

# ПЕРСОНАЛЬНЫЕ РЕКОМЕНДАЦИИ

---

LEGO



2015

ООО «КардСмайл»

**inventive  
retail  
group**

Группа компаний, ориентированная на развитие сетей специализированных магазинов в России.

[www.inventive.ru](http://www.inventive.ru)



**10**  
лет работы

**36**  
городов  
присутствия

**2100**  
сотрудников

**300**  
точек продаж  
по всей России

**32**  
миллиона  
посетителей в 2014  
году

**26**  
миллиардов  
рублей продаж в  
2014 году

**inventive retail group**

# Сеть сертифицированных магазинов LEGO

[www.mir-kubikov.ru](http://www.mir-kubikov.ru)

- Проект стартовал в начале 2009 года.
- 2011г. - запущен сайт-визитка [www.mir-kubikov.ru](http://www.mir-kubikov.ru). С 2014 года стартовал проект eCommerce с омниканальными сервисами.
- 2011г. - внедрение бонусной программы. В 2015 году каждый второй покупатель сети - клиент с повторной покупкой.
- Ежегодно сеть посещают порядка 8 млн. чел.
- Оценка Mystery Shopping (MS) в среднем по сети не ниже 90 баллов. Сеть признана внешними исследовательскими агентствами одной из лучших по сервису в детском ритейле.



Глобальные тренды розницы ...

## РАВНОПРАВИЕ КАНАЛОВ

Глобальные тренды розницы ...

РАВНОПРАВИЕ КАНАЛОВ  
**ПЕРСОНАЛИЗАЦИЯ**

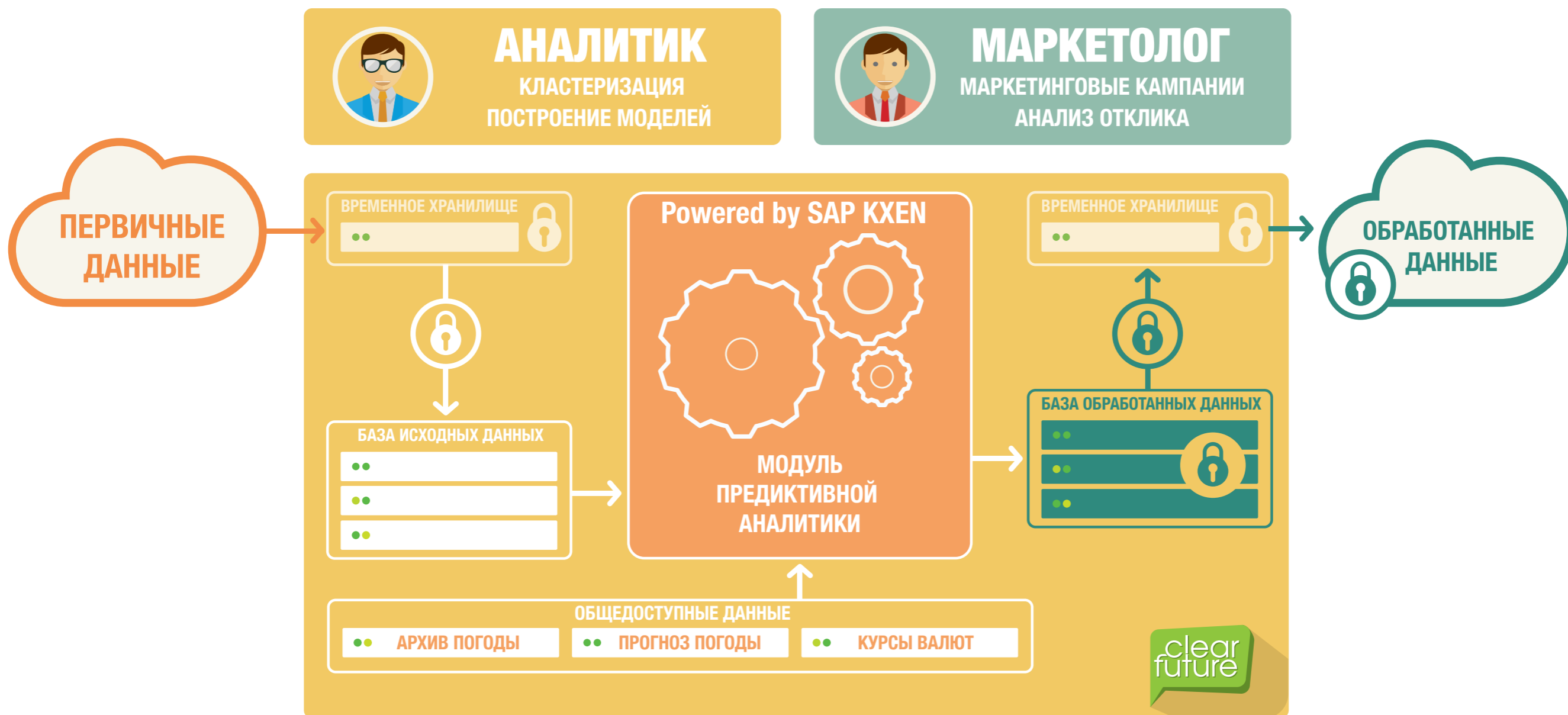
## Для персонализации мы выбрали решение ClearFuture

- Уверенность в технологии SAP KXEN
- SaaS решение дает более привлекательное финансовое решение
- Аутсорсинг аналитической функции
- Возможность проведения пилота
- Быстрый запуск проекта

