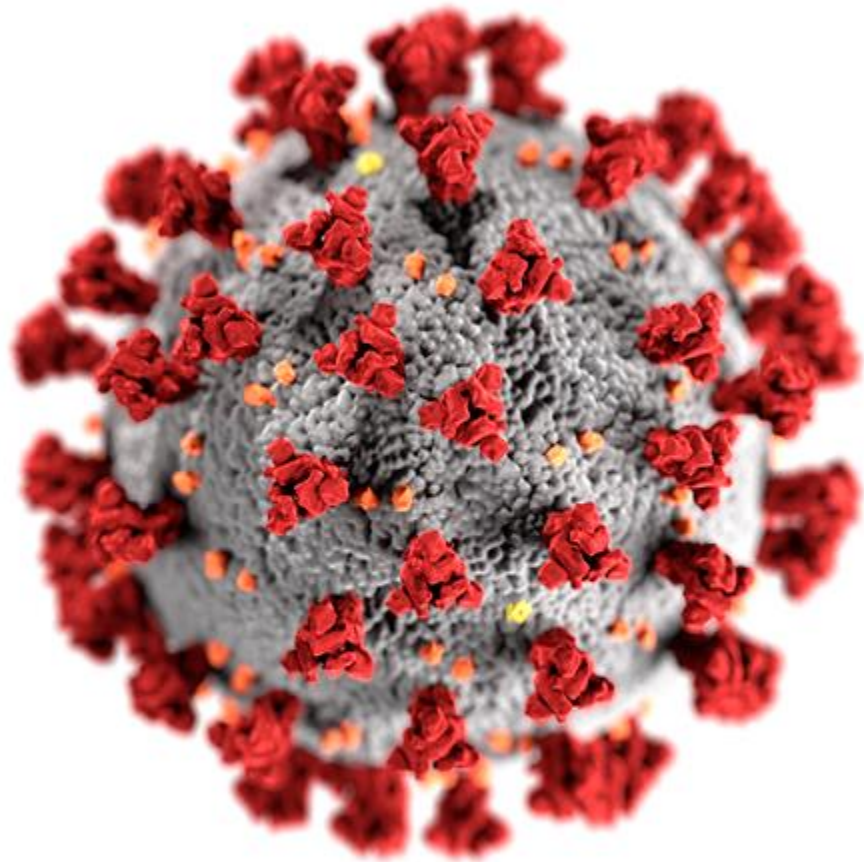


Держи их! Как определить
клиентов, которые спасут
ваш бизнес?

Арустамов Алексей, Loginom Company



COVID - 19

Самые пострадавшие:

- Транспорт
- Рестораны
- Торговля
- Туризм

Коснется всех...



«Чёрный лебедь» —
труднопрогнозируемое и
редкое событие, имеющее
значительные последствия.
На сегодня не понятно как
будет развиваться ситуация.

Вопросы без ответов

Будет ли
вторая
волна?

Сколько времени
уйдет на
восстановление?

Когда
закончится
пандемия?

Какие еще
введут
ограничения?

Будет ли
господдержка?

Реакция бизнеса

- Работают как прежде, но на удаленке
- Затаились и поставили проекты на паузу
- Снижают издержки и закрывают проекты
- Отправляют сотрудников в отпуск или увольняют

Стратегия расширения

Кризис – это не только новые проблемы, но и новые возможности. Верно, но сейчас кризис коснулся всех отраслей, поэтому мало кто готов рискнуть.

Стратегия удержания

Кризис закончится, экономика будет восстанавливаться. Бизнес снова заработает, если у компании останутся платежеспособные клиенты. Задача – удержать клиентов всеми способами.



Меры по удержанию требуют ресурсов: скидки, дополнительные или бесплатные услуги, отсрочка платежей, подарки и т.п.


Денег нет, но вы держитесь...

© Медведев Д.А.

Кого удерживать?




