



# КУРІVІР: Персонализация на площадке мульти- категорийного

Яна Паршутина/  
ритейлера

[yana.parshutina@kupivip.ru](mailto:yana.parshutina@kupivip.ru)

Директор по маркетингу KUPIVIP GROUP

Альберт Яралиев/

[albert@stellarlabs.ai](mailto: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

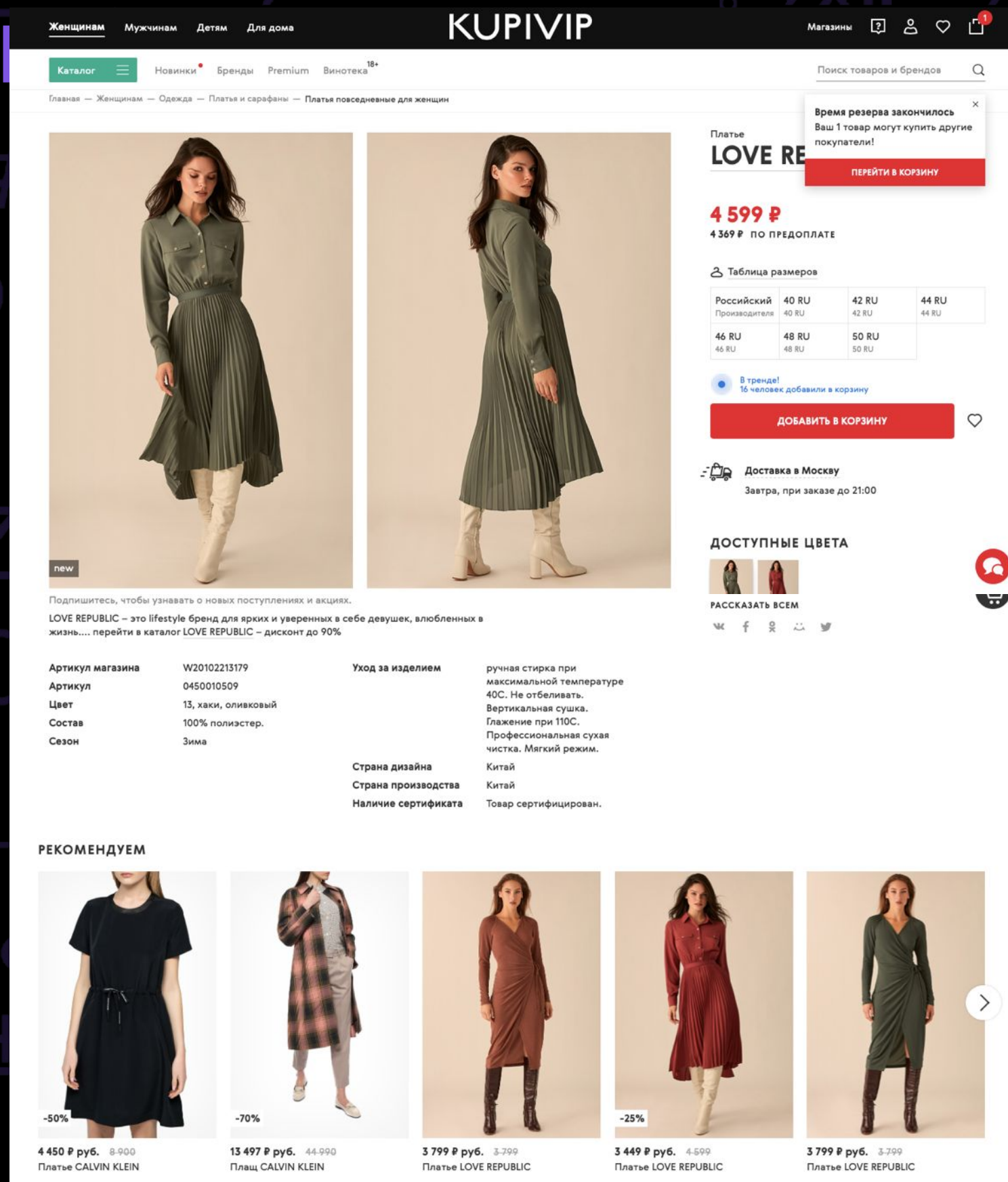
косметика, книги, продукты питания, спортивные товары, игры и др