# ClearFuture - система персональных предложений SaaS (Software-as-a-Service)

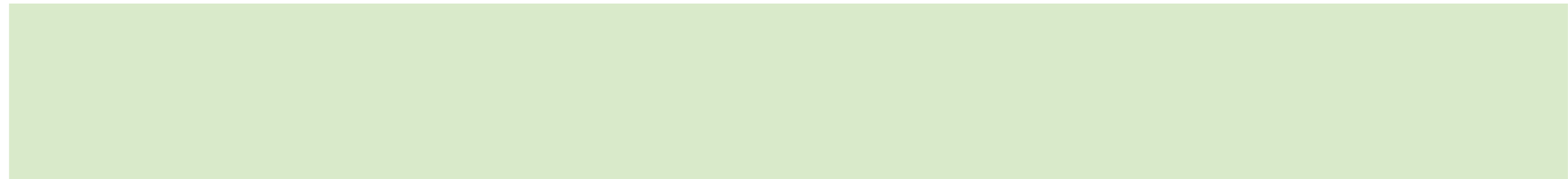


Основа решения - технологии SAP KXEN



**1 000 000 участников ПЛ**

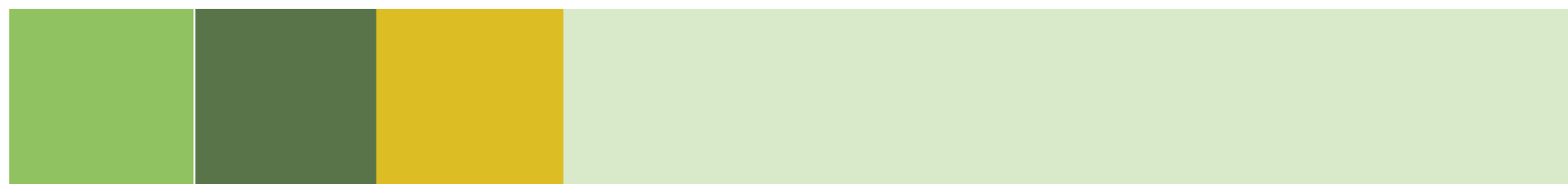
500 ₺ = Средний чек





1 000 000 участников ПЛ

500 ₺ = Средний чек



сделали 3 рассылки всем участникам ПЛ

купили 3 \* 10 000 участников

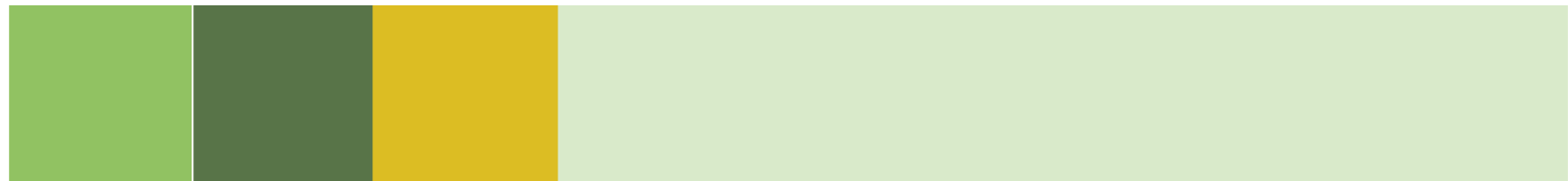


$30\,000 * 500\,₺ = 15\,000\,000\,₺$

Продали один раз

1 000 000 участников ПЛ

500 ₺ = Средний чек



сделали 3 рассылки всем участникам ПЛ

купили 3 \* 10 000 участников

не купили 970 000 участников



0,5% решили отписаться



4 850 участников

$30\,000 * 500\text{ ₺} = 15\,000\,000\text{ ₺}$

$4\,850 * 500\text{ ₺} = 2\,425\,000\text{ ₺}$

Продали один раз

Потеряли для коммуникаций

1 000 000 участников ПЛ

500 ₺ = Средний чек



сделали 3 рассылки всем участникам ПЛ  
купили 3 \* 10 000 участников не купили 970 000 участников

