

Мультиканальная персонализация

Дмитрий Березин, eCRM агентство Да!маркетинг Конференция «eTarget-2013»



Для чего все это?

Модель RRR+R

- 1. Right Time
- 2. Right Person
- 3. Right Offer

4. + Right Channel





Что нужно знать о пользователе?



Главные показатели эффективности

- ✓ Период окупаемости когда вложения в приобретение клиента окупятся?
- ✓ Текущая ценность сколько денег уже принес?
- ✓ Потенциальная ценность сколько еще принесет и когда?
- ✓ Склонность к оттоку когда может уйти?



Зачем это знать?

- ✓ Планировать бюджет сколько и на кого конкретно можно потратить?
- ✓ Планировать доходы на что мы можем рассчитывать сегодня, завтра, через месяц?
- ✓ Корректировать подходы как влияет наш маркетинг на состояние клиентов, туда ли идем?



Как узнать в кого целиться?

Классическая Метрика RFM(P)

- ✓ Recency время прошедшее с последней покупки или действия
- ✓ Frequency количество и частота совершаемых покупок или действий;
- ✓ Monetary (Metrics) количество денег, которые принес клиент или присвоенных очков;
- ✓ Product продукты или контент в сфере интересов;



Как узнать в кого целиться?

САМАЯ Главная Метрика

- ✓ Recency время прошедшее с последней покупки или действия. Главный предсказатель будущего поведения.
- ✓ Frequency количество и частота совершаемых покупок или действий;

Как узнать в кого целиться?



		Days Since Last Action					
	181+ Days	121-180 Days	91-120 Days	61–90 Days	31–60 Days	≤ 30 Days	Totals
Frequency							
25 + Units	45	62	97	178	245	374	1001
10 - 24 Units	102	224	312	489	634	721	2482
4 - 9 Units	154	338	435	678	768	934	3307
3 Units	478	502	532	897	978	1217	4604
2 Units	1073	1156	1267	1543	1876	2389	9304
1 Unit	1578	1754	1971	2245	3543	4245	15336
	3430	4036	4614	6030	8044	9880	36034
	Q1	Q2	Q3	Q4	New		

Potential Value

Чем меньше R – **Тем выше отклик на промо**

Чем меньше R – **Тем выше потенциальная ценность**



Где взаимодействовать?

В каких точках можно использовать?

- ✓ На сайте персональный контент в зависимости от текущих и прошлых действий, рекомендации
- ✓ **Персональные каналы -** email, SMS, CRM (продавцы, колл-центр)
- ✓ Вокруг сайта SEO, контекст, RTB etc.

Важно строить связанную систему в зависимости от уместности канала в конкретный момент



Где взять данные?

Записывать все!

- ✓ Сфокусироваться на действиях
- ✓ Поведенческий профиль VS. социальный
- ✓ Измерить лучших понять как они стали такими и распознавать тех, кто на них похож.
- ✓ Автоматизировать можно и руками, но долго и дорого.

Главная задача: Понять какие **поворотные точки** проходит клиент и **помочь их преодолеть.**



Технологии



Критерии отбора

Соответствие основным потребностям:

- ✓ Аналитические модули
- ✓ Перспектива автоматизации процессов
- ✓ Персональное взаимодействие
- **✓ Мультиканальность**.

Составили ТОП-10



Инструменты 10 лучших



ijento

www.ijento.com

- ✓ Основные фишки: Система хранения и аналитики данных
- ✓ **Отлично:** Индивидуальные данные клиента, Исторические данные, OPEN API, Экспорт данных (API)
- ✓ Хорошо: Качество отчетов
- ✓ Удовлетворительно: МVТ Тестирование
- ✓ HET: Персонализация в реальном времени, мультиканальные сообщения, интеграция с email, триггерный маркетинг
- ✓ Не известно: Стоимость владения, Тад Free?