**+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:

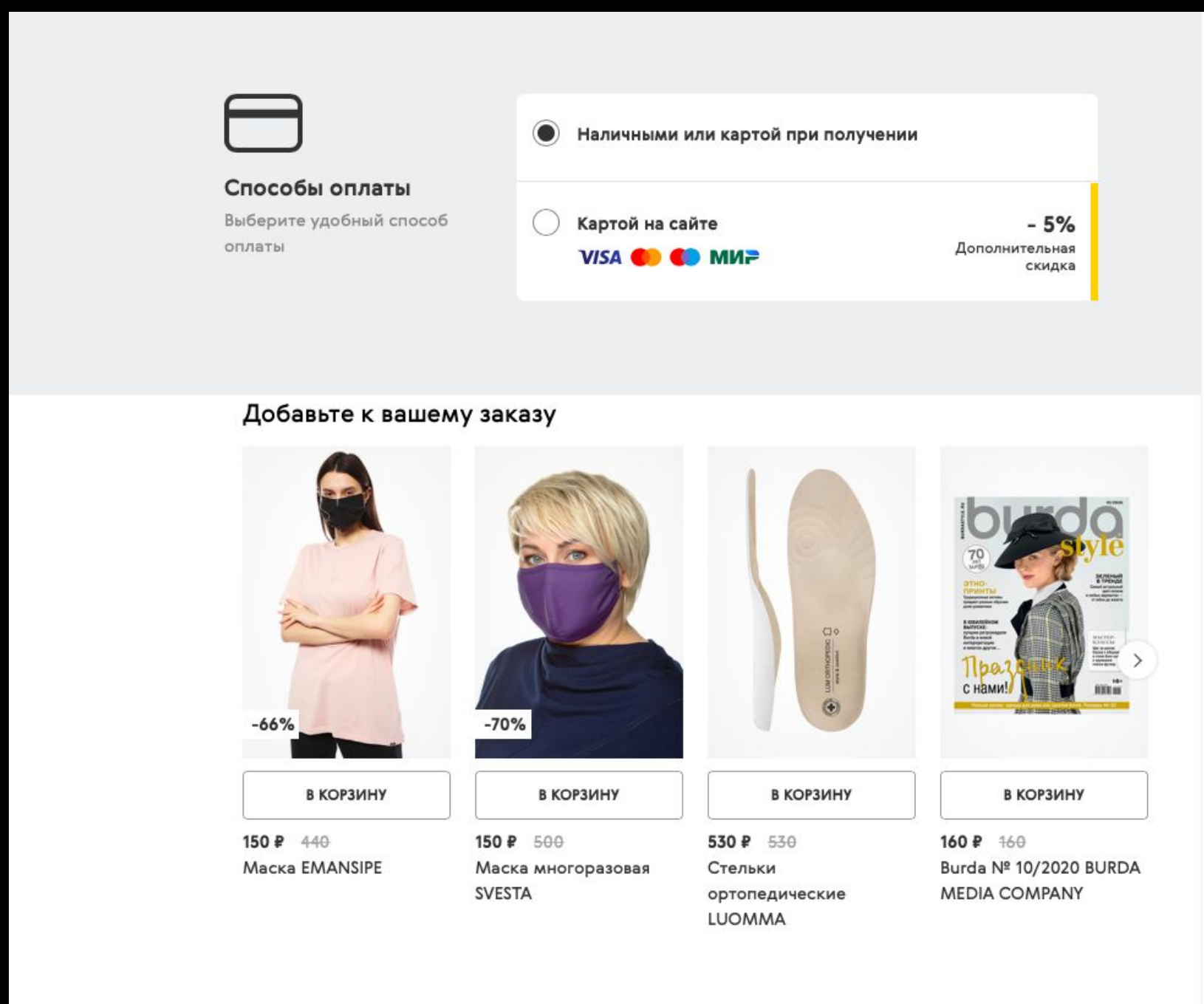
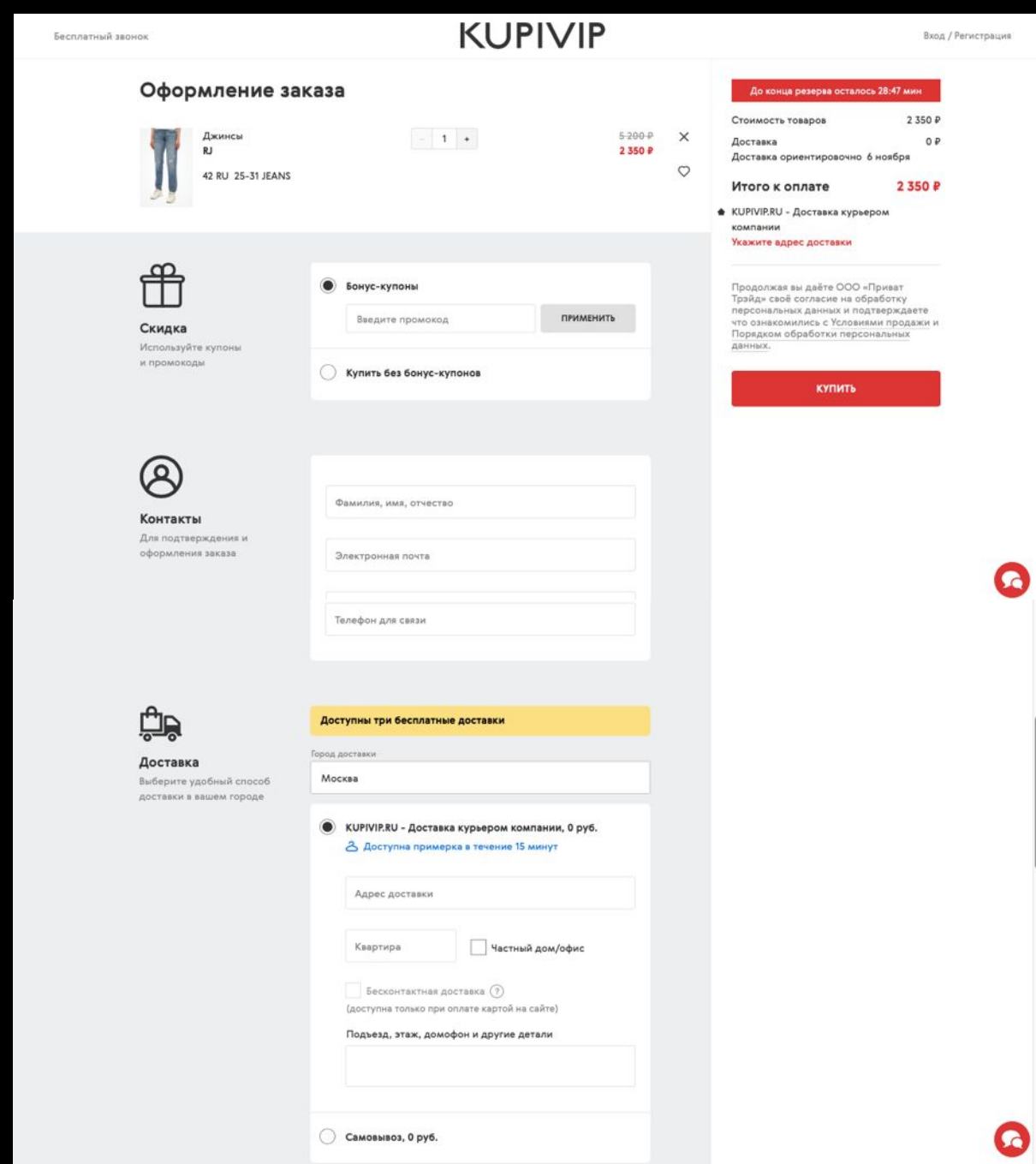
+58% конверсию  
+92% выручка  
+22% средний чек

**+6%**

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



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



## ИТОГ:

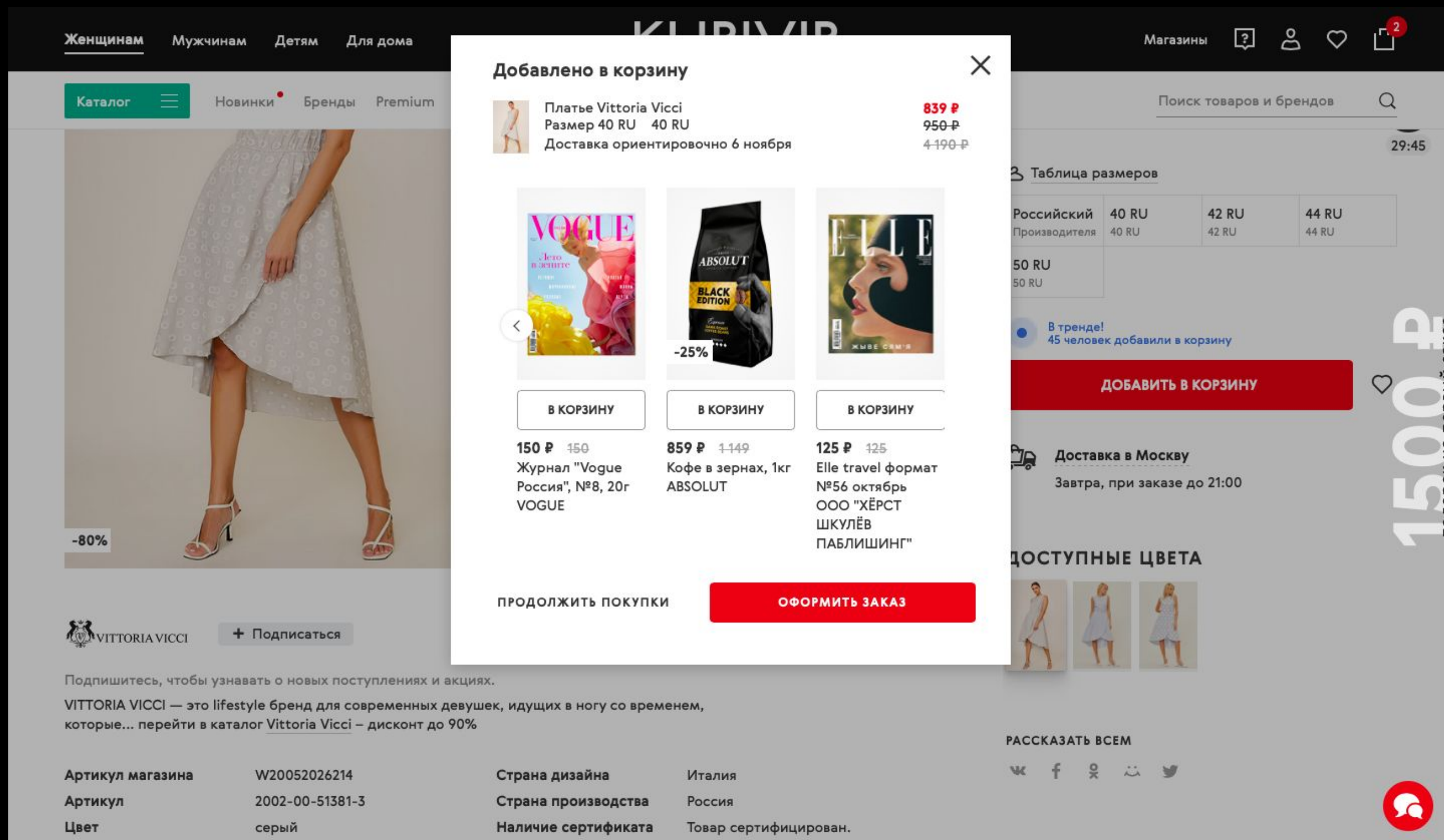
благодаря обновленному сценарию и использованию уникального алгоритма affinity от Dynamic Yield, за 20 дней теста удалось обеспечить прирост выручки +1,7%, а для мобильных устройств +6,2%.