**Если одна коммуникация в неделю,  
то за квартал мы потеряем  
около 20 000 участников**

4 850 участников

$$30\,000 * 500\ \text{₺} = 15\,000\,000\ \text{₺}$$

Продали один раз

$$4\,850 * 500\ \text{₺} = 2\,425\,000\ \text{₺}$$

Потеряли для коммуникаций

Корпоративная  
ценность аналитики

## Предиктивная аналитика

- ▶ вероятность события в будущем
- ▶ реакция на событие

## Анализ данных

- ▶ влияние друг на друга
- ▶ понимание причин и следствий

## Динамические отчеты

- ▶ агрегированный данные
- ▶ сравнения

## Традиционные отчеты

- ▶ результаты
- ▶ эффективность

## ● Что может случиться?

Предлагает действие

## ● Что происходит сейчас?

## ● Почему это случилось?

## ● Что случилось?

Описание текущей ситуации  
Предпосылки для развития  
ситуации

**КАДРОВЫЕ  
РЕШЕНИЯ**

**ПРОМО  
АКЦИИ**

**ПРОГНОЗ  
ПРОДАЖ**

**УПРАВЛЕНИЕ  
ЗАПАСАМИ**

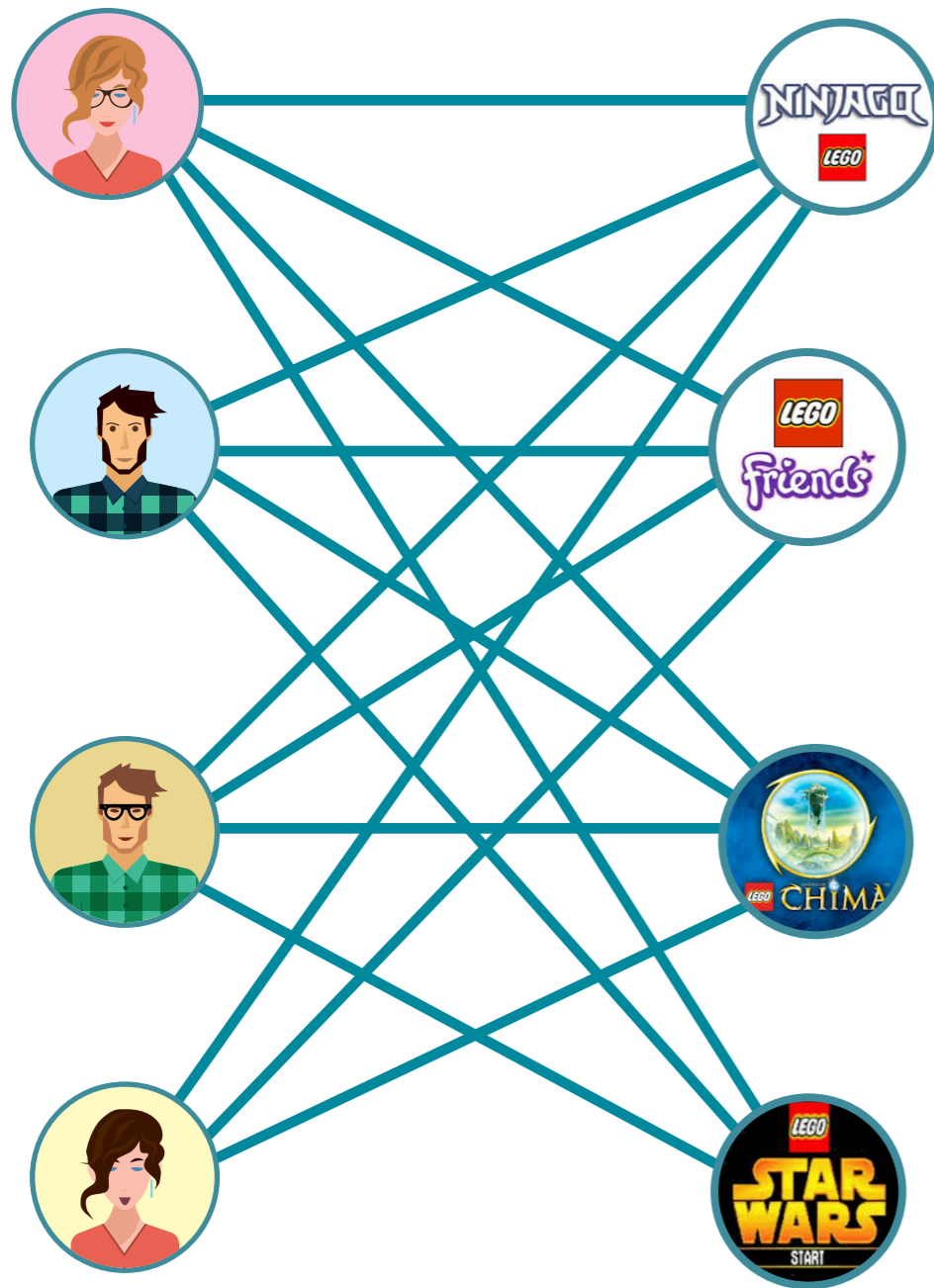
**УПРАВЛЕНИЕ  
ЦЕНАМИ**



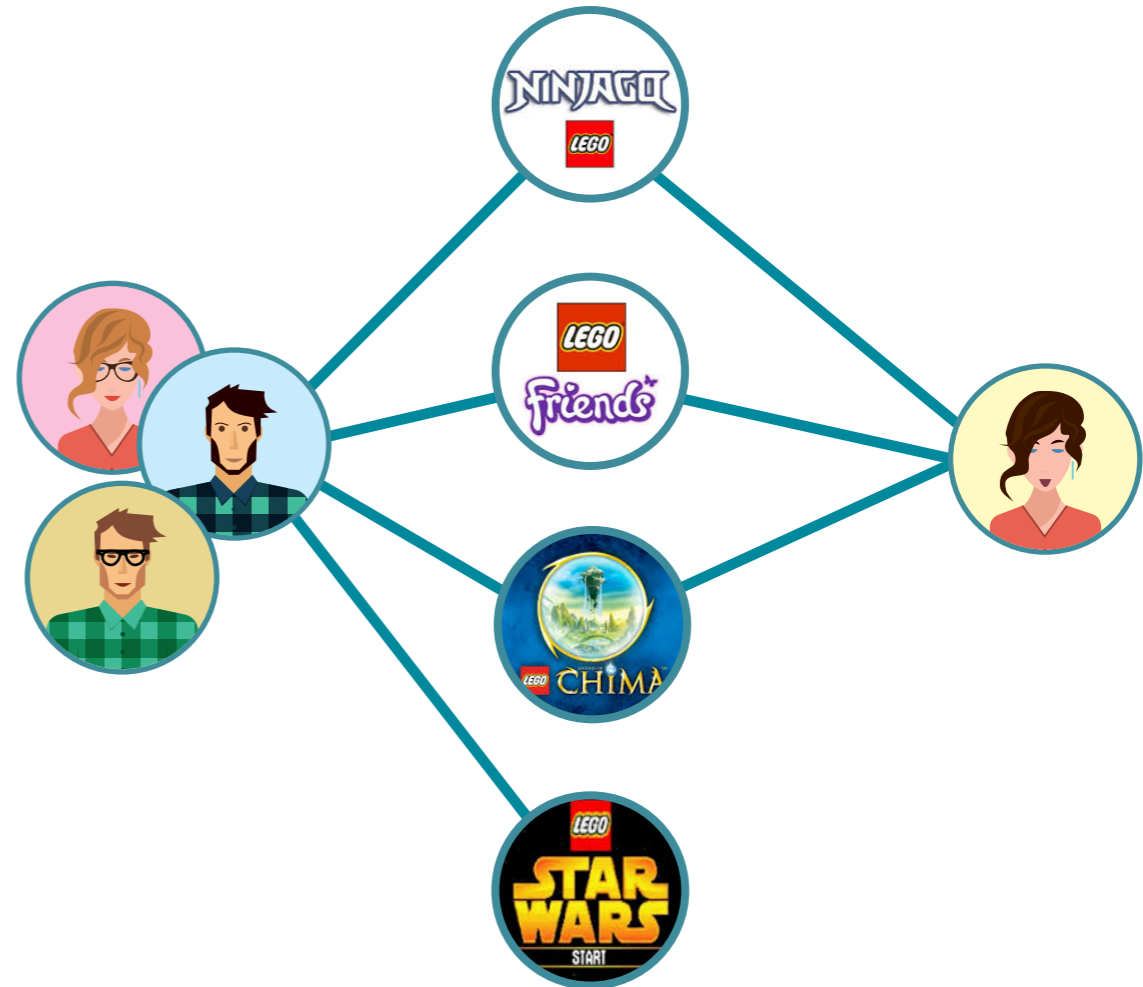
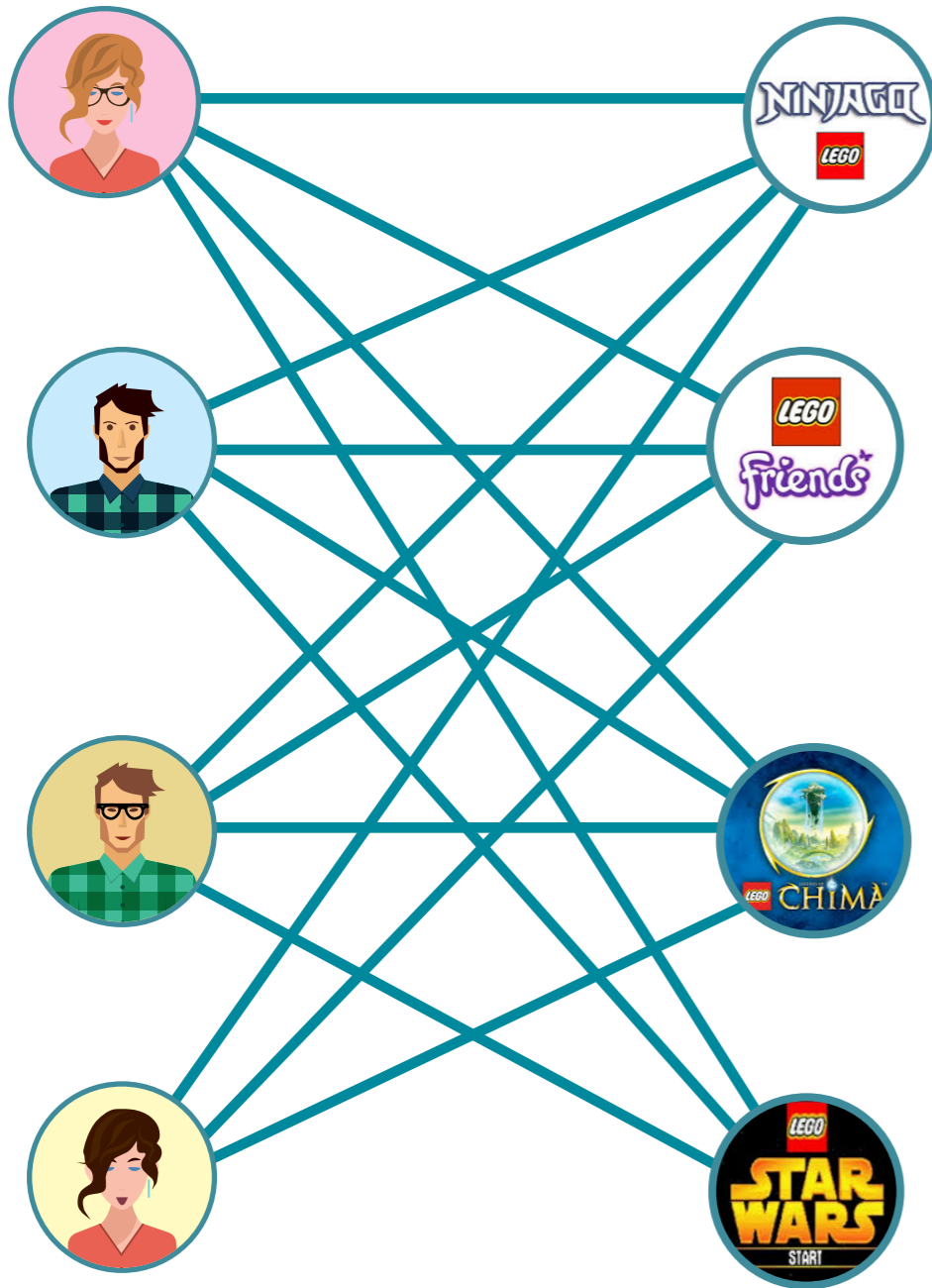
Предиктивная аналитика-что это?

