POLY//ATICA

КАК ВЫЖИТЬ В МИРЕ ИННОВАЦИЙ И ИСПОЛЬЗОВАТЬ ПРЕИМУЩЕСТВА АНАЛИТИКИ БОЛЬШИХ ДАННЫХ

Сергей Куликовский, генеральный директор Polymatica

Современная АЗС: топливный ритейл 2020

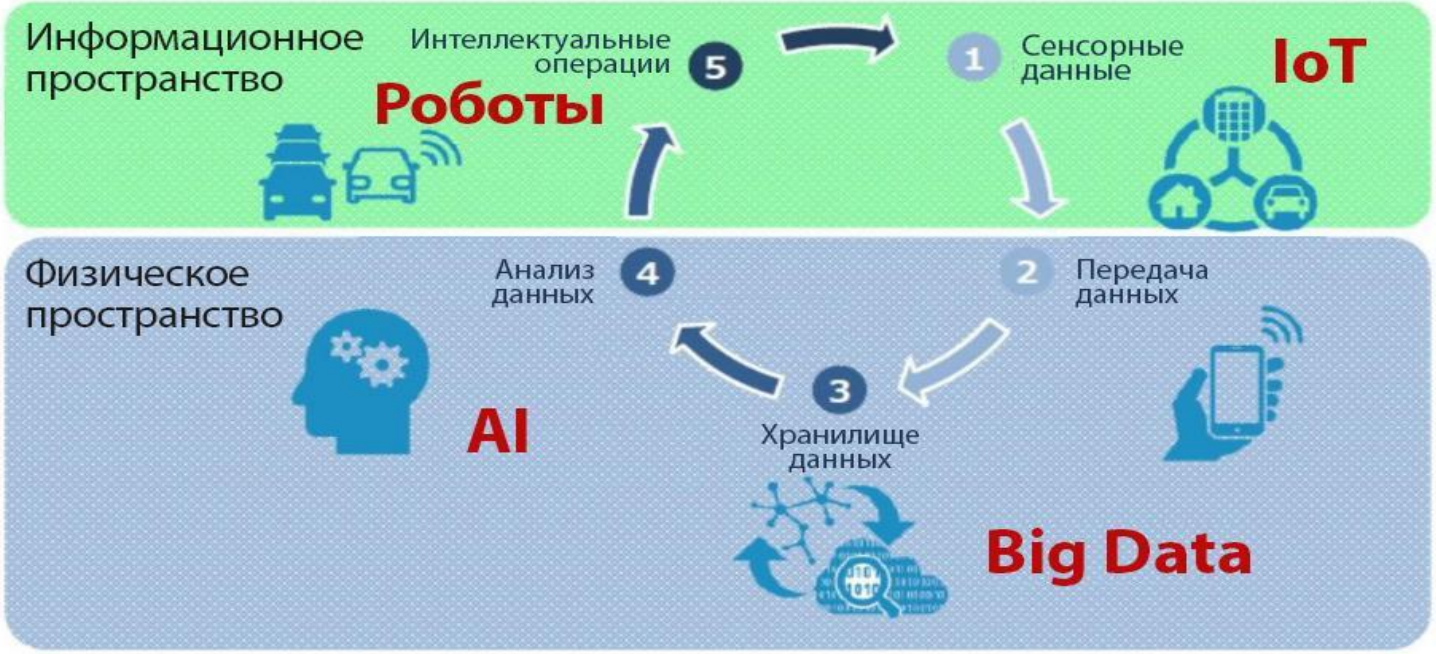
НЕМНОГО ЦИФР

- Каждый день накапливается 2,3 трлн Гб новых данных (IBM)
- К 2020 году будет создано 43 трлн Гб данных (IBM)
- 90% всех данных накоплено только за последние два года (Forbes)
- 1.7 Мб – новая информация, создаваемая ежесекундно каждым человеком (Grazziti)
- 6 ч 42 м – среднее время, проводимое пользователями в интернете в день (The Next Web)
- 44 трлн Гб – объем глобального ИТ-трафика, прогнозируемый к 2020 году (Grazziti)
- 50 млрд – количество подключенных к сети интернет интеллектуальных устройств в мире к 2020 году, собирающих, анализирующих и обменивающихся данными (Cisco)

Источник: https://financesonline.com/big-data-statistics/

POLY//ATICA

ИННОВАЦИИ: ИНТЕРНЕТ ВЕЩЕЙ (IOT), БОЛЬШИЕ ДАННЫЕ И ИИ



POLY//ATICA

4 УРОВНЯ АНАЛИЗА ДАННЫХ

Описательная аналитика

- Отчеты
- Дэшборды / Аналитические панели

Диагностическая аналитика

- Навигация
- OLAP/Мультисферы
- Agile визуализация
- Скрытые законо-мерности и аномалии
- Сегментация
- Кластеризация
- Ассоциативные правила