Тратить ограниченные ресурсы на
удержание клиентов с высокой
пожизненной ценностью – Customer
Lifetime Value:

1. Лояльных
 2. Доходных
 3. Стабильных
- 

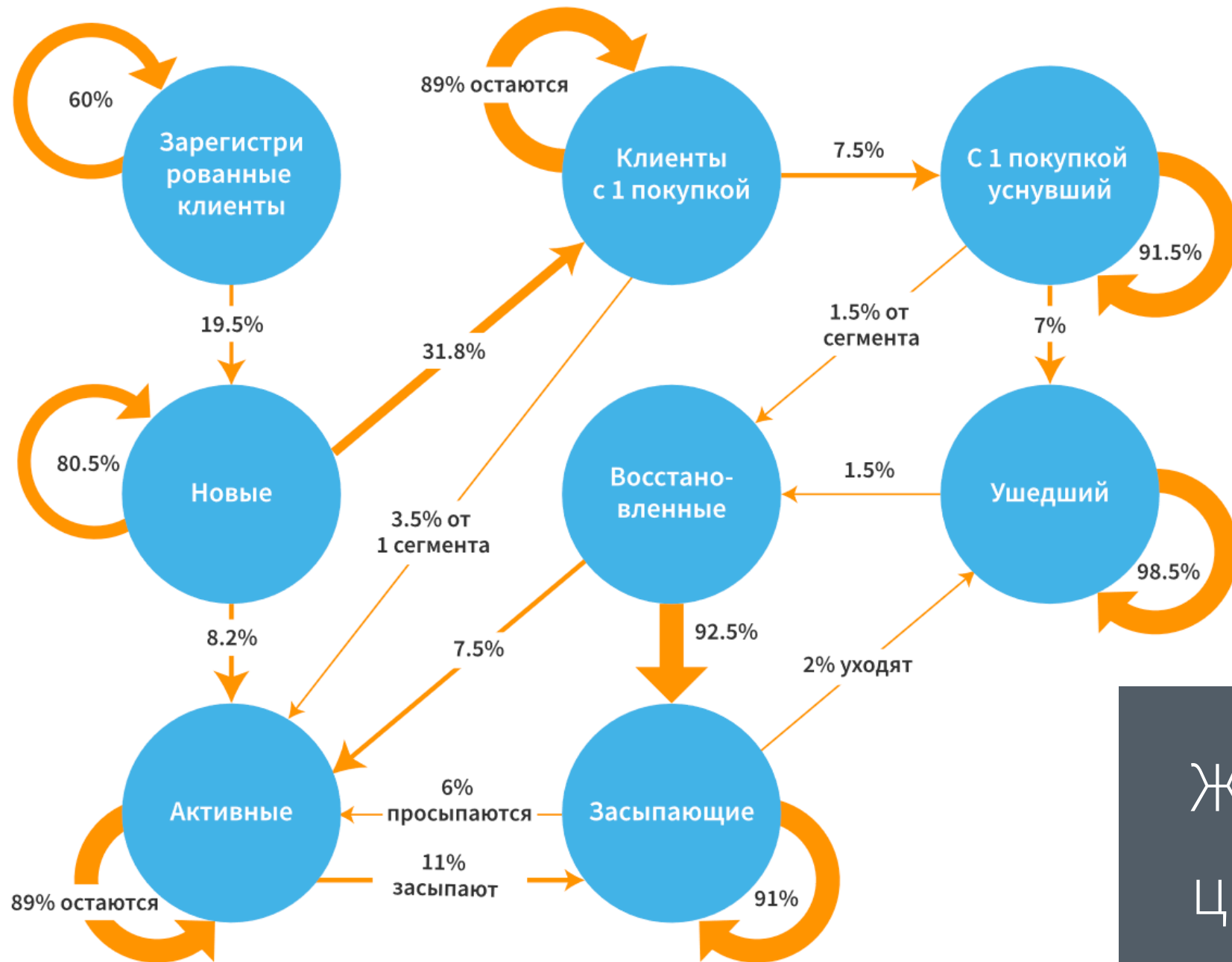
Все знают, что надо
считать Customer
Lifetime Value, а
СКОЛЬКО КОМПАНИЙ
считают?

$$CLV = \frac{M * RR}{1 + DR - RR}$$

- M (margin) — прибыль от клиента
- RR (Retention Rate) — коэффициент удержания
- DR (Discount Rate) — коэффициент дисконтирования



Loginom Customer Segmentation –
решение для системной работы по
удержанию и повышению
прибыльности клиентов на основе
анализа жизненного цикла клиента.