**+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 **USEMP040**

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 **USEMP040**

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.

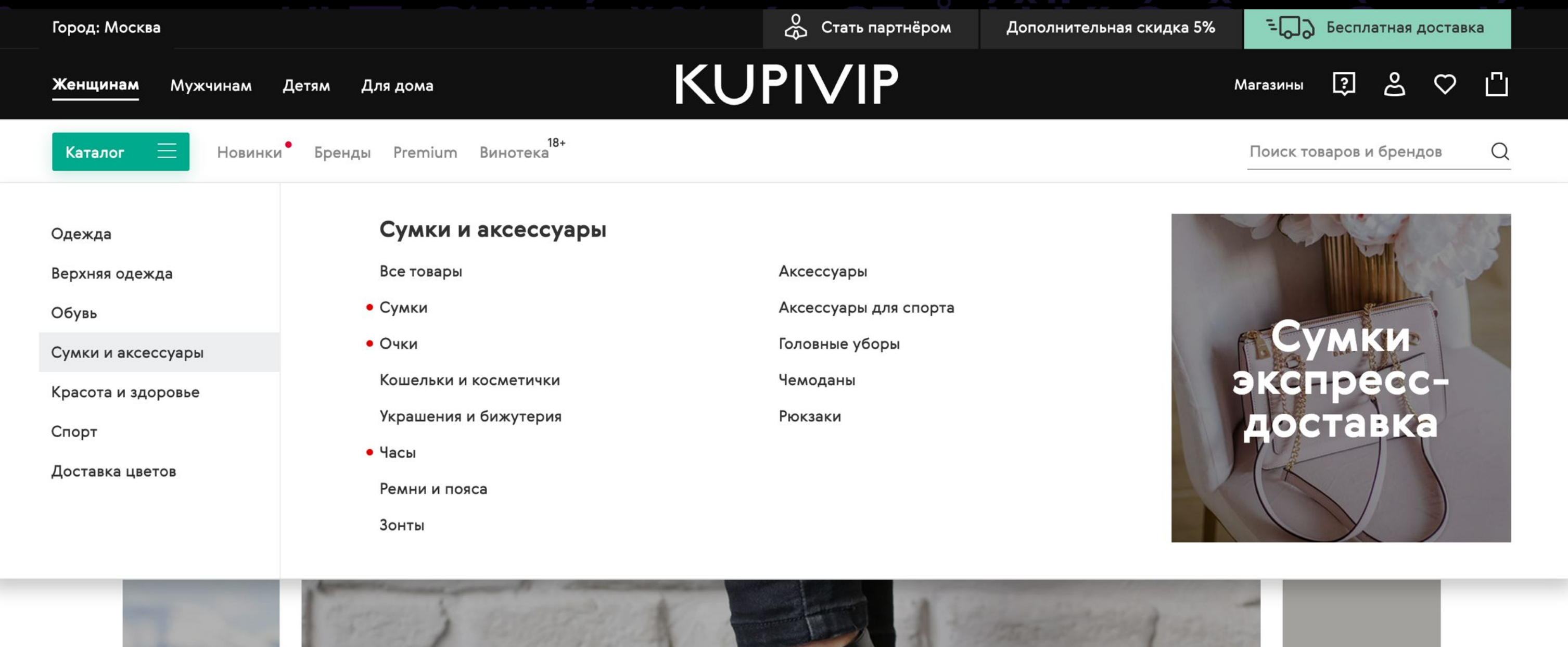


**+8,4%**

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

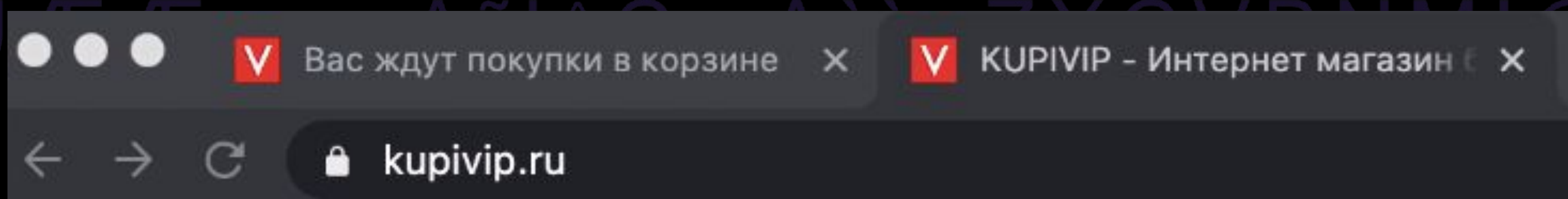
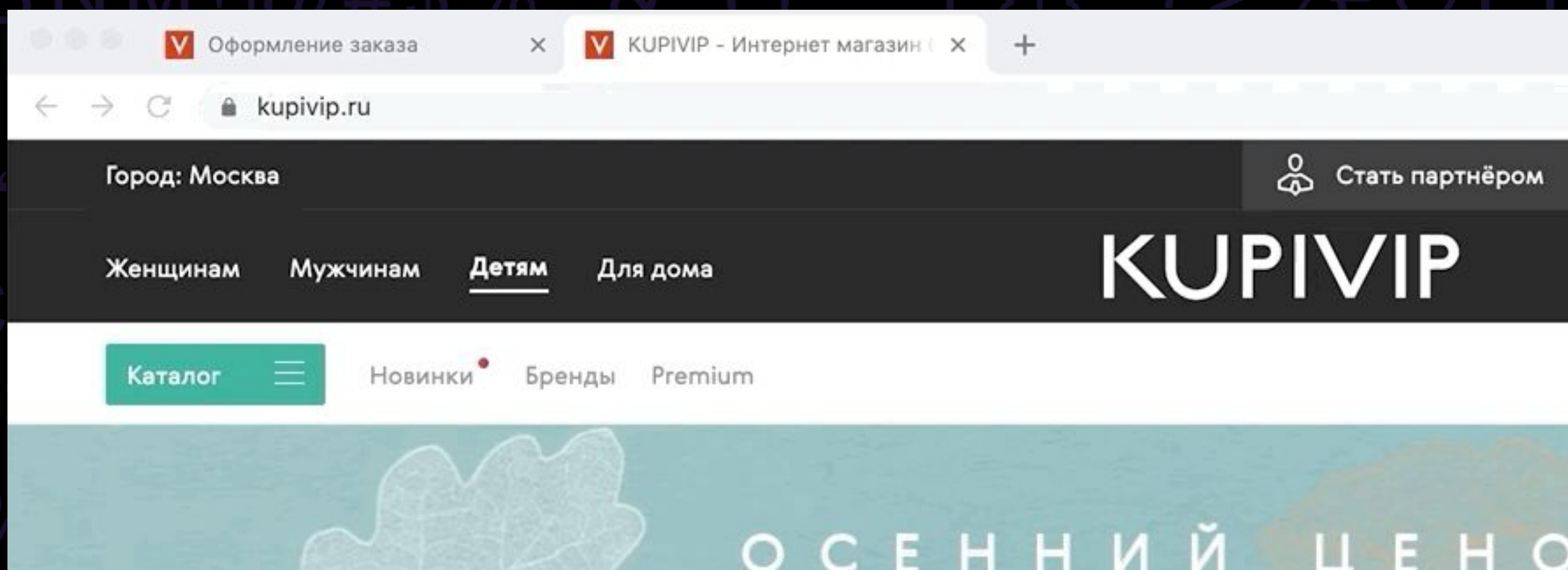
комплексный признак интересов пользователя, учитывающий атрибуты товаров (категория, бренд, пол, характеристики, цвет, материал и т.п.), к которым у пользователя есть интерес (просматривал, добавлял в корзину, покупал и др.)