Предиктивная аналитика/ Machine Learning

- Классификация
- Регрессия
- Временные ряды
- Кластеризация
- Ассоциативные правила
- Анализ текста
- Анализ ссылок
- Обработка сигналов

Прескриптивная аналитика

- Рекомендации
- Автоматизация BPM
- Оптимизация
- Управление моделями
- Управление расписанием

POLY//ATICA

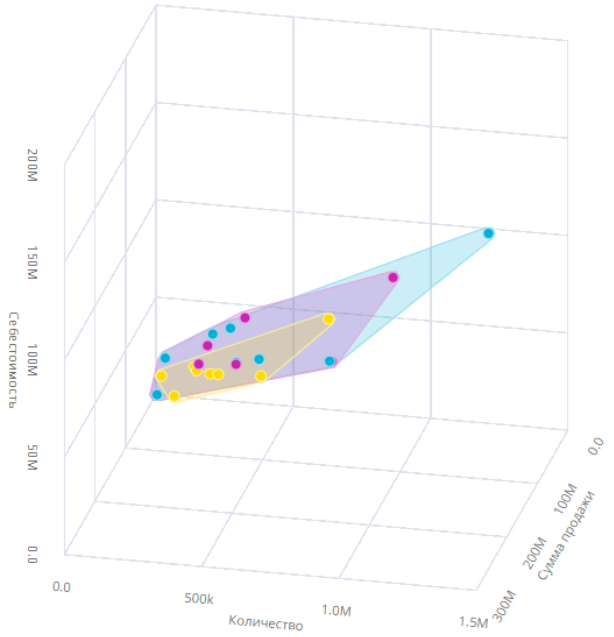
АНАЛИТИЧЕСКИЕ ПАНЕЛИ

НА ИНФОРМАЦИОННЫХ ПАНЕЛЯХ МОЖНО РАЗМЕЩАТЬ ЛЮБУЮ ИНФОРМАЦИЮ:

- графики (линейные, столбчатые, круговые и т.д.)
- диаграммы с поддержкой вывода по дате
- 3D графики
- таблицы
- текст и изображения
- индикаторы
- карты

POLY//ATICA

МНОГОМЕРНЫЙ АНАЛИЗ



- Оперативная работа с данными на уровне исходной детализации
- Нет заранее определенной иерархии - размерности и факты могут выноситься в любом порядке – данные предоставляются в любых разрезах
- Создание собственных размерностей и фактов в ходе работы и вычисления с ними
- Встроенные модули Data Mining: Кластеризация, Ассоциативные правила, Прогнозирование
- Встроенная визуализация для быстрого и удобного анализа
- Возможность создания кастомизированных отраслевых аналитических модулей

POLY//ATICA

ВИЗУАЛИЗАЦИЯ В МНОГОМЕРНОМ АНАЛИЗЕ

- Интерактивные графики: линии, цилиндры, области, пироги, поверхность, радар, хордовая, Санкей, круги, шары, точечный, бассейны, 3D бассейны, коридоры, граф и др.
- Локализация результатов на интерактивных географических картах

POLY//ATICA

ПРИМЕНЕНИЕ ДИАГНОСТИЧЕСКОЙ АНАЛИТИКИ

КАК ОПРЕДЕЛИТЬ, КТО НАШ ЛУЧШИЙ КЛИЕНТ?

- Физические и юридические лица
- По среднему чеку
- По периодичности покупок (три покупки в месяц в течение трех месяцев)
- Подключение к программе лояльности

