

X5 АВТОМАТИЗИРОВАЛА ЦЕЛЕВОЙ МАРКЕТИНГ В «ПЕРЕКРЕСТКЕ» С ПОМОЩЬЮ ТЕХНОЛОГИИ МАШИННОГО ОБУЧЕНИЯ

Москва, 1 ноября 2017 г. — X5 Retail Group, одна из ведущих мультиформатных розничных российских компаний, внедрила технологию машинного обучения для целевого маркетинга в торговой сети «Перекрёсток» и сформировала персональные предложения для всех участников программы лояльности «Клуб Перекрёсток». На сегодняшний день более 70% целевых акций формируются с применением машинного обучения, а скорость их подготовки увеличилась в семь раз. Это стало возможным благодаря подключению обучаемого аналитического блока CRM.

С помощью технологии машинного обучения в аналитическом модуле (aCRM) программы лояльности торговой сети происходит сегментация клиентов по группам с едиными признаками и подготовка предложений для них. Система анализирует данные о выбранной аудитории и создает модели персонифицированных маркетинговых кампаний с учетом нескольких сотен поведенческих и демографических факторов. Аналитический модуль учитывает частоту и сумму покупок, предпочтения, факторы, определяющие стиль жизни, приемлемый уровень цен, любимые категории товаров и предпочтительное время посещения супермаркетов. Чувствительность клиентов к конкретным предложениям прогнозируется с помощью различных аналитических моделей, среди которых регрессии, деревья решений и нейронные сети. Также aCRM определяет наиболее эффективные каналы коммуникации с выбранной аудиторией и самостоятельно формирует тексты маркетинговых сообщений. Сегодня с аналитической CRM «Перекрёстка» интегрированы все каналы коммуникации сети. В 2018 году aCRM «Перекрёстка» также будет связан с модулем SmartWifi, определяющим наиболее благоприятное время для отправки сообщений клиентам.

«Технологии для автоматизированной интеллектуальной аналитики больших данных открывают возможность для развития ценностных предложений торговых сетей. В перспективе роль интеллектуальных систем в бизнесе будет только расти, поэтому мы уделяем серьезное внимание работе с данными. Проект в «Перекрёстке» — пример успешного применения результатов аналитики, полученных с помощью обучаемой системы, для повышения эффективности программ лояльности. Маркетинговые предложения, сформированные с учетом сотен факторов, увеличивают эффективность целевого маркетинга на 5% и сокращают затраты на коммуникации на 40%», — сообщил Фабрисо Гранжа, директор по информационным технологиям X5 Retail Group.

Кроме анкетных данных, система накапливает и учитывает в расчётах информацию, полученную в результате анализа различных поведенческих и демографических факторов. Весь процесс анализа данных и сегментации аудитории автоматизирован. Интерфейс аналитической системы позволяет планировать дату и время коммуникаций, вести отчётность по маркетинговым акциям, а также настраивать кампании с учётом результатов тестовых кампаний. Маркетологи подключаются к работе только для постановки целей кампании в начале проекта и для мониторинга результатов кампаний. В среднем на разработку эффективной модели необходимо порядка 3 месяцев.

X5 настраивает работу системы с марта 2016 года. Осенью 2017-го успешные алгоритмы автоматической сегментации и таргетирования кампаний начали применяться массово — для всех участников программы лояльности «Клуб «Перекрёсток».

За дополнительной информацией просьба обращаться:

Варвара Стоянова
Менеджер по связям с общественностью, IT-проекты, X5 Retail Group,
Тел.: +7 (495) 662 88 88 доб. 52-203
Моб. +7 (906) 790 27 22
Эл. адрес: Varvara.Stoyanova@x5.ru

Денис Кузнецов
Старший менеджер по связям с общественностью
X5 Retail Group
Тел. +7 (495) 662-8888, доб. 11-376
моб.: +7 926 232-6671
E-mail: Denis.Kuznetsov@x5.ru

Справочная информация:

X5 Retail Group (тикер на Лондонской фондовой бирже — FIVE, рейтинг Moody's — Ba2, рейтинг S&P — BB, рейтинг Fitch — BB) — одна из ведущих российских продуктовых розничных компаний. Компания управляет магазинами нескольких торговых сетей: магазинами у дома под брендом «Пятерочка», супермаркетами под брендом «Перекресток», гипермаркетами под брендом «Карусель», магазинами «Экспресс-Ритейл» под различными брендами.

На 30 сентября 2017 г. под управлением Компании находилось 11 326 магазинов с лидирующими позициями в Москве и Санкт-Петербурге и значительным присутствием в европейской части России. Сеть включает в себя 10 481 магазин «Пятерочка», 584 супермаркета «Перекресток», 91 гипермаркет «Карусель» и 170 магазинов «Экспресс». Под управлением Компании находится 37 распределительных центров и 2 550 собственных грузовых автомобиля на территории Российской Федерации.

За 2016 г. выручка Компании составила 1 033 667 млн руб. (15 420 млн долл. США), показатель Скорр. EBITDA составил 79 519 млн руб. (1 186 млн долл. США), а чистая прибыль составила 22 291 млн руб. (333 млн долл. США). За 9 месяцев 2017 г. выручка Компании составила 933 303 млн руб. (15 999 млн долл. США), показатель EBITDA составил 72 392 млн руб. (1 241 млн долл. США), а чистая прибыль составила 25 975 млн руб. (445 млн долл. США).

Акционерами X5 являются: «Альфа-групп» — 47,86%, Intertrust Trustees Ltd (Axon Trust) — 11,43%, директора X5 — 0,06%, казначейские акции — 0,01%, акционеры с владением меньше 3% — 40,63%.