**+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%.

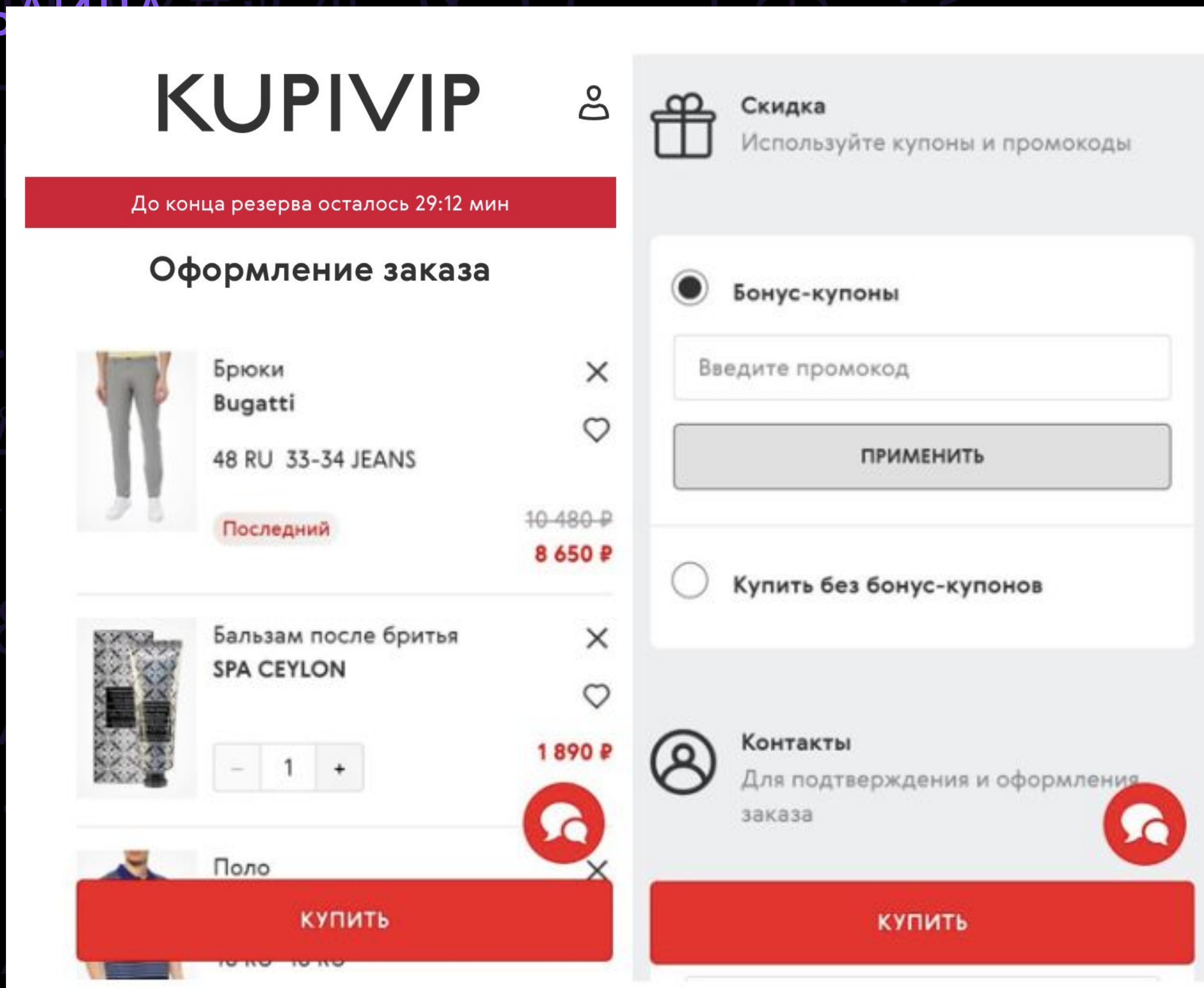


**+27%**

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

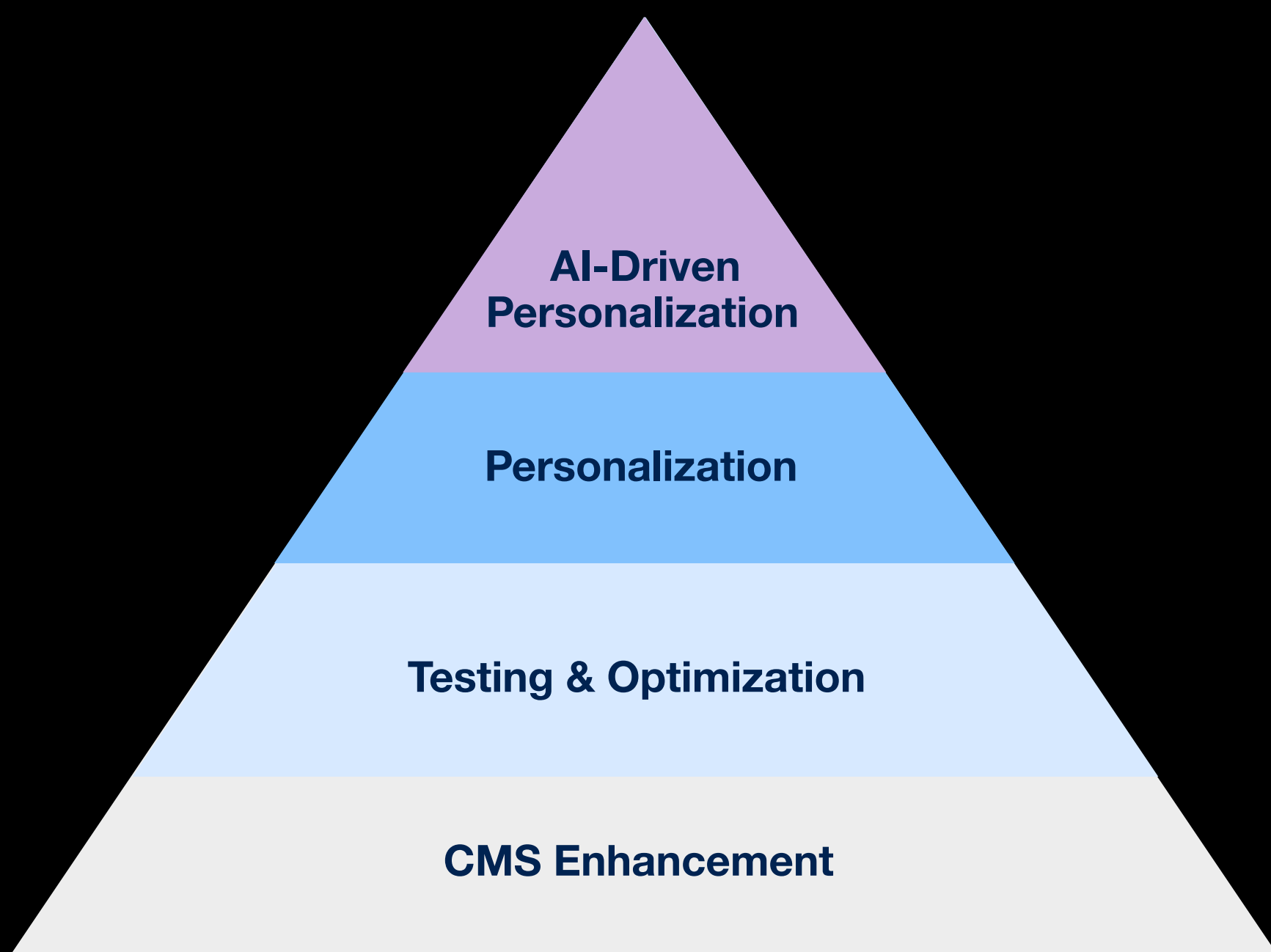
РАЗНЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ  
РАЗНЫЕ КАМПАНИИ  
РАЗНЫЙ ЭФФЕКТ