POLY//ATICA

RFM: МЕТРИКА И ПЕРВЫЙ ШАГ ДЛЯ СЕГМЕНТАЦИИ

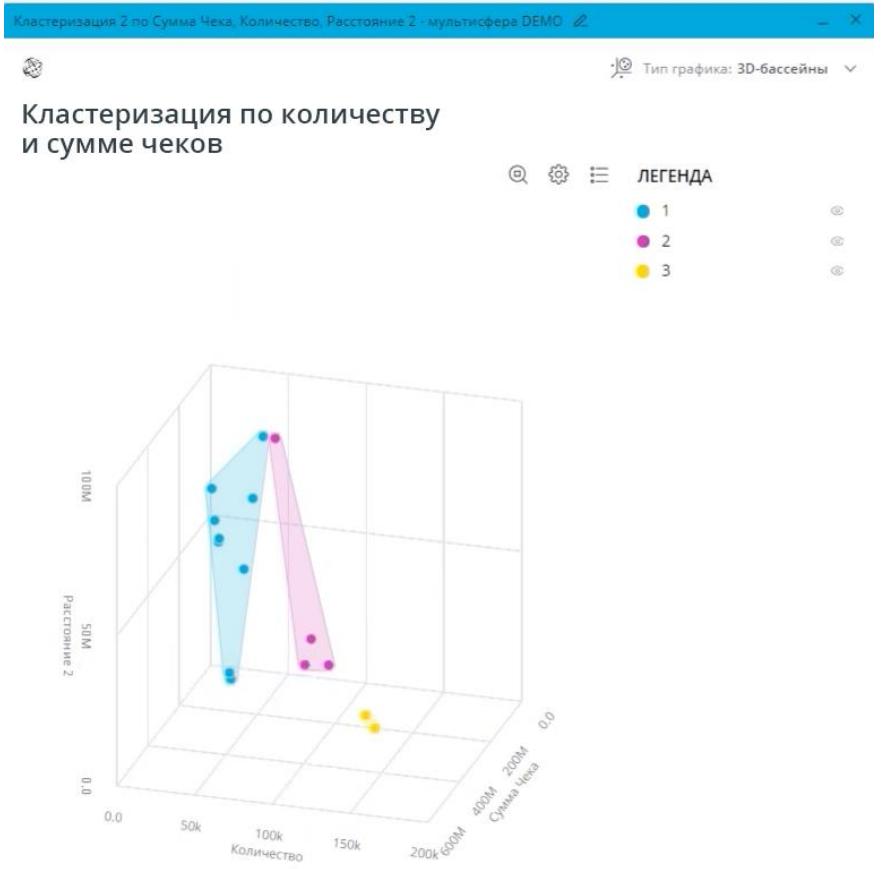
Recency	Frequency	Monetory		
		Крупные суммы 3 балла	Средние суммы 2 балла	Малые суммы 1 балл
Недавно 3 балла	Часто 3 балла			
	Периодически 2 балла			
	Редко 1 балл			
Давно 2 балла	Часто 3 балла			
	Периодически 2 балла			
	Редко 1 балл			
Очень давно 1 балл	Часто 3 балла			
	Периодически 2 балла			
	Редко 1 балл			

- Лучшие клиенты
- С потенциалом
- Новые клиенты
- Хорошие клиенты в зоне риска
- Плохие в зоне риска
- Бывшие лучшие клиенты
- Бывшие клиенты

POLY//ATICA

КЛАСТЕРИЗАЦИЯ

- По частоте покупки – выявляем тех, кто стал покупать реже
- По среднему чеку и количеству покупок – смотрим сегменты по характеру покупок
- По литрам и времени покупки – изучаем сегменты для оптимизации логистики и перераспределения трафика
- По заправкам и маркам бензина – ищем закономерности и аномалии



АССОЦИАТИВНЫЕ ПРАВИЛА

- Сопутствующие товары
- Товары-заменители

POLY//ATICA

РЕШАЕМЫЕ ЗАДАЧИ (КЕЙС СЕТИ АЗС)

- Планирование и оценка эффективности промо
- Сокращение затрат на проведение промо за счет сегментирования целевой аудитории
- Увеличение объема продаж сопутствующих товаров

POLY//ATICA

УСПЕХ В ЦИФРАХ (КЕЙС СЕТИ АЗС)

5 раз

Ускорился запуск промо

- Запуск промо может быть осуществлен в течение дня с прогнозируемым результатом

6%

Рост выручки от сопутствующих товаров и услуг

- Ассоциативные правила позволяют подобрать выигрышные комбинации
- Оптимизировано ассортиментное предложение для всей сети, представлен ассортимент товаров под собственной торговой маркой, что обеспечило прирост дохода в категориях: вода на 7%, влажные салфетки на 28%, злаковые батончики на 39%.

16%

Рост объема реализации моторных топлив

- Воздействие на клиентов основано на инсайтах, извлеченных из данных

POLY//ATICA

КЛИЕНТСКАЯ АНАЛИТИКА – ИЩЕМ РЫЧАГИ ВОЗДЕЙСТВИЯ

ИЗУЧАЕМ ПОВЕДЕНИЕ КЛИЕНТА

- Можно определить, какой у клиента будет LTV после 2-3 месяцев после начала покупок
- На основе LTV (маржинальности) выделены группы (сегментация) клиентов и отношение к оттоку/удержанию по каждой группе разное, потому что не все клиенты одинаково полезные

POLY//ATICA

СЕГМЕНТАЦИЯ И МИКРОТАРГЕТИНГ

- Рост конверсии рекламных сообщений с 14% до 35% за счет выбора релевантной аудитории
- Рассылка с предложением перейти на ближайшие заправки, если закрывается АЗС, тем кто часто там заправлялся
- Перераспределение потоков клиентов при форс-мажоре
- Выявление cherry pickers для временного роста объема продаж, плюс не давать скидку тем, кто и так купит
- Увеличения объема продаж на 10-15% благодаря правильному позиционированию и выкладке