Жизненный
цикл клиента

№	ab Код клиента	12 Номер когорты	ab Стадия ЖЦ	9.0 Фактор сна	9.0 Общая ценность клиента	12 Время взаимодействия, дни	12 Время взаимодействия, месяцы	12 Время жиз
1	1004145	1	Уснувший	92.40707369	2985.737545	386	13	
2	1004291	1	Уснувший	9.615384615	33751.41263	395	13	
3	1007058	1	Активный	0	14212.34139	384	13	
4	1007123	1	Уснувший	156.3812016	2758.717845	395	13	
5	1007979	2	Уснувший	574.4622755	611.880276	339	12	
6	1008494	1	1 Покупка		117.17064	381	13	
7	1023350	1	Уснувший	42.64941863	5024.540468	393	13	
8	1028255	10			645.00714	104	4	
9	1028700	2	Уснувший	498.0886782	2657.389296	353	12	
10	1040009	1	Восстановленный	0	33911.43294	392	13	
11	1040155	1	Уснувший	14.21647288	16346.83497	395	13	
12	1040206	1	Уснувший	7.108236438	4271.384095	393	13	
13	1040226	1	Уснувший	42.64941863	3254.692571	369	13	
14	1040246	1	Уснувший	22.61538462	22968.0598	395	13	
15	1040271	1	Уснувший	7.108236438	3884.311696	389	13	
16	1040316	8	Уснувший	487.6328502	227.6794107	164	6	
17	1040373	1	Восстановленный	0	43731.39693	393	13	
18	1040396	2	Уснувший	292.2120245	6700.785867	355	12	
19	1040403	1	Уснувший	21.32470931	12226.03095	395	13	
20	1040407	1	Восстановленный	0	5735.465178	394	13	
21	1040488	1	Уснувший	149.2729652	5616.277062	388	13	
22	1040497	1	Уснувший	85.29883725	11021.80853	392	13	
23	1040543	2	Уснувший	939.7273062	714.558032	346	12	
24	1040572	1	Уснувший	14.21647288	1091.278163	395	13	
25	1040588	1	Уснувший	56.8658915	2694.653254	367	13	
26	1040623	1	Уснувший	49.75765506	8830.216589	382	13	
27	1040719	1	Уснувший	838.7718997	4791.648038	393	13	
28	1040761	1	Уснувший	42.64941863	1091.278163	382	13	
29	1040805	1	Уснувший	27.30769231	28648.56925	392	13	
30	1040839	5	1 Покупка		18.3	252	9	
31	1040844	1	Уснувший	149.2729652	17728.80893	393	13	
32	1040867	1	Уснувший	149.2729652	14615.34818	366	13	
33	1040876	1	Уснувший	9	29303.7881	394	13	
34	1040975	1	Уснувший	49.75765506	9937.061132	391	13	
35	1040989	1	Уснувший	149.2729652	1091.278163	387	13	
36	1041096	3	Уснувший	814.4667674	154.1712	308	11	
37	1041103	1	Уснувший	21.32470931	9641.823604	387	13	
38	1041105	3	Уснувший	111.9891805	263.666667	331	11	