5%

Компании, которые доходят до этого этапа

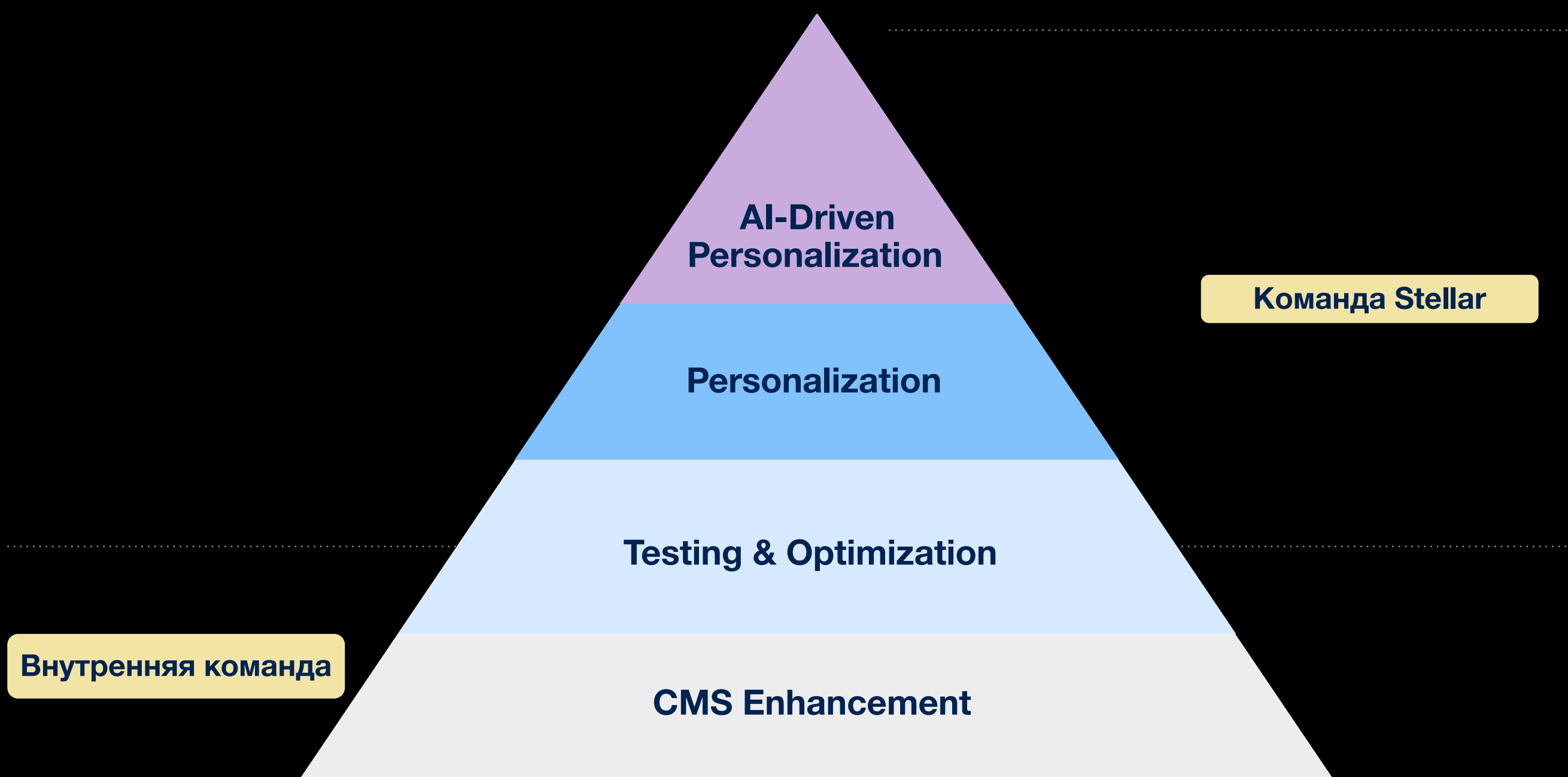
65%

# 4 УРОВНЯ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ DYNAMIC YIELD

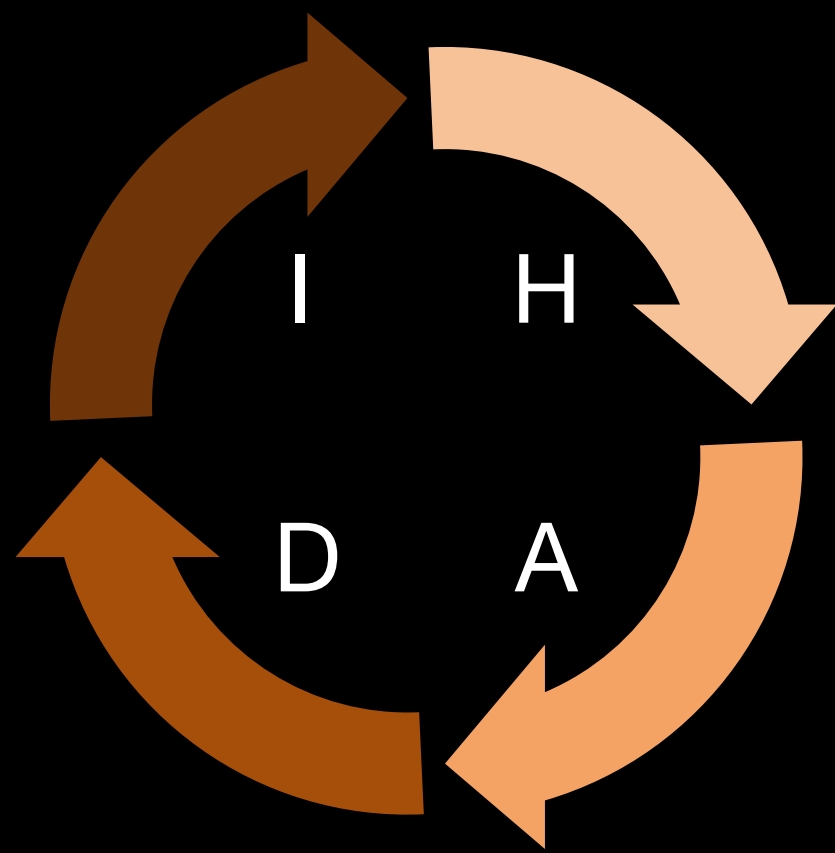




# 4 УРОВНЯ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ DYNAMIC YIELD



# МЫ ПОМОГАЕМ СОЗДАВАТЬ DATA-DRIVEN КУЛЬТУРУ В МАРКЕТИНГОВЫХ КОМАНДАХ



H — Hypothesis

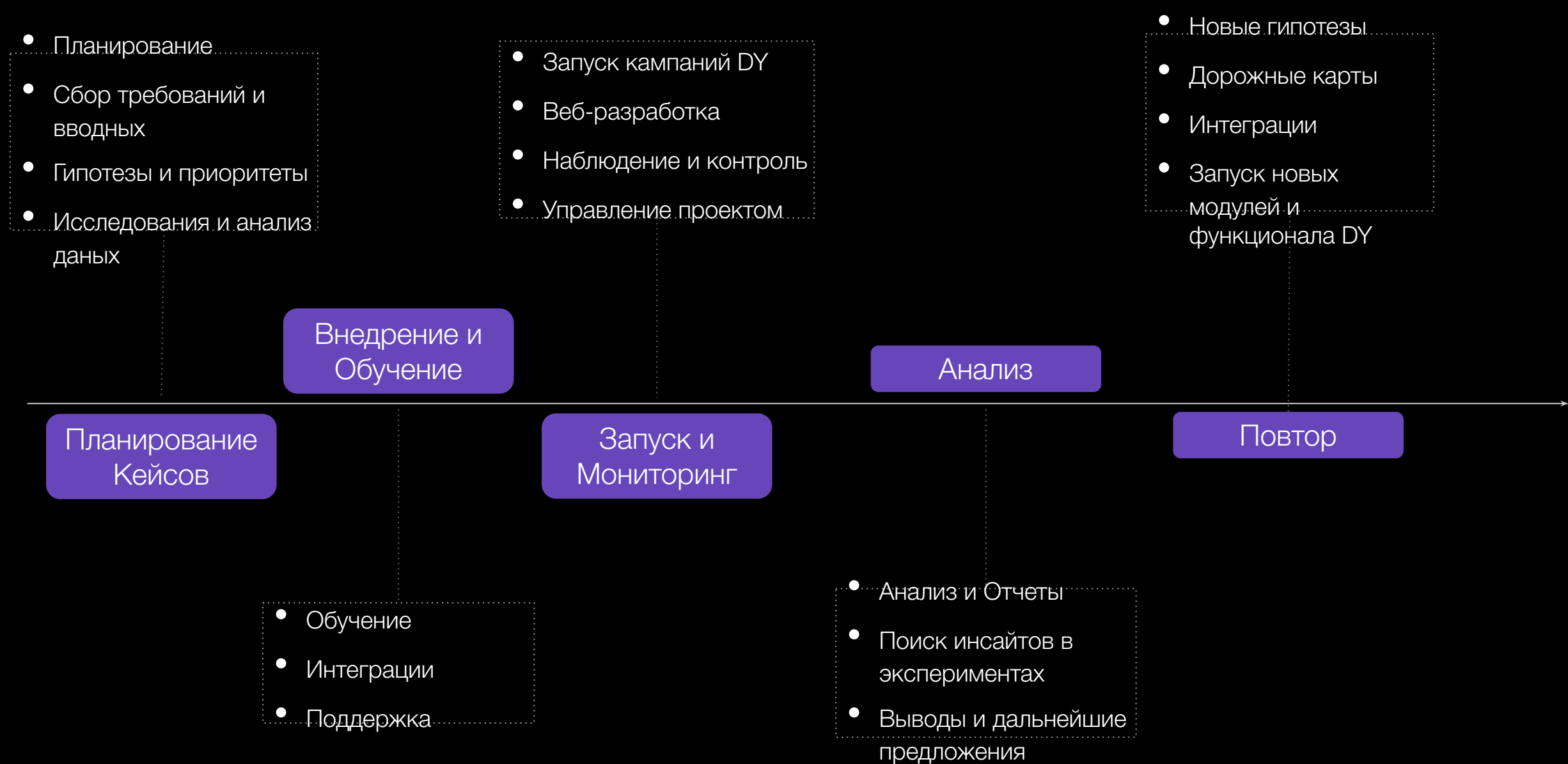