www.hubspot.com

- ✓ Основные фишки: Комплексная система автоматизации маркетинга
- ✓ Отлично: Tag Free, Open API
- ✓ Хорошо: Индивидуальная персонализация в реальном времени, Индивидуальные данные, Исторические данные, Качество отчетов
- ✓ Удовлетворительно: Стоимость владения, МVТ тестирование
- ✓ HET: Мультиканальные сообщения
- ✓ Не известно: Экспорт данных через API





www.globaldawn.com

- ✓ Основные фишки: Распознавание предпочтений, Модуль принятия решений, Коллекция АРІ
- ✓ **Отлично:** Интеграция с Email, Open API, Триггерный маркетинг
- ✓ Удовлетворительно: Персонализация в реальном времени, Стоимость владения
- ✓ HET: Индивидуальных данных, Исторически данных, МVТ Тестирование
- ✓ Не известно: Мультиканальные сообщения, Тад Free, качество отчетов, экспорт данных





www.eloqua.com

- ✓ Основные фишки: Интегрировано в семейство Oracle, комплексная система автоматизации маркетинга
- ✓ **Отлично:** Интеграция с Email, Open API, Экспорт клиентских данных,
- ✓ Хорошо: Качество отчетов
- ✓ HET: Tag Free
- ✓ Не известно: почти все. Закрытая система, для больших дорогих клиентов.





www.cognesia.com

- ✓ Основные фишки: web-персонализация
- ✓ Отлично: Персонализация в реальном времени, Мультиканальные сообщения, Tag Free, MVT Тестирование, Интеграция с Email, Open API,
- ✓ Хорошо:, Индивидуальные и исторические данные клиентов, Стоимость владения, Качество отчетов
- ✓ HEТ: Триггерный маркетинг





www.baynote.com

- ✓ Основные фишки: мультиканальная персонализация с системой рекомендаций
- ✓ **Отлично:** Мультиканальные сообщения, интеграция с email,
- ✓ Хорошо: Персонализация в реальном времени,
- ✓ Не известно: все остальное



Тройка Лидеров





www.globaldawn.com

- ✓ Основные фишки: Персонализация вебсайтов, Рекомендательная система для сайта и email, Брошенные корзины, поведенческий таргетинг,
- ✓ Отлично: Индивидуальная персонализация, Тад Free, Индивидуальные и исторические данные клиентов, Интеграция с Email, Качество отчетов, Open API,
- ✓ Хорошо: Мультиканальные сообщения,
- Удовлетворительно: Стоимость владения,МVТ тестирование по сегментам, Триггерный маркетинг,
- ✓ HET: Экспорт данных (API)





www.globaldawn.com

- ✓ Основные фишки: автоматизация маркетинга, система сопровождения вебинаров и мероприятий
- ✓ Отлично: Индивидуальная персонализация, Мультиканальные сообщения, Тад Free, Интеграция с EmailOpen API,
- ✓ Хорошо: Индивидуальные и исторические данные клиентов, Стоимость владения, Качество отчетов,
- ✓ Плохо: Триггерный маркетинг, МVТ тестирование по сегментам.





www.lifecyclemagiq.ru

Основные фишки:

- ✓ управление Жизненным Циклом
- ✓ Управление колл-центром и продавцами
- ✓ Мультиканальное атрибутирование
- ✓ Встроенные модули RMF и пользовательского скоринга
- ✓ Триггерный маркетинг,
- ✓ MVT тестирование по сегментам,
- Устанавливается за 10 минут, управляется маркетологом





www.lifecyclemagiq.ru

Отлично:

- ✓ Индивидуальная персонализация,
- Мультиканальные сообщения,
- ✓ Tag Free,
- ✓ Интеграция с Email
- ✓ Open API,
- ✓ Индивидуальные и исторические данные клиентов,
- ✓ Стоимость владения,
- ✓ Качество отчетов,



Спасибо за внимание! Вопросы?

Дмитрий Березин, Да!маркетинг

e-mail: berezin@damarketing.ru

www.damarketing.ru