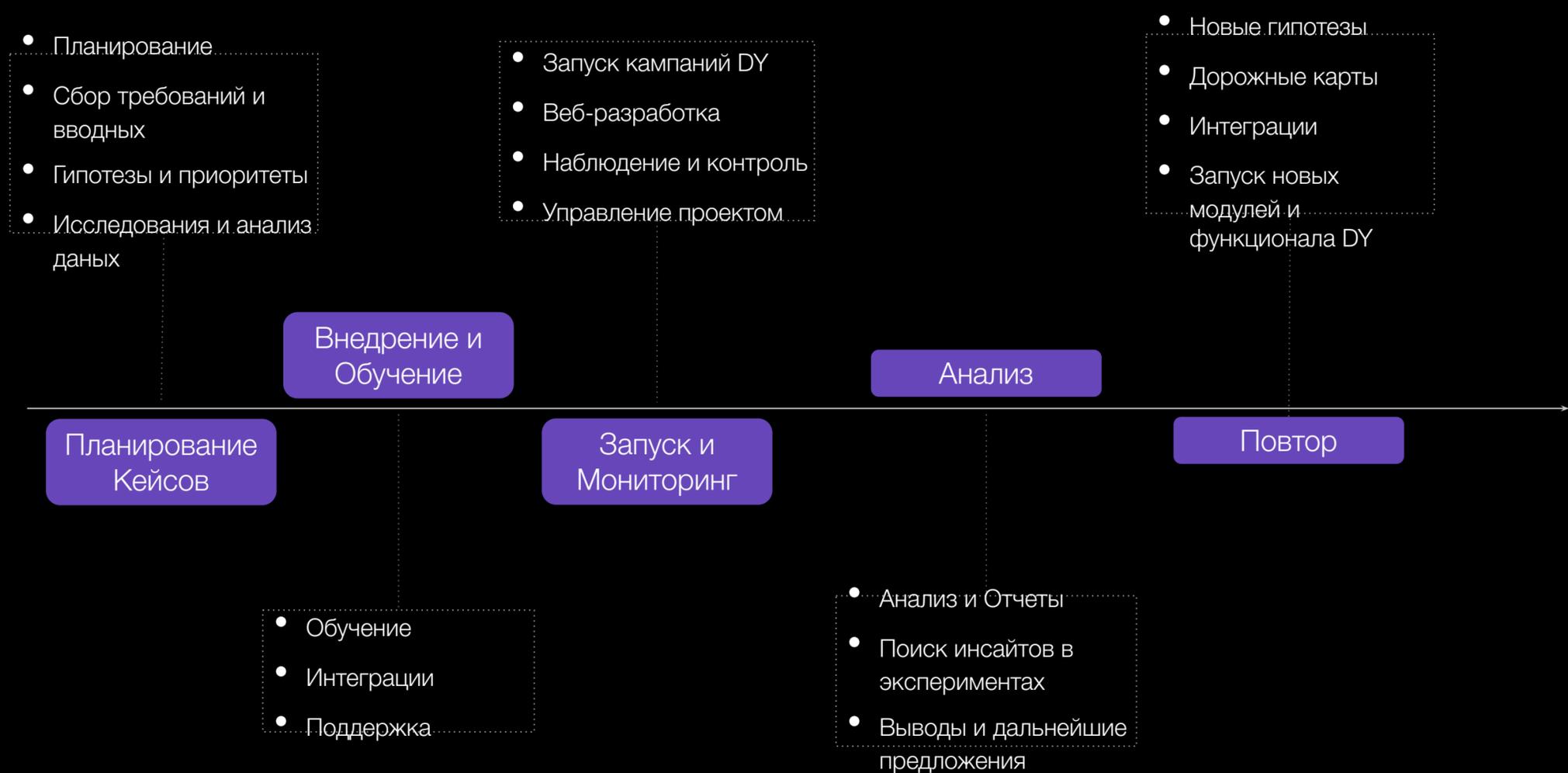
H — Hypothesis

A — Action

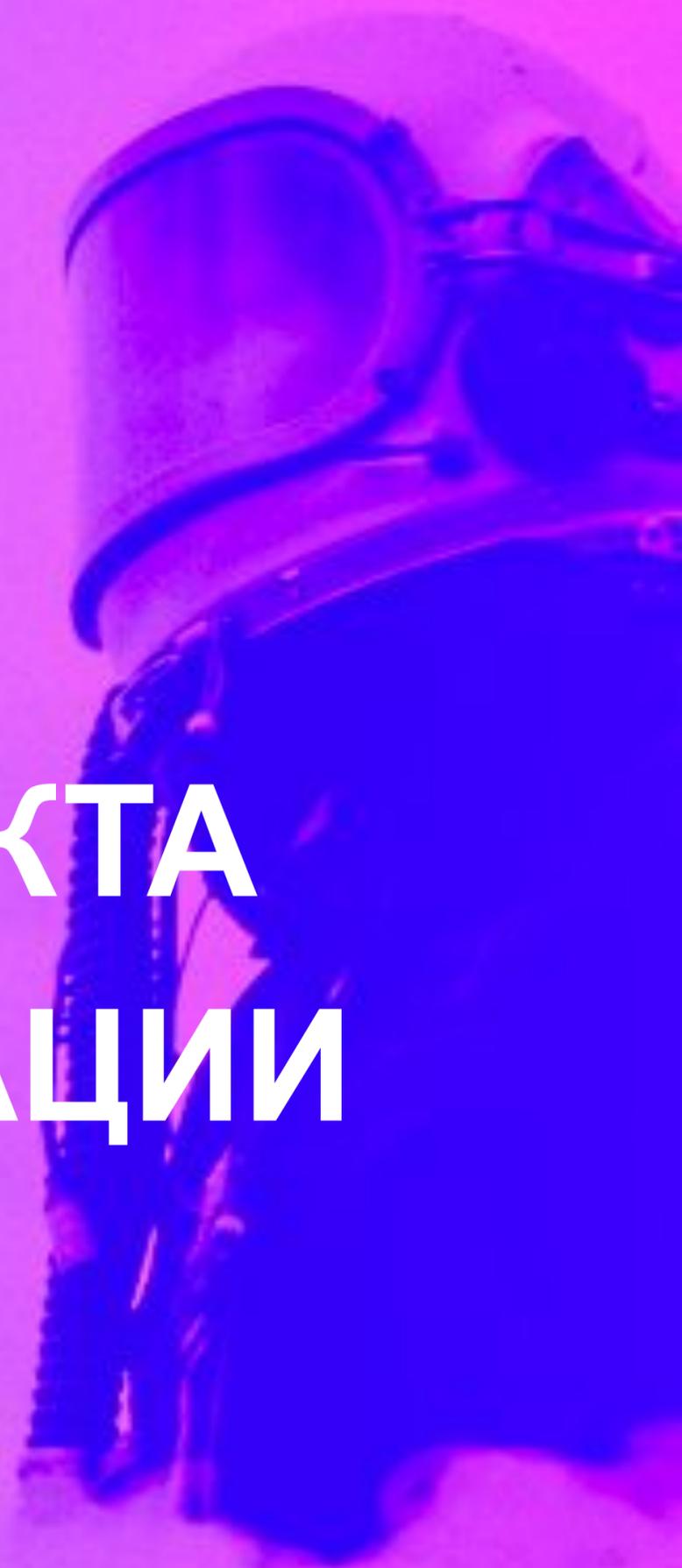
D — Data

I — Insights

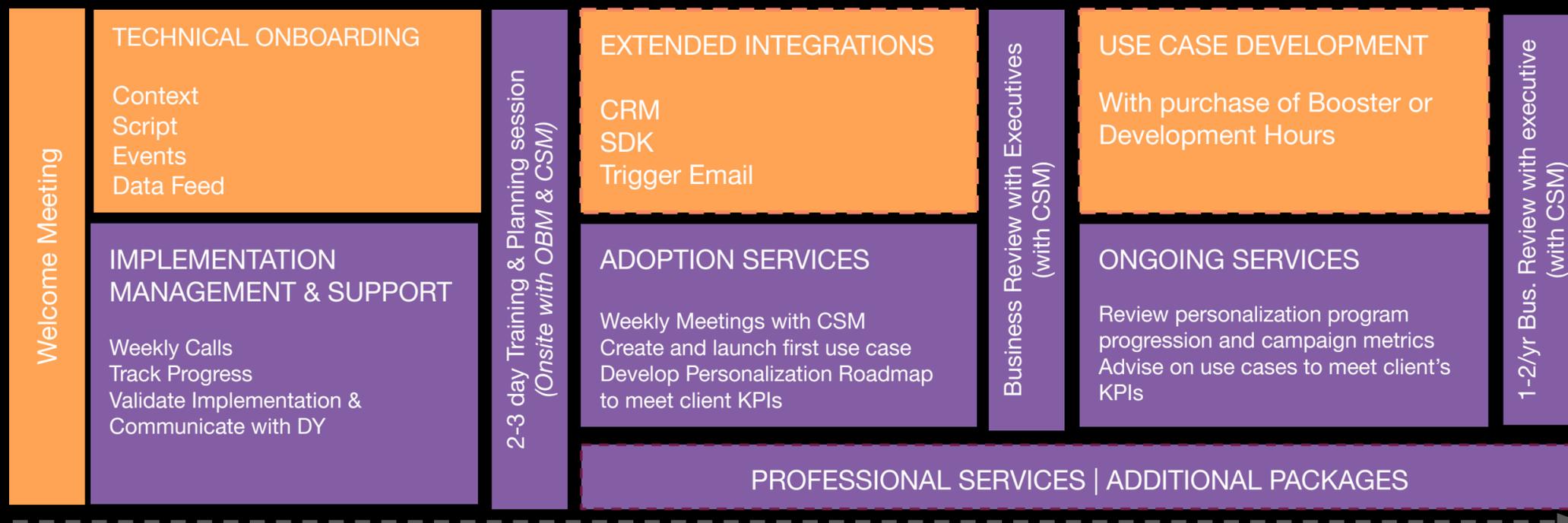
ПРОЦЕСС КОНСАЛТИНГА STELLAR — ЭТО ЦИКЛИЧЕСКИЙ ПРОЦЕСС ИЗ 5 ШАГОВ



ЭТАПЫ ПРОЕКТА ПЕРСОНАЛИЗАЦИИ



3 ОСНОВНЫХ ЭТАПА ПРОЕКТА ПО ПЕРСОНАЛИЗАЦИИ



OPTIONAL

OBM Owns

CSM Owns

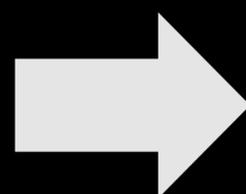
ПЛАНИРОВАНИЕ ДОРОЖНОЙ КАРТЫ НАЧИНАЕТСЯ СО СБОРА ВСЕХ ВВОДНЫХ НА РАЗЛИЧНЫХ УРОВНЯХ БИЗНЕСА