POLY//ATICA

ЧТО ДАЕТ БИЗНЕСУ

- Сокращение затрат на маркетинг
- Увеличение конверсии/прибыли за счет таргетированного подхода и скорости обработки информации
- Рост лояльности
- Сокращение упущенной прибыли за счет воздействия на покупателя
- Исследование текущей ситуации и изменений во времени – куда направить усилия – цифровая трансформация
- Быстро демонстрировать результаты и получать выгоду

POLY//ATICA

О КОМПАНИИ ПОЛИМАТИКА

Полиматика – российский разработчик уникальной аналитической платформы Polymatica, позволяющей оперативно обрабатывать любой объём данных для поиска точек роста и повышения эффективности.

8 ЛЕТ

Компания работает на рынке России и СНГ

2010 ГОД

Началась разработка аналитической платформы Polymatica

3 ОФИСА

Собственные офисы в Москве, Лондоне и Цюрихе

130%

Увеличение штата компании за 2018 год, из которых 70% технические специалисты и дизайнеры

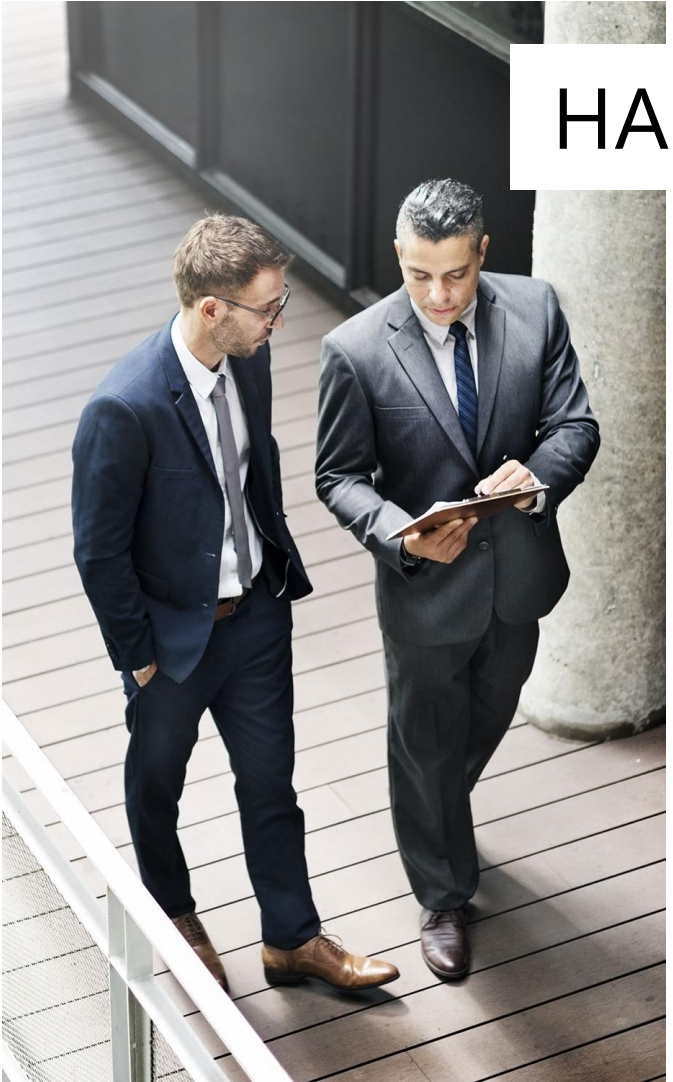
5 РАЗ

Во столько раз в среднем сокращается время на подготовку аналитических срезов после внедрения нашей платформы

30+ ПАРТНЁРОВ

К партнёрской сети компании присоединяются интеграторы и дистрибьютеры по всему миру

POLY//ATICA



НАМ ДОВЕРЯЮТ

ФЕДЕРАЛЬНАЯ НАЛОГОВАЯ СЛУЖБА

РОСНЕФТЬ
НА БЛАГО РОССИИ

РОСАТОМ

EUROPLAST
ASSOCIATION OF POLYMER FACTORIES

CISLINK // ОБМЕН ДАННЫМИ

ПЕТРОВИЧ

585 ЗОЛОТОЙ

Эконика

асна
ассоциация независимых аптек

MARY KAY

котофей

АйТи-Аптека

Pets in the City

POLY//ATICA

POLY//ATICA

Сергей Куликовский

s.kulikovskiy@polymatica.com

САЙТ:
WWW.POLYMATICA.RU