1

# Что мы знаем?

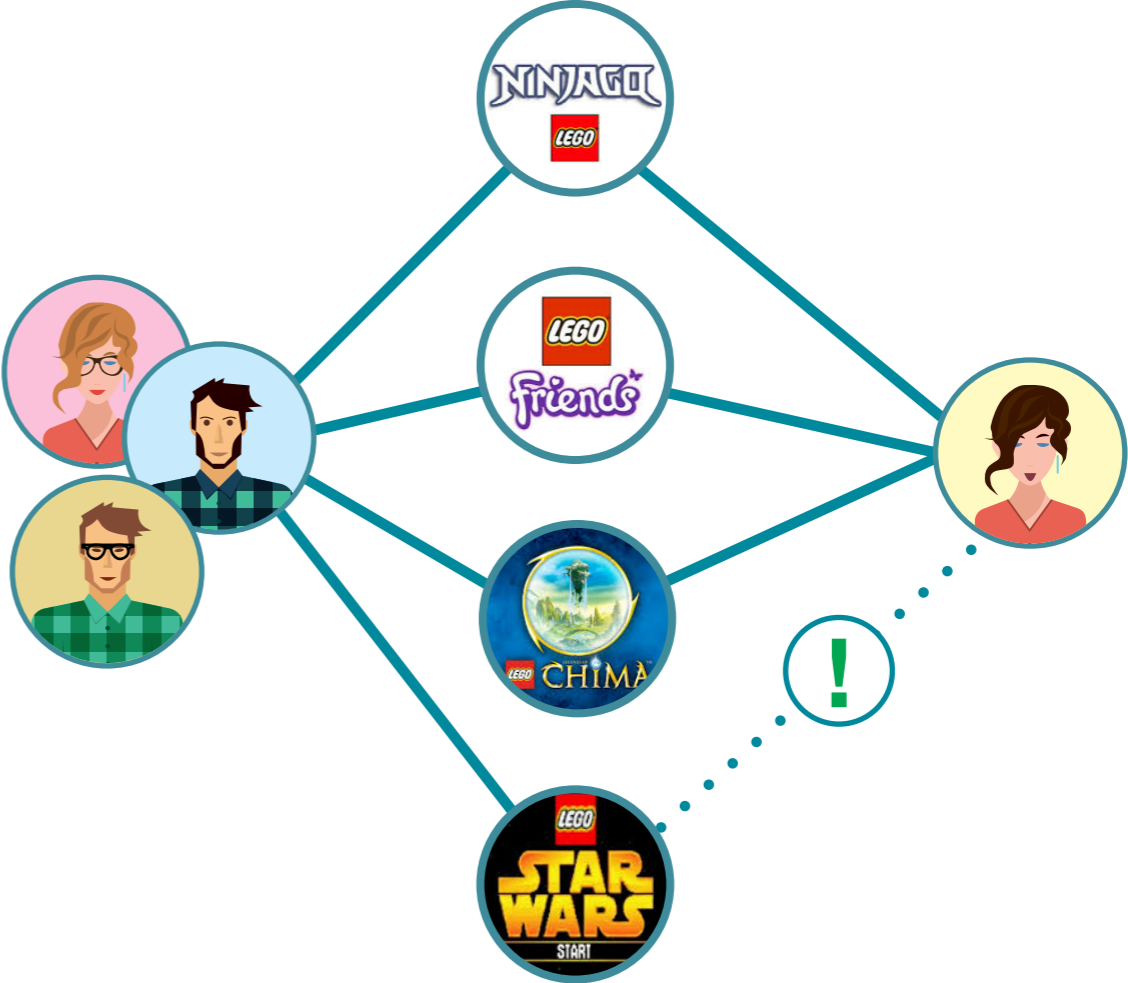
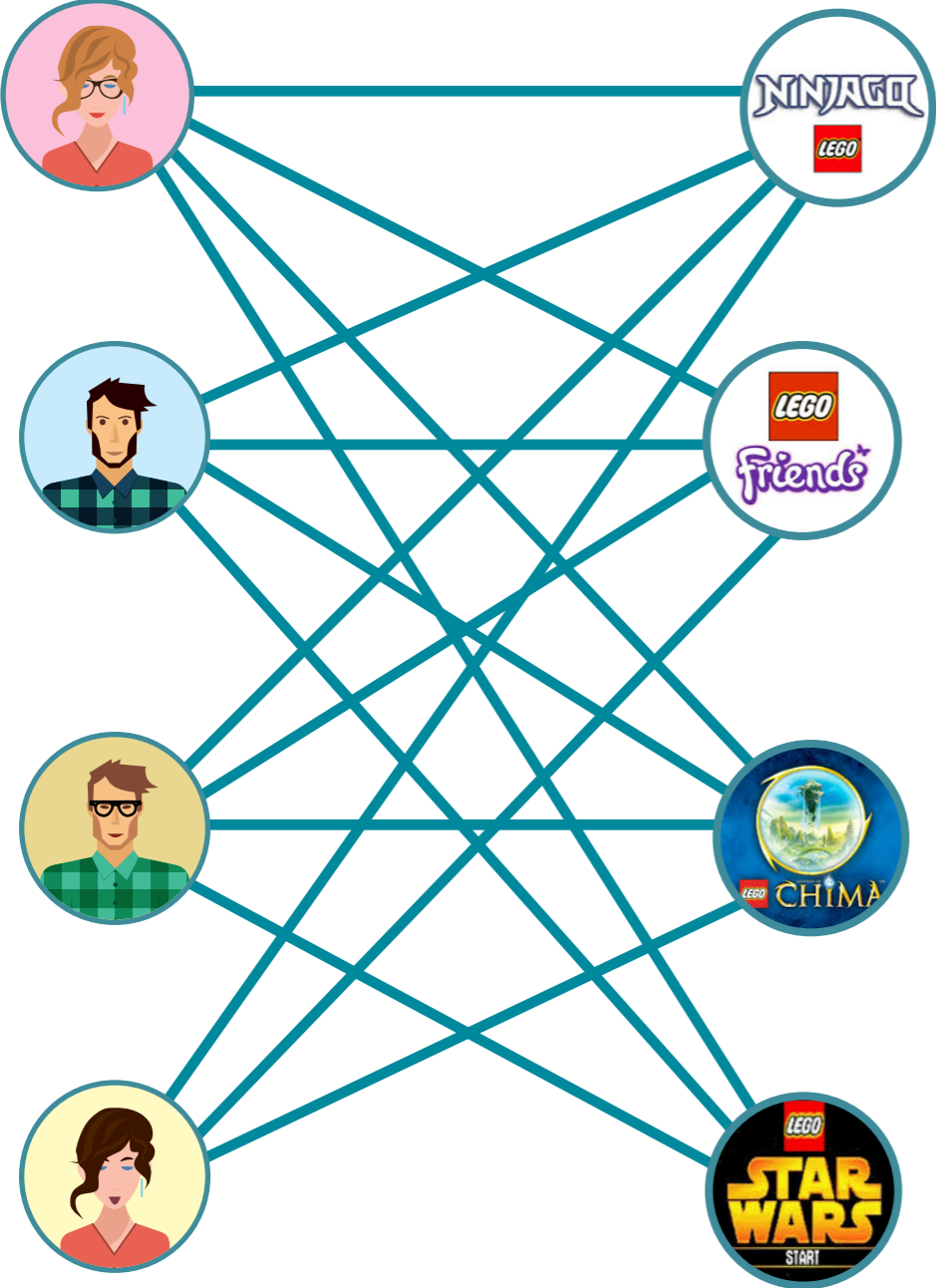