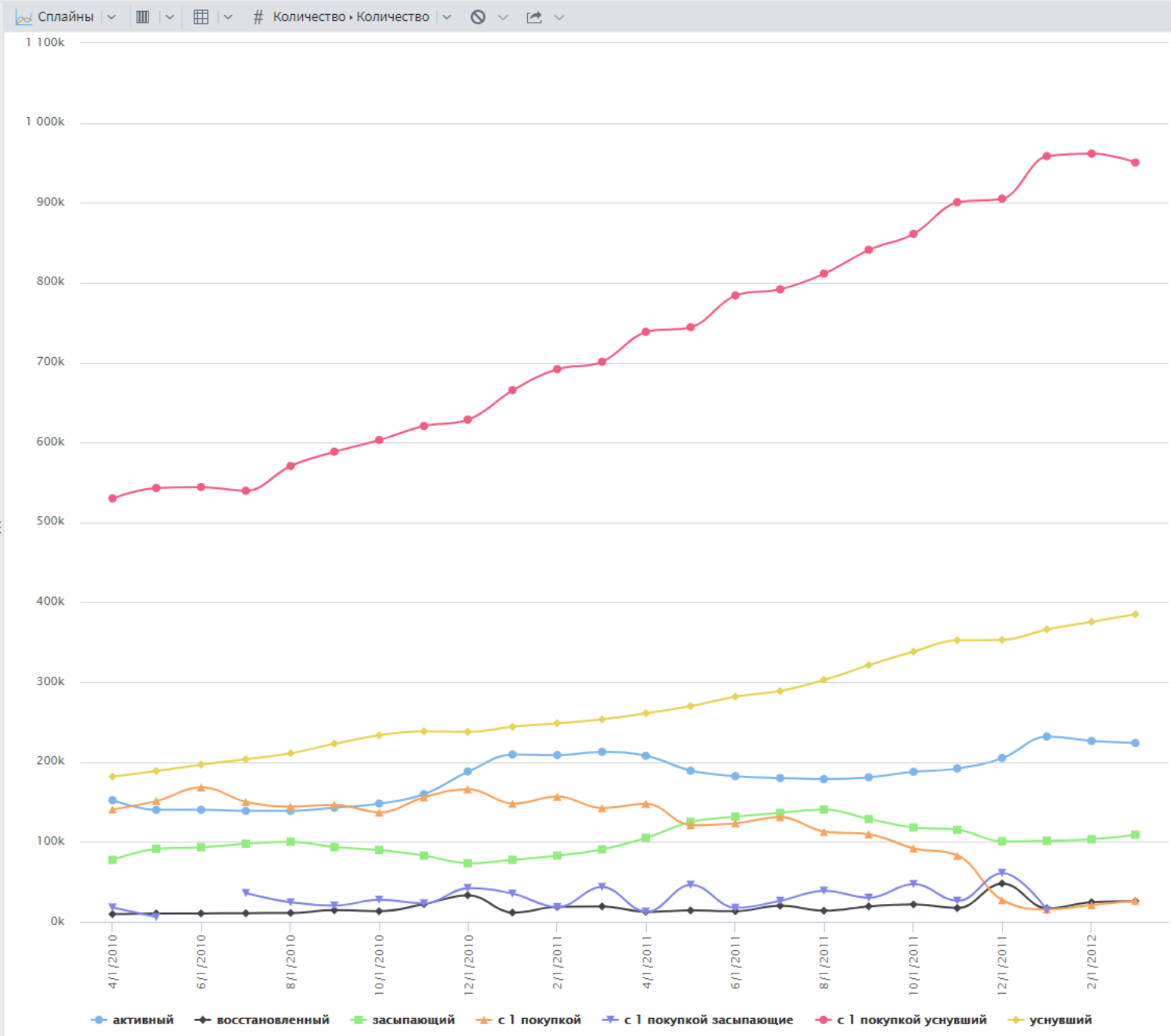
Стадии жизненного цикла
 Пожизненная ценность клиента
 Оценка лояльности
 Поведенческие характеристики