Международная экспертиза
Dynamic Yield

Вводные и приоритеты
бизнеса

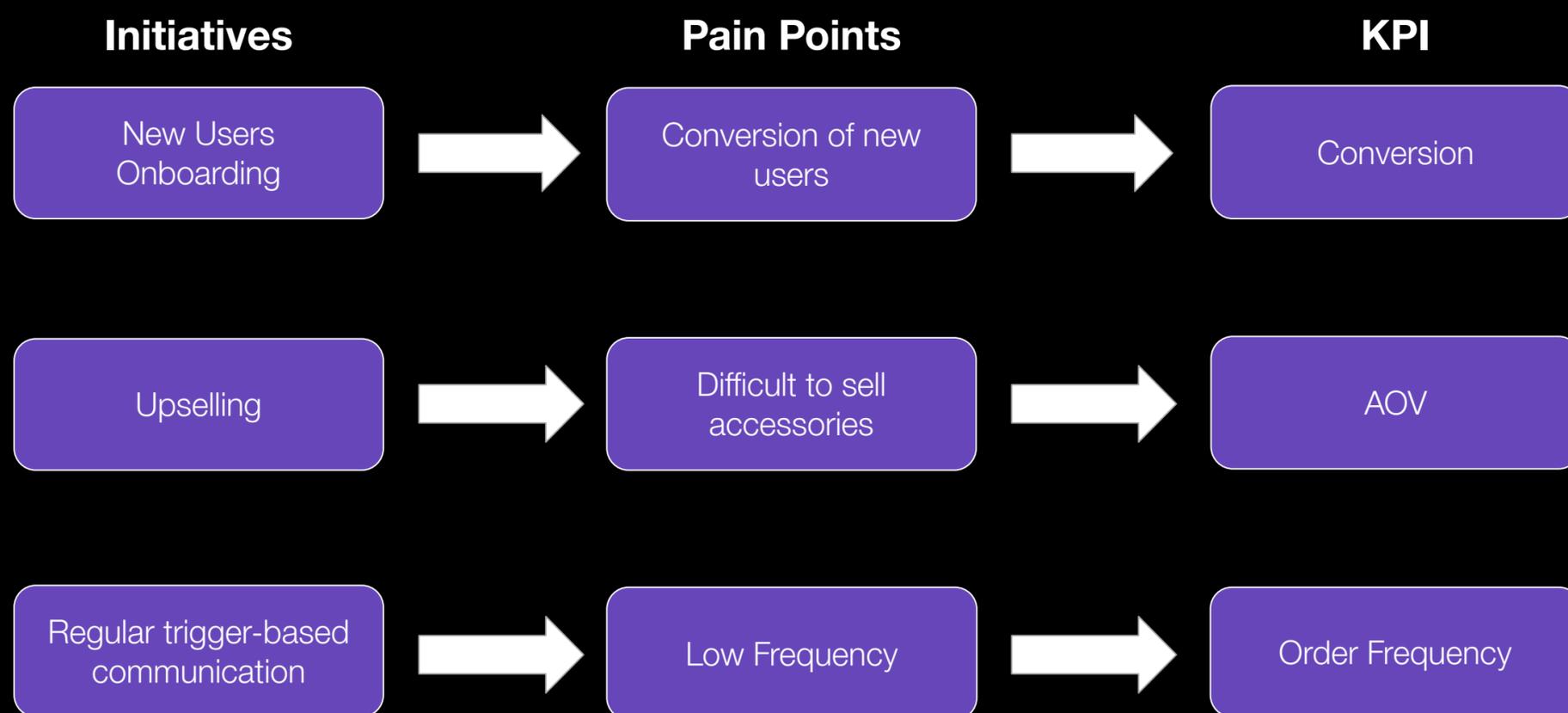
Бэклог идей и инициатив

Инсайты по текущим
кампаниям Dynamic Yield

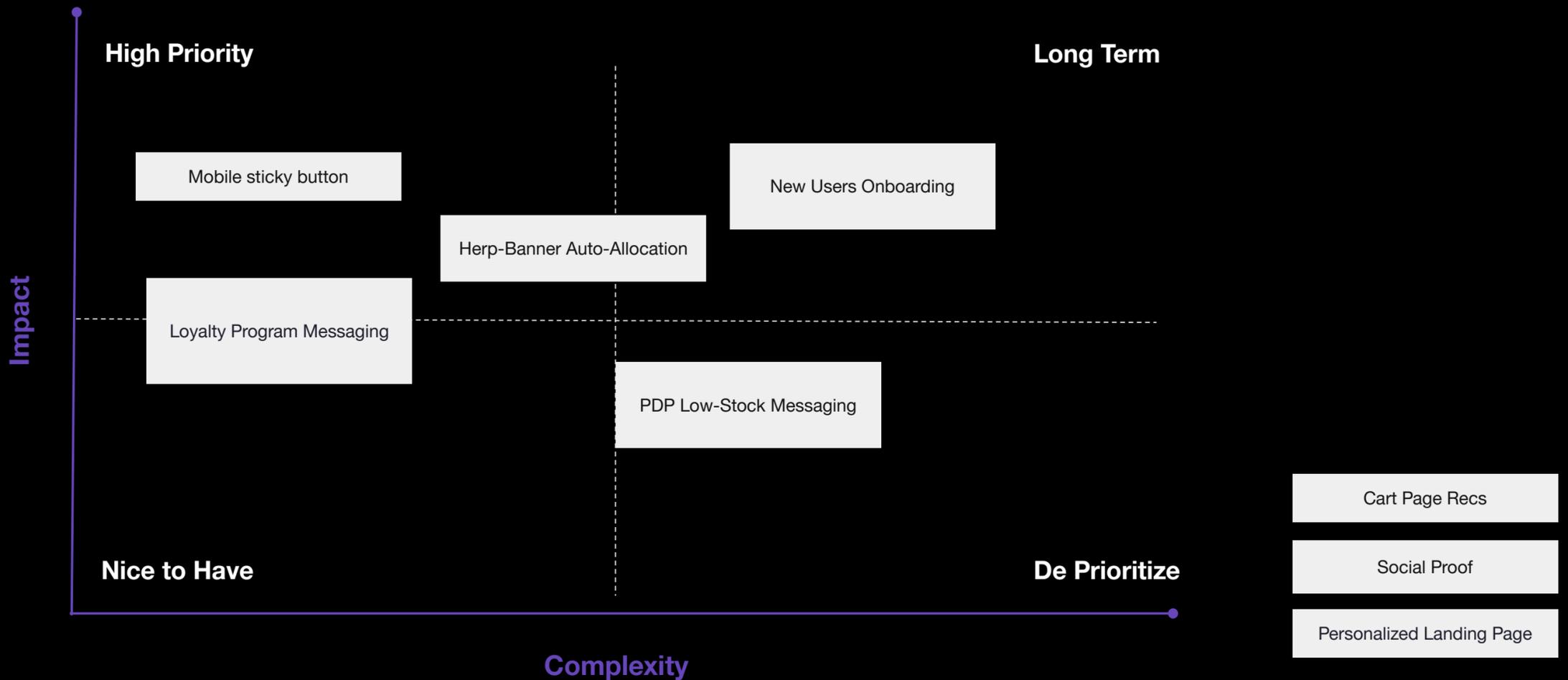


**Инициативы и
гипотезы**

РЕЗУЛЬТАТОМ ЯВЛЯЕТСЯ СПИСОК КЛЮЧЕВЫХ ИНИЦИАТИВ ДЛЯ ПРОЕКТА ПЕРСОНАЛИЗАЦИИ



ДАЛЕЕ КЕЙСЫ ГРУППИРУЮТСЯ ПО ПОТЕНЦИАЛЬНОМУ ЭФФЕКТУ И СЛОЖНОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ



УПРАВЛЕНИЕ ПРОЕКТОМ ИДЕТ С ФОКУСОМ НА ПРОЗРАЧНОСТЬ И РЕГУЛЯРНЫЕ КОММУНИКАЦИИ

Task name	Assignee	Due date	Tags	Priority	Device	Type
Аналитика						
☐ PDP: стратегия виджетов по категориям 6 ☐	Alexander 5...	Yesterday				
☐ Показывать пользователю, перешедшему по utm, метке промок 18 ☐					Desktop/M...	CX
☐ NPS - вторая итерация 1 ☐	Elena Stepa...					
▸ ☐ Корзина: выделить товары при удалении которым можно оф 10 ☐ 1 ☐	Elena Stepa...			High	Desktop/M...	CX
☐ Добавить "персонализированный" блок с релевантными товарами 11 ☐	Peter Akolzin	Apr 3		Medium	Desktop/M...	CX
☐ Добавить в фид колонку is_sale = true / (пусто)	Elena Stepa...					Tech
☐ Perekrstok Синхронизация данных с BI 10 ☐	Alexander 5...	Friday		Low		
☐ Предложения по подходу к A/B тестированию+GCG 3 ☐	Anna Ambro...	May 20		High		
