

02 апреля 2020

«КОРУС Консалтинг» выводит на рынок рекомендательную модель для увеличения продаж подарочных сертификатов

Новое решение на основе искусственного интеллекта, разработанное ГК «КОРУС Консалтинг», позволяет розничным сетям из non-food сегмента расширять свои возможности по продаже подарочных сертификатов в электронном виде.

В условиях изоляции и ограничения в передвижениях остаются крепки социальные связи между людьми. Друзья и знакомые продолжают поздравлять друг друга с праздниками, например, с днем рождения. В качестве подарка в нынешних условиях идеально подходит электронная подарочная карта. Рекомендательный сервис от «КОРУС Консалтинг» поможет ритейлеру расширить потенциальную базу покупателей электронных подарочных карт за счет выявления новых социальных связей в клиентской базе.

Механизм действия сервиса, разработанного на основе теории «шести рукопожатий», аналогичен рекомендациям новых знакомств в социальных сетях. Алгоритм выявляет «возможных новых друзей» среди клиентов розничной сети и предлагаем им рекомендации по покупке подарочных карт



к различным датам (дни рождения, праздники), рассылая предложения по любым каналам коммуникации ритейлера (pop-up окно на сайте, электронная почта, смс-сообщение, push-уведомление в мобильном приложении, консультации по телефону).

Для внедрения сервиса от розничной сети требуются данные по покупке и использованию подарочных карт с привязкой к ID покупателя за 3-5 лет. Результат работы рекомендательный сервис выдаст менее за одну неделю.

«Подобный рекомендательный сервис особенно актуален для таких отраслей розничной торговли как продажа ювелирных изделий, косметических, детских fashion-товаров с клиентской базой от 100 тысяч покупателей. Розничные сети из этих секторов могут не только использовать сервис в качестве инструмента для возврата ушедших покупателей и повышения уровня удержания текущих клиентов (retention rate), но и в целом получать до 2-3% прироста общей выручки без потери маржи», – рассказывает **Вера Генова, руководитель направления персонализации департамента аналитических решений ГК «КОРУС Консалтинг».**

Подарочные карты – не только один из ключевых элементов системы лояльности, но и самостоятельный продукт, который уже давно предлагают не только ритейлеры, но и компании из сферы услуг (салоны красоты, спортклубы, HoReCa и др.) Согласно данным консалтингового агентства RayNXT360, объем продаж российского рынка подарочных карт в прошлом году превысил 5 млрд долларов и к 2023 году вырастет до 8 млрд долларов. При этом все больший объем набирают продажи электронных карт. По оценке аналитиков Digift, уже сейчас 15-20% подарочных сертификатов реализуется в электронном формате.