# Что мы знаем? И как на это посмотреть?

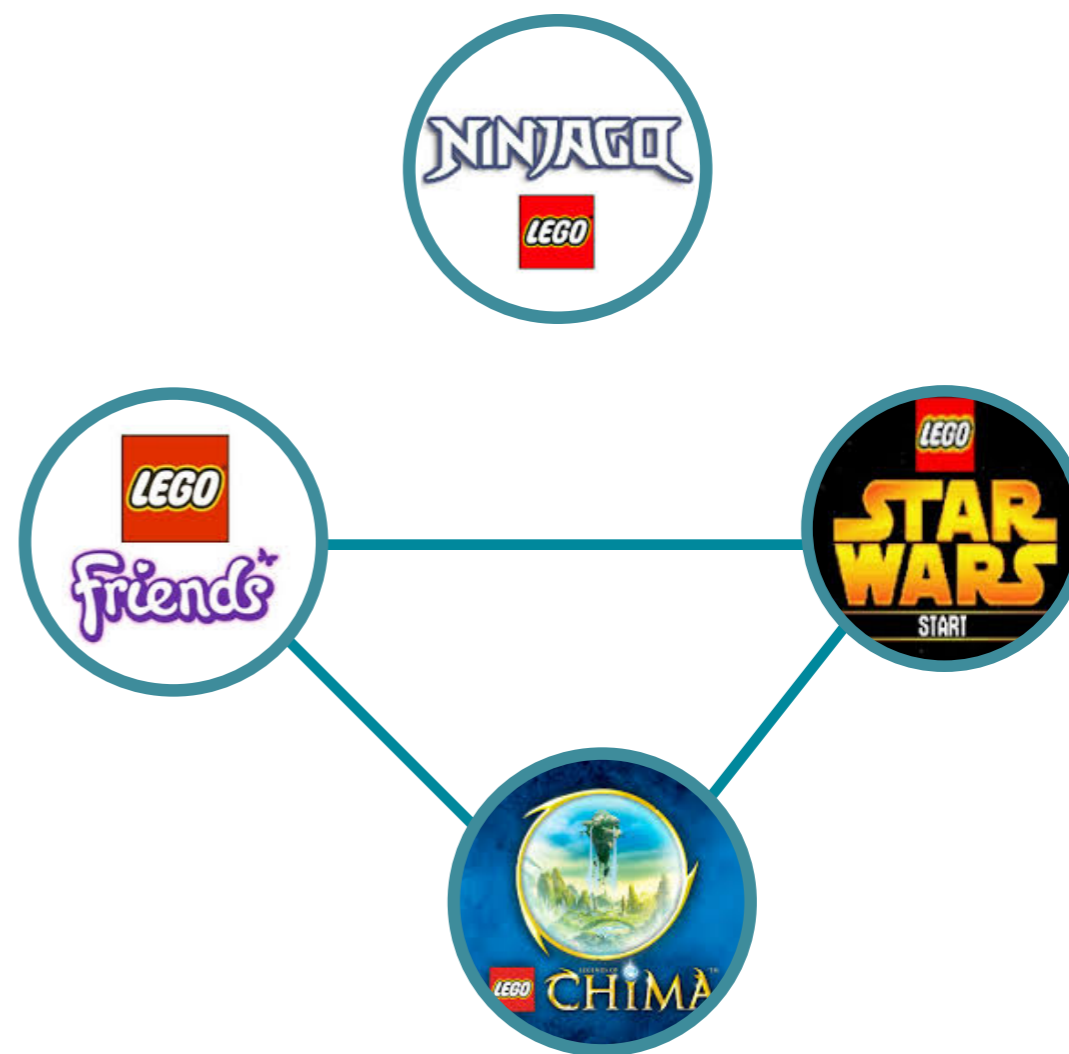
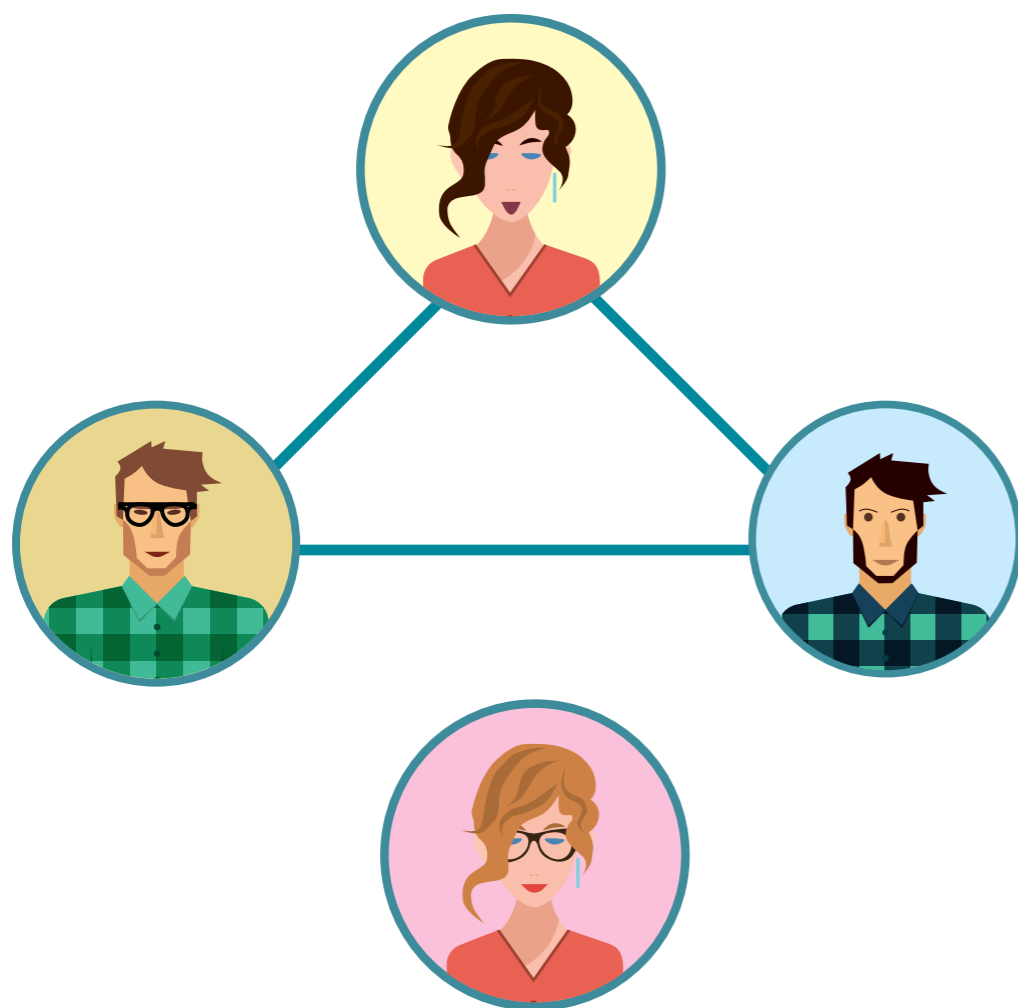