Страница Акции						
☐ Лидогенерация: сбор email на странице акции	Daria Myagk...		promopage	Medium		
☐ Страница акций: сортировка акций по популярности (по CTR) на стра			promopage			CX
☐ Страница акций: Использование таймеров обратного отсчёта Det 1 ☐			promopage	Medium	Desktop	CX
▸ ☐ Страница акций: переработка дизайна 6 ☐ 1 ☐			promopage	High	Desktop/M...	CX
Карточка товара						
☐ PDP: social proof перезапуск 6 ☐	Vitaliy	Today			Desktop/M...	CX
▸ ☐ PDP: нотификация о рейтинге для дорогих товаров 2 ☐ 2 ☐	Anna Ambro...		pdp	Medium	Desktop/M...	CX

— Управление проектом и задачами в Асанае

— Работа над задачами по спринтам (2 недели: 1- проработка; 2 - запуск)

— Регулярные ревью кампаний с инсайтами

— Стратегические ревью (QBR)

РАЗНЫЕ ФУНКЦИОНАЛЬНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ЗАДЕЙСТВУЮТ DYNAMIC YIELD ДЛЯ СВОИХ СПЕЦИФИЧЕСКИХ ЗАДАЧ

Продукты / Разработка

- UX эксперименты
- Приоритизация задач в бэклоге

Категорийные менеджеры

- Мерчандайзинговые правила
- Продвижение конкретных брендов и категорий

Дизайнеры

- Тестирование различных дизайнов
- Data-driven design (vs. expert mode)

Acquisition / Performance
Менеджеры

- Продолжение пользовательского пути
- Увеличение эффективности рекламных кампаний

Q&A