A — Action

D — Data

I — Insights



# ПРОЦЕСС КОНСАЛТИНГА STELLAR — ЭТО ЦИКЛИЧЕСКИЙ ПРОЦЕСС ИЗ 5 ШАГОВ

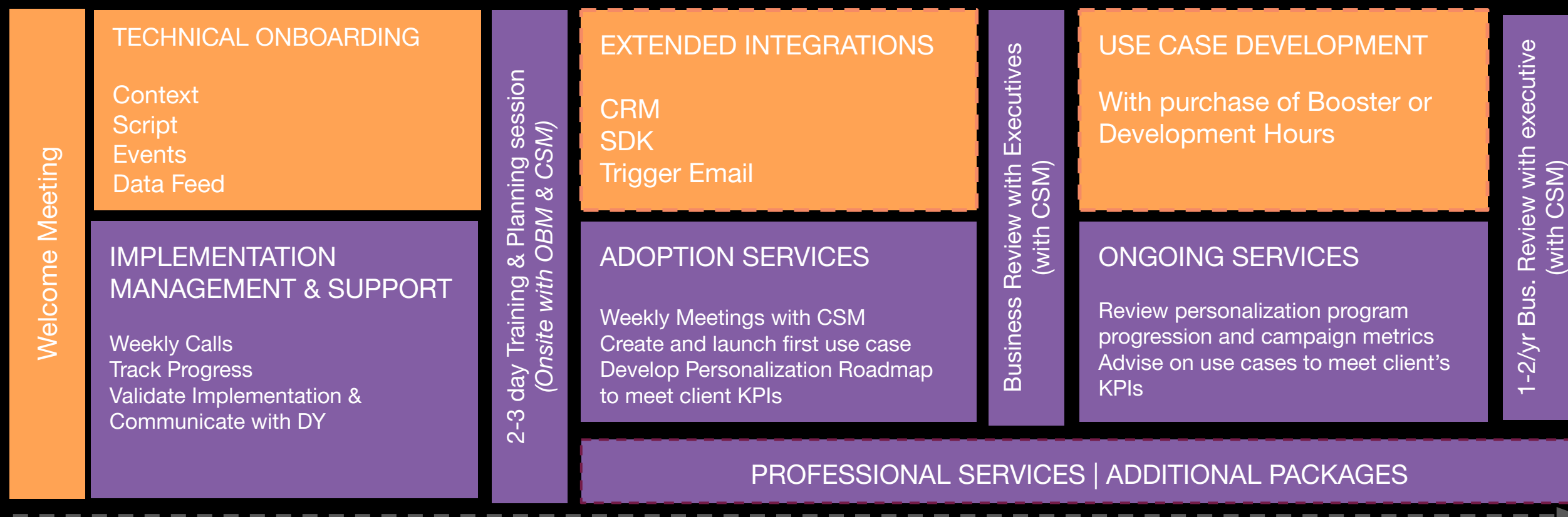


# ЭТАПЫ ПРОЕКТА ПЕРСОНАЛИЗАЦИИ





# 3 ОСНОВНЫХ ЭТАПА ПРОЕКТА ПО ПЕРСОНАЛИЗАЦИИ



OPTIONAL

OBM Owns

CSM Owns

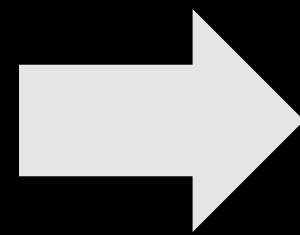
# ПЛАНИРОВАНИЕ ДОРОЖНОЙ КАРТЫ НАЧИНАЕТСЯ СО СБОРА ВСЕХ ВВОДНЫХ НА РАЗЛИЧНЫХ УРОВНЯХ БИЗНЕСА