# Мы видим, что можно предложить!



# Можем построить сообщества- покупателей и продуктов



Суха теория, мой друг, а древо  
жизни вечно зеленеет...

2

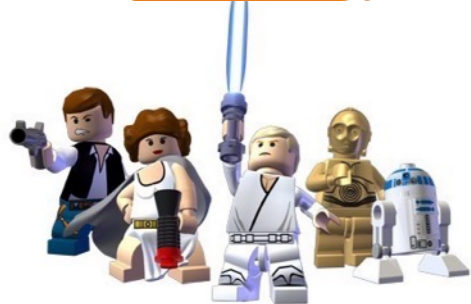
# Реальная задача - увеличить продажи серии "X"



Серия "X" \*

\* название вымышленное по соображениям коммерческой тайны

STAR WARS



CITY



NINJAGO  
Masters of Spinjitzu

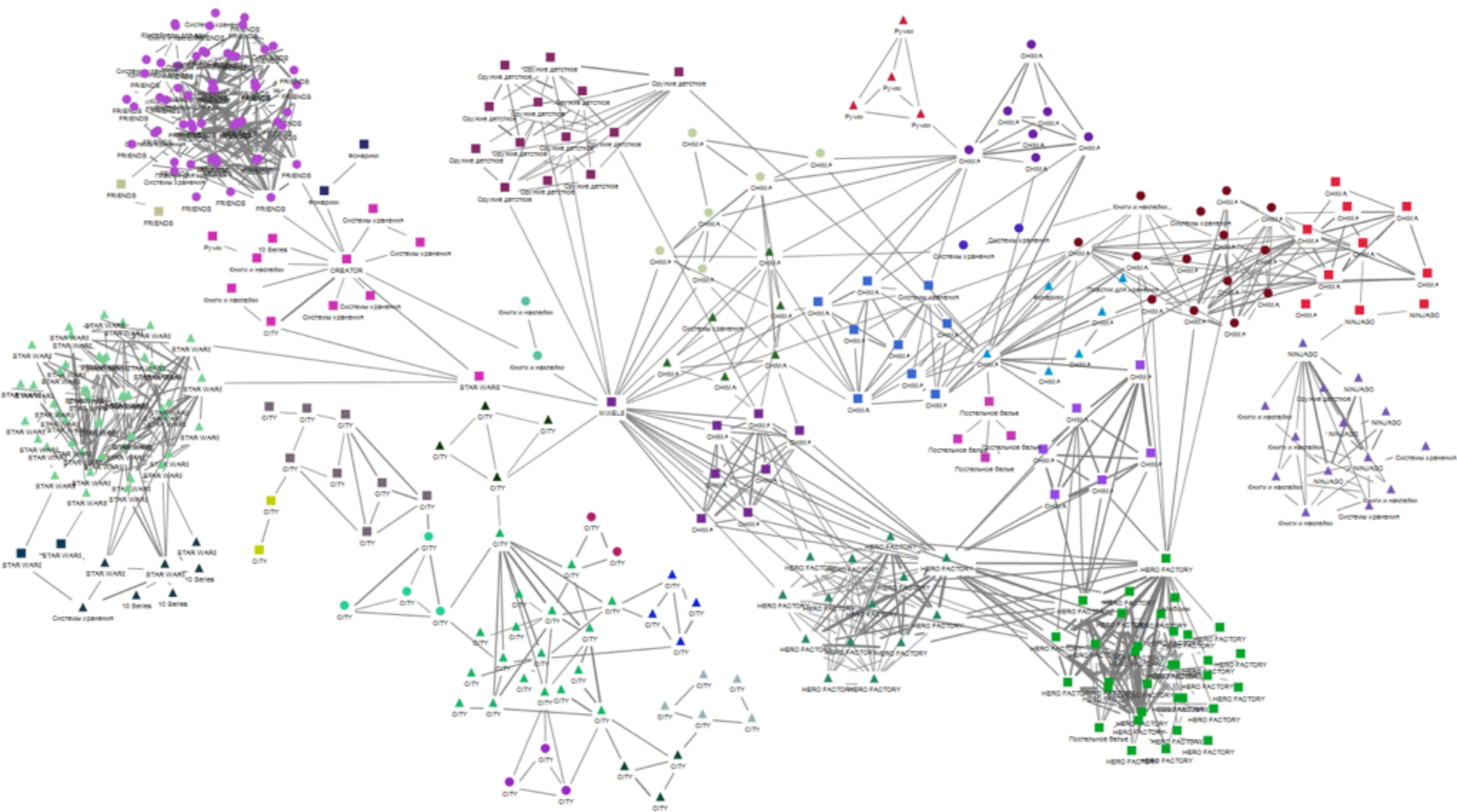


THE SIMPSONS



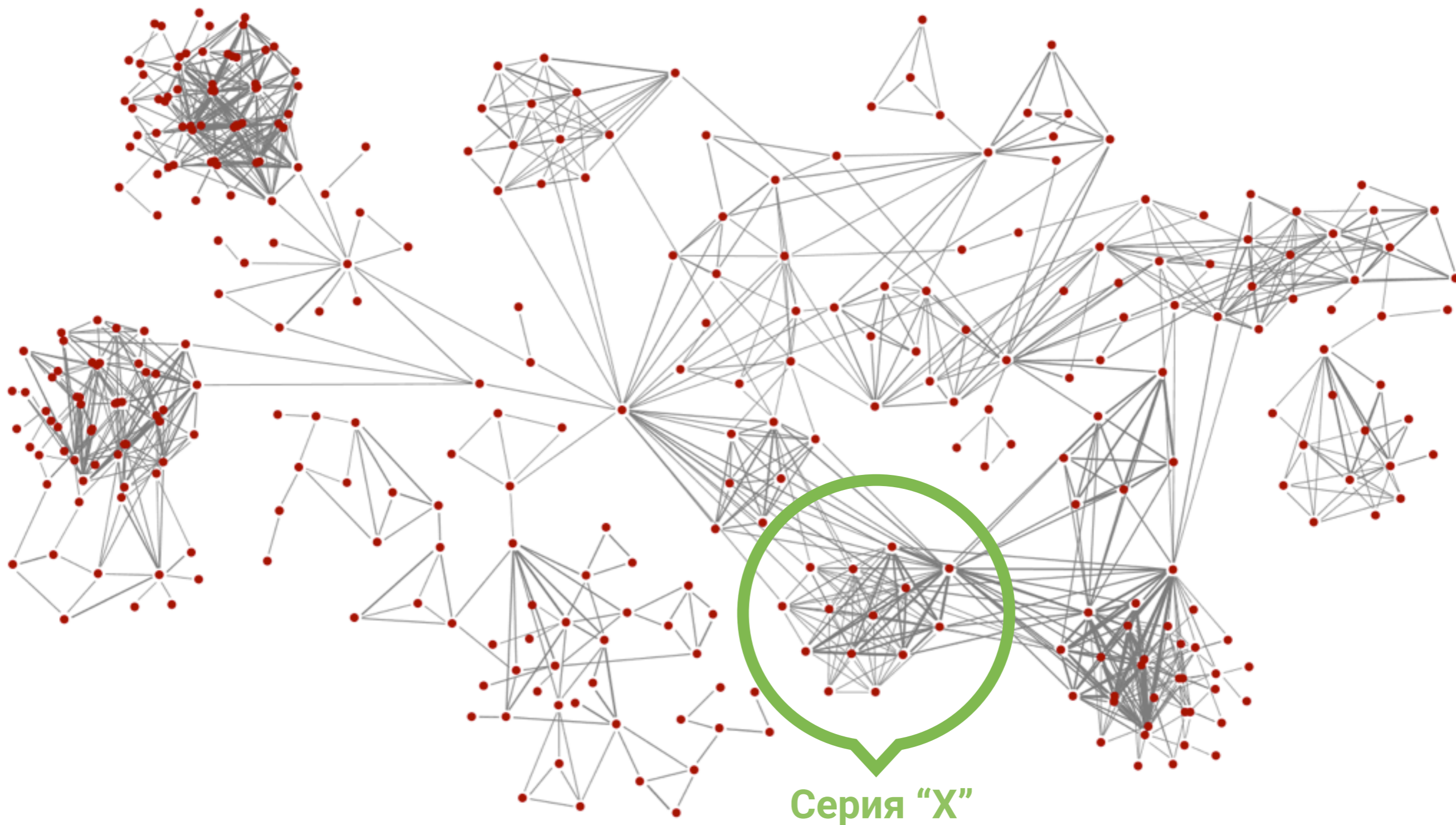
# Лего. Реальные продажи.

Только товары, купленные не менее 30 раз друг с другом.



# Лего. Реальные продажи.

Только товары, купленные не менее 30 раз друг с другом.