№	Значение
ab Код клиента	1004145
12 Номер когорты	1
ab Стадия ЖЦ	Уснувший
9.0 Фактор сна	92.40707369
9.0 Общая ценность клиента	2985.737545
12 Время взаимодействия, дни	386
12 Время взаимодействия, месяцы	13
12 Время жизни, дни	373
12 Время жизни, месяцы	13
12 Время сна, дни	13
12 Время между заказами	0
12 Время между заказами, мес.	18
ab Сегмент ABC	C
ab Сегмент ABC в прошлом периоде	C
ab Сегмент RFM	1-2-5
12 Сегмент RFM: Frequency	2
12 Сегмент RFM: Monetary	5
12 Сегмент RFM: Recency	1
ab Сегмент XYZ	Z
9.0 Ожидаемое время заказа, дни	16.2173913
9.0 Ожидаемое время заказа, месяцы	0.5652173913
12 Кол-во периодов активности	10
9.0 Кол-во заказов, всего	24
12 Кол-во посещений в периоде	1
12 Кол-во посещений за последний месяц	1
12 Кол-во посещений 3 мес. назад	2
12 Кол-во посещений 6 мес. назад	
12 Кол-во посещений 9 мес. назад	1
12 Кол-во посещений 12 мес. назад	1
9.0 Среднее кол-во позиций за последний ...	6.75
9.0 Среднее количество позиций в чеке	5.741666667
9.0 Среднее кол-во позиций в чеке в месяц	8
9.0 Среднее кол-во позиций в чеке 3 мес. н...	5
9.0 Среднее кол-во позиций в чеке 9 мес. н...	1
9.0 Среднее кол-во позиций в чеке 6 мес. н...	
9.0 Среднее кол-во позиций в чеке 12 мес. ...	6



Слайны > # Количество > Количество

calculatingDate	активный	восстановл...	засыпающий	с 1 покупкой
4/1/2010	152,348	9,670	77,558	140,736
5/1/2010	140,160	10,560	91,471	151,517
6/1/2010	140,198	10,587	93,396	168,307
7/1/2010	138,948	10,859	97,884	150,172
8/1/2010	138,879	11,125	100,237	144,202
9/1/2010	142,816	14,550	93,523	146,616
10/1/2010	148,095	13,352	89,985	136,982
11/1/2010	159,897	22,205	82,893	156,042
12/1/2010	188,180	33,301	73,331	166,103
1/1/2011	209,501	11,562	77,616	148,025
2/1/2011	208,740	18,766	82,993	156,795
3/1/2011	212,771	19,232	90,708	142,375
4/1/2011	207,721	12,509	105,313	147,770
5/1/2011	189,154	14,279	125,082	121,111
6/1/2011	182,468	13,363	131,696	123,409
7/1/2011	179,955	20,187	136,354	131,183
8/1/2011	178,699	13,883	140,554	112,765
9/1/2011	180,877	19,385	128,685	109,701
10/1/2011	187,866	21,723	118,074	92,013
11/1/2011	191,989	17,273	115,123	82,666
12/1/2011	205,036	48,032	100,868	27,072
1/1/2012	232,046	16,898	101,557	15,648
2/1/2012	236,371	14,121	113,718	20,890
3/1/2012	223,874	25,857	109,008	26,547
Итого:	4,366,589	433,682	2,467,335	2,818,647



Анализ структуры клиентской базы

Проблема 1: Справедливость гипотезы

Расчеты базируются на исторических данных, но картина будущего может быть иной. Верно, но **ничего другого нет**.


Придется принять за рабочую идею, что большая часть хороших клиентов в прошлом будут хорошими и в будущем.

Проблема 2: Нет времени внедрять

В ситуации высокой турбулентности редкая компания будет запускать новый проект, но ничего **запускать не надо!** Вы предоставляете данные – мы рассчитаем профили клиентов и даем рекомендации.

Что нужно для расчетов?





Необходимая
информация

1. Данные о продажах
2. Список клиентов
3. Каталог товаров

Минимальная входная таблица

#	Имя	Описание поля
1	Код клиента	Карта лояльности или ID клиента
2	Дата транзакции	Дата и время совершения транзакции
3	Код транзакции	Уникальный код транзакции
4	Код товара	Уникальный код товара
5	Количество	Количество товара в транзакции
6	Сумма	Сумма товара в транзакции

Требования

1. Продажи с частотой не реже 2-3 раз в год
2. Глубина истории не менее 2-х лет
3. Формат – CSV-файл

График работ



Стоимость работ

- 20 000 руб. до 10 000 клиентов
- Дополнительный клиент – 2 рубля

Оставьте заявку для получения
бесплатной консультации –
<https://loginom.ru/anti-crisis-feedback>



1. Консультации разработчиков решения
2. Оценка применимости к вашему бизнесу
3. Согласование требований к данным
4. Описание итоговых отчетов