Международная экспертиза  
Dynamic Yield

Вводные и приоритеты  
бизнеса

Бэклог идей и инициатив

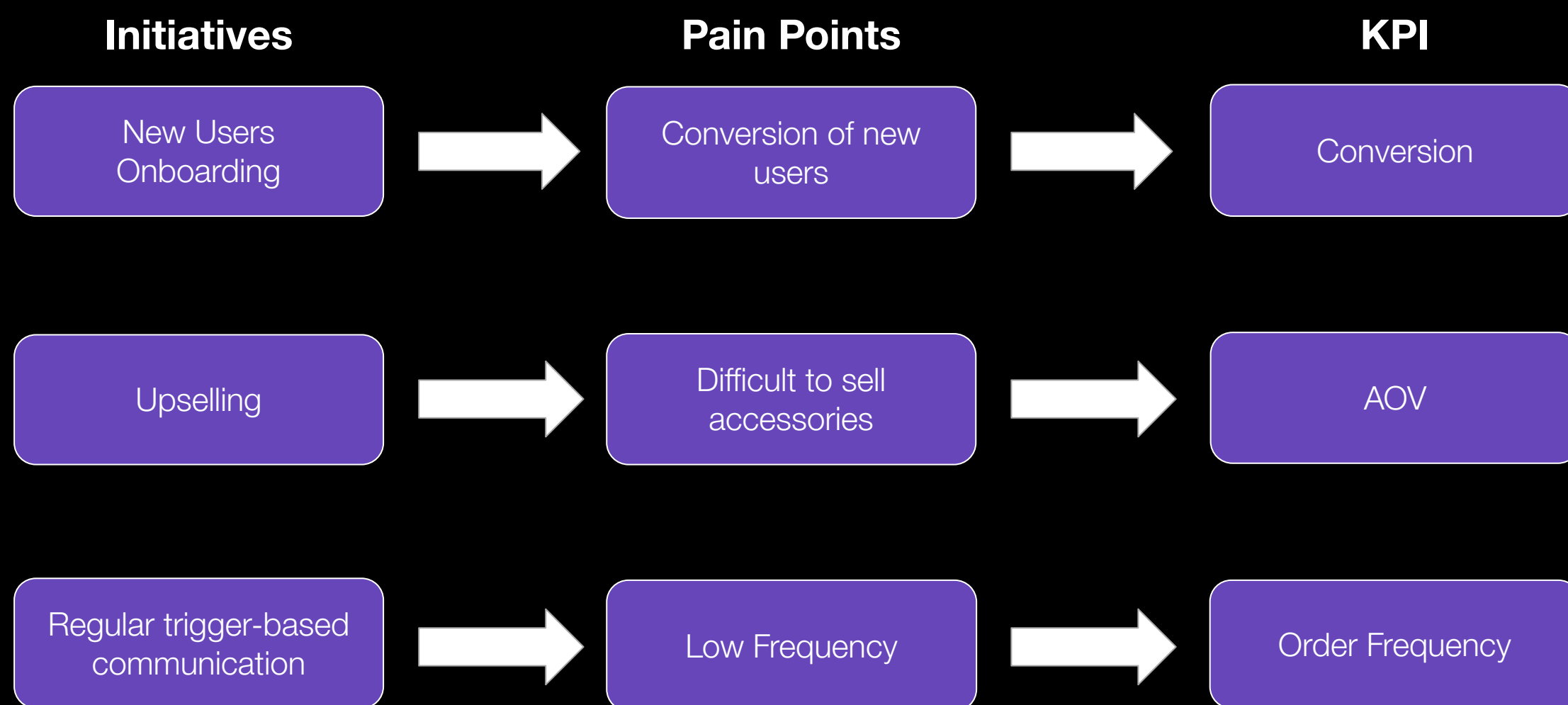
Инсайты по текущим  
кампаниям Dynamic Yield