Вчера могли предложить только тем кто купил ранее или всем



Серия "X"

4,6%



Покупали раньше

STAR WARS



CITY



NINJAGO  
Masters of Spinjitzu



THE SIMPSONS



95,4%



Не покупали

# Сегодня - мы знаем тех, кто похож на покупателей этой серии



4,6%



Покупали раньше

35%



Похожи на...

60,4%



Не похожи

Можно пригласить к покупке  
серии "X"

Надо пригласить  
на покупку других серий



# Формируем пилотную рассылку, проверяем наши гипотезы



4,6%

35%

10,6%

48,8%



Покупали раньше



Похожи на...

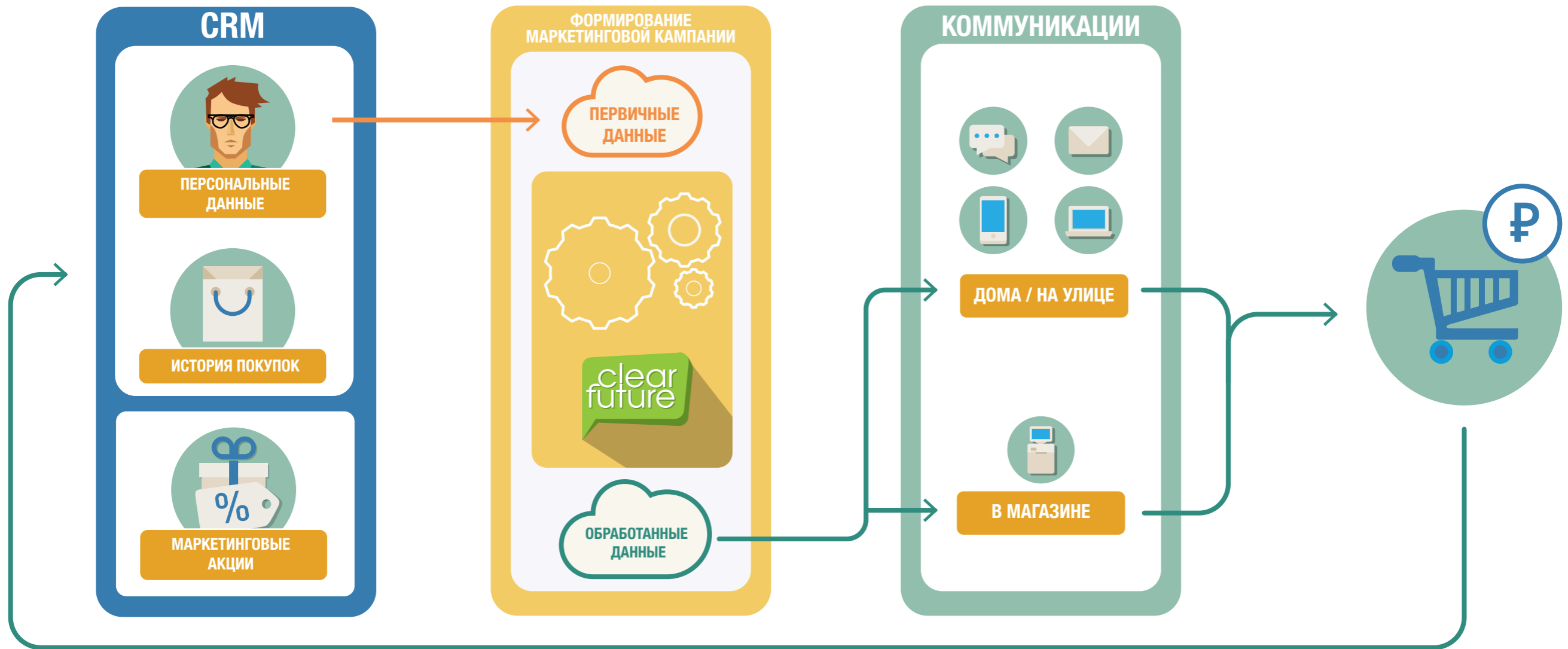


Не похожи

Предложили купить серию "X"

Надо пригласить на покупку других серий

# Архитектура пилотного проекта



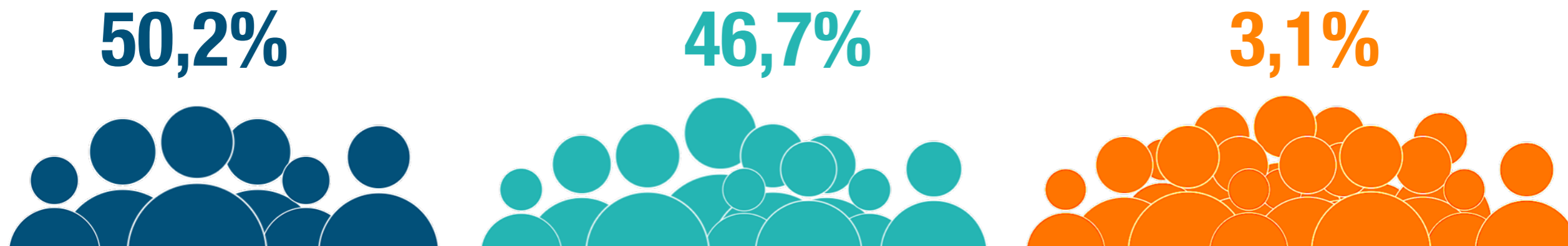
# Результаты акции. Покупки по группам...



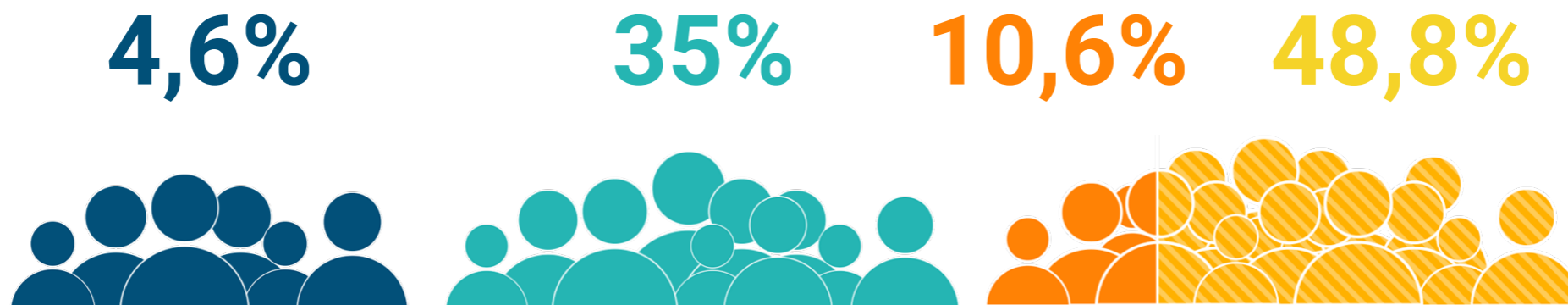
Покупатели, %



Покупки, %



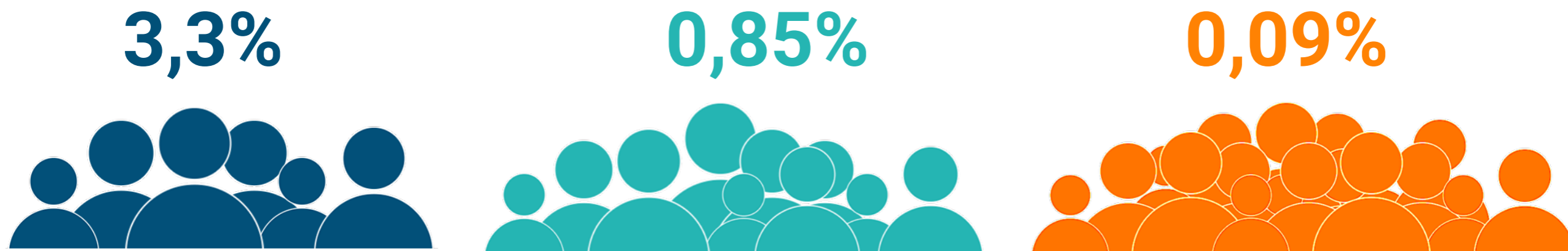
# Результаты акции. Отклик по группам...



Покупатели, %



Отклик, %



# Цифровые каналы коммуникаций



# Отклик по каналам коммуникации.

3,3%



Покупали раньше

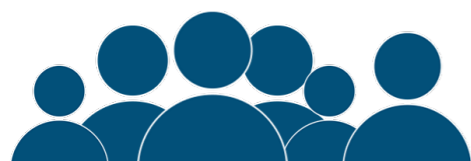
0,85%



Похожи на...



3,1%



1,04%



3,42%



0,76%



# Но ... Предиктивная аналитика это не волшебный порошок (

Берем серию “Y” для второго пилотного проекта



Серия “Y”

# Формируем вторую пилотную рассылку ...

13,9%

13,7%

7,2%

65,3%



Покупали раньше



Похожи на...



Не похожи

Предложили купить серию "Y"

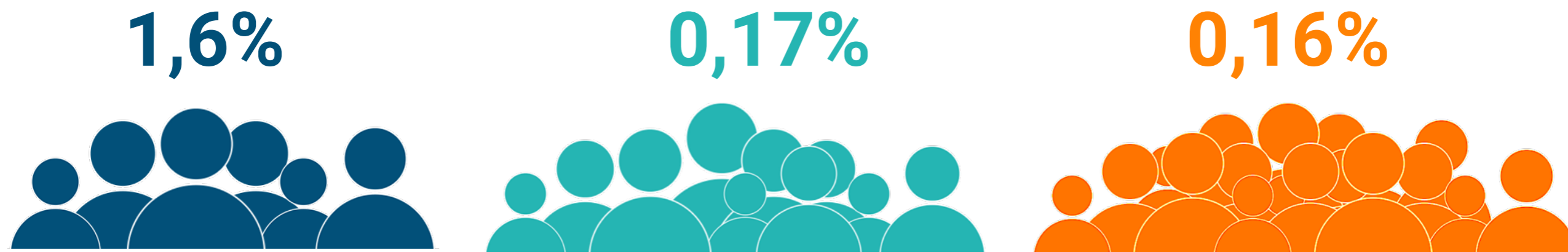
Надо пригласить на покупку других серий



# Результаты второго пилота. Отклик по группам...



## Отклик, %



# Итоги пилотного проекта

- Достигли значимого увеличения продаж, не разрушая ценности клиентской базы
- Продемонстрировали возможность экономии маркетингового бюджета
- Проверили отклик по разным каналам коммуникации
- Увидели границы использования технологии
  - мы знаем, в каких случаях использовать рекомендации на уровне серий (категорий) и на уровне SKU
  - управлять можно только тем, что понимаешь...



**Используя средства, построенные на базе технологии SAP KXEN мы можем:**

- Увеличить трафик - повышая отклик на маркетинговые коммуникации
- Увеличить конвертацию, учитывая потребительское поведение покупателей
  - сделать персональное предложение в магазине
  - выложить товары в торговом зале
  - разместить POS-материалы

**Для достижения главной цели:**

- Повышение лояльности Покупателей
- Снижение уровня оттока Покупателей



**Давайте это обсудим...**

**Сейчас или потом**

**[mz@cardsmile.ru](mailto:mz@cardsmile.ru)  
**+7 903 1368929****