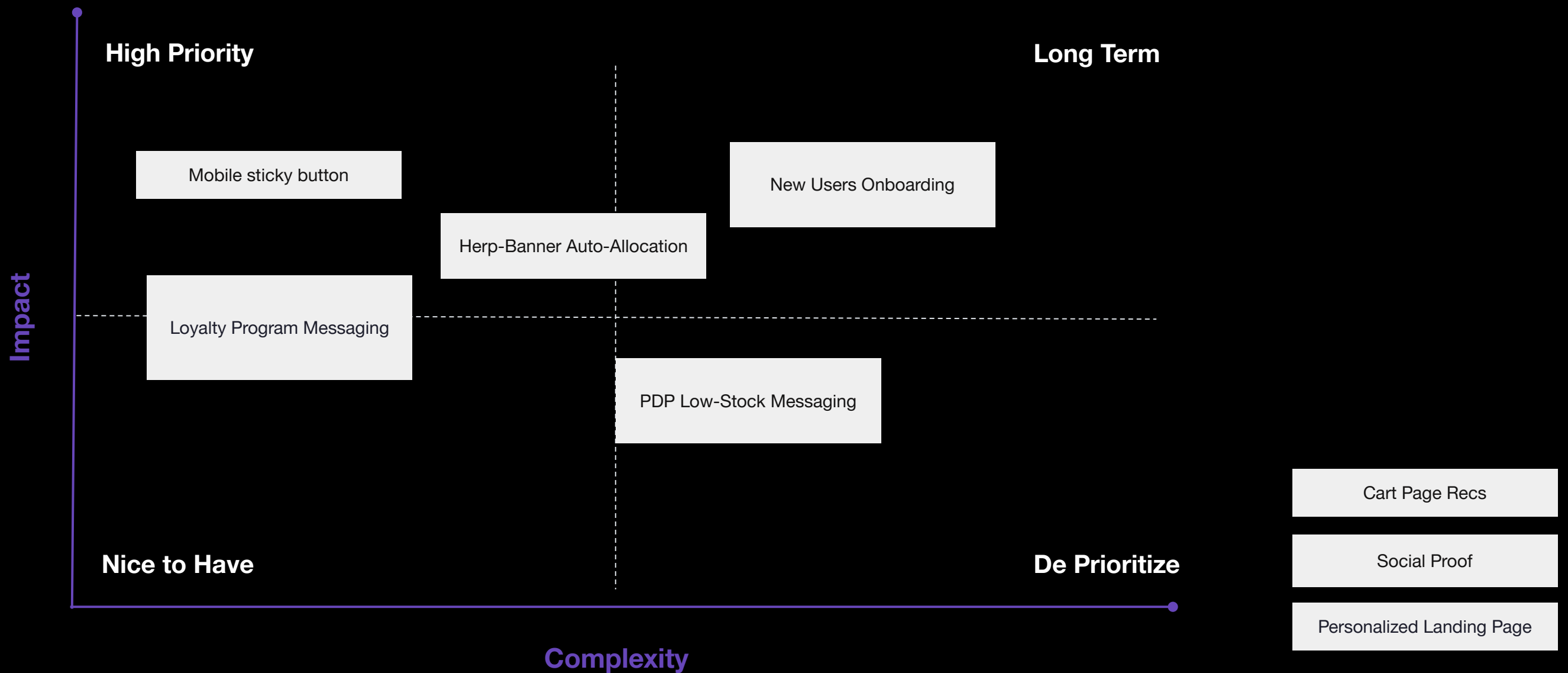
**Инициативы и  
гипотезы**



# РЕЗУЛЬТАТОМ ЯВЛЯЕТСЯ СПИСОК КЛЮЧЕВЫХ ИНИЦИАТИВ ДЛЯ ПРОЕКТА ПЕРСОНАЛИЗАЦИИ

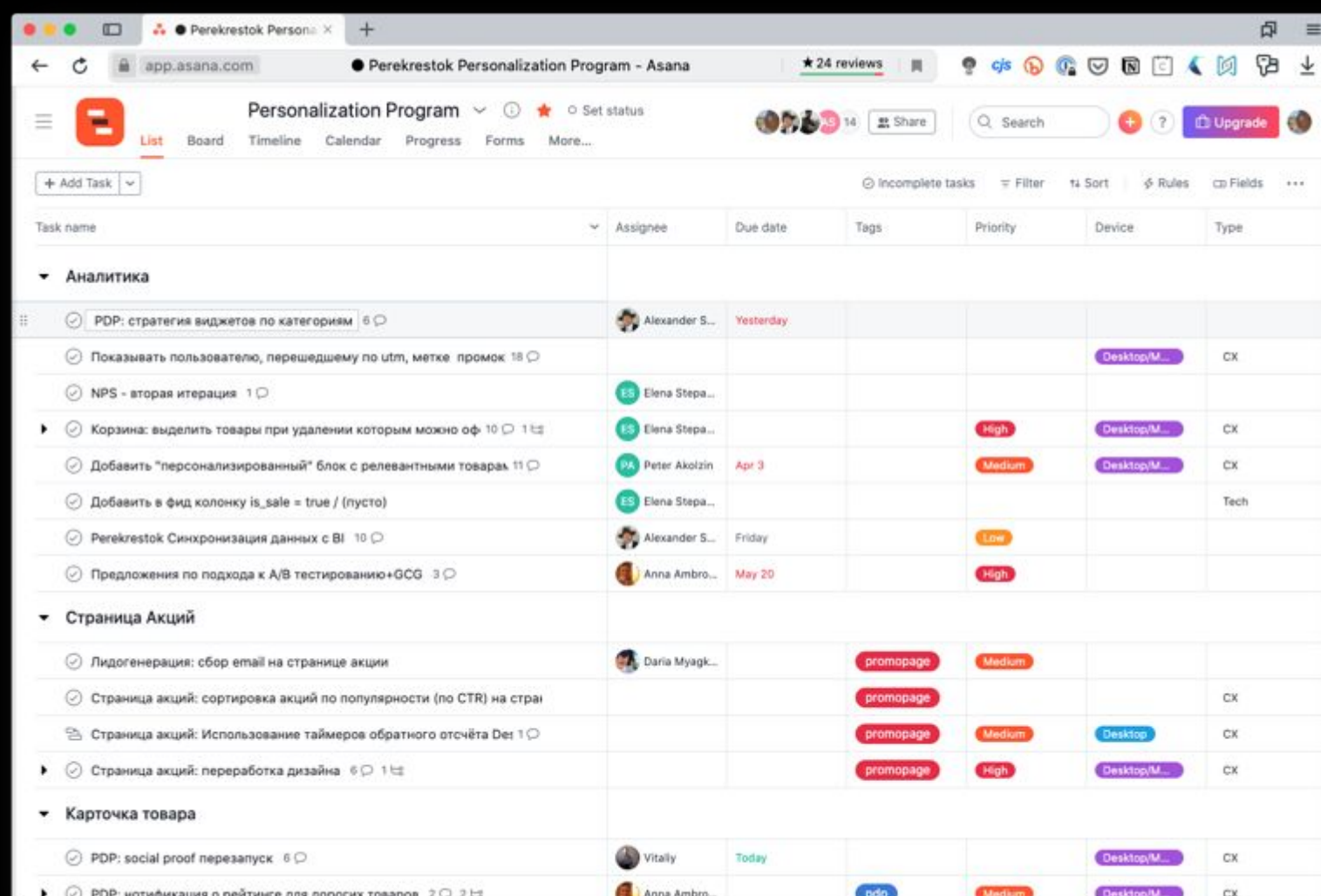


# ДАЛЕЕ КЕЙСЫ ГРУППИРУЮТСЯ ПО ПОТЕНЦИАЛЬНОМУ ЭФФЕКТУ И СЛОЖНОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ





# УПРАВЛЕНИЕ ПРОЕКТОМ ИДЕТ С ФОКУСОМ НА ПРОЗРАЧНОСТЬ И РЕГУЛЯРНЫЕ КОММУНИКАЦИИ



Task name	Assignee	Due date	Tags	Priority	Device	Type
<b>Аналитика</b>						
⊖ 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		
<b>Страница Акции</b>						
⊖ 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
<b>Карточка товара</b>						
⊖ 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)

# ВОВЛЕЧЕНИЕ ВСЕЙ КОМАНДЫ ПОЗВОЛЯЕТ ДОСТИЧЬ МАКСИМАЛЬНОГО ЭФФЕКТА



Маркетологи, Контент-Менеджеры



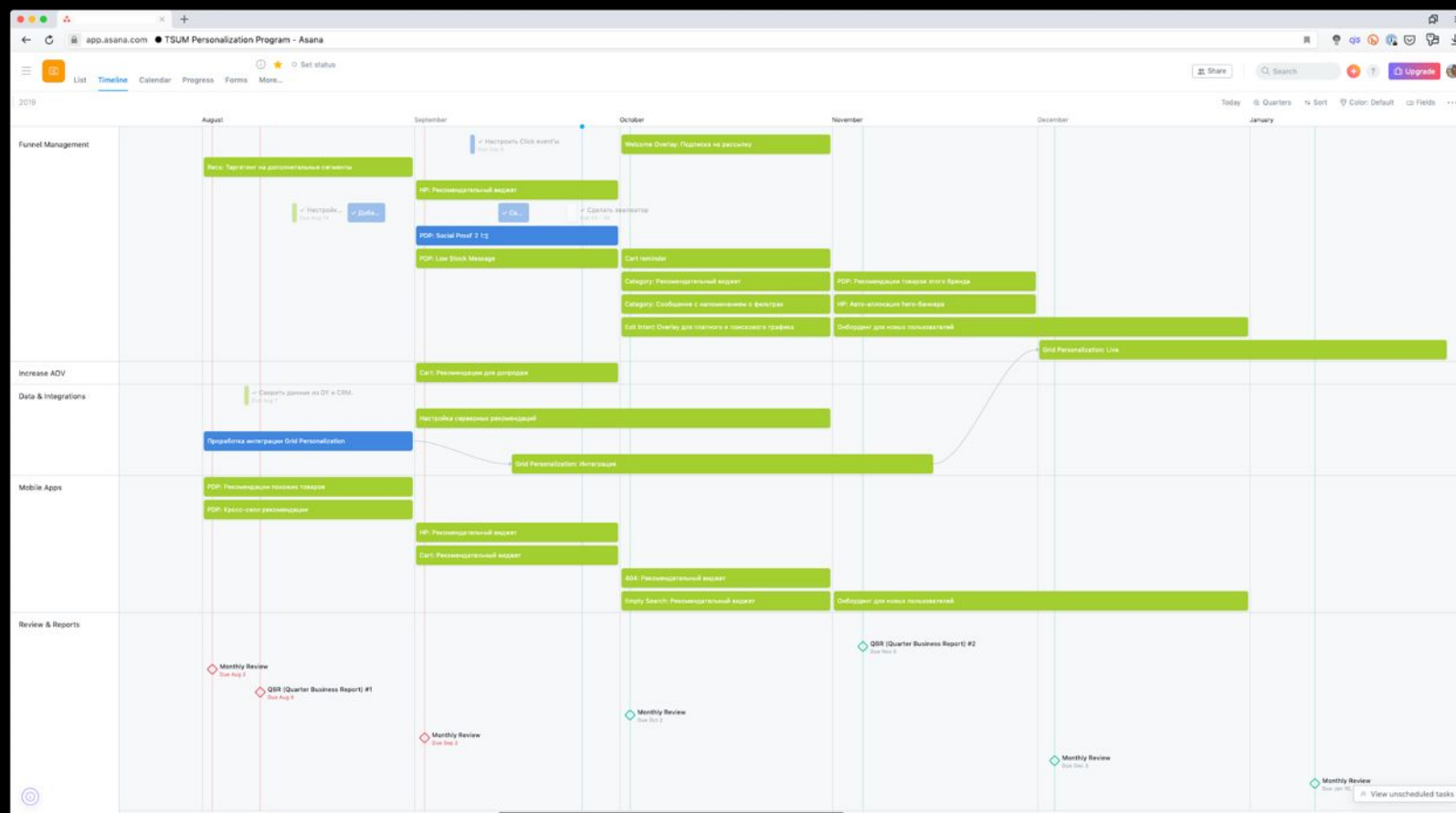
Продакты, UX/UI, Аналитики



Разработчики, Data Science Специалисты



Высшее руководство





# 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